

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	9
БЛАГОДАРНОСТИ	10
Глава 1. Переосмысление темы	11
1.1. Медиа империализм.....	11
1.2. СМИ	14
1.3. Империализм	17
1.4. Критика и контркритика.....	20
1.5. Медиа агенты для империализма: СМИ как империалисты	26
1.6. Выводы	30
Глава 2. Создание империи - территория и «свободная торговля»: война через медиа-санкционированный претекст .	32
2.1 Речь не всегда о территории.....	32
2.2 Империализм «свободной торговли» и Мексика	38
2.3. Имперский статус США.....	41
2.4. Интервенция США и смерть демократии	43
2.5. Коммуникативное сопротивление против империи .	47
2.6. Холодная война как интервенция США	49
2.7. Новая логика обоснования интервенций	51
2.8. Политика удобного повода	53
2.9. Выводы	55
Глава 3. Классические подходы к медиа империализму: три модели	57
3.1. Гарольд Иннис	58
3.2. Герберт Шиллер	63
3.3. Эдвард Херман и Ноам Хомский	69
3.4. Выводы	80

Глава 4.	Перезформатирование колониальной коммуникации	83
4.1.	К.А. Бейли	84
4.2.	Альфред МакКой	89
4.3.	Выводы	98

Глава 5.	Продажа повода для имперской войны.....	102
5.1.	Фальшивые поводы для имперской войны 1846–1983 гг.	102
5.2.	Операция «Буря в пустыне» 1990–1991 гг.	107
5.3.	Советское вторжение и оккупация Афганистана в 1979 г.	109
5.4.	11 сентября и война против терроризма	110
5.5.	Интервенция США и оккупация Ирака	112
5.6.	Война с наркотиками в качестве повода.....	115
5.7.	Гуманитарное вмешательство как повод	122
5.8.	Повод демократии (среди прочих) в Ираке	123
5.9.	Повод демократии (среди прочих) в Афганистане... ..	124
5.10.	Демократия как повод в «цветных революциях» ..	126
5.11.	Выводы	128

Глава 6.	СМИ и гибридные поводы для войн в Ливии и Сирии	130
6.1.	Демократия, гуманитарное вмешательство и «война против терроризма» как поводы для вторжения в Ливию	130
6.2.	Демократия, гуманитарное вмешательство, «война против терроризма» и оружие массового поражения в качестве поводов в Сирии	138
6.3.	Дело о химическом оружии	142
6.4.	Выводы	156

Глава 7. Западная медиа пропаганда и несуществующее ядерное оружие Ирана.. 158

- 7.1. Кампания имперской военной пропаганды 158
- 7.2. Стратегии пропаганды 163
- 7.3. Сомнительные источники для сомнительного журнализма 173
- 7.4. Выводы 177

Глава 8. По направлению к цифровым медиа империям..... 179

- 8.1. Возрождение Азии 179
- 8.2. Империя 180
- 8.3. СМИ и глобализация 182
- 8.4. Новости 183
- 8.5. Фильмы..... 184
- 8.6. Телевидение 186
- 8.7. Музыка 187
- 8.8. Компьютерные и видеоигры 187
- 8.9. Компьютерное аппаратное и программное обеспечение 189
- 8.10. IT-товары и услуги 191
- 8.11. Беспроводная связь 191
- 8.12. Реклама 192
- 8.13. Авторские права и патенты..... 197
- 8.14. Индустрии информационно-коммуникационных технологий..... 198
- 8.15. Интеграция с мировым капиталом 199
- 8.16. Выводы 204

Глава 9. Другие виды медиа империализма ... 208

- 9.1. Широкий обзор 208
- 9.2. Пост-имперская модель..... 211
- 9.3. Модель сильного-слабого медиа рынка (Великобритания и Ирландия)..... 213
- 9.4. Модель сильного-слабого медиа рынка (Австралия и Новая Зеландия)..... 216

9.5. Пан-региональная модель (Арабский мир)	218
9.6. Пан-регионализм и «корейская волна»	220
9.7. Модель мягкой силы	225
9.8. Модель мягкой силы (<i>Синьхуа</i> , Национальное Агенство Новостей Китая)	227
9.9. Выводы	234

Глава 10. Медиа сопротивление империализму 235

10.1. Средства сопротивления Британской империи ...	235
10.2. Британская Индия	236
10.3. Информационные агентства как средства сопро- тивления: <i>Танюг</i> , <i>Nwico</i> и <i>IPS</i>	239
10.4. Информационные агентства: « <i>Интерфакс</i> », политическое и экономическое информагентство России	246
10.5. Всемирные вещательные компании: от « <i>Аль- Джазиря</i> » до « <i>Telesur</i> »	249
10.6. Фильмы как средства сопротивления: Китай и Индия	255
10.7. Выводы	264

Глава 11. Заключение

11.1. Новые направления для исследования СМИ и империи	266
---	-----

ЛИТЕРАТУРА	271
-------------------------	-----