

ژئوپلیتیک رسانه‌های تصویری

(مطالعه موردی: بررسی رقابت‌های شبکه ماهواره‌ای

الجزیره عربی با العالم و بی‌بی‌سی انگلیسی با پرس تی وی)



نگارش:

مجید هجرانی شندی

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد خاмене

مرتضی فتح‌الله زاده

دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تهران

سرشناسه : هجرانی شندی، مجید، ۱۳۵۰ -

عنوان و نام پدیدآور : ژئوپلیتیک رسانه‌های تصویری: (مطالعه موردی: بررسی رقابت‌های شبکه ماهواره‌ای الجزیره

عربی با العالم و بی‌بی‌سی انگلیسی با پرس تی وی)/ نگارش مجید هجرانی شندی،
مرتضی فتح‌الله زاده.

مشخصات نشر : تهران: آرنا، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری : ۱۲۴ ص: مصور (رنگی)، جدول.

شابک : 978-600-356-362-9

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

یادداشت : کتابنامه: ص. [۱۲۱] - ۱۲۴.

موضوع : تلویزیون - ایران - بخش مستقیم ماهواره‌ای -- جنبه‌های سیاسی

موضوع : تلویزیون - قطر -- بخش مستقیم ماهواره‌ای -- جنبه‌های سیاسی

موضوع : تلویزیون - انگلستان -- بخش مستقیم ماهواره‌ای -- جنبه‌های سیاسی

موضوع : تلویزیون - بخش مستقیم ماهواره‌ای -- جنبه‌های سیاسی

شناسه افزوده : فتح‌الله زاده، مرتضی، ۱۳۷۰ -

رده بندی کنگره : TK۶۶۷۷/۵۳۹ ۱۳۹۲

رده بندی دیویی : ۶۲/۳۸

شماره کتابشناسی ملی : ۳۹۰ ۳۹۰



نشر آرنا

عنوان : ژئوپلیتیک رسانه‌های تصویری

مولفین : مجید هجرانی شندی - مرتضی فتح‌الله زاده

ناشر : آرنا

ناظر چاپ : مهدی اکبری

چاپ : اول ۱۳۹۴

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۳۵۶-۳۶۲-۹

فهرست مطالب:

۱۱ چکیده

فصل اول

۱۵ «کلیات تحقیق»

۱۵ ۱-۱ بیان مسئله

۱۷ ۲-۱ سؤال تحقیق

۱۷ ۳-۱ فرضیه تحقیق

۱۷ ۴-۱ روش تحقیق

۱۷ ۵-۱ ضرورت تحقیق

۱۸ ۶-۱ هدف تحقیق

۱۸ ۷-۱ پیشینه تحقیق

۲۱ ۸-۱ سازمان‌دهی تحقیق

فصل دوم

۲۵ «مفاهیم و مبانی نظری تحقیق»

۲۵ الف: مفاهیم اساسی تحقیق

۲۵ ۱-۲ رسانه

۲۹	۲-۲ افکار عمومی
۳۰	۳-۲ جنگ رسانه‌ای
۳۰	۴-۲ قدرت فرهنگی
۳۳	ب: چارچوب نظری تحقیق
۳۳	۵-۲ ژنوپلیتیک

فصل سوم

۳۹	«فرهنگ، رسانه و قدرت»
۳۹	۱-۳ مفهوم جنگ
۴۴	۲-۳ مفهوم و اقسام قدرت
۵۰	۳-۳ جنگ نرم / جنگ سخت
۵۴	۴-۳ فرهنگ به مثابه قدرت نرم
۵۵	۵-۳ فرهنگ و افکار عمومی
۵۵	۶-۳ رسانه‌های فرهنگی و قدرت
۵۷	۷-۳ رسانه به منزله قدرت
۶۰	۸-۳ رسانه به منزله ابزار اعمال قدرت
۶۲	۹-۳ جنگ‌ها و رقابت‌های رسانه‌ای
۶۵	۱۰-۳ رسانه‌های تصویری و نقش آن‌ها در تحولات سیاسی و اجتماعی

فصل چهارم

۶۹	«شبکه‌های ماهواره‌ای و رقابت‌های رسانه‌ای»
----	--

بخش اول

۶۹	الجزیره - العالم
۶۹	۱-۴ شبکه تلویزیونی الجزیره عربی

- ۶۹ ۱-۱-۴ تاریخچه و شناسنامه شبکه
- ۷۲ ۲-۱-۴ مالکیت و مدیریت شبکه
- ۷۲ ۳-۱-۴ حوزه جغرافیایی فعالیت
- ۷۳ ۴-۱-۴ عرصه فعالیت
- ۷۳ ۵-۱-۴ اهداف و عملکرد شبکه
- ۷۸ ۲-۴ شبکه تلویزیونی العالم
- ۷۹ ۲-۲-۴ حوزه جغرافیایی فعالیت (منطقه و جهان)
- ۷۹ ۳-۲-۴ عرصه فعالیت
- ۷۹ ۴-۲-۴ اهداف و عملکرد شبکه
- ۹۰ ۵-۲-۴ رقابت شبکه از ریزه عرصه و العالم و پیامدهای ژئوپلیتیکی آن

بخش دوم

- ۹۱ بی‌بی‌سی - پرس تی وی
- ۹۱ ۳-۴ شبکه بی‌بی‌سی
- ۹۴ ۱-۳-۴ مالکیت و مدیریت شبکه
- ۹۵ ۲-۳-۴ حوزه جغرافیایی فعالیت (بین‌المللی)
- ۹۶ ۳-۳-۴ عرصه فعالیت
- ۹۶ ۴-۳-۴ اهداف و عملکرد شبکه
- ۱۰۱ ۴-۴ شبکه پرس تی وی
- ۱۰۳ ۱-۴-۴ مالکیت و مدیریت شبکه
- ۱۰۴ ۲-۴-۴ حوزه جغرافیایی فعالیت (بین‌المللی)
- ۱۰۵ ۳-۴-۴ عرصه فعالیت
- ۱۰۵ ۴-۴-۴ اهداف و عملکرد شبکه

۴-۵ رقابت‌های شبکه بی‌بی‌سی و پرس تی‌وی و پیامدهای ژئوپلیتیکی آن ۱۱۲

فصل پنجم

نتیجه‌گیری ۱۱۷

منابع ۱۲۱

www.ketab.ir

چکیده

ژئوپلیتیک، شاخه‌ای از دانش جغرافیای سیاسی است که به بررسی روابط میان جغرافیای دولت‌ها و سیاست‌های آن‌ها می‌پردازد و از نقش‌آفرینی‌های سیاسی-محیطی در چهارچوب مفهوم قدرت سخن می‌گوید. بر همین اساس، ژئوپلیتیک از همان آغاز، حول محور قدرت شکل گرفت و گسترش یافت. قدرت نیز به‌عنوان اصلی‌ترین مفهوم ژئوپلیتیک، عبارت است از توانایی تأثیرگذاری و اعمال اراده بر دیگران به‌منظور ایجاد رفتار مطلوب. در سال‌های اخیر، به دلیل تغییر ماهیت قدرت، ابعاد نظامی، تنها مؤلفه قدرت نیستند و اقتصاد، فرهنگ، دیپلماسی و... نیز جزء مؤلفه‌های قدرت کشورها محسوب می‌شوند. در این میان، رسانه نیز یکی از مهم‌ترین منابع قدرت (نرم) کشورها قلمداد می‌شود. رسانه‌ها با تأثیرگذاری گسترده بر افکار عمومی و ذهن مخاطبان، توانایی بسیار در اعمال اراده صاحبانشان به‌منظور ایجاد رفتار مطلوب را دارند. در شرایط کنونی، رسانه‌ها، اثر اصلی رقابت میان کشورها را شکل داده‌اند و کشورها سعی در به خدمت گرفتن رسانه‌ها و استفاده از آن به‌منظور همسو کردن افکار عمومی با سیاست‌هایشان دارند و از این طریق به دنبال تأمین منافع ملی خود می‌باشند.

پژوهش حاضر که با روش فرضی-استنباطی و در قالب توصیف و تحلیل انجام گرفته است، سعی دارد، ابتدا با تبیین نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی و همچنین تلاش دولت‌ها در استفاده از رسانه‌ها به‌منظور رسیدن به اهدافشان، با رویکردی ژئوپلیتیکی، رقابت رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران را با محوریت دو شبکه العالم و پرس تی‌وی، با کشورهای مخالف خود، با محوریت شبکه‌های بی‌بی‌سی و الجزیره، تحلیل نموده و پیامدهای ژئوپلیتیکی این رقابت‌ها را در منطقه و جهان بررسی نماید. نتایج این پژوهش که در تائید فرضیه تحقیق نیز می‌باشد، بیانگر این نکته است که رقابت میان رسانه‌های ماهواره‌ای مصداق بارز رقابت‌های ژئوپلیتیکی محسوب می‌شود و رسانه‌های تصویری در شکل‌دهی به افکار عمومی مخاطبان نقش مؤثری دارند.

واژگان کلیدی

ژئوپلیتیک، رسانه‌های تصویری، افکار عمومی، جنگ و رقابت‌های رسانه‌ای