

## عنوان مقاله:

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل موثر بر فرهنگ عمومی (بررسی موردی سیانان، الجزیره و العالم در جنگ دوم خلیج فارس)

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 10، شماره 7 (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 33

## نویسنده:

امیدعلی مسعودی - استادیار دانشگاه سوره

## خلاصه مقاله:

رسانه‌های جمعی عواملی موثر بر فرهنگ عمومی جوامع هستند. در تحقیق نویسنده بر روی برنامه‌های خبری سه شبکه تلویزیونی سیانان آمریکا، الجزیره قطر و العالم جمهوری اسلامی ایران در ایام جنگ دوم خلیج فارس مشخص شد که حضور رسانه‌های مستقل می‌تواند ضمن شکستن انحصار رسانه‌های و پخش یکسویه اطلاعات رسانه‌های انحصارگر غربی، فرصت‌های تازه‌ای را در اختیار وسایل ارتباط جمعی کشورهای مدافع فرهنگ عمومی بگذارد. در این تحقیق با روش کیفی (تحلیل محتوی) تلاش شد تا به این پرسش اصلی پاسخ داده شود که در طول جنگ دوم خلیج فارس چه محتوایی در برنامه‌های این سه شبکه به مخاطبان ارائه شد کدام موفقتر عمل کردند و بر فرهنگ مخاطبان و افکار عمومی تاثیر گذاشتند از جمله عوامل تاثیرگذار برنامه‌های خبری که بررسی و مقایسه شد، عبارتند از: استراتژی سرگرمی، سرعت و شفافیت، گفتمان و تعامل، برنامه‌های مبتذل و مستهجن، اسلامی بودن برنامه‌ها، شهادت و شجاعت خبرنگاران، تکنیک‌های پوشش خبری، با مردم یا علیه مردم، میزان نفوذ برنامه‌ها، نقش آگهی، ارزش‌های خبری، و حرف‌های بودن گویندگان. نتیجه نشان داد که، تنها مجهز بودن به فناوری‌های ارتباطی گره‌گشا نیست، بلکه در سایه شناخت فرهنگ مهاجم و کاربرد درست فرهنگ اسلامی می‌توان جریان یکسویه اخبار و انحصار رسانه‌های را متوقف کرد.

## کلمات کلیدی:

شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای، فرهنگ عمومی، هجوم رسانه‌ای، خبر، انحصار رسانه‌های

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602353>

