



مجمع آموزش عالی امام خمینی

مدرسه عالی تاریخ و ادیان

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ادیان ابراهیمی

موضوع:

**مقایسه شیوه های تبشیر در شبکه های ماهواره ای اونجلیستی**

**به زبان فارسی با تبلیغ در شبکه های شیعی فارسی زبان**

(باتاکید بر سه شبکه مسیحی-نجات، ست ۷، محبت) و (سه شبکه شیعی-ولایت، هدهد، نامن)

استاد راهنما:

حجة الاسلام و المسلمین حسین متقی «دام عزه»

استاد مشاور:

دکتر احمد شاکر نژاد «دام عزه»

استاد داور:

دکتر جواد قاسمی «دام عزه»

دانش پژوه:

سید علیرضا رضایی

کد کامپیوتری: ۱۱۵۴۶۹۵

دی ۱۳۹۶

## چکیده

زندگی در جهانی که روز به روز شاهد پیشرفت های چشم گیر در عرصه دیجیتال است بر آن داشت ما را تا به بررسی شیوه های نوین در عرصه تبلیغ که یکی از آنها رسانه های بصری است پرداخته شود.

در این بین با توجه به گسترش شبکه های فارسی زبان شیعی و مسیحی پر مخاطب شدن این شبکه ها و لزوم بررسی آنها به عنوان مقابله و یادگیری از نکات مثبت و منفی آنها برای اعتلای شبکه های شیعی به عنوان نماینده این مذهب پرداخته شده است.

شبکه های ماهواره ای به عنوان ابزاری نوین برای ارائه اعتقادات در عصر حاضر شناخته می شود که معرفی آنها و شناخت شیوه های برنامه سازی و تولید برنامه در آنها و همچنین روش های اثر گذاری روی مخاطب برای مقابله با آفات شبکه های معاند دین برای جامعه شیعی را حیاتی دانستیم و به همین منظور در صدد نوشتن پایان نامه ای کاربردی برای کسانی که در این عرصه فعالیت دارند هستیم.

در این پایان نامه به بررسی شبکه های مهم مسیحی و شیعی فارسی زبان از جهت ساختار، محتوا و برنامه سازی آنها پرداخته شده است به گونه ای که بتوان آنها را به شکل روشنی با هم مقایسه نمود در این بین به برخی از برنامه های شاخص و تاثیر گذار این شبکه ها اشاره گردیده است و نیز به شیوه های جذب مخاطب در این شبکه ها و نقاط قوت و ضعف هر کدام و راه کارهایی را برای جذب مخاطب شبکه های شیعی به عنوان پیشنهاد ارائه گردیده است.

**کلید واژه:** تبشیر مسیحی-تبلیغ شیعی-اونجلیست-شیعه-ماهواره

## فهرست مطالب

فصل اول: کلیات و مفاهیم.....	۱
مقدمه.....	۴
کلیات.....	۶
تعریف مساله و بیان سؤال اصلی تحقیق.....	۶
سؤال های فرعی تحقیق.....	۶
سابقه و ضرورت انجام تحقیق.....	۷
فرضیه های تحقیق.....	۸
هدف تحقیق.....	۸
جنبه جدید بودن و نوآوری تحقیق.....	۸
مفاهیم.....	۹
تعریف و تاریخچه ماهواره.....	۹
انواع ماهواره.....	۱۱
ماهواره ضد سلاح (Anti-weapon satellite).....	۱۱
ماهواره های ستاره شناختی (Astronomical satellites).....	۱۱
ماهواره های زیستی (Biomedical satellites).....	۱۱
ماهواره های مخابراتی (Telecommunications satellites).....	۱۱
ماهواره های مینیاتوری (Miniaturized satellites).....	۱۱
ماهواره های هدایت کننده (Guiding satellites).....	۱۲

۱۲	ماهواره‌های اکتشافی (Exploration satellites).....
۱۲	ماهواره‌های زمین‌شناسی (Geological satellites).....
۱۲	ماهواره‌های تتر (Tether satellites).....
۱۲	ماهواره‌های هواشناسی (Meteorological satellites).....
۱۵	تبشیر در مسیحیت و گروه‌های تبشیری مسیحی (اونجلیستی).....
۱۵	تبشیر در مسیحیت و تاریخچه آن.....
۱۶	ماهیت تبشیر.....
۱۸	آغاز فعالیت تبشیری مسیحیت.....
۲۱	گستره تبشیری مسیحیت در زمان حیات عیسی مسیح.....
۲۲	گستره تبشیری مسیحیت بعد از عیسی مسیح.....
۲۲	پطرس.....
۲۵	پولس.....
۲۸	فرقه‌های مهم مسیحی.....
۲۸	آیا مسیحیت دینی جهان شمول است؟.....
۳۰	گروه‌های تبشیری (اونجلیستی).....
۳۲	تبلیغ در شیعه و گروه‌های تبلیغی در عالم اسلام.....
۳۲	مفهوم تبلیغ.....
۳۳	اهمیت تبلیغ در اسلام.....
۳۹	فصل دوم: شبکه‌های مسیحی (محبت، نجات، ست‌۷).....

۴۰	معرفی کلی.....
۴۰	شبکه محبت.....
۴۰	اعتقاد نامه (مرام نامه).....
۴۲	برنامه های زنده:.....
۴۲	برنامه های تولیدی:.....
۴۲	بررسی موردی برنامه های پرطرفدار:.....
۴۲	روش های جذب مخاطب و تبشیر در این شبکه.....
۴۴	پژواک.....
۵۰	شبکه ماهواره ای نجات.....
۵۴	روش های جذب مخاطب و تبشیر در این شبکه.....
۵۶	شبکه ست ۷ پارس:.....
۵۹	روش های جذب مخاطب و تبشیر در این شبکه.....
۶۳	مهمترین شیوه جذب مخاطب.....
۶۳	بهره بردن از زیبایی های ساختاری.....
۶۳	حرفه ای و آموزش دیده.....
۶۳	بهره مندی از نظرات مخاطبان برای جلب نگاه آنان.....
۶۴	حضور پر رنگ زنان در برنامه ها.....
۶۴	دست گذاشتن روی مشکلات مردم.....
۶۵	برنامه هایی که ذهن کودکان را هدف قرار می دهد.....

۶۵	مدیریت ساعات پخش برنامه (کنداکتور).....
۶۶	فصل سوم: شبکه های شیعی (ولایت، ثامن، هدهد).....
۶۷	شبکه جهانی ولایت.....
۷۲	برنامه های شاخص.....
۷۴	شبکه جهانی هدهد.....
۷۷	شبکه جهانی ثامن.....
۸۱	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل شبکه های مورد بحث.....
۸۲	مدیریت در رسانه.....
۸۲	تعریف مدیریت در رسانه.....
۸۳	ویژگی های یک رسانه خوب.....
۸۴	لزوم مدیریت این شبکه هاتوسط افراد متخصص.....
۸۴	تربیت افرادی که چهره ای رسانه ای دارند.....
۸۵	استفاده از برنامه های گرافیکی برای ارائه مطالب.....
۸۶	تجمیع شبکه های دارای هدف واحد.....
۸۶	استفاده از رنگ های خاص برای برنامه سازی.....
۹۱	پخش برنامه در قالب های شاد و متنوع.....
۹۲	سخن پایانی.....
۹۵	منابع.....
۹۷	ضمائم.....
۹۷	فتوگرافی برنامه های رصد شده.....

- شبکه ولایت..... ۹۷
- شبکه هد هد ..... ۹۸
- درخت دوستی شهر قصه ها..... ۹۸
- شبکه ثامن..... ۹۹
- شبکه ست ۷ و محبت و نجات..... ۱۰۰

# فصل اول:

## کلیات و مفاهیم



## مقدمه

در حال حاضر در دنیای رسانه ای امروز با گسترش فعالیت های دیجیتال نسل جدید بیش از ۱۸۰۰ شبکه فارسی زبان و غیر آن مشغول به فعالیت های رسانه ای هستند. در این بین شبکه های فارسی زبان اونجلیستی با استفاده از این ابزار در پی گسترش و جذب مخاطبان فارسی زبان هستند که بتوانند آنان را به سمت دین و آئین خود رهنمون نمایند در این تحقیق قصد مقایسه سه شبکه اونجلیستی محبت و ست ۷ و نجات و سه شبکه شیعی ولایت- ثامن و هدهد فارسی بدلیل پر مخاطب بودن در بین بینندگان فارسی زبان و چگونگی این که چطور از این ابزار (ماهواره) برای رسیدن به مقصود خود استفاده می کنند و به ترویج مسیحیت مشغول هستند باید ببینیم که اینها برای عقائد خود چه طیف مخاطبانی را برگزیده اند و از ابزار نوین و به روز شده رسانه ای چطور و چگونه بهره می برند ما در این تحقیق برآن هستیم که به توصیف و تحلیل شبکه های تبشیری اونجلیستی پرداخته تا با درک درست از جایگاه و میزان تاثیر گذاری آنان در مقایسه با شبکه های تبلیغی شیعه به آسیب شناسی از فعالیتهای رسانه ای شیعیان و راهکارهای ارتقاء در برابر رقبا بپردازیم.

در دنیای معاصر که نیاز بشر به دین و معنویت به وضوح قابل درک است و دنیای مدرنیته امروز به این نتیجه رسیده است که هر انسان جدای از اینکه در چه موقعیتی قرار دارد نیازمند این است که وجودی را به درست یا اشتباه به عنوان اله خود بپذیرد و او را آن طور که شایسته است مورد ستایش قرار دهد تا بدینوسیله بتواند نیاز های روحی خود را برآورده نماید رسیده است.

چرا که نیاز فطری بشر به اله از طرف خالق در این موجود تعبیه شده است قرآن کریم می

فرماید:

(وَلَئِنْ سَأَلْتَهُمْ مَنْ خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ لَيَقُولُنَّ اللَّهُ)<sup>۱</sup> و همچنین امام باقر علیه السلام این اقرار

و اعتراف مشرکان و منکران رسالت را از معرفتهای فطری آنان معرفی می کند.<sup>۲</sup>

۱. لقمان، ۲۵

۲. الاصول من الکافی، ج ۲، ص ۱۰؛ بحار الانوار، ج ۳، ص ۲۷۸

در نتیجه متفکران و دین پژوهان به دنبال ارضای این نیاز بشر برآمده اند و چون دنیای متمدن و پیشرفته امروز که سرعت حرف اول را می زند و در جامعه جهانی امروز مردم وقت آزاد کمتری دارند القای تفکرات دینی مختلف مثل زمان گذشته نیست که به صورت رودر رو یا سخنرانی های عمومی باشد یا بخواهند از طریق کتب دینی دین خود را بگیرند.

امروزه با وسایل مدرن همچون اینترنت و ماهواره که بخش جدایی ناپذیر زندگی مردم هستند این تفکرات منتشر می شود لذا برنامه سازی های دینی و پخش برنامه های مختلف دینی مثبت یا منفی در شبکه های مجازی اینترنت و ماهواره رشد چشم گیری داشته است در این پژوهش به دنبال معرفی این تکنولوژی و شناساندن برخی از شبکه های فارسی زبان اونجلیستی که با شیوه های مختلف مخاطبان بسیاری را با سلیقه های مختلف جذب خود نموده اند و درصدد تبشیر مسیحیت هستند و هدف آنها از ایجاد این شبکه ها جذب مخاطبان به سوی آیین خود است را بررسی نموده و همچنین مقایسه آنها و شیوه های برنامه سازی آنها با برخی از شبکه های فارسی زبان شیعی که متصدی تبلیغ اسلام ناب هستند خواهیم بود تا بتوان از این طریق کمکی به جذب مخاطب برای این شبکه ها و شیوه های جدید تبلیغ که از آن به عنوان تبلیغ نوین یاد شده است و امروزه در حوزه علمیه قم که متصدی تبلیغ معارف شیعی است به اهمیت شیوه های تبلیغ مقتضی زمان نیز پرداخته می گردد نمود.

شبکه های فارسی زبان اونجلیستی مثل شبکه محبت که خود را شبکه خانوادگی مردم می دانند با جسارت هایی که به ائمه دوازده گانه علیهم السلام و همچنین القاء شبه میان شیعیان می کنند سعی بر آن دارند که جوانان شیعه را از راه اهل بیت خارج کرده و به طریق انجیل در آورند (مثلا رضا صفا می گوید آقایی که ۱۷ شال اعتیاد شدید داشت و می گفت هر چه نام اهل بیت را صدا کردم جوابی نشنیدم ولی زمانی که نام مسیح را بردم رهایی یافتم) در صدد کم رنگ کردن اعتقادات مردم هستند که ما را هر چه بیشتر به ضرورت بررسی این شبکه ها و اقدامات لازم برای جلوگیری از آن وا می دارد.

## کلیات

### تعریف مساله و بیان سؤال اصلی تحقیق

در حال حاضر در دنیای رسانه ای امروز با گسترش فعالیت های دیجیتالی نسل جدید بیش از ۱۸۰۰ شبکه فارسی زبان و غیر آن مشغول به فعالیت های رسانه ای هستند. در این بین شبکه های فارسی زبان اونجلیستی با استفاده از این ابزار در پی گسترش و جذب مخاطبانی هستند که بتوانند آنان را به سمت دین و آئین خود رهنمون نمایند در این تحقیق قصد بررسی و رصد سه شبکه اونجلیستی محبت و ست ۷ و نجات و سه شبکه شیعی ولایت- ثامن و هدهد فارسی بدلیل پر مخاطب بودن در بین بینندگان فارسی زبان و چگونگی این که چطور از این ابزار (ماهواره) برای رسیدن به مقصود خود استفاده می کنند و به ترویج مسیحیت مشغول هستند باید ببینیم که اینها برای عقائد خود چه طیف مخاطبانی را برگزیده اند و از ابزار نوین و به روز شده رسانه ای چطور و چگونه بهره می برند ما در این تحقیق برآن هستیم که به توصیف و تحلیل شبکه های تبشیری اونجلیستی پرداخته تا با درک درست از جایگاه و میزان تاثیر گذاری آنان در مقایسه با شبکه های تبلیغی شیعه به آسیب شناسی از فعالیتهای رسانه ای شیعیان و راهکارهای ارتقاء در برابر رقبا بپردازیم.

سوال اصلی این پایان نامه: شیوه های تبلیغی شبکه های فارسی زبان اونجلیستی در مقابل شبکه های فارسی زبان شیعی با تا کید بر شبکه های مذکور در چه موقعیتی قرار دارد؟

### سؤال های فرعی تحقیق

- ۱- شیوه های رسانه ای تبلیغی و تبشیری مسیحیت در شبکه های محبت، نجات، ست ۷ چگونه است؟
- ۲- شیوه های رسانه ای تبلیغی شیعی در شبکه های ولایت، ثامن، هدهد چگونه است؟
- ۳- در شیوه های تبلیغی و تبشیری این شبکه ها چه اشتراکات و افتراقاتی وجود دارند؟

### سابقه و ضرورت انجام تحقیق

شبکه های فارسی زبان اونجلیستی مثل شبکه محبت که خود را شبکه خانوادگی مردم می دانند با جسارت هایی که به ائمه دوازده گانه علیهم السلام و همچنین القاء شبه میان شیعیان می کنند سعی بر آن دارند که جوانان شیعه را از راه اهل بیت خارج کرده و به طریق انجیل در آورند (مثلا رضا صفا می گوید آقای که ۱۷ شال اعتیاد شدید داشت و می گفت هر چه نام اهل بیت را صدا کردم جوابی نشنیدم ولی زمانی که نام مسیح را بردم رهایی یافتم) در صدد کم رنگ کردن اعتقادات مردم هستند که ما را هر چه بیشتر به ضرورت بررسی این شبکه ها و اقدامات لازم برای جلوگیری از آن وا می دارد. و اما سابقه این بحث: به صورت پراکنده تحقیقات و رصد هایی توسط صدا و سیما و ارگان های اطلاعاتی و امنیتی انجام شده است که بیشتر به جنبه های سیاسی نگاه شده است و یا اینکه بیشتر در زمینه آسیب شناسی شبکه های ماهواره ای که در صدد بی نظمی های اخلاقی و ترویج فرهنگ بی بند و باری است پرداخته است و در میان مقالات نگاه کاربردی به جهت پیشرفت شبکه های شیعی جهت ترویج فرهنگ ناب اسلامی کمتر احساس می شود. البته در این میان مقالاتی نوشته شده است که برخی را ذکر می کنم.

شیوه های تبلیغ در شبکه های ماهواره ای (احمد شاکر نژاد - مجله پیام-۱۳۸۹)

تبشیر مسیحی، خروج از سنت و سیره حضرت عیسی (مرتضی صانعی- معرفت ادیان-۱۳۹۰)

آسیب شناسی وسایل ارتباطی نوین (حامد حاجی حیدری- نقد کتاب اطلاع رسانی و ارتباطات- ۱۳۹۴)

رسانه های جمعی جهانی و هویت دینی (جوادی یگانه، محمد رضا؛ عزیزی، جلیل؛ انصاری، محمد رضا؛- جامعه شناسی نهادهای اجتماعی-۱۳۹۲)

شبکه های ماهواره ای فارسی زبان و هویت ملی و اسلامی جوانان (نیک ملکی، محمد؛ مجیدی، حسن؛- مطالعات ملی-۱۳۹۲)

ابزارهای جنگ نرم (لطیفی پاکده، لطفعلی؛- مطالعات فرهنگی و ارتباطات-۱۳۹۰)

### فرضیه های تحقیق

- ۱- شبکه های اونجلیستی اساساً ماهیتی ضد دین ندارند و به دنبال جذب مخاطب و همچنین تثبیت دین در میان نوکیشان و جوانان هستند
- ۲- شبکه های اونجلیستی با استفاده از تکنیک های روانشناختانه شیوه های جدیدی را برای ایجاد جذابیت در برنامه ها بکار می بندند این شبکه ها در بیان و تحقق اهداف خود از شیوه های جدید علمی برطبق مقتضیات زمان و مکان بهره برده و حتی از حیث روانشناختی در ازتباطات دارای الگو و مدل هستند

### هدف تحقیق

- در این تحقیق لزوماً هدف برخورد نیست بلکه اهداف ما عبارتند از :
- ۱- شناخت الگوهای تبشیری موثر
  - ۲- استفاده از الگوهای علمی و پیشرفت و مقایسه های آن با شبکه های تبلیغی شیعی
  - ۳- ارائه الگوهای مناسب و استفاده از فرصت ها و دفع تمهیداتی که فراروی شبکه های شیعه وجود دارد.
  - ۴- ارائه راه کارهای مناسب به جهت بی اثر ساختن اقدامات تبشیری در مسیر دین مبین اسلام.
  - ۵- افزایش جذابیت در تولید برنامه شبکه های شیعی (دستیابی به مدل ها و راههای نوین برای تبلیغات شیعی)

### جنبه جدید بودن و نوآوری تحقیق

- ۱- نگاه توصیفی به شبکه های اونجلیستی که دارای ماهیتی صد در صد دینی هستند.
- ۲- نگاه تطبیقی بین شبکه های اونجلیستی و شیعی و کشف نقاط قوت و ضعف هر یک از آنها
- ۳- بررسی شبکه های اونجلیستی از جنبه های تاثیر گذاری دینی بر مخاطبانش

## مفاهیم

### تعریف و تاریخچه ماهواره

از زمان خلقت بشر این آفریده خداوند به مدد استعداد های خداوندی همواره و در همه حال رویه ای رو به پیشرفت داشته است از انسان های بدوی که از سنگ و چوب برای خود اسلحه و ظروف ساختند و از برگ درختان برای خود پوشش تا برسد به زمان حاضر که شاید تصور اینکه روزی آن بوده و اینک این کمی دشوار باشد به هر حال بشر هر روز به واسطه احساس نیاز، دست به اکتشافاتی می زند که به راحتی انسانها کمکی کرده باشد از اختراع برق گرفته تا وسیله ای برای رفتن به فضا، یکی از این وسایل که هر روز بشر شاهد پیشرفت آن هست ماهواره است، که دارای فوائد بیشماری در زندگی روزمره بشر هست از وسیله ای به عنوان دستگاهی برای ارتباط با سایرین به عنوان ابزار مخابراتی گرفته تا رصد محیط پیرامونی امروزه برای اینکه بینند به اتفاقی برای این کره خاکی می افتد و چه تغییراتی از جمله جغرافیایی یا هواشناسی در آن می افتد از ماهواره های بخصوصی استفاده می شود شاید برای ما وقتی لفظ ماهواره استعمال می شود فوراً ذهنمان به یک دیش و متعلقات آن خطور نماید حال اینکه ماهواره استفاده های زیادی دارد که یکی از آنها ارسال فایل های تصویری و در نتیجه آن دیدن شبکه های تلویزیونی است.

شاید یکی از مهم ترین کاربردهای این روزهای ما استفاده از این ابزار استراتژیک به عنوان سلاحی برای غلبه بر عقائد و طرز تفکر جامعه بشری باشد، پخش برنامه هایی با هدف مشخص بر روی اندیشه ها و اثر بخشی آن برای رسیدن به اهداف افراد خاص که هر کدام برای رسیدن به منفعتی به دنبال جذب مخاطب هستند در این میان هستند کسانی که هزینه های فراوانی را متحمل می شوند تا بتوانند بر تعداد همکیشان خود بیفزایند یا فقط برای دفع شبهات معاندین خود از این وسیله استفاده برند.

اما آنچه به وضوح و روشنی می شود در جامعه مدنی از شیوه پوشش گرفته تا شیوه زندگی افراد آن را مشاهده کرد آن است جدای از بحث جذب مخاطب دینی تاثیر این وسیله مهم در جامعه مدنی ما کاملا مشهود است و کسی را منکر این امر نمی دانیم از طرز پوشش جوانان گرفته تا آداب اجتماعی و حتی اقتصادی آن، برای ما در این پژوهش آنچه مهم است و مراد ما را حاصل می کند این است که بتوانیم بعد از بحث در مورد شبکه های مسیحی راهی روشن و کاربردی برای استفاده هر چه بهتر از این وسیله بیابیم.

ماهواره<sup>۱</sup> دستگاه هایی که ساخت بشر است و برای ارضای کنجکاوی خود اختراع نموده است و آن را به فضا پرتاب نموده است.

نخستین ماهواره فضایی جهان اسپوتنیک-۱) به معنی همسفر-۱ به زبان روسی (بود که در تاریخ ۱۲ مهر ۱۳۳۶) ۴ اکتبر ۱۹۵۷ (به مدار زمین پرتاب شد. پرتاب اسپوتنیک-۱ به مدار زمین آغازگر عصر فضا و مسابقه فضایی شد. از آن زمان، حدود ۶۶۰۰ ماهواره بیش از ۴۰ کشور به وسیله ۱۰ ملت به فضا پرتاب شده اند. بنا بر تخمینی مربوط به ۲۰۱۳، ۳۶۰۰ تا در مدار باقی مانده اند. از این تعداد حدود ۱۰۰۰ تا فعال بوده اند؛ مابقی، عمر مفیدشان را پشت سر گذاشته و به زباله های فضایی تبدیل شده اند. تقریباً ۵۰۰ ماهواره عملیاتی در مدار زمین-پایین هستند؛ ۵۰ تا در مدار زمین-متوسط (در ۲۰۰۰۰ km) ، و بقیه در مدار زمین-ثابت هستند (در ۳۶۰۰۰ km) تعداد کمی ماهواره بزرگ در قطعات جداگانه پرتاب و در مدار به هم متصل شده اند. بالغ بر یک دوجین سفینه کاوشگر در مدارات سایر اجرام قرار داده شده و تبدیل به ماهواره های مصنوعی ماه، تیر، ناهید، مریخ، برجیس (سیاره)، کیوان، تعدادی سیارک، و خورشید گشته اند.<sup>۲</sup>

## ۱ Satellite

۲. زمین زیر سایه ماهواره - تهران فرات چاپ ۱۳۸۵ - محمد حسن نیا، مجتبی سرادقی [www.persianpersia.com](http://www.persianpersia.com)

## انواع ماهواره

### ماهواره ضد سلاح (Anti-weapon satellite)

ماهواره ضد سلاح، که بعضی مواقع ماهواره‌های کشنده نیز خوانده می‌شوند، ماهواره‌هایی هستند که برای خراب کردن ماهواره‌های دشمن و دیگر سلاح‌های مداری و اهداف دیگر طراحی شده‌اند؛ که آمریکا) در حال تحقیق و توسعه) و روسیه، از این نوع ماهواره‌ها، در اختیار دارند.

### ماهواره‌های ستاره‌شناختی (Astronomical satellites)

ماهواره‌های ستاره‌شناختی که برای مشاهده فاصله سیاره‌ها و کهکشان‌ها و دیگر اشیای خارجی فضا، استفاده می‌شود.

### ماهواره‌های زیستی (Biomedical satellites)

ماهواره‌های زیستی، ماهواره‌هایی هستند که برای حمل ارگانسیم‌های زنده، طراحی شده‌اند. عموماً برای آزمایش‌های علمی استفاده می‌شوند.

### ماهواره‌های مخابراتی (Telecommunications satellites)

ماهواره‌های مخابراتی، ماهواره‌هایی هستند که برای اهداف ارتباط راه دور، در فضا قرار گرفته‌اند. ماهواره‌های مخابراتی مدرن، نوعاً از مدارهای زمین‌همگام، مولنیا (Molniya) و پایین‌زمینی استفاده می‌کنند.

### ماهواره‌های مینیاتوری (Miniaturized satellites)

ماهواره‌های مینیاتوری، ماهواره‌هایی هستند که دارای وزن کم و سایز کوچک، به طور غیرعادی می‌باشند. طبقه‌بندی جدیدی که برای گروه بندی این ماهواره‌ها استفاده می‌شود، عبارت است از:

- ماهواره‌های کوچک (۲۰۰-۵۰۰ کیلوگرم)
- ماهواره‌های میکرو (زیر ۲۰۰ کیلوگرم)