

# نقاط عطف در پژوهش‌های ارتباط جمعی

## «تأثیرات رسانه‌ها»

[درس‌نامه‌ی زمینه‌های علم ارتباطات]

(ویراست سوم)

تألیف:

پروفسور شرون ای. لاونری

پروفسور ملوین ال. دی‌فلور

ترجمه:

محمد گذرآبادی

زیر نظر، با مقدمه و ویراستاری

دکتر غلامرضا آذری

(استادیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)



شماره ۵۰

سرشناسه : لاوری، شارون Lowery, Sharon

عنوان و نام پدیدآور : نقاط عطف در پژوهش‌های ارتباط جمعی (تأثیرات رسانه‌ها) درس‌نامه‌ای زمینه‌های علم ارتباطات/تالیف شرون‌ای. لاوئری، ملوین‌ال. دی‌فلور؛ ترجمه‌ی محمد گذرآبادی؛ زیر نظر با مقدمه و ویراستاری غلامرضا آذری.

مشخصات نشر : تهران: دانژه، ۱۳۸۹.

مشخصات ظاهری : ۶۹۶ ص.؛ نمودار

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۱۰-۷۴-۴

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

یادداشت : عنوان اصلی : Milestones in mass communication research : media effects, 3rd ed

یادداشت : واژه‌نامه.

یادداشت : کتابخانه.

موضوع : رسانه‌های گروهی

موضوع : جامعه نودم‌وار

شناسه افزوده : دفلور، ملوین لازنس، ۱۹۲۳ - م.

شناسه افزوده : De Fleur, Melvin Lawrence

شناسه افزوده : گذرآبادی، محمد، ۱۳۴۵ - مترجم

شناسه افزوده : آذری، غلامرضا، ۱۳۵۰ - مترجم

رده بندی کنگره : ۱۳۸۹ ۷۲/۶-۱۲۷ HM۱۲

رده بندی دیویی : ۳۰۷/۲۳

شماره کتابشناسی ملی : ۲۱۱۴۱۳۷

|                                                              |
|--------------------------------------------------------------|
| عنوان: نقاط عطف در پژوهش‌های ارتباط جمعی «تأثیرات رسانه‌ها»  |
| نویسنده: پروفسور شرون ای. لاوئری - پروفسور ملوین ال. دی‌فلور |
| مترجم: محمد گذرآبادی                                         |
| زیر نظر: با مقدمه و ویراستاری: دکتر غلامرضا آذری             |
| استادیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی  |
| صفحه‌آرا: گروه گرافیکی آرشا                                  |
| ناشر: دانژه                                                  |
| لیتوگرافی، چاپ و صحافی: طیف‌نگار                             |
| شمارگان: ۱۱۰۰ نسخه / قطع: وزیری                              |
| قیمت: ۱۷۵۰۰ تومان                                            |
| نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۳۹۰                                     |
| شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۱۰-۷۴-۴                                      |

این اثر مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

تهران: خیابان استاد مطهری - خیابان سلیمان خاطر (امیرتابک)، کوچه اسلامی، شماره ۴/۲

کد پستی: ۱۵۷۸۶۳۵۸۱۱ صندوق پستی: ۴۱۴۶-۱۴۱۵۵ تلفن: ۸۸۸۴۶۱۴۸ - ۸۸۸۴۷۵۴۳ تلفکس: ۸۸۸۱۲۰۸۳

فروش اینترنتی و آشنایی با نشر دانژه در: [www.iketab.com](http://www.iketab.com)

[danjehpub@hotmail.com](mailto:danjehpub@hotmail.com)

[www.danjehpub.com](http://www.danjehpub.com)

## فهرست

| عنوان                                                            | صفحه |
|------------------------------------------------------------------|------|
| - مقدمه‌ی ویراستار [دکتر غلامرضا آذری]                           | ۱۷   |
| - پیش‌گفتار نویسندگان                                            | ۷۷   |
| - دیباچه                                                         | ۸۳   |
| <b>۱. پژوهش به عنوان مبنایی برای درک ارتباط جمعی</b>             |      |
| نقاط عطف چگونه انتخاب شدند؟                                      | ۹۲   |
| پیشرفت نامنظم پژوهش‌های ارتباط جمعی                              | ۹۵   |
| مفهوم سازی جامعه‌ی توده‌وار                                      | ۹۷   |
| روندهای اصلی                                                     | ۹۸   |
| صنعتی شدن                                                        | ۹۹   |
| شهرنشینی                                                         | ۱۰۲  |
| نوگرایی                                                          | ۱۰۴  |
| جامعه‌ی معاصر به مثابه جامعه‌ی توده‌وار                          | ۱۰۵  |
| نظریه‌ی گلوله‌ی جادویی به مثابه نقطه‌ی آغازین                    | ۱۰۷  |
| تکامل ابزار پژوهش                                                | ۱۱۰  |
| بنیان‌های منطقی پژوهش در ارتباطات                                | ۱۱۰  |
| روش‌های کمی                                                      | ۱۱۱  |
| آغاز پژوهش                                                       | ۱۱۴  |
| یادداشت‌ها و منابع                                               | ۱۱۶  |
| <b>۲. مطالعات بنیاد پاین: تأثیرات فیلم‌های سینمایی بر کودکان</b> |      |
| مطالعات بنیاد پاین در یک نگاه                                    | ۱۲۳  |
| مخاطب و محتوای فیلم‌ها                                           | ۱۲۴  |
| کسب اطلاعات                                                      | ۱۲۵  |
| تغییر نگرش                                                       | ۱۲۶  |
| تحریک هیجان‌ها                                                   | ۱۲۶  |

## ۶ نقاط عطف در پژوهش‌های ارتباط جمعی: تأثیرات رسانه‌ها

|     |                                                                |
|-----|----------------------------------------------------------------|
| ۱۲۷ | آسیب‌زدن به سلامتی .....                                       |
| ۱۲۷ | تضعیف معیارهای اخلاقی .....                                    |
| ۱۲۸ | تأثیر بر رفتار .....                                           |
| ۱۳۰ | مطالعات مربوط به نگرش‌های اجتماعی، رفتار عمومی و بزهکاری ..... |
| ۱۳۰ | فیلم‌های سینمایی و نگرش‌های اجتماعی کودکان .....               |
| ۱۳۱ | تأثیر تماشای یک فیلم .....                                     |
| ۱۳۶ | فیلم‌ها و رفتار .....                                          |
| ۱۴۶ | نتایج و پیامدها .....                                          |
| ۱۴۷ | یادداشت‌ها و منابع .....                                       |

## ۳. حمله‌ی مریخی‌ها: هراس‌رادیویی در آمریکا

|     |                                  |
|-----|----------------------------------|
| ۱۵۵ | میرکوری تیاتر و جنگ دنیاها ..... |
| ۱۵۶ | آغاز برنامه .....                |
| ۱۶۱ | وحشت .....                       |
| ۱۶۳ | پژوهش .....                      |
| ۱۶۴ | روش‌های پژوهش .....              |
| ۱۶۶ | یافته‌های پژوهش .....            |
| ۱۸۰ | نتایج و پیامدها .....            |
| ۱۸۴ | یادداشت‌ها و منابع .....         |

## ۴. انتخاب مردم: رسانه‌ها در یک یکنار سیاسی

|     |                                                            |
|-----|------------------------------------------------------------|
| ۱۹۱ | شبهه‌های پژوهش .....                                       |
| ۱۹۳ | إری کانتی: اوهایو .....                                    |
| ۱۹۴ | روش مصاحبه‌ی مکرر .....                                    |
| ۱۹۷ | یافته‌ها .....                                             |
| ۱۹۷ | ارزیابی مشارکت در انتخابات .....                           |
| ۲۰۳ | عوامل مؤثر بر رأی دهندگان در لحظه‌ی تصمیم‌گیری نهایی ..... |
| ۲۰۶ | تأثیرات اصلی تبلیغات رسانه‌ها .....                        |
| ۲۱۰ | الگوهای توجه به تبلیغات انتخاباتی .....                    |
| ۲۱۵ | نفوذ شخصی و جریان دو مرحله‌ای .....                        |
| ۲۱۷ | نتایج و پیامدها .....                                      |
| ۲۱۹ | یادداشت‌ها و منابع .....                                   |

۵. مخاطبان مجموعه‌های رادیویی روزانه: استفاده و رضامندی‌ها

|     |                                                             |
|-----|-------------------------------------------------------------|
| ۲۲۴ | ..... سرآغاز یک رشته‌ی دانشگاهی                             |
| ۲۲۶ | ..... دفتر پژوهش رادیو                                      |
| ۲۲۷ | ..... مقایسه‌ی شنوندگان و غیر شنوندگان                      |
| ۲۲۸ | ..... تعداد مخاطبان و میزان علاقه‌مندی آنها                 |
| ۲۲۹ | ..... پرسش‌هایی که راهنمای پژوهش بود                        |
| ۲۳۱ | ..... مشارکت اجتماعی                                        |
| ۲۳۲ | ..... دامنه‌ی علایق فکری                                    |
| ۲۳۷ | ..... توجه به رویدادهای جاری و امور عمومی                   |
| ۲۳۹ | ..... خصایص شخصیتی                                          |
| ۲۴۰ | ..... میزان علاقه‌مندی به شنیدن رادیو                       |
| ۲۴۲ | ..... استفاده و رضامندی‌هایی که به وسیله‌ی شنوندگان حاصل شد |
| ۲۴۳ | ..... تخلیه‌ی هیجانی                                        |
| ۲۴۴ | ..... تفکر آرزومندانه                                       |
| ۲۴۴ | ..... نصایح ارزشمند                                         |
| ۲۴۷ | ..... نتایج و پیامدها                                       |
| ۲۵۰ | ..... یادداشت‌ها و منابع                                    |

۶. مطالعه درباره‌ی بذر اصلاح شده‌ی ذرت در آیروا: پخش نوآوری

|     |                                                            |
|-----|------------------------------------------------------------|
| ۲۵۵ | ..... نوآوری‌ها به عنوان مبنای تحول اجتماعی                |
| ۲۶۰ | ..... نقش جامعه‌شناسی روستایی                              |
| ۲۶۴ | ..... انتشار بذر اصلاح شده‌ی ذرت در دو منطقه‌ی ایالت آیروا |
| ۲۶۵ | ..... هدف این مطالعه                                       |
| ۲۶۷ | ..... یافته‌ها                                             |
| ۲۷۱ | ..... پیامدها                                              |
| ۲۷۶ | ..... نتایج                                                |
| ۲۷۹ | ..... یادداشت‌ها و منابع                                   |

۷. آزمایش‌هایی با فیلم: افناع‌سازی سربازان آمریکایی در جنگ جهانی دوم

|     |                                 |
|-----|---------------------------------|
| ۲۸۴ | ..... کشور در جنگ               |
| ۲۸۵ | ..... تبدیل شهروندان به سربازان |

## ۸ نقاط عطف در پژوهش‌های ارتباط جمعی: تأثیرات رسانه‌ها

|     |                                                                |
|-----|----------------------------------------------------------------|
| ۲۸۶ | درس‌هایی که باید فراگرفته می‌شد: مجموعه فیلم‌های چرا می‌جنگیم؟ |
| ۲۹۰ | مروری بر مأموریت پژوهش                                         |
| ۲۹۲ | مطالعات ارزیابی فیلم                                           |
| ۲۹۳ | ارزیابی نبرد بریتانیا                                          |
| ۲۹۳ | روبه‌مای تجربی                                                 |
| ۲۹۵ | نتایج                                                          |
| ۲۹۹ | پیامدها                                                        |
| ۳۰۱ | دیگر مطالعات فیلم                                              |
| ۳۰۲ | ارزیابی مخاطبان از فیلم‌ها                                     |
| ۳۰۷ | روش‌های جایگزین                                                |
| ۳۱۰ | فیلم‌ها و توانایی ذهنی                                         |
| ۳۱۱ | اندازه‌گیری                                                    |
| ۳۱۲ | یادگیری مطالب واقعی                                            |
| ۳۱۳ | تغییر عقاید                                                    |
| ۳۱۳ | پیامدها                                                        |
| ۳۱۳ | مطالعات دیگر درباره‌ی اقناع                                    |
| ۳۱۴ | تأثیرات کوتاه مدت در برابر تأثیرات بلند مدت                    |
| ۳۱۶ | ارائه‌ی یک سوییچ بحث در برابر ارائه‌ی دو سوییچ و تأثیرات آنها  |
| ۳۱۸ | اقناع‌سازی با رادیو                                            |
| ۳۱۹ | نتایج آزمایش‌های رادیو                                         |
| ۳۲۱ | نتایج و پیامدها                                                |
| ۳۲۴ | یادداشت‌ها و منابع                                             |

## ۸. ارتباط و اقناع: در جستجوی کلیدهای سحرآمیز

|     |                                            |
|-----|--------------------------------------------|
| ۳۲۹ | برنامه‌ی پژوهش                             |
| ۳۳۱ | مفروضاتی درباره‌ی ماهیت تغییر عقیده و نگرش |
| ۳۳۳ | روش نظری                                   |
| ۳۳۴ | آزمایش‌ها و یافته‌های آنها                 |
| ۳۳۴ | خصایص برقرارکننده‌ی ارتباط [ارتباط‌گرو]    |
| ۳۳۹ | محتوا و ساختار پیام                        |
| ۳۴۰ | جاذبه‌های ترس                              |

|                                                        |                                                          |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| ۳۴۳                                                    | ..... سازمان پیام                                        |
| ۳۴۶                                                    | ..... مخاطب                                              |
| ۳۴۷                                                    | ..... تأثیرات عضویت در گروه                              |
| ۳۴۷                                                    | ..... [تأثیر] عوامل شخصیتی در افتخارپذیری                |
| ۳۵۱                                                    | ..... الگوهای پاسخ مخاطب                                 |
| ۳۵۱                                                    | ..... مشارکت فعال در برابر مشارکت منفعل                  |
| ۳۵۲                                                    | ..... دوام تغییر عقیده                                   |
| ۳۵۴                                                    | ..... نتایج و پیامدها                                    |
| ۳۵۹                                                    | ..... یادداشت‌ها و منابع                                 |
| <p><b>۹. نفوذ شخصی: جریان دو مرحله‌ای ارتباطات</b></p> |                                                          |
| ۳۶۶                                                    | ..... نقشی که مردم ایفا می‌کردند: نیاز به یک رویکرد تازه |
| ۳۶۷                                                    | ..... کشف دوباره‌ی گروه اولیه                            |
| ۳۶۹                                                    | ..... سهم پژوهش درباره‌ی گروه‌های کوچک                   |
| ۳۷۰                                                    | ..... گروه‌های کوچک و نظریه‌ی معنا                       |
| ۳۷۱                                                    | ..... ارزش‌ها و نقش مرجع                                 |
| ۳۷۲                                                    | ..... مطالعه‌ی دیکاتور درباره‌ی رهبران فکری              |
| ۳۷۴                                                    | ..... رویه‌های پژوهش                                     |
| ۳۷۴                                                    | ..... انتخاب محل پژوهش                                   |
| ۳۷۵                                                    | ..... گروه نمونه                                         |
| ۳۷۶                                                    | ..... مسئله‌ی تعریف کردن و مکان‌یابی نفوذ شخصی           |
| ۳۷۶                                                    | ..... رویکردهای جایگزین                                  |
| ۳۷۹                                                    | ..... رهبری فکری در برابر تأثیرات دیگر                   |
| ۳۸۰                                                    | ..... مشخصه‌های رهبران فکری                              |
| ۳۸۰                                                    | ..... موقعیت در چرخه‌ی زندگی                             |
| ۳۸۱                                                    | ..... موقعیت اجتماعی و اقتصادی                           |
| ۳۸۱                                                    | ..... تماس‌های اجتماعی                                   |
| ۳۸۳                                                    | ..... یافته‌ها                                           |
| ۳۸۳                                                    | ..... رهبران خرید                                        |
| ۳۸۳                                                    | ..... جریان افقی در رهبری خرید                           |
| ۳۸۵                                                    | ..... چرخه‌ی زندگی و رهبری خرید                          |

|     |                                                     |
|-----|-----------------------------------------------------|
| ۳۸۶ | گروه گرایی و خرید                                   |
| ۳۸۶ | رهبران مُد                                          |
| ۳۸۶ | مدها و موقعیت در چرخه‌ی زندگی                       |
| ۳۸۷ | گروه گرایی و رهبری مُد                              |
| ۳۸۸ | موقعیت اجتماعی و مُد                                |
| ۳۸۹ | رهبران مسائل عمومی                                  |
| ۳۸۹ | موقعیت اجتماعی و رهبری در زمینه‌ی مسائل عمومی       |
| ۳۹۰ | گروه گرایی و رهبری مسائل همگانی                     |
| ۳۹۱ | رهبران در زمینه‌ی انتخاب فیلم                       |
| ۳۹۲ | فرهنگ جوانان و رهبری در زمینه‌ی سینما               |
| ۳۹۲ | رهبری در زمینه‌ی سینما و گروه گرایی                 |
| ۳۹۲ | موقعیت اجتماعی اقتصادی و تأثیرگذاری در زمینه‌ی فیلم |
| ۳۹۳ | نتایج و پیامدها                                     |
| ۳۹۶ | یادداشت‌ها و منابع                                  |

#### ۱۰. طرح پژوهشی ریویز: اعلامیه به عنوان میانجی آخرین راه چاره

|     |                                        |
|-----|----------------------------------------|
| ۴۰۱ | اعلامیه به عنوان میانجی آخرین راه چاره |
| ۴۰۳ | طرح پژوهشی ریویز                       |
| ۴۰۶ | آزمایش روی شعار قهوه                   |
| ۴۰۷ | فعال کردن انتشار میان فردی             |
| ۴۱۰ | ردگیری مسیرهای اجتماعی                 |
| ۴۱۰ | الگوهای تحریف پیام                     |
| ۴۱۱ | هموارسازی                              |
| ۴۱۲ | شدت بخشی                               |
| ۴۱۳ | جذب                                    |
| ۴۱۵ | آزمایش تکرار                           |
| ۴۱۶ | شدت محرک در برابر پاسخ                 |
| ۴۱۸ | مطالعه‌ی مقدماتی                       |
| ۴۱۹ | بیان فرضیه به شکلی صوری                |
| ۴۲۱ | استخراج کردن معادله                    |

|     |                                    |
|-----|------------------------------------|
| ۴۲۳ | ..... روندهای تجربی                |
| ۴۲۶ | ..... فرضیه‌ها در برابر داده‌ها    |
| ۴۲۸ | ..... انتشار پیام و ساختار اجتماعی |
| ۴۳۰ | ..... نتایج و پیامدها              |
| ۴۳۳ | ..... یادداشت‌ها و منابع           |

# ۱۱. تلویزیون در زندگی کودکان ما: سال‌های آغازین

|     |                                                       |
|-----|-------------------------------------------------------|
| ۴۴۰ | ..... برنامه‌ی پژوهش                                  |
| ۴۴۱ | ..... طراحی پژوهش و روش‌شناسی                         |
| ۴۴۱ | ..... مطالعه‌ی یکم: سانفرانسیسکو، ۱۹۵۸-۱۹۵۹           |
| ۴۴۲ | ..... مطالعه‌ی دوم: سانفرانسیسکو، ۱۹۵۸                |
| ۴۴۲ | ..... مطالعات سوم تا هفتم: اجتماعات راکی مانتین، ۱۹۵۹ |
| ۴۴۲ | ..... مطالعات هشتم تا نهم: کانادا، ۱۹۵۹               |
| ۴۴۳ | ..... مطالعه‌ی دهم: حومه‌ی شهرهای آمریکا              |
| ۴۴۳ | ..... مطالعه‌ی یازدهم: دنور، ۱۹۶۰                     |
| ۴۴۴ | ..... کارکردهای تلویزیون                              |
| ۴۴۴ | ..... سرگرمی                                          |
| ۴۴۴ | ..... اطلاعات                                         |
| ۴۴۵ | ..... فایده‌ی اجتماعی                                 |
| ۴۴۶ | ..... محتوای تخیلی                                    |
| ۴۴۶ | ..... محتوای واقعی                                    |
| ۴۴۷ | ..... یافته‌ها                                        |
| ۴۴۷ | ..... زمان و نحوه‌ی استفاده‌ی کودکان از تلویزیون      |
| ۴۵۱ | ..... چیزهایی که بچه‌ها تماشا می‌کردند                |
| ۴۵۳ | ..... پیش‌بینی سلیقه‌ی کودکان در برنامه‌سازی          |
| ۴۵۵ | ..... نگرش کودکان به تلویزیون                         |
| ۴۵۶ | ..... آموزش اتفاقی از تلویزیون                        |
| ۴۵۸ | ..... هنجارهای اجتماعی و روابط اجتماعی                |
| ۴۵۹ | ..... اهمیت هنجارهای اجتماعی                          |
| ۴۶۰ | ..... تلویزیون و روابط اجتماعی                        |
| ۴۶۰ | ..... تأثیرات تلویزیون                                |

|     |                    |
|-----|--------------------|
| ۴۶۴ | تأثیرات فیزیکی     |
| ۴۶۵ | تأثیرات شناختی     |
| ۴۶۶ | تأثیرات رفتاری     |
| ۴۶۷ | نتایج و پیامدها    |
| ۴۷۱ | یادداشت‌ها و منابع |

## ۱۲. کارکرد برجسته‌سازی مطبوعات: درباره‌ی چه فکر کنیم؟

|     |                                                   |
|-----|---------------------------------------------------|
| ۴۷۸ | پیش روی فرضیه                                     |
| ۴۷۹ | مطالعه‌ی اکتشافی                                  |
| ۴۸۰ | تصحیح فرضیه                                       |
| ۴۸۲ | مطالعه‌ی شارلوت                                   |
| ۴۸۳ | هدف‌های پژوهش                                     |
| ۴۸۳ | تعریف مفهوم                                       |
| ۴۸۴ | منابع اطلاعات برای موضوعات مورد توجه افراد        |
| ۴۸۴ | ترتیب زمانی به مثابه یک متغیر مهم                 |
| ۴۸۴ | خصایص شخصیتی رأی دهندگان                          |
| ۴۸۵ | سیاست و برجسته‌سازی                               |
| ۴۸۵ | مکان پژوهش                                        |
| ۴۸۶ | طرح پائل و گروه نمونه                             |
| ۴۸۸ | یافته‌ها                                          |
| ۴۸۸ | هدف یکم: روشن کردن تعریف                          |
| ۴۹۴ | هدف دوم: منابع اطلاعات برای موضوعات مهم نزد افراد |
| ۴۹۹ | هدف سوم: ترتیب زمانی در فرایند برجسته‌سازی        |
| ۵۰۲ | هدف چهارم: خصایص شخصیتی و برجسته‌سازی             |
| ۵۰۴ | هدف پنجم: ارزیابی نقش سیاسی فرایند برجسته‌سازی    |
| ۵۰۷ | نتایج و پیامدها                                   |
| ۵۰۹ | یادداشت‌ها و منابع                                |

## ۱۳. خشونت و رسانه‌ها: سال‌های پر آشوب دهه‌ی شصت

|     |                            |
|-----|----------------------------|
| ۵۱۸ | گزارش گروه ویژه‌ی رسانه‌ها |
| ۵۱۸ | دورنمای مطالعه             |

|     |                                |
|-----|--------------------------------|
| ۵۱۹ | ..... رسانه‌های جمعی و اخبار   |
| ۵۲۱ | ..... یافته‌های پژوهش          |
| ۵۲۱ | ..... روش تحلیل محتوا          |
| ۵۲۲ | ..... وسعتِ خشونت              |
| ۵۲۴ | ..... کیفیتِ خشونت در تلویزیون |
| ۵۲۶ | ..... تفسیر تحلیل محتوایی      |
| ۵۲۸ | ..... پیمایش ملیِ کمیونِ خشونت |
| ۵۲۹ | ..... هنجارهای خشونت           |
| ۵۳۲ | ..... تجربه‌ی واقعیِ خشونت     |
| ۵۳۲ | ..... پرسش‌های مضروب           |
| ۵۳۲ | ..... پرسش‌های شاهد            |
| ۵۳۳ | ..... پرسش‌های ضارب            |
| ۵۳۴ | ..... عادات و ترجیحات رسانه‌یی |
| ۵۳۶ | ..... مقایسه‌ی دو دنیا         |
| ۵۳۷ | ..... نتایج و پیامدها          |
| ۵۴۳ | ..... یادداشت‌ها و منابع       |

#### ۱۴. گزارش عمومی جراحان: تلویزیون و رفتار اجتماعی

|     |                                                              |
|-----|--------------------------------------------------------------|
| ۵۵۰ | ..... مرور کلی بر گزارش‌های پژوهش                            |
| ۵۵۱ | ..... جلد یکم: محتوای رسانه‌ها و نحوه‌ی نظارت بر آنها        |
| ۵۵۳ | ..... مصاحبه با دست‌اندرکاران تلویزیون                       |
| ۵۵۵ | ..... مقایسه با کشورهای دیگر                                 |
| ۵۵۶ | ..... جلد دوم: تلویزیون و یادگیری اجتماعی                    |
| ۵۵۶ | ..... الگوبرداری و یادگیری مشاهده‌یی                         |
| ۵۵۸ | ..... مطالعات تجربی در زمینه‌ی پرخاش‌گری                     |
| ۵۶۱ | ..... جلد سوم: تلویزیون و پرخاش‌گری نوجوانان                 |
| ۵۶۲ | ..... استفاده‌ی نوجوانان از تلویزیون                         |
| ۵۶۳ | ..... پرخاش‌گری نوجوانان                                     |
| ۵۶۴ | ..... روابط موجود میان تماشا‌ی خشونت در تلویزیون و پرخاش‌گری |
| ۵۶۷ | ..... جلد چهارم: تلویزیون در زندگی روزمره                    |
| ۵۶۸ | ..... تماشا‌ی تلویزیون و سن                                  |

|     |                                   |
|-----|-----------------------------------|
| ۵۷۰ | الگوهای خانوادگی تماشای تلویزیون  |
| ۵۷۳ | جلد پنجم: تأثیرات تلویزیون        |
| ۵۷۵ | جلد خلاصه‌ی مطالب: تلویزیون و رشد |
| ۵۷۸ | موج انتقاد و پژوهش‌های سنا        |
| ۵۸۲ | نتایج و پیامدها                   |
| ۵۸۴ | یادداشت‌ها و منابع                |

### ۱۵. تلویزیون و رفتار: ده سال پیشرفت

|     |                                              |
|-----|----------------------------------------------|
| ۵۹۰ | طرح و تنظیم گزارش                            |
| ۵۹۳ | خشونت تلویزیونی به منزله‌ی علت برخاش‌گری     |
| ۵۹۴ | تاریخ بحث درباره‌ی خشونت                     |
| ۵۹۵ | شواهد بیشتر درباره‌ی تأثیرات خشونت تلویزیونی |
| ۶۰۰ | علت رابطه چیست؟                              |
| ۶۰۰ | یادگیری مشاهده‌یی                            |
| ۶۰۱ | تغییر نگرش‌ها                                |
| ۶۰۲ | فرایندهای تحریک و توجیه                      |
| ۶۰۳ | فقدان شواهد در تأیید فرایند پالایش           |
| ۶۰۴ | نتایج کلی درباره‌ی مبنای رابطه               |
| ۶۰۴ | رفتار موافق اجتماع                           |
| ۶۰۵ | نوع دوستی                                    |
| ۶۰۵ | دوستی                                        |
| ۶۰۶ | خویشن داری                                   |
| ۶۰۷ | غلبه بر ترس                                  |
| ۶۰۹ | جنبه‌های شناختی تلویزیون                     |
| ۶۱۰ | رشد شناختی                                   |
| ۶۱۲ | تأثیرات رمز گذاری                            |
| ۶۱۳ | تأثیرات دیگر بر افراد و جامعه                |
| ۶۱۴ | سلامتی                                       |
| ۶۱۴ | نحوه‌ی نمایش مسائل مرتبط با سلامتی           |
| ۶۲۰ | برنامه‌های ویژه‌ی بهداشت در تلویزیون         |

|     |                                                        |
|-----|--------------------------------------------------------|
| ۶۲۰ | ..... مطالعه‌ی استفورد درباره‌ی بیماری قلبی            |
| ۶۲۱ | ..... افراد مستقر در موسسات و مسائل بهداشتی            |
| ۶۲۱ | ..... خانواده و روابط میان فردی                        |
| ۶۲۲ | ..... تحلیل‌های محتوایی درباره‌ی خانواده‌های تلویزیونی |
| ۶۲۴ | ..... عقاید اجتماعی و رفتار اجتماعی                    |
| ۶۲۶ | ..... نژاد و قومیت                                     |
| ۶۲۷ | ..... پیری و سالخوردگی                                 |
| ۶۲۹ | ..... واکنش به آگهی‌های تلویزیونی                      |
| ۶۳۱ | ..... نتایج و پیامدها                                  |
| ۶۳۵ | ..... یادداشت‌ها و منابع                               |

#### ۱۶. درس‌های نقاط عطف

|     |                                                                          |
|-----|--------------------------------------------------------------------------|
| ۶۴۳ | ..... تگاهی به گذشته: مروری بر یافته‌های اصلی                            |
| ۶۴۳ | ..... خلاصه‌ای از یافته‌ها                                               |
| ۶۴۳ | ..... مطالعات بنیاد پابن: تأثیرات فیلم‌های سینمایی بر کودکان             |
| ۶۴۵ | ..... حمله‌ی مریخی‌ها: مراس رادیویی در آمریکا                            |
| ۶۴۷ | ..... انتخاب مردم: رسانه‌ها در یک پیکار سیاسی                            |
| ۶۴۸ | ..... مخاطبان مجموعه‌های رادیویی روزانه: استفاده و رضامندی‌ها            |
| ۶۴۸ | ..... مطالعه درباره‌ی بذر اصلاح شده‌ی ذرت در آیووا: پذیرش نوآوری‌ها      |
| ۶۴۹ | ..... آزمایش‌هایی با فیلم: اقتناع‌سازی سربازان آمریکایی در جنگ جهانی دوم |
| ۶۵۰ | ..... ارتباط و اقتناع: در جستجوی کلیدهای سحرآمیز                         |
| ۶۵۱ | ..... نفوذ شخصی: جریان دو مرحله‌یی ارتباطات                              |
| ۶۵۲ | ..... طرح پژوهشی ریور: اعلامیه به عنوان میانجی آخرین راه چاره            |
| ۶۵۴ | ..... تلویزیون در زندگی کودکان ما: سال‌های آغازین                        |
| ۶۵۵ | ..... کارکرد برجسته‌سازی مطبوعات: درباره‌ی چه فکر کنیم؟                  |
| ۶۵۷ | ..... خشونت و رسانه‌ها: سال‌های پر آشوب دهه‌ی شصت                        |
| ۶۵۸ | ..... گزارش عمومی جراحان: تلویزیون و رفتار اجتماعی                       |
| ۶۶۰ | ..... تلویزیون و رفتار: ده سال پیشرفت                                    |
| ۶۶۲ | ..... تبیین ارتباط جمعی در یک بافت متغیر                                 |
| ۶۶۲ | ..... اهمیت مطالعات پیشرو                                                |
| ۶۶۳ | ..... مسائل موجود درباره‌ی تعمیم‌های خاص تجربی                           |

|     |                                                   |
|-----|---------------------------------------------------|
| ۶۶۷ | ارائه‌ی نظریه‌های متمرکز .....                    |
| ۶۷۰ | نظریه‌های متمرکزی که وامدار نقاط عطف هستند! ..... |
| ۶۷۰ | مرکز نظریه‌ی گلوله‌ی جادویی .....                 |
| ۶۷۱ | نظریه‌ی استفاده و رضامندی‌ها .....                |
| ۶۷۱ | نظریه‌ی برجسته‌سازی .....                         |
| ۶۷۲ | نظریه‌ی پذیرش نوآوری‌ها .....                     |
| ۶۷۳ | جریان دو مرحله‌ی و انتشار اطلاعات .....           |
| ۶۷۳ | نظریه‌ی تأثیرات محدود و گزینشی .....              |
| ۶۷۴ | نظریه‌ی الگوبرداری .....                          |
| ۶۷۴ | نظریه‌ی انتظارات اجتماعی .....                    |
| ۶۷۵ | نظریه‌ی معنا درباره‌ی بازتابی‌های رسانه‌یی .....  |
| ۶۷۶ | نظریه‌ی پرورش .....                               |
| ۶۷۶ | یادداشت‌ها و منابع .....                          |
| ۶۷۷ | پیوست‌ها .....                                    |
| ۶۷۸ | واژه‌نما .....                                    |
| ۶۸۱ | موضوع‌نما .....                                   |
| ۶۸۵ | نام‌نما .....                                     |
| ۶۸۷ | جای‌نما .....                                     |
| ۶۸۹ | درباره‌ی نویسندگان .....                          |
| ۶۹۱ | درباره‌ی مترجم .....                              |
| ۶۹۱ | درباره‌ی ویراستار .....                           |

## مقدمه‌ی ویراستار

دکتر غلامرضا آذری\*

### کاوشی تاریخی در گذشته، حال و آینده‌ی نظریه و پژوهش در «علم ارتباطات»

مطالعه‌ی ارتباطات جمعی و رسانه‌ها پس از ابعاد پررمز و راز ارتباطات انسانی، دومین حوزه‌ی است که پژوهش‌گرانی بی‌شماری را از رشته‌های گوناگون نظیر روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، سیاست، تاریخ، انسان‌شناسی فرهنگی و اجتماعی، ادبیات، زبان‌شناسی، نشانه‌شناسی، معنی‌شناسی و سایر زمینه‌های وابسته به سوی خود کشانده است و هر کدام را بر آن داشته تا با رویکرد خاص خود به طرح پرسش‌ها و یافتن پاسخ‌ها در این قلمرو بپردازند. پژوهش در شکل و محتوای رسانه‌ها که اغلب نشان‌گر میراث فکری بنیان‌گذاران و پیش‌گامان علوم اجتماعی و انسانی است با تمرکز بر سلسله‌ی سنت‌های روش‌شناسی و ارائه‌ی نظریه‌های ارتباطی کاربردی به تداوم و حیات خویش معنا می‌بخشد، و در این رهگذر رویکردها و پارادایم‌های غالب را بی‌هیچ ادعایی و اغلب به منزله‌ی «رهنمود» بر می‌گزیند و به کار می‌بندد. امروزه برخی از این رویکردها و پارادایم‌ها به شرح ذیل‌اند:

۱. رسانه‌ها، فرهنگ، جامعه‌ی توده‌وار و گونه‌های کارکرد گرایشی ....
۲. تأثیرات رسانه‌ها: انواع و کاربردهای عینی ...
۳. اقتصاد سیاسی رسانه‌ها: مکاتب و نحله‌های فکری و روشی ....
۴. رسانه‌ها، ارتباط میان فرهنگی و حوزه‌ی عمومی ....
۵. رسانه‌ها، مصرف، سبک زندگی و گرایش‌های کنونی مطالعات فرهنگی ....

---

\* محقق و مترجم حوزه‌ی علوم ارتباطات اجتماعی، استادیار و عضو هیئت علمی تمام وقت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی [گروه علوم ارتباطات].

۶. رسانه‌ها و سلطه‌ی فرهنگی: ماهیت روندهای چاپ و تصویر ...

۷. رسانه‌ها و مخاطب پژوهی: پندارها و گونه‌ها

اگر نگوییم همه‌ی موارد را طرح کردیم، باید اذعان داریم که اکثر موارد فوق در چارچوب مطالعه‌ی نظام‌مند رسانه‌ها و مسایل ارتباطی امروز می‌گنجند. اما، آنچه بیش از پیش مهم می‌نماید توجه به بسترهای تاریخی، نظری و عملی رویکردها و پارادایم‌های حاضر است که به نظر هر ارتباط پژوه و تحلیل‌گر رسانه‌یی که به ظریف‌ترین نگرش‌ها و نکته‌ها در این راه دقت دارد، ارزشمند بوده و دارای قدر و منزلت بررسی و واکاوی‌های گوناگون است. مقدمه‌یی که اکنون با آغاز آن روبه‌رو می‌شوید به همین منظور به نگارش درآمده تا پس از معرفی اجمالی این حوزه، ابعاد تاریخی کارکرد دیرین، حال و آینده‌ی نظریه و پژوهش را در «علم ارتباطات» به بحث و چالش بگذارد. بنابراین، محتوای این دیباچه، به دو بخش تقسیم می‌شود:

#### ۱. ریشه‌های تاریخی پژوهش در ارتباطات جمعی

##### ۲. حال و آینده‌ی نظریه‌های ارتباطات (انسانی - جمعی)

امیدوارم که این جستار سرآغاز راهی نو برای رسیدن به تأمل و تعمق بیشتر در این مسیر باشد. در پایان، سعی می‌شود تا چارچوب متن، محتوا و برخی از فصول کتاب برای خوانندگان فرزانه و علاقه‌مند تشریح و توصیف شود.

#### ۱. ریشه‌های تاریخی پژوهش در ارتباطات جمعی

##### اشاره

این بخش با رویکرد «تاریخ‌گرایی»<sup>۱</sup> به تحلیل توصیفی تحقیق در «ارتباطات جمعی»<sup>۲</sup> و پیامدهای اجتماعی آن می‌پردازد. هدف اصلی در آمد حاضر، ارائه‌ی چشم‌اندازهای علمی، کاربردی این حوزه، و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری اندیشمندان ارتباطی نسبت به حوزه‌ی ارتباطات است. از نظر نگارنده، یادسپاری سرگذشت‌های آموزنده‌ی ارتباطات جمعی، ما را بر آن می‌دارد تا پیرامون این حوزه‌ی علمی، قدرشناسانه‌تر بیندیشیم، صبورانه‌تر تصمیم بگیریم، و روشن‌گرایانه‌تر قضاوت کنیم. در دو دهه‌ی اخیر، شاهد پیدایی و تحول فناوری‌های نوین ارتباطی

بوده‌ایم که تمامی فراز و فرودهای آن، مرهون اندیشه‌ها و آراء، نظریه‌های نخبگان و روشنفکرانی بوده که در بستر «مطالعات ارتباطی»<sup>۱</sup> و مرز «واقع‌گرایی عقلانی»<sup>۲</sup>، به آن معنا و مفهوم داده‌اند. آگاهی از ریشه‌های تاریخی پژوهش در ارتباطات جمعی و آشنایی با زمینه‌های شکل‌گیری تفکر بنیان‌گذاران روش شناس این حوزه، برای هر پژوهنده‌ای ضروری است. این بخش ساختار معنایی و تحلیلی خود را بر بنیان‌های مفهومی پنج کلید واژه‌ی «آیین»<sup>۳</sup>، «سرمشق»<sup>۴</sup>، «رویکرد»<sup>۵</sup>، «الگو»<sup>۶</sup> و «روش»<sup>۷</sup> بنا می‌کند. سیر تدریجی نظریه‌های ارتباطی برآمده از «رسانه پژوهی»<sup>۸</sup> را به طور کامل و مبسوط در چهار دوره‌ی رشد، توسعه، گذار و جدید، مطمح نظر قرار می‌دهد. مکاتب ارتباطی، علمی، انتقادی برجسته را با توجه به جنبه‌های مزایا و معایب و میزان جهت‌دهی «پژوهش‌های ارتباطی»<sup>۹</sup> از نظر می‌گذرانند. و سرانجام، به چهره‌های برتر این عرصه و معرفی نقش اثر بخش آنان، در هر دوره، می‌پردازد. در پایان این بخش نویسنده با توجه به تفسیرهای نظری مُتَقَن، به این نتیجه می‌رسد که پیش شرط اساسی درک ارتباطات جمعی، کاویدن دقیق ریشه‌های تاریخی، در هر دوره است.