

دانشنامه بین المللی ارتباطات

(جلد اول)

ویراستار انگلیسی

ولفگانگ دُنزباخ

ویراستاران فارسی

حسن بشیر

مسعود کوثری

مترجمان:

غلامرضا آذری - مصطفی احمدزاده - حسینعلی افخمی

حسین حسینی - کاووس سیدامامی - مسعود کوثری

انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)
تهران: بزرگراه شهید چمران،
پل مدیریت
تلفکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲
صندوق پستی ۱۵۹-۱۴۶۵۵
E-mail: isu.press@yahoo.com



دانشگاه امام صادق (ع)

دانشنامه بین‌المللی ارتباطات (جلد اول) ■ ویراستار انگلیسی: ولفگانگ دونزباخ ■ ویراستاران فارسی: دکتر مسعود کوثری - دکتر حسن بشیر ■ ناشر: دانشگاه امام صادق (ع) ■ ویراستار ادبی: روح‌الله فیض‌اللهی
چاپ اول: ۱۳۹۰ ■ قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال ■ شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه ■ چاپ و صحافی: زلال کوثر
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۰۷۱-۵

همه حقوق محفوظ و متعلق به ناشر است.

این اثر ترجمه‌ای است از:

Wolfgang Donsbach, The International Encyclopedia of Communication, Blackwell, 2008, Vol. 1.

مترجمان: دونزباخ، ولفگانگ، ۱۹۴۹ - م.

Donsbach, Wolfgang

عنوان و نام پدیدآور: دانشنامه بین‌المللی ارتباطات / ولفگانگ دونزباخ: مترجمان غلامرضا آذری... [و دیگران]؛ ویراستاران مسعود

کوثری، حسن بشیر.

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری: ۷۵۶ ص.

شابک: ۱۵۰۰۰ ریال: ۵-۷۱-۲۱۴-۰۷۱-۵-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

The international encyclopedia of communication. یادداشت: عنوان اصلی.

یادداشت: مترجمان غلامرضا آذری، مصطفی احمدزاده، حسینعلی افخمی، حسین جانی، کاووس سیدامامی، مسعود کوثری.

موضوع: ارتباطات — دایره‌المعارفها

شماره افزوده: آذری، غلامرضا، ۱۳۵۰ - مترجم

شماره افزوده: بشیر، حسن، ۱۳۳۳ -

شماره افزوده: کوثری، مسعود، ۱۳۳۳ -

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۰ د۵/۸۷/۲

رده بندی دیویی: ۲۰۳/۳۰۲

شماره کتابشناسی ملی: ۹۶۲۰۵۳۲

فهرست مطالب

۲۱	سخن ناشر
۲۳	فهرست عناوین مدخل های جلد های دانشنامه
۲۵	مدخل های دانشنامه بر اساس موضوع
۲۵	ارتباطات به منزله یک حوزه و رشته علمی
۲۶	حقوق و سیاست گذاری ارتباطی و رسانه ای
۲۶	ارتباطات و تغییر اجتماعی / رفتاری
۲۷	ارتباطات و فناوری
۲۸	نظریه ارتباطات و فلسفه
۲۸	ارتباطات توسعه
۲۹	ارتباطات رشد
۲۹	در معرض محتوای ارتباطات قرار گرفتن
۳۰	مطالعات فمینیستی و جنسیت
۳۱	پردازش اطلاعات و شناخت ها
۳۱	ارتباطات تعلیمی / آموزشی
۳۲	ارتباطات بین فرهنگی و بین شخصی
۳۳	ارتباطات بین الملل
۳۳	ارتباطات بین شخصی
۳۴	روزنامه نگاری
۳۵	زبان و تعامل اجتماعی
۳۵	اقتصاد رسانه
۳۶	آثار رسانه ای

۳۷	تاریخ رسانه
۳۷	تولید رسانه‌ای و محتوا
۳۸	نظام‌های رسانه‌ای در جهان
۳۹	ارتباطات سازمانی
۳۹	ارتباطات سیاسی
۴۰	ارتباطات مردم‌پسند
۴۰	ادراک واقعیت از طریق رسانه‌ها
۴۱	روش‌های تحقیق
۴۲	مطالعات بلاغی
۴۲	ارتباطات استراتژیک، روابط عمومی، آگهی تبلیغاتی
۴۳	ارتباطات بصری
۴۵	سروراستاران و همکاران
۱۳۱	مقدمه ویراستاران فارسی
۱۳۵	مقدمه: چالش‌های این دانشنامه
۱۳۶	چالش ۱: نمایش تکرار در حوزه
۱۳۹	چالش ۲: یافتن نظامی منسجم از سروازگان
۱۴۱	چالش ۳: تضمین کیفیت
۱۴۳	چالش ۴: بین‌المللی ساختن این دانشنامه
۱۴۵	چالش ۵: معنای فنی پروژه
۱۴۶	چگونه از این دانشنامه بهره‌بریم
۱۴۷	جوایز آکادمی
	کاترینا گلیتر / مترجم: مسعود کوثری
۱۵۳	دسترسی به رسانه
	سموئل تریلی، جوان / مترجم: مصطفی احمدزاده
۱۵۴	فلسفه‌های رقیب

عوامل مهمی که سیاست‌های ملی را متأثر می‌سازند.....	۱۵۵
دسترسی به رسانه در ایالات متحده و کانادا.....	۱۵۵
دسترسی به رسانه‌ها در اروپا و دیگر مناطق.....	۱۵۸
پاسخ‌گویی رسانه‌ها.....	۱۶۳
یانگ مین / مترجم: مصطفی احمدزاده	
پاسخ‌گویی اخبار.....	۱۶۹
یانگ مین / مترجم: مصطفی احمدزاده	
توضیح پژوهی.....	۱۷۵
ریچارد باتنی / مترجم: مصطفی احمدزاده	
فرآیندهای فرهنگ‌پذیری و ارتباطات.....	۱۷۹
یانگ یون کیم / مترجم: مصطفی احمدزاده	
رویکردها و مفاهیم مربوطه.....	۱۷۹
عوامل ارتباطی.....	۱۸۲
ارتباطات، استرس و تحول.....	۱۸۴
صحت.....	۱۸۷
لوسینگ اچ. دانلیان / مترجم: مصطفی احمدزاده	
نظریه هم‌گذاری کنش.....	۱۹۱
جان او. گرینه / مترجم: مصطفی احمدزاده	
تحلیل گفتمان کنش - دلالت‌گر.....	۱۹۵
رابرت آر. آگنه / مترجم: مصطفی احمدزاده	
رسانه‌های مبارز.....	۲۰۱
رابرت هوسکا / مترجم: مصطفی احمدزاده	

- ۲۰۷..... اعتیاد و در معرض بودن
- مارک گریفیث / مترجم: مصطفی احمدزاده
- ۲۱۳..... مدیریت پیکار تبلیغاتی
- علی ام. کانسو / مترجم: مصطفی احمدزاده
- ۲۱۴..... تحلیل موقعیتی
- ۲۱۶..... شناخت تهدید و فرصتها و تعیین اهداف تبلیغات
- ۲۱۸..... تعیین تخصص مالی و بودجه‌بندی تبلیغات
- ۲۱۹..... توسعه یک استراتژی خلاقه
- ۲۲۰..... انتخاب رسانه‌ی مناسب
- ۲۲۱..... طراحی برنامه‌ای برای سنجش پیامدهای پیکار
- ۲۲۲..... نتیجه‌گیری
- ۲۲۵..... ویژگی‌های بصری تبلیغات
- رابرت ال. کریگ / مترجم: مصطفی احمدزاده
- ۲۳۳..... تبلیغات بازرگانی
- تیم آمبلر / مترجم: مصطفی احمدزاده
- ۲۳۴..... تاریخ
- ۲۳۶..... چشم‌انداز تبلیغ‌گر
- ۲۳۷..... تعیین اهداف و در جریان نهادن آژانس‌ها
- ۲۳۸..... موافقت با بودجه
- ۲۳۹..... انتخاب و زمان‌بندی رسانه‌ها
- ۲۴۰..... پیش - آزمون (یا «نسخه‌سنجی») پیکار
- ۲۴۱..... ارزیابی پسایکاری
- ۲۴۱..... چشم‌انداز مصرف‌کنندگان
- ۲۴۲..... دیدگاه مصرف‌کنندگان

تبلیغات، بین فرهنگی ۲۴۵

کانیا گلیبرج و هولگر رونسک / مترجم: مصطفی احمدزاده

سنت‌های پژوهشی ۲۴۶

اهداف تبلیغات ۲۴۷

کشش‌های تبلیغات ۲۴۹

به تصویر کشیدن نقش‌های جنسیتی ۲۵۱

محتوای اطلاعاتی ۲۵۱

نمادها ۲۵۳

تبلیغات نامحسوس ۲۵۴

تبلیغات، اقتصاد ۲۵۷

متیو پی. مک آلیستر / مترجم: مصطفی احمدزاده

توسعه پیوندهای اقتصادی تبلیغات با رسانه‌ها ۲۵۸

ارقام و روندهای اقتصادی ۲۵۹

انتقادات و دفاعیات از نفوذ اقتصادی تبلیغات ۲۶۳

اثربخشی تبلیغات ۲۶۷

جرارد. جی. نلیس / مترجم: مصطفی احمدزاده

آثار هم‌زمان شدت آگهی ۲۶۸

پژوهش درباره وزن تبلیغات ۲۶۹

پژوهش درباره کشسانی تبلیغات ۲۷۰

پژوهش درباره فراوانی آگهی ۲۷۱

آثار پویای شدت آگهی ۲۷۳

پژوهش بر مانایی تبلیغات ۲۷۳

پژوهش بر اثرات فزاینده و کاهنده ۲۷۴

آثار محتوا ۲۷۵

- ۲۷۷..... اثربخشی تبلیغات، سنجش
- فردنی برونز / مترجم: مصطفی احمدزاده
- ۲۷۸..... طراحی پژوهش
- ۲۷۹..... مشکلات مدل پیشین / پسین
- ۲۷۹..... مشکلات مدل مواجهه شده / غیرمواجهه شده
- ۲۸۰..... ترکیب دو مدل به عنوان راه‌حل
- ۲۸۱..... شاخص‌های کلیدی عملکرد
- ۲۸۲..... پاسخ به آگهی
- ۲۸۳..... پاسخ به برند
- ۲۸۴..... پیشرفت‌های آتی
- ۲۸۷..... آگهی کردن، نقش عواطف در
- نام رایکرت / دانشگاه جورجیا / مترجم: کاووس سیدامامی
- ۲۸۸..... تعریف
- ۲۸۹..... تاریخچه
- ۲۹۱..... از چه عواطفی معمولاً استفاده می‌شود؟
- ۲۹۲..... اندازه‌گیری واکنش‌های عاطفی
- ۲۹۵..... آگهی کردن، حمایت در
- باربارا ای. لفرتی / دانشگاه فلوریدای جنوبی / مترجم: کاووس سیدامامی
- ۲۹۹..... اخلاق تبلیغات
- جف آی. ریچارد / دانشگاه تگزاس در آستین / مترجم: کاووس سیدامامی
- ۳۰۰..... آثار عمدی
- ۳۰۱..... آثار ناخواسته (غیرعمدی)
- ۳۰۴..... تهیه و قرار دادن آگهی
- ۳۰۵..... چشم‌انداز گسترده‌تر

۳۰۹.....	دفعات و زمان‌بندی آگهی
	مایکل هالمان / مؤسسه گروتر و یار / مترجم: کاووس سیدامامی
۳۱۱.....	چه تعداد رؤیت آگهی مورد نیاز است؟
۳۱۲.....	فراوانی رؤیت آگهی در برابر نزدیکی زمان رؤیت آگهی و تصمیم به خرید
۳۱۴.....	زمان‌بندی و نظارت بر موفقیت تبلیغات
۳۱۷.....	تبلیغات: صنعت جهانی
	جان سینکلر / دانشگاه ملیورن / مترجم: کاووس سیدامامی
۳۱۸.....	گذار از عصر چندملیتی به جهانی
۳۱۹.....	معماری صنعت جهانی تبلیغات
۳۲۱.....	موضوعات ویژه در آگهی‌کردن در سطح جهانی
۳۲۳.....	مسائل و چشم‌اندازها
۳۲۵.....	آگهی کردن، تاریخچه
	لیز مک فال / دانشگاه آزاد / مترجم: کاووس سیدامامی
۳۳۷.....	قوانین و مقررات تبلیغات
	سونتا آن / دانشگاه ایالتی کانزاس / مترجم: کاووس سیدامامی
۳۳۷.....	اشکال نظارت
۳۳۸.....	مقررات قانونی و نظارت بر خود
۳۳۹.....	سهم دادگاه‌ها
۳۴۱.....	حوزه‌های نظارت
۳۴۱.....	مورد تنباکو
۳۴۲.....	تفاوت گذاشتن میان گفتار بازرگانی و غیربازرگانی
۳۴۵.....	آگهی کردن به مثابه اقناع
	باب م. فنیس / دانشگاه تونت / مترجم: کاووس سیدامامی
۳۴۶.....	رویکردهای کلاسیک
۳۴۸.....	رویکردهای معاصر
۳۵۰.....	مسیرهای پژوهشی آینده

- ۳۵۳..... آگهی کردن: واکنش‌ها در طول دوران زندگی
مونیک بویژن / دانشگاه آمستردام / مترجم: کاووس سیدامامی
- ۳۵۷..... راهبردهای تبلیغاتی
باس فان دن پوته / دانشگاه آمستردام / مترجم: کاووس سیدامامی
- ۳۵۸..... گونه‌شناسی راهبردهای تبلیغاتی
- ۳۵۸..... جدول اف.سی.بی. وان
- ۳۵۹..... گونه‌شناسی روستیر و پرسی
- ۳۶۰..... گونه‌شناسی‌های دیگر
- ۳۶۱..... الگوهای تعیین‌کننده رفتار
- ۳۶۲..... انتخاب یک راهبرد تبلیغاتی
- ۳۶۵..... روزنامه‌نگاری جانبدارانه
رابرت جنسن / دانشگاه تگزاس در استن / مترجم: حسینعلی افخمی
- ۳۷۱..... زیبایی‌شناسی
پائول مساریس / دانشگاه پنسیلوانیا / مترجم: حسینعلی افخمی
- ۳۷۲..... موضوع‌های جذاب در رسانه تصویری
- ۳۷۳..... جذابیت روایت
- ۳۷۵..... چالش رسانه غیرتصویری
- ۳۷۹..... نظریه‌های تمایل عاطفی
آرتور آ. رانی / دانشگاه دولتی فلوریدا / مترجم: حسینعلی افخمی
- ۳۷۹..... پیش‌زمینه
- ۳۸۰..... شالوده‌های نظری
- ۳۸۲..... عوامل مؤثر بر تمایلات چیست؟
- ۳۸۴..... پژوهش‌های آتی
- ۳۸۷..... عواطف و در معرض رسانه‌های قرار گرفتن
ایلی آ. کونیجین / دانشگاه آزاد آمستردام / مترجم: غلامرضا آذری

تعیین جایگاه و تعریف عواطف.....	۳۸۸
عواطف و سرگرمی رسانه‌ای.....	۳۹۰
عواطف و اقناع در زمینه‌های تجاری.....	۳۹۳
عواطف از خلال اینترنت.....	۳۹۵
عواطف و پردازش اطلاعات رسانه‌ای.....	۳۹۷
آفریقا: نظام‌های رسانه‌ای.....	۴۰۳
وینستون مانو / دانشگاه وست مینستر / مترجم: حسینعلی افخمی	
روندهای کلی.....	۴۰۴
رسانه چاپی.....	۴۰۴
رادیو.....	۴۰۷
عصر تلویزیون.....	۴۰۸
استقلال و دموکراتیک شدن.....	۴۰۹
ارتباطات با استفاده از اینترنت و تلفن همراه.....	۴۱۲
نظام رسانه‌ای آفریقا در قرن بیست و یکم.....	۴۱۳
هویت سنی و ارتباطات.....	۴۱۷
جک هاروود / دانشگاه آریزونا / مترجم: غلامرضا آذری	
فرآیندهای بین نسلی.....	۴۱۸
مدیریت هویت سنی در گفتمان.....	۴۱۹
هویت‌های سنی رسانه.....	۴۲۱
سالمندی و بهداشت.....	۴۲۲
برجسته‌سازی.....	۴۲۷
میتوس نیسبت / دانشگاه آمریکا / مترجم: حسینعلی افخمی	
عوامل ایدئولوژیکی و صنعتی.....	۴۲۸
عوامل سازمانی و حرفه‌ای.....	۴۲۹
عوامل ترکیبی اجتماعی و فردی.....	۴۳۱
پژوهش در مورد فرآیند تهیه دستور کار.....	۴۳۱

- ۴۳۳..... پژوهش‌های آتی
- ۴۳۷..... آثار برجسته‌سازی
- دیوید اچ. ویور / دانشگاه ایندیانا / مترجم: غلامرضا آذری
- ۴۳۹..... روش‌های مطالعه‌ی برجسته‌سازی
- ۴۴۳..... سطح دوم برجسته‌سازی
- ۴۴۴..... برجسته‌سازی و قاب‌بندی
- ۴۴۶..... برجسته‌سازی و اولویت‌بندی
- ۴۴۷..... مسائل و جهت‌گیری‌های آتی
- ۴۵۱..... پیری و پردازش شناختی
- ملانی مورگان / دانشگاه پورتنو / مترجم: حسینعلی افخمی
- ۴۵۲..... تغییرات مربوط به سن در پردازش شناختی
- ۴۶۳..... پیری و تولید و پردازش پیام
- سوزان کمپر / دانشگاه کانزاس؛ ریلین شمالزید / دانشگاه کانزاس / مترجم: حسینعلی افخمی
- ۴۶۴..... لحن صحبت با افراد مسن
- ۴۶۵..... پرحرفی بی‌هدف
- ۴۶۶..... لغت‌یابی
- ۴۶۷..... مسائل نوظهور
- ۴۷۱..... روزنامه‌نگاری جایگزین
- جان یکن / دانشکده‌ی آلبرایت / مترجم: غلامرضا آذری
- ۴۷۳..... حوزه عمومی جایگزین
- ۴۷۴..... از وضعیت زیرزمینی تا جایگزین
- ۴۷۶..... سازماندهی مخاطب
- ۴۷۸..... فروپاشی کامل مکان بازار عقاید
- ۴۸۳..... عکاسی آمانور و سینما
- رایتر گریفندر / دانشگاه مانهایم؛ هربرت بلس / دانشگاه مانهایم / مترجم: حسینعلی افخمی

۴۸۹..... میثاق آمریکایی حقوق بشر.....

توبی مندل، بند ۱۹، پیکار جهانی برای آزادی بیان / مترجم: حسینعلی افخمی

۴۹۳..... آمریکایی سازی رسانه ها.....

دنيس مك كوايل / دانشگاه آمستردام / مترجم: حسینعلی افخمی

۴۹۴..... پس زمینه های جهانی سیاسی بعد از جنگ جهانی دوم.....

۴۹۵..... مطالعات امواج جهانی رسانه ها.....

۴۹۶..... تحولات فیلم و تلویزیون در اروپا.....

۴۹۸..... جنبه سوم آمریکایی سازی.....

۵۰۳..... پویانمایی.....

جان. ای. لنت / مجله بین المللی کمیک آرت / مترجم: مسعود کوثری

۵۰۹..... انیمه.....

آن کوپر-سجن / دانشگاه اوهایو / مترجم: مسعود کوثری

۵۱۱..... ژانرها.....

۵۱۲..... فنون و سبک.....

۵۱۴..... صادرات انیمه.....

۵۱۶..... هواخواهان.....

۵۱۹..... مقررات ضد تراست.....

دانکن اچ براون / دانشگاه اوهایو / مترجم: حسینعلی افخمی

۵۲۰..... اساس قانون ضد تراست.....

۵۲۰..... ضد تراست و رسانه های الکترونیک.....

۵۲۲..... ضد تراست و بازار ایده ها.....

۵۲۳..... ضد تراست و تمرکز مالکیت رسانه ای.....

۵۲۷..... نظریه ی مدیریت اضطراب / عدم قطعیت.....

تسوکاسا نیشیدا / دانشگاه نیهون / مترجم: غلامرضا آذری

- ۵۳۱.....عذرخواهی‌ها و رویدادهای اصلاحی
ماریکو/ دانشگاه اوایما / مترجم: حسینعلی افخمی
- ۵۳۵.....ارتباط‌پژوهی کاربردی
نوشته‌ی دیوید آر. سیبولد/ دانشگاه کالیفرنیا، سانتا باربارا / مترجم: غلامرضا آذری
- ۵۳۶.....ارتباط پژوهی کاربردی به مثابه دانش‌پژوهی
- ۵۳۹.....ارتباط‌پژوهی کاربردی به مثابه یک زیرحوزه
- ۵۴۷.....نظریه‌ی ارزیابی
یوزف یوب/ دانشگاه آموزش و پرورش فریبورگ / مترجم: غلامرضا آذری
- ۵۵۳.....اخبار تلویزیونی ماهواره‌ی عربی
نوشته‌ی مروان کریمی/ دانشگاه پسیلوانیا / مترجم: غلامرضا آذری
- ۵۵۹.....بایگانی کردن محتوای اینترنت
استیو اشنایدر/ دانشگاه ایالتی نیویورک / کریستن فورت/ دانشگاه واشنگتن / مترجم: غلامرضا آذری
- ۵۶۰.....تاریخچه‌ی پژوهش
- ۵۶۱.....فرآیند بایگانی کردن شبکه
- ۵۶۴.....چالش‌های اخلاقی و سایر
- ۵۶۹.....آرژانتین: نظام رسانه‌ای
گیلمو ماسترینی/ دانشگاه بوئنوس آیرس / مترجم: حسینعلی افخمی
- ۵۷۵.....گفتمان استدلالی
دونالد جی. الیس/ دانشگاه هارتفورد / مترجم: غلامرضا آذری
- ۵۷۹.....آرایش و بلاغت
کریستوفر کری، دانشگاه تینسی / مترجم: غلامرضا آذری
- ۵۸۵.....هنر به مثابه‌ی ارتباطات
میچل گریفین/ دانشکده کارلتون / مترجم: غلامرضا آذری

۵۸۷.....	هنر، فرهنگ و روابط اجتماعی
۵۹۱.....	هنر بصری به مثابه طراحی و تصویرگری
۵۹۵.....	مصنوعات بشری

آرتور آسا برگر، دانشگاه ایالتی سانفرانسیسکو / مترجم: علیرضا افخمی

۵۹۹.....	توجه به رسانه‌های ارتباط جمعی
----------	-------------------------------

مارک شوی / دانشگاه میشیگان شمالی / رابرت هاوکینز / دانشگاه ویسکانسین - مدیسن / مترجم: حسین حسینی

۶۰۰.....	منظور ما از توجه چیست؟
۶۰۱.....	تعاریف عملیاتی توجه
۶۰۲.....	چه چیزی باعث توجه می‌شود؟
۶۰۳.....	فرایندهایی که رسانه آن‌ها را جهت‌دهی می‌کند
۶۰۳.....	فرایندهایی که مخاطبان آن‌ها را جهت‌دهی می‌کنند
۶۰۵.....	چین توجه چه اتفاقی می‌افتد؟
۶۰۷.....	توجه چه کاری انجام می‌دهد؟
۶۰۸.....	آیا میان رسانه‌ها از منظر میزان توجه اختلاف وجود دارد؟
۶۱۱.....	توجه

دانیل جی. مک‌دانلد / دانشگاه دولتی اوهایو / مترجم: حسین حسینی

۶۱۲.....	مدل‌ها و مفهوم‌سازی‌های توجه
۶۱۳.....	نظریه فیلتر برودینت
۶۱۵.....	تغییرات صورت گرفته در نظریه فیلتر
۶۱۶.....	کاربردها در پژوهش‌های ارتباطی
۶۲۱.....	توجه به محتوای رسانه‌ها در طول دوران زندگی

الیزابت لورچ / دانشگاه کنتاکی / مترجم: حسین حسینی

۶۲۲.....	الگوهای توجه به تلویزیون
۶۲۳.....	تبیین‌های نظری از عواملی که بر الگوهای توجه تأثیر می‌گذارند
۶۲۶.....	توجه به رسانه‌های متعدد

- ۶۲۷..... مسیرهای پژوهش
- ۶۳۱..... دسترس پذیری نگرش
- دیوید آر. روسکوس - اولدسن / دانشگاه آلاباما / مترجم: حسین حسینی
- ۶۳۱..... بنیان نظری
- ۶۳۴..... اهمیت مطالعه دسترس پذیری نگرش
- ۶۳۶..... دسترسی پذیرتر کردن نگرش‌ها
- ۶۳۹..... سازگاری نگرش - رفتار
- نانسی رادز / دانشگاه آلاباما / مترجم: حسین حسینی
- ۶۴۰..... پس‌زمینه تاریخی
- ۶۴۱..... مسأله خاص بودگی
- ۶۴۲..... تعدیل‌کننده‌های رابطه نگرش - رفتار
- ۶۴۲..... شخصیت
- ۶۴۳..... قدرت و در دسترس بودن نگرش‌ها
- ۶۴۴..... ویژگی‌های موقعیت
- ۶۴۵..... تأثیر رفتار بر نگرش‌ها
- ۶۴۷..... کارکردهای نگرش
- بتی ایچ. لا فرانس / دانشگاه نورث ایلینویز / مترجم: حسین حسینی
- ۶۵۳..... نگرش‌ها
- دیوید آر. روسکوس - اولدسن / دانشگاه آلاباما / مترجم: حسین حسینی
- ۶۵۳..... ماهیت نگرش‌ها
- ۶۵۶..... مدل سه‌بخشی نگرش‌ها
- ۶۵۸..... نگرش‌های صریح و ضمنی
- ۶۶۱..... نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورها، آثار رسانه‌ها بر
- ال. جی. شرام / دانشگاه تگزاس سن آنتونیو / مترجم: حسین حسینی

فرایندهای اسناد.....	۶۶۷
والری مانوسوف / دانشگاه واشینگتن / مترجم: حسین حسینی	
تاریخ پژوهش درباره اسناد.....	۶۶۸
رویه‌های کنونی در پژوهش‌های اسناد.....	۶۶۹
مخاطب.....	۶۷۵
مارکو ذله / دانشگاه دوسلدورف / مترجم: حسین حسینی	
ظهور و ویژگی‌ها.....	۶۷۶
سنت‌های مخاطب‌پژوهی.....	۶۷۷
مخاطب‌پژوهی کاربردی.....	۶۷۷
مخاطب‌پژوهی دانشگاهی.....	۶۷۸
مفاهیم مخاطب.....	۶۷۹
تأکیدهای فعلی و مسیرهای آتی.....	۶۸۱
مخاطب به منزله کالا.....	۶۸۳
ایلین آر. مبین / دانشگاه ساوترن ایلینویز / مترجم: حسین حسینی	
مخاطب‌پژوهی.....	۶۸۹
جیمز جی. ویستر / دانشگاه نورث وسترن / مترجم: حسین حسینی	
مخاطب‌پژوهی نظری در برابر کاربردی.....	۶۹۰
مخاطب‌پژوهی کیفی در برابر کمی.....	۶۹۱
مخاطب‌پژوهی سندیکایی در برابر مخاطب‌پژوهی مرسوم.....	۶۹۳
نقدهای مخاطب‌پژوهی.....	۶۹۴
تکه‌تکه شدن مخاطبان.....	۶۹۹
رنه وبر / دانشگاه کالیفرنیا، سانتا باربارا / مترجم: حسین حسینی	
مدل‌های تکه‌تکه شدن مخاطبان.....	۶۹۹
مفهوم مخاطب.....	۷۰۲

- ۷۰۳..... قطبی‌شدن مخاطب
- ۷۰۴..... شواهد تجربی تکه‌تکه شدن و قطبی شدن مخاطبان
- ۷۰۷..... مخاطبان مؤنث
- کارن راس / دانشگاه کاونتري / مترجم: حسين حسنى
- ۷۰۸..... تاريخ پژوهش
- ۷۱۱..... زنانى كه به تماشاى فيلم مى‌نشينند
- ۷۱۳..... مخاطبان جنسيتى اخبار
- ۷۱۴..... زنان و مجله‌ها
- ۷۱۵..... زنان تعامل‌گر
- ۷۱۹..... استراليا: نظام رسانه‌اى
- پتر پاتنيس / دانشگاه كانبرا / مترجم: حسين حسنى
- ۷۲۱..... پيشرفت‌هاى مطبوعات
- ۷۲۳..... نظام پخش گسترده
- ۷۲۵..... مقررات و فناورى‌هاى جديد
- ۷۲۹..... اتریش: نظام رسانه‌اى اتریش
- توماس اشتاین ماورر / دانشگاه زالتسبورگ / مترجم: حسين حسنى
- ۷۳۵..... خودكارى
- رابرت اس. وایر / مترجم: حسين حسنى
- ۷۴۱..... دسترس‌پذیری، شناختی
- پینر گریفندر / دانشگاه مانهایم / هربرت بلس / دانشگاه مانهایم / مترجم: مسعود کوثری
- ۷۴۷..... آواتارها و کارگزاران
- نینگ وانگ / دانشگاه کالیفرنیاى جنوبى / اسکیپ ریزو / دانشگاه کالیفرنیاى جنوبى / مترجم: مسعود کوثری
- ۷۵۳..... نمايه

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
 وَلَقَدْ ءَاتَيْنَا دَاوُودَ وَ سُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
 فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
 (قرآن کریم، سوره مبارکه النمل، آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق علیه السلام که از سوی ریاست دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی ای متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند. از این حیث «تربیت» را می توان مقوله ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می یابد؛ زیرا که «علم» بدون «ترکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می سازد. از سوی دیگر «سیاست ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست ها در گرو انجام پژوهش های علمی و بهرمندی از نتایج آنهاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان های فکری و اجرایی به حساب می آیند و نمی توان آینده درخشانی را بدون توانایی های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق علیه السلام در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که بیش از «ربع قرن» تجربه دارد و هم اکنون ثمرات نیکوی این شجره طیبه در فضای ملی و بین المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه

بنیانگذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود در طلیعه دور جدید فعالیتش بتواند به توسعه و تقویت آنها در پرتو عنایات حضرت حق تعالی، اهتمام ورزد. معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آنها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی‌ها و اصلاح آنها است تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق علیه السلام را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (ان شاء الله)

ولله الحمد

معاونت پژوهشی دانشگاه

فهرست عناوین مدخل‌های جلد‌های دانشنامه

- جلد ۱: جوایز آکادمی - آواتارها و کارگزاران
- جلد ۲: خبرهای بد در پزشکی، ارتباط‌گیری - شبکه‌های ارتباطی
- جلد ۳: حرفه‌های ارتباطی و پژوهش آکادمیک - شکاف دیجیتال
- جلد ۴: تصویرگری دیجیتال - محتوای داستانی رسانه
- جلد ۵: پژوهش میدانی - دادگاه داخلی حقوق بشر در آمریکا
- جلد ۶: ارتباطات بین‌فرهنگی در مراقبت بهداشتی - محتوای رسانه و شبکه‌های اجتماعی
- جلد ۷: شرکت‌های رسانه‌ای، اشکال - عینیت در گزارشگری
- جلد ۸: عینیت در علم - عمل‌گرایی
- جلد ۹: روزنامه‌نگاری دقیق - بلاغت در اروپای غربی: بریتانیا
- جلد ۱۰: بلاغت در اروپای غربی: فرانسه - نظریه اشباع
- جلد ۱۱: توانش ارتباطی دانش‌آموز - مجله‌های الکترونیکی
- جلد ۱۲: نمایه