

تاریخ دریافت: ۹۱/۳/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۱/۴/۳۱

بررسی نحوه انعکاس اخبار حوادث در مطبوعات فارسی

(مطالعه موردی چهار روزنامه صبح ایران)

نوشته

اسماعیل افقهی*

سیدرضا نقیب‌السادات**

چکیده

نحوه انعکاس و بازتاب حوادث در مطبوعات منتشر شده فارسی نقش مهمی در اطلاع‌رسانی و آگاهی مردم دارد. این مقاله با بررسی این امر، درصدد است تا نحوه ارائه وظایف اجتماعی رسانه‌های جمعی و به صورت خاص مطبوعات را در چهار روزنامه هم‌شهری، جام‌جم، ایران و شرق (با تأکید بر صفحه حوادث این مطبوعات) مورد کاوش قرار دهد. جامعه مورد مطالعه را خبر اصلی صفحه حوادث این چهار روزنامه تشکیل می‌دهد که در سه ماه آذر، دی و بهمن ۸۹ منتشر شده‌اند. روش تحقیق روش تحلیل محتوا با رویکرد استفاده از نشانه‌شناسی رسانه‌ای است؛ بدین صورت که وظایف اجتماعی، مقوله در نظر گرفته می‌شود و معنای (دلالت) ضمنی مستخرج از متن خبر ملاک قضاوت قرار می‌گیرد. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که تمام روزنامه‌ها بیشتر مقوله "اطلاع و آگاهی" را مورد توجه قرار داده‌اند و کمترین استقبال به مقوله‌های "اجبار" و "سرگرمی" صورت گرفته است. مقوله‌های "پرورش"، "بیان" و "همبستگی اجتماعی" در رده‌های میانی جدول قرار دارند. تفاوتی بین روزنامه‌ها از لحاظ وضعیت ارائه وظایف اجتماعی نیست؛ اما بین مقوله‌های وظایف اجتماعی در کل روزنامه‌ها تفاوت وجود دارد. در این روزنامه‌ها "اطلاع و آگاهی" و "سرگرمی" به ترتیب بیشترین و کمترین مقدار را به خود اختصاص داده‌اند. کلید واژه: وظایف اجتماعی، رسانه جمعی، صفحه حوادث، مطبوعات فارسی.

مقدمه

یکی از مهم‌ترین وظایف وسایل ارتباط جمعی به خصوص مطبوعات گسترش دانش مخاطبان در زمینه‌هایی است که امکان تجربه مستقیم از آن رویدادها فراهم باشد (لیپمن، ۱۹۷۱: ۲۸۴). مطبوعات با ارائه اطلاعات درست می‌توانند آگاهی‌های لازم را برای شناخت مخاطبان از محیط اطراف فراهم کنند تا آنان بتوانند تصمیم‌های درستی در موارد مختلفی که به زندگی‌شان مربوط است بگیرند.

* دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه علامه طباطبایی afghahi891@yahoo.com

** عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی naghaibulsadat@yahoo.com

مطبوعات می‌توانند با مطرح کردن دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و دانش‌های گوناگون که دائم در حال تغییر هستند، وسیله انطباق مخاطبان را با ارزش‌ها و نگرش‌های جدید فراهم سازند و آنان را به یکدیگر پیوند دهند (بدیعی، ۱۳۷۰). باید توجه داشت که شیوه‌های عمل روزنامه‌ها متفاوت است و طرز برداشت هر یک از روزنامه‌ها در خصوص وقایع جاری و حوادث رخ داده با توجه به مشی هر روزنامه تفاوت دارد؛ زیرا در عمل برخی از روزنامه‌ها در بررسی وقایع و مسائل محتاط‌ترند و تا از صحت خبری اطمینان حاصل نکنند، آن را منتشر نمی‌کنند ولی برخی از روزنامه در پی جنجال‌اند و در بیشتر موارد وقایع کم‌اهمیت را با تیتراهای بزرگ در صفحات خود منتشر می‌کند و این شیوه درج اخبار در روزنامه‌ها ممکن است پس از مدتی آثار نامطلوب خود را بر جای گذارد (نقیب‌السادات، ۱۳۷۴: ۴).

قتل، خودکشی، جنایت و تجاوز، انواع سرقت‌ها، درگیری‌ها و ناآرامی‌های اجتماعی از جمله موضوعاتی هستند که مورد توجه مخاطبان روزنامه‌ها و مطبوعات قرار می‌گیرند. این ناهنجاری‌های اجتماعی که بیشتر آن‌ها از رشد و گسترش شهرنشینی ناشی شده‌اند و از پیامدهای جامعه مدرن هستند مظاهر کج‌روی در سطح جامعه هستند که به صورت فردی و دسته‌جمعی (به صورت گروه‌ها و باندها) بروز کرده و بیشترین دلهره و نگرانی خانواده‌ها و مردم را شامل می‌شوند.

این موضوعات که از آن‌ها به صفحه حوادث روزنامه‌ها تعبیر می‌شود ابتدا در روزنامه‌هایی چون *ایران*، *جام‌جم* و *هفته‌نامه حوادث* مطرح شدند (جوانمردی، ۱۳۸۴: ۷۰) و با توجه به اینکه حوادث مختلف اجتماع را انعکاس می‌دادند به تیراژ بالایی هم رسیدند.

در ستون خبرهای گوناگون یک روزنامه یا مجله، مخاطب نگاه جست‌وجوگرش را به سمت خبرهای حوادث هدایت می‌کند و دقایق و حتی ساعت‌ها به خواندن چنین خبرهایی مشغول می‌شود. چنین خواننده‌ای را نمی‌توان با نگارش یک خبر در چند پاراگراف و صرفاً پاسخ به عناصر خبر (که، کی، کجا، چه، چرا و چگونه) ارضای خبری کرد. او به جزئیات خبر می‌اندیشد و سیر ماجرای که به وقوع پیوسته است. خبر حوادث به خاطر وجود رگه‌های قهری انسانی، هر گروه اجتماعی را دربر می‌گیرد. ماجرای یک قتل، آدم‌ربایی، سرقت بانک، سقوط از ارتفاع، انفجار و آتش‌سوزی و هر حادثه‌ای به نوعی با انسان سروکار دارد و مخاطبان با شنیدن و خواندن خبر به نحوی خود را مرتبط با آن می‌یابند، مقایسه می‌کنند، آموزش می‌بینند و اخطار و هشدار دریافت می‌دارند (بدیعی و قندی، ۱۳۷۸: ۶-۲۲۵)؛ به همین دلیل درج خبرهای حوادث در مطبوعات دیدگاه‌های متفاوت و متضادی را به همراه دارد. همچنین تنظیم مناسب این خبرها در مطبوعات از اهمیت زیادی برخوردار است.

بیان مسئله

با توجه به بار معنایی واژه "حوادث" در کشور ما، معضلات اجتماعی همچون قتل، سرقت، کلاهبرداری، تجاوز و ... مطرح می‌شود. این رویدادهای اجتماعی فی‌نفسه تلخ، منفی، ضدارزش و نامتعارف هستند. صفحه حوادث روزنامه‌ها مخاطبان و علاقه‌مندان خاص خودش را دارد و موفقیت بسیاری از روزنامه‌های سراسری، هفته‌نامه‌ها و مجلات به دلیل توجه خاص به انعکاس اخبار حوادث و پاسخگویی به این نیاز مخاطبان بوده است. با توجه به اینکه مطبوعات وظایفی اجتماعی بر عهده دارند و رسالت آن‌ها این است که به وظایف اجتماعی خود در قبال جامعه و مخاطبان عمل کنند و علاوه بر وظیفه اطلاع‌رسانی و خبردهی به سایر وظایف اجتماعی نیز بپردازند.

نیازهای روزافزون گروه وسیع انسانی به استفاده از وسایل ارتباطی برای این وسایل، وظایف اجتماعی متعددی پدید آورده است. یکی از این وظایف، وظایف خبری و آموزشی است. در واقع، نقش اساسی وظایف وسایل ارتباطی، انتشار جریان رویدادهای اجتماعی است و همین امر به انسان امکان می‌دهد که محیط زندگی را بهتر بشناسد. با تجزیه و تحلیل وظایف خبری این وسایل، می‌توان نقش آموزشی و تربیتی آن‌ها را که محصول انتشار اطلاعات عینی و ارائه روش‌های صحیح زندگی است، معرفی کرد. دومین وظیفه، وظایف راهنمایی و رهبری است. در نظام‌های دموکراسی، روزنامه، مجله، رادیو، تلویزیون و سینما می‌توانند در راه گسترش ارتباط بین رهبری‌کنندگان و رهبری‌شوندگان خدمات مهمی انجام دهند و به عنوان آینه تمام‌نمای افکار عمومی، در جلب همکاری مردم و شرکت دادن آن‌ها در امور اجتماعی تأثیر فراوان برجا گذارند. وظیفه دیگر، وظایف تفریحی و تبلیغی است. وسایل ارتباطی با انجام وظایف اخیر بیشتر از لحاظ روانی روی افراد تأثیر می‌گذارند و در صورتی که باعث سرگرم‌شدن افراد و پرکردن اوقات فراغت آنان شوند، نقش تفریحی دارند و هرگاه به منظور جلب توجه یا ایجاد اعتقاد و اطمینان مورد بهره‌برداری قرار گیرند، دارای نقش تبلیغی هستند (معمدنژاد، ۱۳۸۶: ۷-۳).

به طورکلی، وظایف اجتماعی مطبوعات را می‌توان به دو دسته وظایف ارتباط فکری و وظایف روانی-اجتماعی تقسیم کرد که شامل اطلاع و آگاهی، پرورش، بیان، اجبار، درمان‌روانی، سرگرمی و همبستگی اجتماعی می‌شود.

این تحقیق بر آن است تا بررسی کند که صفحه حوادث روزنامه‌ها در ارائه کم و کیف هر کدام از این وظایف اجتماعی چگونه عمل می‌کنند و حوادث و رویدادهای جامعه را به چه صورت انعکاس می‌دهند؟ به عبارت دیگر، وضعیت ارائه وظایف اجتماعی مطبوعات در صفحه حوادث چگونه است و تا چه حدی منعکس‌کننده وظایف مذکور در این صفحات هستند؛ تا بدین وسیله فتح بابی شود بر این موضوع که صفحه حوادث در ارائه وظایف اجتماعی به خصوص وظایف آموزشی و همبستگی اجتماعی عملکرد خوبی دارند یا خیر؟ و در کدام حوزه‌ها نیاز به تأمل و بازنگری است تا در کنار اطلاع‌رسانی و سرگرمی وظایف آموزشی و همبستگی اجتماعی را به شایستگی انجام دهند. با توجه به اینکه چهار روزنامه انتخاب شده از

مطبوعات پرمخاطب کشور هستند لذا رویکردهای آن‌ها به صفحه‌ حوادث می‌تواند در جامعه تأثیرگذار باشد و تحقیقاتی از این دست می‌تواند نقد و حتی راهنمایی برای عملکرد سردبیران و مدیر مسئولان این مطبوعات باشد تا به وظایف اجتماعی مطبوعات در صفحه حوادث عنایت بیشتری کنند.

سوالات اساسی

۱. مطالب صفحه‌ حوادث مطبوعات تا چه حد منعکس‌کننده وظایف اجتماعی مطبوعات است؟
۲. بیشترین و کمترین وظایف اجتماعی منعکس‌شده در مطبوعات چه هستند؟
۳. آیا بین روزنامه‌ها از لحاظ وضعیت ارائه وظایف اجتماعی در صفحه حوادث تفاوت وجود دارد؟
۴. آیا بین ارائه هر کدام از وظایف اجتماعی در صفحه حوادث تفاوت وجود دارد؟
۵. کدام ارزش‌های خبری در صفحه حوادث مورد عنایت این روزنامه‌ها قرار می‌گیرد؟
۶. چه موضوعاتی در نشریات مورد بررسی در زمینه حوادث مورد توجه قرار گرفته‌اند؟

روش تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق، تحلیل محتوا با رویکرد نشانه‌شناسی رسانه‌ای است. این اصطلاح اولین بار توسط رولان بارت (۱۹۶۸) در دهه ۱۹۵۰ مطرح شد که با استفاده از ابزارهای نظری نشانه‌شناسی به مطالعه رسانه‌ها پرداخت. نشانه‌شناسی رسانه‌ای، روش بررسی معانی منتج از متون رسانه‌ای و در واقع روشی ارزشمند جهت تمرکز بر معانی پنهان درون متون رسانه‌ای است. رسانه چیزی جدا از اطلاعات نیست؛ از این دیدگاه، نشانه‌ها، فقط معانی را منتقل نمی‌کنند، بلکه یک رسانه را تشکیل می‌دهند که در آن، معانی ساخته می‌شود. روزنامه مرکب از نوشتار و تصاویر است. دانسی (۱۳۸۷) می‌گوید روزنامه، گونه‌ای از متن است که می‌توان آن را "هم‌متن" نامید. هم‌متن را می‌توان متنی تعریف کرد که تصور وجود پیوند میان چیزهایی را ممکن می‌سازد که در غیر این صورت، به شکل متن‌های بی‌ربط، جدا از هم تلقی می‌شدند. هم‌متن، این کار را از طریق کنار هم قرار دادن اخبار حوادث، گزارش تصادفات، نقد کتاب‌ها و فیلم‌ها، آگهی‌ها و بسیاری چیزهای دیگر انجام داده و به مخاطب اطمینان می‌دهد که هدفی واحد در روزنامه وجود دارد. با توجه به اینکه سیاست‌هایی که گرداندگان روزنامه دارند از پیش تعیین می‌کند که چه چیزی را می‌توان درباره واقعت گزارش داد؛ لذا مشخص است که سیاست‌ها و ایدئولوژی‌های مطبوعات با هم تفاوت دارد.

در این تحقیق با استفاده از تحلیل محتوا با رویکرد نشانه‌شناسی در صفحه‌ حوادث و به طور اخص در خبر اصلی این صفحه، وظایف اجتماعی مطبوعات (مواردی که توسط روژه کلوس مطرح شده است) مورد بررسی قرار می‌گیرد. روش تحلیل بدین صورت است که هر کدام از وظایف اجتماعی چون مقوله‌ای در نظر گرفته می‌شود و معنای (دلالت) ضمنی برآمده از متن خبر ملاک تصمیم‌گیری محقق قرار می‌گیرد.

جامعه آماری تحقیق

جامعه تحقیق این مطالعه را روزنامه‌های فارسی زبان منتشر شده در تهران تشکیل می‌دهند زیرا اکثر مردم با این روزنامه‌ها آشنایی دارند و آن‌ها را بیش از سایر روزنامه‌ها مورد مطالعه قرار می‌دهند و یا گاهی به توریق آن‌ها اکتفا می‌کنند. به همین منظور چهار روزنامه با عناوین همشهری، ایران، شرق و جام‌جم منتشر شده در سه ماه آذر، دی و بهمن ماه ۱۳۸۹ انتخاب شدند. دلیل انتخاب این روزنامه‌ها این است که بیش از سایر روزنامه‌ها، افراد جامعه با آن‌ها آشنایی دارند، در دسترس است و مخاطبان بیشتری دارند و صفحه‌حوادث را از طریق آن‌ها دنبال می‌کنند. مطالعه این تحقیق بر روی خبر اصلی صفحه‌حوادث یا به عبارت دیگر، خبری که در وسط بالای صفحه‌حوادث و با فونت بزرگ و متفاوت (در اکثر موارد هم با عکس همراه است) تعبیه شده است، انجام خواهد شد.

مبانی نظری

جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه در جوامع مختلف، با ساختارهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی متفاوت به گونه‌های مختلف تبیین شده است. رسالتی که برای روزنامه، چه از نظر نقطه‌نظر مخاطبان، چه از نظر دولت‌ها و چه از دیدگاه دست‌اندرکاران مطبوعات تصور می‌شود حاوی مشابهت‌ها و تفاوت‌هاست. در حال حاضر در ایران، بحث‌ها و اختلاف‌نظرها درباره جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه خاتمه نیافته است. امروز این سؤال مطرح می‌شود که رسالت مطبوعات به طور کلی و روزنامه به طور خاص چه باید باشد. چه روزنامه‌ای می‌تواند رسالت و مسئولیت اجتماعی خود را به نحو مطلوب به انجام رساند؟

در رابطه با نقش‌ها و وظایف اجتماعی رسانه‌های جمعی و مطبوعات نظریات مختلفی از اندیشمندانی چون لاسول، رایزمن، لازارسفلد، مرتن و ... ارائه شده است. برای مثال، لاسول نقش‌های اجتماعی رسانه‌های جمعی را در چهار گروه نظارت بر محیط (نقش خبری)، همبستگی اجتماعی (نقش تفسیر و راهنمایی)، انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) و سرگرمی (نقش تفریحی) مورد بحث قرار می‌دهد (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۴-۸۳). اما در این تحقیق از نظریات روزه کلوس استفاده می‌شود، زیرا با بررسی‌های صورت گرفته توسط نگارنده این متون، موارد گفته شده در این نظریه نسبت به سایر نظریات کامل‌تر بوده و در راستای اهداف مورد نظر این مطالعه بیشتر از سایر نظریات می‌تواند مفید واقع شود؛ لذا چارچوب نظری تحقیق حاضر را نظرات کلوس در رابطه با وظایف اجتماعی شکل می‌دهد. کلوس وظایف اجتماعی مطبوعات را به ترتیب زیر معرفی می‌کند:

۱. وظایف ارتباط فکری

الف. اطلاع و آگاهی (Information)

نقل جریان وقایع، اقدامات و عقاید در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، هنری، علمی، فنی و وضع زندگی دسته جمعی جنبه خبری دارد. خبرها به‌طور کلی بر دو نوع‌اند.

- اخبار جاری روز اعم از اطلاعات روز، تازه‌ها و اخبار گوناگون.
- اخبار عمومی شامل امور مربوط به فرهنگ و تمدن، صرف‌نظر از ارتباط مستقیم آن‌ها با حوادث جاری روز است.

ب. پرورش (Formation)

کوشش‌های آموزشی که همزمان با نقل و تشریح خبرهای جاری، به صورت راهنمایی‌ها و انتقادهای مختلف صورت می‌گیرند، در تعلیم و تربیت انسان نقش مهمی دارند. این کوشش‌ها دارای انواع سه‌گانه زیر هستند:

- پرورش اندیشه‌ها و احساسات؛ انتقال منظم ارزش‌ها و نقش‌های تمدن و فرهنگ جامعه به افراد
- پرورش عقاید؛ جلب ایمان افراد و ایجاد اعتقادات و آرمان‌های عمومی از طریق تشریح و تفسیر وقایع جاری و تجزیه و تحلیل مبانی فرهنگی.
- پرورش حرفه‌ای؛ کوشش در تربیت افراد و آماده ساختن آنان برای انجام کارها و حرفه‌های اجتماعی.

ج. بیان (Expression)

کمک به ایجاد ارزش‌ها و نقش‌های اجتماعی و مساعی لازم برای معرفی فرهنگ و تمدن و افکار و عقاید و رفتارهای انسانی جنبه بیانی دارند و دارای انواع زیر هستند:

- معرفی فرهنگ و تمدن؛ ایجاد ارزش‌ها و اثرهایی که جزء میراث تمدن و ارزش‌های اجتماعی قرار گیرند.
- تشریح ایدئولوژی‌های جاری؛ ایجاد ارزش‌ها و اثرهایی که با رویدادها و فعل و انفعال‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جاری ارتباط نزدیک دارند.
- استدلال؛ تشریح و توجیه مطالب و مسائل و نفوذ در دیگران به منظور تغییر نظریات خوانندگان و شنوندگان و بینندگان - خواه هدف تغییر کامل نظریات افراد و خواه مقصود فقط ایجاد تزلزل فکری باشد - و همچنین بررسی عقاید و آرا و بحث و انتقاد در این زمینه‌ها همه جنبه استدلالی دارند.

د. اجبار (Pression)

تحمیل غیرمستقیم و نامریی عقاید و روش‌ها و رفتارهای اجتماعی و تغییر غیرمستقیم و نامریی روحيات و اعتقادات عمومی بدون توجه به شخصیت انسانی، نقش اعمال فشار و اجبار را از طرف مطبوعات و سایر فنون انتشاری مشخص می‌سازند.

اعمال فشار و اجبار بر دو نوع است:

- تبلیغ تجاری: فشاری که به منظور کسب منافع مالی صورت می‌گیرد.
- تبلیغ سیاسی: فشاری که برای نیل به مقاصد خاص سیاسی تحمیل می‌شود.

۲. وظایف روانی - اجتماعی

الف. همبستگی اجتماعی (Social Reliance)

کوشش برای ترک گوشه‌گیری و جست‌وجوی پیوندهای حرفه‌ای به‌جای روابط خویشاوندی و دوستانه گذشته و کمک به ایجاد هماهنگی و همبستگی بین انسان‌ها.

ب. سرگرمی (Divertissement)

حفظ سلامت جسمی و فکری، توجه به استراحت و آرامش افراد و تهیه وسایل تفریح و سرگرمی آنان.

۳. درمان روانی (Psychotherapy)

فراموشی ناراحتی‌ها، رهایی از دلهره‌ها و جبران سرخوردگی‌ها (معمدنزاد، ۱۳۸۶: ۱۱-۱۰). علم نشانه‌شناسی در دو دهه اخیر پایه‌های اساسی خود را در صحنه‌های علمی به خوبی کسب کرده است. امروزه در برنامه‌های کاربردی برای آموزش‌های قبل از دانشگاه (دبستان‌ها و مدارس) و تحقیقات دانشگاهی به‌وفور از پژوهش‌های نشانه‌شناسی استفاده می‌شود. این رویکرد نشانه‌شناسی سریعاً جایگاه خود را در حوزه‌های رسانه، فیلم و تبلیغات بازرگانی و حتی پروپاگاندا مستحکم کرد (2: Martin, Ringhan, 2006). در حوزه پژوهشی که از نشانه‌شناسی بهره می‌بریم آمده است که هر پیام و خبری که در صحنه گیتی از طریق وسایل ارتباط جمعی ارسال می‌شود از نشانه‌هایی ساخته شده است که رمزگذاری شده‌اند. در ارائه یک رویداد واحد توسط روزنامه‌های مختلف، نظام‌های نشانه‌ای مختلفی جهت رمزگذاری گزارش به کار گرفته می‌شوند و این امر، بر روی معنای خبر تأثیر می‌گذارد؛ در نتیجه، معنای حاصل از یک خبر واحد در چند روزنامه با هم متفاوت است (Huhtamo, 2003).

خبر روزنامه، روش نگارش خاصی دارد که آن را از یک داستان غیرخبری متمایز می‌سازد. متداول‌ترین ساختاری که برای نگارش خبر استفاده می‌شود، ساختار خبرهای سخت است که معمولاً در صفحه حوادث به کار می‌رود. در این روش که به سبک "هرمی معکوس" معروف است، رویداد یا حادثه با نقطه اوجش شروع می‌شود. به عبارت دیگر، نویسنده مهم‌ترین نکات و جدیدترین وقایع را در بند اول قرار می‌دهد و سپس در بندهای بعدی، خبر را با جزئیات بسیار شرح می‌دهد. متن یک رویداد خبری را می‌توانیم به سه بخش، عنوان، بند اول (راه‌نما)، بدنه یا باقیمانده گزارش تقسیم کنیم. در یک گزارش خبری، بند اول، بدنه گزارش و عنوان خبر، بند اول را خلاصه می‌کند.

روزنامه‌ها، خبر را از طریق رمزهای زبانی، چاپی و گرافیکی ارائه می‌کنند. یک روزنامه، به تنهایی یک نشانه است، نشانه‌ای که مجموعه‌ای از نشانه‌ها را دربر می‌گیرد. عناصر بسیاری در یک روزنامه وجود دارد که می‌تواند به نشانه‌شناسی مرتبط باشند؛ مانند: عنوان اصلی در صفحه اول،

عکس‌ها، عناوین خبری، آگهی‌ها، رنگ‌ها، فونت حروف و... رمزهای زبانی به نشانه‌های زبانی دلالت می‌کنند، یعنی کلمات، عبارات و جملاتی که برای منتقل کردن معنا، هم معنای صریح و هم معنای ضمنی (اشاره‌ای)، به کار می‌روند. به باور تامسون (1996) «روزنامه‌نگاران، مانند همه ما، قادر نیستند که گزارش رویدادها را کاملاً درست و عینی ارائه دهند.» آن‌ها از ابزارهای کلامی و بلاغی، مانند مبالغه، در جهت متقاعد کردن دیگران برای هم‌سویی با دیدگاه خود استفاده می‌کنند. رمزهای موجود در یک گزارش خبری به سه گروه تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از:

الف. رمزهای زبانی

۱. عنوان خبر که شامل موارد زیر است: انواع عنوان، عنوان فرعی داخل متن، ساختار زبانی عنوان، نقش زمان، نقطه‌گذاری و ابزارهای سبکی در عنوان.
۲. بند اول یا بند راهنما که بر دو نوع است: نوع سخت (خلاصه) و نوع نرم
۳. بدنه گزارش: مطالبی که در بدنه مطرح می‌شوند عبارت‌اند از: اطلاعات پس‌زمینه که وقایع مرتبط گذشته را پررنگ می‌سازند، اعداد، نقل قول از مقامات و صاحب نظران، مشاهدات صورت گرفته توسط یک شاهد، نظرات مردم درگیر در حادثه، عکس‌ها، توضیحات و ...

ب. رمزهای چاپی

رمزهای چاپی، به ابزارهای چاپی، مانند اندازه و نوع حروف (سیاه، کج یا ایتالیک) اشاره می‌کنند که در هنگام چاپ خبر مطرح می‌شوند. این ابزارها، روی ظاهر پیام تأثیر گذاشته و اطلاعاتی را به خواننده منتقل می‌کنند.

ج. رمزهای گرافیکی

روزنامه‌ها، علاوه بر رمزهای زبانی و چاپی، از نشان‌گرهای اندازه عکس، فاصله کانونی، فاصله دوربین با سوژه، زاویه دوربین، نورپردازی و مکان عکس به منظور ایجاد ارتباط با خواننده و به دست آوردن یک پاسخ مطلوب از سوی او، یعنی به وجود آوردن معنا و مفهوم دلخواه خود، استفاده می‌کنند. وجود یک عکس در کنار گزارش، این حس را برای خواننده منتقل می‌کند که برای دیدن بعضی از عناصری که در گزارش به آن‌ها اشاره شده، مانند صحنه یک جنایت یا افراد درگیر در یک کشمکش، پنجره‌ای بر او گشوده شده است. تحلیل نشانه‌شناسی، معنا و مفهوم تداعی شده به وسیله یک عکس را برای ما آشکار می‌سازد.

دلالت اولیه و دلالت ثانویه (ضمنی)

در نشانه‌شناسی مراتب دلالتی متفاوتی (سطوح معنایی) وجود دارد. نشانه‌شناسان بین دو سطح دلالت اولیه (یک نشانه به جای چیست؟) و دلالت ثانویه (تداعی‌های فرهنگی آن چیست؟) تفاوت می‌گذارند. دلالت اولیه دلالت در مرتبه اول است و دلالت ثانویه دلالت در مرتبه دوم. برای مثال، دلالت اولیه تصویر یک سگ ولگرد و کثیف در یک محله است. دلالت ضمنی به کیفیت زندگی

مردم ساکن در این محله (زندگی سگی) است. به نظر برخی از نشانه‌شناسان این تفکیک قدری صوری است؛ زیرا انتقال از دلالت اولیه به دلالت ثانویه (ضمنی) چنان سریع رخ می‌دهد، که ما متوجه چنین انتقالی نمی‌شویم. در عین حال، نشانه‌شناسان به دلالت‌های ضمنی توجه بسیار بیشتری از دلالت اولیه دارند و در واقع هدف اصلی آن‌ها کشف همین دلالت‌های ضمنی است. دلالت ضمنی از خود نشانه ناشی نمی‌شود، بلکه از شیوه استفاده و ارزش‌گذاری دال و مدلول در هر جامعه‌ای ناشی می‌شود. به بیان دیگر، دلالت‌های ضمنی متضمن ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی و تفاسیر ایدئولوژیکی هستند که در یک جامعه وجود دارد (کوشری، ۱۳۸۷: ۳۸۹).

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در طی سه ماه (آذر، دی و بهمن ۸۹) ۶۹ شماره برای هر کدام از مطبوعات همشهری، جام‌جم، ایران و شرق منتشر شدند؛ لذا برای هر روزنامه ۶۹ خبر مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱ فراوانی و درصد فراوانی استفاده از وظایف اجتماعی رسانه‌های جمعی (با زیربخش‌ها) در مطبوعات

| مجموع | | شرق | | ایران | | جام‌جم | | همشهری | | روزنامه وظایف اجتماعی | |
|-------|-----|------|---------|-------|---------|--------|---------|--------|---------|---------------------------|-----|
| | | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | اطلاع و آگاهی | روز |
| ۷۴ | ۱۹۵ | ۷۰ | ۴۸ | ۶۵ | ۴۵ | ۶۱ | ۴۲ | ۸۷ | ۶۰ | اطلاع عمومی | ۶۰ |
| ۳۲ | ۸۷ | ۳۵ | ۲۴ | ۳۹ | ۲۷ | ۳۹ | ۲۷ | ۱۳ | ۹ | پرورش اندیشه‌ها و احساسات | ۹ |
| ۵۲ | ۱۴۴ | ۴۳ | ۳۰ | ۷۰ | ۴۸ | ۳۵ | ۲۴ | ۶۱ | ۴۲ | پرورش عقاید | ۴۲ |
| ۹ | ۲۴ | ۴ | ۳ | ۹ | ۶ | ۱۳ | ۹ | ۹ | ۶ | پرورش حرفه‌ای | ۶ |
| ۸ | ۲۱ | ۱۳ | ۹ | ۹ | ۶ | ۹ | ۶ | ۰ | ۰ | معرف فرهنگ و تمدن | ۰ |
| ۳۲ | ۸۷ | ۳۰ | ۲۱ | ۲۶ | ۱۸ | ۳۹ | ۲۷ | ۳۰ | ۲۱ | تشریح ایدئولوژی‌های جاری | ۲۱ |
| ۲۰ | ۵۴ | ۴۳ | ۳۰ | ۹ | ۶ | ۱۳ | ۹ | ۱۳ | ۹ | استدلال | ۹ |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | تبلیغ تجاری | ۰ |
| ۳ | ۹ | ۴ | ۳ | ۴ | ۳ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | تبلیغ سیاسی | ۳ |
| ۴۳ | ۱۲۰ | ۵۲ | ۳۶ | ۳۵ | ۲۴ | ۳۵ | ۲۴ | ۵۲ | ۳۶ | همبستگی اجتماعی | ۳۶ |
| ۲ | ۶ | ۰ | ۰ | ۹ | ۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | سرگرمی | ۰ |
| ۷۱ | ۱۹۵ | ۷۰ | ۴۸ | ۵۷ | ۳۹ | ۷۸ | ۵۴ | ۷۸ | ۵۴ | درمان روانی | ۵۴ |

با توجه به جدول ۱، روزنامه همشهری، بیشتر به مقوله "اخبار جاری" با ۸۷ درصد، جام‌جم به "درمان روانی" با ۷۸ درصد، ایران به "اخبار جاری" و "درمان روانی" با ۷۰ درصد و شرق به "اخبار جاری" و "درمان روانی" با ۷۱ درصد پرداخته است.

به طور کلی، در چهار روزنامه مذکور، مقوله‌های "اخبار جاری" و "درمان روانی" با ۷۱ درصد بیشتر از سایر مقوله‌ها در مطبوعات مورد استفاده قرار گرفته‌اند. مقوله "اجبار" تقریباً در تمام مطبوعات، کمترین استقبال را دارد.

اگر به صورت کلی به داده‌ها نگاه کنیم (فقط مقوله‌های اصلی را در نظر بگیریم) با توجه به جدول ۲ تمام روزنامه‌ها بیشتر مقوله "اطلاع و آگاهی" (۱۰۰ درصد) را مورد توجه قرار داده‌اند و کمترین استقبال به مقوله‌های "اجبار" با ۲ درصد و "سرگرمی" با ۳ درصد صورت گرفته است. مقوله‌های "پرورش"، "بیان" و "همبستگی اجتماعی" در رده‌های میانی جدول قرار دارند.

جدول ۲ فراوانی و درصد فراوانی استفاده از وظایف اجتماعی رسانه‌های جمعی در مطبوعات

| مجموع | شرق | | ایران | | جام‌جم | | همشهری | | روزنامه | |
|-------|------|---------|-------|---------|--------|---------|--------|---------|---------------|-----------------|
| | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | وظایف اجتماعی | |
| ۱۰۰ | ۲۷۶ | ۱۰۰ | ۶۹ | ۱۰۰ | ۶۹ | ۱۰۰ | ۶۹ | ۱۰۰ | ۶۹ | اطلاع و آگاهی |
| ۵۴ | ۱۵۰ | ۴۳ | ۳۰ | ۷۰ | ۴۸ | ۴۳ | ۳۰ | ۶۱ | ۴۲ | پرورش |
| ۴۹ | ۱۳۵ | ۷۴ | ۵۱ | ۳۹ | ۲۷ | ۴۳ | ۳۰ | ۳۹ | ۲۷ | بیان |
| ۳ | ۹ | ۴ | ۳ | ۴ | ۳ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | اجبار |
| ۴۳ | ۱۲۰ | ۵۲ | ۳۶ | ۳۵ | ۲۴ | ۳۵ | ۲۴ | ۵۲ | ۳۶ | همبستگی اجتماعی |
| ۲ | ۶ | ۰ | ۰ | ۹ | ۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | سرگرمی |
| ۷۱ | ۱۹۵ | ۷۰ | ۴۸ | ۵۷ | ۳۹ | ۷۸ | ۵۴ | ۷۸ | ۵۴ | درمان روانی |
| ۴۶ | ۱۲۶ | ۴۸ | ۳۳ | ۴۳ | ۳۰ | ۴۳ | ۳۰ | ۴۸ | ۳۳ | میانگین |

با توجه به جدول ۳ عدد به دست آمده با استفاده از آزمون χ^2 برابر با ۱/۵۷۷ است که کمتر از χ^2 بحرانی در سطح معنی‌داری ۰.۵ (۷/۹۲) است که نشان از عدم معنی‌داری تفاوت بین روزنامه‌ها به لحاظ وضعیت ارائه وظایف اجتماعی است. به عبارت دیگر، بین روزنامه‌ها از لحاظ وضعیت ارائه وظایف اجتماعی تفاوت وجود ندارد.

جدول ۳ فراوانی و درصد فراوانی استفاده از وظایف اجتماعی رسانه‌های جمعی در مطبوعات

| مجموع | شرق | ایران | جام‌جم | همشهری | روزنامه |
|-------|-----|-------|--------|--------|-----------------|
| | | | | | وظایف اجتماعی |
| ۲۷۶ | ۶۹ | ۶۹ | ۶۹ | ۶۹ | اطلاع و آگاهی |
| ۱۵۰ | ۳۰ | ۴۸ | ۳۰ | ۴۲ | پرورش |
| ۱۳۵ | ۵۱ | ۲۷ | ۳۰ | ۲۷ | بیان |
| ۹ | ۳ | ۳ | ۰ | ۳ | اجبار |
| ۱۲۰ | ۳۶ | ۲۴ | ۲۴ | ۳۶ | همبستگی اجتماعی |
| ۶ | ۰ | ۵ | ۰ | ۰ | سرگرمی |
| ۱۹۵ | ۴۸ | ۳۹ | ۵۴ | ۵۴ | درمان روانی |

Mdn=10, N=28
 $= 3X^2 = 1.577$

برای بررسی اینکه آیا بین هر کدام از وظایف اجتماعی مطرح شده در روزنامه‌ها اختلاف معنی‌داری وجود دارد یا نه؟ با توجه به اینکه، برای پاسخگویی به این سؤال امکان مقایسه فراوانی نظری با فراوانی‌های مشاهده شده و لذا استفاده از آزمون χ^2 وجود ندارد. بنابراین از فراوانی‌های مشاهده شده استفاده شد و مقوله‌ها با توجه به فراوانی‌هایشان از ۱ تا ۷ به ترتیب بالا رتبه‌بندی شدند. همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد بین مقوله‌های وظایف اجتماعی در کل روزنامه‌ها تفاوت وجود دارد. در این بین "اطلاع و آگاهی" با فراوانی ۲۷۶ بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده و مقوله "سرگرمی" با فراوانی ۶ کمترین مقدار را دارد، بقیه مقوله‌ها به ترتیب "درمان روانی"، "پرورش"، "بیان"، "همبستگی اجتماعی" و "اجبار" رتبه‌بندی می‌شوند.

جدول ۴ رتبه و فراوانی استفاده از وظایف اجتماعی رسانه‌های جمعی در مطبوعات

| رتبه | وظایف اجتماعی | فراوانی |
|------|-----------------|---------|
| ۱ | اطلاع و آگاهی | ۲۷۶ |
| ۲ | درمان روانی | ۱۹۵ |
| ۳ | پرورش | ۱۵۰ |
| ۴ | بیان | ۱۳۵ |
| ۵ | همبستگی اجتماعی | ۱۲۰ |
| ۶ | اجبار | ۹ |
| ۷ | سرگرمی | ۶ |

با توجه به جدول ۵ روزنامه‌های همشهری، جام‌جم، ایران و شرق، همگی، بیشتر ارزش خبری "برخورد، اختلاف و درگیری" را با متوسط ۸۰ درصد به کار برده‌اند؛ و تنها موارد معدودی به ارزش‌های خبری دیگر، که قابل توجه نیست، پرداخته‌اند.

جدول ۵ فراوانی و درصد فراوانی ارزش‌های خبری مورد استفاده در مطبوعات

| روزنامه | همشهری | | جام جم | | ایران | | شرق | | مجموع | |
|-------------------------------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|
| | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد |
| ارزش خبری | | | | | | | | | | |
| دربری خبری | ۳ | ۴ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۳ | ۱ |
| شهرت | ۰ | ۰ | ۳ | ۴ | ۶ | ۹ | ۳ | ۴ | ۱۲ | ۴ |
| برخورد، اختلاف و درگیری | ۶۳ | ۹۱ | ۵۴ | ۷۸ | ۴۸ | ۷۰ | ۵۷ | ۸۳ | ۲۲۲ | ۸۰ |
| استثنا و شگفتی | ۰ | ۰ | ۶ | ۹ | ۹ | ۱۳ | ۹ | ۱۳ | ۲۴ | ۹ |
| بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار | ۳ | ۴ | ۰ | ۰ | ۶ | ۹ | ۰ | ۰ | ۹ | ۳ |
| مجاورت | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ |
| تازگی | ۰ | ۰ | ۶ | ۹ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۶ | ۲ |

همان طوری که از جدول ۶ برمی آید، بیشترین موضوع های خبری مورد استفاده در این مطبوعات و با ۵۰ درصد موارد موضوع "قتل" را به صورت خبر اصلی نمایش داده اند، "سرقت" و "گروگان گیری" نیز در مراتب بعدی قرار دارند.

جدول ۶ فراوانی و درصد فراوانی موضوع های خبری مورد استفاده در مطبوعات

| مجموع | | شرق | | ایران | | جام جم | | همشهری | | روزنامه موضوع خبر |
|-------|-----|------|---------|-------|---------|--------|---------|--------|---------|----------------------|
| | | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | |
| ۵۰ | ۱۳۸ | ۶۵ | ۴۵ | ۴۸ | ۳۳ | ۴۸ | ۳۳ | ۳۹ | ۲۷ | قتل |
| ۱۲ | ۳۳ | ۰ | ۰ | ۱۷ | ۱۲ | ۹ | ۶ | ۲۲ | ۱۵ | سرقت |
| ۵ | ۱۵ | ۴ | ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۷ | ۱۲ | زورگیری |
| ۹ | ۲۴ | ۴ | ۳ | ۴ | ۳ | ۱۷ | ۱۲ | ۹ | ۶ | گروگان گیری |
| ۲ | ۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۹ | ۶ | ۰ | ۰ | تجاوز |
| ۱ | ۳ | ۴ | ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | خیانت |
| ۴ | ۱۲ | ۰ | ۰ | ۱۷ | ۱۲ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | طلاق |
| ۳ | ۹ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | ۹ | ۶ | ۰ | ۰ | اسیدپاشی |
| ۲ | ۶ | ۴ | ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | جعل سند |
| ۱ | ۳ | ۱ | ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | قطع ید |
| ۴ | ۱۲ | ۱۳ | ۹ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | حوادث طبیعی |
| ۱ | ۳ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ارثیه |
| ۱ | ۳ | ۰ | ۰ | ۴ | ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | عمل جراحی |
| ۲ | ۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۹ | ۶ | ۰ | ۰ | اطلاع رسانی جرم |

نتیجه گیری و پیشنهادها

با بررسی خبر اصلی صفحه حوادث در چهار روزنامه در طی یک ماه، مشاهده شد که مقوله "اطلاع و آگاهی" و به صورت خاص تر "اخبار جاری" بیشتر از سایر مقوله ها فراوانی دارند. در صفحه حوادث این روزنامه ها شاهد انعکاس حوادثی هستیم که بیشتر آن ها از ارزش خبری "برخورد، اختلاف و درگیری" برخوردارند زیرا بیشترین اخبار حوادث به موضوع "قتل و جنایت" برای جذب مخاطب پرداخته اند.

بین روزنامه ها از لحاظ وضعیت ارائه وظایف اجتماعی با تأکید بر صفحه حوادث تفاوت وجود ندارد و روزنامه ها در ارائه وظایف اجتماعی تقریباً شبیه هم عمل می کنند و تنها روزنامه شرق در برخی موارد مجزا از روزنامه های همشهری، جام جم و ایران عمل می کند.

بین مقوله های وظایف اجتماعی در کل روزنامه ها تفاوت وجود دارد. بدین صورت که ترتیب مقوله ها از بیشترین به کمترین "اطلاع و آگاهی"، "درمان روانی"، "پرورش"، "بیان"، "همبستگی اجتماعی"، "اجبار" و "سرگرمی" رتبه بندی می شوند. اینکه صفحه حوادث مقوله هایی چون

تبلیغات سیاسی و تجاری و همچنین سرگرمی را دربرنگیرد شاید مشخص و مبرهن باشد اما اینکه به همبستگی اجتماعی زیاد توجه نمی‌شود جای سؤال دارد زیرا که یکی از وظایف مهم اجتماعی مطبوعات همبستگی اجتماعی است و اخبار باید به گونه‌ای به سمع و نظر مخاطبان برسد که همبستگی بین آن‌ها را فزونی بخشد.

همان‌طوری که قبلاً اشاره شد لاسول نقش‌های اجتماعی رسانه‌های جمعی را در چهار گروه نظارت بر محیط (نقش خبری)، همبستگی اجتماعی (نقش تفسیر و راهنمایی)، انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) و سرگرمی (نقش تفریحی) مورد بحث قرار می‌دهد. بر اساس نظریه لاسول یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که نقش‌های "نظارت بر محیط"، "انتقال میراث فرهنگی"، "همبستگی اجتماعی" و "سرگرمی" از نظر فراوانی به ترتیب از بیشتر به کمتر رتبه‌بندی می‌شوند؛ و براساس تقسیم‌بندی معتمدنژاد، وظایف "خبری و آموزشی"، "راهنمایی و رهبری" و "تفریحی و تبلیغی" به ترتیب چنین وضعیتی را دارند.

خبر اصلی صفحه حوادث این مطبوعات با ارائه اخباری که بیشتر به قتل و جنایت همراه با تصویری از متهم یا تصاویر دیگری که بیان‌کننده موضوع خبر است سعی در جذب مخاطبان دارند و ماجرا را به صورت داستانی و به شیوه هرم وارونه به نگارش درمی‌آورند. معنای ضمنی مستخرج از این خبر گواهی این است که بار اطلاع‌رسانی و داستانی اخبار حوادث به تحلیل و تفسیر و حتی بُعد آموزشی و پرورش همبستگی برتری داده می‌شود. لذا پیشنهاد می‌شود که مسئولان و مدیران مطبوعاتی بیشتر به نحوه بازتاب و انعکاس حوادث در مطبوعات با تیراژ بالا و مخاطبان زیاد، توجه و نظارت دقیقی داشته باشند تا این صفحات پربیننده در کنار ارائه واقعی اخبار حوادث به وظایف اجتماعی مطبوعات نیز التفات بیشتری داشته باشند و جنبه‌های آموزشی و همبستگی اجتماعی نزد مخاطبان و مردم فزونی یابد.

منابع

- بدیعی، نعیم (۱۳۷۰)، "جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه از دیدگاه خوانندگان"، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، ۱ (۲۱).
- بدیعی، نعیم؛ قندی، حسین (۱۳۷۸)، *روزنامه‌نگاری نوین*، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- جوانمردی، حسین (۱۳۸۴)، ارزیابی خوانندگان مطبوعات از انتشار اخبار حوادث، فصلنامه رسانه، سال ۶ (۳).
- دانسی، مارسل (۱۳۸۷)، *نشانه‌شناسی رسانه‌ها*، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران: چاپار.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۷)، *جامعه‌شناسی ارتباطات*، تهران، اطلاعات.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، *نشانه‌شناسی رسانه‌های جمعی*، فصلنامه رسانه، سال ۱۹ (۱).
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۶)، *وسایل ارتباط جمعی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- نقیب‌السادات، رضا (۱۳۷۴)، "عوامل مؤثر بر رضامندی مردم نسبت به روزنامه کیهان - ارزیابی عملکرد روزنامه از دید خوانندگان"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

Barthes, R (1968), *Elements of semiology*, London: Cape.
Huhtamo, E (2003), *Visual communication and semiotics: some basic concepts*. UCLA Department of Design/Media Arts.

- Lasswell, H (1948), "The structure and function of communication in society" in L. Bryson. L, (1964), *The communication of ideas*, New York: Harper and Row.
- Martin,B., Ringhan,F (2006), *Key terms in semiotics*, London: Routledge.
- Thomson, A (1996), *Critical Reasoning: A Practical Introduction*, London: Routledge.
- Walter,l (1971). "The world outside and the picture in our heads" in W. Scheram and Donald Roberts, *The process and effects of mass communication*, Urbana: University of Illinois press.