

مکیریت ارتباطات ورزشی

مفاهیم و نظریه‌ها

پل ام. پدرن

شهرزاد نیری . مرجان صفاری

عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس

تألیف: پل ام پدرسن

ترجمه: شهرزاد نیری، مرجان صفاری

| سرپرست واحد گرافیک/ المیرا میرموسوی

| مدیر هنری و طراح جلد/ محمودرضا لطیفی

| ویراستار ادبی/ دکتر منصور مام علیپور

| صفحه‌آرا/ راضیه امیری

| آماده‌سازی و نظارت بر چاپ/ محمد حتمی رازلیقی

| فروش و پخش/ مهدی حتمی رازلیقی

| نوبت چاپ/ اول ۱۳۹۸

| شمارگان/ ۵۰ نسخه

سرشناسه: پل ام پدرسن
عنوان و نام پدیدآور: مدیریت ارتباطات ورزشی/ تألیف: پل ام پدرسن؛ ترجمه: شهرزاد نیری، مرجان صفاری.
مشخصات نشر: تهران: شرکت سهامی انتشاراتی حتمی و شرکا، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۱۴ ص.: مصوبه جدولی، نمودار.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۵۵-۲۳۱۳-۲

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: ROUTLEDGE HANDBOOK OF SPORTS ADMINISTRATION

یادداشت: کتابنامه: ص. [۳۱۲] - ۳۲۸.

موضوع: ورزش - مدیریت

موضوع: Sports administration

موضوع: انجمن‌ها، موسسه‌ها، و غیره - مدیریت

موضوع: Associations, institutions, etc - Management

شناسه افزوده: نیک‌بخش، رضا، ۱۳۴۹ - مترجم

رده بندی کنگره: ۱۳۹۸ م۴۹/۷۱۳ GV

رده بندی دیویی: ۷۹۶/۵۶۹

شماره کتابشناسی ملی: ۵۶۴۹۸۸۱

فروشگاه مرکزی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان منیری جاوید
(اردیبهشت)، نیش شهرزاد، پلاک ۱

مرکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و
اردیبهشت، جنب بانک صادرات، ساختمان ۱۳۱۰، طبقه پنجم، واحد ۲۳

۶۶۴۰۳۱۷۰ | ۶۶۴۰۳۱۶۲ | Hatmi.ir



توجه:

به موجب ماده ۵ قانون حمایت، از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۱۰/۱۱ کلیه حقوق این کتاب برای انتشارات حتمی محفوظ می‌باشد و هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از آن را ندارد و متخلفین به موجب این قانون تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.



فهرست

۱۲	فصل اول: نظریه‌های ارتباطی و پژوهش‌های ورزشی	
۱۸	نظریه‌های خود رده‌بندی و هویت اجتماعی	۱۳
۱۸	نظریه هژمونیک	۱۵
	روندهای جدید در پژوهش درباره	۱۵
۱۸	ارتباطات ورزشی	۱۶
۲۰	نتیجه‌گیری	۱۷
	نظریه مبتنی بر نمایان	۱۷
۲۴	فصل دوم: در یک بازی سیستم تاملاتی بر ورزش در رسانه‌ها از منظر بازی و سرگرمی	
۲۸	سرگرمی‌های رقابتی و شناسایی آنها	۲۴
	چشم‌اندازهای زیبایی‌شناختی به ورزش و	۲۵
۲۹	ارتباطات ورزشی	۲۶
۳۳	فصل سوم: ورزش به عنوان یک سیستم ارتباطی	
۳۷	ناظر به عنوان یک چهره اصلی	۳۴
۳۸	رسانه‌های جمعی جامعه	۳۴
۴۰	ورزش یک نقطه کور در نظریه سیستم‌ها؟	۳۶
	سؤال درباره عاملیت	۳۷
۴۴	فصل چهارم: رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات ورزشی فرصت‌های نظری خردان	
۴۹	نظریه چارچوب‌سازی	۴۵
۵۰	نظریه ارزش پیامد پیش‌بینی‌شده	۴۵
۵۰	نظریه مدیریت حریم ارتباطات	۴۷
۵۱	نتیجه‌گیری	۴۹
۵۴	فصل پنجم: استفاده از نظریه روابط عمومی برای بالا بردن درک خود از ارتباطات ورزشی	
۵۹	مبانی ارتباطات محاوره‌ای	۵۵
۶۰	نتیجه‌گیری	۵۵
	روابط عمومی و ارتباطات ورزشی	۵۵
	نظریه ابعاد روابط عمومی	۵۷
	نظریه تعالی	۵۷
	نظریه وضعیتی عامه	۵۸

اصول و هنجارهای روزنامه‌نگاری	۶۳	هنجارهای روزنامه‌نگاری که در روزنامه‌نگاری
داستان‌سرایی در روزنامه‌نگاری ورزشی	۶۴	ورزشی نادیده گرفته می‌شوند
مشخصات ویژه روزنامه‌نگاری ورزشی	۶۶	رهنمودهایی برای روزنامه‌نگاری ورزشی

فصل هفتم: پخش رسانه‌ای ورزش تاریخچه، فناوری و کاربرد

توسعه تاریخی	۷۴	جهانی شدن پخش رسانه‌ای
کاربردها و تغییرات	۷۶	چالش‌های آتی

فصل هشتم: نقش تبلیغات ورزشی بر روی احساسات هواداران، پیش‌بینی آینده و واکنش‌های رفتاری

برانگیختن برای جستجوی اطلاعات ورزشی	۸۵	تاثیر تبلیغات بر رفتار
تاثیر تبلیغات بر احساسات و عزت نفس	۸۸	تبلیغات منفی و مقاومت
اثر تبلیغات ورزشی بر پیش‌بینی عملکرد آینده تیم	۸۹	نتیجه‌گیری

فصل نهم: تعریف ارتباطات تناسب اندام: مفهوم‌سازی یک بخش در حال ظهور در صنعت ورزش

تعریف ارتباطات تناسب اندام	۹۶	ارتباط تناسب اندام شخصی با واسطه
ارتباطات تناسب اندام یک فرایند است	۹۷	ارتباط تناسب اندام سازمانی
آگاه‌سازی، تاثیرگذاری و برانگیختگی	۹۷	ارتباطات تناسب اندام سازمانی با واسطه
ارتباطات تناسب اندام	۹۷	مجاورت ارتباطات تناسب اندام و
مدل ارتباطات تناسب اندام راهبردی	۹۸	نمایشگران ورزشی
ارتباطات تناسب اندام شخصی	۹۸	نتیجه‌گیری
مدل ارتباطات تناسب اندام راهبردی	۹۹	

معرفی کتاب

کتاب پیش رو، کتابی است که به بررسی جامع و دقیق زمینه ارتباطات ورزشی در عصر حاضر می‌پردازد. این کتاب از تمام جوانب نظری، مفهومی، فرهنگی، رفتاری، عملی و مدیریتی به بررسی ارتباطات در ورزش می‌پردازد و مرزهای این رشته گسترده، فرارشته‌ای و بین‌المللی را ترسیم می‌کند و نشان می‌دهد که جنبه‌های بسیار اندکی از ورزش معاصر وجود دارد که به ارتباطات مؤثر تکیه نداشته باشند.

این کتاب با کمک دانشمندان و متخصصان حوزه ارتباطات ورزشی از سراسر جهان، به بررسی رسانه‌های جدید، رسانه‌های سنتی (چاپی، رادیویی و تصویری)، موضوعات اجتماعی حوزه ارتباطات ورزشی و مسائل مدیریتی در هر سطحی از ارتباطات میان‌فرهنگی گرفته تا ارتباطات درون و بین سازمان‌های ورزشی و نهادهای جهانی می‌پردازد. ارزیابی پژوهش‌های کنونی، ایده‌های جدید و مسائل کلیدی؛ این کتاب را تبدیل به یک مرجع ضروری برای هر دانشجوی، پژوهشگر یا متخصصی که به ارتباطات ورزشی، کسب و کار ورزشی، مدیریت ورزشی، بازاریابی ورزشی، نظریه ارتباطات، روزنامه‌نگاری یا مطالعات رسانه‌ای علاقه‌مند است می‌سازد.

پل ام. پدرسین استاد مدیریت ورزشی در دانشگاه ایندیانا، مؤسس و سردبیر مجله بین‌المللی ارتباطات ورزشی است.

1. Introduction	2. Sports Media: Transformation, Integration, Consumption	3. Sports Media and Society	4. Sports Media and the Environment	5. Sports Media and the Future
6. Sports Media and the Past	7. Sports Media and the Present	8. Sports Media and the Future	9. Sports Media and the Future	10. Sports Media and the Future
11. Sports Media and the Future	12. Sports Media and the Future	13. Sports Media and the Future	14. Sports Media and the Future	15. Sports Media and the Future
16. Sports Media and the Future	17. Sports Media and the Future	18. Sports Media and the Future	19. Sports Media and the Future	20. Sports Media and the Future
21. Sports Media and the Future	22. Sports Media and the Future	23. Sports Media and the Future	24. Sports Media and the Future	25. Sports Media and the Future
26. Sports Media and the Future	27. Sports Media and the Future	28. Sports Media and the Future	29. Sports Media and the Future	30. Sports Media and the Future
31. Sports Media and the Future	32. Sports Media and the Future	33. Sports Media and the Future	34. Sports Media and the Future	35. Sports Media and the Future
36. Sports Media and the Future	37. Sports Media and the Future	38. Sports Media and the Future	39. Sports Media and the Future	40. Sports Media and the Future
41. Sports Media and the Future	42. Sports Media and the Future	43. Sports Media and the Future	44. Sports Media and the Future	45. Sports Media and the Future
46. Sports Media and the Future	47. Sports Media and the Future	48. Sports Media and the Future	49. Sports Media and the Future	50. Sports Media and the Future
51. Sports Media and the Future	52. Sports Media and the Future	53. Sports Media and the Future	54. Sports Media and the Future	55. Sports Media and the Future
56. Sports Media and the Future	57. Sports Media and the Future	58. Sports Media and the Future	59. Sports Media and the Future	60. Sports Media and the Future
61. Sports Media and the Future	62. Sports Media and the Future	63. Sports Media and the Future	64. Sports Media and the Future	65. Sports Media and the Future
66. Sports Media and the Future	67. Sports Media and the Future	68. Sports Media and the Future	69. Sports Media and the Future	70. Sports Media and the Future
71. Sports Media and the Future	72. Sports Media and the Future	73. Sports Media and the Future	74. Sports Media and the Future	75. Sports Media and the Future
76. Sports Media and the Future	77. Sports Media and the Future	78. Sports Media and the Future	79. Sports Media and the Future	80. Sports Media and the Future
81. Sports Media and the Future	82. Sports Media and the Future	83. Sports Media and the Future	84. Sports Media and the Future	85. Sports Media and the Future
86. Sports Media and the Future	87. Sports Media and the Future	88. Sports Media and the Future	89. Sports Media and the Future	90. Sports Media and the Future
91. Sports Media and the Future	92. Sports Media and the Future	93. Sports Media and the Future	94. Sports Media and the Future	95. Sports Media and the Future
96. Sports Media and the Future	97. Sports Media and the Future	98. Sports Media and the Future	99. Sports Media and the Future	100. Sports Media and the Future