

۲۲۲۷۲۲۳

فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش

حبيب الله شاعرزاده

الهام حاجی پور

www.ketab.ir

انتشارات زرنوشت

تهران - ۱۴۰۰

سرشناسه	:	شاعرزاده، حبیب‌الله، ۱۳۶۳-
عنوان و نام پدیدآور	:	فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش / نویسندگان: حبیب‌الله شاعرزاده، الهام حاجی پور
مشخصات نشر	:	تهران: زرنوشت، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری	:	۱۳۴ ص.
شابک	:	۹۷۸ - ۶۲۲ - ۲۸۸ - ۱۶۹ - ۶
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیبای مختصر
یادداشت	:	فهرست‌نویسی کامل این اثر در وب‌گاه http://opac.nlai.ir در دسترس است.
شناسه افزوده	:	حاجی پور، الهام، ۱۳۶۳-

www.ketab.ir



انتشارات زرنوشت

تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی،

کوچه مهدی‌زاده، شماره ۲۷، واحد ۱۹

تلفن: ۰۹۰۲۴۸۶۸۹۵۶ - ۶۶۴۷۹۶۱۵ - ۶۶۴۳۵۶۳۷

فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش

نویسندگان: حبیب‌الله شاعرزاده، الهام حاجی پور

• چاپ اول: ۱۴۰۰ • شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه • ناشر: زرنوشت

شابک: ۹۷۸ - ۶۲۲ - ۲۸۸ - ۱۶۹ - ۶

قیمت: ۴۰,۰۰۰ تومان

تمامی حقوق محفوظ است.

فهرست

۷	فصل اول مفاهیم و کلیات
۷	مقدمه
۹	رویکرد نظری رسانه جمعی
۱۰	شاخه‌های ارتباطی دنیای امروز
۱۱	وسایل ارتباط جمعی
۱۳	اهمیت توجه به فعالیت رسانه‌ای
۱۴	کنش اجتماعی رسانه
۱۶	شبکه‌های خبری محلی
۱۷	سهم ورزشکاران از خبرهای ورزشی
۱۸	تعامل رسانه و ورزش
۲۱	فصل دوم ارتباط شناسی و وسایل ارتباطی
۲۱	ارتباط
۲۲	عناصر ارتباط
۲۳	ارتباط جمعی
۲۵	وسایل ارتباطی و رفتار جمعی
۲۶	محیط ارتباطات و تبلیغات ملی
۲۷	انواع مدیریت در وسایل ارتباط جمعی
۲۷	مدیریت دولتی وسایل ارتباط جمعی
۲۸	مدیریت خصوصی وسایل ارتباطی

۲۹	مدیریت مختلط وسایل ارتباطی (دولتی - خصوصی)
۲۹	نقش رسانه در ارتباط
۳۰	انواع ارتباط از لحاظ تعداد افراد درگیر
۳۰	انواع ارتباط از لحاظ رسانه‌های مورد استفاده
۳۰	عوامل تسهیل‌کننده ارتباط
۳۱	عوامل مانع شونده ارتباط
۳۱	مهم‌ترین نقش وسایل ارتباط جمعی (رسانه‌های گروهی)
۳۲	مهم‌ترین نقش و ضرورت‌های جمعی در ورزش
۳۵	فصل سوم کارکردهای رسانه
۳۵	مقدمه
۳۶	دیدگاه افراطی
۳۶	دیدگاه تفریطی
۳۷	دیدگاه بینابینی یا معتدل
۳۷	کارکردهای رسانه
۳۹	کارکرد خبری رسانه
۴۰	کارکرد آموزشی رسانه
۴۰	کارکرد تفریحی و سرگرمی رسانه
۴۲	ضوابط ساختاری برنامه‌سازی در رسانه
۴۵	انواع رویکرد مدیران رسانه به تکنولوژی
۴۸	طبقه‌بندی برنامه‌های تلویزیون
۵۰	کیفیت برنامه‌های رسانه‌ای
۵۱	فصل چهارم نظریات رسانه جمعی
۵۱	مقدمه
۵۱	دیدگاه‌های مربوط به مخاطبان و تأثیرگذاری رسانه
۵۴	گرایش‌های نوین تأثیرگذاری رسانه
۵۴	نظریه استفاده و رضایتمندی

۵۶.....	ابعاد رضامندی و انگیزه‌های استفاده از رسانه
۵۶.....	نظریه انتظارات اجتماعی
۵۷.....	نقش رسانه‌ها در جامعه‌پذیری و فرهنگ‌سازی
۵۸.....	نظریه یادگیری اجتماعی یا مشاهده‌ای
۵۹.....	فرآیند اصلی یادگیری اجتماعی باندورا
۶۱.....	فصل پنجم انواع رسانه
۶۱.....	مقدمه
۶۲.....	رسانه
۶۴.....	رسانه‌های مدرن
۶۶.....	انتقال اطلاعات
۶۸.....	رسانه‌های گرم و سرد
۷۰.....	اختلاف یا امتیاز رادیو و تلویزیون
۷۱.....	فلسفه رسانه
۷۲.....	وسایل نوین ارتباطی و شکل‌گیری زیست‌بوم
۷۳.....	تقسیم‌بندی دوره‌های تاریخی
۷۵.....	تأثیر رسانه‌ها بر جامعه
۷۷.....	کارآمدی رسانه‌های جمعی
۷۸.....	نقش رسانه در افکار عمومی
۷۹.....	تلویزیون، جعبه جادو
۸۲.....	تمایز تلویزیون از سایر رسانه‌ها
۸۳.....	رادیو
۸۵.....	تنوع و گستردگی ارتباطات در عصر کنونی
۸۶.....	بررسی جایگاه رسانه‌های عمومی در قبل و بعد از انقلاب اسلامی
۸۷.....	سهم رسانه در چشم‌انداز توسعه
۸۸.....	اولویت‌گذاری رسانه‌ها
۸۸.....	نقش‌های متفاوت رسانه‌ها