

رسانه و ورزش همگانی

www.ketab.ir

پدیدآورندگان:

مجتبی عالیپور - حسن یوسفی

سرشناسه: عالپیور، مجتبی ۱۳۶۰ -
 عنوان و نام پدیدآورندگان: رسانه و ورزش همگانی / مجتبی عالپیور - حسن یوسفی.
 ویراستار علمی: محمد باقری‌منش
 ویراستار ادبی: قاسم جوکار
 مشخصات نشر: تهران: دانشگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء (ص)، ۱۳۹۶.
 مشخصات ظاهری: ۱۲۶ ص. مصور، جدول، نمودار.
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۲۸-۳۳-۴
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا
 موضوع: رسانه‌های گروهی و ورزش - ایران - نمونه‌پژوهی
 موضوع: سواد رسانه‌ای - ایران - نمونه‌پژوهی
 شناسه افزوده: یوسفی، حسن، ۱۳۶۹ -
 شناسه افزوده: انتشارات دانشگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء (ص)
 رده‌بندی کنگره: GV۷۴۲/ع۲ر۵۳ ۱۳۹۶
 رده‌بندی دیویی: ۵۷۰/۴۴۹۷۰
 شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۳۰۰۲



عنوان کتاب: رسانه و ورزش همگانی
 پدیدآورندگان: مجتبی عالپیور - حسن یوسفی
 طراح جلدو صفحه آر: میلاد سیاه‌تیری - آرمین مختاری
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۲۸-۳۳-۴
 شمارندگان: ۱۰۰۰ نسخه
 قطع: وزیری
 قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال
 ناشر: انتشارات دانشگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء (ص)
 چاپ اول: ۱۳۹۶
 امور فنی و چاپ: چاپ و صحافی دانشگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء (ص)
 دفتر فنی و توزیع: دانشگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء (ص) واحد انتشارات

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ می‌باشد و هرگونه چاپ، تکثیر، یا باز نشر اثر بدون مجوز ناشر به هر شکل، اعم از افست، ریسوگراف یا زیراکس به صورت متن کامل یا خلاصه شده تحت هر عنوان اعم از کتاب، جزوه یا وسیله کمک آموزشی در فضای واقعی یا مجازی ممنوع و موجب پیگرد قانونی است.

فهرست مطالب:

۱	فصل اول: ورزش همگانی
۱	مقدمه
۴	ورزش
۶	ورزش همگانی
۹	تاریخچه ورزش همگانی در جهان
۱۲	تاریخچه ورزش همگانی در ایران
۱۴	ارتباط ورزش های چهارگانه
۱۵	مشارکت ورزشی
۱۶	طبقه بندی ورزش های همگانی
۱۸	اهداف ورزش همگانی
۲۰	فواید ورزش همگانی
۲۵	فصل دوم: رسانه های گروهی
۲۵	مقدمه
۲۶	ارتباط چیست؟
۲۷	سطوح ارتباطات
۲۸	انواع ارتباط
۲۹	تعریف ارتباط جمعی
۲۹	فناوری های ارتباطی - اطلاعاتی

۳۱	 رسانه و تعاریف آن
۳۵	 فلسفه رسانه
۳۵	 هدف رسانه
۳۶	 کارکرد رسانه‌ها
۴۲	 رسانه‌های گروهی
۴۲	 ویژگی رسانه‌های گروهی
۴۵	 انواع رسانه‌های گروهی
۵۰	 نقش، اهمیت، جایگاه رسانه‌های گروهی
۵۴	 تأثیر رسانه بر افکار عمومی
۵۷	 مصرف رسانه‌ای و تعاریف آن
۵۸	 مؤلفه‌های مصرف رسانه‌ای
۵۹	 سواد رسانه‌ای و تعاریف آن
۶۵	 رسانه و ورزش
۶۵	 تأثیر رسانه‌های مکتوب بر جریان‌ات ورزش
۶۸	 علت انتخاب موضوع
۷۲	 اهمیت موضوع
۷۵	 فصل سوم: روش تحقیق
۷۵	 مقدمه
۷۶	 روش تحقیق

۷۶	روش گردآوری داده‌ها
۷۶	جامعه آماری
۷۶	نمونه آماری
۷۷	ابزار اندازه‌گیری
۷۷	روش تجزیه و تحلیل آماری
۷۹	فصل چهارم: تئریه و تحلیل داده‌ها
۷۹	مقدمه
۷۹	تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها
۸۸	تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها
۸۹	آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق
۱۰۱	فصل پنجم: یافته‌ها و نتیجه‌گیری
۱۰۱	مقدمه
۱۰۲	خلاصه پژوهش
۱۰۳	یافته‌های پژوهش
۱۰۳	یافته‌های جمعیت شناختی
۱۰۳	آزمون فرضیه‌های پژوهش
۱۰۹	نتیجه‌گیری
۱۱۰	پیشنهادات
۱۱۳	فهرست منابع

مقدمه

از آنجایی که ورزش به عنوان پدیده‌ای مهیج، برانگیزاننده، موجب اتحاد ملی، عامل توسعه و ارتقای سلامت در جامعه، جایگاه مهمی در رسانه‌های گروهی برعهده دارد، امروزه به‌عنوان ابزار مهمی در دست رسانه‌ها برای اثرگذاری بر مردم و بروز رفتارهای قابل پیش‌بینی در بین آن‌ها شناخته شده است.

از دیرباز داشتن فعالیت بدنی منظم در اقشار مختلف مردم، آرمان متعالی جوامع بوده است. علی‌رغم تأیید وجود بین یافته‌ای، هنوز بسیاری از جوامع با نبود یا کمبود فعالیت بدنی در اقشار مختلف خود مواجه‌اند. این امر در حالی است که فعالیت بدنی منظم یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های اثرگذار بر سبک زندگی سالم محسوب می‌شود. یافته‌های اخیر نشان می‌دهند فعالیت بدنی آثار مثبت و معنی‌داری بر سلامت جسمانی، روانی، و اجتماعی افراد در تمامی دوره‌های زندگی دارد و ابزاری کارآمد در ارتقای کیفیت زندگی اقشار مختلف جامعه است. آنچه مسلم است ادراک و نگرش افراد به موانع و مزایای مشارکت در فعالیت بدنی، اثرگذار بر تصمیم‌گیری‌های آنان در مشارکت در فعالیت منظم و سلامت محور است. لذا ارزیابی ادراک و نگرش افراد به فعالیت‌های حرکتی، جایگاه ویژه‌ای را در پژوهش‌های کاربردی به خود اختصاص داده است.

آثار متقابل حضور در فعالیت‌های حرکتی و ورزشی بر نگرش افراد، متفاوت بودن این نگرش‌ها با توجه به ویژگی‌های متفاوت فردی، همسان نبودن نیازها، تفاوت در میزان بهره‌مندی از تأثیرات حرکت و فعالیت‌های ورزشی و به طور کلی درهم آمیختگی زندگی فردی و اجتماعی، عواملی اند که بیش از پیش اهمیت پرداختن به مقوله ورزش را یادآور می‌شوند و بر تأثیرات اجتماعی و انکارناپذیر فعالیت‌های حرکتی و ورزشی صحنه می‌گذارند.

طبیعی به نظر می‌رسد افرادی که از تأثیرات فعالیت‌های حرکتی و ورزشی در جامعه بهره‌مند می‌شوند، گرایش و نگرش مثبتی نسبت به آن داشته باشند و اگر بیشتر افراد جامعه چنین نگرش مثبتی داشته باشند، یکی از نقاط قوت و عاملی قوی در پذیرش آن در جامعه خواهد بود و در مقابل، در

صورتی که اغلب افراد جامعه به دلایلی گرایش و نگرش منفی نسبت به ورزش ابراز دارند، به طور حتم، هر نوع برنامه‌ریزی برای توسعه آن با مشکل مواجه خواهد شد و وظایف و مسئولیت‌های مدیران و برنامه‌ریزان را مشکل خواهد کرد؛ بنابراین شناخت نیازها، نگرش‌ها و گرایش‌های مردم توسط رسانه‌ها در حیطه ورزش و تفریحات سالم به مسئولان، مدیران و برنامه‌ریزان ورزش در کلیه نهادهای ورزشی کشور کمک می‌کند تا برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های عملی، منطقی، مردم‌پسند و اثربخشی انجام دهند و در نتیجه از برنامه‌ریزی‌های غیرعملی، تکرار برنامه‌های بی‌نتیجه و تحمیل برنامه‌های غیرمنطق و اجرا نشدنی جلوگیری شود.