



ارتباط شناسی

(کارشناسی ارشد تربیت بدنی)

دکتر حمید قاسمی دکتر ابوالفضل فراهانی دکتر معصومه حسینی

امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.

مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پربار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد و رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز از این وضعیت بارها اظهار گله و ناخشنودی نموده‌اند.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاوردهای انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «إِقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

هفته	پیشگفتار
۱	بخش اول: مبانی ارتباطات و ورزش
۳	فصل اول: تعاریف و مفاهیم ارتباطات
۳	هدف کلی
۳	هدف‌های یادگیری
۳	مقدمه
۴	۱-۱ تعریف ارتباطات
۵	۲-۱ انواع ارتباطات
۶	۳-۱ مفهوم ارتباط‌گر
۷	۴-۱ انواع ارتباطات بر مبنای رمزگذاری
۷	۱-۴-۱ ارتباط کلامی
۷	۲-۴-۱ ارتباط غیرکلامی
۷	۳-۴-۱ فراکلامی
۸	۵-۱ مطالعه ارتباط غیرکلامی
۹	۶-۱ مهارت‌های ارتباطی
۱۰	۷-۱ ارتباط مؤثر
۱۰	۸-۱ موارد انسانی اثرگذار در ارتباطات
۱۱	۹-۱ نقش حواس در ارتباطات
۱۲	۱۰-۱ توجه
۱۳	۱۱-۱ ادراک
۱۵	۱۲-۱ حافظه
۱۶	۱۳-۱ انگیزش
۱۷	۱۴-۱ تفکر

۱۸	۱۵-۱ نگرش
۱۸	۱۶-۱ هوش هیجانی
۱۹	۱۷-۱ هوش فرهنگی
۲۰	خلاصه فصل اول
۲۰	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۲۱	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول
۲۳	فصل دوم: انواع الگوهای ارتباطی
۲۳	هدف کلی
۲۳	هدف‌های یادگیری
۲۳	مقدمه
۲۴	۱-۲ عناصر تشکیل‌دهنده الگوهای ارتباطی
۲۴	۱-۱-۲ فرستنده یا منبع
۲۵	۲-۱-۲ پیام
۲۵	۳-۱-۲ کانال
۲۶	۴-۱-۲ گیرنده (مخاطب)
۲۶	۵-۱-۲ بازخورد
۲۶	۶-۱-۲ مانع یا نویز
۲۷	۷-۱-۲ بافت
۲۷	۸-۱-۲ تسهیل‌کننده‌ها
۲۸	۲-۲ تقسیم‌بندی الگوهای ارتباطی
۳۰	۱-۲-۲ الگوی ارتباطات ارسطو
۳۰	۲-۲-۲ هارولد لاسول
۳۱	۳-۲-۲ الگوی شانون و ویور
۳۳	۴-۲-۲ نیوکامب
۳۳	۵-۲-۲ الگوی گرنبر
۳۴	۶-۲-۲ مدل وست لی و مک لین
۳۶	۷-۲-۲ الگوی ازگود
۳۶	۸-۲-۲ الگوی برلو
۳۸	۹-۲-۲ الگوی شرام
۳۹	۱۰-۲-۲ الگوی ارتباطی اتھیل دوسلاپول
۴۰	۱۱-۲-۲ الگوی آندروش، استس و بوستروم
۴۱	۱۲-۲-۲ الگوی موزاییکی بکر
۴۱	۱۳-۲-۲ الگوی وایت (دروازه‌بانان خبر)
۴۲	۱۴-۲-۲ الگوی اسمیت
۴۲	۱۵-۲-۲ دین بارن لوند
۴۲	۱۶-۲-۲ منبع معنی محسنیان راد

۴۲	۲-۲-۱۷ فرهنگی
۴۴	۲-۳ انواع مهارت‌های ارتباطی مؤثر
۴۵	خلاصه فصل دوم
۴۵	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۴۵	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم
۴۷	فصل سوم: اصول حاکم بر ارتباطات انسانی در ورزش
۴۷	هدف کلی
۴۷	هدف‌های یادگیری
۴۸	مقدمه
۴۸	۳-۱ انواع سطوح یا مقوله‌های ارتباط
۴۸	۳-۲ ارتباطات درون‌فردی
۵۰	۳-۲-۱ ناهماهنگی شناختی
۵۱	۳-۲-۲ خودنگری یا خودپنداره یا خودانگاره
۵۲	۳-۲-۳ خودشناسی یا شناخت خود
۵۳	۳-۳ ارتباطات میان‌فردی
۵۴	۳-۳-۱ ارتباط‌گزیزی
۵۵	۳-۳-۲ اثر پیگمالیون
۵۵	۳-۳-۳ الگوسازی
۵۶	۳-۳-۴ خودافشایی (خودبرون‌ریزی)
۵۶	۳-۳-۵ تأییدجویی
۵۷	۳-۳-۶ احساسات
۵۷	۳-۳-۷ قدرت
۵۷	۳-۳-۸ جنسیت
۵۸	۳-۳-۹ ایجاد و تداوم رابطه
۵۹	۳-۳-۱۰ الگوی اقتصادی رابطه
۵۹	۳-۳-۱۱ تعارض
۶۲	۳-۳-۱۲ ارتباط متقارن
۶۲	۳-۳-۱۳ تحلیل روابط متقابل
۶۴	۳-۴ ارتباطات گروهی
۶۶	۳-۴-۱ جامعه‌پذیری
۶۷	۳-۴-۲ ایدئولوژی
۶۸	۳-۴-۳ باور
۶۸	۳-۴-۴ اقتناع
۶۸	۳-۴-۵ همدلی
۶۹	۳-۴-۶ تبلیغ یا پروپاگاندا
۷۰	۳-۴-۷ اجماع

۷۰	۳-۴-۸ رمز
۷۳	۳-۴-۹ شناخت اجتماعی
۷۵	۳-۴-۱۰ فرهنگ و اخلاق ارتباطی
۷۶	۳-۵ ارتباطات جمعی
۷۶	۳-۶ ارتباط شبکه‌ای
۷۷	۳-۷ ارتباطات فرافردی
۷۸	۳-۸ سطوح مطلوب ارتباطات در مؤلفه‌های ارتباطات
۷۸	۳-۸-۱ ارتباط درون‌فردی
۸۰	۳-۸-۲ ارتباط بین‌فردی
۸۱	۳-۸-۳ ارتباط گروهی
۸۱	۳-۸-۴ ارتباط جمعی
۸۱	۳-۸-۵ فرافردی
۸۱	۳-۹ ارتباطات براساس کسب هدف شخصی و حفظ رابطه
۸۳	خلاصه فصل سوم
۸۳	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۸۳	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم
۸۵	فصل چهارم: ارتباطات سازمانی در ورزش
۸۵	هدف کلی
۸۵	هدف‌های یادگیری
۸۵	مقدمه
۸۶	۴-۱ ارتباطات سازمانی
۸۸	۴-۲ ارتباط مؤثر سازمانی
۸۸	۴-۳ شبکه‌های ارتباطی
۸۸	۴-۳-۱ شبکه‌های ارتباطات غیررسمی
۸۹	۴-۳-۲ شبکه‌های ارتباطات رسمی
۹۱	۴-۴ نقش‌ها و کارکردهای کلیدی ارتباطات سازمانی
۹۲	۴-۵ سکوت سازمانی
۹۳	۴-۶ مهارت‌های ارتباطی و ارتباطات سازمانی
۹۶	۴-۷ اصول اثرگذار در ارتباطات سازمان
۹۷	۴-۸ سبک‌های ارتباطی
۹۸	۴-۹ نیاز کارکنان و ارتباطات سازمانی
۹۸	خلاصه فصل چهارم
۹۹	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۹۹	خودآزمایی چندگزینه‌ای فصل چهارم

۱۰۳	فصل پنجم: مهارت سخن گفتن
۱۰۳	هدف کلی
۱۰۳	هدف‌های یادگیری
۱۰۳	مقدمه
۱۰۴	۱-۵ مبانی مهارت سخن گفتن
۱۰۴	۲-۵ رمز
۱۰۶	۳-۵ زبان
۱۰۷	۴-۵ انواع کاربردهای زبان
۱۰۹	۵-۵ انواع زبان رایج
۱۰۹	۱-۵-۵ زبان معیار در فارسی
۱۱۰	۲-۵-۵ زبان صنفی
۱۱۰	۳-۵-۵ زبان عامیانه
۱۱۱	۴-۵-۵ زبان ساختگی
۱۱۲	۶-۵ گفتار
۱۱۳	۷-۵ علوم بلاغت
۱۱۴	۸-۵ فن بیان و خطابه
۱۱۵	۹-۵ سکوت
۱۱۶	۱۰-۵ عوامل اثرگذار در سخن گفتن
۱۱۸	۱۱-۵ حشو
۱۱۸	۱۲-۵ دستگاه صوتی و مکانیسم سخن گفتن
۱۲۲	۱۳-۵ فن مذاکره
۱۲۴	۱۴-۵ سخنرانی در جمع
۱۲۶	۱۵-۵ گویندگی رادیو و تلویزیون
۱۲۹	۱۶-۵ سخن‌گوی سازمانی
۱۳۰	۱۷-۵ مهارت سخن گفتن در کلاس
۱۳۴	۱۸-۵ مهارت انجام مصاحبه
۱۳۶	خلاصه فصل پنجم
۱۳۷	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۱۳۷	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم
۱۴۱	فصل ششم: مهارت نوشتن
۱۴۱	هدف کلی
۱۴۱	هدف‌های یادگیری
۱۴۱	مقدمه
۱۴۲	۱-۶ خط
۱۴۳	۲-۶ انواع مهارت نوشتن و عوامل اثرگذار بر آن
۱۴۴	۳-۶ اصول نگارش فارسی

۱۴۶	۴-۶ دستور خط فارسی
۱۴۷	۵-۶ آراستن گزارش
۱۴۷	۶-۶ ساده‌نویسی
۱۴۸	۷-۶ نشانه‌گذاری یا سجاوندی
۱۵۰	۸-۶ استعاره و کنایه
۱۵۱	۹-۶ عددنویسی و فرمول‌نویسی
۱۵۲	۱۰-۶ استفاده از کوتاه‌نوشته‌ها (نشانه‌های اختصاری)
۱۵۲	۱۱-۶ نوشتن صحیح اعلام، اصطلاحات علمی و فنی
۱۵۳	۱۲-۶ نیمه رسمی‌نویسی
۱۵۳	۱۳-۶ انواع نثر فارسی
۱۵۴	۱۴-۶ زبان‌شناسی
۱۵۴	۱۵-۶ نگارش شعر و خواندن آن
۱۵۵	۱-۱۵-۶ انواع قالب‌های شعر
۱۵۵	۲-۱۵-۶ انواع سبک‌های شعر
۱۵۶	۳-۱۵-۶ انواع ابزار و دانش مورد استفاده در شعر
۱۵۷	۱۶-۶ مقاله
۱۵۷	۱۷-۶ گزارش‌نویسی
۱۵۸	۱۸-۶ نوشتن شرح سوابق فردی
۱۵۹	خلاصه فصل ششم
۱۵۹	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۱۶۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل ششم
۱۶۱	فصل هفتم: مهارت گوش‌دادن
۱۶۱	هدف کلی
۱۶۱	هدف‌های یادگیری
۱۶۱	مقدمه
۱۶۲	۱-۷ حس شنوایی
۱۶۳	۲-۷ مفهوم گوش‌دادن
۱۶۴	۳-۷ فرایند گوش‌دادن
۱۶۴	۴-۷ آثار مخرب آلودگی‌های صوتی در دریافت
۱۶۵	۵-۷ توجه در فرایند گوش‌دادن مؤثر
۱۶۶	۶-۷ تمرکز در گوش‌دادن
۱۶۷	۷-۷ درک و گوش‌دادن مؤثر
۱۶۷	۸-۷ نقش معناگذاری در گوش‌دادن
۱۶۸	۱-۸-۷ عملکرد مغز
۱۷۰	۲-۸-۷ فرهنگ
۱۷۰	۳-۸-۷ ارزیابی

۱۷۰	۹-۷ پاسخ در گوش دادن مؤثر
۱۷۱	۱-۹-۷ تکنیک‌های حافظه و گوش دادن
۱۷۱	۲-۹-۷ پرسش‌ها و پاسخ دادن
۱۷۲	۳-۹-۷ بازخور و گوش دادن
۱۷۲	۱۰-۷ نقش گوش دادن در سخن گفتن مؤثر
۱۷۳	۱۱-۷ عوامل مؤثر بر گوش دادن
۱۷۴	۱۲-۷ هدف از گوش دادن
۱۷۶	۱۳-۷ بهبود مهارت‌های گوش دادن
۱۷۶	۱۴-۷ تحرک جسمانی مناسب
۱۷۷	۱۵-۷ تماس چشمی
۱۷۸	۱۶-۷ زیبایی‌شناسی و گوش دادن
۱۷۹	خلاصه فصل هفتم
۱۸۰	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۱۸۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هفتم
۱۸۳	فصل هشتم: مهارت خواندن
۱۸۳	هدف کلی
۱۸۳	هدف‌های یادگیری
۱۸۳	مقدمه
۱۸۴	۱-۸ اهمیت مهارت خواندن
۱۸۴	۲-۸ مفهوم خواندن
۱۸۵	۳-۸ فرایند خواندن
۱۸۷	۴-۸ فرایند اجتماعی توسعه مهارت خواندن
۱۸۹	۵-۸ آموزش خواندن
۱۹۱	۶-۸ راه‌های بهبود روان‌خوانی
۱۹۱	۷-۸ راه‌های بهبود درک مطلب
۱۹۲	۸-۸ خواندن چگونه ارزیابی می‌شود؟
۱۹۲	۹-۸ مهارت تندخوانی
۱۹۴	۱۰-۸ انواع راه‌های بهبود تندخوانی
۱۹۵	۱۱-۸ دیدزنی
۱۹۶	۱۲-۸ خواندن اجمالی کتاب
۱۹۷	۱۳-۸ زبان و خواندن
۱۹۹	۱۴-۸ ادای کلمه
۱۹۹	۱-۱۴-۸ صامت‌ها
۲۰۳	۲-۱۴-۸ مصوت
۲۰۵	۱۵-۸ تکیه یا کوبه در خواندن
۲۰۶	خلاصه فصل هشتم

۲۰۷	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۲۰۷	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هشتم
۲۰۹	فصل نهم: مهارت زبان بدن
۲۰۹	هدف کلی
۲۰۹	هدف‌های یادگیری
۲۰۹	مقدمه
۲۱۰	۱-۹ علوم غیرکلامی
۲۱۰	۲-۹ ارتباطات غیرکلامی
۲۱۱	۳-۹ انواع ارتباطات غیرکلامی
۲۱۱	۴-۹ زبان بدن یا حرکت گفتاری
۲۱۲	۱-۴-۹ ژست یا حالت بدن
۲۱۴	۲-۴-۹ چهره و بیان چهره‌ای
۲۱۶	۳-۴-۹ چشم
۲۱۷	۴-۴-۹ حرکات سر
۲۱۷	۵-۴-۹ ایما و اشاره
۲۱۹	۵-۹ فضا یا مجاورت
۲۲۱	۶-۹ زمان‌شناسی
۲۲۲	۷-۹ شامه یا بو
۲۲۳	۸-۹ مشخصات جسمانی
۲۲۴	۹-۹ مصنوعات
۲۲۵	خلاصه فصل نهم
۲۲۵	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۲۲۶	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل نهم
۲۲۷	فصل دهم: مهارت دیداری یا سواد بصری
۲۲۷	هدف کلی
۲۲۷	هدف‌های یادگیری
۲۲۷	مقدمه
۲۲۸	۱-۱۰ مفهوم سواد بصری
۲۲۸	۲-۱۰ اهمیت حس بینایی
۲۲۹	۳-۱۰ نشانه‌شناسی تصویری
۲۳۲	۴-۱۰ مبانی سواد بصری
۲۳۳	۵-۱۰ دانش بصری و هنرهای تجسمی
۲۳۵	۶-۱۰ عناصر اولیه ارتباط بصری
۲۳۵	۱-۶-۱۰ نقطه
۲۳۷	۲-۶-۱۰ خط

۲۳۹	۱۰-۶-۳ سطح
۲۳۹	۱۰-۷ شکل
۲۴۰	۱۰-۸ سایه روشن
۲۴۱	۱۰-۹ رنگ
۲۴۳	۱۰-۹-۱ مفهوم رنگ
۲۴۴	۱۰-۹-۲ خصوصیات اصلی رنگ
۲۴۶	۱۰-۹-۳ کنتراست رنگ
۲۴۸	۱۰-۹-۴ هماهنگی رنگ‌ها (هارمونی)
۲۴۸	۱۰-۱۰ بافت
۲۴۹	۱۰-۱۱ تناسب
۲۵۰	۱۰-۱۲ مقیاس
۲۵۰	۱۰-۱۳ بُعد
۲۵۰	۱۰-۱۴ حرکت
۲۵۱	۱۰-۱۵ ریتم (ضرب - آهنگ)
۲۵۲	۱۰-۱۶ کنتراست
۲۵۲	۱۰-۱۶-۱ نقش کنتراست در دیدن
۲۵۳	۱۰-۱۶-۲ نقش کنتراست در ترکیب‌بندی
۲۵۴	۱۰-۱۶-۳ کنتراست در سایه روشن
۲۵۴	۱۰-۱۶-۴ کنتراست در رنگ
۲۵۴	۱۰-۱۶-۵ کنتراست در شکل
۲۵۴	۱۰-۱۶-۶ کنتراست در مقیاس
۲۵۵	۱۰-۱۷ آناتومی پیام بصری
۲۵۶	۱۰-۱۷-۱ بازنمایی
۲۵۶	۱۰-۱۷-۲ سمبلیک
۲۵۶	۱۰-۱۷-۳ تجرید
۲۵۷	۱۰-۱۷-۴ داده‌های ورودی و بینش بصری
۲۵۸	۱۰-۱۸ ترکیب‌بندی
۲۵۹	۱۰-۱۹ تعادل
۲۶۰	۱۰-۲۰ توازن
۲۶۱	۱۰-۲۱ تنش
۲۶۲	۱۰-۲۲ کشش و گروه‌بندی
۲۶۲	۱۰-۲۳ مثبت و منفی
۲۶۳	۱۰-۲۴ فضا در هنر تجسمی
۲۶۴	۱۰-۲۵ تکنیک‌های بصری
۲۶۵	۱۰-۲۶ سبک بصری
۲۶۶	۱۰-۲۷ کارکرد و پیام

۲۶۸	۱۰-۲۸ نماد و علامت
۲۶۸	خلاصه فصل دهم
۲۶۹	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۲۶۹	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دهم
۲۷۱	فصل یازدهم: مهارت کاربرد فناوری‌های ارتباطی
۲۷۱	هدف کلی
۲۷۱	هدف‌های یادگیری
۲۷۱	مقدمه
۲۷۲	۱۱-۱ سواد رایانه‌ای و سواد اطلاعاتی
۲۷۳	۱۱-۲ نقش سواد رایانه‌ای در زندگی انسان
۲۷۴	۱۱-۳ فناوری ارتباطات در سازمان‌ها
۲۷۵	۱۱-۴ هوش مصنوعی
۲۷۶	۱۱-۵ مدیریت اطلاعات برای ارتباطات
۲۷۷	۱۱-۶ انواع کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش
۲۷۹	۱۱-۷ نشر الکترونیکی
۲۸۰	۱۱-۸ نقش فناوری اطلاعاتی و ارتباطی در مدیریت سازمان‌های ورزشی
۲۸۱	۱۱-۹ فناوری اطلاعات و ارکان آن
۲۸۲	۱۱-۱۰ فناوری نرم‌افزار
۲۸۳	۱۱-۱۱ فناوری زیرساخت مخابراتی و ارتباطی
۲۸۴	۱۱-۱۲ انواع نیروی انسانی مرتبط با فناوری اطلاعاتی و ارتباطی
۲۸۴	۱۱-۱۳ چندرسانه‌ای‌ها
۲۸۸	۱۱-۱۴ محدوده تغییرات ناشی از استفاده از رایانه‌ها در سازمان‌های ورزشی
۲۸۹	۱۱-۱۵ فناوری اطلاعات در حوزه مدیریت ورزش
۲۹۱	۱۱-۱۶ راه‌های ارتباطی شبکه‌ای
۲۹۲	۱۱-۱۷ راه‌های ارتباطی تلفن همراه
۲۹۳	خلاصه فصل یازدهم
۲۹۴	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۲۹۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل یازدهم
۲۹۵	بخش سوم: وسایل ارتباط جمعی ورزشی
۲۹۷	فصل دوازدهم: انواع وسایل ارتباط جمعی و تحولات آن‌ها
۲۹۷	هدف کلی
۲۹۷	هدف‌های یادگیری
۲۹۷	مقدمه
۲۹۸	۱۲-۱ سیر تحولات رسانه‌های جمعی
۲۹۹	۱۲-۲ تحولات صنعت چاپ

۳۰۰	۱۲-۳ کتاب
۳۰۵	۱۲-۴ نشریات
۳۰۶	۱۲-۵ عکس
۳۱۰	۱۲-۶ سینما
۳۱۳	۱۲-۷ رادیو
۳۱۶	۱۲-۸ تلویزیون
۳۱۹	۱۲-۸-۱ پخش برنامه یا برادکستینگ
۳۲۰	۱۲-۸-۲ تلویزیون در ایران
۳۲۱	۱۲-۸-۳ ژانر تلویزیونی
۳۲۲	۱۲-۹ تلگراف
۳۲۳	۱۲-۱۰ تلفن
۳۲۶	۱۲-۱۱ رایانه
۳۲۸	۱۲-۱۲ ارتباطات ماهواره‌ای و فیبر نوری
۳۲۹	خلاصه فصل دوازدهم
۳۲۹	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۳۳۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوازدهم
۳۳۱	فصل سیزدهم: سواد رسانه‌ای
۳۳۱	هدف کلی
۳۳۱	هدف‌های یادگیری
۳۳۱	مقدمه
۳۳۲	۱۳-۱ تاریخچه سواد رسانه‌ای
۳۳۴	۱۳-۲ مفهوم سواد رسانه‌ای
۳۳۶	۱۳-۳ اهمیت سواد رسانه‌ای
۳۳۷	۱۳-۴ سواد رسانه‌ای و مصرف رسانه‌ای
۳۳۸	۱۳-۵ سواد رسانه‌ای و برخورد هدفمند با رسانه
۳۳۹	۱۳-۶ سه مؤلفه بنیادین در سواد رسانه‌ای
۳۳۹	۱۳-۶-۱ جایگاه شخصی
۳۴۰	۱۳-۶-۲ ساختارهای دانش
۳۴۲	۱۳-۶-۳ مهارت‌ها
۳۴۴	۱۳-۷ نظریه‌های رسانه در تعامل با سواد رسانه‌ای
۳۴۷	۱۳-۸ رویکردهای نظری با تأکید بر جنبه‌های کاربردی در خبر
۳۵۰	۱۳-۹ رویکرد کاربردی نظریه کهکشان گوتنبرگ مک‌لوهان به رسانه‌ها
۳۵۰	خلاصه فصل سیزدهم
۳۵۱	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۳۵۱	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سیزدهم

۳۵۳	فصل چهاردهم: مدیریت رسانه‌های جمعی
۳۵۳	هدف کلی
۳۵۳	هدف‌های یادگیری
۳۵۳	مقدمه
۳۵۴	۱-۱۴ تعریف رسانه
۳۵۴	۲-۱۴ انواع دسته‌بندی رسانه‌های جمعی
۳۵۴	۳-۱۴ نقش میانجیگری
۳۵۵	۴-۱۴ ارتباط‌گران تخصصی
۳۵۶	۵-۱۴ محدودیت‌های ارتباطی در رسانه‌ها
۳۵۷	۶-۱۴ انواع نقش و کارکردهای رسانه‌های جمعی
۳۶۰	۱-۶-۱۴ مطبوعات در برابر تلویزیون
۳۶۰	۲-۶-۱۴ سینما در برابر تلویزیون
۳۶۱	۷-۱۴ تأثیر
۳۶۲	۸-۱۴ تبلیغ یا پروپاگاندا
۳۶۴	۹-۱۴ پخش برنامه یا برادکستینگ
۳۶۴	۱۰-۱۴ رسم‌ها و رسانه‌ها
۳۶۵	۱۱-۱۴ سازمان‌های رسانه‌ای
۳۶۷	خلاصه فصل چهاردهم
۳۶۷	فعالیت‌هایی برای یادگیری
۳۶۸	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهاردهم
۳۶۹	پاسخ‌نامه
۳۷۱	واژه‌نامه فارسی - انگلیسی
۳۷۵	منابع

پیشگفتار

مدیر، روند حرکت از وضع موجود به سوی وضعیت مطلوب را هدایت می‌کند، و در هر لحظه، برای ایجاد آینده‌ای بهتر در تکاپو است. موضوع ارتباط‌شناسی برای همه مدیران ورزش و به‌ویژه دانشجویان مدیریت رسانه‌های ورزشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ارتباطات چیزی بیش از صحبت کردن است. درک و توانایی به‌کارگیری ارتباطات از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که هر فرد باید بیاموزد. ارتباط مناسب در موفقیت فرد در محل کار و اجتماع، بسیار مؤثر است. توان برقراری ارتباط مؤثر، می‌تواند میزان شایستگی و احتمال موفقیت فرد را تعیین کند. از جمله مهم‌ترین مهارت‌های مورد نیاز افراد در محیط کار، می‌توان به مهارت‌های: مصاحبه، مباحثه، گوش دادن، برنامه‌ریزی، هدایت جلسات، حل و فصل اختلاف‌ها و سخنرانی اشاره کرد.

بیشتر مردم نمی‌توانند به‌خوبی با دیگران ارتباط برقرار کنند. تحقیقات نشان می‌دهد، افراد زیادی نمی‌توانند ساده‌ترین فعالیت‌های ارتباطی را انجام دهند، یا خواسته‌های خود را به شکلی صریح و روشن بیان کنند. درصد قابل ملاحظه‌ای از افراد هنگام برقراری ارتباط با دیگران یا سخنرانی دچار اضطراب و نگرانی می‌شوند. مهارت مهم گوش دادن مؤثر به صحبت دیگران به اندازه کافی مورد توجه و تأکید قرار ندارد. در مجموع نتایج تحقیقات متعددی مؤید این نکته است، که بسیاری از مردم از ظرفیت‌های اثربخش ارتباطی به‌خوبی استفاده نمی‌کنند.

مطالعات ارتباطی حوزه‌ای شامل گسترده‌ای از موضوعات جذاب است و رشته‌های مختلفی همچون «روزنامه‌نگاری، ارتباطات دوربرد (مخابرات)، روان‌شناسی

اجتماعی، فیزیولوژی، زبان‌شناسی و معنی‌شناسی را دربرمی‌گیرد. مدرسان مطالعات ارتباطی ممکن است، متخصص زبان، جامعه‌شناس یا حتی فیزیکدان باشند. واژه‌هایی همچون رسانه یا کانال در نزد روزنامه‌نگاران یا مهندسان دوربرد (مخابرات) حاوی معنای یکسان نیستند، و در عین حال معنای موردنظر هر گروه از متخصصان در جای خود صحیح است.

ارتباطات، حوزه‌ای بین رشته‌ایی در اغلب رشته‌های دانشگاهی است، و به عنوان یک درس یا موضوع کمک آموزشی مطرح می‌شود. حوزه تربیت‌بدنی و رشته مدیریت ورزشی در دروس مختلف خود از مبانی و مفاهیم ارتباطات بهره می‌گیرند. با ظهور گرایش مدیریت رسانه‌های ورزشی در رشته مدیریت ورزشی، ارتباط‌شناسی به میزان دو واحد، یکی از دروس اصلی و تخصصی در حوزه ورزش است. در مقطع دکترا و گرایش مدیریت بازاریابی و رسانه ورزشی نیز دو واحد درسی به «ارتباطات» اختصاص یافته است.

در این مجموعه تلاش شده است، تا ارتباطات در ورزش با رویکردی کاربردی مورد بحث و بررسی قرار گیرد. کتاب شامل سه بخش و ۱۴ فصل است.

بخش اول، درمورد تعاریف و مفاهیم ارتباطات و شامل چهار فصل است. فصل اول به تعاریف و مفاهیم ارتباطات اختصاص دارد. فصل دوم به معرفی انواع الگوهای ارتباطی می‌پردازد. فصل سوم درباره اصول حاکم بر ارتباطات انسانی در ورزش است؛ این اصول در ابعاد ارتباطات درون فردی، میان فردی، گروهی، جمعی و فرافردی مورد بحث قرار می‌گیرد. فصل چهارم به ارتباطات سازمانی در ورزش می‌پردازد.

بخش دوم، در مورد مهارت‌های ارتباطی مؤثر در ورزش و شامل هفت فصل و از فصل‌های پنجم تا یازدهم است. فصل پنجم به مهارت سخن گفتن، فصل ششم به مهارت نوشتن، فصل هفتم به مهارت گوش دادن، فصل هشتم به مهارت خواندن، فصل نهم به مهارت زبان بدن، فصل دهم به مهارت دیداری یا سواد بصری و فصل یازدهم به مهارت کاربرد فناوری‌های ارتباطی اختصاص دارد.

بخش سوم درباره وسایل ارتباط جمعی ورزشی و شامل چهار فصل از فصل دوازدهم تا چهاردهم است. فصل دوازدهم درباره انواع وسایل ارتباط جمعی و تحولات آن‌ها است. فصل سیزدهم به سواد رسانه‌ای و فصل چهاردهم به مدیریت رسانه‌های جمعی اختصاص دارد.

هرچند تلاش نویسندگان بر این بوده است، تا کتابی کم نقص در حوزه ارتباط‌شناسی در ورزش را تهیه کنند، اما بی‌شک نظرات اصلاحی و تکمیلی خوانندگان کتاب، ما را به این هدف نزدیک خواهد کرد. بنابراین، هرگونه نظرات اصلاحی و تکمیلی، مزید امتنان نویسندگان کتاب خواهد بود.