

تحلیل محتوای عناوین و موضوعات کتاب‌های تربیت بدنی و ورزش

حمید قاسمی*^۱ - سارا کشکر^۲ - رویا روشنی^۳

۱. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. ۲. استادیار، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه علامه

طباطبایی، تهران، ایران. ۳. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد، کرج، ایران.

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۰۵، تاریخ تصویب: ۱۳۹۲/۰۳/۱۹)

چکیده

هدف از این تحقیق تحلیل محتوای کتب ورزشی کشور با تاکید بر مؤلفه‌های ورزش بود. برای منظور از روش توصیفی و تحلیل محتوا استفاده شد و داده‌ها به کمک برگه‌کدگذاری و دستورالعمل کدگذاری محقق ساخته با روایی صوری و محتوایی و ضریب عینت تأیید شده (ضریب اسکات ۰/۹۱) جمع‌آوری شد. جامعه تمامی کتب ورزشی معرفی شده روی سایت کتابخانه ملی و خانه کتاب از ابتدا تا سال ۱۳۹۱ بود که با روش کل‌شمار تمامی کتب‌ها مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که بیشتر کتاب‌ها (۶۹/۳) درصد با موضوع عمومی و غیر درسی هستند و کمترین کتاب‌ها (۰/۵ درصد) به ورزش همگانی و تفریحی اختصاص دارد. بین مؤلفه‌های ورزش و انتشارات و بین مؤلفه‌های ورزش و تیراژ رابطه معنی‌داری دیده شد. بیشتر کتاب‌ها با موضوع قهرمانی و رشته‌های خاصی چون فوتبال/فوتسال (۱۱/۴ درصد) هستند و بیشتر کتاب‌های تربیتی توسط انتشارات غیر ورزشی انتشار یافته است.

واژه‌های کلیدی

کتاب ورزشی، تحلیل محتوا، مؤلفه‌های ورزش، ورزش همگانی، ورزش قهرمانی.

مقدمه

در وسایل ارتباط جمعی، آگاهی‌ها، اندیشه‌ها، افکار، خواسته‌ها و تمایلات گروهی برای عام فرستاده می‌شود و مورد رد و بدل قرار می‌گیرد. بطور کلی در یک زمان، انتقال ارتباط در حیطه گسترده و وسیعی از مردم انجام می‌شود و پیام منتقل می‌شود (۱۱).

در علم ارتباطات کتاب از رسانه‌های جمعی مهم و تأثیرگذار با ویژگی ماندگاری است (۱۷). در حال حاضر کتاب و فرهنگ کتابخوانی به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه جوامع شناخته می‌شود (۲۰). کتاب‌های با موضوع ورزشی، محصولی فرهنگی، علمی، اجتماعی، صنعتی و حاصل دست رنج نویسنده، ناشر و توزیع کننده است که در نهایت با هدف اعتلای علمی، اطلاعاتی و افزایش آگاهی در اختیار خواننده قرار می‌گیرد. این نوع کتاب، به عنوان یکی از رسانه‌های مهم انتقال علم و دانش ورزش بوده است. باید تأکید کرد که به رغم رشد رسانه‌های گوناگون جمعی، تا کنون هیچ رسانه‌ای نتوانسته است جای کتاب را در رشد و توسعه دانش ورزش بگیرد (۲۶)، ضمن از دیگر تحولات این رسانه پرنفوذ، گسترش کتاب‌های الکترونیک می‌باشد (۱۷).

ورزش به عنوان یک رشته دانشگاهی از علوم مختلفی برای توسعه و شناخت خود کمک می‌گیرد. کتاب‌های ورزشی با توجه به مخاطبین مختلف و گسترده‌ای که در ابعاد "دانشگاهی و غیر دانشگاهی"، "عام و تخصصی"، و "رده‌های سنی مختلف"، دارند سطح پوشش گسترده‌ای را در بر می‌گیرند. ناشران متعددی اقدام به انتشار کتب ورزشی می‌نمایند و هر یک در تلاش هستند تا بازارها و نیازهای مصرف کنندگان را تشخیص دهند و بر اساس آن نیازها، خواسته‌ها و تقاضاها، کتاب منتشر نمایند (۲۳). این رویکرد تا جایی پیش رفته است که رقابت‌هایی هم در بین ناشران ورزشی دیده می‌شود.

یکی از زمینه‌های موثر در توسعه ورزش کشور از ابعاد مختلف، گسترش فرهنگ مطالعه به ویژه در زمینه ورزش است. ورزش بر اساس الگوی مول^۱ و سند جامع توسعه ورزش کشور به ۴ مولفه اصلی تربیتی، همگانی-تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای تقسیم می‌شود (۱۸). در این رابطه دست اندرکاران و برنامه ریزان توسعه ورزش علمی، به راهبردهایی نیاز دارند تا فرهنگ مطالعه را در مخاطبین ورزش‌های تربیتی، همگانی-تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای توسعه دهند. بر این اساس کتاب‌های با موضوع تربیت بدنی و ورزش را می‌توان بر اساس مفاهیم ارایه شده درباره هر یک از مولفه‌های ورزش در آن دسته جای داد. کتاب‌هایی که درباره ورزش مدارس و دانشگاه‌ها را به عنوان کتاب‌های با موضوع تربیتی می‌توان دسته بندی کرد. کتاب‌هایی که درباره آمادگی جسمانی، فعالیت‌های تفریحی، اوقات فراغت، ورزش شهروندی، بازی‌های بومی-محلی و ورزش همگانی باشند را می‌توان به عنوان کتاب‌های با موضوع رشته‌های ورزشی و با تأکید بر جنبه‌های قهرمانی و تولید فدراسیون‌ها و هیات‌های ورزشی را می‌توان در زمره کتاب‌های با موضوعیت قهرمانی دسته بندی کرد. و در نهایت کتاب‌های با موضوع باشگاه‌ها را می‌توان در دسته کتاب‌های با موضوع حرفه‌ای جای داد (۱۸). بهبود این وضعیت می‌تواند به بهبود ورزش علمی کشور کمک کند. توسعه فرهنگ کتاب خوانی و بهبود کمی و کیفی کتاب‌های ورزشی به سیاست و راهبردهای سنجیده علمی نیاز دارد. برای رفع موانع و ایجاد زمینه و بستری لازم برای ترویج و توسعه فرهنگ مطالعه، نهادهای خانواده، مدارس و نظام آموزشی، کتابداران و کتابخانه‌ها، دولت و رسانه‌های جمعی، ناشران و کتاب‌فروشی‌ها، باید با رفع مشکلات

رضایت نداشتند. درحالی‌که ناشران و کتابفروش‌ها بیش از مشتریان به کارایی و خدمات رسانی مناسب سایت‌های اینترنتی فروش کتاب معتقد بودند. هرچند هنوز درصد کمی از کتاب‌های الکترونیک استفاده می‌کنند، ولی معتقد بودند که در آینده جامعه به سمت کتاب‌های الکترونیک ورزشی بیش از کتاب‌های کاغذی گرایش خواهد داشت و به این ترتیب انتشار کتاب‌های کاغذی با بحران جدی مواجه خواهد شد و ماهیت شغلی ناشران و کتاب‌فروشها در نتیجه این رشد به مخاطره خواهد افتاد. در حالی‌که ناشران و کتابفروش‌ها هر چند به رشد کتاب‌های الکترونیک ورزشی معتقدند ولی آن را تهدیدی برای کتاب‌های ورزشی و نیز ماهیت شغلی خود نمی‌دانند.

قاسمی، کشکر، موسوی (۱۳۹۰) با بررسی تناسب حوزه نشر کتب ورزش و تربیت‌بدنی با نیازهای بازدیدکنندگان از نمایشگاه کتاب و غرفه‌های تربیت‌بدنی یافتند که کیفیت کتاب‌ها از بعد طرح و قیمت در بین مشتریان با رشته تربیت‌بدنی و غیررشته تربیت‌بدنی تفاوت معنی‌داری ندارد، اما میزان شهرت برند ناشران و جایگاه علمی مؤلفین کتب از دیدگاه مشتریان با رشته تربیت‌بدنی و غیررشته تربیت‌بدنی تفاوت دارد. هر دو گروه مشتری ویژگی‌های کتب موجود را در حد مطلوب نمی‌دانند و انتظار بهبود کیفیت کتب را دارند؛ آنها به تألیف کتب توسط متخصصین و نشر توسط ناشرین مطلع از استانداردهای مناسب تولید کتاب عرضه مناسب و قیمت متناسب با محتوا و توان خریداران آن تأکید داشتند. مشتریان از نحوه اطلاع‌رسانی درباره کتب جدید ورزشی منتظر شده راضی نبودند.

در مجلات پژوهشی و عامه‌پسند، تحقیقات مختلفی حکایت از پوشش نابرابر مولفه‌های ورزش دارد. برای نمونه در مجلات علمی بیشتر پوشش‌ها روی ورزش تربیتی (۷) و گرایش‌های تربیت‌بدنی با تأکید بر

موجود هم سو و هم هدف به سمت مشخصی حرکت کنند. تلاش برای تثبیت جایگاه و شأن کتاب در سبدکالای فرهنگی خانواده نخستین گام در رونق بخشی به این حوزه مقدس است (۱۶).

رضوی و نظرعلی (۱۳۷۹) با تحلیل محتوای کتاب تربیت‌بدنی اول دبستان به این نتیجه رسیدند که به حیطه‌های حرکتی (جابه‌جایی، تعادل و چرخش) و همچنین بعد زیباشناختی کودکان پرداخته نشده است و تصاویر پسران بیش از دختران مورد تأکید هستند و بازیهای سنتی به هیچ وجه مدنظر قرار نگرفته است (۲۱). تحقیقات مشابهی در مورد برخی از کتب آموزشی غیر ورزشی مدارس و دانشگاه‌ها نیاز به توجه و تأکید بیشتر نویسندگان و ناشران به ابعاد صوری، ساختاری و محتوایی کتاب‌ها را مورد تأکید قرار دادند (۲۶؛ ۱۵؛ ۱۰؛ ۲۵؛ ۲۳؛ ۱۳؛ ۲۷).

غفوری، رحمان سرشت، احسانی و کوزه‌چیان (۱۳۸۲) با مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت‌بدنی به نقش رسانه‌های جمعی از جمله نشریات یافتند که رسانه‌های جمعی اثر معنی‌داری روی نگرش رفتار مردم نسبت به ورزش کردن دارند. البته رسانه‌های جمعی به طور کلی ترجیح می‌دهند به ترویج و نشر ورزش قهرمانی بپردازند. دلیل این مسئله سود اقتصادی حاصل از این بخش از ورزش است.

قاسمی، کشکر (۱۳۹۰) در بررسی جایگاه کتابهای الکترونیک ورزشی و سایتهای فروش اینترنتی کتاب در بین مخاطبان حوزه نشر ورزشی، متوجه عدم استقبال مردم از سایتهای اینترنتی فروش کتاب شدند. مشتریان اعتقادی به اشاعه فرهنگ کتابخوانی توسط سایتهای فروش کتاب نداشتند و معتقد بودند که این سایت‌ها اطلاعات کافی و به موقع در مورد کتاب‌های ورزشی ارائه نمی‌دهند و از خدمات فروش و تحویل این سایت‌ها

کامپیوتر، اینترنت و نرم‌افزارهای مربوط به آن‌ها بیشتر مورد استقبال مخاطبان است. دلیل آن هم شاید تازگی و نو بودن این علوم و همسویی آن با دنیای مدرن امروز باشد که از جذابیت‌های خاص خود برخوردار هستند و ناشران نیز به طور طبیعی به چاپ این موضوع‌ها بیشتر علاقه نشان می‌دهند. به هر حال تمرکز نشر ورزش در کشور ما به ورزش قهرمانی یا برخی رشته‌های خاص معطوف است. موضوعات عمده کتب ورزشی منتشر شده شامل فوتبال، والیبال، آمادگی جسمانی، زمین‌ها و سالن-ها، ورزش باستانی، ورزش درمانی، ورزشکاران، دو و میدانی، ورزش‌های زمستانی و رزمی بوده است. این آمار بیانگر فقر شدید کتب ورزشی در عرصه چاپ و نشر کشور است (۱۶).

در این راستا تعداد محدودی از انتشارات تخصصی ورزشی فعالیت می‌نمایند که از وضعیت بازار و استقبال عمومی از کتب ورزشی رضایت ندارند. در این میان دیده می‌شود که کتب ورزشی با موضوع یکسان و بعضاً محتوای نزدیک به هم منتشر می‌شوند. بررسی نظرات دست‌اندرکاران نشر و توزیع کتاب‌های ورزشی گویای وضعیت نامطلوب انتشار و فروش این دسته از کتاب‌ها به دلیل عدم استقبال جامعه و مسئولین است و در حال حاضر اکثر کتاب‌های ورزشی فقط با تیراژ ۱۰۰۰ نسخه چاپ می‌شود و این امر نشان‌دهنده نگرانی ناشران از فروش کتب ورزشی می‌باشد (۱۴).

کتاب‌های ورزشی با توجه به دوگروه از مصرف‌کنندگان قابل تولید و توزیع است. گروه اول مصرف‌کنندگان آموزشی هستند که از کتاب‌ها به عنوان منبع درسی استفاده می‌کنند و گروه دوم مصرف‌کننده تمام کتاب‌های ورزشی می‌باشند که به منظور کسب آگاهی برای ارتقا سطح سلامت، تندرستی و آموختن رشته‌های ورزشی از این کتاب‌ها استفاده می‌کنند. مصرف‌کنندگان

فیزیولوژی ورزش وجود داشت. در تحلیل محتوای نشریه اقتصاد ورزش (GSE) نیز بالاترین موضوعات روی اشتغال و تجارت نشان داده شد (۳۱). در نشریات عامه پسند بیشتر پوشش روی ورزش حرفه‌ای و آنهم رشته خاصی مانند فوتبال است (۱۸). حتی بررسی دیدگاه‌های روسای جمهور و روسای ورزش کشور هم حکایت از تأکیدی نابرابر بر روی مولفه‌ها و رشته‌های ورزشی دارد (۱۹).

درصد بسیار کمی از کتابخانه‌های دانشگاهی ایران دارای میز مرجع دیجیتال هستند و این تعداد نیز از لحاظ دارا بودن ویژگی‌های محتوایی در وضعیت مطلوبی قرار ندارند. از این رو لازم است کتابخانه‌های دانشگاهی در کشور با راه‌اندازی میز مرجع دیجیتال کاربران رادر بهره‌گیری گسترده تراز خدمات کتابخانه یاری رسانند (۲۵). تحقیق مین، کیم، وون و سون (۲۰۱۱) نشان داد که کره ای‌ها خواندن کتاب‌های الکترونیکی را با توجه به زمان تردد با وسایل نقلیه عمومی ترجیح می‌دهند.

شیلبری (۲۰۱۰) در تجزیه و تحلیل کتاب سنجی چهار مجله مدیریت ورزشی به این نتیجه دست یافت که ارزیابی و رتبه‌بندی مجلات مدیریت ورزشی ضروری است.

متخصصان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی از اهمیت وجایگاه ویژه‌ای برای تولید محتوای مناسب آموزشی، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی در ورزش برخوردار هستند. چرا که یکی از شکل‌های عرضه علمی ورزش انتشار آن به صورت کتاب است. کتاب‌هایی که می‌توانند به رشد ورزش کمک کنند. اهمیت کتب ورزشی در توسعه سلامت و تندرستی و فرهنگ ورزش در جامعه بر همگان مسلم است. با این وجود هنوز فرهنگ مطالعه کتب ورزشی بر اساس تیراژها به سطح مطلوب خود نرسیده است (۱۶). بازار کتاب نشان می‌دهد که کتاب‌های در زمینه

دسته دوم با طیف گسترده‌ای از افراد جامعه با توجه به خصوصیات دموگرافیک مختلف از قبیل سن، جنس، شغل، تحصیلات، تأهل، اقتصاد، خانواده و... تقسیم می‌شوند که تأمین نیازهایشان مستلزم تلاش و آگاهی بسیار تولیدکنندگان کتاب است. با این ویژگی‌ها این پرسش کلی برای محقق ایجاد شد که وضعیت نشر کتاب‌های ورزشی چگونه است و چه ارتباطی بین ناشرین مؤلف/مترجم و ابعاد مختلف نشر با کتاب‌های ورزشی وجود دارد؟

روش تحقیق

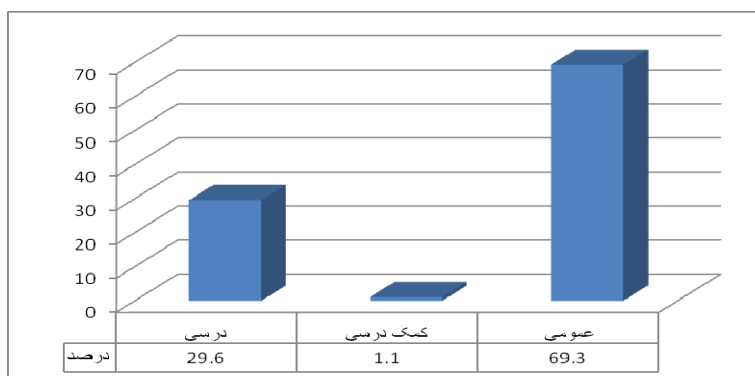
روش تحقیق در این پژوهش از نظر استراتژی توصیفی، از نظر مسیر اجرا تحلیل محتوا، از نظر جمع آوری اطلاعات، اسنادی می باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه کتاب‌های با موضوع تربیت بدنی و ورزش ثبت شده در کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران یا خانه کتاب بود. نمونه آماری این پژوهش به صورت کل شمار و بررسی تمام کتاب‌ها از سال ۱۳۵۱ تا پایان سال ۱۳۹۰ در نظر گرفته شد. ابزار جمع آوری اطلاعات تحقیق، برگه کدگذاری و دستورالعمل آن بود که برای هر کتاب یک برگه کدگذاری پر شد. روایی صوری و محتوایی برگه‌های کدگذاری تحقیق با نظر ۱۰ نفر از اساتید صاحب نظر و ضریب عینیت (معادل پایایی) با محاسبه ضریب توافق ۳ کدگذار (پی اسکات ۰/۹۱) مورد تایید واقع گردید. از

واحدهای تحلیل در این تحقیق می توان به موضوعیت کتاب‌ها، مولفه های ورزش، رشته های ورزشی و تعداد تیراژ یا شمارگان کتاب اشاره کرد. برای نمونه در واحد تحلیل مولفه های ورزش، کتاب های با موضوع تربیتی با کد ۱، کتاب های با موضوع ورزش همگانی- تفریحی با کد ۲، کتاب های با موضوع ورزش قهرمانی با کد ۳، کتاب های با موضوع ورزش حرفه ای با کد ۴، کتاب هایی که به بیش از دو مولفه می پرداختند با کد ۵ و کتاب هایی که مولفه های مورد پوشش آن قابل تشخیص نبودند با کد ۶ توسط کدگذار در برگه کدگذاری، کد گذاری شدند تا به این نحو اطلاعات جمع آوری گردد. در سایر واحد های تحلیل نیز به همین نحو، هر یک از موارد زیرمجموعه واحد تحلیل یک کد مشخص با راهنمای کدگذاری دقیقی داشتند که بر اساس آن کدگذاری صورت می گرفت.

روش جمع آوری اطلاعات تحقیق به صورت استفاده از سایت مرجع کتابخانه ملی یا خانه کتاب و مراجعه حضوری به کتابخانه ملی و خانه کتاب و پرکردن برگه‌های کدگذاری مربوط به هر کتاب براساس دستورالعمل کدگذاری توسط شخص محقق به عنوان کدگذار بود.

نتایج و یافته‌های تحقیق

شکل ۱ وضعیت فراوانی انواع موضوع کتب ورزشی کشور را از ابتدا تا سال ۱۳۹۱ نشان می دهد.



شکل ۱: توزیع فراوانی وضعیت عناوین کتب ورزشی براساس موضوعیت

جدول ۱ وضعیت عناوین کتب ورزشی بر اساس مؤلفه‌های ورزش (تربیتی، همگانی، تفریحی، قهرمانی، حرفه‌ای و ترکیبی) را نشان می‌دهد.

جدول ۱. جدول توزیع فراوانی و درصدی وضعیت عناوین کتب ورزشی بر اساس مؤلفه‌های ورزش

مؤلفه‌های ورزش	فراوانی	درصد
تربیتی (پرورشی)	۵۳۲	۱۴/۷
همگانی - تفریحی	۱۹	۰/۵
قهرمانی	۱۳	۰/۴
حرفه‌ای	۲۰	۰/۶
ترکیبی	۲۹۱۹	۸۰/۴
نامشخص	۱۲۸	۳/۵
کل	۳۶۳۱	۱۰۰/۰

باتوجه به جدول فوق عناوین کتب ورزشی بیشتر ترکیبی (۸۰/۴ درصد) و کمتر قهرمانی (۰/۴ درصد) بود. کتب تربیتی (پرورشی) ۱۴/۷ درصد، کتب حرفه‌ای ۰/۶ درصد و کتب همگانی - تفریحی ۰/۵ درصد بود.

جدول ۲ وضعیت عناوین کتب ورزشی بر اساس رشته‌های ورزشی (عمومی، فوتبال، والیبال و...) را نشان می‌دهد.

جدول ۲. جدول توزیع فراوانی وضعیت عناوین کتب ورزشی بر اساس رشته‌های ورزشی

رشته ورزشی	فراوانی	درصد	رشته ورزشی	فراوانی	درصد
فوتبال/فوتسال	۴۱۴	۱۱/۴	تیراندازی	۱	۰
والیبال	۳۶	۱/۰	تیراندازی با کمان	۰	۰
بسکتبال	۴۶	۱/۳	شطرنج	۴	۰/۱
کشتی	۹۷	۲/۷	سوارکاری	۳	۰/۱
تکواندو	۸۱	۲/۲	جودو	۳۱	۰/۹

ادامهٔ جدول ۲. جدول توزیع فراوانی وضعیت عناوین کتب ورزشی بر اساس رشته‌های ورزشی

رشته ورزشی	فراوانی	درصد	رشته ورزشی	فراوانی	درصد
هندبال	۶	۰/۲	دوچرخه سواری	۱۳	۰/۴
کاراته	۱۷۵	۴/۸	شمشیربازی	۳	۰/۱
ووشو/کونگ فو	۱۴۵	۴/۰	قایقرانی	۷	۰/۲
ژیمناستیک	۲۳	۰/۶	وزنه برداری	۱۵	۰/۴
دو میدانی	۲۸	۰/۸	پرورش اندام	۵۹	۱/۶
شنا/شیرجه/واترپلو	۱۶	۰/۴	سه گانه	۱	۰/۰
اتومبیل رانی و موتورسواری	۱	۰/۰	هاکی	۷	۰/۲
تنیس روی میز	۲	۰/۱	چوگان	۰	۰
تنیس	۳۳	۰/۹	کوهنوردی	۹۰	۲/۵
بدمینتون	۲۴	۰/۷	معلولین/ ناشنوایان/ نابینایان	۱۲	۰/۳
اسکی	۰	۰	گلف	۵	۰/۱
آمادگی جسمانی	۹۴	۲/۶	کبدی	۰	۰
اسکیت	۲	۰/۱	بولینگ و. کیو اسپرت	۰	۰
اسکواش	۳	۰/۱	ورزش همگانی	۲۰۸	۵/۷
ورزش زورخانه‌ای	۱۵	۰/۴	سایر رشته‌های ورزشی	۵۲۸	۱۴/۵
بوکس	۱۹	۰/۵	بدون اشاره به رشته ورزشی خاص	۱۳۸۴	۳۸/۱

کاراته ۴/۸ درصد و کتب ورزشی با عناوین اسکی، چوگان، کبدی، بولینگ و. کیو اسپرت و تیراندازی منتشر نشده بود. جدول ۳ یافته‌های حاصل از بررسی وجود رابطه بین کتاب‌های با محوریت مؤلفه‌های ورزش و انتشارات مربوطه می‌باشد.

باتوجه به جدول فوق عناوین کتب ورزشی بیشتر بدون اشاره به رشته ورزشی (۳۸/۱ درصد)، کتب ورزشی با عنوان فوتبال/ فوتسال ۱/۴ درصد، کتب ورزشی با عنوان ورزش همگانی ۵/۷ درصد و کتب ورزشی با عنوان

جدول ۳. جدول توافقی مؤلفه‌های ورزش و انتشارات

ورزش مولفه‌های	تخصصی ورزشی	غیر ورزشی	نامشخص
تربیتی (پرورشی)	٪۱۲/۱	٪۱۶/۳	٪۱۸/۷
همگانی - تفریحی	٪۳	٪۷	٪۳
قهرمانی	۰	٪۵	٪۵
حرفه‌ای	٪۴	٪۷	٪۳
ترکیبی	٪۸۷/۲	٪۸۱/۷	٪۸۰/۳
χ^2	Df	سطح معناداری	
۲۶/۳۰	۸	۰/۰۰۱	

انتشارات تخصصی ورزشی منتشر می‌کنند. کتاب‌های تربیتی (پرورشی) را انتشارات نامشخص منتشر می‌کنند. جدول ۴ یافته‌های حاصل از بررسی وجود رابطه بین موضوعیت کتاب‌ها با انتشارات مربوطه می‌باشد.

نتایج درجدول بالا نشان می‌دهد، بین کتاب‌های با محوریت مؤلفه‌های ورزش و انتشارات رابطه وجود دارد. آزمون χ^2 نشان داد که این رابطه معنادار است ($\chi^2=26/30, P=0/001$) و شدت این رابطه براساس آزمون χ^2 ۷/۸ درصد بود. بیشتر کتاب‌های ترکیبی را

جدول ۴. جدول توافقی موضوعیت کتاب‌ها و انتشارات

کتاب‌ها موضوعیت	تخصصی ورزشی	غیر ورزشی	نامشخص
درسی	٪۱۴/۱	٪۳۲/۶	٪۶۴/۸
کمک درسی	٪۲/۱	٪۰/۷	-
غیرمشخص	٪۸۳/۸	٪۶۶/۷	٪۳۵/۲
χ^2	Df	سطح معناداری	
۵۶/۷۰	۴	۰/۰۰۱	

کتاب‌های درسی را انتشارات نامشخص منتشر می‌کنند. کتاب‌های غیرمشخص را انتشارات تخصصی ورزشی منتشر می‌کنند. جدول ۵ یافته‌های بررسی رابطه بین تیراژ و مؤلفه‌های ورزشی مورد پوشش را نشان می‌دهد.

نتایج درجدول بالا نشان می‌دهد، بین کتاب‌های با عنوان درسی، کمک درسی، عمومی یا غیرمشخص و انتشارات رابطه وجود دارد. آزمون χ^2 نشان داد که این رابطه معنادار است ($\chi^2=56/70, P=0/001$) و شدت این رابطه براساس آزمون χ^2 ۷/۸ درصد بود. بیشتر

جدول ۵. جدول توافقی تیراژ و مؤلفه‌های ورزشی مورد پوشش

تعداد تیراژ	تربیتی (پرورشی)	همگانی - تفریحی	قهرمانی	حرفه ای	ترکیبی
۵۰۰ و کمتر	٪۵/۶	-	٪۷/۷	٪۱۰/۰	٪۳/۵
۵۰۱ تا ۱۱۰۰	٪۲۵/۴	٪۱۰/۵	٪۱۵/۴	٪۱۵/۰	٪۱۳/۳
۱۱۰۱ تا ۲۰۰۰	٪۲۸/۶	٪۱۵/۸	٪۳۰/۸	٪۱۵/۰	٪۲۰/۲
۲۰۰۱ تا ۳۰۰۰	٪۱۸/۲	٪۳۱/۶	٪۲۳/۱	٪۲۵/۰	٪۲۶/۷
۳۰۰۱ تا ۴۰۰۰	٪۲/۴	٪۲۶/۳	-	-	٪۶/۰
۴۰۰۱ تا ۵۰۰۰	٪۶/۰	٪۵/۳	٪۱۵/۴	٪۲۰/۰	٪۱۹/۰

ادامه جدول ۵. جدول توافقی تیراژ و مولفه های ورزشی مورد پوشش

تعداد تیراژ	تربیتی (پرورشی)	همگانی - تفریحی	قهرمانی	حرفه ای	ترکیبی
۵۰۰۱ به بالا	٪۱۰/۰	٪۱۰/۵	٪۷/۷	٪۵/۰	٪۸/۲
نامشخص	٪۳/۸	-	-	٪۱۰/۰	٪۳/۸
χ^2	Df	سطح معناداری			
۱۰۱/۸۰	۲۸	۰/۰۰۱			

دو هزار عنوان کتاب با موضوع ورزش در کشور منتشر گردیده است و از کل کتاب‌های منتشر شده تربیت بدنی و ورزش در دهه اخیر، تنها ۵۳ عنوان مربوط به کودکان و نوجوانان و ۱۴ عنوان مربوط به کتاب‌های آموزشی و کمک آموزشی است. این تعداد بدون در نظر گرفتن عناوین چاپ‌های مجدد است.

عناوین کتب ورزشی بیشتر ترکیبی (۴/۸۰ درصد) و کمتر قهرمانی (۴/۰ درصد) بود. کتب تربیتی (پرورشی) (۷/۱۴ درصد)، کتب حرفه‌ای (۶/۰ درصد) و کتب همگانی - تفریحی (۵/۰ درصد) بود. این نتیجه حکایت از آن داشت که بیشتر کتاب‌ها با رویکردی کلی و تاکید بر هر ۴ مولفه ورزشی نگاشته شده است. در شرایطی که نیاز به کتاب‌هایی با موضوعیت اختصاصی قهرمانی و حرفه‌ای به منظور کمک به امور اجرایی در فدراسیون‌ها، هیات‌ها و به ویژه باشگاه‌ها یکی از نیازهای ضروری کشور است. بسیاری از باشگاه‌ها نیاز به راهنماهای عملی دارند که به آنها در درآمدزایی و بهره‌وری موثر باشگاه کمک نماید. به همین نحو فدراسیون‌ها و هیات‌ها و انجمن‌های ورزشی داخل کشور بیشتر با کتاب‌هایی در حوزه ورزش و تربیت بدنی مواجه هستند که مفاهیم را به صورت کلی و بعضاً با تاکید بر سازمان‌های متولی در همه مولفه‌های ورزش نگاشته شده‌اند. در این زمینه نیز، به تألیف کتاب‌های کاربردی با موضوعیت مولفه قهرمانی و چگونگی مدیریت و تمرین

نتایج در جدول بالا نشان می‌دهد، بین تیراژ و مؤلفه‌های ورزشی مورد پوشش رابطه وجود دارد. آزمون χ^2 نشان داد که این رابطه معنادار است ($P=0/001$ ، $\chi^2=101/80$) و شدت این رابطه براساس آزمون χ^2 کرامر ۱۰/۷ درصد بود. بیشترین تیراژ کتاب‌های تربیتی (پرورشی) تا ۲۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های همگانی - تفریحی ۲۰۰۰ الی ۴۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های قهرمانی ۱۰۰۰ الی ۳۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های حرفه‌ای ۵۰۰ الی ۳۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های ترکیبی ۱۰۰۰ الی ۴۰۰۰ بود.

بحث و نتیجه گیری

به میزان ۲۹/۶ درصد کتب ورزشی درسی، ۱/۱ درصد به صورت کمک درسی، ۳۰/۷ درصد به صورت درسی و کمک درسی و ۶۹/۳ درصد به صورت عمومی بود. در رابطه با بررسی کتب ورزشی بر اساس تقسیم بندی یاد شده، تحقیقی وجود نداشت. اما نتایج بررسی نشان داد که کتب عمومی درصد بیشتری از انتشارات کتب تربیت بدنی و ورزش کشور را به خود اختصاص داده است. از دلایل این امر می‌تواند کثرت مخاطبین عمومی و غیر دانشجوی باشد. از سوی دیگر گزارشی از خانه کتاب ایران در رابطه با انتشارات کتاب در ۱۰ سال گذشته با نتایج تحقیق همسو است. در این گزارش اشاره شده است که کمتر از

کاربردی کردن بسیاری از کتاب‌های آموزشی و تربیتی در این حوزه و افزایش کتاب‌های با موضوع همگانی-تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای برای توسعه برابر لازم به نظر می‌رسد. در این رابطه حتی نتایج تحقیق قاسمی، تجاری، بروجردی علوی، امامی و امیری (۱۳۹۱) نشان می‌دهد که مسئولین کشور نیز در سخنان رسانه‌ای خود، به مولفه‌های ورزش به طور یکسانی نمی‌پردازند. آنها به ورزش تربیتی و همگانی-تفریحی کمتر از ورزش حرفه‌ای و قهرمانی توجه نشان داده‌اند.

طبق یک دسته‌بندی از مخاطبان کتاب‌های با موضوع تربیت بدنی و ورزش: یک گروه از قشر دانشگاهی و رشته تربیت بدنی هستند؛ گروه دیگر از حوزه دانش‌آموزی و برای مربیان تربیت بدنی می‌باشند؛ دسته سوم شامل ورزشکاران و علاقه‌مندان به یادگیری تکنیک‌ها در رشته‌های ورزشی و در نهایت گروه مخاطب عمومی در حوزه سلامتی و تندرستی شناخته می‌شوند. در این پژوهش کمترین درصد به کتب همگانی-تفریحی اختصاص یافته است. در اینجا این سوال مطرح می‌شود که چرا ورزش همگانی که بیشترین نیاز عموم مردم را تامین می‌کند کمترین آمار نشر را به خود اختصاص داده است؟ احتمالاً به این دلیل است که ورزش حرفه‌ای و قهرمانی بیشتر مورد توجه رسانه‌های جمعی با نفوذ بالاتر مانند رادیو، تلویزیون و مطبوعات واقع می‌گردد و به نسبت تبلیغات کمتری برای ورزش همگانی انجام می‌گیرد. شاید بهتر باشد تمام این حوزه‌ها به یک نسبت مورد توجه قرار گیرند. از طرفی به نظر می‌رسد سود اقتصادی که شامل حال انتشاراتی‌ها می‌شود آنها را به سمت انتشارات کتب ترکیبی سوق می‌دهد در صورتی که شاید بهتر باشد توجه بیشتری به ورزش‌های همگانی-تفریحی و تربیتی شود.

برای دستیابی به قهرمانی در سطوح مختلف نیاز است. از سوی دیگر با وجود شعارهای گسترده و تأکید فراوان بر اهمیت و لزوم رونق ورزش همگانی و تفریحی در کشور، سهم کتاب‌های تخصصی در این بخش به ۱ درصد هم نمی‌رسد. در رابطه با چگونگی اجرا، پیشبرد و کنترل فعالیت‌های موثر در ورزش همگانی نیز نیاز به منابعی کاربردی و قابل استفاده برای مجریان امر و حتی علاقه‌مندان به رشته تربیت بدنی در گرایش‌های مختلف وجود دارد. متأسفانه تحقیق مشخصی بر اساس مولفه‌های ورزش روی کتاب‌های تربیت بدنی و ورزش کشور صورت نگرفته است اما تحقیق قاسمی (۱۳۸۹) روی نشریات عامه‌پسند ورزشی کشور، نشان می‌دهد که بیش از ۹۰ درصد محتوای این نشریات به ورزش حرفه‌ای اختصاص دارد. هرچند نتیجه این تحقیق به لحاظ تأکید نابرابر به پوشش مولفه‌های ورزش صحنه می‌گذارد، اما نتیجه نشان می‌دهد که افکار عمومی متوجه حوزه‌ای از مولفه ورزش است که پشتیبانی تولیدات علمی کتاب برای علمی کردن ورزش باشگاه‌ها در حد بسیار کم و کمتر از ۱ درصد (۰/۶ درصد) می‌باشد.

تحقیقات ماندلو و پدرسن (۲۰۰۳) و قاسمی، نوربخش و تپه‌رشی (۱۳۸۹) بر روی نشریات علمی-پژوهشی که به انعکاس مقالات و تولیدات حاصل از پژوهش‌های علمی می‌پردازد، بازم به پوشش نابرابر مقالات علمی از مطالعه بر روی مؤلفه‌های ورزش حکایت داشت. اما این بار نشریات علمی نشان دادند که تأکید بیشتر آنها روی مولفه ورزش تربیتی و به ویژه ورزش دانشگاه‌ها است. از دلایل احتمالی این امر وجود نمونه‌های مورد بررسی در دسترس در خود دانشگاه‌ها و جذب موضوعات مطالعاتی به درون دانشگاه‌ها است. با وجودیکه نتایج تحقیق حاضر نشان داد که درصد عنوان کتاب مشخص بر روی مولفه ورزش تربیتی بیش از سایر مولفه‌ها می‌باشد، اما باز هم ضرورت

و خانواده این ورزش از دلایل چاپ و انتشار کتبی در این زمینه باشد.

رسانه‌های جمعی بیشتر ترجیح می‌دهند بیشتر به ترویج و نشر ورزش قهرمانی و حرفه‌ای بپردازند. دلیل این مسأله سود اقتصادی حاصل از این بخش از ورزش است. این در حالی است که نتایج تحقیق غفوری، رحمان سرشت، احسانی و کوزه چیان (۱۳۸۲) بر اثر معنی‌دار رسانه‌های جمعی روی نگرش رفتار مردم نسبت به ورزش تاکید دارد و لذا برای رشد ورزش‌ها به ویژه ورزش‌های عمومی و همگانی نیاز به توجه بیشتری در رسانه‌های جمعی به ویژه کتب منتشره می‌باشد.

نتایج نشان داد که بین کتاب‌های بامحوریت مؤلفه‌های ورزش (تربیتی، همگانی، تفریحی، قهرمانی، حرفه‌ای و ترکیبی) و انتشارات رابطه وجود دارد. بیشتر کتاب‌های ترکیبی را انتشارات تخصصی ورزشی منتشر می‌کنند. کتاب‌های تربیتی (پرورسی) را انتشارات نامشخص منتشر می‌کنند. در واقع کتب ترکیبی را بیشتر انتشارات ورزشی منتشر می‌کنند، که شاید به دلیل تخصصی نبودن محتوای کتاب، خریداران از اقشار مختلف جامعه خواهند بود و نیاز اقتصادی و بازار فروش برای انتشارات آماده تر است. از سوی دیگر شاید انتشارات ورزشی دارای برند قویتری در انتشارات ترکیبی نسبت به انتشارات غیرورزشی باشند. کتاب‌های تربیتی (پرورسی) چون مشتریان بیشتری دارند و هم اینکه ممکن است دروس دانشگاهی هم باشند، دارای بازار فروش بیشتری بوده و برای انتشارات مختلف چاپ این کتب صرفه اقتصادی دارند.

همچنین رابطه بین کتاب‌های با عنوان درسی، کمک درسی، عمومی یا غیرمخصص و انتشارات تایید شد. بیشتر کتاب‌های درسی را انتشارات نامشخص منتشر می‌کنند. شاید انتظار می‌رفت کتب درسی توسط انتشارات

عناوین کتب ورزشی بیشتر بدون اشاره به رشته ورزشی (۳۸/۱ درصد)، کتب ورزشی با عنوان فوتبال/فوتسال (۱۱/۴ درصد)، کتب ورزشی با عنوان ورزش همگانی (۵/۷ درصد) و کتب ورزشی با عنوان کاراته (۴/۸ درصد) و کتب ورزشی با عناوین اسکی، چوگان، کبدی، بولینگ و کیو اسپرت و تیراندازی منتشر نشده بود. این در حالی است که هر یک از این رشته‌ها دارای فدراسیون بوده و تعداد زیادی ورزشکار، مربی و دست‌اندرکار دارند و در برخی از آنها مقام‌های بین‌المللی برای کشور هم وجود دارد. فقدان وجود کتاب در این رشته‌ها حکایت از خلاء جدی منابع آموزشی، اطلاع‌رسانی و حتی سرگرمی مناسب در این رشته‌های مهم است. در این پژوهش بیشترین عنوان کتب ورزشی را ورزش‌های فوتبال و فوتسال به خود اختصاص داده است. تحقیقات قاسمی (۱۳۸۹) و بارفروش (۱۳۸۸) روی نشریات عامه پسند ورزشی نتایج همسویی را نشان می‌دهد، به این نحو که بیشترین سهم (حدود ۹۰ درصد) محتوای نشریات ورزشی به فوتبال و بیشتر آن هم (حدود ۸۰ درصد) اختصاص به ورزش حرفه‌ای و باشگاه‌ها دارد (۱۸). به نظر می‌رسد فرهنگ فوتبال دوستی در بین مردم و تبلیغات رسانه‌ای و بهای بیش از حد به این رشته‌ها و ناشران و نویسندگان را به چاپ کتب در این زمینه واداشته است. این رویکرد گسترده و گرایش عامه به رشته فوتبال می‌تواند خود ناشی از ذائقه‌سازی رسانه‌های جمعی باشد و یکی از راه‌های موثر برای تغییر این ذائقه استفاده از رسانه‌های جمعی برای نمایش و اطلاع‌رسانی مناسب از سایر رشته‌ها است و کتاب‌ها در این زمینه می‌توانند سهم مناسبی داشته باشند. در بین ورزش‌های رزمی بیشترین درصد را کاراته به خود اختصاص داده است. ورزشکاران ما در رشته کاراته همیشه در دنیا صاحب عنوان بوده‌اند. شاید این مسأله و تعداد بالای ورزشکاران

(پروروشی) تا ۲۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های همگانی-تفریحی ۲۰۰۰ الی ۴۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های قهرمانی ۱۰۰۰ الی ۳۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های حرفه‌ای ۵۰۰۰ الی ۳۰۰۰، بیشترین تیراژ کتاب‌های ترکیبی ۱۰۰۰ الی ۴۰۰۰ بود. موسسه خانه کتاب گزارش آماری کتاب‌های منتشر شده در ۹ ماهه نخست سال ۱۳۹۱ راتعداد ۴۳ هزار و ۱۲۵ عنوان کتاب ذکر کرده است که بیشترین کتاب‌ها به ترتیب در موضوع: علوم عملی (۶۸۵۹ عنوان)، کودک و نوجوان (۶۶۸۴ عنوان)، دین (۶۶۷۷ عنوان)، ادبیات (۴۹۴۳ عنوان)، علوم اجتماعی (۴۶۶۷ عنوان) و آموزشی و کمک درسی (۴۰۰۸ عنوان) بوده‌اند، ولی در زمینه ورزشی آمار خاصی موجود نبود. این آمارها نشان می‌دهد که چاپ و تیراژ کتب ورزشی متأسفانه در مقایسه با سایر موضوعات یا عناوین دیگر، از جایگاه مطلوبی برخوردار نیست.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌گردد معاونت فرهنگی وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی ورزش، توجه بیشتری به حوزه تبلیغات و نشر داشته باشد و فرصت‌های بیشتری برای مترجمان و مولفان فراهم آورد. همچنین این وزارتخانه با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا دانشکده‌های تربیت بدنی می‌تواند نسبت به برگزاری کارگاه‌های آموزشی در رابطه با بازاریابی و ارتباطات ورزشی برای هدایت مولفان و ناشران مبتنی بر نیاز مصرف‌کننده و جامعه اقدام نمایند.

تخصصی به چاپ برسند. احتمالاً یکی از دلایل آن می‌تواند مراجعه اساتید دانشگاهی به انتشارات غیرتخصصی باشد، شاید انتشارات نامشخص و غیر ورزشی دارای برند قوی تری هستند و یا از استاندارد‌های مناسب تولید کتاب برخوردار هستند. در حوزه ورزش فقط سخن از محدودیت‌های ورزشی دانشگاه‌ها، اماکن و ابنیه نیست بلکه ورزش به عنوان یک مقوله مهم اجتماعی و سلامت جامعه نیازمند تحقیق جامع و ترویج علوم مرتبط با آن است تا همواره فرد و جامعه پویا بمانند. براین اساس اهمیت کتب ورزشی در توسعه سلامت و تندرستی و فرهنگ ورزش در جامعه بر همگان مسلم است. ورزش و ورزش کردن در جامعه امروز ما نه فقط در فقر قرار گرفته بلکه مکتوبات ورزشی هم در سطح مانده اند. شاید ورزشکاران حرفه‌ای، دانشجویان رشته تربیت بدنی و مربیان ورزشی را بتوان اصلی‌ترین مخاطبان کتاب‌های ورزشی دانست. این گروه از جامعه با توجه به رشد اماکن و باشگاه‌ها، دانشگاه‌ها و آکادمی‌ها و در نهایت رشته‌های ورزشی به هیچ وجه تعداد کمی نیستند، اما چرا عناوین و شمارگان کتاب‌های این حوزه همچنان پایین است؟ این تحقیق با تحقیقات قاسمی، کشکرو موسوی (۱۳۹۰) مبنی بر تألیف کتب توسط متخصصین و نشر توسط ناشرین مطلع از استانداردهای مناسب تولید کتاب و عرضه مناسب و قیمت متناسب با محتوا و توان خریداران آن همسو می‌باشد.

بین تیراژ و مولفه‌های ورزشی مورد پوشش آن نیز رابطه وجود دارد. بیشترین تیراژ کتاب‌های تربیتی

منابع و مأخذ

۱. اشرفی ریزی، حسن (۱۳۸۳). درآمدی بر مطالعه و نقش خدمات ویژه‌ی کتابخانه‌های عمومی در توسعه فرهنگ مطالعه. تهران: چاپار صص: ۹۵-۱۲۴
۲. اکرامی، محمود (۱۳۸۲). اصول ارتباط جمعی. مشهد: نشر ایوار. صص: ۳۸-۴۴

3. امانی، غفور (۱۳۸۰). کتابخانه‌های مدارس و نقش آنها در ایجاد عادت به مطالعه در دانش آموزان. با همکاری فریده آذرنوید. اردبیل: انتشارات تراز. ۲۸-۱۳
4. انصاریان، فهیمه، دبستانی، رامبد (۱۳۸۹). تحلیل محتوای کتاب دین و زندگی. فصلنامه کتاب، صص: ۱۱۵-۱۰۳.
5. بهرامی، کمیل، نظام (۱۳۸۸). نظریه رسانه‌ها (جامعه‌شناسی ارتباطات). تهران: انتشارات کویر. صص: ۸۵-۳۳
6. پیربداغی، فاطمه (۱۳۸۱). تحلیل محتوا. تهران: مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما. صص: ۴۰-۲۲
7. تپه رشی، گیتی (۱۳۸۹). تحلیل محتوای نشریات علمی-پژوهشی تربیت بدنی با تأکید بر موضوع مدیریت ورزشی. پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج. صص: ۱۱۴-۹۱
8. توسلی، غلامعباس (۱۳۷۷). نظریه‌ها و جامعه‌شناسی محض. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها. صص: ۸۸-۸۱
9. دولانی، امیل، کرمانی، امیر (۱۳۸۲). درباره کتاب. تهران: انتشارات کویر. ۵۱-۳۶
10. رجایی، مهدی، تذهیبی، مهدی، مستاجران، مهناز (۱۳۸۱). ارزشیابی محتوای درس اصول اپیدمیولوژی از نظر دانش‌آموختگان رشته‌های بهداشتی. مجله دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی-درمانی قزوین، شماره ۲۲. صص: ۹۳-۱۰۷
11. رزاقی، افشین (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات اجتماعی. تهران: نشر پیکان. صص: ۴۸-۴۴
12. سیدین، سید مهرداد، باب الحوائجی، فهیمه (۱۳۸۸). تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، علوم و تحقیقات تهران، علوم و تحقیقات اهواز و همدان در سال‌های ۱۳۷۲-۱۳۶۸. پیام کتابخانه. ۱۱۵(۱)، ۹۵-۱۲۱.
13. شریف، پاشا شریفی (۱۳۸۰). تحلیل محتوای کتاب‌های علوم تجربی پایه‌های چهارم و پنجم ابتدایی استفاده از روش ویلیام رومی و نظر سنجی از معلمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی. ۸۸-۸۰
14. صادقی، مهدی (۱۳۹۰). کتاب‌های ورزشی علاوه بر تولید و نشر در مطالعه محجورند. خبرگزاری کتاب ایران. کد مطلب: ۱۱۲۹۴۰.
15. عابدی، سید حمید رضا (۱۳۸۲). تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی بر حسب سازه انگیزه پیشرفت، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، سال دوم، شماره ۵. صص: ۵۹-۴۴.
16. عرب، آرمین (۱۳۸۷). فقر کتب ورزشی در بازار نشر، به نشانی اینترنتی <http://newmass.blogfa.com/post-141.aspx>
17. فرقانی، محمد مهدی (۱۳۹۰). کتاب نخستین رسانه گروهی، به نشانی اینترنتی <http://newmass.blogfa.com/post-141.aspx>
18. قاسمی (۱۳۸۹). تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی با تأکید بر پوشش مولفه‌های ورزش در نیم سال پایانی سال ۱۳۸۸، فصلنامه علمی-پژوهشی جهش، سال دوم، شماره هشتم، صفحه ۲۱-۳۰.

19. قاسمی، حمید، تجاری، فرشاد، بروجردی علوی، مهدخت، امامی، حسین، امیری، مریم (۱۳۹۱). تحلیل محتوای دیدگاه های روسای سازمان تربیت بدنی درباره مولفه های ورزش از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۸، فصلنامه مدیریت ورزشی، شماره ۱۳، صفحه ۱۳۷-۱۵۰.
20. قاسمی، حمید، کشکر، سارا، موسوی، محمد (1391). تناسب حوزه نشرکتب ورزش و تربیت بدنی بانیازهای بازدیدکنندگان ازنمایشگاه کتاب وغرفه‌های تربیت بدنی درسال 1390، پژوهش‌های مدیریت ورزشی وعلوم حرکتی، (۳)، ۵۰-۳۳.
21. قاسمی، حمید، نوریخس، مهوش، تپه رشی، گیتی (۱۳۸۹). تحلیل محتوای مقالات مدیریت ورزشی مجلات علمی پژوهشی. فصلنامه جهش، سال دوم، شماره ۶، صفحه ۲۴-۱۷.
22. کاتلر، فیلیپ، آرسترانگ، گری (۱۳۸۸). اصول بازاریابی. ترجمه: علی پارسائیان. انتشارات ادبستان، چاپ هفتم. صص: ۲۱۱-۲۱۸
23. کشکر، سارا، قاسمی، حمید و تجاری، فرشاد (1390). مدیریت بازاریابی ورزشی. تهران: علم و حرکت. صص: ۱۱۴-۱۱۸
24. محب علی، داود، فرهنگ، علی اکبر (۱۳۸۵). مدیریت بازار (مدیریت بازاریابی). تهران: انتشارات امیرکبیر. صص: ۲۹-۳۴
25. نوشین فرد، فاطمه، اسماعیل زاده، آزاده (۱۳۹۰). تحلیل محتوای میز مرجع دیجیتال کتابخانه های دانشگاه های برتر دنیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، گروه کتابداری و اطلاع رسانی تهران، شماره ۱۲، صفحه ۹۹-۱۱۶.
26. هاشمی، سید احمد، همتی، ابودر، کاظمی، محمودرضا (۱۳۸۹). تحلیل محتوای کتاب مهارت‌های اجتماعی-اقتصادی سال اول پیش حرفه ای دانش‌آموزان کم توان ذهنی از منظر خوانایی با استفاده از تکنیک‌های خوانایی و نظرات دبیران این درس. فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال پنجم، شماره چهارم. صص. ۸۱-۹۷
27. یغمایی، جواد (۱۳۸۳). کودک و مطالعه، با همکاری محمد خندان. تهران: نشر کتابدار. صص: ۴۴-۴۸
28. Arik, S. and Kezer, F. (2010). **Content analysis of the principles books in the field of measurement and evaluation published in Turkey and in the world.** Journal of Science Direct, 1400-1406.
29. Bos, W. and Tarnai, CH. (1999). **Content analysis in empirical social research.** International Journal of Educational Research, 659-671.
30. Li, M. and Cotton, D (1999). **Content analysis of the Introductory Course in Sport Management.** Journal of Sport Management Gsm Volume 10, Issue 1, January.
31. Michael J. Mondello and Paul M. Pedersen (2003). **A Content Analysis of the Journal of Sports Economics.** Journal of Sports Economics, vol. 4, 1: pp. 64-73. 50. Home, John (2005). **sport and mass Media in Jpan.** sociology of sport journal, Volume, 22, number 4 December, 415-432.
32. Min, H.S. and Kim, H.Y. and Know, Y.J and Sohn, S.Y (2011). **Conjoint analysis for improving the e-book reader in the Korean market.** Journal of Science Direct, 12923-12929.

33. Pitts, B.G., & Stotlar, D.K. (2002). **Fundamentals of sport marketing** (2nd ed). Morgantown, WV: Fitness Information Technology. Pp: 88-92.
34. Riff, D., Lacy, S., & F.G. (1998). **Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. Pp: 43-49.
35. Rowe, D. (2004). **Sport, culture and the media**. LONDON: open university press.
36. Schwarz, Eric. C. & Hunter, Jason. D. (2008). **Advanced theory and practice in sport marketing**, Butterworth-Heinemann (Elsevier). pp 284-302.