

عنوان مقاله:

بررسی رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، دوره 20، شماره 74 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

سیدجواد امام جمعه زاده - دکترای علوم سیاسی، دانشیار دانشگاه اصفهان

زهره مرندی - دانشجوی دکترای علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان

محمود رضا رهبرقاضی - دانشجوی دکترای علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان

لیلا سعیدی ابواسحق - دانشجوی کارشناسی ارشد روابط بین الملل، دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

در این مقاله چگونگی ارتباط بین استفاده از وسایل ارتباط جمعی و سبک زندگی بررسی و تحلیل شده است. روش پژوهش پیمایشی و جامعه آماری کلیه دانشجویان از تمامی رشته های تحصیلی دانشگاه اصفهان در سال تحصیلی 1390 91 بوده که از این میان نمونه ای به حجم 138 نفر انتخاب شده است. یافته ها نشان می دهد، رابطه مصرف رسانه های چاپی با ابعاد مصرف فرهنگی، رفتارهای انحرافی، رفتار سیاسی و دینداری معنادار است. همچنین نتایج نشان می دهد که ارتباط مصرف رسانه های چاپی با ابعاد سبک زندگی به غیر از رفتارهای انحرافی همبستگی مثبت دارد. همچنین رابطه مصرف رسانه های الکترونیکی با ابعاد سبک زندگی معنا دار و مثبت (به جز بعد رفتارهای انحرافی) است. رابطه مصرف رسانه های دیجیتال با ابعاد مصرف فرهنگی و رفتار سیاسی معنا دار است. از سوی دیگر، ارتباط مصرف رسانه های دیجیتال با بعد دینداری همبستگی منفی ولی با ابعاد دیگر سبک زندگی همبستگی مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، رفتار سیاسی، رفتار انحرافی، دینداری، رسانه های چاپی، رسانه های الکترونیکی، رسانه های دیجیتال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1016619>

