

عنوان مقاله:

واکاوی فرهنگ مصرف ورزش زنان جوان مبتنی بر نظریه فرهنگ مصرف کننده

محل انتشار:

دوفصلنامه جامعه شناسی و مدیریت سبک زندگی، دوره 6، شماره 15 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسنده:

وجیهه جوانی - آذربایجان شرقی، دانشگاه تبریز، دانشکده تربیت بدنی، گروه مدیریت ورزشی

خلاصه مقاله:

مصرف را در سطوح متفاوتی می‌توان مورد بحث و تحلیل قرار داد که یکی از جنبه‌های آن مصرف ورزشی است. با توجه به تاثیر قابل ملاحظه فرهنگ مصرف ورزشی زنان، هدف این تحقیق، واکاوی فرهنگ مصرف ورزش زنان جوان مبتنی بر نظریه فرهنگ مصرف‌کننده بود. در این پژوهش، از روش تحقیق تحلیل مضمون و روش دلفی استفاده شد. جامعه مورد بررسی زنان و دختران ۱۸-۳۰ ساله بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند با ۳۸ نفر از آنها مصاحبه و به روش تحلیل مضمون کدگذاری شد. سپس در فاز دوم تحلیل تم‌های حاصل از فاز اول در قالب یک پرسشنامه محقق ساخته در اختیار ۲۸ نفر از خبرگان و صاحب نظران قرار گرفت و به روش دلفی تحلیل شد. در این تحقیق چهار بعد و ۲۶ گزاره به عنوان ابعاد تاثیرگذار فرهنگ مصرف ورزش شناسایی و مورد بررسی نخبگان قرار گرفت. بعد اول، سبک زندگی بود که مهم ترین بعد تاثیرگذار بر فرهنگ مصرف ورزش شناخته شد. بعد دوم و سوم به ترتیب زیبایی‌شناختی و رهایی‌بخشی به دست آمد. در نهایت چهارمین بعد حاصل از این پژوهش بعد اجتماعی-اقتصادی فرهنگ مصرف ورزش بود.

کلمات کلیدی:

فرهنگ مصرف، ورزش، زنان، نظریه فرهنگ مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1230610>

