

عنوان مقاله:

ساخت و اعتباریابی پرسشنامه رسانه های ورزشی نوپدید

محل انتشار:

فصلنامه علمی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دوره 2، شماره 4 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مجید کرامتی مقدم - همکار

محمد نیکروان - نویسنده مسئول

نازنین راسخ - همکار

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف ساخت و اعتباریابی پرسش نامه رسانه های ورزشی نوپدید انجام گرفت. روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی و از نوع تحلیل عاملی تاییدی و از لحاظ هدف نیز کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش را کلیه صاحب نظران و کارشناسان حوزه ورزش و رسانه با مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر در سال ۱۴۰۰ تشکیل می داد که در بخش کیفی (۱۵ نفر مصاحبه و ۳۰ نفر دلفی) و در بخش کمی با روش نمونه گیری تصادفی ساده تعداد ۳۸۴ نفر (با تاکید بر کفایت نمونه فرمول تعیین حجم نمونه کوکران) به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. نتایج نشان داد پرسش نامه رسانه های ورزشی نوپدید تحلیل عاملی شده دارای ۶۲ سوال و ۷ مولفه (اطلاع رسانی، مشارکت اجتماعی، ماهیت آموزشی، فرهنگ سازی، استقلال رسانه ای، مشروعیت بخشی و ماهیت انگیزشی) بوده و از لحاظ روان سنجی از پایایی، روایی و برازندگی خوبی برخوردار است. با توجه به اهمیت رسانه های ورزشی نوپدید، از پرسش نامه تحلیل عاملی شده رسانه های ورزشی نوپدید، می توان برای شناسایی و مطالعات مربوط به رسانه های ورزشی نوپدید استفاده کرد.

کلمات کلیدی:

ساخت، اعتباریابی، رسانه های ورزشی نوپدید.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1955279>

