

عنوان مقاله:

رابطه بین مصرف رسانهای و هویت ورزشی دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

محل انتشار:

همایش ملی علوم کاربردی ورزش و تندرستی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 1

نویسندگان:

رضا شجیع - عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور کرج

حسین پورسلطانی - عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور کرج

رضا نصرتی بیگ زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور کرج

خلاصه مقاله:

مقدمه: هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین مصرف رسانهای و هویت ورزشی دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان بود. روش شناسی: تحقیق حاضر توصیفی و از نوع همبستگی بوده و از پرسشنامه‌های استاندارد مصرف رسانهای (شجیع، 1394) (و هویتورزشی (بروئر، 1993) (برای جمع آوری داده‌های مورد نیاز پژوهش استفاده شد. از بین تمامی دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان که در ترم تابستان 1394 واحد درسی انتخاب نموده بودند (2000 نفر)، تعداد 400 نفر (210 پسر و 190 دختر) به صورت تصادفی انتخاب و به پرسشنامه‌های تحقیق پاسخ دادند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید کارشناسان قرار گرفته و پایایی آنها نیز در یک مطالعه راهنما بر روی 30 نفر از دانشجویان و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برابر با 0/751 و 0/956 به ترتیب برای پرسشنامه‌های مصرف رسانهای و هویت ورزشی به دست آمد. پس از بررسی نوع توزیع متغیرها، از آزمونهای آماری تی تک نمونه‌ای و نیز ضریب همبستگی پیرسون در سطح معنی داری کوچکتر از 0/05 برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. نتایج: یافته‌ها نشان داد ارتباط مثبت و معنیداری بین مصرف رسانهای و هویت ورزشی، در بین دانشجویان وجود دارد (0/05)

کلمات کلیدی:

مصرف رسانهای، هویت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/544020>

