

عنوان مقاله:

مطالعه رابطه مصرف رسانه ای با مدیریت بدن (مورد مطالعه: زنان شهر تبریز)

محل انتشار:

کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

حامد اکبریور - کارشناس ارشد روانشناسی عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

خلاصه مقاله:

در دهه های اخیر تصور و مدیریت بدن افراد در بازتعرف هویت آنان، توجه زیادی را در بین پژوهشگران به خود جلب کرده است. از این رو هدف پژوهش حاضر، مطالعه رابطه رسانه های جمعی در دو شکل پیشین و جدید آن بامدیریت بدن است. بدینسان به منظور بررسی این رابطه از نظریات گیدنز در مورد جهانی شدن استفاده شده است. پژوهش حاضر، به صورت پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته با حجم نمونه 530 نفر در بین زنان و دختران 15 تا 45 سال شهر تبریز در سال 1395 انجام شده است. روش نمونه گیری، نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای است. نتایج پژوهش حاکی از آنند که رسانه های داخلی در کل، جهتی معکوس با افزایش مدیریت بدن دارند در حالی که فناوری های نوین جهتی مثبت با آن دارند و محتوای سایت ها و صفحات مذهبی، علمی و فرهنگی رابطه منفی با مدیریت بدن دارند. همچنین مدل رگرسیونی پژوهش توانسته است 38 درصد از تغییراتمدیریت بدن پاسخگویان را توضیح دهد.

کلمات کلیدی:

مصرف رسانه ای، بدن، مدیریت بدن، زنان شهر تبریز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/751168>

