

河北省高校学生体育态度与体育消费行为的调查研究

高玉敏,赵进杰,崔永霞

(河北工程大学 公共体育部,河北 邯郸 056038)

[摘要]运用文献资料法、访谈法、问卷调查法和数理统计法,通过对河北省高校学生体育态度、消费内容、消费水平等因素的调查分析,总结出高校学生体育消费的规律性,并提出了相应的建议。

[关键词]高校学生;体育态度;消费水平;消费行为

[中图分类号]G812.6 [文献标识码]A [文章编号]1673-9477(2008)03-0111-02

当今社会,人们对健康和生活质量特别关注。“花钱买健康”的消费观念已悄然兴起,体育消费进入人们的生活,成为越来越多人所追求的消费时尚。高校学生是体育运动开展的主群体,其体育态度的好坏对参加体育锻炼有至关重要的影响。由于高校学生思维敏捷,信息灵通,接收新生事物快,因此,随着市场经济对高校的冲击,其体育活动的经济行为是不可避免的,研究高校学生的体育态度和消费行为,有利于引导大学生积极、科学的体育消费,对促进身心健康有重要意义。

一、研究对象与方法

(一)研究对象。以河北省高校(非体育专业)在校生成研究对象。

(二)研究方法

1. 文献资料法:在研究过程中查阅了与本研究有关的大量文献与书籍。

2. 访谈法:对部分高校学生进行访谈,主要内容为大学生日常的体育消费情况

3. 问卷调查法:本文在阅读大量文献的基础上,依据社会学调查的理论与方法拟定调查问卷,并请有关专家进行效度和信度检验。共发放问卷600份,回收580份,回收率96.67%,其中有效问卷569份,有效率98.10%。

4. 数理统计法:运用SPSS11.0软件对问卷调查结果进行统计分析处理。

二、结果与分析

(一)高校学生体育态度的调查结果与分析

所谓态度,是指个体对任何人、观念或事物比较稳定的心理倾向。大学生的体育态度是在学校德、智、体全面发展的教育要求和在家庭及社会体育氛围的影响下逐步形成的。通过参加各种体育活动从而达到健身、娱乐、健美等目的,并间或伴有成功的感受和体验,是高校学生积极体育态度产生的直接和根本原因之一。培养大学生形成正确的体育态度是增进健康、促进大学生全面发展,养成良好体育消费习惯的需要,也是影响大学生能否科学、合理、健康、文

明消费的重要因素。

论文中对调查所得数据采用5级评分法计分,按照得分率统计法($F = \sum a \cdot n / A \cdot N$)进行计算,平均得分率为0.773,说明此次被调查大学生群体的体育态度基本处于良好水平,即“良好态度”。由表1可以看出,大多数学生对体育的认知比较明确。体育态度选项中小分值、弱强度的选项所占百分比比较低,也反映出了大学生体育态度的积极程度(详见表1)。

其中对体育在改善身心健康方面的认知评价最高,得分率为0.834。充分表明了大学生对体育重要性及体育锻炼价值的深刻理解,也印证了体育态度形成的重要条件是基于个体对体育重要性认识这一观点。设想一个对体育功能和价值一无所知的人,是不可能涉足体育领域,从而产生体育行为的。反之,人们只有在认识到体育锻炼的功利性质或能达到自己设定的目标时,才有可能涉足其间。得分最低的一项是关于体育意向方面的调查,得分率为0.668。这一结果表明,大多数大学生虽有较明确的体育认知,对体育具有较高的兴趣和爱好,但参加体育活动趋向的积极性不高,分析其原因可能与场地器材的缺乏、本身的经济条件以及技能的掌握有直接关系。有待于体育实践过程中的积极引导。

表1 大学生体育态度调查情况

体育态度选项	得分率	体育态度由强到弱所占百分比(%)				
		5分	4分	3分	2分	1分
改善身心健康	0.834	27.24	64.32	6.85	1.23	0.35
对未来学业事业生活的影响	0.811	23.73	60.46	13.53	1.93	0.35
缓解紧张焦虑	0.809	18.63	67.66	13.18	0.53	0.00
愉快的活动参与	0.805	21.62	60.46	17.22	0.35	0.35
丰富生活	0.800	15.82	69.24	14.24	0.70	0.00
使人精力充沛	0.789	14.24	67.14	17.75	0.88	0.00
培养各种能力	0.768	11.95	63.09	21.97	2.81	0.18
对学习的影响	0.671	4.04	51.85	22.14	19.68	2.28
无论多么紧张抽时间锻炼	0.668	12.30	33.57	31.46	21.27	1.41

(二)体育消费行为现状的调查结果与分析

1. 高校学生的体育消费水平

体育消费水平是指一定时期内为满足生活需要

而消费的各种体育物质产品和劳务的数量。它从量的方面反映个人体育消费在某一时间的水平,在一定程度上能够反映一个国家体育产业的整体状况。目前,我国的体育产业较发达国家而言还不能成为重要的经济产业支柱,但随着经济的发展及国民素质的逐步提高,我国的体育产业将有很大的发展潜力,必将为国民经济的增长注入新的活力。通过调查发现,男生的体育消费水平主要集中在200元以上和100—150元两个档次中,而女生能够承受的消费则集中在150—200元,占女生总数的31.41%。(详见表2)利用组中值加权法求得男生年均体育消费为145.55元,女生的年均体育消费额为138.44元。另外,调查发现,参与体育锻炼时间不同的高校学生体育消费水平有较显著的差异,这说明体育态度在体育消费方面具有重要的作用。

表2 高校学生体育消费水平调查表

性别		0-50元	50-100元	100-150元	150-200元	200元以上
男	P%	10.95	14.09	26.22	20.39	28.35
女	P%	13.2	18.15	17.23	31.41	20.01

2. 高校学生体育消费的内容

消费是人类生存和发展的第一前提,人类只有在满足基本生存需求的前提下才会产生其它方面的需求。按照恩格斯的需求分类,体育消费是属于发展和享受需要的一部分。在经济发展水平较低时期,往往以实物性体育消费为主。随着经济的发展,劳务性体育消费的比重会不断增大。现阶段高校学生的体育消费以实物性体育消费为主,劳务性体育消费所占比重较低,但随着社会和经济的发展,高校学生的体育消费意识会逐步由物质产品的消费转向以发展和完善自我、促进个体身心健康的体育劳务消费上。

表3 高校学生体育消费支出情况调查表

性别	P%	运动		欣赏		其它		
		服装、鞋、帽、器材、袜	健身	体育表演、比赛、展览、音像	锻炼、体育专业、知识	技能	其它	
男	P%	40.37	20.33	14.22	11.65	5.51	4.27	3.65
女	P%	39.34	13.92	10.12	8.95	17.32	8.45	1.9

从表3可以看出,在运动服装、鞋、帽、袜等的消费方面,男女生的选择比例都比较高,几乎没有差异。主要是因为这些体育消费品具有可替代性,运动服既可以参加体育活动穿,又可以代替普通衣物穿着,可以满足学生的多种需求,因而深受学生的喜爱。在“到俱乐部锻炼”这一选择项上,女生明显高于男生,可能主要是因为性别不同喜好项目不同的原因。女生比较喜欢健美操、形体训练及小球类项目,而男生则更喜欢篮球、足球等对抗性较强的体育项目。

三、结论与建议

(一)结论

体育行为是促进健康的行为,根据健康行为学的观点以及国际上著名健康教育和健康促进专家格林(Lawrence W. Green)对影响个体或群体健康相关行为的因素分类,态度是产生某种行为的原因或动机的因素,属于促进体育消费行为发生的倾向因素,积极的体育态度构成了发生体育消费行为的前提条件。调查结果表明,我省高校学生有着较好的体育态度,年均体育消费水平141.50元,消费结构主要集中在体育实物消费方面,消费内容呈现出多样性。

(二)建议

1. 积极的体育态度是学生参加体育锻炼的基础,需要学校、家庭、社会、个人的共同努力,为良好体育态度的培养创造条件。
2. 从行为学观点出发,任何一种行为均受三种因素的影响,即:倾向因素、促成因素和强化因素,真正做到促进体育消费行为的发生必须要考虑其它两类因素的重要作用。

【参考文献】

- [1]马启伟. 体育心理学[M]. 北京:高等教育出版社,1996.
- [2]鲍明晓. 体育产业——新的经济增长点[M]. 北京:人民体育出版社,2002.
- [3]华西医科大学. 健康行为学[M]. 北京:人民卫生出版社,1993.

[责任编辑:陶爱新]

The investigation and analysis of the sports attitude and consumption behaviour of college and university students in Hebei province

GAO Yu-min, ZHAO Jin-jie, CUI Yong-xia

(Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: By the method of documents, interview, questionnaire and statistics, through the analysis of sports attitude, consumption contents college and university students' consumption level, this paper summed up the regularity of college and university students', sports consumption and put forward the corresponding suggestions.

Key words: college and university student; sports attitude; consumption level; consumer behavior