

عنوان مقاله:

رفتار مشارکتی کاربران فضای مجازی و نگرش آنان

محل انتشار:

فصلنامه بازیابی دانش و نظامهای معنایی، دوره 9، شماره 31 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 33

نویسندگان:

عباس صالح اردستانی - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران

غلامرضا افشار - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران

وحیدرضا میرابی - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

رفتار مشارکت کاربران هنگام استفاده از فضای مجازی تحت تاثیر عوامل متعددی قرار دارد. محققان طی سال های اخیر رفتار کاربران را بررسی و ضمن شناسایی عوامل موثر بر آن، مدل های مختلفی را برای تبیین نحوه مشارکت آنان پیشنهاد نموده اند. هدف این مقاله، شناسایی تاثیر نگرش بر رفتار کاربران فضای مجازی بود. منظور از رفتار مشارکتی کاربران، استفاده از امکانات فراهم شده در فضای مجازی شامل برقراری ارتباط، تبادل نظر، اشتراک گذاری متن و تصویر و در مجموع، تعامل با سایر افراد حاضر در فضای مجازی است. این پژوهش از نظر روش شناسی در گروه پژوهش های ترکیبی بوده و در ابتدا از رویکرد کیفی و روش تحلیل محتوای قیاسی برای طراحی مدل بهره گرفته و از رویکرد کمی و روش مدل معادلات ساختاری برای آزمون و اعتبارسنجی مدل استفاده نموده است. محتوای پژوهش با استفاده از تکنیک مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان گردآوری شده است. یافته های پژوهش نشانگر اثرپذیری رفتار مشارکتی کاربران از متغیر نگرش بصورت مستقیم و هم بصورت غیر مستقیم و از مسیر متغیرهای میانجی تمایل و نیت می باشد. یافته ها بیانگر ارتباط مثبت و معنادار بین عوامل نگرش و تمایل و نیت است که در پژوهش های پیشین تبیین شده بود.

کلمات کلیدی:

ارزش های فردی، تمایل، رفتار مشارکتی، نگرش، نیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1610660>

