

عنوان مقاله:

انتشار رفتار و باور در شبکه های اجتماعی

محل انتشار:

همایش ملی مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

علی معینی - دانشگاه تهران،

امیر حسین رسولی فرح - دانشگاه تهران،

خلاصه مقاله:

وقتی از انتشار رفتار صحبت میکنیم، در واقع عوامل موجود در شبکه را عوامل منطقی در نظر گرفته ایم. وقتی میگوییم یک عامل به صورت منطقی رفتار میکند بدین معنی است که رفتاری را انتخاب میکند که پیامد بیشتری برای فرد داشته باشد. در مدل ارائه شده ی ما نیز عوامل منطقی در نظر گرفته شده اند. در این مقاله قصد داریم با ارائه ی یک مدل، عوامل موثر در تغییر رفتار را شناسایی کنیم و بگوییم هر یک از این عوامل به چه میزان در تغییر رفتار یک فرد موثر بوده اند. مفهوم پایه ای در مدل ارائه شده استراتژی بهترین پاسخ است. اما چون نمیتوانیم بطور دقیق و مستقیم مقدار پیامد حاصل از بهترین پاسخ را برای هر فرد اندازه گیری نماییم از یک تابع پیامد تصادفی استفاده کردیم. حالتهای هر فرد را با زنجیره مارکوف شبیه سازی کردیم و میزان تاثیر عوامل را با استفاده از درست نمایی بیشینه تخمین زدیم. مدل را بر روی رفتار سیگار کشیدن دانش آموزان 12 تا 15 سال 14 مدرسه اجرا کردیم. نتایج نشان می دهند که در این سن دوستان هم به اندازهی والدین در تغییر رفتار سیگار کشیدن تاثیرگذار هستند. همچنین نشان دادیم که میزان تاثیرپذیری هر فرد از جنس موافق بسیار بیشتر از جنس مخالف خود است. قدرت این مدل را در یافتن تاثیرگذارترین فرد هر کلاس نیز بیان کردیم. در پایان مدل را بسط داده تا بتوانیم شبکه را به صورت پویا مدلسازی کنیم.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی ، انتشار رفتار ، نظریه بازی ها ، زنجیره مارکوف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/254240>

