

عنوان مقاله:

بررسی انتشار نوگرایی در شبکه های اجتماعی یک رویکرد مبتنی بر عامل

محل انتشار:

سومین همایش ملی دانش و فناوری مهندسی برق، کامپیوتر و مکانیک ایران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

ناصر آقامیرزایی - کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی کمالوند خرم آباد، دانشگاه آزاد کمالوند خرم آباد

امید روزمند - استادیار دانشگاه شهرضا، دانشگاه شهرضا

خلاصه مقاله:

رفتارهای نوگرایانه یکی از مواردی می باشد که بسیار مورد توجه محققان و همچنین فعالان فرهنگی و دولت مردان می باشد. پیش بینی رفتار مردم در قبال پدیده مد و رفتارهای نو در اولویتهای دولت و فعالان فرهنگی می باشد. تشخیص به موقع این رفتارها کمک میکند که تصمیم مناسبی برای کنترل و هدایت آن گرفته شود. در تحقیق حاضر از مدلسازی مبتنی بر عامل برای مدلسازی رفتار مردم در راستای پذیرش و انتشار رفتار نو استفاده شده است. همچنین فاکتور فردگرایی/عام گرایی که یکی از فاکتورهای تاثیرگذار بر رفتارهای نو می باشد، در تحقیق مدل شده است. نتایج حاصل از این شبیه سازی نشان می دهد که افرادی که در جوامع فردگراانه زندگی می کنند تمایل بیشتری به پذیرش رفتارهای نو دارند. در مقابل افرادی که در جوامع عامگراتر زندگی می کنند دیرتر رفتارهای نو را می پذیرند. این نتایج با داده های واقعی مطابقت دارد. با وجود مدل سازی یکی از فاکتورهای فرهنگی (فردگرایی/ عامگرایی) در این مدل اما مدل ارائه شده از نبود بسیاری از دیگر فاکتورهای انسانی مانند ابعاد دیگر فرهنگ، شخصیت، احساس، مذهب رنج می برد که می توان آن را به عنوان راهکارهای آینده بیان نمود.

کلمات کلیدی:

انتشار، نوگرایی، شبکه اجتماعی، عامل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/925697>

