

عنوان مقاله:

ارائه ی مقیاس سنجش نگرش نسبت به اینترنت

محل انتشار:

مجله مدیریت اطلاعات سلامت، دوره 5، شماره 1 (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سید عباس حقایق - کارشناسی ارشد روان شناسی، دانشگاه اصفهان

محمدباقر کجیاف - استادیار روان شناسی، دانشگاه اصفهان

احمد شعبانی - دانشیار کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه اصفهان

محمد نیکبخت - کارشناس روان شناسی، دانشگاه اصفهان

حجت ... فراهانی - دکترای روان شناسی، دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

چکیده مقدمه: با توجه به این که استفاده از اینترنت به طور چشم گیری رو به افزایش است، نگرش افراد نسبت به اینترنت مورد توجه پژوهشگران، بازاریان و تولیدکنندگان منابع اطلاعاتی آن می باشد. هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی ویژگی های روان سنجی مقیاس نگرش به اینترنت (IAS-F_o) به عنوان یک ابزار جامع بود که شامل چهار خرده مقیاس اضطراب اینترنت، مفید بودن اینترنت، لذت بخش بودن اینترنت و احساس خودکارآمدی در استفاده از اینترنت است. روش بررسی: در این پژوهش توصیفی، جامعه ی پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه های اصفهان، آزاد واحد نجف آباد و واحد خوراسگان مشغول به تحصیل در سال تحصیلی ۸۶-۸۷، بود. به روش نمونه گیری تصادفی، ۳۵۹ نفر از دانشجویان انتخاب شدند. داده ها با استفاده از پرسش نامه های سنجش نگرش نسبت به اینترنت، اضطراب حالت اشپیل برگر، باورهای خودکارآمدی شرر و پرسش نامه ی سرزندگی جمع آوری شد. روایی ابزار با استفاده از نظر متخصصان تایید گردید. داده ها با نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. یافته ها: نتایج تحلیل پایایی نشان داد که هر چهار خرده مقیاس و کل پرسش نامه از ضرایب «همسانی درونی» و «بازآزمایی» بالا و معنی داری برخوردار بودند. در بررسی روایی هم زمان، ضریب همبستگی بین خرده مقیاس و اضطراب اینترنت با پرسش نامه ی اضطراب حالت اشپیل برگر ($r = 0.53$) و خرده مقیاس خودکارآمدی با مقیاس باورهای خودکارآمدی شرر ($r = 0.55$) معنی دار بود ($P < 0.05$). در بررسی روایی سازه، نتایج تحلیل عامل تاییدی (CFA)، نشان داد که چهار عامل به دست آمده با ساختار اصلی پرسشنامه ها و چهار خرده مقیاس آن هماهنگی کامل دارد و همه ی بارهای عامل به دست آمده، معنی دار بودند. نتیجه گیری: پرسش نامه، از مولفه های روان سنجی قابل قبولی برخوردار است و قابل استفاده در پژوهش های مربوط به اینترنت است. واژه های کلیدی: اینترنت؛ روان سنجی؛ تست های روانشناسی؛ مقیاس های ارزش نسبی

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1800844>



