

فصلنامه جهان نوین

سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۹، صص ۶۳-۸۷

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۲۶۴۵ - ۳۴۷۹)

رفتار خرید غیرمعمول در مراحل اولیه بیماری همه‌گیر کووید - ۱۹ با رویکرد پاسخ، محرک و ارگانسیم

لیلا سادات حسینی^۱

چکیده

هدف این پژوهش رفتار خرید غیرمعمول در مراحل اولیه بیماری همه‌گیر کووید - ۱۹ با رویکرد پاسخ، محرک و ارگانسیم بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و روش آن توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم (تعداد ۱۵۲۳۸ نفر) در سال ۱۳۹۹ بوده است، با توجه به فرمول کوکران، تعداد نمونه موردنیاز ۳۷۵ نفر برآورد گردید. جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای، استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه لاتو و همکاران (۲۰۲۰)، است که شامل ۳۱ پرسش بوده است. نتایج حاصل از پژوهش با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS نشان می‌دهد که قرارگرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین بر افزایش بیش از حد اطلاعات، سایبرکندریا و شدت تصور فرد تأثیر مثبت دارد. اضافه‌بار اطلاعاتی بر شدت تصور فرد و سایبرکندریا تأثیر مثبت دارد. شدت تصور فرد بر قصد منزوی شدن فرد و قصد خرید غیرمعمول تأثیر مثبت دارد. سایبرکندریا بر قصد منزوی شدن فرد و قصد خرید غیرمعمول تأثیر مثبت دارد. خودکارآمدی انزوا بر قصد منزوی شدن فرد و قصد خرید غیرمعمول تأثیر منفی دارد.

واژگان کلیدی: خرید غیرمعمول، منابع اطلاعاتی آنلاین، تصور فرد، اضافه‌بار اطلاعاتی، منزوی شدن.

۱ - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم Email : L.Sadat.Hosseini@gmail.com

مقدمه

در سراسر جهان در طول مارس ۲۰۲۰، رفتار غیر معمول مصرف‌کننده فروشگاه، مانند احتکار دستمال توالت و مواد غذایی، گزارش شد که در آن زمان ویروس کوید - ۱۹ به یک بیماری همه‌گیر تبدیل شد (میری^۲ و همکاران، ۲۰۲۰؛ وانگ^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). علت فرض شده نه تنها نوعی تهدید سلامتی در برابر بیماری کوید - ۱۹ و خطر احتمالی قرنطینه شدن است، بلکه ترس از این بیماری باعث می‌شود که کارخانه‌ها تولید خود را متوقف کرده و زنجیره‌های تأمین جهانی را مختل کنند. فروشگاه‌ها و خدمات مصرفی به صورت چندجانبه از این وضعیت غیر معمول رنج می‌برند. عجله اولیه برای خرید برخی از موارد باعث خالی شدن قفسه‌ها شد، در حالی که برای دیگر محصولات زمان مازاد وجود داشت. گزارش تحرک جمعی کوید - ۱۹ گوگل (۲۰۲۰) نشان داد که به دلیل همه‌گیری این بیماری پس از مارس ۲۰۲۰ دسترسی به فروشگاه و خدمات تفریحی به طور قابل توجهی در سراسر جهان کاهش یافته است. تغییر در رفتار مصرف‌کننده نه تنها بر فروشگاه‌های مواد غذایی، فروشگاه‌های در دسترس، کافه‌ها و رستوران‌ها بلکه بر تأمین‌کنندگان آنها نیز تأثیرگذار است. حداقل سه عامل برای فروشگاه و خدمات مصرف‌کننده مهم است تا به فرآیندهای اساسی و دلایلی که منجر به رفتار غیر معمول گزارش شده، پی ببرند: اولاً، بتوانند در آینده نسبت به شرایط مشابه واکنش بهتری نشان دهند؛ دوماً، به فروشگاه و خدمات مصرف‌کننده که در حال حاضر در رنج مقابله با بیماری همه‌گیر کوید - ۱۹ هستند، کمک کنند؛ و سوماً، اطلاعاتی ارائه دهند تا تحولی مطلوب در وضعیت جدید میان مصرف‌کننده و خدمات فروشگاه‌ها که انتظار می‌رود با مهار بیماری همه‌گیر کوید - ۱۹ پدیدار شود، ایجاد کند.

تحقیقات قبلی صورت گرفته در مورد الگوی رفتاری هنگام شیوع و همه‌گیری این بیماری، این تغییر رفتار را به عنوان نتیجه انگیزه‌های فردی، و سیاست‌های اعمال شده توسط دولت مرتبط دانست (ون^۴ و همکاران، ۲۰۰۵). تصمیم‌گیری فردی و دولت در شرایط جدید و نامشخص، مستعد خطا و تعصب است (وینستین^۵، ۱۹۸۸). هرچه ناشناختگی، پیش‌بینی‌ناپذیری و ابهام بیشتر باشد، افراد اقدامات ایمن‌تری انجام می‌دهند (بروگ^۶ و همکاران، ۲۰۰۹)؛ بنابراین، منابع اطلاعاتی در دوران شیوع کوید - ۱۹ نقش عمده‌ای در رفتار مصرف‌کننده داشته‌اند (لاتو^۷ و همکاران، ۲۰۲۰). برای این اساس، هدف از این مطالعه پی‌بردن به نقش اطلاعات در رفتار مصرف‌کننده در طی شرایط بی‌سابقه در مقیاس جهانی است که شامل تهدیدی برای تولید متوقف شده کارخانه و ایجاد اختلال در زنجیره‌های تأمین است. با انجام این مطالعه، خلأهای زیر را در کارهای قبلی برطرف خواهد شد. اولاً، اگرچه مطالعاتی در مورد فاجعه بلای طبیعی و بیماری‌های همه‌گیر انجام شده است، اما در طی یک

² Miri

³ Wong

⁴ Wen

⁵ Weinstein

⁶ Brug

⁷ Laato

قرن، این میزان و تأثیر اقتصادی از کوید - ۱۹ مشاهده نشده است. این مطالعات بیشتر به‌جای تمرکز بر رفتار مصرف‌کننده، بر انگیزه آنها از محافظت و اقدامات بهداشتی تمرکز داشتند (گاما^۸ و همکاران ۲۰۱۷؛ روبین^۹ و همکاران ۲۰۰۹؛ سیل^{۱۰} و همکاران ۲۰۰۹؛ تیمپکا و همکاران ۲۰۱۴). علاوه بر این، مطالعات قبلی چگونگی تأثیر منابع اطلاعات آنلاین بر تغییر رفتار در طی یک بیماری همه‌گیر را بررسی نکرده است. ماهیت بیماری همه‌گیر کوید - ۱۹ این امکان می‌دهد تا رفتار افراد را هنگام انتقال اطلاعات مربوط به آن از طریق رسانه‌های مختلف آنلاین، در طی یک همه‌گیری جدی جهانی بررسی کرد.

در این پژوهش برای پرداختن به خلأهای تحقیقاتی فوق، از چارچوب پاسخ، محرک و ارگانسیم (مهرابیان و راسل ۱۱ ۱۹۷۴) استفاده خواهد شد و دو متغیر وابسته پیشنهاد خواهند شد: خرید غیرمعارف و خود انزوایی داوطلبانه. در این پژوهش چارچوب پاسخ، محرک و ارگانسیم استفاده خواهد شد تا مشخص شود که چگونه محرک‌های محیطی منابع اطلاعاتی آنلاین در مورد کوید - ۱۹ منجر به این رفتارها می‌شوند. در این پژوهش این مدل با داده‌های از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم جمع‌آوری خواهد شد؛ لذا هدف از این پژوهش بررسی رفتار خرید غیرمعمول در مراحل اولیه بیماری همه‌گیر کووید - ۱۹ با رویکرد پاسخ، محرک و ارگانسیم در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم خواهد بود.

هرچند شروع کرونا از چین بوده، اما اکنون کشورهای بسیاری با این ویروس و پیامدهای آن درگیر هستند. هر یک از کشورها نیز بنا به سطح توسعه‌یافتگی و تجارب خود اقدامات مختلفی برای مبارزه با این ویروس انجام داده‌اند که در پاره‌ای موارد می‌توان گفت این اقدامات اثربخش بوده و در مواردی دیگر نتیجه مطلوب را نداشته است. اما آنچه اهمیت دارد، تأثیر این ویروس بر ابعاد مختلف زندگی است. در این میان بررسی پیامدهای اقتصادی این ویروس خالی از فایده نیست؛ زیرا بخش مهمی از مقابله با این ویروس به ادراک افراد از شرایط و رفتار آنها برمی‌گردد. چه‌بسا نحوه رفتار افراد در این شرایط می‌تواند به بحرانی‌تر شدن و یا حتی به بهبود اوضاع منجر شود. در اینکه ویروس کرونا تأثیرات اساسی در مسائل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، گردشگری، مذهبی، سیاسی و امنیتی کشورهای مختلف جهان گذاشته است، شکی نیست اما شدت و ضعف‌هایش ممکن است در کشورهای مختلف متفاوت باشد. رکودی که در شرایط اقتصادی بین‌المللی رخ داده تبعاتش را هنوز به‌خوبی نشان نداده است. بحرانی که اقتصاد کل دنیا را تحت تأثیر قرار داده و تأثیراتش بر اقتصاد کشورها تقریباً در هر نقطه‌ای از جهان مشهود است و هیچ کشوری نمی‌تواند به‌صورت مستقل به لحاظ اقتصادی مسائلش را حل کند و پیش ببرد. ضرورت پژوهش حاضر به این دلیل است که با توجه به آسیب‌پذیری افراد، کسب‌وکارها در جهان و به‌خصوص ایران به دنبال آن محدودیت‌های اعمال شده در سطح جهان که موجبات جلوگیری از رفت‌وآمدهای

⁸ Gamma

⁹ Rubin

¹⁰ Seale

¹¹ Mehrabian, Russell

مردم و در نتیجه باعث بروز آسیب و خسارت های بسیاری بر این بخش از اقتصاد خواهد شد. همه این مطالب و نبود پژوهشی در رفتار خرید غیر معمول در مراحل اولیه بیماری همه گیر کووید - ۱۹ با رویکرد پاسخ، محرک و ارگانسیم در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، حاکی از اهمیت و ضرورت انجام پژوهشی با عنوان رفتار خرید غیر معمول در مراحل اولیه بیماری همه گیر کووید - ۱۹ با رویکرد پاسخ، محرک و ارگانسیم در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم خواهد بود.

مبانی نظری

یک مدل که برای توضیح رفتار افراد در مقالات مربوط به بیماری های همه گیر استفاده می شود، مدل RANAS¹² است. این مدل برای درک هدفمند رفتار مربوط به سلامتی با در نظر گرفتن خطرات، نگرش ها، هنجارها، توانایی ها و خود تنظیمی در نظر گرفته شده است (موسلر¹³، ۲۰۱۲). این مدل برای درک رفتار افراد در هنگام بیماری همه گیر استفاده شده است. هنجارهای اجتماعی، شدت تصور افراد از بیماری، اعتقادات مربوط به پاسخ و اطلاعات بهداشتی، پذیرش اقدامات پیشگیری فردی را پیش بینی می کنند (گاما و همکاران، ۲۰۱۷ و ۲۰۲۰). انتظار می رود علاوه بر اقدامات بهداشتی ذکر شده، شیوع و بیماری های همه گیر تأثیر قابل توجهی بر رفتار مصرف کننده داشته باشد. محققان افزایش خرید مواد غذایی، ماسک، ضد عفونی کننده دست و سایر مواردی را که برای درمان ماندن از این بیماری ها مهم تلقی می شوند، گزارش کرده اند. علاوه بر RANAS، از تئوری انگیزد - حافظت (PMT)¹⁴ برای درک انگیزه های اساسی عملکرد انسان در شرایط بیماری های همه گیر استفاده شده است (فاروق و همکاران، ۲۰۲۰). یافته های این فرآیند با استفاده از PMT بر تأثیر تهدید و ارزیابی مقابله ای فرد بر اهداف رفتاری تأکید می کند که خواستار تحقیق در مورد عوامل تأثیرگذار بر این ارزیابی است. محققان قبلی تمرکز زیادی بر رفتار بهداشتی پیشگیرانه داشتند و رفتار مصرف کننده کمتر مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر این، مبانی تئوری مقالات محدود بوده و تعمیم و گسترش آن به سایر زمینه ها را دشوار می کند. سرانجام، چون شرایط بیماری همه گیر کوید - ۱۹ بی سابقه و منحصر به فرد است، به ما امکان می دهد تا در طی یک بیماری همه گیر جهانی در مقیاسی بزرگ، از رفتار افراد که عدم اطمینان قابل توجهی در مورد نحوه عملکرد بیماری دارند، مطلع شویم. یک چارچوب موفق و مؤثر برای در نظر گرفتن مصرف کننده پاسخ، محرک و ارگانسیم است (شرمن¹⁵ و همکاران ۱۹۹۷). ما پیشنهاد می دهیم که ترکیب دیدگاه ۱۶S-O-R با دیدگاه های نظری موجود که معمولاً برای درک رفتار انسان در طی بیماری های همه گیر مانند PMT استفاده می شود، بینشی در مورد چگونگی ارتباط محرک های محیطی با بیماری های همه گیر ارائه می دهد که منجر به خرید غیر معمول می شود.

¹² Risks, Attitudes, Norms, Abilities & Self-Regulation

¹³ Mosler

¹⁴ Protection-Motivation Theory

¹⁵ Sherman

¹⁶ Stimulus-Organism-Response

بیماری همه گیر کوید - ۱۹ و پاسخ عمومی

تا سال ۲۰۰۷، بیش از ۳۶ ویروس کرونا شناخته شده بود و در بین آنها، ویروس کرونا - سارس (SARS-CoV) با ۴۰۰۰ مطالعه، بیشترین آمار تحقیقاتی را داشت (چنگ ۱۷ و همکاران ۲۰۰۷). محققان دریافتند که خفاش‌های نعل اسبی منبع طبیعی SARS-CoV هستند، در حالی که گربه‌های زیاد به عنوان میزبان تقویت کننده عمل می کنند. چنگ و همکاران (۲۰۰۷) استدلال کردند که تمایل به نگه داشتن این حیوانات در کنار یکدیگر مانند یک بمب ساعتی عمل می کند و پیدایش مجدد ویروس کرونا اجتناب ناپذیر است. با این حال، تقریباً ۱۸ سال پس از پیدایش SARS طول کشید تا ویروس کرونا فعلی SARS-CoV-2 که منجر به یک بیماری تنفسی به نام کوید - ۱۹ می شود، کشف شد و شروع به گسترش در بین انسان ها کرد. در دسامبر ۲۰۱۹، ویروس کرونا جدید SARS-CoV-2 باعث بیماری کوید - ۱۹ که شامل علائم تنفسی خفیف تا شدید است در ووهان چین پدیدار شد (خو و همکاران ۲۰۲۰). اگرچه کوید - ۱۹ یک بیماری حاد است، اما در حال حاضر با تخمین میزان مرگ و میر در حدود ۰/۴ درصد تا ۳ درصد می تواند کشنده باشد (خو و همکاران ۲۰۲۰). کوید - ۱۹ در مقایسه با کرونا ویروس نشأت گرفته از سارس، دارای تکثیر چشمگیری است. توانایی تکثیر و گسترش این بیماری منجر به شیوع جهانی آن در اوایل سال ۲۰۲۰ شد که سازمان بهداشت جهانی کوید - ۱۹ را در ۱۱ مارس ۲۰۲۰ به عنوان یک بیماری همه گیر جهانی اعلام کرد. این بیماری در طی سال های فعالیت خود، باعث بروز ۸۰۹۸ مورد عفونت انسانی و ۷۷۴ مورد مرگ در ۳۲ کشور جهان شده است. در مقابل، تا تاریخ ۲۷ مارس، ۶۶۵۹۱۵ مورد مبتلا به کوید - ۱۹ تأیید شده در ۱۹۹ کشور یا سرزمین مختلف وجود داشت که مرگ ۲۱۰۳۱ مورد ناشی از ویروس بود (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۰). در تاریخ ۱۶ مه، ۴/۳ میلیون مورد مبتلا به کوید - ۱۹ تأیید شده و بیش از ۷۹۰۰۰ مورد مرگ رخ داده است. علاوه بر کشور مبدأ چین، در کشورهایی نظیر آمریکا، ایتالیا، ایران، اسپانیا، فرانسه و آلمان شیوع گسترده ای از این بیماری گزارش شده است (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۰). دولت ها، بازارهای سهام و مصرف کنندگان به سرعت در برابر ویروس واکنش نشان دادند. تقریباً همه کشورهای که به این ویروس مبتلا شده اند، محدودیت های حرکتی، قرنطینه جمعی، تعطیلی خدمات عمومی مانند مدارس، لغو و ممنوعیت اجتماعات بزرگ عمومی و غیره را اعمال کرده اند (فاروق ۱۸ و دیگران، ۲۰۲۰). این اقدامات به طور بنیادی وضعیت جامعه را حتی در کشورها و مناطقی که بیماری کوید - ۱۹ شیوع نیافته بود، تغییر داد زیرا دولت ها اقدامات پیشگیرانه ای را برای به حداقل رساندن آسیب پیش بینی شده انجام دادند (استوکلین ۱۹، ۲۰۲۰). کشوری (فنلاند) که در آن زمان داده ها را از آن جمع کردیم، کمتر از ۱۰۰۰ مورد مبتلا به کوید - ۱۹ تأیید شده داشت. با این حال، اخبار و اطلاعات مربوط به ویروس به طور آزاد و گسترده در دسترس بود و دولت

¹⁷ Cheng

¹⁸ Farooq

¹⁹ Stoecklin

محدودیت‌های حرکتی و ممنوعیت‌های اجتماعات بزرگ را برای مبارزه با این بیماری وضع کرده بود؛ بنابراین، مطالعه بر روی کشوری که تحت تأثیر ترس بیماری کوید - ۱۹ و اختلالات مربوط به آن است، منجر به ایجاد اقدامات پیشگیرانه در سطح دولت و افراد خواهد شد. در این مقاله، از چارچوب S-O-R به عنوان یک تئوری اساسی استفاده شده است، زیرا محققان قبلی قدرت پیش‌بینی این چارچوب را در نحوه واکنش مصرف‌کنندگان فروشگاه به محرک‌های جدید محیطی نشان دادند (خو و همکاران، ۲۰۱۴). علاوه بر این، ما برای ایجاد علیت بین تعابیر مربوطه از استدلال تئوری PMT و تئوری بار شناختی استفاده کردیم. محققان بازاریابی از چارچوب S-O-R برای درک عوامل محیطی استفاده کرده‌اند (خو و همکاران، ۲۰۱۴). این چارچوب بر اساس کار مهربابان و راسل (۱۹۷۴) ارائه شده است که رفتار افراد را در محیطی متشکل از محرک تصور می‌کنند. محرک‌ها به طور خاص بر ارگانسیم، فرآیندهای شناختی و عاطفی مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارند که منجر به واکنش رفتاری می‌شود. این مفهوم‌سازی سه‌بخشی، تدوین مدل‌هایی را امکان‌پذیر کرده که در آنها با واسطه‌های میانی عاطفی و شناختی جایگزین پیوندهای علی و معلولی مستقیم میان محرک‌ها و عملکرد شده است (خو و همکاران، ۲۰۱۴). ما در مورد بک بیماری همه‌گیر پیشنهاد می‌کنیم که محرک‌ها منابع اطلاعاتی باشند که افراد از آن در مورد بیماری‌های همه‌گیر اطلاعات کسب می‌کنند. ما بر منابع اطلاعاتی آنلاین تمرکز کردیم زیرا استفاده گسترده از این منابع، بیماری کوید - ۱۹ را در بین همه بیماری‌های همه‌گیر سابق منحصربه‌فرد جلوه می‌دهد. ما برای ایجاد پیوند میان جنبه ارگانسیم S-O-R و محرک‌های انتخاب شده بر روی افزایش بیش از حد اطلاعات تمرکز کردیم که فکر می‌کنیم منجر به پاسخ‌های روانی و رفتاری شود (ویلان و همکاران، ۲۰۲۰).

می‌توان با استفاده از CLT، به جنبه واکنش محیطی در S-O-R در مورد افزایش بیش از حد اطلاعات پی برد که به نحوه پردازش اطلاعات جدید مغز انسان می‌پردازد (اسولر ۲۱، ۲۰۱۱). CLT بر این فرض استوار است که انسان توانایی شناختی محدودی دارد. زمانی که شناخت انسان از این محدوده فراتر می‌رود، افزایش بیش از حد شناختی نامیده می‌شود و پاسخ استرس را در افراد ایجاد می‌کند تا یک قدم به عقب برود و به یک وضعیت امن‌تر و راحت‌تر برسد. بر این اساس، محققان از CLT برای توضیح طیف گسترده‌ای از پدیده‌ها که نیاز به پردازش شناختی و مفهوم‌سازی موقعیت دارند، استفاده کرده‌اند. به عنوان مثال، چرا مردم از افزایش بیش از حد اطلاعات و ارتباطات رنج می‌برند (ویلان و همکاران، ۲۰۲۰). کیفیت اخبار، اطلاعات و ارتباطات مربوط به بیماری کوید - ۱۹ نقش مهمی در تصمیم‌گیری و رفتار افراد دارد (لاتو و همکاران، ۲۰۲۰). این فرضیه را مطرح می‌کند که اگر ظرفیت شناختی برای پردازش اطلاعات بیش از حد زیاد باشد، می‌توان پاسخ رفتاری (ارگانسیم) را تحت تأثیر قرار داد (اسولر، ۲۰۱۱) و این امر به انجام اقدامات غیرمنطقی کمک می‌کند. اطلاعات قبلی، مهارت‌های تفکر و خودکارآمدی فرد، تأثیرات کاهنده‌ای در پاسخ‌های رفتاری دارد. اگرچه در نهایت محیط افراد را به سمت

²⁰ Whelan

²¹ Sweller

واکنش‌های خاصی سوق می‌دهد، اما ویژگی‌های فردی و گروهی قادرند به‌عنوان یک نیروی مخالف یا تقویت‌کننده عمل کنند. ما علاوه بر CLT، از PMT برای پشتیبانی از چارچوب S-O-R استفاده می‌کنیم که عوامل مؤثر برای گام برداشتن در برابر تهدیدهای سلامتی زود هنگام را توضیح می‌دهد. این تئوری نشان می‌دهد که پذیرش تدابیر محافظتی، مانند خود انزوائی شخصی، نتیجه تهدید شخصی و ارزیابی مقابله با بیماری است. به طور معمول ارزیابی تهدید، میزان شدت تصور فرد از بیماری و حساسیت به آن را تشکیل می‌دهد. شدت تصور فرد از بیماری، همان‌طور که از نامش پیداست به جدی بودن وضعیت کلی اشاره دارد. میزان حساسیت یا آسیب‌پذیری به میزان تصور افراد در معرض خطر، اشاره دارد. ارزیابی مقابله‌ای برآورد توانایی فرد در کنار آمدن با شرایط مذکور است. به طور معمول به نظر می‌رسد که ارزیابی شامل خودکارآمدی، کارایی پاسخ و ارزش آن است. این بدان معنی است که دانشمندان برای درک تأثیر تهدید و ارزیابی مقابله‌ای بر پذیرش اقدامات حفاظتی بهداشتی، اغلب از مقالات خودکارآمدی استفاده کرده‌اند. براین اساس، PMT در زمینه‌های مختلفی به کار گرفته شده است تا انگیزه کاربران را درک کند، به‌عنوان مثال رفتارهای مرتبط با سلامتی و رفتارهای محیطی (کوته^{۲۲} و همکاران، ۲۰۱۹).

در مدل تحقیقاتی، برای درک تهدیدها و ارزیابی مقابله با افراد در طی بیماری کوید - ۱۹ از ساختار PMT و خودکارآمدی استفاده شده است. برای بررسی بار شناختی که اطلاعات زیادی در مورد بیماری کوید - ۱۹ در دسترس افراد قرار می‌دهد، از اطلاعات مازاد استفاده شده است. همچنین با بررسی تأثیرات منابع اطلاعاتی آنلاین بر رفتار افراد، ساختار سایبرکندریا را برای توصیف استرس ناشی از بیماری کوید - ۱۹، به کار گرفته شده است. با استفاده از چارچوب S-O-R (مهرابیان و راسل، ۱۹۷۴)، در معرض اطلاعاتی آنلاین به‌عنوان محرک‌های محیطی، اطلاعات بیش از حد به‌عنوان ارگانیزم و دو پاسخ روان‌شناختی (سایبرکندریا و میزان شدت تصور فرد از بیماری) و دو پاسخ رفتاری (قصد ایجاد غیرمعمول خرید و خود انزوائی) قرار گرفته است.

تأثیرات قرارگیری در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین

در حال حاضر جامعه پُر از اخباری است که از طریق رسانه‌های مختلف از جمله رادیو، اینترنت، روزنامه‌های قدیمی، ایمیل‌ها و رسانه‌های اجتماعی و غیره پخش می‌شود. در سال‌های اخیر، نقش منابع اینترنتی به طور پیوسته افزایش یافته است و این امر یکی از دلایل تفاوت بیماری کوید - ۱۹ با سایر بیماری‌های همه‌گیر است (فاروق و دیگران، ۲۰۲۰). قرارگرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین به تعداد منابع آنلاین اشاره دارد که افراد از طریق آنها اطلاعات را دریافت می‌کنند. منطقی دانستن حجم گسترده‌ای از اطلاعات از چند منبع ساده نیست، زیرا اخبار متناقض، نامشخص و حتی جعلی به طور مداوم در اینترنت پخش می‌شوند (لاتو و همکاران، ۲۰۲۰). در طی وقایع بی‌سابقه و غیرمعمول، مانند بیماری همه‌گیر کوید - ۱۹، منحصر به فرد بودن شرایط اجازه نمی‌دهد

²² Kothe

که به طور گسترده به ساختارهای دانش شناختی موجود اعتماد کرد که این امر میزان انتشار اخبار جعلی را افزایش دهد (لاتو و دیگران، ۲۰۲۰). این مقاله بیان می‌کند که افراد توانایی شناختی محدودی برای پردازش اطلاعات دارند. هنگامی که مقدار اطلاعاتی که باید پردازش شوند از میزان توانایی پردازش فرد فراتر رود، اطلاعات بیش از حد پدیدار می‌شود. توانایی پردازش اطلاعات فرد در یک شرایط خاص نتیجه دانش قبلی و مهارت‌های پردازش، وضعیت عاطفی، بارهای شناختی ذاتی، برونی و مناسب و همچنین ارتباطات و ارائه اطلاعات جدید است (اسولر، ۲۰۱۱). مقالات قبلی با اثبات این امر که اطلاعات و خصوصیات سیستم باعث افزایش بار اطلاعاتی افراد می‌شود، به طور تجربی تأثیر پلتفرم ارتباطی را تأیید کرده‌اند. در ادامه یافته‌های این مقالات فرض می‌کنیم که هرگاه فردی بیش از حد (و غالباً متناقض و گمراه‌کننده) در مورد بیماری کوید - ۱۹ اطلاعات دریافت می‌کند، بیش از حد تحت فشار قرار می‌گیرند و متعاقباً بیش از حد اطلاعات را بررسی می‌کنند؛ بنابراین، بار اطلاعاتی مازاد نتیجه دریافت مقدار زیادی اطلاعات (جدید) در یک بازه زمانی محدود است که بیش از توان پردازش حافظه کاری فعلی فرد است (ویلان و همکاران، ۲۰۲۰).

یکی دیگر از جنبه‌های مربوط به قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین در طی یک بیماری همه‌گیر که تهدیدی جدی برای سلامتی به شمار می‌رود، سایبرکندریا است. سایبرکندریا به وضعیتی گفته می‌شود که فرد بیش از حد در مورد سلامتی خود تحت فشار یا اضطراب باشد که منجر به جستجوی آنلاین بیش از حد، اجباری و مکرر در مورد مطالب مرتبط با سلامتی می‌شود که منجر به اضطراب، پریشانی و ترس می‌شود (استارچویچ و برل، ۲۰۱۳). به دلیل دسترسی به بسیاری از منابع اطلاعات الکترونیکی، برای فرد آسان است که اطلاعات مربوط به یک مسئله خاص، مانند مورد فعلی، بیماری کوید - ۱۹ را جستجو کند و علائم مربوط به آن را بخواند. دستیابی کامل به همه اطلاعات ممکن نیست زیرا مقدار اطلاعات موجود در منابع بسیار زیاد است. علاوه بر این، اطلاعات همیشه دقیق نیستند، یا ممکن است جامع یا مبهم باشند که می‌تواند باعث پریشانی در افراد شود و در نهایت به سایبرکندریا تبدیل شود. محققان دریافته‌اند که وضوح، جامعیت و دقت پزشکی اطلاعات بهداشتی تازه به دست آمده یک اقدام مهم برای کاهش فعالانه سایبرکندریا است. باین حال تحت شرایط بیماری همه‌گیر مانند کوید - ۱۹، سازماندهی واضح و دقیق تمام اطلاعات آنلاین برای افراد دشوار است. علاوه بر این، ممکن است شرکت‌های رسانه‌ای و دیگر منابع که اخبار مربوط به کوید - ۱۹ را به صورت آنلاین تهیه می‌کنند، در انتشار اخبار عجله داشته باشند. چون اطلاعات حتی برای سازندگان اخبار به طور واضح در دسترس نیست، این عجله باعث افزایش پدیدار شدن اطلاعات نادرست می‌شود که می‌تواند منجر به افزایش سایبرکندریا شود (لاتو و همکاران، ۲۰۲۰).

شدت تصور از یک مسئله میزان اعتقاد جدی به تهدید (به عنوان مثال یک بیماری) است (فلوید^{۲۴} و همکاران،

²³ Starcevic, V., Berle

²⁴ Floyd

(۲۰۰۰). همچنین این امر منعکس کننده میزان جدی ابتلا به این بیماری در سطح فردی و گروهی است. شدت تصور یکی از تعابیر اصلی در مدل های نظری مشهور (مانند PMT) است که بر درک خطر تأثیر می گذارد و انگیزه های برای اقدامات پیشگیرانه علیه یک بیماری ایجاد می کند (راجرز، ۲۵ ۱۹۷۵). مطالعات قبلی صورت گرفته نشان داد که شدت تصور به طور قابل توجهی قصد پذیرش تدابیر علیه بیماری های تهدید کننده مانند مسائل حاد بهداشتی و بیماری های همه گیر را پیش بینی می کند. برای اینکه تغییر رفتاری رخ ندهد، انسان باید درک کند که دلیل کافی برای تغییر آن دارد. با این حال محققان دریافته اند که قصد رفتاری قوی تأثیر اندک تا متوسطی بر تغییر رفتار دارد.

پیش بینی های جدی در مورد بیماری کوید - ۱۹ در مارس ۲۰۲۰ به صورت آنلاین مطرح شد. گزارش هایی در مورد آماده سازی اقدامات قرنطینه، اعمال محدودیت حرکتی و بسته شدن مرزها ارائه شد. همچنین اخباری مبنی بر توقف تولید کارخانه ها و اختلال در زنجیره های تأمین جهانی که باعث ترس از کمبود مواد غذایی و عرضه شد، به وجود آمد. بسیاری از منابع اطلاعاتی، از جمله رسانه های اجتماعی که عوامل تأثیر گذاری هستند، مردم را تحت این شرایط قرار می دهند. اگر کانال های ارتباطی ظاهراً متفاوت خبرهای یکسانی را منتشر کنند، می تواند درک افراد از ارتباط اطلاعات را افزایش دهد. ما بر این اساس نظریه ای را ارائه می دهیم که هرچه تعداد منابع اطلاعاتی که شدت وضعیت را منتشر می کنند، بیشتر باشد تصور فرد از وضعیت شدیدتر خواهد بود.

تأثیرات اضافه بار اطلاعاتی

با توجه به دیدگاه شناختی، اضافه بار اطلاعاتی وضعیتی است که منجر به واکنش استرس زا برای عقب نشینی می شود. انسان ها بدون توانایی مدیریت اطلاعات موجود و تصور آنچه که اتفاق می افتد، قادر به رفتار و پاسخ مطلوب نیستند (براگ، ۲۰۰۹). فقدان ظرفیت شناختی برای پردازش اطلاعات موجود، مردم را مجبور می کند تا شدت وضعیت را حدس بزنند. مطالعات قبلی نشان داده است که افراد معمولاً در این شرایط برای درمان ماندن، حدس های بدبینانه می زنند. بر این اساس، بررسی بیش از حد اطلاعات در وجود بیماری همه گیر مانند کوید - ۱۹ می تواند شدت تصور فرد از موقعیت را افزایش دهد. انسان ها قادر به درک این شرایط و تعیین خطرات احتمالی و اینکه آیا می توان از آنها جلوگیری کرد یا خیر، نیستند. سایبرکندریا وضعیت پریشانی اضطراب و یک نیاز اجباری برای جستجوی اطلاعات پزشکی در مورد موضوعی است که با توجه به نگرانی موجود پدیدار می شود (استارچویچ و برل، ۲۰۱۳). در شرایط عادی، بیشترین جستجوی آنلاین برای اطلاعات بهداشتی مربوط به سایبرکندریا نیست بلکه مربوط به علائم خاصی است که افراد بروز می دهند و برای آنها توضیح می خواهند. کاربران احتمالاً هنگام جستجوی اطلاعات بهداشتی از سایت های تجاری استفاده نمی کنند. با این حال مشخص شده است که کاربران توانایی کمی در ارزیابی اعتبار اطلاعاتی که می خوانند، دارند چون اینترنت انواع مختلفی از

اطلاعات را در برگرفته خطر روبرو شدن افراد دارای اختلال سایبریوندریا با مقالاتی که ادعاهای غیر واقعی دارند افزایش می‌یابد. به‌خصوص در هنگام بیماری‌های همه‌گیر و شرایط خاص، این خطر وجود دارد که افراد اخبار پرسروصدایی را پیدا کنند که فاقد دقت روزنامه‌نگاری است (لاتو و همکاران، ۲۰۲۰). ممکن است افراد با خواندن اخبار متناقض تمایل پیدا کنند تا اثبات ادعاها را بیابند. وقتی اخبار بی‌اختیار و حتی اطلاعات غلط فراوانی وجود دارد و در مورد حوادث اتفاق نظری وجود ندارد ممکن است اضافه‌بار اطلاعاتی خطر بیشتری برای افراد ایجاد کند که جستجوی آنلاین آنها به وقتی اخبار بی‌اختیار و حتی اطلاعات غلط فراوانی وجود دارد و در مورد آنچه اتفاق می‌افتد اتفاق نظر وجود ندارد، ممکن است اضافه‌بار اطلاعاتی خطر بیشتری برای افراد ایجاد کند که به سایبریوندریا مبتلا شوند.

تأثیرات شدت تصور

چون بیماری کوید - ۱۹ از طریق تماس نزدیک با افراد دیگر منتقل می‌شود، خود انزوائی به‌عنوان مهم‌ترین اقدام پیشگیرانه مشخص شد (فاروق و همکاران، ۲۰۲۰). این اقدامات را می‌توان در چهار دسته طبقه‌بندی کرد: (۱) انزوا، (۲) قرنطینه، (۳) فاصله اجتماعی و (۴) مهار جامعه (وایلدز اسمیت و فریدمن^{۲۶}، ۲۰۲۰). انزوا به عدم تماس اجتماعی فرد اشاره دارد. قرنطینه می‌تواند در سطح فردی یا گروهی اتفاق بیفتد و به رفتار اجتنابی از تماس یا حرکت اجتماعی برای یک مدت‌زمان خاص اشاره دارد. فاصله اجتماعی برای توصیف اقدامی اساسی-تر، مانند بستن مدارس یا کتابخانه‌ها برای به حداقل رساندن تعداد تماس‌های اجتماعی افراد، مورد استفاده قرار می‌گیرد (وایلدز اسمیت و فریدمن، ۲۰۲۰). با این حال، اصطلاح فاصله اجتماعی نیز صرفاً به معنای حفظ فاصله از دیگران در جلسات حضوری اجتماعی به‌کاررفته است. چون تعریف علمی هر از این مباحث متفاوت است (وایلدز اسمیت و فریدمن، ۲۰۲۰)، ممکن است برخی از خوانندگان را گیج کند. مهار جامعه به کنترل کامل رفت‌وآمد یک منطقه مشخص اشاره دارد و از کنترل فردی خارج است. مهار جامعه معمولاً توسط قانون مجازات و اعمال می‌شود.

در این مقاله، هنگام بحث در مورد انزوا، به کاهش داوطلبانه ارتباطات اجتماعی، حفظ فاصله در اجتماعات و جلوگیری از مراجعه به رستوران‌ها، حمل و نقل عمومی، سفرخانه‌ها و سایر مکان‌های شلوغ اشاره می‌کنیم. پذیرش این نوع رفتار برای افراد فعال در زمینه اجتماعی می‌تواند سخت باشد، درحالی‌که ممکن است برای دیگران طبیعی‌تر باشد. هنگام بحث در مورد پذیرش تدابیر اجتنابی در طی یک همه‌گیری جهانی، چگونگی درک افراد از وضعیت، نظریه‌پردازی شده است تا بر هدف آنها مؤثر باشد. تئوری PMT پیشنهاد می‌کند که ارزیابی تهدید فردی قوی‌تر، مستقیماً منجر به اقدامات محافظتی می‌شود. علاوه بر این، مقالات قبلی به صورتت تجربی تأیید کردند که شدت تصور منجر به پذیرش اقدامات بهداشتی محافظتی می‌شود (گاما و دیگران، ۲۰۱۷). با

²⁶ Wilder-Smith

توجه به چارچوب S-O-R، رفتار مصرف کننده نتیجه محرک های محیطی، حالات احساسی و شناختی یک فرد و پاسخ آنها به این حالات است (خو و همکاران، ۲۰۱۴). به طور معمول تغییر رفتار مصرف کننده هنگامی اتفاق می افتد که محرک های محیطی تغییر می کنند. تغییرات شدید اساسی و سریع می تواند توانایی شناختی را برای کنترل وضعیت بیش از حد افزایش دهد که منجر به پاسخ بیشتر تحت تأثیر احساسات می شود. این امر می تواند منجر به خرید هراسی شود. این امر به عنوان اصرار شدید برای رفتن به فروشگاه و خرید محصولات تعریف می شود که اغلب بیش از حد منطقی است یا به سادگی با یک تغییر کم در رفتار مصرف کننده صورت می گیرد که ما آن را خرید غیر معمول می نامیم.

در طی بیماری همه گیر کوید - ۱۹، خرید هراسی و نوع خفیف تر آن، خرید غیر معمول مشاهده شد. به عنوان مثال در چندین کشور فروشگاه های مواد غذایی و فروشگاه های بهداشتی دستمال توال، ضد عفونی کننده دست و محصولات غذایی کنسروی به اتمام رسیدند (میری و همکاران، ۲۰۲۰). یک دلیل ذکر شده این است که ویروس کرونا سابق مانند SARS، باعث اسهال، حالت تهوع، استفراغ و ناراحتی شکمی می شوند (میری و همکاران، ۲۰۲۰) که مسلماً افراد خود را برای این امر آماده می کند. عوامل دیگر شامل فشار اجتماعی بود (مردم می ترسیدند که بدون محصولات ضروری بمانند مگر اینکه بلافاصله آن را خریداری کنند) و در نهایت، خرید محصولاتی که برای مدت زمان طولانی انقضاء دارند و در هر صورت مورد نیاز هستند، ضرر چندانی ندارد (مانند دستمال توال)؛ بنابراین، این آنالیز نتیجه می گیرد که در مورد بیماری همه گیر کوید - ۱۹، شدت تصور از این بیماری می تواند بر ضرورت احساس واکنش به خرید مواد و آماده شدن برای قرنطینه یا شرایطی که همانند زندگی منظم امکان پذیر نیست، تأثیر بگذارد.

تأثیرات سایبرکندریا

بررسی مقالات اخیر سایبروندریا این وضعیت را با اضطراب سلامتی و سواس اجباری و استفاده از اینترنت با مشکل همراه کرد. با این حال رفتار اصلی مرتبط با سایبروندریا جستجوی بیش از حد آنلاین در مورد اطلاعات بهداشتی است. ما با تعمیم این مقالات، مطرح کردیم که سایبروندریا می تواند در طی بیماری های همه گیر، رفتارهای دیگر را نیز تحریک کند. از طریق جستجوی بیش از حد آنلاین، اطلاعات بیشتری در مورد وضعیت بیماری همه گیر پیدا کنید. این رفتار در کوتاه مدت بار شناختی را افزایش می دهد. با این حال این امر می تواند در طولانی مدت منجر به درک بهتری از موضوع منجر شود. این امر بستگی زیادی به منابع اطلاعاتی موجود و توانایی فرد مبتلا در پردازش و فهم اطلاعات دارد. بر این اساس در مارس ۲۰۲۰ هنگامی که این بیماری همه گیر هنوز در حال رشد بوده و اوضاع نامشخص و بی سابقه بود، ممکن است افراد دارای سایبروندریا زودتر از سایرین به آن مبتلا شده باشند زیرا آنها نگران سلامتی خود و در حال جستجوی اطلاعات بیشتر در اینترنت بودند. همان طور که منابع رسمی خود انزوایی داوطلبانه را به عنوان اقدام متقابل مؤثر برای مهار بیماری همه گیر مطرح

کردند (فاروق و همکاران، ۲۰۲۰)، ممکن است سایبرونداریا در اقدامات مردم نقش داشته باشد. علاوه بر این همان‌طور که منابع آنلاین در مورد رخداد فاجعه سلامتی در آینده صحبت می‌کنند، ممکن است سایبرونداریاها با خریدهای غیر معمول تمایل به آماده‌سازی داشته باشند.

تأثیرات خودکارآمدی

خودکارآمدی تصور فرد از توانایی خودش در کنترل حوادثی است که زندگی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد (بندورا^{۲۷}، ۲۰۱۰). این باور برای بهزیستی عاطفی مهم است. تا زمانی که افراد باور نکنند که می‌توانند با عملکرد خود محیط پیرامونشان را دگرگون سازند، دلیل عاطفی یا شناختی برای انجام هر کاری ندارند (بندورا، ۲۰۱۰)؛ بنابراین خودکارآمدی عموماً مثبت تلقی می‌شود، افراد را قادر به عمل می‌سازد. به‌عنوان مثال، خودکارآمدی با رضایت شغلی رابطه مثبت دارد. باین‌حال، چون دانایی انسان‌ها محدود است، خودکارآمدی نیز باید این محدودیت‌ها را لحاظ کند و مبتنی بر واقعیت باشد. به‌عنوان یک تعبیر خودکارآمدی بخش برجسته‌ای از افراد است که در ارزیابی PMT همراه با اثربخشی پاسخ و ارزش‌های پاسخگویی مقابله می‌کنند. مطالعات قبلی با مشاهده رفتار انسان در طی این بیماری‌های همه‌گیر نشان داد که خودکارآمدی با افزایش انگیزه محافظت و پذیرش رفتارهای پیشگیرانه رابطه مثبت دارد (فاروق و همکاران، ۲۰۲۰).

دانشمندان خودکارآمدی را تطبیق داده و آن را به زمینه‌های بیشتری اختصاص داده‌اند. به‌عنوان مثال به خودکارآمدی رایانه‌ای خودکارآمدی حرفه‌ای و خودکارآمدی چند وظیفه‌ای بستگی به زمینه مطالعاتی دارد. ما دو هدف رفتاری را بررسی کردیم: خود انزوایی و خریدهای غیر معمول؛ بنابراین، در راستای این دو قصد رفتاری، خودکارآمدی را به خودکارآمدی انزوا و خودکارآمدی خرید غیر معمول تقسیم می‌کنیم. ما خودکارآمدی انزوا را به‌عنوان اعتقاد به توانایی کنترل و تأثیر در نزدیکی خود به دیگران و امکان رعایت فاصله اجتماعی از روی اراده خود تعریف می‌کنیم. به همین ترتیب ما خودکارآمدی خرید را بدین صورت تعریف می‌کنیم که علی‌رغم شرایط غیر معمول، می‌توان به‌دلخواه خرید انجام داد. ما در زمینه بیماری همه‌گیر کووید - ۱۹ ما مطرح می‌کنیم که خرید خودکارآمدی به معنای عدم احساس نیاز به خریدهای خارق‌العاده است، زیرا فرد در هر زمان که لازم باشد چنین عملکردی خواهد داشت و قادر به خرید است. باین‌حال، به نظر می‌رسد خودکارآمدی انزوا به ارزش پاسخدهی مرتبط است، زیرا رفتار خاصی را در این زمینه بررسی می‌کند. اعتقاد به توانایی منزوی کردن نشان می‌دهد که افراد در پذیرش رفتار بهداشتی توصیه شده متحمل هزینه‌های پاسخگویی نمی‌شوند.

تأثیر خود انزوایی

به‌عنوان رابطه نهایی موجود در مدل تحقیقاتی ما رابطه میان قصد خود انزوایی داوطلبانه و قصد خرید غیر معمول را بررسی می‌کنیم. ما نظریه‌پردازی خود را بر این فرض بنا نهاده‌ایم که رفتار مصرف‌کننده با رفتارهای دیگر

²⁷ Bandura

مرتبط است. در طول بیماری همه گیر کووید - ۱۹، افراد مستقل از تصورات بهداشت شخصی، دلیل معتبری برای پیش بینی این وضع داشتند که ممکن است برای مدتی مجبور به قرنطینه شوند، زیرا دولت ها محدودیت های مختلفی برای جلوگیری از همه گیری بیماری وضع می کنند. علاوه بر این چون منابع رسمی مانند سازمان بهداشت جهانی به افراد توصیه می کند که به صورت ارادی به انزوا پردازند (فاروق و همکاران، ۲۰۲۰)، مردم دلایلی داشتند که خود را برای چنین اقدامی آماده کنند. ما پیش بینی می کنیم که بخش قابل توجهی از خریدهای غیر معمول مشاهده شده به منظور آماده سازی برای انزوا صورت گرفته است. این امر می تواند با نفوذ اجتماعی و همچنین ترس از اختلالات جهانی در زنجیره های تأمین افزایش یابد. رفتار مشاهده شده مصرف کننده در مراحل اولیه بیماری همه گیر کووید - ۱۹ نشان می دهد که افراد اقلام مربوط بهداشتی (ضد عفونی کننده دست) را به همراه دارند اما خود را برای اختلال در زنجیره های تأمین (دستمال توالی و کنسرو) آماده کردند و مجبور به گذراندن دوره های طولانی در خانه شدند. بر این اساس ما پیشنهاد می کنیم در طی بیماری همه گیر کووید - ۱۹، پاسخ های رفتاری در سطح فردی با هم مرتبط باشند، در این صورت قصد خود انزوایی منجر به افزایش قصد خریدهای غیر معمول می شود.

پیشینه تحقیق

یافته های احسانی (۱۳۹۹) نشان داد، چهار عامل رعایت پروتکل های بهداشتی در ورود و خروج، در قفسه داروها، ضد عفونی پیشخوان پذیرش و جواب و رعایت فاصله گذاری اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت مشتریان نسبت به اجرای پروتکل های بهداشتی و ویروس کرونا دارد. همچنین، رضایت مشتری از این اقدامات می تواند بر قصد خرید مشتری، تأثیر مثبت بگذارد. نتایج مطالعه عبداللهی و رحیمی (۱۳۹۹) در قالب سه مقوله اصلی شامل «زمینه های تشدید همه گیری»، «تعامل دولت و مردم در مواجهه با همه گیری» و «راهکارهای مقابله با بیماری» و زیر مقوله ها و مفاهیم متعدد آمده است. نتایج این مطالعه نشان دهنده نگرش نسبتاً انتقادی کاربران نسبت به عملکرد دولت و مردم در مقابله با همه گیری کروناست. رعایت نکات بهداشتی و محدودیت در تردهای شهری و بین شهری، بیش از سایر راهکارها مورد توجه کاربران است. این مطالعه، لزوم استفاده از ظرفیت های مردمی در مقابله با همه گیری کرونا را نشان می دهد.

جدول ۱. مقالات مربوط به بیماری های همه گیری و رفتارهای انسانی

نویسندگان	کشور	نوع بیماری	تعداد مورد	تئوری	یافته ها
گاما و همکاران (۲۰۲۰)	گامبیا.	ابولا	۴۹۸	مدل RANAS	عوامل حیاتی روان شناختی در پذیرش اقدامات اجتنابی تأثیر گذار است. باورها و هنجارهای اجتماعی به عنوان دو عامل مهم شناسایی شدند.
گاما و همکاران (۲۰۱۷)	گیند - بیسائو	ابولا	۱۳۶۹	مدل RANAS	شدت تصور فرد و اطلاعات بهداشتی پیش بینی کننده رفتارهای پیشگیری است. کمپین های تبلیغ کننده اطلاعات بهداشتی تأثیر کمتری از میزان مورد انتظار داشتند.
لاتو و همکاران (۲۰۲۰)	فنلاند	کوید - ۱۹	۸۵۵	تئوری انگیزد - حفاظت، تئوری خودمختاری	. پذیرش افراد از اقدامات دولتی برای مهار بیماری همه گیر و شدت تصور افراد از آن بیماری، با پذیرش رفتارهای بهداشتی توصیه شده مرتبط است.
روبین و همکاران (۲۰۰۹)	انگلستان	آنفلوآنزای خوکی (آنفلوآنزای A (H1N1) ۳۰۰)	۹۹۷	هیچ تئوری مشخص نشده یا صریحاً ذکر نشده است	تعداد کمی از افراد، رفتار خود را در مراحل اولیه شیوع آنفلوآنزای خوکی تغییر دادند. شدت تصور افراد از یک بیماری عملکرد آنها را افزایش می دهد، در حالی که عدم اعتماد به مقامات و خودکارآمدی آن را کاهش می دهد.
گود وین و همکاران (۲۰۰۹)	مالزی	آنفلوآنزای خوکی (آنفلوآنزای A (H1N1) ۳۰۰)	۳۲۸	هیچ تئوری مشخص نشده یا صریحاً ذکر نشده است	پاسخ به آنفلوآنزای خوکی در سطح جمعیت با کاهش مسافرت و افزایش خرید ماسک و مواد غذایی مشاهده شد.
سیئل و همکاران (۲۰۰۹)	استرالیا	آنفلوآنزای خوکی (آنفلوآنزای A (H1N1) ۳۰۰)	۶۲۰	هیچ تئوری مشخص نشده یا صریحاً ذکر نشده است	قرنطینه و واکسن ها به عنوان اقدامات مقابله ای بهتر از اقدامات بهداشت شخصی تلقی می شوند.
تیمپکا و همکاران (۲۰۱۴)	سوئد	مشخص نشده	۴۴۳	تئوری انگیزد - حفاظت	ارزیابی مقابله ای فردی عامل مهمی در تأثیر گذاری بر رفتار پیشگیری افراد مانند خود انزوائی است.
شریفی راد و همکاران (۲۰۱۴)	ایران	آنفلوآنزای خوکی (آنفلوآنزای A (H1N1) ۳۰۰)	۳۰۰	تئوری انگیزد - حفاظت	تئوری انگیزد - حفاظت منجر به پذیرش رفتار اجتنابی می شود. باین حال، شدت تصور افراد از بیماری با انگیزه محافظت مرتبط نبود.

فرضیه های تحقیق

قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین بر افزایش بیش از حد اطلاعات تأثیر مثبت دارد.

قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین بر سایر کندریا تأثیر مثبت دارد.

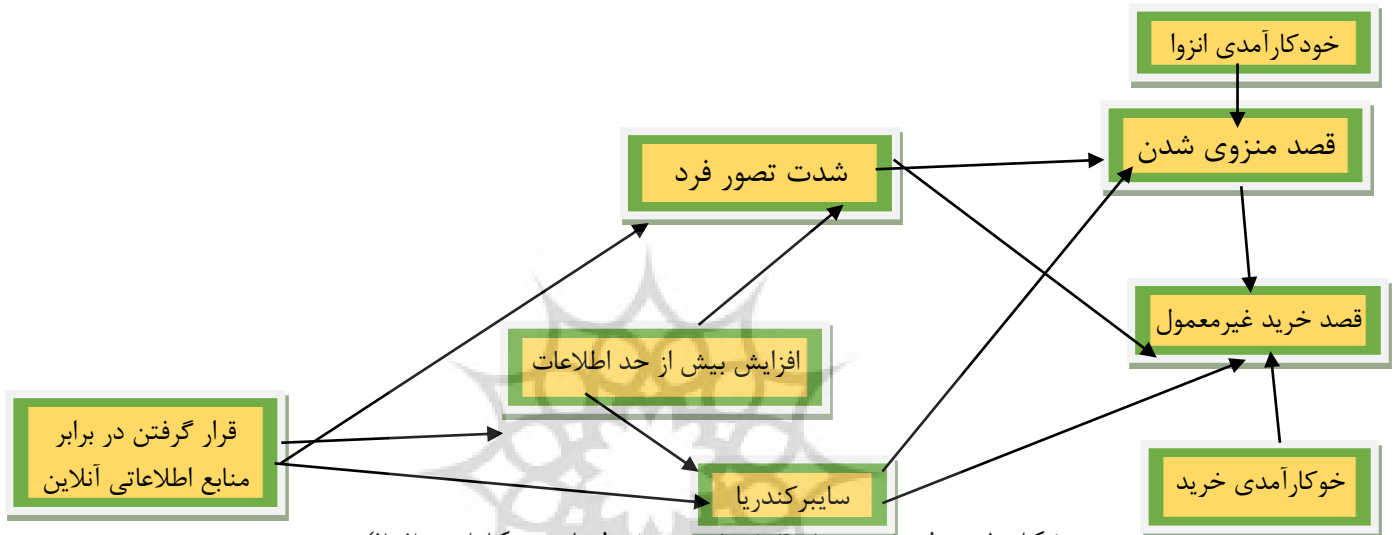
قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعات آنلاین بر شدت تصور فرد تأثیر مثبت دارد.

اضافه بار اطلاعاتی بر شدت تصور فرد تأثیر مثبت دارد.

اضافه بار اطلاعاتی بر سایر کندریا تأثیر مثبت دارد.

شدت تصور فرد بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.

- شدت تصور فرد بر قصد خرید غیر معمول تأثیر مثبت دارد.
- سایبرکندریا بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.
- سایبرکندریا بر قصد خرید غیر معمول تأثیر مثبت دارد.
- خودکارآمدی انزوا بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.
- خودکارآمدی خرید بر قصد خرید غیر معمول تأثیر منفی دارد.
- قصد منزوی شدن فرد بر قصد خرید غیر معمول تأثیر مثبت دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی (برگرفته از پژوهش لوتا و همکاران، ۲۰۲۰)

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، تحقیق کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات نیز، این تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم (تعداد ۱۵۲۳۸ نفر) بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شد (۳۷۵ نفر). این تحقیق از پرسش‌نامه لاتو و همکاران (۲۰۲۰)، در قالب انجام عملیات میدانی و توزیع و تکمیل پرسش‌نامه میان افراد نمونه انتخاب شد. افزایش بیش از حد اطلاعات (۱ تا ۳)، خودکارآمدی خرید (۴ تا ۶)، قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین (۷ تا ۱۰)، سایبرکندریا (۱۱ تا ۱۴)، شدت تصور فرد (۱۵ تا ۱۷)، قصد خرید غیر معمول (۱۸ تا ۲۰)، خودکارآمدی انزوا (۲۱ تا ۲۶)، قصد منزوی شدن فرد (۲۷ تا ۳۱) بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS و معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SMART-PLS2 صورت گرفت. در نهایت نتایج تحلیل مسیر و روابط علی بین متغیرهای پژوهش در مدل مفهومی تفسیر می‌گردد.

یافته‌های تحقیق

برای بررسی اینکه آیا توزیع نمرات متغیر متغیرهای تحقیق نرمال می باشد؟ از آزمون کولموگروف اسمیرنف یک نمونه ای استفاده می کنیم.

H_0 : توزیع نمرات متغیرهای تحقیق نرمال می باشد.
 H_1 : توزیع نمرات متغیرهای تحقیق نرمال نمی باشد.

نتیجه این آزمون در جدول ۲ داده شده است، چون مقادیر Sig کمتر از ۵ درصد است، فرض صفر با خطای ۵ درصد رد می شود. پس با سطح معنی داری ۵ درصد می توان پذیرفت که توزیع نمرات متغیرهای تحقیق نرمال نمی باشد.

جدول ۲: آزمون کلموگروف اسمیرنف یک نمونه ای برای متغیرهای تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	کلموگروف اسمیرنف	متغیر
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۱۸	افزایش بیش از حد اطلاعات
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۰۸	خودکارآمدی خرید
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۱۸	قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعات آنلاین
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۹۲	سایبرکنندریا
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۲۱	شدت تصور فرد
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۱۲	قصد خرید غیر معمول
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۰۱	خودکارآمدی انزوا
نرمال نمی باشد.	۰/۰۰۰	۰/۴۳۹	قصد منزوی شدن فرد

آلفای کروناخ کل پرسش نامه ۰/۸۷۱ محاسبه گردید. پایایی ترکیبی و آلفای کروناخ تمامی ابعاد نیز بزرگ تر از ۰/۷ به دست آمده است.

جدول ۳ - روایی همگرا و پایایی متغیرهای پژوهش

سازه های اصلی	روایی همگرا (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کروناخ
افزایش بیش از حد اطلاعات	۰/۸۵۴	۰/۹۴۶	۰/۹۱۴
خودکارآمدی انزوا	۰/۶۳۵	۰/۹۱۱	۰/۸۷۹
خودکارآمدی خرید	۰/۸۲۷	۰/۹۳۵	۰/۸۹۵
سایبرکنندریا	۰/۸۶۲	۰/۹۶۱	۰/۹۴۶
شدت تصور فرد	۰/۷۷۱	۰/۹۱۰	۰/۸۵۱
قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین	۰/۷۷۹	۰/۹۳۴	۰/۹۰۵
قصد خرید غیر معمول	۰/۷۵۱	۰/۹۰۰	۰/۸۳۴
قصد منزوی شدن فرد	۰/۶۸۳	۰/۹۱۴	۰/۸۸۱

روایی واگرا دیگر معیار سنجش برازش مدل های اندازه گیری در روش PLS است. ماتریس روایی واگرا در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۴- ماتریس سنجش روایی واگرا

سازه‌های پژوهش	افزایش بیش از حد اطلاعات	خودکارآمدی انزوا	خودکارآمدی خرید	سایبرکندریا	شدت تصور فرد	قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین	قصد خرید غیر معمول	قصد منزوی شدن فرد
افزایش بیش از حد اطلاعات	۰/۹۲۴							
خودکارآمدی انزوا	۰/۷۲۴	۰/۷۹۷						
خودکارآمدی خرید	۰/۸۲۳	۰/۶۶۶	۰/۹۰۹					
سایبرکندریا	۰/۸۵۱	۰/۷۴۱	۰/۸۴۰	۰/۹۲۸				
شدت تصور فرد	۰/۸۱۲	۰/۷۷۹	۰/۷۸۷	۰/۸۵۵	۰/۸۷۸			
قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین	۰/۸۵۸	۰/۷۳۳	۰/۸۷۰	۰/۸۶۲	۰/۸۳۲	۰/۸۸۳		
قصد خرید غیر معمول	۰/۶۷۳	۰/۸۷۸	۰/۶۲۶	۰/۶۵۹	۰/۷۵۷	۰/۶۷۷	۰/۸۶۷	
قصد منزوی شدن فرد	۰/۷۳۰	۰/۹۰۲	۰/۷۱۰	۰/۷۸۸	۰/۸۱۴	۰/۷۳۹	۰/۸۱۸	۰/۸۲۷

همان گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌کنید، جذر AVE که برای هر سازه گزارش شده است (قطر اصلی) از همبستگی آن با سایر سازه‌های مدل بیشتر است که این موضوع بیانگر روایی واگرایی قابل قبول برای مدل‌های اندازه‌گیری است. پس از اطمینان از مدل‌های اندازه‌گیری از طریق آزمون پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا، می‌توان نتایج حاصل از مدل بیرونی را ارائه کرد.

جدول ۵ - خلاصه نتایج مدل درونی پژوهش

رابطه	بارعاملی استاندارد	آماره t	نتیجه
قرارگرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین ← افزایش بیش از حد اطلاعات	۰/۸۵۸	۵۵/۰۷۱	پذیرش
قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین ← سایبرکندریا	۰/۴۹۹	۹/۵۱۴	پذیرش
قرارگرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین ← شدت تصور فرد	۰/۵۱۵	۷/۸۴۷	پذیرش
اضافه بار اطلاعاتی ← شدت تصور فرد	۰/۳۷۰	۵/۶۵۸	پذیرش
اضافه بار اطلاعاتی ← سایبرکندریا	۰/۴۲۳	۷/۸۷۶	پذیرش
شدت تصور فرد ← قصد منزوی شدن فرد	۰/۵۶۹	۳/۷۳۲	پذیرش
شدت تصور فرد ← قصد خرید غیر معمول	۰/۳۷۰	۴/۵۳۷	پذیرش
سایبرکندریا ← قصد منزوی شدن فرد	۰/۵۶۱	۳/۹۰۴	پذیرش
سایبرکندریا ← قصد خرید غیر معمول	۰/۳۱۱	۲/۵۷۴	پذیرش
خودکارآمدی انزوا ← قصد منزوی شدن فرد	۰/۶۵۱	۱۹/۵۹۱	پذیرش
خودکارآمدی خرید ← قصد خرید غیر معمول	۰/۳۵۴	۵/۸۰۴	پذیرش
قصد منزوی شدن فرد ← قصد خرید غیر معمول	۰/۶۴۵	۹/۸۳۱	پذیرش

فرضیه ۱: قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین بر افزایش بیش از حد اطلاعات تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین و افزایش بیش از حد اطلاعات ۰/۸۵۸ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۵۵/۰۷۱ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین بر افزایش بیش از حد اطلاعات تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۲: قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین بر سایر کندریا تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین و سایر کندریا ۰/۴۹۹ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۹/۵۱۴ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعاتی آنلاین بر سایر کندریا تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۳: قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعات آنلاین بر شدت تصور فرد تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعات آنلاین و شدت تصور فرد ۰/۵۱۵ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۷/۸۴۷ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ قرار گرفتن در معرض منابع اطلاعات آنلاین بر شدت تصور فرد تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۴: اضافه‌بار اطلاعاتی بر شدت تصور فرد تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر اضافه‌بار اطلاعاتی و شدت تصور فرد ۰/۳۷۰ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۵/۶۵۸ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ اضافه‌بار اطلاعاتی بر شدت تصور فرد تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۵: اضافه‌بار اطلاعاتی بر سایر کندریا تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر اضافه‌بار اطلاعاتی و سایر کندریا ۰/۴۲۳ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۷/۸۷۶ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ اضافه‌بار اطلاعاتی بر سایر کندریا تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۶: شدت تصور فرد بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر شدت تصور فرد و قصد منزوی شدن فرد ۰/۵۶۹ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۳/۷۳۲ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ شدت تصور فرد بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۷: شدت تصور فرد بر قصد خرید غیر معمول تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر شدت تصور فرد و قصد خرید غیرمعمول $0/370$ به‌دست‌آمده است. مقدار آماره t نیز $4/537$ به‌دست‌آمده است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان 95% شدت تصور فرد بر قصد خرید غیرمعمول تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۸: سایرکنندریا بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر سایرکنندریا و قصد منزوی شدن فرد $0/561$ به‌دست‌آمده است. مقدار آماره t نیز $3/904$ به‌دست‌آمده است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان 95% سایرکنندریا بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۹: سایرکنندریا بر قصد خرید غیرمعمول تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر سایرکنندریا و قصد خرید غیرمعمول $0/311$ به‌دست‌آمده است. مقدار آماره t نیز $2/574$ به‌دست‌آمده است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان 95% سایرکنندریا بر قصد خرید غیرمعمول تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۱۰: خودکارآمدی انزوا بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.

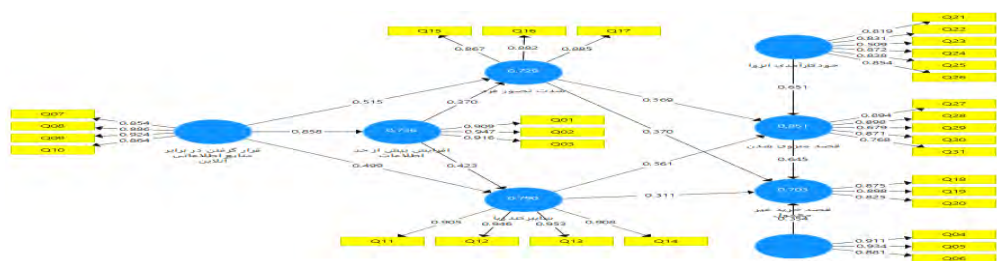
بارعاملی استاندارد میان دو متغیر خودکارآمدی انزوا بر قصد منزوی شدن فرد $0/651$ به‌دست‌آمده است. مقدار آماره t نیز $19/591$ به‌دست‌آمده است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان 95% خودکارآمدی انزوا بر قصد منزوی شدن فرد تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۱۱: خودکارآمدی خرید بر قصد خرید غیرمعمول تأثیر منفی دارد.

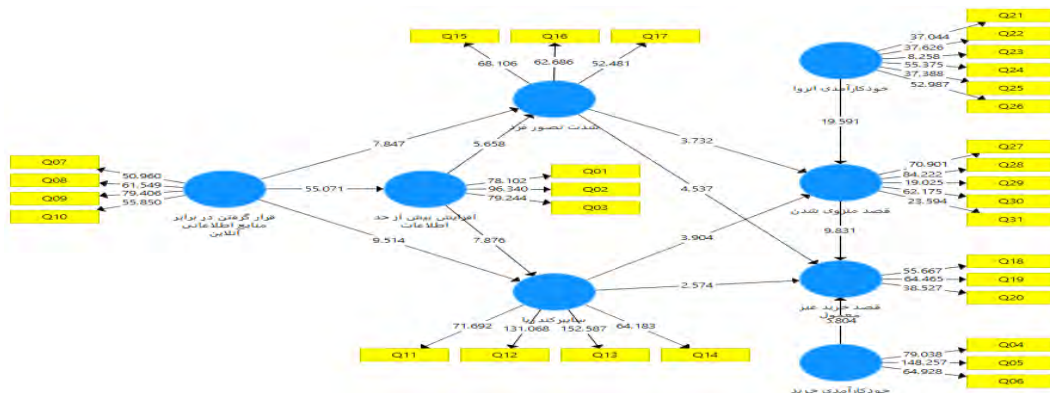
بارعاملی استاندارد میان دو متغیر خودکارآمدی خرید بر قصد خرید غیرمعمول $0/354$ به‌دست‌آمده است. مقدار آماره t نیز $5/804$ به‌دست‌آمده است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان 95% خودکارآمدی خرید بر قصد خرید غیرمعمول تأثیر منفی دارد.

فرضیه ۱۲: قصد منزوی شدن فرد بر قصد خرید غیرمعمول تأثیر مثبت دارد.

بارعاملی استاندارد میان دو متغیر قصد منزوی شدن فرد بر قصد خرید غیرمعمول $0/645$ به‌دست‌آمده است. مقدار آماره t نیز $9/831$ به‌دست‌آمده است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان 95% قصد منزوی شدن فرد بر قصد خرید غیرمعمول تأثیر مثبت دارد.



شکل ۲- تکنیک حداقل مربعات جزئی مدل کلی پژوهش



شکل ۳- آماره t-value مدل کلی پژوهش

ارزیابی برازش مدل

در نهایت برازش مدل مورد بررسی قرار گرفته است. بخش ساختاری مدل بر خلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به پرسش‌ها و متغیرهای آشکار مدل کاری ندارد و تنها به متغیرهای پنهان و روابط میان آنها توجه می‌کند. در این پژوهش برازش مدل ساختاری با استفاده از معیارهای ضریب تعیین (R^2)، افزونگی ۲۸ و در آماره GOF استفاده شده است. بنابراین مقدار نیکویی برازش در این مطالعه برابر است:

$$GOF = \sqrt{0.761 \times 0.588} = 0.668$$

شاخص GOF برابر ۰/۶۶۸ به دست آمده است بنابراین مدل از برازش مطلوبی برخوردار است.

جدول ۷- مقادیر شاخص‌های برازش مدل

GOF	ضریب تعیین	افزونگی	سازه‌های اصلی
۰/۶۶۸	۰/۷۳۶	۰/۶۲۴	افزایش بیش از حد اطلاعات
	۰/۷۹۰	۰/۶۷۴	سایبر کندریا
	۰/۷۲۹	۰/۵۵۵	شدت تصور فرد
	۰/۸۵۱	۰/۵۷۴	قصد منزوی شدن
	۰/۷۰۳	۰/۵۱۶	قصد خرید غیر معمول

معیار استود - گیزر ۲۹ یا شاخص Q^2 قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. هنسلر ۳۰ و همکاران درباره شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا، سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به ترتیب قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی تعیین نموده‌اند. در صورتی که مقدار Q^2 در مورد یک سازه درون‌زا صفر و یا کمتر از صفر شود، نشانگر آن است که روابط بین سازه‌های دیگر مدل و آن سازه درون‌زا به‌خوبی تبیین نشده است.

28 Redundancy

29 Stone-Geisser

30 Henseler et al, 2013

برای محاسبه مقدار Q^2 در نرم‌افزار PLS از تکنیک بلایند فولدینگ³¹ استفاده شده است. اعداد مثبت نشان دهنده کیفیت مناسب مدل هستند. در این مطالعه مقادیر بلایند فولدینگ برای تمامی سازه‌های پژوهش مثبت و بزرگ‌تر از ۰/۳۵ به دست آمده است.

نتایج

در این مطالعه، ما از مدل S-O-R برای ساختن مدلی برای درک دلایل تأثیرگذار بر قصد منزوی شدن فرد و قصد خریدهای غیرمعمول یک بیماری همه‌گیر جهانی استفاده کردیم. برای این منظور، ما داده‌ها را از ۳۷۵ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم در مورد (۱) منابع اطلاعات آنلاین که آنها برای به دست آوردن اطلاعات در مورد کووید - ۱۹ (محرک‌ها) استفاده کردند، جمع‌آوری کردیم. (۲) چگونه اطلاعات بر آنها (ارگانسیم) تأثیر می‌گذارد و (۳) چه نوع اقداماتی را انجام دادند و قصد انجام آن را داشتند (پاسخ‌ها). نتایج تجربی حاکی از آن است که تعداد منابع اطلاعاتی مردم در طی مارس ۲۰۲۰ در معرض تأثیر بر شدت درک شده آنها نبوده است. باین حال قرار گرفتن در معرض اضطراب سلامتی را با اندازه‌گیری سایبرکنندگی افزایش می‌دهد و در نتیجه این دو رفتار اندازه‌گیری شده، قصد خرید غیرمعمول و انزوای داوطلبانه را دارند. قصد منزوی شدن فرد پیش‌بینی کننده‌ای برای خریدهای غیرمعمول بود، که نشان می‌دهد دلیل عمده‌ای که مردم در طول کووید - ۱۹ خریدهای غیرمعمول انجام داده‌اند، آماده‌سازی برای انزوا و قرنطینه بوده است. از نظر گذشته پدیده خرید وحشت کوتاه بود و بازارهای مصرف به سرعت به خرید غیرمعمول و سپس به وضعیت موجود جدید مصرف‌کننده کووید - ۱۹ تثبیت شدند. باین حال نتایج نشان می‌دهد تا زمانی که مردم به انزوا از خود ادامه دهند، خریدهای غیرمعمول را نیز ادامه خواهند داد. از آنجا که خرید وحشت ناهنجاری است، فرصت‌های جمع‌آوری تجربی اطلاعات در مورد موضوع نادر است. براین اساس ما دانشمندان را تشویق می‌کنیم تا هر زمان که شرایطی پیش آمد، فرصت‌هایی را برای جمع‌آوری داده‌های تجربی در مورد خریدهای غیرمعمول فراهم کنند تا دانش ما را در مورد رفتار انسان در شرایط فاجعه‌بار بیشتر گسترش دهیم.

³¹ Blindfolding

مراجع

- احسانی، علی (۱۳۹۹). تأثیر رعایت پروتکل های بهداشتی ویروس کرونا در رضایت مشتری و قصد خرید در داروخانه های شهر اراک، مدیریت سلامت، جلد ۲۳، شماره ۲، صص ۱۰۲-۱۱۰.
- ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۹). پیامدهای اجتماعی شیوع ویروس کرونا در جامعه ایران، ارزیابی تاثیرات اجتماعی، دوره ۱، صص ۸۷-۱۰۳.
- عبداللهی، عاد، رحیمی، علی (۱۳۹۹). چالش ها و راهکارهای مقابله با کووید - ۱۹ از دیدگاه پزشکان و پرستاران در جنوب سیستان و بلوچستان (ایران شهر)، ارزیابی تاثیرات اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۴۳-۶۳.
- میرزایی، خلیل (۱۳۹۹) علت ها و پیامدهای همه گیری و عالم گیری ویروس کرونا - کووید ۱۹، ارزیابی تاثیرات اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۳ تا ۴۱.
- میرکازهی ریگی، زهره، دادپیشه، سعیده، شیخی، فیروزه، واحد بخش، بلوچ، کلکلی، سعید (۱۳۹۹) چالش ها و راهکارهای مقابله با کووید - ۱۹ از دیدگاه پزشکان و پرستاران در جنوب سیستان و بلوچستان (ایران شهر)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دوره ۲۲، شماره ۶، صص ۵۹۹-۶۰۶.
- Bandura, A., (2010). Self-efficacy. The Corsini Encyclopedia of Psychology, pp. 1-3
- Brug, J., Aro, A.R., Richardus, J.H., (2009). Risk Perceptions and Behaviour: towards Pandemic Control of Emerging Infectious Diseases
- Cheng, V.C., Lau, S.K., Woo, P.C., Yuen, K.Y., (2007). Severe acute respiratory syndrome coronavirus as an agent of emerging and reemerging infection. Clin. Microbiol. Rev. 20 (4), 660-694
- Farooq, A., Laato, S., Islam, A.N., (2020). Impact of online information on self-isolation intention during the COVID-19 pandemic: cross-sectional study. J. Med. Internet Res. 22 (5), e19128.
- Floyd, D.L., Prentice-Dunn, S., Rogers, R.W., (2000). A meta-analysis of research on protection motivation theory. J. Appl. Soc. Psychol. 30 (2), 407-429.
- Gamma, A.E., Slekiene, J., Mosler, H.J., (2020). The impact of various promotional activities on Ebola prevention behaviors and psychosocial factors predicting Ebola prevention behaviors in the Gambia evaluation of Ebola prevention promotions. Int. J. Environ. Res. Publ. Health 16 (11), 2020
- Gamma, A.E., Slekiene, J., von Medeazza, G., Asplund, F., Cardoso, P., Mosler, H.J., (2017). Contextual and psychosocial factors predicting Ebola prevention behaviours using the RANAS approach to behaviour change in Guinea-Bissau. BMC Publ. Health 17 (1), 446.
- Gao, L., Bai, X., (2014). Online consumer behaviour and its relationship to website atmospheric induced flow: insights into online travel agencies in China. J. Retailing Consum. Serv. 21 (4), 653-665.
- Kothe, E.J., Ling, M., North, M., Klas, A., Mullan, B.A., Novoradovskaya, L., (2019). Protection motivation theory and pro-environmental behaviour: a systematic mapping review. Aust. J. Psychol. 71 (4), 411-432

- Laato, S., Islam, A.N., Islam, M.N., Whelan, E., (2020). What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-19 pandemic? *Eur. J. Inf. Syst.* 1–18. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1770632>.
- Laato, S., Islam, A.N., Laine, T.H., (2020a). Did location-based games motivate players to socialize during COVID-19? *Telematics Inf.*, 101458
- Mehrabian, A., Russell, J.A., (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. the MIT Press
- Miri, S.M., Roozbeh, F., Omranirad, A., Alavian, S.M., (2020). Panic of buying toilet papers: a historical memory or a horrible truth? *Systematic review of gastrointestinal manifestations of COVID-19. Hepat. Mon.* 20 (3)
- Mosler, H.J., (2012). A systematic approach to behavior change interventions for the water and sanitation sector in developing countries: a conceptual model, a review, and a guideline. *Int. J. Environ. Health Res.* 22 (5), 431–449.
- Rogers, R.W., (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change. *J. Psychol.* 91 (1), 93–114.
- Rubin, G.J., Amlot, R., Page, L., Wessely, S., (2009). Public perceptions, anxiety, and behaviour change in relation to the swine flu outbreak: cross sectional telephone survey. *BMJ* 339, b2651
- Samuli Laato A.K.M. Najmul Islam Ali Farooq , Amandeep Dhir. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services* 57 (2020).
- Seale, H., McLaws, M.L., Heywood, A.E., Ward, K.F., Lowbridge, C.P., Van, D., et al., (2009). The community's attitude towards swine flu and pandemic influenza. *Med. J. Aust.* 191 (5), 267–269
- Sherman, E., Mathur, A., Smith, R.B., (1997). Store environment and consumer purchase behavior: mediating role of consumer emotions. *Psychol. Market.* 14 (4), 361–378
- Starcevic, V., Berle, D., (2013). Cyberchondria: towards a better understanding of excessive health-related Internet use. *Expert Rev. Neurother.* 13 (2), 205–213
- Stoecklin, S.B., Rolland, P., Silue, Y., Mailles, A., Campese, C., Simondon, A., et al., (2020). First cases of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in France: surveillance, investigations and control measures, January 2020. *Euro Surveill.* 25 (6)
- Sweller, J., (2011). Cognitive load theory. In: *Psychology of Learning and Motivation*, vol. 55. Academic Press, pp. 37–76
- Tarisai Fritz Rukuni, Eugene Tafadzwa Maziriri. (2020). Data on corona-virus readiness strategies influencing customer satisfaction and customer behavioural intentions in South African retail stores. *Data in Brief* (2020). 31.
- Timpka, T., Spreco, A., Gursky, E., Eriksson, O., Dahlstrom, E.O., Stromgren, M., Holm, E., (2014). Intentions to perform non-pharmaceutical protective behaviors during influenza outbreaks in Sweden: a cross-sectional study following a mass vaccination campaign. *PloS One* 9 (3).
- Weinstein, N.D., (1988). The precaution adoption process. *Health Psychol.* 7 (4), 355.

- Wen, Z., Huimin, G., Kavanaugh, R.R., (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Curr. Issues Tourism* 8 (1), 22–38.\
- Whelan, E., Islam, A.N., Brooks, S., 2020b. Is Boredom Proneness Related to Social Media Overload and Fatigue? A Stress–Strain–Outcome Approach (Internet Research).
- Wilder-Smith, A., Freedman, D.O., 2020. Isolation, quarantine, social distancing and community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak. *J. Trav. Med.* 27 (2).
- Wu, Cray & Wilkes, Rima & Fairbrother, Malcolm & Giordano, Giuseppe. (2020). Social capital, trust and state coronavirus testing. *Contexts*
- Wu, Cray et al. (2020). The dynamics of trust before, during and after the covid-19 outbreak. Canadian institutes of health research. Rapid response grant: <http://www.canada.ca/en/institutes-health-research>



Unusual shopping behavior in the early stages of Covid-19 epidemic with response, stimulus and organism approach

Leila Sadat Hosseini³²

Abstract

The aim of this study was unusual buying behavior in the early stages of Covid-19 epidemic with a stimulus-organism approach. This research was a descriptive survey in terms of applied purpose and method. The statistical population of the study included all students of Qom Islamic Azad University (15238 people) in 1399. According to Cochran's formula, the required number of samples was estimated at 375 people. For sampling, stratified sampling method has been used. The data collection tool was the Lato et al. (2020) questionnaire, which consisted of 31 questions. The results of the research using Smart PLS software show that exposure to online information sources has a positive effect on information overload, cybercandria and the intensity of the person's imagination. has it. The intensity of one's perception has a positive effect on one's intention to isolate oneself and one's intention to buy unusual. Cybercandria has a positive effect on one's intention to isolate oneself and one's intention to buy unusual. The effectiveness of isolation itself has a negative effect on the intention to isolate oneself and the intention to make unusual purchases.

Keywords: Unusual Shopping, Online Information Resources, Personality Imagination,

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

32 - Master of Business Management-Marketing, Islamic Azad University, Qom Branch.