

مجله آسیا-اقیانوسیه پژوهش‌های تبدیلی همگرا، جلد ۱۱،

شماره ۱۰، ۳۱ اکتبر (۲۰۲۵)، صفحات

۱۵۰-۱۲۷

<http://dx.doi.org/10.47116/apjcri.2025.10.09>

تأثیر انگیزه تماشای میکرو-درام بر تجربه جریان و قصد تماشای مداوم: شواهدی از کاربران چینی بر اساس مدل UTAUT2

شین‌بی ژو^۱، ماووی چن^{۲*}^۱دانشجوی دکتری، دانشکده تحصیلات تکمیلی همگرایی جهانی، دانشگاه ملی کانگون، جمهوری کره،zxy1367007783@163.com^۲استادیار، گروه همگرایی جهانی، دانشگاه ملی کانگون، جمهوری کره، muwi@kangwon.ac.kr

نویسنده مسئول: ماووی چن

چکیده: با پیشرفت سریع فناوری‌های دیجیتال و رسانه‌های هوشمند، الگوهای استفاده از رسانه به طور قابل توجهی دگرگون شده است. در میان قالب‌های نوظهور، میکرو-درام‌ها در اکوسیستم ویدیوهای کوتاه، شتاب قابل توجهی یافته‌اند. این آثار با ترکیب روایت موجز، جذابیت عاطفی و تعاملی بودن پلتفرم، ژانری ترکیبی را در تقاطع سرگرمی، تعامل اجتماعی و نوآوری تجاری نمایندگی می‌کنند. در چین، این فرمت به سرعت رشد کرده و تا پایان سال ۲۰۲۴ با پشتیبانی استراتژی‌های چند سکویی و اقدامات سیاستی از سوی نهادهایی مانند اداره ملی رادیو و تلویزیون، به ۶۶۲ میلیون کاربر رسیده است. این مطالعه بررسی می‌کند که چگونه انگیزه تماشا بر تجربه جریان (flow) و قصد تماشای مداوم در چارچوب توسعه یافته UTAUT2 تأثیر می‌گذارد. عوامل انگیزشی از طریق مصاحبه با ۱۰ کاربر بسیار فعال شناسایی و با داده‌های نظرسنجی از ۷۷۴ بیننده چینی اعتبارسنجی شدند. مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که انگیزه به طور معناداری هر دو جریان ($\beta = 0.628, p > 0.001$) و تداوم ($\beta = 0.460, p > 0.001$) را پیش‌بینی می‌کند. تجربه جریان نیز پایداری را بیشتر تقویت کرد ($\beta = 0.356, p > 0.001$) و به طور جزئی میانجیگری بین انگیزه و پایداری را انجام داد (میانجی غیرمستقیم $\beta = 0.296$). بازه اطمینان ۹۵٪ $[0.411, 0.197]$ ، $p > 0.001$ است. از نظر نظری، این پژوهش با ادغام انگیزه‌های پذیرش فناوری و حالات تجربه‌ای، مدل UTAUT2 را به حوزه سرگرمی روایی گسترش می‌دهد و مکانیزم انگیزه - جریان - تداوم را رسمی‌سازی می‌کند. از نظر عملی، این پژوهش نشان می‌دهد که پلتفرم‌ها می‌توانند از طریق طراحی مبتنی بر جریان، داستان‌سرایی همسو، استراتژی‌های انتشار تقویت‌شده اجتماعی و توصیه‌های شخصی‌سازی‌شده، حفظ کاربران را تقویت کنند و بدین ترتیب از توسعه پایدار صنعت میکرو-درام حمایت نمایند.

کلیدواژه‌ها: تجربه جریان، میکرو-درام، مدل UTAUT2، رفتار استفاده، انگیزه تماشا

۱. مقدمه

در سال‌های اخیر، توسعه سریع رسانه‌های هوشمند الگوهای استفاده مخاطبان از رسانه را عمیقاً دگرگون کرده است. در مقایسه با رسانه‌های آفلاین سنتی، پلتفرم‌های آنلاین به کاربران اجازه می‌دهند تا محدودیت‌های زمانی و مکانی را پشت سر بگذارند. آنها به کاربران امکان می‌دهند تا در هر زمان و از هر مکان [۱] به محتوای مورد نظر خود دسترسی پیدا کنند. رسانه‌های دیجیتال فراتر از آنکه صرفاً به عنوان کانال‌هایی برای کسب اطلاعات عمل کنند، به طور فزاینده‌ای به فضاهایی برای سرگرمی، ابراز احساسات و ارتباط اجتماعی تبدیل شده‌اند. در این محیط، ویدیوهای کوتاه محبوبیت فراوانی یافته‌اند. این ویدیوها نیازهای فوری مخاطبان برای تفریح و تعامل را برآورده می‌کنند و در عین حال به بخشی جدایی‌ناپذیر از اقتصاد دیجیتال جهانی [۲] تبدیل شده‌اند.

دریافت: ۱۴ ژوئیه ۲۰۲۵؛ نتیجه بازبینی اول: ۱۰ اوت ۲۰۲۵؛ نتیجه بازبینی دوم: ۱۲ سپتامبر ۲۰۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۰ اکتبر ۲۰۲۵

در میان این قالب‌های متنوع، میکرو-درام‌ها به عنوان ژانری به ویژه پویا ظهور کرده‌اند. برخلاف ویدیوهای کوتاه و پراکنده مانند کلیپ‌های تیک‌تاک یا استریم‌های ASMR، میکرو-درام‌ها راحتی محتوای کوتاه را با پیوستگی روایی درام‌های سریالی ترکیب می‌کنند. آنها معمولاً از ساختارهای اپیزودیک استفاده می‌کنند و بر پیشرفت داستان و شخصیت‌پردازی تأکید دارند. این امر تجربه‌های فراگیری را ایجاد می‌کند که به طور قابل توجهی با سایر ژانرهای کوتا مدت متفاوت است. طبق آمار اخیر، مخاطبان میکرو-درام در چین تا پایان سال ۲۰۲۴ به ۶۶۲ میلیون نفر رسید که تقریباً ۶۰ درصد از جمعیت اینترنتی این کشور را تشکیل می‌دهد [۳]. این گسترش سریع نه تنها توسط تقاضای مخاطبان، بلکه توسط حمایت‌های نهادی و نوآوری‌های صنعتی نیز تسهیل شده است. اداره ملی رادیو و تلویزیون (NRTA) از طریق ابتکاراتی مانند پروژه «سفر در دل میکرو-درام‌ها» که تولید محتوای باکیفیت را تشویق می‌کند، این بخش را راهنمایی کرده است. در عین حال، رقابت چندسکویی اکوسیستم صنعتی را دگرگون کرده است. دومین به سرمایه‌گذاری در تولید میکرو-درام‌های اصلی ادامه می‌دهد. تائوبائو منطقه «تئاتر کوچک» را برای گسترش تعامل کاربران در زمینه‌های جدید معرفی کرده است. پیندودو در ادغام تماشای تجارت آزمایش کرده است. JD.com میلیارد‌ها یوان را برای جذب سازندگان ممتاز اختصاص داده است. در مجموع، این تحولات نشان می‌دهد که چگونه میکرو-درام‌ها از محصولات سرگرمی صرف به ابزارهای فرهنگی جامعی تکامل یافته‌اند که روایت، واسطه‌گری فناورانه و تعامل کاربر را در خود ادغام می‌کنند. فراتر از بازار چین، کشورهایی مانند کره جنوبی و ایالات متحده نیز این قالب را پذیرفته‌اند: ناور تی‌وی و داوم تی‌وی در کره، درام‌های کوتاهی را راه‌اندازی کرده‌اند که بر روایت سریع و زیبایی‌شناسی بصری قوی تأکید دارند، در حالی که در ایالات متحده، کویی (Quibi) مدل‌های توزیع مبتنی بر فصل را آزمایش کرد و روایت‌هایی مانند «دامی» و «غریبه‌ها» را در قسمت‌های فشرده ارائه داد [۴].

با وجود این دستاوردهای صنعتی، پژوهش‌های علمی در مورد میکرو-درام‌ها همچنان نسبتاً اندک است. بیشتر مطالعات موجود، آن‌ها را در دسته کلی‌تر ویدئوهای کوتاه قرار می‌دهند. این مطالعات اغلب بر تحلیل روایی یا غوطه‌وری کاربر تمرکز دارند، بدون آنکه به طور کامل سازوکارهای متمایزی را که تعامل در این قالب را حفظ می‌کنند، بررسی کنند [5]. با این حال، میکرو-درام‌ها از طریق ریتم قسمت‌بندی، پیوستگی سریالی و ارائه در بسترهای خاص، فرایندهای روان‌شناختی متفاوتی را نسبت به پخش زنده، فیلم‌ها یا درام‌های تلویزیونی سنتی ترویج می‌کنند. درک اینکه چرا مخاطبان انتخاب می‌کنند میکرو-درام‌ها را تماشا کنند، چگونه انگیزه‌هایشان تجربیات فراگیر مانند حالت جریان (flow) را شکل می‌دهد، و اینکه چگونه این تجربیات به نوبه خود بر قصد آنها برای ادامه تماشای تأثیر می‌گذارد، به پرسشی مهم هم برای نظریه و هم برای عمل تبدیل شده است.

برای بررسی این پویایی‌ها، این مطالعه از نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری ۲ (UTAUT2) به عنوان چارچوب مفهومی خود استفاده می‌کند. UTAUT2 که در ابتدا برای توضیح رفتار پذیرش و استفاده از فناوری توسعه یافت، به دلیل اینکه تماشای [میکرو-درام‌ها] به طور کامل در پلتفرم‌های دیجیتال انجام می‌شود و در این پلتفرم‌ها ویژگی‌های فناورانه تعامل کاربر را به طور مستقیم شکل می‌دهند، برای بررسی میکرو-درام‌ها به ویژه مناسب است. در مقایسه با رویکرد «کاربردها و ارضانات» (U&G) که بر نیازهای روان‌شناختی ارضاشده از طریق محتوا تأکید دارد، UTAUT2 چارچوبی جامع‌تر ارائه می‌دهد. این چارچوب تعامل بین امکانات فناورانه، عوامل انگیزشی و حالات تجربی را در شکل‌دهی به رفتار کاربر در بر می‌گیرد. این دیدگاه به‌ویژه برای «میکرو-درام‌ها» مرتبط است، جایی که همگرایی روایت‌های سریالی و تجربیات واسطه‌شده توسط پلتفرم، مستلزم بررسی یکپارچه هم عوامل مرتبط با محتوا و هم عوامل مرتبط با فناوری است. با گسترش UTAUT2 به یک محیط سرگرمی روایی، این مطالعه راهی را برای روشن ساختن این موضوع ارائه می‌دهد که چگونه عوامل انگیزشی به حالت‌های جریان فراگیر و متعاقباً به مشارکت مستمر تبدیل می‌شوند.

از نظر روش‌شناختی، این پژوهش در دو مرحله انجام می‌شود. نخست، مصاحبه‌های عمیقی با کاربران با مشارکت بالا، از جمله اعضای پلتفرم و علاقه‌مندان متعهد، برای استخراج عناصر اصلی انگیزه برای تماشای میکرو-درام انجام می‌شود. این یافته‌های کیفی سپس به طراحی یک ابزار نظرسنجی مبتنی بر چارچوب UTAUT2 کمک می‌کنند. این نظرسنجی به نمونه‌ای گسترده‌تر از مخاطبان ارائه می‌شود. این مطالعه از طریق این رویکرد ترکیبی، در پی روشن‌سازی مکانیزم‌های انگیزه، جریان و قصد است. انتظار می‌رود نتایج با قرار دادن UTAUT2 در یک زمینه روایتی، درک‌های نظری از مشارکت در رسانه‌های دیجیتال را غنی‌تر سازند. آنها

همچنین بینش‌های عملی برای سازندگان و پلتفرم‌ها جهت بهبود تجربیات فراگیر و تقویت ماندگاری مخاطب ارائه می‌دهند. با ادامه گسترش میکرو-درام‌ها در اکوسیستم‌های دیجیتال، چنین پژوهش‌هایی دانش به‌موقع در مورد چگونگی شکل‌دهی و شکل‌گیری اشکال نوظهور سرگرمی توسط شیوه‌های در حال تحول مخاطبان در محیط‌های رسانه‌ای معاصر فراهم می‌کنند.

2. مرور ادبیات

2.1 میکرو-درام‌ها

میکرو-درام‌ها، به‌عنوان شکلی مشتق از ویدیوهای کوتاه، از نظر انسجام روایی و تداوم داستان‌سرایی اساساً با سایر انواع محتوای کوتاه تفاوت دارند. ویدیوهای کوتاه متعارف، مانند اسکیچ‌های کمدی، وبلاگ‌های سبک زندگی، کلیپ‌های آموزشی یا اجراهای موسیقی، معمولاً بر فوری بودن و سرگرمی تأکید دارند اما اغلب فاقد داستان‌های پایدار یا ارتباطات متوالی در میان قسمت‌ها هستند [6]. در مقابل، میکرو-درام‌ها حول چارچوب‌های روایی کامل شکل گرفته‌اند و دارای خطوط داستانی واضح، شخصیت‌های تکرارشونده و پیشرفتی از قسمتی به قسمت دیگر مشابه روایت سریالی هستند. این تداوم، غرق‌شدن مخاطب را افزایش می‌دهد و از طریق تعامل انباشته‌شده با داستان، وفاداری بلندمدت را پرورش می‌دهد [7]. بر اساس این ویژگی‌ها، اداره ملی رادیو و تلویزیون (NRTA) میکرو-درام‌ها را به عنوان «آثاری با قسمت‌هایی در بازه زمانی ده‌ها ثانیه تا ۱۵ دقیقه، که دارای موضوعات نسبتاً واضح، خطوط داستانی اصلی و روایت‌های منسجم هستند» تعریف می‌کند [8]. میکرو-درام‌ها با هزینه‌های تولید پایین، قالب‌های سبک و استراتژی‌های توزیع هدفمند و دقیق، به عنوان یک شکل هنری دیجیتال متمایز ظهور کرده‌اند که بیان هنری نوآورانه را با مدل‌های ارتباطی مبتنی بر تداوم ترکیب می‌کند.

2.2 انگیزه تماشا

در مطالعات رسانه‌ای، هنگامی که مخاطبان محتوای ویدیویی را مصرف می‌کنند، این کار را با انگیزه‌های خاصی انجام می‌دهند. در اینجا، «انگیزه» به معنای «رابطه درونی که افراد را برای دنبال کردن رفتارها یا اهداف خاص آماده می‌کند» یا «سازوکار روان‌شناختی که چنین رفتارهایی را آغاز و حفظ می‌کند» است [9]. این مطالعه، انگیزه تماشا را به عنوان نیروی محرک مستقیم پشت انتخاب کاربران برای درگیر شدن با میکرو-درام‌ها تعریف می‌کند. تحقیقات موجود نشان می‌دهد که انگیزه‌های متنوع تماشا، زمینه‌ساز اشکال مختلف مصرف محتوای دیجیتال هستند. Y. Lee و H. E. Lee (2020) مخاطبان ویدیوهای ASMR را مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که چنین محتوایی عمدتاً نیازهای بینندگان را برای ثبات فیزیولوژیکی و عاطفی، و همچنین تعامل اجتماعی برآورده می‌کند [10]. در خدمات پوی J.G، OTT، Son (2023) به تنوع محتوا، عوامل قیمت‌گذاری و ارزش سرگرمی به عنوان عوامل محرک کلیدی اشاره کرد [11]. ژانگ (2020) نشان می‌دهد که قدرانی زیبایی‌شناختی و کنجکاوی محرک‌های کلیدی برای مخاطبان ولاگ هستند و بدین ترتیب بر این موضوع تأکید می‌کند که جذابیت بصری و کنجکاوی تماشاگرانه به طور متمایزی بر رفتار تماشای آن‌ها تأثیر می‌گذارد [12]. با در نظر گرفتن مجموع این مطالعات، چنین برمی‌آید که در حالی که انگیزه‌های مشترکی در اشکال مختلف محتوای دیجیتال وجود دارد، هر رسانه همچنین محرک‌های انگیزشی منحصر به فردی را پرورش می‌دهد که منعکس‌کننده زمینه مصرف و انتظارات خاص مخاطبان آن است.

2.3 تجربه جریان

تجربه جریان (FE)، که به آن تجربه فراگیر نیز گفته می‌شود، در ابتدا به عنوان یک حالت عاطفی مثبت تعریف شد که در آن افراد آنقدر در فعالیت‌های لذت‌بخش غرق می‌شوند که محرک‌های خارجی را نادیده گرفته و لذت را تجربه می‌کنند [13]. هوانگ، دبلو (2011) تجربه جریان را به عنوان یک حالت روانی تعریف کرد که با توجه متمرکز، کنترل درک‌شده و لذت در طول تعاملات تعاملی مصرف‌کننده مشخص می‌شود [14]. این مطالعه با تکیه بر پژوهش‌های پیشین،

تجربه جریان را به عنوان یک وضعیت ذهنی تعریف می‌کند که شامل احساس تمرکز، کنترل و لذت است که کاربران در حین تماشای میکرو-درام تجربه می‌کنند.

تحقیقات فعلی در مورد تجربه جریان عمدتاً در بخش‌های بازاریابی، بازی و گردشگری گسترده است. در بازاریابی، محققان بر تحقیق در مورد پیش‌نیازها و پیامدهای تجربه جریان در تجارت پخش زنده تمرکز کرده‌اند. در مورد عوامل تأثیرگذار، مطالعات نشان می‌دهند که کاریزمای مجری، اعتماد به مجری، حضور اجتماعی، تعاملی بودن، حضور از راه دور و سرگرمی همگی بر تجربه جریان مصرف‌کنندگان تأثیر مثبت دارند [15].

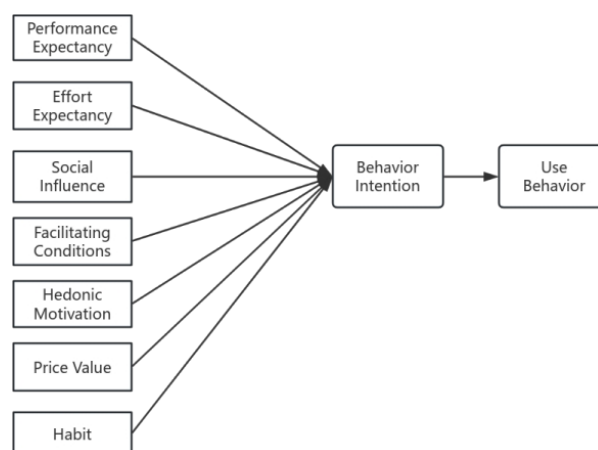
2.4 نیت تماشای مداوم

نیت تماشای مداوم به تمایل مخاطبان ویدیو برای ادامه تماشای محتوا در آینده اشاره دارد [16]. این سازه به عنوان یک متغیر حیاتی برای تأیید تأثیر مصرف ویدیوهای کوتاه مدت عمل می‌کند که شامل پیامدهای تجربی پس از خدمت، مانند ستایش ارائه‌دهندگان، توصیه‌های به سایر مصرف‌کنندگان، افزایش قصد خرید مجدد و تمایل به پرداخت قیمت‌های بالاتر است [17]. با تلفیق این دیدگاه‌ها، این مطالعه قصد تماشای مداوم را به عنوان میزان تمایل به ادامه تماشای همان ژانر از میکرو-درام‌ها تعریف می‌کند.

عوامل متعددی به طور قابل توجهی بر قصد ادامه تماشا تأثیر می‌گذارند. از نظر ویژگی‌های فردی، نوآوری‌جویی کاربران و انگیزه‌های سرگرمی‌جویانه آنها به طور مستقیم بر رفتارهای تماشای مستمرشان تأثیر می‌گذارد [18]. ویژگی‌های محتوایی محتوای مشاهده‌شده تأثیر منحصر به فرد و مستقیمی بر قصد تماشای مستمر دارد [19]. این یافته‌ها در مجموع، سازوکارهای روان‌شناختی پیچیده و عوامل بیرونی را که بر رفتارهای تماشای مستمر تأثیر می‌گذارند، آشکار می‌سازند.

2.5 نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری

مدل پذیرش فناوری (TAM) چارچوبی بنیادین برای توضیح تأثیر متغیرهای بیرونی بر نیت‌های رفتاری ارائه می‌دهد. با توسعه سریع فناوری اطلاعات، تحقیقات پذیرش منجر به پیشنهاد متغیرهای فزاینده‌ای در زمینه‌های مختلف شده است. در سال ۲۰۰۳، محققانی از جمله ونکاتش وی، نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) [20] را پیشنهاد کردند. مدل UTAUT قدرت تبیینی ۷۰٪ را برای رفتارهای پذیرش و استفاده از فناوری نشان می‌دهد و امکان کاربرد مؤثر آن را در مطالعات مربوط به پذیرش و استفاده از فناوری فراهم می‌آورد. مدل UTAUT چهار متغیر اصلی را شناسایی می‌کند: انتظار عملکرد (PE)، انتظار تلاش (EE)، نفوذ اجتماعی (SI) و شرایط تسهیل‌کننده (FC) که به طور گسترده برای بررسی نیت‌های رفتاری و الگوهای استفاده در زمینه فناوری‌های نوظهور به کار گرفته شده‌اند.



[شکل ۱] مدل UTAUT2

ظهور فناوری‌های مصرفی، توسعه مدل UTAUT در زمینه‌های مصرفی را ضروری ساخت که منجر به ایجاد مدل [21] UTAUT2 شد. همان‌طور که در [شکل 1] نشان داده شده است، این چارچوب توسعه‌یافته سه متغیر اضافی را معرفی می‌کند: انگیزه هردونیک (HM)، ارزش قیمت (PV) و عادت (HB). در مقایسه با مدل UTAUT، مدل UTAUT2 قدرت تبیینی برتری را برای پذیرش و استفاده مصرف‌کننده از فناوری‌های جدید در محیط‌های گوناگون ارائه می‌دهد. این نظریه ۷۴٪ قدرت تبیین برای واریانس در قصد رفتاری مصرف‌کننده و ۵۲٪ قدرت تبیین برای واریانس در استفاده از فناوری مصرف‌کننده را به دست می‌آورد که قابلیت پیش‌بینی را در پژوهش‌های رفتار مصرف‌کننده به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد. با توجه به اینکه تماشای ویدیوهای کوتاه توسط کاربران کمتر تحت تأثیر پویایی‌های گروهی و کنترل‌های محیطی خارجی قرار دارد و اینکه تفاوت‌های در قصد استفاده از آن ناشی از تفاوت‌های شناختی و عاطفی فردی است، این مطالعه مدل نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری ۲ (UTAUT2) را به عنوان چارچوب نظری خود اتخاذ می‌کند.

3. طرح پژوهش

3.1 طراحی مدل

در مرحله کیفی، از یک استراتژی نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد تا اطمینان حاصل شود که پاسخ‌دهندگان درگیر کافی با «میکرو-درام‌ها» برای ارائه بینش‌های معنادار دارند. به طور خاص، ما کاربران با چسبندگی بالا را هدف قرار دادیم که به عنوان مشترکین پولی و علاقه‌مندان پرشور تعریف می‌شوند و تجربه تماشای مداوم بیش از یک سال را حفظ کرده بودند. شرکت‌کنندگان از طریق رویکرد توپ برفی (snowball) جذب شدند: اطلاع‌دهندگان اولیه از طریق بخش‌های نظرات آنلاین و گروه‌های اجتماعی مرتبط با میکرو-درام‌ها دعوت شدند و سپس شرکت‌کنندگان مناسب بیشتری را از شبکه‌های خود توصیه کردند. این فرآیند جذب تضمین کرد که مصاحبه‌شوندگان نه تنها در مصرف میکرو-درام‌ها مشارکت بالایی دارند، بلکه قادر به تأمل در مورد انگیزه‌های تماشا، تأثیرات اجتماعی، عادات و تمایل به ادامه استفاده از این ژانر نیز هستند. در مجموع با ۱۰ شرکت‌کننده مصاحبه شد تا به اشباع موضوعی رسیدگی، به این معنی که در مصاحبه‌های بعدی هیچ موضوع جدیدی پدیدار نشد، همان‌طور که در [جدول ۱] نشان داده شده است. بر اساس پاسخ‌های آنها، متغیرهای مستقل در مدل UTAUT2 برای به تصویر کشیدن بهتر ویژگی‌های خاص تماشای میکرو-دراما در یک چارچوب بسترتین تنظیم شدند.

[جدول ۱] اطلاعات مصاحبه‌شونده

خبر.	جنسیت	سن	حرفه	ویژگی‌های کاربر
۱	زن	۲۷	استریم	کاربر چند سکویی؛ هزینه ماهانه بیش از ۱۰۰ ¥ برای پاداش‌های خالق
۲	مرد	۲۶	دانشجو	ازمایش فرمت‌های میکرو-درام برای پروژه‌های دانشگاهی
۳	مرد	۵۳	کارمند دولت	۱۵ سری میکرو-درام به پایان رسیده
۴	مرد	۱۳	دانش‌آموز دوره راهنمایی	شروع دنبال کردن سراسری میکرو-درام‌های فانتزی در کلاس در آخر هفته‌ها
۵	مؤنث	۲۵	بیکار	ایجاد یک جامعه تماشاگر با بیش از ۲۰۰ عضو
۶	زن	۱۹	دانشجو	تجربه تماشای یک‌ساله؛ اغلب ۵۰ تا ۱۰۰ ین برای باز کردن کل سریال هزینه می‌کند
۷	زن	۳۰	مادر تاز مکار	عضو پرمیوم سالانه تینسنت ویدیو و بیلی‌بیلی؛ دو سال سابقه تماشا
۸	زن	۴۳	معلم	۴۶۲ روز متوالی چک‌این در پلتفرم
۹	مرد	۶۵	بازنشسته	کاربر پرتکرار با موه‌های نقره‌ای؛ زمان تماشای روزانه بیش از ۳ ساعت؛ عضویت توسط فرزندان تأمین مالی شده
۱۰	مرد	۳۸	کارگر تحویل کالا	تماشاگر همیشگی در زمان استراحت در ایستگاه‌های توزیع

۱۰ مصاحبه‌شونده، که نماینده کاربران پر مصرف میکرو-درام از بخش‌های مختلف اجتماعی بودند، عمدتاً از طریق پلتفرم‌هایی مانند دویبن و هونگگو به ویدیوهای کوتاه نقد فیلم دسترسی داشتند و کانال‌های اضافی شامل تینسنت ویدیو، کی‌کی‌تی‌وی و هما شورت دراما بود. پاسخ‌دهندگان به‌طور یک‌صدا اشاره کردند که تماشای میکرو-درام آن‌ها عمدتاً به پلتفرم

توصیه‌های پلتفرم، و در ابتدا محتوا را از طریق Douyin کشف می‌کردند و سپس به پلتفرم‌های دیگر روی می‌آوردند. زمینه‌های خاصی که مصرف میکرو-درام را برمی‌انگیخت شامل اوقات فراغت، زمان رفت‌وآمد و لحظاتی برای آرامش‌طلبی بود، و میکرو-درام‌ها به عنوان گزینه سرگرمی ترجیحی عمل می‌کردند. شایان ذکر است که پنج نفر از مصاحبه‌شوندگان فعالانه میکرو-درام‌ها را به دوستان خود توصیه یا به اشتراک می‌گذاشتند که این امر نشان‌دهنده تأیید محتوا و قصد به اشتراک‌گذاری آن است. در حالی که کاربران عموماً به توصیه‌های الگوریتمی بیش از جستجوهای فعال متکی بودند، برخی به صورت انتخابی ژانرهای مورد علاقه خود را تماشا می‌کردند. هیچ‌یک از شرکت‌کنندگان گزارش نکردند که در حین تماشا احساسات منفی را تجربه کرده باشند. ارزیابی‌ها به نقدهایی بر طرح‌های تکراری و داستان‌های کم‌عمق پرداختند. با این حال، همه شرکت‌کنندگان قصد خود را برای ادامه تماشای میکرو-درام‌ها ابراز کردند و از گذراندن مؤثر وقت، ارزش سرگرمی و کاهش استرس به عنوان عوامل محرک اصلی یاد کردند. در مجموع، این مصاحبه‌ها گرایش‌های قوی آینده به سمت میکرو-درام‌ها را در میان کاربران فعلی نشان می‌دهد. بر اساس تحلیل نظام‌مند داده‌های مصاحبه، این مطالعه متغیرهای مستقل مدل UTAUT2 را برای به تصویر کشیدن بهتر ویژگی‌های تماشای میکرو-درام‌ها تعدیل کرد (نتایج مصاحبه‌ها در [جدول ۲] خلاصه شده است). یافته‌ها نشان داد که انتظارات عملکردی، تأثیر اجتماعی، انگیزه لذت‌بخش و عادت، اغلب توسط شرکت‌کنندگان ذکر شده و تأثیر روشنی بر رفتار تماشای آنها داشتند؛ بنابراین، این سازها حفظ شدند. در مقابل، انتظار تلاش و شرایط تسهیل‌کننده به ندرت به آنها اشاره شده است، در حالی که ارزش قیمت در زمینه پلتفرم‌های دسترسی رایگان کاربرد نداشت. مطالعات مرتبط با ویدیوهای کوتاه و نقد فیلم نیز نشان داده‌اند که این سازها در زمینه‌های سرگرمی‌محور قدرت تبیین محدودی دارند؛ بنابراین، در این مطالعه اولویت‌بندی نشدند [22]. در عین حال، دو سازهی دیگر، یعنی انگیزه‌ی زیبایی‌شناختی و انتظار جانشینی، بارها در مصاحبه‌ها مطرح شدند. شرکت‌کنندگان بر جذابیت زیبایی‌شناختی و تجربه‌ی احساسی میکرو-درام‌ها تأکید کردند که با یافته‌های پژوهش‌های پیشین درباره‌ی ویدیوهای کوتاه دیگر، مانند ولاگ‌ها [12]، همخوانی دارد. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف ارائه بازتابی جامع‌تر از انگیزه‌های تماشای میکرو-درام، انگیزه زیبایی‌شناختی و انتظار جایگزینی را در مدل توسعه‌یافته گنجاند.

[جدول ۲] اطلاعات مصاحبه‌شونده

عامل تأثیرگذار	واژه‌های کلیدی	محتوا (نقل‌قول‌های پاسخ‌دهندگان)
انتظار عملکرد	دسترسی اجتماعی گسترش‌یافته	پاسخ‌دهنده ۱: «میکرو-درام‌ها به کسترش موضوعات برای تعاملات اجتماعی کمک می‌کنند.» پاسخ‌دهنده ۶: «تماشای میکرو-درام‌ها به من امکان داد تا با سایر بینندگان آنلاین ارتباط برقرار کنم.»
	بهبود بهره‌وری کاری	پاسخ‌دهنده ۱۰: «میکرو-درام‌ها، داستان‌های فشرده و محتوای غنی از اطلاعات فرصت‌های یادگیری را فراهم می‌کنند.» پاسخ‌دهنده ۸: «تماشای چند قسمت در زمان استراحت ناهار مرا آرام می‌کند و بهره‌وری بعدازظهر را افزایش می‌دهد.»
تأثیر اجتماعی	تأثیر همسالان	پاسخ‌دهنده ۲: «من میکرو-درام‌ها را در گروه‌های وی‌چت برای بحث به اشتراک می‌گذارم.» پاسخ‌دهنده ۳: «بهر راحتی تحت تأثیر لحن احساسی میکرو-درام‌ها قرار می‌گیرم.»
	تأثیر پلتفرم	پاسخ‌دهنده ۶: «پلتفرم‌ها بر اساس ترجیحاتم میکرو-درام‌ها را پیشنهاد می‌کنند و مرا جذب می‌کنند.» پاسخ‌دهنده ۷: «ویژگی‌های پخش خودکار مرا در چرخه‌های تماشای پشت سر هم گرفتار می‌کنند.»
انگیزه لذت‌بخش	تخلیه استرس لذت تحریک‌کننده	پاسخ‌دهنده ۴: «نظرات دائمی درباره میکرو-درام‌ها خنده‌دار هستند.» پاسخ‌دهنده ۵: «میکرو-درام‌های عاشقانه حال مرا بهتر می‌کنند.» پاسخ‌دهنده ۲: «دیدن اینکه ضدقهرمان‌ها مجازات می‌شوند، رضایت‌بخش است.»
	لختی رفتاری	پاسخ‌دهنده ۳: «پیرنگ‌های پرشتاب رضایت فوری را به ارمغان می‌آورند.» پاسخ‌دهنده ۳: «من عادت دارم هنگام مرور ویدیوها روی میکرو-درام‌ها کلیک کنم.» پاسخ‌دهنده ۱: «بروزرسانی‌های روزانه باعث می‌شوند که به‌طور خودکار آپ را باز کنم.»
عادت	محرک‌های زمینه‌ای	پاسخ‌دهنده ۹: «من هنگام غذا خوردن میکرو-درام‌ها را تماشا می‌کنم.» پاسخ‌دهنده ۱۰: «در حین انتظار برای تحویل غذا، فوراً پلتفرم‌های ویدیوی کوتاه را باز می‌کنم.»
	جایگزین برای محتوای بلند	پاسخ‌دهنده ۱: «پیرنگ‌های سریع میکرو-درام‌ها نسبت به درام‌های بلند با روند کند ترجیح داده می‌شوند.» پاسخ‌دهنده ۷: «قالب صفحه‌نمایش عمودی و قسمت‌های ۵ دقیقه‌ای برای تماشای پراکنده مناسب است.»
انتظار جایگزینی	پروژکشن عاطفی	پاسخ‌دهنده ۷: «تماشای نقش‌های اصلی عاشقانه باعث می‌شود من یک «تجربه عشق» غیرمستقیم داشته باشم.» پاسخ‌دهنده ۲: «من خیال‌پردازی می‌کنم که سناریوهای میکرو-درام برای من اتفاق بیفتند.»

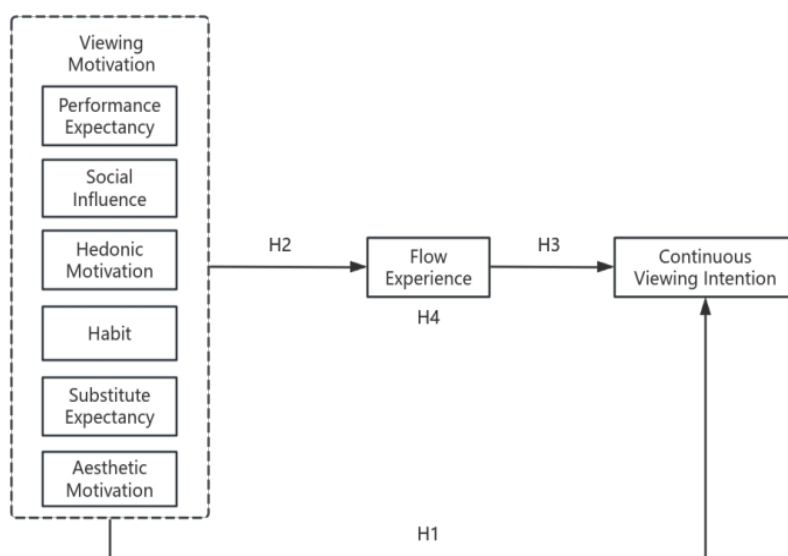
پاسخ‌دهنده ۸: «فیلمنامه‌های خوش‌ساخت مخاطبان را حفظ می‌کنند.»	کیفیت محتوا	انگیزه زیبایی‌شناختی
پاسخ‌دهنده ۵: «اکنون من به میکرو-درام‌های باکیفیت اولویت می‌دهم.»		
پاسخ‌دهنده ۹: «ظاهر بازیگران، دیالوگ‌ها و مهارت‌های بازیگری مرا به ادامه دادن ترغیب می‌کند تماشای کردن.»		
پاسخ‌دهنده ۸: «فیلم‌پردازی در میکرو-درام‌های ممتاز خیر مکنده است.»		

تعاریف این متغیرها در [جدول ۳] ارائه شده است.

[جدول ۳] تعریف متغیر

خبر.	نام متغیر	تعریف
۱	انتظار از عملکرد	میزان درک کاربران از مزایایی که از تماشای میکرو-درام به دست می‌آورند.
۲	تأثیر اجتماعی	میزان تأثیرگذاری همسالان، رهبران فکری یا عوامل محیطی بر تماشای میکرو-درام توسط کاربران.
۳	انگیزه هردونی	لذتی که کاربران هنگام تماشای میکرو-درام‌ها تجربه می‌کنند.
۴	عادت	الگوهای رفتاری خودجوش و ناخودآگاه کاربران در مصرف میکرو-درام.
۵	انتظار جانشینی	جایگزینی میکرو-درام‌ها توسط کاربران به جای سایر قالب‌های تماشای و بازتاب عاطفی آن‌ها در محتوا.
۶	انگیزه زیبایی‌شناختی	تقاضای کاربران برای کیفیت زیبایی‌شناختی در محتوا، فرم و بازیگران میکرو-درام.
۷	انگیزه تماشای	نیروی محرک مستقیم پشت انتخاب کاربران برای تماشای میکرو-درام‌ها.
۸	تجربه جریان	یک وضعیت ذهنی شامل تمرکز توجه، احساس کنترل و لذت در حین تماشای میکرو-درام.
۹	نیت تماشای مداوم	میزان تمایل مخاطبان برای ادامه تماشای ژانر یکسان میکرو-درام‌ها.

بر اساس تحلیل‌های پیشین، مدل پژوهش این مطالعه همان‌گونه که در [شکل ۲] نشان داده شده است، ساخته شده است.



[شکل ۲] مدل پژوهش

3.2 اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

موارد سنجش در این پژوهش از چندین مقیاس معتبر که به طور گسترده در تحقیقات رسانه‌های دیجیتال و پذیرش فناوری به کار می‌روند، اقتباس شده‌اند. هر سازه به دقت مورد بررسی قرار گرفت و عبارت‌بندی موارد برای انطباق با زمینه میکرو-درام و در عین حال حفظ اعتبار مفهومی، اصلاح شد. برای تقویت اعتبار محتوا و ظاهری، موارد اقتباس‌شده تحت ارزیابی کارشناسان قرار گرفتند و پژوهشگران مطالعات رسانه و ارتباطات، وضوح، نمایندگی و تناسب هر مورد را ارزیابی کردند. بازخورد آنها در بازنگری‌ها گنجانده شد تا اطمینان حاصل شود که معیارها به دقت

مفاهیم مورد نظر را به درستی اندازه گیری می‌کنند. علاوه بر این، برای تأیید همسویی این موارد با تجربیات واقعی کاربران، آن‌ها بر اساس یافته‌های مصاحبه‌های کیفی اعتبارسنجی شدند. این فرآیند چندمرحله‌ای تطبیق و اعتبارسنجی، همان‌طور که در [جدول 4] نشان داده شده است، به طور قابل توجهی دقت فرآیند توسعه ابزارهای اندازه گیری را تقویت کرد.

[جدول ۴] اندازه گیری متغیرها

منبع	تعداد آیت‌ها	موارد سنجش خاص	بعد
وی. ونکاتش، جی. وای. ال. ژو (۲۰۱۲) [۲۱]	۵	تماشای میکرو-درام‌ها به من امکان می‌دهد تا موضوعات بیشتری برای گفتگو با دیگران داشته باشم.	انتظار از عملکرد
		تماشای میکرو-درام‌ها دایره اجتماعی اصلی مرا گسترش می‌دهد.	
		تماشای میکرو-درام‌ها به من کمک می‌کند تا از زمان‌های خردشده به‌طور مؤثر برای درک داستان‌ها استفاده کنم.	
		تماشای میکرو-درام‌ها کیفیت زندگی‌ام و بهر موری کارِ ام را بهبود می‌بخشد.	
		تماشای میکرو-درام‌ها تجربه و اطلاعات مفیدی را فراهم می‌کند.	
Y.F.Zuo, Z.J.M.Kim [۹] (۲۰۱۷)	۴	اکثر دوستان/همکارانم میکرو-درام‌ها را تماشا کرده‌اند.	تأثیر اجتماعی
		دوستان/همکاران پیشنهاد کرده‌اند که من میکرو-درام‌ها را تماشا کنم.	
		من بر اساس پیشنهاد دوستان/همکارانم با میکرو-درام‌های آنلاین تعامل می‌کنم.	
		پیشنهادهای پلتفرم ویدیویی کوتاه درباره میکرو-درام‌ها مرا ترغیب می‌کند تا روی آن‌ها کلیک کرده و تماشا کنم.	
وی. ونکاتش، جی. وای. ال. ژو (۲۰۱۲) [۲۱]	۳	تماشای میکرو-درام‌ها برای من جنبه سرگرمی دارد.	انگیزه هردونیک
		تماشای میکرو-درام‌ها به من کمک می‌کند تا استرس را کاهش دهم و آرامش یابم.	
		نظرات و تعاملات صفحه گلوله‌ای در میکرو-درام‌ها جالب هستند.	
J. Tavares, A. Goulão T [۲۳] (۲۰۱۸)	۳	تماشای میکرو-درام‌ها به عادت روزانه‌ام تبدیل شده است.	عادت
		تا حدی نمی‌توانم بدون میکرو-درام‌ها زندگی کنم.	
		وقتی حوصله‌ام سر می‌رود، به‌طور عادت تماشای میکرو-درام‌ها را انتخاب می‌کنم.	
شو، سی. اچ. یو، ج. (۲۰۱۰) [۲۴]	۳	من تماشای قسمت‌های کامل میکرو-درام‌ها را به درام‌های بلندتر ترجیح می‌دهم.	انتظار جایگزین
		تماشای میکرو-درام‌ها زمان و هزینه‌های مالی مرتبط با تماشای سایر تولیدات سینمایی/تلویزیونی را کاهش می‌دهد.	
		زندگی‌ها/مهارت‌ها/تجربیات قهرمانان میکرو-درام آینده‌ی خیال‌های من هستند.	
بی، ایکس (۲۰۲۰) [۲۵]	۳	ویرایش و جلوه‌های بصری میکرو-درام‌ها با زیبایی‌شناسی من همسو است.	انگیزه زیبایی‌شناختی
		میکرو-درام‌ها دارای محتوای باکیفیت‌تر و داستان‌های جذاب‌تری هستند.	
		ظاهر بازیگران، دیالوگ‌ها و مهارت‌های بازیگری در میکرو-درام‌ها از نظر زیبایی‌شناختی برایم جذاب است.	
Y. X. اسکادبرگ، ج. ر. کیمل (۲۰۰۴) [۲۶]	۴	هنگام تماشای میکرو-درام‌ها، اغلب کاملاً متمرکز می‌شوم و از اطرافم غافل می‌شوم.	تجربه جریان
		ادراک زمان هنگام تماشای میکرو-درام‌ها تحریف می‌شود.	
		تماشای این محتوای ویدیویی حالت غوطه‌وری متمرکز را القا می‌کند.	
		من از لذتی که میکرو-درام‌ها فراهم می‌کنند لذت می‌برم.	
Y.Lee, Z.H.E.Lee [۱۰] (۲۰۲۰)	۵	من انواع/سری‌های یکسان میکرو-درام‌ها را در اولویت قرار خواهم داد.	نیت تماشای مداوم
		من میکرو-درام‌های مورد علاقه‌ام را به دیگران توصیه خواهم کرد.	
		به جای کاهش یا توقف، بسامد تماشا را حفظ یا افزایش خواهم داد.	
		من مایل هستم میکرو-درام‌ها را تماشا کنم.	
		من به‌طور منظم میکرو-درام‌ها را تماشا خواهم کرد.	

3.3.3 فرمول‌بندی فرضیه

3.3.1 رابطه بین انگیزه تماشا و قصد تماشای مداوم

تأثیر انگیزه تماشای میکرو-درام بر تجربه جریان و قصد تماشای مداوم: شواهدی از کاربران چینی بر اساس مدل UTAUT2
انگیزه تماشا محرک اولیه برای مخاطبان جهت درگیر شدن با میکرو-درام‌ها را تشکیل می‌دهد، در حالی که قصد تماشای مداوم
بازتاب‌دهنده تمایلات روانی پس از مصرف است که نشان‌دهنده علاقه و وفاداری مخاطبان است. مطالعات اخیر در مورد
رفتارهای مصرف فرهنگی نشان می‌دهند که

انگیزه تماشای مخاطب به طور قابل توجهی بر قصد مشارکت مستمر آنها تأثیر می‌گذارد و همبستگی مثبتی بین انگیزه تماشا و قصد تماشای مداوم را نشان می‌دهد. تی. اس. پارک (۲۰۲۲) از طریق تحقیق بر روی اجراهای ارکستر سنتی کره‌ای نشان داد که انگیزه‌های بینندگان به طور قابل توجهی بر قصد بازگشت تأثیر می‌گذارد و افزایش غنای محتوا، منطقی بودن قیمت و ارزش سرگرمی، وفاداری مخاطب را تقویت می‌کند [۲۷]. به طور مشابه، در مصرف رسانه‌های دیجیتال، ت. مول (۲۰۲۲) دریافت که انگیزه‌های تماشاگران کاربران پلتفرم‌های OTT پولی، تأثیر مثبتی بر قصد آنها برای ادامه اشتراک دارد [۲۸]. در مجموع، این یافته‌ها نشان می‌دهند که در هر دو حوزه هنرهای نمایشی سنتی و خدمات پخش دیجیتال، انگیزه‌های اصلی تماشاگران برای مشارکت، ممکن است از طریق مؤثرهای واسطه‌ای مانند رضایت یا ارزش درک‌شده، به نیت‌های ادامه بلندمدت تبدیل شود. بر این اساس، فرضیه به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

H1: انگیزه تماشا به‌طور مثبت بر قصد تماشای مداوم میکرو-درام‌ها تأثیر می‌گذارد.

3.3.2 رابطه بین انگیزه تماشا و تجربه جریان (فلو)

تحقیقات در مورد رفتار تماشای مخاطب به طور فزاینده‌ای بر نقش «تجربه جریان» در مصرف رسانه تمرکز دارد و بررسی می‌کند که چگونه انگیزه‌های مختلف تماشا به این حالت فراگیر کمک می‌کنند. ز. دو (۲۰۲۲) نشان داد که انگیزه سرگرمی، انگیزه جستجوی اطلاعات و نیازهای تعامل، تجربه جریان را در میان تماشاگران درام تعاملی چینی افزایش می‌دهد و در نتیجه رضایت و وفاداری را ارتقا می‌دهد [۲۹]. چوی (۲۰۲۲) در تحقیق خود در زمینه پخش ورزشی MCN دریافت که عوامل انگیزشی (مانند لذت، جذابیت مجری، جذابیت محتوا) مستقیماً بر رفتارهای تعاملی تأثیر می‌گذارند و در عین حال تجربه جریان را تقویت می‌کنند [۳۰]. بر این اساس، فرضیه به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

H2: انگیزه تماشای میکرو-درام‌ها تأثیر مثبتی بر تجربه جریان دارد.

3.3.3 رابطه بین تجربه جریان و قصد تماشای مداوم

همبستگی معناداری بین تجربه جریان و قصد تماشای مداوم ویدیوهای رسانه‌ای وجود دارد. در تماشای ویدیوهای کوتاه، تجربه جریان به ایجاد ارتباطات روانی و دلبستگی بین کاربران کمک می‌کند. بنابراین، برای بینندگان ویدیوهای کوتاه، شکل‌گیری یک پیوند عاطفی و تجربه جریان تقویت‌شده، به طور قابل توجهی بر قصد تماشای مداوم آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در حین تماشا، تجربه جریان (Flow Experience) مانع از احساس خستگی مخاطبان در حین دریافت اطلاعات می‌شود و همزمان نیازهای عاطفی آنها را برآورده می‌سازد [۳۱]. در هنگام مصرف محتوای ویدیویی، تجربه جریان تأثیر قابل توجهی بر قصد ادامه تماشا دارد [۳۲]. بر این اساس، فرضیه به شرح زیر مطرح می‌شود:

H3: تجربه جریان تأثیر مثبتی بر قصد تماشای مداوم میکرو-درام‌ها دارد.

3.3.4 اثر واسطه‌گری تجربه جریان

تحقیقات موجود نشان می‌دهد که تجربه جریان (Flow Experience) تأثیر میانجیگری قابل توجهی بر رابطه بین انگیزه تماشاگران کاربران و قصد آنها برای ادامه تماشا دارد. اس. ای. چونگ (۲۰۲۴) نشان داد که سهولت استفاده، اصالت برند و اعتماد به ویدیوهای کوتاه سفر، با تحریک تجربه جریان (Flow Experience) در بینندگان، به طور غیرمستقیم گرایش به بازدید واقعی را افزایش می‌دهند [۳۳]. علاوه بر این، ایکس. لو و آر. ژانگ (۲۰۲۲) از طریق تحقیق مبتنی بر مدل AIDA نشان دادند که ویژگی‌های اطلاع‌رسانی و سرگرمی در پخش زنده سفرها، از طریق تجربه جریان، علاقه به محصول و علاقه به تماشا را ترویج کرده و در نهایت بر قصد تماشای مداوم تأثیر می‌گذارند [۳۴]. این مطالعات در مجموع نشان می‌دهند که تجربه جریان یک مکانیزم روان‌شناختی کلیدی است که محرک‌های خارجی را به نیت‌های رفتاری بلندمدت کاربران متصل می‌کند. بر این اساس، فرضیه به شرح زیر مطرح می‌شود:

H4: تجربه جریان نقش میانجی را بین انگیزه تماشا → تماشای مداوم ایفا می‌کند.

نیت تماشای میکرو-درام‌ها.

4. نتایج و بحث

4.1 موضوعات پژوهش و جمع‌آوری داده‌ها

این مطالعه مکانیزم تأثیر انگیزه تماشای بینندگان میکرو-درام بر تجربه جریان و قصد تماشای مداوم را بررسی می‌کند و هدف آن آشکارسازی محرک‌های روان‌شناختی رفتار کاربر و تأثیر آن‌ها بر چسبندگی پلتفرم است. با تمرکز بر مخاطبان میکرو-درام چینی، داده‌ها از طریق یک نظرسنجی پرسشنامه‌ای آنلاین که از ۱ مارس تا ۱ آوریل ۲۰۲۵ انجام شد، جمع‌آوری گردید. در مجموع ۸۵۰ پرسشنامه توزیع شد و پس از پاکسازی داده‌ها، ۷۷۴ پاسخ معتبر باقی ماند که نرخ پاسخ معتبر را ۹۱.۰۶٪ به دست آورد. این پرسشنامه از طریق چت‌های گروهی تماشای میکرو-درام که شامل شرکت‌کنندگانی با سنین و جنسیت‌های مختلف بود و اعضایش در پلتفرم‌های گوناگون فعال بودند، به اشتراک گذاشته شد. این استراتژی توزیع، تنوع را در میان پاسخ‌دهندگان تضمین کرده و نمایندگی داده‌ها را افزایش داد. ویژگی‌های جمعیتی جامعه مورد مطالعه در [جدول ۵] ارائه شده است.

[جدول ۵] نتایج تحلیل فراوانی

درصد (%)	فراوانی	گزینه	دسته‌بندی
۴۲.۵	۳۲۹	مرد	جنسیت
۵۷.۵	۴۴۵	مؤنث	
۱۳.۴	۱۰۴	زیر ۱۸ سال	سن
۳۰.۴	۲۳۵	۱۸-۲۹ سال	
۳۴.۱	۲۶۴	۳۰-۴۹ سال	
۱۲.۱	۹۴	۵۰-۵۹ سال	
۹.۹	۷۷	۶۰ سال و بالاتر	
۲۶.۱	۲۰۲	دوره راهنمایی یا پایین‌تر	سطح تحصیلات
۳۱.۳	۲۴۲	دبیرستان / هنرستان فنی	
۳۱.۱	۲۴۱	دانشگاه (کارشناسی/کالج)	
۱۱.۵	۸۹	کارشناسی ارشد یا بالاتر	
۱۶.۵	۱۲۸	کمتر از ۳ ماه	مدت زمان مواجهه با میکرو-درام‌ها
۲۷.۹	۲۱۶	۳-۶ ماه	
۲۵.۸	۲۰۰	۶ ماه تا ۱ سال	
۱۶.۹	۱۳۱	۱-۲ سال	
۱۲.۸	۹۹	بیش از ۲ سال	
۶.۸	۵۳	کمتر از ۱۰ دقیقه	میانگین زمان تماشای روزانه میکرو-درام‌ها
۲۴.۴	۱۸۹	۱۰ تا ۳۰ دقیقه	
۳۴.۹	۲۷۰	۳۰ دقیقه تا ۱ ساعت	
۲۲.۵	۱۷۴	۱-۳ ساعت	
۱۱.۴	۸۸	بیش از ۳ ساعت	
۱۰۰	۷۷۴	مجموع	

نمونه عمدتاً از کاربران زن جوان و میانسال تشکیل شده است که از نظر تحصیلی در سطح نسبتاً بالایی قرار دارند و اکثریت آن‌ها در سال گذشته (≥ 1 سال) برای اولین بار با میکرو-درام‌ها آشنا شده‌اند. زمان تماشای روزانه معمولاً بین ۳۰ دقیقه تا ۱ ساعت است. حضور در میان سالمندان و افراد تحصیل‌کرده در سطح بالا نسبتاً کم است. این پروفایل ویژگی‌های مخاطبان اصلی میکرو-درام‌ها را منعکس می‌کند.

4.2 آزمون پایایی و روایی

4.2.1 آزمون پایایی

اعتمادپذیری کلی پرسشنامه 0.940 است. ضرایب اعتمادپذیری برای تمام پژوهش‌ها

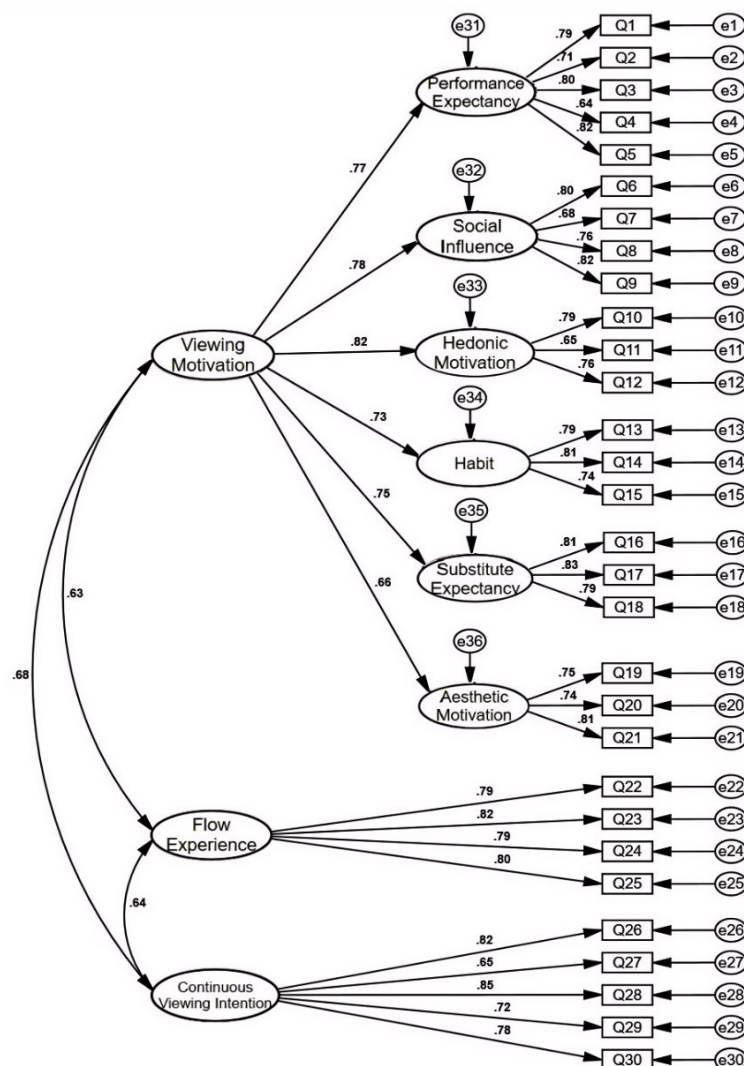
ضرایب پایایی برای تمام ابعاد پژوهش از آستانه 0.7 فراتر رفت که نشان‌دهنده همسانی درونی رضایت‌بخش است. این نتایج در مجموع، کیفیت پایایی بالایی را برای تحلیل‌های بیشتر نشان می‌دهند، همانطور که در [جدول 6] نشان داده شده است.

[جدول ۶] تحلیل قابلیت اطمینان آلفای کرونباخ

متغیر	بعد	موارد	بعد آلفای کرونباخ	متغیر آلفای کرونباخ
انگیزه مشاهده	انتظار از عملکرد	۵	0.866	0.924
	تأثیر اجتماعی	4	0.849	
	انگیزه هردونی	3	0.775	
	عادت	3	0.823	
	انتظار جانشین	3	0.850	
	انگیزه زیبایی‌شناختی	3	0.810	
تجربه جریان			0.875	0.940
نیت تماشای مداوم			0.871	
پرسشنامه کلی			0.940	

4.2.2 تحلیل عاملی تأییدی

این مطالعه از نرم‌افزار AMOS 24.0 برای تحلیل عاملی تأییدی استفاده کرد و نتایج آن در زیر، همان‌طور که در [شکل ۳] نشان داده شده است، ارائه می‌گردد.



[شکل ۳] نمودار نتایج تحلیل عاملی تأییدی

تمام مقادیر AVE از 0.5 فراتر رفته و تمام مقادیر CR از 0.7 بالاتر است که اعتبار همگرا رضایت‌بخش مدل ساختاری پرسشنامه را تأیید می‌کند. گویه‌های درون یک بُعد، همبستگی‌های قوی را نشان می‌دهند، همان‌طور که در [جدول 7] آمده است.

[جدول ۷] تحلیل عاملی تأییدی: اعتبار همگرا

میانگین	CR	استاندارد تخمین	P	.C.R	.S.E	تخمین	مسیر	
0.568	0.887	0.771				1.000	انگیزه مشاهده	انتظار عملکرد
		0.784	***	15.308	0.062	0.945	انگیزه تماشا	تأثیر اجتماعی
		0.820	***	15.425	0.065	0.999	انگیزه تماشا	انگیزه هدونیک
		0.725	***	14.236	0.062	0.883	انگیزه مشاهده	عادت
		0.750	***	14.908	0.063	0.939	انگیزه تماشا	انتظار جایگزین
		0.660	***	12.927	0.059	0.764	انگیزه مشاهده	انگیزه زیبایی‌شناختی
0.569	0.868	0.790				۱.۰۰۰	انتظار عملکرد	Q1
		0.705	***	۲۰,۱۹۳	0.044	0.884	انتظار از عملکرد	سوال دوم
		0.802	***	۲۳,۴۹۸	0.044	۱.۰۲۵	انتظار عملکرد	سوال سوم
		0.638	***	۱۷,۹۸۲	0.033	0.591	انتظار عملکرد	Q4
		0.821	***	۲۴,۱۳۷	0.044	۱.۰۵۶	انتظار عملکرد	Q5
0.589	0.851	0.798				1.000	نفوذ اجتماعی	Q6
		0.680	***	۱۹,۱۶۷	0.041	0.785	نفوذ اجتماعی	Q7
		0.764	***	21.941	0.044	0.973	نفوذ اجتماعی	Q8
		0.820	***	۲۳,۷۱۴	0.049	۱.۱۵۲	نفوذ اجتماعی	Q9
0.544	0.780	0.792				1.000	انگیزه هدونیک	Q10
		0.649	***	17.056	0.037	0.628	انگیزه هدونیک	Q11
		0.763	***	19.918	0.044	0.880	انگیزه هدونیک	Q12
0.607	0.822	0.789				1.000	عادت	Q13
		0.806	***	۲۱,۲۸۰	0.048	۱.۰۳۲	عادت	Q14
		0.740	***	۱۹,۸۵۸	0.046	0.912	عادت	Q15
0.655	0.851	0.810				1.000	انتظار جایگزین	Q16
		0.829	***	23.813	0.043	1.032	انتظار جایگزین	Q17
		0.789	***	۲۲,۷۲۵	0.040	0.908	انتظار جایگزین	Q18
0.589	0.811	0.752				1.000	انگیزه زیبایی‌شناختی	Q19
		0.741	***	۱۸,۶۲۵	0.055	1.022	انگیزه زیبایی‌شناختی	Q20
		0.808	***	۱۹,۶۱۴	0.056	۱.۰۹۵	انگیزه زیبایی‌شناختی	Q21
0.639	0.876	0.790				1.000	تجربه جریان	Q22
		0.820	***	۲۳,۹۳۰	0.043	1.018	تجربه جریان	Q23
		0.789	***	۲۲,۹۱۶	0.046	1.065	تجربه جریان	Q24
		۰.۷۹۷	***	۲۳,۱۹۹	0.045	1.041	تجربه جریان	Q25
0.585	0.875	0.817				1.000	نیت تماشای مداوم	Q26
		0.648	***	18.864	0.028	0.524	نیت تماشای مداوم	سوال ۲۷
		0.846	***	26.446	0.042	۱.۱۱۷	نیت تماشای مداوم	Q28
		0.722	***	21.582	0.036	0.769	نیت تماشای مداوم	Q29
		0.776	***	23.698	0.040	0.943	نیت تماشای مداوم	Q30

[جدول ۸] اعتبار تمایز: همبستگی‌های پیرسون و AVE

انگیزه تماشا	انگیزه مشاهده	تجربه جریان	نیت تماشای مداوم
	0.754		
تجربه جریان	**0.541	0.799	
نیت تماشای مداوم	**0.589	**0.571	0.765

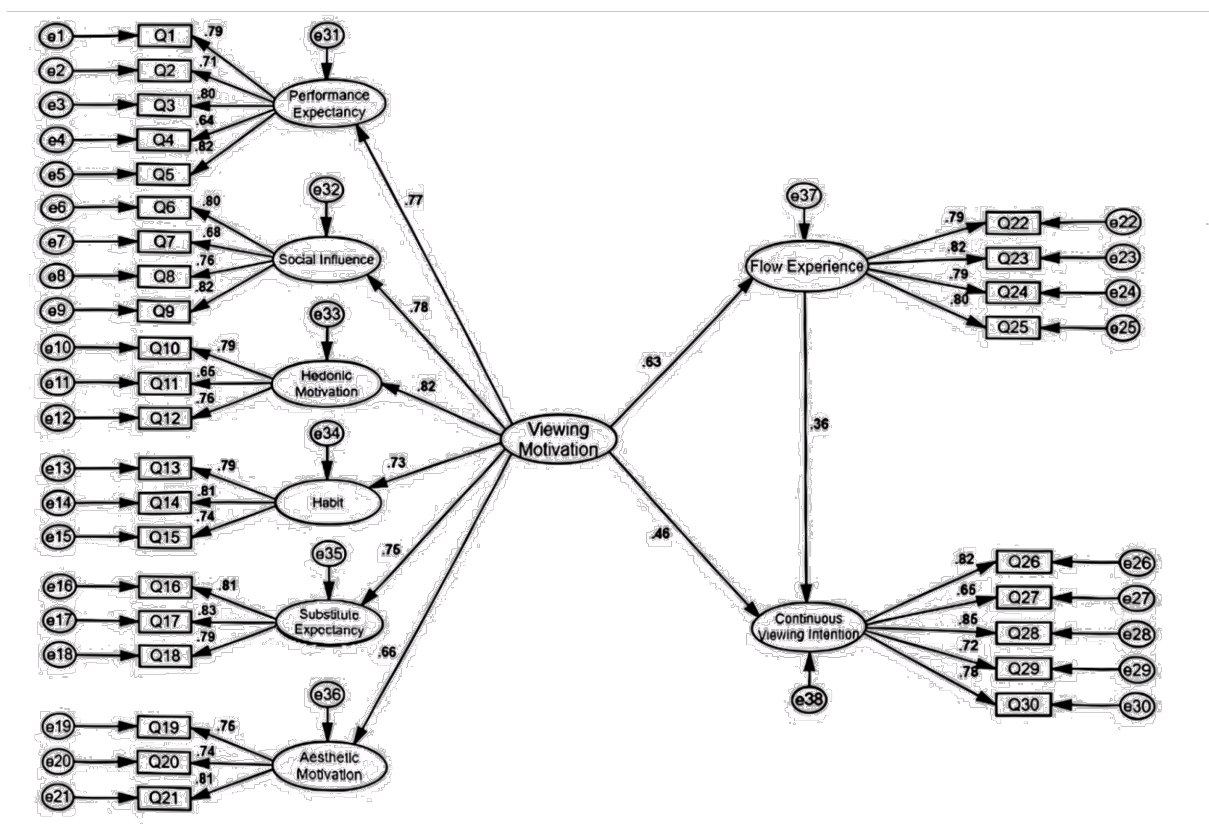
توجه: عناصر قطری نشان‌دهنده ریشه دوم مقادیر AVE هستند.

تمام ارقام اندازه‌گیری بارهای استاندارد شده‌ای بالاتر از آستانه توصیه شده از

0.60. علاوه بر این، مقادیر AVE بیش از 0.50 و مقادیر CR بیش از 0.70 بودند که نشان‌دهنده اعتبار همگرا (convergent validity) رضایت‌بخش مدل ساختاری است (جدول 7 را ببینید). از نظر اعتبار تمایزی (discriminant validity)، ریشه دوم AVE هر سازه بزرگتر از حداکثر مطلق همبستگی‌های بین سازه‌ها بود که نشان‌دهنده اعتبار تمایزی خوب است (جدول 8 را ببینید). بنابراین، هیچ موردی در مدل نهایی حذف یا اصلاح نشد.

4.3 آزمون فرضیه

این مطالعه از نرم‌افزار AMOS 24.0 برای برقراری و تحلیل مدل معادلات ساختاری استفاده می‌کند و نتایج آن، همان‌طور که در [شکل 4] نشان داده شده است، در ادامه ارائه می‌گردد.



[شکل ۴] نمودار مسیر مدل

4.3.1 شاخص‌های برازش مدل

طبق جدول فوق، مقدار χ^2/df برابر با 1.361 است که کمتر از 3 می‌باشد؛ RMSEA برابر با 0.022 است که کمتر از سطح مرجع 0.08 می‌باشد و نشان‌دهنده برازش خوب مدل است. مقادیر CFI (0.987)، TLI (0.988)، IFI (0.956)، GFI (0.988)، RFI (0.952) و NFI (0.957) همگی استاندارد عالی را برآورده می‌کنند. مقدار PNFI برابر با 0.871 است که از 0.5 بیشتر است. تمام شاخص‌های برازش از استاندارد رایج

معیارهای پذیرفته‌شده، نشان می‌دهد که مدل به‌خوبی برازش شده است، همان‌طور که در [جدول ۹] نشان داده شده است.

[جدول ۹] شاخص‌های برازش مدل

شاخص کلی	معیارهای قضاوت	مقدار	نتیجه برازش
کمین	-	۵۳۸,۸۹۷	-
درجه آزادی	-	۳۹۶	-
CMIN/DF	کمتر از ۳	1.361	خوب
RMSEA	0.08 >	0.022	خوب
GFI	0.90 <	0.956	خوب
IFI	0.90 <	0.988	خوب
TLI	0.90 <	0.987	خوب
CFI	0.90 <	0.988	خوب
RFI	0.90 <	0.952	خوب
NFI	0.90 <	0.957	خوب
PNFI	0.50 <	0.871	خوب

4.3.2 تحلیل نتایج روابط مسیر

همان‌طور که در [جدول 10] نشان داده شده است، انگیزه تماشا در سطح 0.001 ($p > 0.001$) تأثیر معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد و ضریب مسیر استاندارد شده $0.460 < 0$ نشان می‌دهد که انگیزه تماشا تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. فرضیه H1 تأیید می‌شود. انگیزه تماشا تأثیر معناداری بر تجربه جریان در سطح 0.001 ($p > 0.001$)، و ضریب مسیر استاندارد شده $0.628 < 0$ نشان می‌دهد که انگیزه تماشا تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر تجربه غرق‌شدگی دارد. فرضیه H2 تأیید می‌شود. تجربه‌ی جریان در سطح 0.001 ($p > 0.001$) تأثیر معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد، با ضریب مسیر استاندارد شده 0.356 که بزرگ‌تر از 0 است و نشان می‌دهد تجربه‌ی جریان تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. فرضیه H3 تأیید می‌شود.

[جدول ۱۰] آزمون مسیر

آزمون مسیر	تخمین	S.E.	نسبت اطمینان	P	STD. برآورد
نیت تماشای مداوم	0.610	0.066	9.304	***	0.460
تجربه جریان	0.785	0.060	۱۳,۰۸۵	***	0.628
نیت تماشای مداوم	0.378	0.048	7.915	***	0.356

4.3.3 آزمون اثر واسطه‌ای تجربه جریان

برای بررسی نقش میانجی تجربه جریان، این مطالعه از روش نمونه‌گیری بوت‌استرپ در نرم‌افزار AMOS 24.0 استفاده کرد. تعداد نمونه‌گیری‌ها روی ۵۰۰۰ بار با فاصله اطمینان اصلاح‌شده برای سوگیری ۹۵٪ برای مسیر آزمون اثر میانجی تنظیم شد. محدوده‌های بالا و پایین مشاهده شدند. هنگامی که فاصله اطمینان اصلاح‌شده برای بایاس (bias-corrected) اثر غیرمستقیم، عدد صفر را در بر نگیرد، نشان‌دهنده وجود اثر واسطه‌ای است. نتایج در [جدول ۱۱] نشان داده شده است.

[جدول ۱۱] آزمون اثر واسطه‌ای تجربه جریان

نوع اثر	مسیر	اثرات	BootSE	فاصله‌ی اطمینان ۹۵٪	p
				پایین	بالا
اثر مستقیم	انگیزه تماشا → قصد تماشای مداوم	0.610	0.084	0.462	0.788
اثر غیرمستقیم	انگیزه تماشا → تجربه جریان → نیت تماشای مداوم	0.296	0.054	0.197	0.411
اثر کلی	انگیزه تماشا → قصد تماشای مداوم	0.907	0.074	0.772	1.061

اثر بخشی کل انگیزه تماشا بر قصد تماشای مداوم 0.907 است، با حدود بازه اطمینان بوسترپ [0.772, 1.061]. از آنجا که این بازه شامل صفر نمی‌شود، اثر بخشی کل اثبات می‌شود. مقدار اثر مستقیم متناظر 0.610 است، با حدود بازه اطمینان بوسترپ [0.462, 0.788]. از آنجا که این بازه صفر را شامل نمی‌شود، اثر مستقیم اثبات می‌شود. برای مسیر واسطه‌ای

«انگیزه تماشا → تجربه جریان → قصد تماشای مداوم»، اثر غیرمستقیم مدل مقدار اثر غیرمستقیم 0.296 با حدود بازه فاصله اطمینان بوت‌استرپ [0.197, 0.411] است. حذف صفر از این بازه، اثر واسطه‌گری جزئی معنادار تجربه جریان را در رابطه بین انگیزه تماشا و قصد تماشای مداوم تأیید می‌کند. بدین ترتیب فرضیه H4 تأیید می‌شود.

پس از بررسی تأثیر کلی متغیر انگیزه تماشا بر قصد تماشای مداوم با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، این مطالعه از تحلیل رگرسیون برای بررسی بیشتر تأثیرات هر بُعد فرعی از انگیزه تماشا بر قصد تماشای مداوم استفاده می‌کند. نتایج در زیر ارائه شده است.

4.4 تحلیل عوامل مؤثر بر انگیزه تماشای میکرو-درام

4.4.1 تأثیر زیرابعادهای انگیزه تماشا بر قصد تماشای مداوم

برای بررسی اثرات انتظارات عملکردی، تأثیر اجتماعی، انگیزه هِدونیک، عادت، انتظارات جانشینی و انگیزه زیبایی‌شناختی بر قصد تماشای مداوم، این مطالعه تحلیل رگرسیون را با این عوامل به عنوان متغیرهای مستقل و قصد تماشای مداوم به عنوان متغیر وابسته انجام داد. نتایج در [جدول ۱۲] نشان داده شده است.

[جدول ۱۲] نتایج تحلیل رگرسیون خطی (n=774)

تشخیص همخطی VIF	بردباری	p	t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب غیرمعیاری		
				بتا	خطای استاندارد	B	
-	-	*0.000	3.622	-	0.148	0.535	(ثابت)
1.726	0.579	*0.000	4.048	0.155	0.037	0.150	انتظار از عملکرد
1.771	0.565	*0.000	3.507	0.136	0.037	0.131	نفوذ اجتماعی
1.773	0.564	*0.000	3.881	0.150	0.041	0.161	انگیزه هِدونیک
1.533	0.652	*0.000	4.272	0.154	0.034	0.143	عادت
1.646	0.607	*0.000	3.632	0.135	0.034	0.125	انتظار جایگزین
1.436	0.696	0.117	1.568	0.055	0.032	0.050	انگیزه زیبایی‌شناختی
0.352							R ²
0.347							R ² تعدیل شده
F 6,767(=69.538, p=0.000)							F
2.109							مقدار D-W

توجه: متغیر وابسته = قصد تماشای مداوم

مدل رگرسیون به صورت زیر فرموله شده است: نیت تماشای مداوم = $0.535 + 0.150 \times \text{انتظار عملکرد} + 0.131 \times \text{تأثیر اجتماعی} + 0.161 \times \text{انگیزه لذت‌بخش} + 0.143 \times \text{عادت} + 0.125 \times \text{انتظار جایگزین} + 0.050 \times \text{انگیزه زیبایی‌شناختی}$

تحلیل نهایی نشان می‌دهد که ضریب رگرسیون «انتظار از عملکرد» برابر با 0.150 ($t = 4.048, p = 0.000 > 0.01$) است که نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار آن بر «نیت تماشای مداوم» می‌باشد. تأثیر اجتماعی دارای ضریب رگرسیون 0.131 ($t = 3.507, p = 0.000 > 0.01$) است که نشان می‌دهد تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. هِدونیک

انگیزه ضریب رگرسیونی 0.161 ($t = 3.881, p = 0.000 > 0.01$) را دارد که نشان می‌دهد این عامل تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر قصد تماشای مداوم دارد. عادت دارای ضریب رگرسیون 0.143 ($t = 4.272, p = 0.000 > 0.01$) است که نشان می‌دهد تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. انتظار جایگزینی دارای ضریب رگرسیون 0.125 ($t = 3.632, p = 0.000 > 0.01$)، نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار بر قصد تماشای مداوم است. انگیزه زیبایی‌شناختی ضریب رگرسیون 0.050 ($t = 1.568, p = 0.117 < 0.05$) دارد که نشان می‌دهد این انگیزه تأثیر معناداری بر قصد تماشای مداوم ندارد.

4.4.2 تأثیر زیرمقیاس‌های انگیزه تماشا بر تجربه جریان

برای بررسی اثرات انتظارات عملکردی، تأثیر اجتماعی، انگیزه هردونیک، عادت، انتظارات جایگزین و انگیزه زیبایی‌شناختی بر تجربه جریان، این مطالعه تحلیل رگرسیون را با این عوامل به عنوان متغیرهای مستقل و تجربه جریان به عنوان متغیر وابسته انجام داد. نتایج در [جدول ۱۳] نشان داده شده است.

[جدول ۱۳] نتایج تحلیل رگرسیون خطی ($n=774$)

تشخیص هم‌خطی		p	t	ضرایب غیرمعیاری		B	ضرایب استاندارد شده
VIF	تحميل			خطای استاندارد	بی‌تأثیر		
-	-	*0.000*	۳,۹۶۸	-	0.173	0.685	(ثابت)
1.726	0.579	*0.002*	3.060	0.122	0.043	0.133	انتظار از عملکرد
1.771	0.565	*0.000*	3.632	0.147	0.044	0.158	نفوذ اجتماعی
1.773	0.564	*0.015	2.438	0.098	0.048	0.118	انگیزه هدونیک
1.533	0.652	*0.000*	3.822	0.144	0.039	0.150	عادت
1.646	0.607	*0.002*	3.184	0.124	0.040	0.128	انتظار جایگزین
1.436	0.696	*0.013	2.479	0.090	0.037	0.093	انگیزه زیبایی‌شناختی
0.295							R 2
0.289							R² تعدیل‌شده
F)6,767(=53.472, p=0.000							F
2.022							مقدار D-W

توجه: متغیر وابسته = تجربه جریان
* $p > 0.01$ ** $p > 0.05$

مدل رگرسیون به صورت زیر فرمول‌بندی شده است:

$$\text{نیت تماشای مداوم} = 0.535 + 0.150 \times \text{انتظار عملکرد} + 0.131 \times \text{نفوذ اجتماعی} + 0.161 \times \text{انگیزه هردونیک} + 0.143 \times \text{عادت} + 0.125 \times \text{انتظار جایگزین} + 0.050 \times \text{انگیزه زیبایی‌شناختی}$$

تحلیل نهایی نشان می‌دهد که ضریب رگرسیون انتظار عملکرد 0.150 است ($t = 4.048, p = 0.000 > 0.01$)، که نشان‌دهنده تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر قصد تماشای مداوم است. تأثیر اجتماعی دارای ضریب رگرسیون 0.131 ($t = 3.507, p = 0.000 > 0.01$) است که نشان می‌دهد این عامل تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر قصد تماشای مداوم دارد. انگیزه هردونیک ضریب رگرسیون 0.161 ($t = 3.881, p = 0.000 > 0.01$) را دارد که نشان می‌دهد تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. عادت ضریب رگرسیون 0.143 ($t = 4.272, p = 0.000 > 0.01$)، نشان می‌دهد که تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. انتظار جایگزینی دارای ضریب رگرسیون 0.125 ($t = 3.632, p = 0.000 > 0.01$) است که نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار بر قصد تماشای مداوم است. انگیزه زیبایی‌شناختی ضریب رگرسیونی 0.050 ($t = 1.568, p = 0.117 < 0.05$) دارد که نشان می‌دهد این انگیزه تأثیر معناداری بر قصد تماشای مداوم ندارد.

4.4.3 تأثیر زیرمقیاس‌های انگیزه تماشا و تجربه جریان بر قصد تماشای مداوم

انتظار، انگیزه زیبایی‌شناختی و تجربه جریان بر قصد تماشای مداوم: این مطالعه با این عوامل به عنوان متغیرهای مستقل و قصد تماشای مداوم به عنوان متغیر وابسته، تحلیل رگرسیون انجام داد. نتایج در [جدول 14] نشان داده شده است.

[جدول 14]. نتایج تحلیل رگرسیون خطی (n=774)

تشخیص همخطی VIF	tolerance	p	t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب غیرمعیاری		
				بتا	خطای استاندارد	B	
-	-	*0.022	۲,۲۹۵	-	0.139	0.318	(ثابت)
1.747	0.572	*0.002	3.119	0.111	0.035	0.108	انتظار از عملکرد
1.801	0.555	*0.021	2.309	0.084	0.035	0.081	نفوذ اجتماعی
1.786	0.560	*0.001	3.192	0.115	0.039	0.124	انگیزه هدونیک
1.562	0.640	*0.002	3.047	0.103	0.032	0.096	عادت
1.668	0.600	*0.009	2.624	0.092	0.032	0.085	انتظار جایگزین
1.448	0.691	0.485	0.699	0.023	0.030	0.021	انگیزه زیبایی‌شناختی
1.418	0.705	*0.000	۱۰,۹۹۹	0.354	0.029	0.316	تجربه جریان
0.441							R ²
0.436							R ² تعدیل شده
F (7,766)=86.210, p=0.000							F
2.144							مقدار D-W

توجه: متغیر وابسته = قصد تماشای مداوم

مدل رگرسیون به صورت زیر فرموله شده است:

نیت تماشای مداوم = $0.318 + 0.108 \times \text{انتظار عملکرد} + 0.081 \times \text{تأثیر اجتماعی} + 0.124 \times \text{انگیزه هدونیک} + 0.096 \times \text{عادت} + 0.085 \times \text{انتظار جایگزین} + 0.021 \times \text{انگیزه زیبایی‌شناختی} + 0.316 \times \text{تجربه جریان}$

تحلیل نهایی نشان می‌دهد که ضریب رگرسیون انتظار عملکرد 0.108 است ($t = 3.119, p = 0.002 > 0.01$)، که نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار بر قصد تماشای مداوم است. تأثیر اجتماعی دارای ضریب رگرسیون 0.081 ($t = 2.309, p = 0.021 > 0.05$) است که نشان می‌دهد این عامل تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. انگیزه هدونی ضریب رگرسیون 0.124 ($t = 3.192, p = 0.001 > 0.01$) را دارد که نشان می‌دهد تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. عادت ضریب رگرسیون 0.096 ($t = 3.047, p = 0.002 > 0.01$)، نشان می‌دهد که این متغیر تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. انتظار جایگزینی دارای ضریب رگرسیون 0.085 ($t = 2.624, p = 0.009 > 0.01$) است که نشان می‌دهد تأثیر مثبت و معناداری بر قصد تماشای مداوم دارد. انگیزه زیبایی‌شناختی ضریب رگرسیونی 0.021 ($t = 0.699, p = 0.485 < 0.05$) دارد که نشان می‌دهد تأثیر معناداری بر قصد تماشای مداوم ندارد. تجربه جریان دارای ضریب رگرسیون 0.316 ($t = 10.999, p = 0.000 > 0.01$) است که نشان‌دهنده تأثیر مثبت و قابل توجهی بر قصد تماشای مداوم دارد.

4.5 بحث

4.5.1 ویژگی‌های مخاطبان میکرو-درام

این مطالعه مخاطبان میکرو-درام را تحلیل می‌کند و نشان می‌دهد که گروه اصلی بینندگان در میان زنان جوان و میانسال متمرکز است. زنان جوان تمایل دارند سبک و

محتوای سرگرمی‌محور در اوقات پراکنده. با این حال، نسبت بینندگان سالمند نسبتاً کم است که نشان‌دهنده جذابیت محدود میکرو-درام در این گروه سنی است. این امر ممکن است به عواملی مانند قالب محتوا، موانع استفاده از پلتفرم و عادات تماشای سنتی مرتبط باشد. برای توسعه میکرو-درام، گسترش پایگاه مخاطبان برای این گروه‌ها مستلزم تنظیمات متنوع‌تر و عمیق‌تر در محتوا است، به گونه‌ای که تم‌هایی ارائه دهد که پاسخگوی نیازهای گروه‌های سنی و پیشینه‌های تحصیلی مختلف باشد. مخاطبان میکرو-درام عمدتاً با تماشای کوتا مدت مشخص می‌شوند، که این امر یکی از چالش‌های پیش روی میکرو-درام را منعکس می‌کند: چگونگی افزایش تعامل کاربر و جذابیت بلندمدت. بنابراین، تنوع و نوآوری در محتوای میکرو-درام از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است.

4.5.2 تأثیر انگیزه تماشا بر قصد تماشای مداوم

رابطه مثبت و معنادار بین انگیزه تماشای کاربران میکرو-درام و قصد تماشای مداوم، نشان می‌دهد که انگیزه تماشا نه تنها بر رفتار تماشای کوتا مدت تأثیر می‌گذارد، بلکه مستقیماً در شکل‌گیری اهداف تماشای بلندمدت نیز نقش دارد. داده‌های مصاحبه نیز این موضوع را تأیید می‌کند، به طوری که پاسخ‌دهندگان معمولاً بیان می‌کنند که میکرو-درام به طور مؤثر اوقات پراکنده را پر می‌کند و هم نیازهای سرگرمی و هم نیازهای عاطفی را برآورده می‌سازد. این نیازها نه تنها تخلیه عاطفی کوتا مدت هستند، بلکه اشتیاق عمیق‌تری برای آرامش روانی نیز می‌باشند. در این مدل خاص، انگیزه همدونی بیشترین تأثیر را بر قصد تماشای مداوم دارد که نشان می‌دهد انگیزه اصلی کاربران برای تماشای میکرو-درام‌ها، تجربه سرگرمی فوری است که این آثار فراهم می‌کنند. حالت تماشای سریع، راحت و آسان به کاربران این امکان را می‌دهد که در مدت کوتاهی به رضایت عاطفی قابل توجهی دست یابند. این بدان معناست که اگر میکرو-درام بتواند محتوای سرگرمی غنی‌تر و جالب‌تری ارائه دهد، تمایل کاربران برای تماشا را بیش از پیش تحریک خواهد کرد و در نتیجه فعالیت بلندمدت آن‌ها را در این پلتفرم افزایش خواهد داد.

4.5.3 ضعف نسبی انگیزه زیبایی‌شناختی

اگرچه انگیزه زیبایی‌شناختی جایگاه ویژه‌ای در انگیزه تماشای میکرو-درام دارد، اما تأثیر آن بر قصد تماشای مداوم نسبتاً ضعیف است. در طول مصاحبه‌ها، برخی از پاسخ‌دهندگان اشاره کردند که در حالی که جلوه‌های بصری میکرو-درام گاهی اوقات چشمگیر است، آنها بیشتر به جفت و محکم بودن و ارزش سرگرمی داستان اهمیت می‌دهند. این دیدگاه با نتایج تجربی ما همسو است و نشان می‌دهد که مخاطبان میکرو-درام انتظارات بالایی از جنبه هنری محتوا ندارند. علاوه بر این، هزینه تولید محدود میکرو-درام ممکن است دلیلی برای ضعف نسبی انگیزه زیبایی‌شناختی باشد. در آینده، سازندگان می‌توانند با بهبود ارائه بصری و تکنیک‌های فیلم‌برداری، به‌ویژه در بازارهای خاص که کاربران انتظارات زیبایی‌شناختی بالاتری دارند، به دنبال افزایش جذابیت هنری میکرو-درام باشند.

4.5.4 تأثیر انگیزه تماشا بر تجربه جریان (فلو)

انگیزه تماشا نه تنها بر قصد تماشای مداوم کاربران تأثیر می‌گذارد، بلکه ورود کاربران به حالت جریان (flow) را در حین تماشای میکرو-درام به طور قابل توجهی تسهیل می‌کند. مصاحبه‌شوندگان اشاره کردند که ساختار روایی فشرده میکرو-درام اغلب به آنها اجازه می‌دهد تا به سرعت در سناریو غرق شوند و حالت «جریان» را تجربه کنند. در میان انگیزه‌های مختلف، «تأثیر اجتماعی» بیشترین تأثیر را دارد و تماشاگران را تشویق می‌کند تا تماشا را نه فقط به عنوان یک سرگرمی شخصی، بلکه به عنوان یک فرآیند مشترک با دیگران در نظر بگیرند. از مصاحبه‌ها برمی‌آید که کاربران تمایل دارند تجربیات تماشای خود را به اشتراک بگذارند یا با دوستان و خانواده به گفتگو بپردازند. این تعامل، مشارکت عاطفی و ذهنی کاربران را در فرآیند تماشا آسان‌تر می‌کند و در نتیجه حالت «فلو» را به وجود می‌آورد.

۴.۴.۴ اثر واسطه‌ای تجربه جریان

این مطالعه همچنین اثر واسطه‌گری تجربه جریان را بر رابطه بین انگیزه تماشا و قصد ادامه تماشا آشکار می‌سازد. این یافته نشان می‌دهد که رفتار تماشای کاربران میکرو-درام نه تنها توسط انگیزه تماشا هدایت می‌شود؛ بلکه وقوع تجربه جریان، وابستگی عاطفی و وفاداری رفتاری کاربران را تقویت می‌کند. این تکیه عاطفی و چسبندگی رفتاری، نقش اصلی تجربه جریان را در رفتار تماشای کاربر تشکیل می‌دهد. این امر به میکرو-درام امکان می‌دهد تا نه تنها نیازهای سرگرمی فوری کاربران را برآورده کند، بلکه به شیوه‌ای نامحسوس، عادات تماشای آنها را نیز تقویت نماید.

۴.۴.۵ تأثیر ابعاد انگیزه تماشا و تجربه جریان بر قصد تماشای مداوم

با معرفی تجربه جریان، تأثیر هر بعد از انگیزه به طور کلی کاهش می‌یابد، که این امر نقش تنظیم‌کننده مرکزی حالت جریان در رفتار کاربر را بیشتر نشان می‌دهد. خود تجربه جریان، تأثیر بسیار بیشتری بر رفتار تماشایی نسبت به هر یک از ابعاد انگیزه دارد. بنابراین، بهینه‌سازی تجربه تماشای کاربر و کمک به آنها برای ورود به حالت جریان، در افزایش ماندگاری کاربر و قصد تماشای بلندمدت، مؤثرتر از افزایش صرفاً عرضه محتوا است. در طراحی تجربه کاربری آینده، تجربه جریان باید به عنوان یک عنصر اصلی در نظر گرفته شود که هدف آن ایجاد هم‌آوایی عاطفی عمیق و سرمایه‌گذاری روانی بالا برای کاربران است و بدین ترتیب مشارکت مستمر مخاطبان را تضمین می‌کند.

5. نتیجه‌گیری

میکرو-درام‌ها به دلیل اختصار و سبک روایی پرشناشان، با محرک توسعه سریع اینترنت همراه، رشد انفجاری را تجربه کرده‌اند. با این حال، دستیابی به توسعه پایدار در این بازار بسیار رقابتی، مستلزم درک دقیق و پاسخگویی به سازوکارهای روانشناختی کاربران است. مطالعه ما بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که انگیزه تماشا تأثیر مثبت قابل توجهی بر قصد تماشای مداوم دارد و در میان آن، انگیزه لذت‌بخش، انتظار عملکرد و تأثیر اجتماعی برجسته‌ترین ابعاد هستند. علاوه بر این، تجربه جریان (Flow Experience) نیز نقش واسطه‌گری حیاتی ایفا می‌کند: این تجربه مستقیماً ماندگاری کاربر را افزایش داده و اثر انگیزه را تقویت می‌کند.

جوهره تماشای مداوم کاربران در هم‌پوشانی چندین انگیزه - انتظار عملکرد، تأثیر اجتماعی، انگیزه هردونیک، عادت و انتظار جایگزین - است که همزمان عمل می‌کنند. در میان این موارد، انگیزه هردونیک و انتظار عملکرد نقش‌های به‌ویژه تعیین‌کننده‌ای در حفظ مشارکت کاربر ایفا می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که سازندگان باید تعادلی بین سرگرمی و ارزش کاربردی برقرار کنند. برای مثال، میکرو-درام‌های با موضوع محیط کار می‌توانند مهارت‌های مصاحبه شغلی واقعی را بگنجانند، در حالی که سریال‌های با موضوع عاشقانه ممکن است بینش‌هایی در مورد روابط بین فردی ارائه دهند و به کاربران این امکان را بدهند که در حین استراحت دانش کسب کنند. سریال «شکوه قاضیان» این موضوع را به خوبی نشان می‌دهد: این سریال از پرونده‌های روزمره قضات پایه برای بسته‌بندی دانش حقوقی و مسائل روزمره - مانند اختلافات ملکی، مراقبت از سالمندان، حضانت کودک، کالاهای تقلبی و حقوق زنان - در قالب روایت استفاده می‌کند. چنین درام‌هایی هم همذات‌پنداری عاطفی را برمی‌انگیزند و هم راهنمایی‌های عملی ارائه می‌دهند و بدین ترتیب قصد تماشای مداوم را تقویت می‌کنند. سیاست‌ها و اکوسیستم‌های پلتفرم نیز این روند را بیش از پیش تقویت می‌کنند: اداره ملی رادیو و تلویزیون ابتکار «مایکرو-درام+» را ترویج کرده و به ادغام آن با گردشگری، آموزش حقوقی، میراث فرهنگی ناملموس و ترویج علم تشویق می‌کند که این امر سناریوهای کاربردی جدید و مدل‌های اقتصادی را ایجاد می‌کند.

از منظر عملیاتی، پلتفرم‌ها باید یک چرخه «تماشا-اشتراک‌گذاری-تعامل» ایجاد کنند. ویژگی‌هایی مانند اعلان‌های «دوستان در حال تماشا هستند»، رأی‌گیری داستان و نظرات تعاملی مشارکت را افزایش می‌دهند، در حالی که قابلیت‌هایی مانند «فیلم‌برداری به سبک مشابه» امکان خلق‌های ثانویه تولیدشده توسط کاربر را فراهم می‌کنند.

که به انتشار ویروسی کمک می‌کنند. نشان‌های اجتماعی، مانند رتبه‌بندی زمان تماشا و گواهینامه‌های کامنت‌گذار، می‌توانند شناسایی و تأیید هویت را تقویت کنند. برای پرورش عادت‌های تماشاگرانه، ابزارهایی مانند «بهروزرسانی تقویم‌ها» ماندگاری را طبیعی‌تر می‌کنند. نکته مهم این است که تجربه جریان باید در عرض چند ثانیه آغاز شود - پنج ثانیه اول باید توجه را جلب کند. فراتر از این، انگیزه زیبایی‌شناختی و کیفیت تولید، غوطه‌وری را افزایش می‌دهند. به عنوان مثال، میکرو-درام تاریخی «رویای ستارگان در کنار رودخانه» از مکان‌های واقعی در سوژو برای بازآفرینی فضای شاعرانه جیانگنان استفاده می‌کند، و کاربران اظهار می‌دارند که «هر قاب آن شبایسته استفاده به عنوان تصویر زمینه است»، که منجر به افزایش چشمگیر تعداد بینندگان شده است. در نهایت، رشد پایدار به یک رویکرد دو مسیره - انگیزه مستقیم و اثرات واسطه‌شده از طریق تجربه جریان (Flow Experience) - و بر استقرار دقیق اهرم‌های کلیدی، مانند انتظار از عملکرد و نفوذ اجتماعی، بستگی دارد. با به‌کارگیری تحلیل داده‌ها برای ترسیم نیازهای کاربر، به‌رگیری از فناوری‌های هوشمند برای بهینه‌سازی تجربیات فراگیر، و اتصال خالقان، پلتفرم‌ها و کاربران، می‌توان یک جامعه اشتراک‌گذاری ارزش ایجاد کرد.

ساخت یک سیستم عملیاتی اجتماعی‌شده به‌ویژه حیاتی است. شواهد نشان می‌دهد که تأثیر اجتماعی تأثیر قابل‌توجهی بر رفتار کاربر دارد، که مستلزم آن است پلتفرم‌ها تجربه «تماشا-اشتراک‌گذاری-تعامل» را بهبود بخشند. برای مثال، افزودن شاخص‌های «دوستان در حال تماشا هستند» در صفحات پخش، ارائه رأی‌گیری داستان و توسعه مکانیزم‌های نظردهی تیری تعاملی. ویژگی «فیلم‌برداری به سبک مشابه» که توسط بخش میکرو-درام کوی‌شانو معرفی شده است، به کاربران اجازه می‌دهد تا در تولید محتوا با یکدیگر مشارکت کنند و از این طریق تعامل را افزایش داده و باعث گسترش ویروسی محتوا شوند. علاوه بر این، پلتفرم‌ها باید سیستم‌های پاداش اجتماعی جامعی، مانند جدول‌های ردبندی تماشاگران و گواهینامه‌های تحلیگران، ایجاد کنند تا حس موفقیت و تعلق خاطر کاربران را تقویت کنند. سرگرمی و آرامش همچنان نیازهای اساسی هستند و همدان‌پنداری عاطفی و لذت، در مرکز این نیازها قرار دارند. فراتر از کوایشو، پلتفرم‌هایی مانند تیک‌تاک، بیلی‌بیلی، آی‌چی، یوگو، تینسنت ویدئو و مانگو‌تی‌وی، و همچنین بسیاری از شرکت‌های سنتی فیلم و تلویزیون، همگی در حال ورود به عرصه درام‌های کوتاه هستند. این آثار با پوشش ژانر‌هایی از جوانان دانشگاهی تا زندگی در محیط کار، از حماسه‌های تاریخی تا علمی-تخیلی، و با تنوع موضوعات و سبک‌ها، نیازهای گروه‌های سنی و اقشار اجتماعی مختلف را برآورده می‌کنند و این امر باعث می‌شود که میکرو-درام‌ها روزبه‌روز فراگیرتر و بازتر شوند. پلتفرم‌ها با تطبیق دقیق محتوا با بخش‌های کاربری، به مخاطبان این امکان را می‌دهند که از طریق رشد و تحول شخصیت‌های اصلی، رهایی عاطفی را تجربه کنند. هنگامی که اینرسی رفتاری شکل می‌گیرد، حفظ مخاطب به طور طبیعی دنبال می‌شود. ویژگی‌هایی مانند «تقویم‌های بهروزرسانی» که در آن کاربران با تکمیل تماشای روزانه، یک تقویم را روشن می‌کنند، این چرخه رفتاری را تقویت می‌کنند. علاوه بر این، بینندگان اغلب از طریق همدان‌پنداری با شخصیت‌ها، نیازهای روانی مانند «غلبه بر سختی‌ها»، «محبوب بودن» و «جستجوی آزادی» را برآورده می‌کنند. «انتظار جایگزینی» به عنوان یک بُعد مهم در انگیزه کاربر، نه تنها شکل‌دهنده رفتار است، بلکه پیامدهای عملی برای بهینه‌سازی سیستم‌های پیشنهاددهنده نیز دارد. طراحان می‌توانند با شناسایی گزینه‌های جایگزین بالقوه و ترجیحات محتوایی کاربران، «انتظار جایگزینی» را در منطق شخصی‌سازی بگنجانند و سپس به صورت پویا میکرو-درام‌هایی را ارائه دهند که نیازهای مشابه یا زمینه‌های موقعیتی را برآورده می‌کنند و در نتیجه نرخ ریزش کاربران را کاهش می‌دهند. در کنار این عناصر، «انگیزه زیبایی‌شناختی» و کیفیت تولید همچنان به عنوان شتاب‌دهنده‌های غوطه‌وری عمل می‌کنند. در نهایت، پلتفرم‌ها باید به بینش‌های مبتنی بر داده‌ها در مورد نیازهای کاربر تکیه کنند، فناوری‌های هوشمند را برای بهبود تجربه جریان (Flow Experience) ادغام کنند و هم‌آفرینی ارزش را در میان سازندگان، پلتفرم‌ها و کاربران ترویج دهند.

این مطالعه محدودیت‌های خاصی دارد. داده‌ها صرفاً از کاربران چینی جمع‌آوری شده‌اند که ممکن است تعمیم‌پذیری فرهنگی یافته‌ها را محدود کند. علاوه بر این، این مطالعه بیشتر بررسی نکرد که آیا تفاوت‌های سنی بر روابط بین انگیزه تماشا، تجربه جریان و قصد تماشای مداوم تأثیر می‌گذارد یا خیر. از آنجا که کاربران میانسال و جوان‌تر در نمونه بیش از حد نمایندگی شده بودند، کاربرد نتایج برای گروه‌های سنی مسن‌تر ممکن است محدود باشد. بنابراین، تحقیقات باید برای بهبود اعتبار بیرونی مدل، اعتبارسنجی میان‌فرهنگی را انجام داده و گروه‌های سنی متعادل‌تری را شامل شود.

با کاربرد عمیق‌تر فناوری‌هایی مانند 5G و هوش مصنوعی، صنعت میکرو-درام فرصت‌های نوآوری بسیار بیشتری را در بر خواهد گرفت. آینده ممکن است شاهد ظهور درام‌های تعاملی و میکرو-درام‌های مبتنی بر واقعیت مجازی باشد که به کاربران تجربه‌ای فراگیرتر و شخصی‌سازی‌شده‌تر ارائه می‌دهند.

تجربیات مشاهده. تنها از طریق نوآوری نظام‌مند مبتنی بر درک روشن سازوکارهای روان‌شناختی کاربران است که پلتفرم‌ها می‌توانند به رقابت‌پذیری بلندمدت دست یابند. با پیشرفت صنعت به مرحله‌ای از توسعه پالایش‌یافته، پلتفرم‌هایی که پژوهش‌های انگیزشی را با طراحی محصول به‌طور موفقیت‌آمیز ادغام می‌کنند، پتانسیل رشد گسترده‌تری خواهند داشت.

منابع

- [1] کی. وای. کیم، جی. ام. جونگ، ای. جی. لی، چه چیزی باعث پذیرش و استفاده از برنامه‌های تلفن هوشمند می‌شود؟ - عوامل مؤثر بر میزان استفاده، استفاده مداوم و توصیه، مجله کره‌ای روزنامه‌نگاری و مطالعات ارتباطات، (۲۰۱۱)، جلد ۵۵، شماره ۶، صفحات ۲۲۷-۲۵۲.
در دسترس از: <https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE01757398>
- [2] پارک، اس. ای. و لی، کی. دبلیو، پژوهشی در مورد توزیع‌کنندگان محتوای ویدیویی آنلاین در چین، مجله انجمن محتوای کره، (۲۰۱۶)، جلد ۱۶، شماره ۵، صفحات ۱۳۷-۱۴۷.
DOI: 10.5392/JKCA.2016.16.05.137
- [3] ۲۰ <https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0120/c132-11233.html> ژانویه (۲۰۲۵)
- [4] ام. جی. هام، اس. دبلیو. لی، قابلیت جایگزینی درک‌شده بین کلیپ‌های ویدیویی Naver TV Cast و برنامه‌های تلویزیونی عادی، مجله انجمن محتوای کره، (۲۰۱۹)، جلد ۱۹، شماره ۶، صفحات ۹۲-۱۰۴.
DOI: 10.5392/JKCA.2019.19.06.092
- [5] کی. اچ. کانگ، مطالعه‌ای بر ویژگی‌های درام وب اولیه، پژوهش درام (۲۰۲۴)، جلد ۷۴، صفحات ۳۸۸-۴۲۶.
در دسترس از: <https://kiss.kstudy.com/Detail/Ar?key=4131855>
- [6] J. H. Ahn، پژوهشی در مورد انگیزه تماشای محتوای کوتاه و همبستگی آن با عوامل تجربی، مجله فناوری و سیستم‌های اطلاعات دانش، (۲۰۲۳)، جلد ۱۸، شماره ۶، صفحات ۱۴۳۱-۱۴۳۹.
DOI: 10.34163/jkits.2023.18.6.003
- [7] ۲۴ https://www.nрта.gov.cn/art/2023/12/24/art_3731_66456.html دسامبر (۲۰۲۳)
- [8] اچ. وای. پان، پژوهشی در مورد استراتژی بازاریابی و ویژگی‌های روایی مینی‌درام‌های آنلاین، E-Commerce (Letters)، (۲۰۲۴)، جلد ۱۳، شماره ۳، صفحات ۴۵۸۱-۴۵۸۷.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133561
- [9] یو. اف. زو، جی. ام. کیم، تحلیلی بر تأثیر پخش کمدی تک‌نفره در چین بر انگیزه تماشای بینندگان و رضایت از تماشا و قصد ادامه تماشای، پژوهش طراحی ارتباطات، (۲۰۱۷)، جلد ۵۹، صفحات ۳۵۲-۳۶۱.
در دسترس از: <https://kiss.kstudy.com/Detail/Ar?key=3516950>
- [10] Y. لی، H. E. لی، مطالعه‌ای بر تأثیر انگیزه تماشای ویدیوهای ASMR بر رضایت از تماشا و قصد ادامه تماشای، مجله مطالعات ارتباطات کره، (۲۰۲۰)، جلد ۱۹، شماره ۲، صفحات ۹۷-۱۲۷.
در دسترس از: <https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE09385559>
- [11] سون، جی. جی.، «تأثیر انگیزه تماشا برای محتوای پولی OTT بر حالت جریان و قصد تماشای مداوم»، مجله تحقیقات مدیریت ۲۰۲۳ (ESG)، جلد ۷، شماره ۲، صفحات ۱-۱۴.
DOI: 10.37846/soch.7.2.39
- [12] ژانگ، م.، «پژوهشی در انگیزه و رفتار تماشای مخاطبان ولاگ»، دانشگاه جینان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، (۲۰۲۰).
DOI: 10.27167/d.cnki.gjinu.2020.000460
- [13] ام. چیکسنت‌میهایلی، فراتر از کسالت و اضطراب، جوزی-باس، (۲۰۰۰)
در دسترس از: <https://psycnet.apa.org/record/2000-12701-000>
- [14] L. Zhao, Y. Lu, B. Wang, W. Huang، چه چیزی آنها را آنلاین خوشحال و کنج‌کاو می‌کند؟ یک مطالعه تجربی بر استفاده دانش‌آموزان دبیرستانی از اینترنت از دیدگاه نظریه خودتعیینی، (۲۰۱۱) (Computers & Education)، جلد ۵۶، شماره ۲، صفحات ۳۴۶-۳۵۶.

- [15] H. Wang, J. Ding, U. Akram, X. Yue, Y. Chen, مطالعه‌ای تجربی بر تأثیر ویژگی‌های زنده تجارت الکترونیک بر قصد خرید مصرف‌کنندگان: از دیدگاه تجربه جریان و حضور اجتماعی, (Information,)2021, جلد 12, شماره 8, صفحه 324.
DOI: 10.3390/info12080324
- [16] C. Y. Lee, Y. B. Jeon, تأثیرات ویژگی‌های گزارشگران ورزشی KBO بر تعامل رسانه‌ای و قصد تماشای مداوم, مجله علوم ورزشی کره, (2021), جلد 86, صفحات 61-71.
DOI: 10.51979/KSSLS.2021.10.86.61
- [17] جی. دیلیو. لی, مطالعه‌ای بر نگرش مصرف‌کنندگان کره‌ای و چینی به رسانه‌های اجتماعی, مجله علوم توزیع, (2019), جلد 22, شماره 4, صفحات 69-80.
در دسترس از: <https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE12135775>
- [18] Y. Liu, عوامل مؤثر بر قصد استفاده مداوم از اپلیکیشن‌های ویدیوی کوتاه: با تمرکز بر اپلیکیشن تیک‌تاک (دوبین) چین, مجموعه مقالات کنفرانس انجمن ارتباطات کره, (2019), صفحات 61-62.
در دسترس از: <https://www.earticle.net/Article/A355466>
- [19] لی, ام. سی. و ژائو, و. ک., مطالعه‌ای بر تمایل و رفتار پایدار مخاطبان چینی نسبت به موزیکال‌های کره‌ای, تحقیقات علوم اجتماعی کره-چین, (2023), جلد 69, صفحات 171-191.
DOI: 10.36527/KCSSS.21.4.8
- [20] وی. ونکاتش, ام. جی. موریس, جی. بی. دیویس, اف. دی. دیویس, پذیرش فناوری اطلاعات توسط کاربر: به سوی یک دیدگاه یکپارچه, 2003 (MIS Quarterly), جلد 27, شماره 3, صفحات 425-478.
DOI: 10.2307/30036540
- [21] وی. ونکاتش, جی. وای. ال. شو, پذیرش و استفاده مصرف‌کننده از فناوری اطلاعات: گسترش نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری, فصلنامه 2003 (MIS), جلد 27, شماره 3, صفحات 425-478.
DOI: 10.2307/41410412
- [22] یاو, ال. وای, «پژوهشی در مورد عوامل مؤثر بر رفتار تماشای ویدیوهای کوتاه نقد فیلم توسط کاربران», دانشگاه جینان, پایان‌نامه کارشناسی ارشد, (2022).
DOI: 10.27167/d.cnki.gjinu.2022.000972
- [23] J. Tavares, A. Goulão, T. Oliveira, پذیرش سامانه‌های پرونده الکترونیک سلامت: مدل تجربی مبتنی بر UTAUT2, انفورماتیک برای سلامت و مراقبت اجتماعی, (2018), جلد 43, شماره 2, صفحات 109-125.
DOI: 10.1080/17538157.2017.1363759
- [24] C. H. C. Hsu, L. A. Cai, M. Li, «انتظار, انگیزه و نگرش: یک مدل رفتاری گردشگر», مجله تحقیقات سفر, (2010), جلد 49, شماره 3, صفحات 282-296.
DOI: 10.1177/0047287509349266
- [25] ایکس. بی. سی. تانگ, پژوهشی در مورد انگیزه‌های مؤثر بر رفتار خالقان ویدیوهای کوتاه, IEEE Access, (2020), جلد 8, صفحات 188415-188428.
در دسترس از: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9211390>
- [26] Y. X. Skadberg, J. R. Kimmel, تجربه جریان بازدیدکنندگان هنگام گشت‌وگذار در یک وبسایت: اندازه‌گیری, عوامل مؤثر و پیامدهای آن, (Computers in Human Behavior,)2004, جلد 20, شماره 3, صفحات 403-422.
DOI: 10.1016/S0747-5632(03)00050-5
- [27] تی. اس. یارک, «تأثیرات کیفیت خدمات اجراهای موسیقی ارکسترال سنتی کره‌ای بر ارزش خدمات, رضایت تماشاگران و قصد بازگشت», مجله انجمن صنعت سرگرمی کره, (2022), جلد 16, شماره 1, صفحات 43-56.
DOI: 10.21184/jkeia.2022.1.16.1.43
- [28] ت. مولا, ارزیابی عوامل مؤثر بر پذیرش پلتفرم‌های پخش فراگیر (Over-the-Top): یک مرور ادبی از سال 2007 تا 2021, تله‌ماتیکس و انفورماتیکس, (2022), جلد 69, صفحه 97.
DOI: 10.1016/j.tele.2022.101797

تأثیر انگیزه تماشای میکرو-درام بر تجربه جریان و قصد تماشای مداوم: شواهدی از کاربران چینی بر اساس مدل UTAUT2 [29] Z. Du, S. K. Kim, S. J. Limb, مطالعه‌ای بر روابط میان انگیزه مخاطب، جریان تماشا، رضایت و وفاداری در تماشای درام تعاملی: با تمرکز بر مخاطبان چینی، مجله آسیا-اقیانوسیه کسب‌وکار، (۲۰۲۲)، جلد ۱۳، شماره ۳، صفحات ۱۵۷-۱۷۰.

DOI: 10.32599/apjb.13.3.202209.157

[30] ای. ای. وای. چوی، نقش واسطه‌ای تعامل بین انگیزه تماشا و جریان (Flow) در پخش ورزشی شبکه‌های چندکاناله، Sage (Open)، جلد ۱۲، شماره ۱.

DOI: 10.1177/21582440211068513

[31] دی. بی. هو، سی. جی. کیم، تأثیر انگیزه استفاده از رسانه در کاربران تیکتاک بر غرق‌شدگی و وفاداری در شبکه‌های اجتماعی: با تمرکز بر فرهنگ تبلیغات تیکتاک، مجله مطالعات صنعت فرهنگ، (۲۰۲۲)، جلد ۲۲، شماره ۴، صفحات ۵۸-۴۷.

DOI: 10.35174/JKCI.2022.12.22.4.47

[32] بی. اس. لی، مطالعه‌ای همگرایی در مورد غوطه‌وری رابطه‌ای محتوا در سرویس OTT بر رضایت بیننده و قصد ادامه تماشا، مجله انجمن همگرایی هنر و رسانه کره، (۲۰۲۲)، جلد ۴۰، شماره ۲، صفحات ۲۶۹-۲۸۲.

DOI: 10.17548/ksaf.2022.03.30.269

[33] S. E. Chong, X. J. Lim, J. H. Cheah, K. K. Tee, از صفحه به صحنه: بررسی عواملی که بر حالت جریان و گرایش‌های بازدید از مقصد واقعی در ویدیوهای کوتاه سفر تأثیر می‌گذارند، مسائل جاری در گردشگری، (۲۰۲۴)، جلد ۱، شماره ۱، صفحات ۱-۲۰.

DOI: 10.1080/13683500.2024.2400183

[34] ایکس. لو، آر. ژانگ، وای. سو، و وای. یانگ، بررسی چگونگی تأثیر پخش زنده بر رفتار خرید فوری و قصد تماشای مداوم: یک تحلیل چندگروهی، مجله بازاریابی سفر و گردشگری، (۲۰۲۲)، جلد ۳۹، شماره ۱، صفحات ۱۰۹-۱۳۵.

DOI: 10.1080/10548408.2022.2052227

