

НАГЛАСИ КЪМ СПОДЕЛЯНЕТО НА ИНФОРМАЦИЯ ВЪВ ВИРТУАЛНА ОБЩНОСТ ПРИ ВЗЕМАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ

¹ Г. Менгов, И. Зиновиева, М. Караиванова, Е. Паунова-Маркова

Софийски университет „Климент Охридски“

¹g.mengov@feb.uni-sofia.bg

Резюме. *Изследванията върху поведението на младите хора във виртуалните социални мрежи се насочват основно към техните личностни особености и евентуални промени в тези особености, или върху обобщени характеристики на самите мрежи. Последното се практикува най-често, когато обект на виртуално обсъждане са покупки на различни стоки и услуги или впечатленията от преживявания като почивки, масови увеселения и други подобни. Сравнително малко внимание се отделя на нагласите и мотивите на младите хора да споделят точна информация в мрежата. Настоящата статия представя икономико-психологически експеримент, с който се изследват именно тези нагласи. Посредством концептуален клъстерен анализ те се обобщават в най-типични категории. Беше установено, че младите хора като правило действат добронамерено и се стремят да споделят достоверна информация, която да помогне на другите членове на мрежата.*

Ключови думи: *Нагласи за споделяне на информация; икономически решения; виртуални социални мрежи.*
