虚拟社区感（彭晓东和申光龙，2016）

（Sense of Virtual Community, SVC ）

简介

虚拟社区感是社会成员关于虚拟社会的成员感，影响力和沉浸的个人感受。成员感反映的是成员对虚拟社区的归属感。影响力反映的是对社区内其他成员的影响程度。沉浸感反映的是成员沉溺于社区的一种状态，描述的是一种社区卷入度。

信度与效度

通过对477名虚拟社区参与者的信效度检验显示，成员感、影响力和沉浸的组合信度分别为0.871,0.877，0.724,0.882；平均变异抽取量分别为0.692，0.706,0.713。

量表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 我觉得自己是这个社区中的一名成员 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | 我觉得虚拟社区里的成员就像我的好朋友一样 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | 我更愿意与我所在的虚拟社区的成员们交流 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 我经常在社区中发帖/回帖 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | 社区中的很多人都会浏览我的帖子 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 我在游戏论坛中是比较活跃的一员 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | 我会花很多时间在虚拟社区论坛上 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | 我因为参与到虚拟社区中而影响了其他活动安排 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | 我经常积极回应社区中其他成员的话题 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

计分方法

成员感：共3道题，第1-3题；

影响力：共3道题，第4-6题；

沉浸：共3道题，第7-9题；

量表出处

彭晓东, & 申光龙. (2016). 虚拟社区感对顾客参与价值共创的影响研究——基于虚拟品牌社区的实证研究. 管理评论, 28(11), 106–115.

OBHRM（[www.obhrm.net](http://www.obhrm.net)）整理，供学者在学术研究中使用，商业使用请与原作者联系。为了尊重作者的劳动成果，请规范引用，谢谢！