

عنوان مقاله:

نقش خودافشایی متنی و تصویری در پیش بینی میزان محبوبیت کاربران اینستاگرام

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی وب پژوهی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

عماد اشرفی - استادیار، گروه روانشناسی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران

فاطمه سادات حسینی - کارشناسی ارشد، خانواده درمانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران

خلاصه مقاله:

امروزه اینستاگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی در فضای مجازی به یک پدیده اجتماعی تبدیل شده و مورد مطالعه پژوهشگران قرار گرفته است. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش خودافشایی متنی و تصویری در پیش بینی میزان محبوبیت کاربران اینستاگرام است. به همین منظور تعداد 300 پست از کاربران اینستاگرام که صفحه شخصی شان عمومی بود به شیوه نمونه گیری در دسترس انتخاب شد و مورد بررسی قرار گرفت. برای هر پست میزان محبوبیت با استفاده از تعداد لایک و میزان خودافشایی با استفاده از شاخص های ظاهری مرتبط با متن و تصویر مربوط به آن پست سنجیده شد. داده ها با استفاده از مدل رگرسیون چندگانه تحلیل شد. نتایج نشان داد میان میزان محبوبیت و خودافشایی متنی رابطه مستقیم و با خودافشایی تصویری رابطه معکوس وجود دارد. در نتیجه، می توان گفت هر نوع خودافشایی در فضای مجازی لزوماً منجر به محبوبیت بیشتر نمی شود. خودافشایی در صورتی منجر به افزایش محبوبیت می شود که باور مثبت ایجاد کند. با این وجود با بررسی گروه های خاص و انواع دیگر خودافشایی، ممکن است اطلاعات بیشتری در این زمینه کسب شود.

کلمات کلیدی:

شبکه اجتماعی، فضای مجازی، محبوبیت، خودافشایی، اینستاگرام

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/657801>

