Автор: Administrator
09.06.2016 21:16 -

Ученые из университета Блумингтона в Индиане, а также Южно-Калифорнийского университета выяснили, что число положительных и отрицательных твитов в ленте юзера мини-блога Twitter способно оказать влияние на эмоциональную окраску его будущих записей, сообщает журнал PLoS ONE. Таким образом, через Твиттер передается эмоциональное заражение.

Феномен толпы

Получается, что здесь эмоции передаются, как и в толпе. Но для образования подобного феномена не нужна синхронизация невербальных проявлений и наблюдение.

Ученые взяли выборку из 3800 пользователей социально сети, которые делали хотя бы 1 твит в течение недели. Вся совокупность данных твитов за ту неделю составляла первый набор информации. После этого была сформирована вторая подборка из пользователей, на которых был подписан каждый из участников первой выборки.

Ход эксперимента

Из всей совокупности записей второй выборки ученые отобрали те, что предшествовали на протяжении часа каждой из записей представителей первой группы. Так, получилось отследить влияние твитов одних пользователей на содержание записей из последователей.

На втором этапе все записи, которые содержали только текст, без видео, ссылок и фотографий, изучали путем способа анализа тональности текста или сентимент анализа. Он помогает определить мнение автора по отношению к ситуации или объекту, а значит, определить 3 вида оценок: нейтральная, отрицательная, положительная.

В этой ситуации ученые пользовались алгоритмом Senti Strength. Он специально создано для анализа кратких сообщений с аббревиатурами, сокращениями, эмотиконами, слэнгом и т.д. После ученые определяли, к какой из трех позиций относится каждая совокупность записей, что предшествует в течение 60 минут каждому твиту пользователей из первой группы. Далее отбирались те, которые характеризовались в виде положительных и отрицательных. Итоговой процедурой было определение зависимости между эмоциями твитов первой группы и предшествующими твитами.

Что выяснилось

Оказалось, что если на протяжении часа пользователь видел в ленте записи, которые на 4,34% превышали пороговое значение отрицательных твитов, то он с большой вероятностью тоже добавлял негативный твит. Для положительных твитов пропорция должна сдвигаться на 4,5%. Тогда пользователь тоже добавлял положительный твит.

Таким образом, феномен эмоционального заражения прослеживается даже среди записей в Twitter. А коэффициент взаимосвязи между эмоциональной окраской предшествующих твитов и реакции был высокий: $R2 = 0,975$.