Автор: Administrator
23.03.2014 14:43 -

Недавно в СМИ поступила информация о том, что люди, которые общаются в разных соцсетях, могут заражаться настроениями своих друзей. Маленький нюанс: позитивное влияние одних на других более сильное, чем негативное. Чтобы выяснить все сказанное выше, исследователи провели анализ более 1 млрд. статусов, которые публиковались сотнями миллионов людей в соцсети «Facebook». Статусы публиковались в период с января 2009 – по март 2012 гг. Авторы пришли к выводу, что негативное мнение друзей – негативные сообщения среди всех online-друзей. Позитив – положительная реакция, но с более большим влиянием и охватом, чем в случае с «плохими» новостями.

Ход исследования

Ученые не обрабатывали данные вручную. Все сделала за них программа в автоматическом режиме. Именно компьютер вел оценку эмоциональной составляющей каждого статуса, который был обновлен. Чтобы данные эксперимента были более объективными, из него исключили посты, которые имели связь с явлениями, происходящими в природе (например, погода). Параллельно с выяснением ответа на главный вопрос ученые ответили и на второстепенный. Так, к примеру, негативный пост, опубликованный в Сети, порождает ответную реакцию среди 1,29 друзей, а позитивный вызывает 1,75 положительных обновлений у товарищей. Авторы не рассматривали посты граждан, проживающих в одном населенном пункте. Если бы они брали во внимание их, то «эмоциональная инфекция» была бы более большой по охвату.

В этот раз исследование проводили сотрудники из Университета Калифорнии. Они смогли доказать, что радость действительно заражает. Необязательно радоваться «вживую», можно поднимать свое настроение через online-сообщения. Если на улице шел дождь, то кол-во негативно окрашенных постов увеличивается на 1,16%, а вот число позитивных уменьшалось на 1,19%. По сути, исследователи пытались понять, как эмоции одного человека влияют на настрой других. Устранение «погодного эффекта» велось с помощью ограничения анализа друзей, которые проживают в других городах, где дождливая погода не наблюдалась. Дождь – не тема исследуемых постов.

Д. Фоулер (профессор) говорит, что ранее никто не оценивал эффект, который производится статусами в соцсетях. Теперь же, скорее всего, ситуация изменится. Его будут использовать для массового воздействия на граждан, создавая нужную эмоциональную обстановку в обществе, влияя на психическое и физическое состояние людей.