

Τα λήματα των e-mail μας αποκάλυψαν πολλά για το φύλο τους, ακόμη και για τα συναισθήματά τους ή τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους.



Τα e-mail δεν

είναι απλά κείμενα χωρίς βάθος, αντιθέτως μπορούν να αποκαλύψουν πολλά για το φύλο του αποστολέα τους, ακόμη και για τα συναισθήματά του ή τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του.

Ο Σαίφ Μοχάμαντ και οι συνεργάτες του από το Εθνικό Ερευνητικό Συμβούλιο του Καναδά χρησιμοποίησαν την ανάλυση συναισθημάτων για να φέρουν στο φως το τι ακριβώς κρύβεται πίσω από ένα φαινομενικά «ξύλινο» e-mail. «Ο συγκεκριμένος είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να εξαγάγουμε δεδομένα σχετικά με το συναισθηματικό περιεχόμενο τεράστιων ποσοτήτων κειμένου» ανέφερε ο δρ Μοχάμαντ και πρόσθεσε: «Έχουν υπάρξει πολλές μελέτες βασισμένες στα θετικά και στα αρνητικά [συναισθήματα](#), ωστόσο με το πλήθος των διαθέσιμων στοιχείων είναι λογικό το να προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε τι μπορούμε να μάθουμε διερευνώντας όλα τα [συναισθήματα](#) ενός ατόμου».

Βάση δεδομένων

Η ερευνητική ομάδα δημιούργησε μια τεράστια... συναισθηματική βάση δεδομένων, στην οποία ζευγάρωσε 24.200 λέξεις με συναισθήματα - για παράδειγμα η λέξη «παγωτό» ζευγάρωσε με τη λέξη «χαρά» ενώ η λέξη «κηπουρική» με τη λέξη «ηρεμία». Στη συνέχεια αυτή η βάση δεδομένων συγκρίθηκε με λέξεις που περιείχονταν σε 32.045 e-mail τα οποία δημοσιοποιήθηκαν μετά το σκάνδαλο της Enron. Μέσω της σύγκρισης οι

επιστήμονες μπόρεσαν να εκτιμήσουν τον συναισθηματικό τόνο των e-mail και να δουν κατά πόσο αυτά εμφάνιζαν διαφορές ανάλογα με το φύλο του αποστολέα.

Το φύλο και το κείμενο

Σύμφωνα με τα ευρήματα, παρουσιάστηκε αξιοσημείωτη διαφορά μεταξύ των δύο φύλων. Οι γυναίκες είχαν την τάση να χρησιμοποιούν λέξεις που σχετίζονταν με τη χαρά ή τη λύπη ενώ οι άνδρες προτιμούσαν λέξεις που συνδέονταν με τον φόβο ή την εμπιστοσύνη. Και τα δύο φύλα πάντως χρησιμοποιούσαν πιο «ξώχαρες» λέξεις όταν έγραφαν e-mail σε γυναίκα ενώ οι άνδρες χρησιμοποιούσαν πιο «προβλεπτική» γλώσσα όταν απευθύνονταν σε γυναίκες (με χρήση ρημάτων όπως το «προετοιμάσου» ή «έλπικε»).

Η ερευνητική ομάδα προσπάθησε επίσης να διακρίνει χαρακτηριστικά της προσωπικότητας με βάση το συναισθηματικό περιεχόμενο των e-mail. «Αν κάποιος θυμώνει πού και πού, εντάξει. Αν όμως κάποιος είναι συνεχώς θυμωμένος, τότε αυτό αποτελεί χαρακτηριστικό της προσωπικότητάς του» ανέφερε ο δρ Μοχάμαντ. Με «όπλο» τους μια διαφορετική βάση δεδομένων που περιελάμβανε 585 συναισθήματα και σχετικές λέξεις οι οποίες είχαν «συλληφθεί» από tweets και hashtags, οι ερευνητές «δίδαξαν» έναν αλγόριθμο ώστε να εντοπίζει διάφορους τύπους προσωπικότητας από ένα μικρό κείμενο.

Ο αλγόριθμος-«ψυχολόγος»

Χιλιάδες δείγματα κειμένων που ψυχολόγοι έκριναν ότι αντιπροσωπεύουν πέντε κύρια χαρακτηριστικά της προσωπικότητας (εξωστρέφεια, νευρωτισμός, δεκτικότητα, ευσυνειδησία, ειλικρίνεια) χρησιμοποιήθηκαν ώστε να «εκπαιδεύσουν» τον αλγόριθμο προκειμένου να καταφέρει να ενώνει συνδυασμούς συναισθημάτων με χαρακτηριστικά της προσωπικότητας. Όπως προέκυψε, η τελική ανάλυση του αλγορίθμου συμφωνούσε με τις εκτιμήσεις των ψυχολόγων στην πλειονότητα των περιπτώσεων.

Η ανάγνωση... κάτω από τις γραμμές των e-mail αναμένεται να βοηθήσει στον εντοπισμό προειδοποιητικών σημάτων που μαρτυρούν κατάθλιψη ή αυτοκτονικές συμπεριφορές, ακόμη και στον εντοπισμό υπόπτων σε online εγκλήματα. Υπάρχει όμως και μια... μεγαλύτερη εικόνα. «Αν για παράδειγμα ήθελε κάποιος να γνωρίζει πώς έγινε αποδεκτή από το κοινό η παρουσίαση του τελευταίου iPhone, τότε μια βαθιά συναισθηματική ανάλυση στα κοινωνικά δίκτυα θα παρείχε πολλές και ενδιαφέρουσες πληροφορίες» σημείωσε ο δρ Μοχάμαντ. Σε κάθε περίπτωση, όπως και ο ίδιος παραδέχθηκε, απαιτούνται περαιτέρω έρευνες προτού αυτά τα ευρήματα χρησιμοποιηθούν ευρέως.

Πηγές: tovima.gr - newpost.gr