

Το Facebook επηρεάζει τα συναισθήματα των χρηστών

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#)



Τα συναισθήματα ενός χρήστη ενός μέσου κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επηρεάσουν τους διαδικτυακούς του φίλους. Στο συμπέρασμα αυτό κατέληξε μια ομάδα κοινωνικών επιστημόνων από τα πανεπιστήμια των Κορνέλ, Καλιφόρνια και Σαν Φρανσίσκο.

Οι πανεπιστημιακοί ερευνητές επέλεξαν τυχαία 689.003 ανθρώπους, από τους 1,3 δισεκατομμύρια λογαριασμούς χρηστών του Facebook, και «φίλτραραν» τις δημοσιεύσεις που εμφανίζονταν στη ροή ειδήσεων του προφίλ τους, μειώνοντας είτε τα «καλά» είτε τα κακά νέα που θα μπορούσε να διαβάσει κάποιος.

Οι χρήστες, οι οποίοι διάβαζαν τις λιγότερες θετικές ειδήσεις, άρχισαν να χρησιμοποιούν περισσότερες λέξεις με αρνητικό νόημα, σε αντίθεση με εκείνους που διάβαζαν λιγότερες αρνητικές ειδήσεις και οποίοι χρησιμοποιούσαν πλέον λέξεις με πιο θετικό νόημα, όπως υποστηρίζει ο καθηγητής του πανεπιστημίου του Κορνέλ Τζεφ Χάνκοκ.

Επιπλέον, οι ερευνητές παρατήρησαν ότι οι άνθρωποι που διάβαζαν τις πιο αρνητικές ειδήσεις, σταματούσαν να μοιράζονται με τους φίλους τους τη συναισθηματική τους κατάσταση.

Προηγούμενα πειράματα έχουν δείξει ότι αυτή η «μετάδοση συναισθημάτων» είναι ορατή και στην πραγματική ζωή, καθώς φαίνεται ότι ένας πολύ χαρούμενος άνθρωπος κάνει πιο ευτυχισμένους όσους αλληλεπιδρούν μαζί του.

«Η παρατήρηση αυτή, καθώς και το γεγονός ότι οι άνθρωποι εμφανίζονται πιο

θετικοί απέναντι σε θετικές δημοσιεύσεις, έρχεται σε αντίθεση με θεωρίες που υποστηρίζουν ότι η προβολή θετικών μηνυμάτων, μπορεί να επηρεάσει αρνητικά κάποιον χρήστη του Facebook», επισημαίνει ο καθηγητής Χάνκοκ.

Λόγω της πολιτικής δεδομένων χρήσης του Facebook, οι ερευνητές διευκρινίζουν ότι ποτέ δεν είδαν το περιεχόμενο των μηνυμάτων, αλλά απλά υπολόγισαν τον αριθμό των λέξεων με θετικό και αρνητικό νόημα, σε περισσότερες από 3 εκατομμύρια δημοσιεύσεις.

Σύμφωνα με τη μελέτη, 4 εκατομμύρια λέξεις αντιστοιχούσαν σε θετικά συναισθήματα και 1,8 εκατομμύρια σε αρνητικά.

Πηγή: ikypros.com