

Воздействие социальных сетей на формирование эмоций у общества в период пандемии

ПОДГОТОВИЛА СЕРЕБРЯКОВА АРИНА

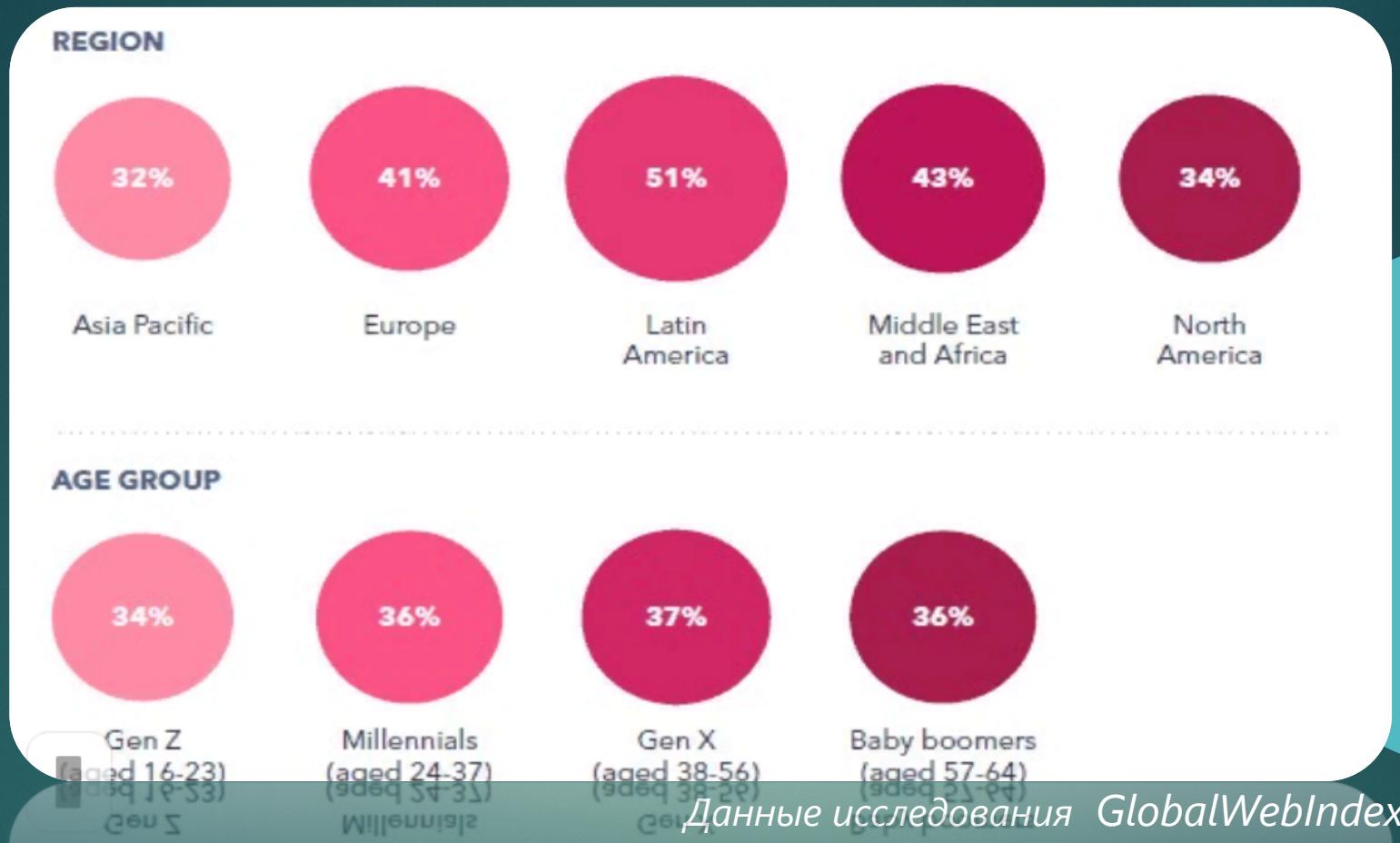
- ▶ По [данным](#) компании GlobalWebIndex, которая в середине марта опросила более 12 тысяч человек из 13 стран, 45% пользователей стали проводить больше времени в социальных сетях. Согласно апрельскому [исследованию](#) Nielsen, люди на 20 % чаще, используют соцсети, чтобы поддерживать контакт друг с другом в период изоляции и более половины (51%) респондентов проверяют новости на тему коронавируса несколько раз в день, чтобы оставаться в курсе происходящего.
- ▶ С середины марта 2020 года в России тоже существенно выросло медиапотребление:
 - Рост трафика домашнего интернета на 16% в России;
 - Рост поискового трафика в интернете на 24% по всей России;
 - Рост мобильного Интернет-трафика в России – 40%;
 - В четыре раза выросла активность в соцсетях и мессенджерах, а доля трафика в них выросла почти вдвое — до 18%
- ▶ Источник: *Google Trends, WordStream*



Источник: *Telecom Daily*

Из результатов опроса *Telecom Daily* мы видим, что социальные сети входят в топ-5 занятий, на которые население тратит свободное время в период самоизоляции.

Таким образом, социальные сети и социальные медиа являются одним из топовых инструментов для взаимодействия с аудиторией.



Данные исследования GlobalWebIndex 2020

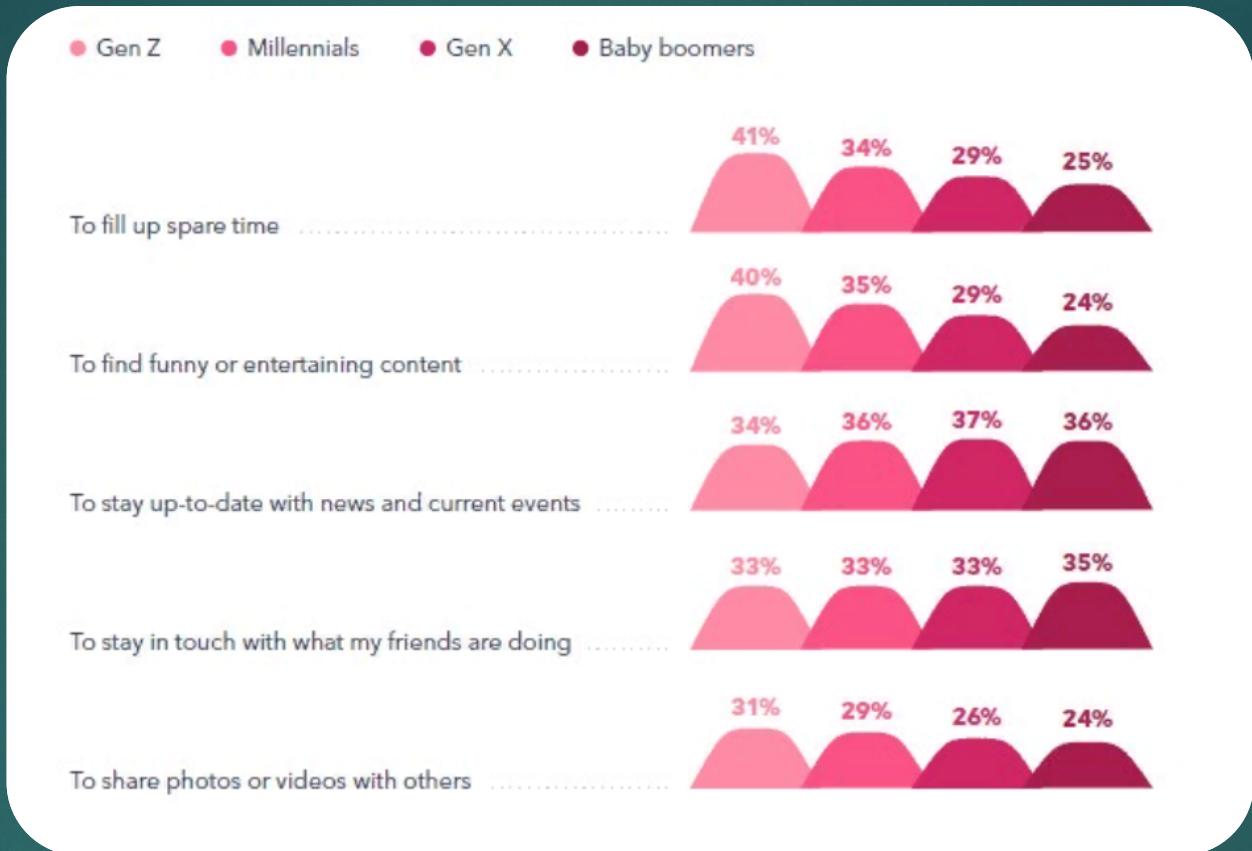
% пользователей, для которых социальные сети — это основной способ оставаться в курсе новостей. Распределение по возрасту и региону

В среднем около 35% интернет-пользователей всех возрастных групп следят за новостями через Facebook, Twitter, Instagram и другие платформы. Что касается распределения по регионам, в лидерах стран Латинской Америки, — соцсети в качестве источника новостей использует 51% пользователей.

Фейковая информация



Фейковые новости — еще одно подтверждение того, что обсуждения в социальных сетях способны сильно влиять на общественное мнение и эмоциональный фон, вызывая панические настроения.



Данные исследования GlobalWebIndex 2020

Распределение ответов пользователей на вопрос о том,
зачем они сидят в социальных сетях

Выводы

Таким образом, новостные порталы, вызывающие наибольший эмоциональный отклик у читательской аудитории, могут оказывать влияние на формирование доминирующих эмоций у пользователей.

Оценка данной ситуации условиях пандемии, позволяет сделать вывод, что повышенный интерес к публикациям негативного характера свидетельствует о высоком уровне тревожности и стресса у населения, который с большей вероятностью связан с пандемией и резонирует с массовой паникой.