

The background features a silhouette of a person with their arms outstretched, centered against a blue gradient. Surrounding the person is a complex network of thin white lines connecting various circular icons. These icons represent a wide range of concepts: technology (laptop, smartphone, headphones, camera), communication (megaphone, speech bubble, ear), social media (Facebook 'f', Twitter 't', shopping cart), health (heart, first aid kit, sun, hand sanitizer), and general life (family, tree, fuel pump, tools).

Воздействие социальных сетей на формирование эмоций у общества в период пандемии

ПОДГОТОВИЛА СЕРЕБРЯКОВА АРИНА

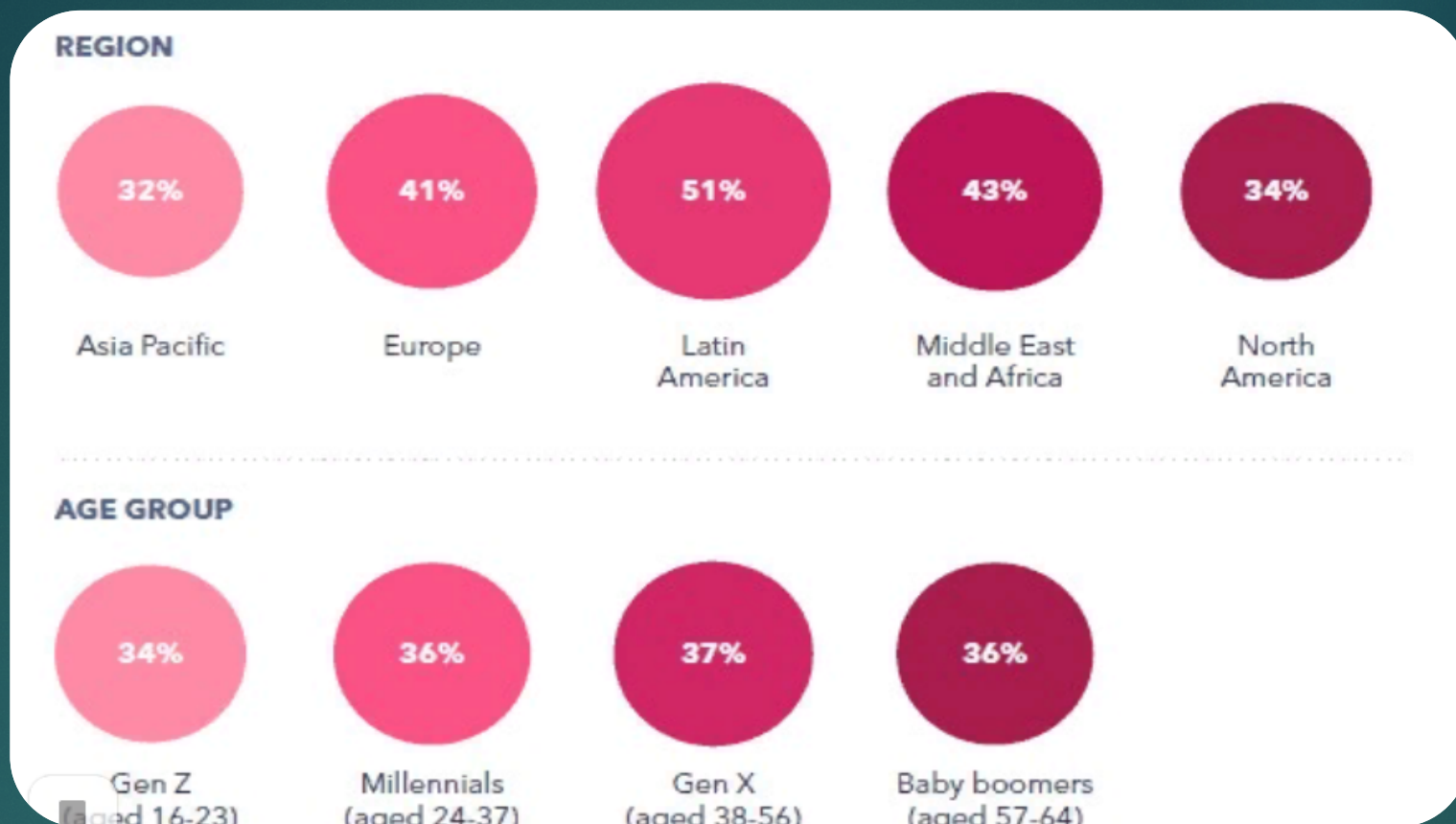
- ▶ По данным компании GlobalWebIndex, которая в середине марта опросила более 12 тысяч человек из 13 стран, 45% пользователей стали проводить больше времени в социальных сетях. Согласно апрельскому исследованию Nielsen, люди на 20 % чаще, используют соцсети, чтобы поддерживать контакт друг с другом 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*

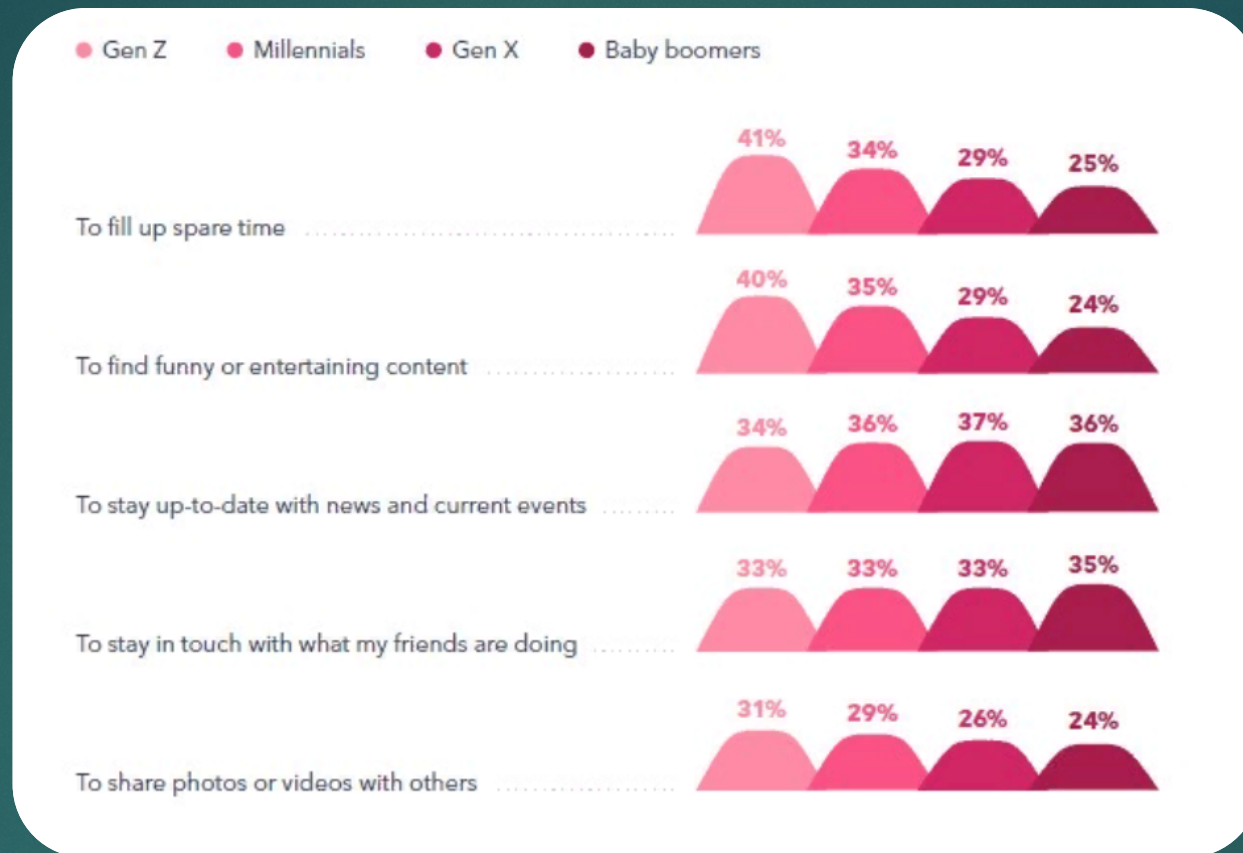
% пользователей, для которых социальные сети — это основной способ оставаться в курсе новостей. Распределение по возрасту и региону

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.