

“Хормонът на любовта” и социалните мрежи

Автор: Цвета Калейнска

Окситоцин е хормон, който се секретира от хипоталамуса и се складира в задния дял на хипофизата. Хормонът често е наричан “хормон на любовта”, тъй като неговото отделяне засилва социалната ни привързаност.

Интересът към хормона започва през 1990-та, когато учени разбират, че кърмещите майки са по-спокойни и имат по-ниски нива на стрес в сравнение с тези, които не кърмят. По-скорошни изследвания показват, че хормонът също влияе и в стресови ситуации, като социални изолации и нещастни приятелства и връзки. В проучване на Факултета по медицина на Станфордския университет, учени доказват, че окситоцинът действително участва в много по-широк кръг от социални връзки. Изследователите открили, че окситоцин, освободен поради някакъв вид социална свързаност задейства освобождаването на серотонин, а задействания серотонин активира чувството за щастие.

Американският професор Робърт Маленка, изучаващ психологията на поведението, описва окситоцина като

“мрежа от свързани мозъчни региони, от които зависят нашите усещания за удоволствие: например при консумацията на храна, когато сме гладни, процесът на спане, когато ни се спи, сексуалният акт или намирането на партньор или патологични изменения като приемането на наркотици”. Хормонът активира тази част от мозъка, наречена мезолимбична пътека¹ или център за “награждаването”. Научният екип на Станфорд открил също, че за разлика от повечето хормони, окситоцин не се просто „впръсква“ в общото кръвообращение, но се секретира директно в област в мозъка, наречена нуклеус акумбенса чрез нервните пътища и така действа пряко на индивида. При наличието на хормона на любовта чувството на доверие и доволство се увеличават, докато страхът и безпокойството намаляват.

В експеримент с доброволци, учените установяват, че хормонът Окситоцин се отделя и при общуването ни онлайн чрез социалните мрежи и пряко влияе на нивата ни на щастие. Именно чрез

¹ невронната верига, която контролира усещането за удоволствие и удовлетвореност

наличието на този хормон, учените от редица университети, обясняват нарастващата популярност на социалните мрежи сред потребителите. Т.е. според тях желанието ни да сме активни в мрежите се дължи изцяло на противоположните биохимични реакции в тялото ни в резултат на виртуалното общуване, както чрез директни съобщения, така и чрез други средства за споделяне на мнение, като харесвания и споделяния.

Има и други известни ползи за здравето, свързани с общуването с хора, било то виртуално или в реалния свят. Освен това знаем, че когато сме свързани с хора, нашият живот има доказано по-голяма продължителност и имаме повишен имунитет. Налице във всеки един от нас е вродено човешко желание за общуване с други хора. А не е ли това най-вирусна дефиниция на социалните мрежи, базирани изцяло на желанието ни да сме заобиколени от хора?

От маркетингова гледна точка, това което все още не е доказано е как чувството, което окситоцинът ни носи, може да бъде използвано, за стимулиране на повече онлайн покупки от страна на потребителите на социални мрежи. Едно такова изследване, би позволило на находчивите търговци да създават стратегии, които да карат онлайн обществото да бъде неустойчиво привлечено от покупката на все повече и повече продукти, продавани по социалните мрежи.

Библиография:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Oxytocin>
http://www.huffingtonpost.com/april-rudin/the-science-behind-feelin_b_624649.html
<http://www.psychologytoday.com/blog/the-athletes-way/201309/the-love-hormone-drives-human-urge-social-connection>
<http://mashable.com/2010/06/25/oxytocin-social-media/>
<http://www.apa.org/monitor/febo8/oxytocin.aspx>

За автора:

[Tsvetta](#) е консултиращ стратег по социалните мрежи за корпорацията [Dogs Bollocks 5, DB5 Inc.](#) в Ню Йорк. Родена е във Велико Търново и през 2008 се премества в САЩ за да получи висше образование. През 2012, Tsvetta завършва колежа "Св. Франциск" с дипломи по Маркетинг Мениджмънт, Международен Бизнес и Икономика. По настояще е студентка в Градския Университет на Ню Йорк в кампуса Барух, където учи магистратура. През 2010 е коронясана за Мис България Диаспора САЩ и започва кариерата си на модел, въпреки 165 сантиметровия си ръст. Пред камерите или зад кулисите на големи социално мрежови кампани, Tsvetta е доказана сензация зад океана. Българското гуру в онлайн индустрията в Америка има опит с големи компании като филмовото студио Парамаунт, Тойота, НАСКАР и Сони. Свободното си време моделката е посветила на обучаването на жени лидери и стимулиране образоването на младите хора в България. Владее свободно 5 езика.