

## 「快樂情緒」驚人的影響力

作者：駐美國台北經濟文化代表處科技組

美國哈佛大學醫學院及加州大學聖地牙哥分校的研究人員發現，「快樂」不單只是個人的自助技巧及與自身經歷的產物，也是個集體現象像情緒感染一樣會傳播到整個社會層面。也就是說如果您覺得高興，要感謝您的朋友及他們的朋友，及他們朋友的朋友；但是相反的，「憂傷難過」的感染力大不如「快樂」。

研究人員，對將近 5,000 個人在 20 年當中的快樂情形作了觀察，發現當一個人變快樂時，有三級社交網的影響程度，也就是一個人的快樂情緒所引發的連鎖效應，有利於他們的朋友、朋友的朋友、以及他們朋友朋友的朋友，而且長達一年之久。有趣的是：「悲傷」情緒並不像快樂，會散播於整個社交網，「快樂」似乎比痛苦更喜歡結朋引伴。一個人的情緒狀態，可能取決於不認識的人的情緒經驗，達二至三級的社交網，而且不只是短時間的影響。

研究人員發現了另一個數據存檔寶庫，是追溯到 1971 年手寫的行政追蹤表，其中記載了每個研究參與者家庭的變化，如出生、結婚、死亡、離婚。此外，參與者還列出最親近朋友、同事及鄰居的聯絡資料。巧合的是，其中許多朋友也參與該研究。他們針對 4,739 個個人，觀察了 50,000 個社會及家庭的關係，並分析了快樂情緒蔓延於整個群組的情形。當中他們發現，一個人變得開心時，住在一英里外的朋友，增加了百分之 25 變快樂的機會、同住配偶百分之 8、住一英里內的兄弟姐妹百分之 14、隔壁鄰居則是百分之 34。但真正令人驚喜的結果是其中間銜接的關係有三層級的影響，就是一個人的快樂情緒會提高他朋友快樂的機會，朋友的朋友是將近 10%，朋友朋友的朋友是 5.6%。

人與人彼此之間間隔約 6 層級，但我們影響他人的能力似乎只到 3 層級，這是社交網架構及功能之間的差異，這些影響受時間空間的限制—「住得較近的親近朋友，受其情緒影響較強烈，隨著距離的增加，愈來愈弱」。因此受隔壁鄰居影響，比附近另一區的鄰居影響更大，而且快樂的感染約在一年後消失，受時間和空間的限制，不是隨機發生的。

他們還發現與一般父母教導相反的是，受歡迎的人並不一定快樂。位於社交網中心點的人，變快樂的可能性最高，散播快樂到身邊也有很多朋友的人的機會也增高，但變高興並不會讓一個人從社交網邊緣移到中心，其社交網結構並不改變。

在此經濟極暗淡的聖誕季節，這些研究結果給我們一個衝擊有趣的結論 — 雖然研究數據顯示，5,000 美元額外提高一個人約 2%快樂的情緒機會，但同樣數據也顯示出，你不認識及從未見過的人，像是朋友朋友的朋友，比您口袋裡的百元大鈔帶給您快樂的機會更大。

(本文轉載自《國科會國際科技合作簡訊電子報》發佈時間：2009/02/07)