

Ευκολοπιστία στα social media: Μέσα πειθούς των fake news στην πολιτική επικοινωνία

Μαρία Μπλούνα, Παρασκευή Παπαγγέλη, Παρασκευή Μάνη

ΨΧ116: Πολιτική Ψυχολογία

Τμήμα Ψυχολογίας ΕΚΠΑ

Χειμερινό Εξάμηνο 2024-2025

Διάγραμμα Παρουσίασης

A. Μοντέλα και Θεωρίες Πειθούς

1. Μοντέλο Πιθανοτήτων Επεξεργασίας
2. Θεωρία Κοινωνικής Κρίσης
3. Μοντέλο Ευρετικής-Συστηματικής Επεξεργασίας

B. Θεωρίες Αντίστασης

1. Θεωρία Γνωστικής Ασυμφωνίας
2. Μεροληψία Επιβεβαίωσης
3. Φαινόμενο Τρίτου Προσώπου
4. Φαινόμενο Ψευδούς Αλήθειας

Γ. Μηχανισμοί και Αρχές Επιρροής

1. Θεωρία Αιτιολογημένης Δράσης
2. Υπόθεση Αυτοεπιβεβαίωσης
3. Θεωρία Επιλεκτικής Έκθεσης
4. Μοντέλο Τροποποίησης Στάσεων
5. Γενικευμένο Πλαίσιο Πειθούς

A. Μοντέλα και Θεωρίες Πειθούς

1. Μοντέλο Πιθανοτήτων Επεξεργασίας (ΜΠΕ)

Τι είναι:

- Θεωρία διπλής επεξεργασίας πληροφοριών.
- **Κεντρική Οδός:**
 - Βασίζεται στην ανάλυση και αξιολόγηση επιχειρημάτων.
 - Απαιτεί υψηλή γνωστική προσπάθεια.
 - Παράδειγμα: Μελέτη πολιτικού προγράμματος πριν από τις εκλογές.
- **Περιφερειακή Οδός:**
 - Βασίζεται σε επιφανειακές ενδείξεις (ελκυστικότητα πηγής, αριθμός επιχειρημάτων).
 - Απαιτεί χαμηλή γνωστική προσπάθεια.
 - Παράδειγμα: Επηρεασμός από την εμφάνιση ή το στυλ ενός πολιτικού

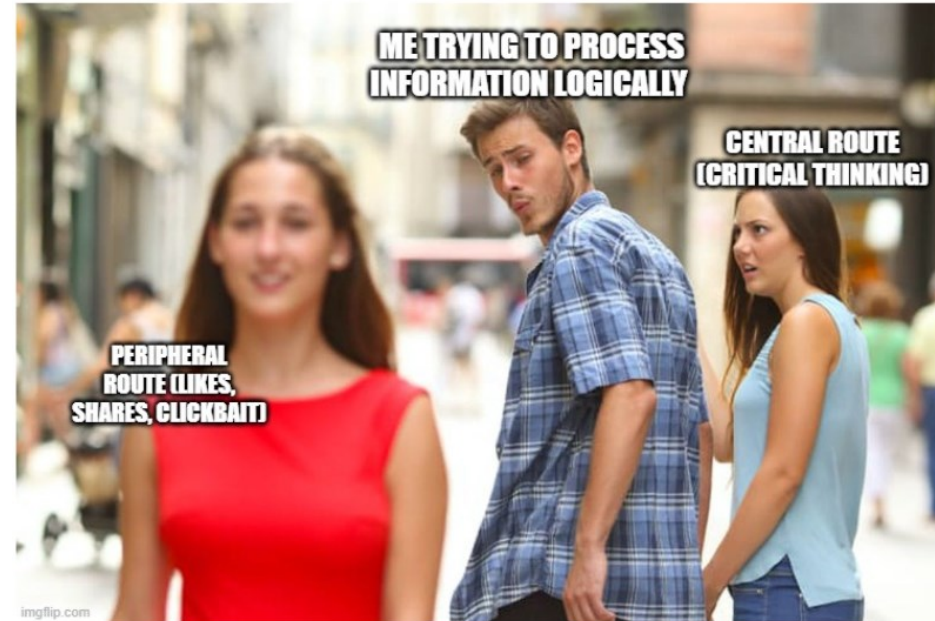
(O'Keefe, 2013)

A. Μοντέλα και Θεωρίες Πειθούς

1. Μοντέλο Πιθανοτήτων Επεξεργασίας

Σχέση με Fake News:

- Οι χρήστες του διαδικτύου, όταν κάνουν χαμηλή επεξεργασία (περιφερειακή οδός), είναι ευάλωτοι σε ψευδείς ειδήσεις (Chen & Chang, 2019).
- Στα MME, ψεύτικες ειδήσεις βασίζονται σε συναισθηματικά triggers ή επιφανειακές πληροφορίες (Osatuyi & Hughes, 2018).



A. Μοντέλα και Θεωρίες Πειθούς

2. Θεωρία Κοινωνικής Κρίσης

Τα μηνύματα αξιολογούνται σε:

- Ζώνη Αποδοχής
- Ζώνη Απόρριψης
- Ζώνη Μη Δέσμευσης

Επίδραση Εμπλοκής:

- Υψηλή εμπλοκή → Μεγαλύτερη απόρριψη.
- Χαμηλή εμπλοκή → Ευκολότερη αποδοχή ψευδών ειδήσεων (Xu et al., 2023)

A. Μοντέλα και Θεωρίες Πειθούς

3. Μοντέλο Ευρετικής-Συστηματικής Επεξεργασίας

Δύο Οδοί Επεξεργασίας:

I. Ευρετική:

- Χρήση απλών ενδείξεων (likes, influencers).
- Παράδειγμα: Fake news με πολλές κοινοποιήσεις γίνονται πιστευτές (Foo et al., 2021).

II. Συστηματική:

- Λεπτομερής ανάλυση περιεχομένου.

Ευρετική Επεξεργασία και Fake News:

- Εμπιστοσύνη σε influencers οδηγεί σε χαμηλή κριτική ανάλυση ειδήσεων (Alvi & Saraswat, 2020).
- Κοινοποίηση fake news κατά την πανδημία COVID-19 (Foo et al., 2021).

B. Θεωρίες Αντίστασης και Γνωστικής Προκατάληψης

1. Γνωστική Ασυμφωνία:

- Αντίδραση σε αντικρουόμενες πληροφορίες → αλλαγή στάσης ή απαξίωση πηγής (Festinger, 1962).

2. Μεροληψία Επιβεβαίωσης:

- Αναζήτηση πληροφοριών που επιβεβαιώνουν υπάρχουσες πεποιθήσεις (Christensen, 2023).

3. Φαινόμενο Τρίτου Προσώπου:

- Πίστη ότι οι άλλοι επηρεάζονται περισσότερο (Jang & Kim, 2018).

4. Φαινόμενο Ψευδούς Αλήθειας:

- Επανάληψη ενός μηνύματος οδηγεί σε αποδοχή του ως αληθινού (Pennycook et al., 2018).

Γ. Μηχανισμοί και Αρχές Επιρροής

1. Θεωρία Αιτιολογημένης Δράσης

- Πρόθεση Συμπεριφοράς:
- Καθορίζεται από:
 - Στάσεις (θετικές/αρνητικές).
 - Κοινωνικές πιέσεις (νόρμες).

Σχέση με Fake News:

- Αντίληψη αξιοπιστίας
→ Αυξημένη κοινοποίηση (Khan & Idris, 2019).



Γ. Μηχανισμοί και Αρχές Επιρροής

2. Υπόθεση Αυτοεπιβεβαίωσης

Βασική Ιδέα:

- Εμπιστοσύνη στις σκέψεις → Αυξημένη πειθώ

Παράγοντες Ενίσχυσης:

- Αξιοπιστία και ελκυστικότητα της πηγής (Briñol & Petty, 2009)

Γ. Μηχανισμοί και Αρχές Επιρροής

3. Θεωρία Επιλεκτικής Έκθεσης

Τι είναι:

- Προτίμηση πληροφοριών που ευθυγραμμίζονται με τις απόψεις μας.

Παράδειγμα:

- Οι υποστηρικτές του Τραμπ το 2016 διάβαζαν κυρίως ειδήσεις υπέρ του Τραμπ (Reifler et al., 2018).

Γ. Μηχανισμοί και Αρχές Επιρροής

4. Μοντέλο Τροποποίησης Στάσεων του Cacioppo

- Το μοντέλο υπογραμμίζει τη σημασία των **γνωστικών αντιδράσεων** στη διαμόρφωση στάσεων.
- Η **επαναλαμβανόμενη έκθεση** σε πειστικά μηνύματα επηρεάζει:
 - Τη **φύση** των αντιδράσεων (π.χ. συμφωνία ή διαφωνία).
 - Την **ποσότητα** των γνωστικών αντιδράσεων.

Η στάση απέναντι σε ένα μήνυμα δεν διαμορφώνεται απλώς με την **επαναλαμβανόμενη έκθεση**, αλλά μέσω της **ανάλυσης των αντιδράσεων** που αυτή η έκθεση προκαλεί (Cacioppo & Petty, 1979).

Επιπτώσεις: Πληροφορίες που εκτίθενται συνεχώς μπορεί να επηρεάσουν τη γνώμη, ακόμα και αν αρχικά υπήρχε διαφωνία.

Γ. Μηχανισμοί και Αρχές Επιρροής

5. Γενικευμένο Πλαίσιο Πειθούς

Τέσσερις Διαστάσεις:

1. **Δράστες:** ΜΜΕ, ηγέτες κοινής γνώμης.
2. **Αντιμετώπιση:** Διαμόρφωση συναισθηματικού τόνου και περιεχομένου.
3. **Αποτελέσματα:** Αλλαγές σε στάσεις και συμπεριφορές.
4. **Ρυθμίσεις:** Πολιτιστικό και κοινωνικό πλαίσιο.

(Dillard & Shen, 2012· Hagger, 2019)

Συμπεράσματα

- Fake news: ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα που έχει να αντιμετωπίσει η σύγχρονη κοινωνία.
- Κατανοώντας πώς η πειθώ δρα στον άνθρωπο, μπορούμε να κατανοήσουμε και πώς κάποια άτομα είναι πιο ευκολόπιστα στα fake news από άλλους.

Finally, a news anchor I can trust



Βιβλιογραφία

- Alvi, I., & Saraswat, N. (2020). Information processing – Heuristic vs. systematic and susceptibility of sharing covid 19-related fake news on social media. *Journal of Content, Community & Communication*, 12. <https://doi.org/10.31620/jccc.12.20%2F06>
- Briñol, P., & Petty, R. E. (2009). Source factors in persuasion: A self-validation approach. *European Review of Social Psychology*, 20(1), 49-96. <https://doi.org/10.1080/10463280802643640>
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E. (1979). Effects of message repetition and position on cognitive response, recall, and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(1), 97–109.
- Chen, C.-Y., & Chang, S.-L. (2019). Factors associated with belief or disbelief in false news: From the perspective of elaboration likelihood and moderating effect model. <https://cyber.harvard.edu/sites/default/files/2019-11/Comparative%20Approaches%20to%20Disinformation%20-%20Chi-Ying%20Chen%20Abstract.pdf>
- Christensen, L. (2023). Optimal Persuasion under Confirmation Bias: Theory and Evidence From a Registered Report. *Journal of Experimental Political Science*, 10(1), 4-20. <https://doi.org/10.1017/XPS.2021.21>
- Dillard, J. P., & Shen, L. (Eds.). (2012). *The Sage Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice*. Sage Publications.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press. <https://psycnet.apa.org/record/1993-97948-000>
- Foo, Y. T., Leong, J. R. S., Liew, Y. Q., Lim, Z. T., & Tan, S. Y. (2021). *Can you identify fake news? Investigating the elements of fake news on social media during the covid-19 pandemic using the heuristic-systematic mode* [Unpublished Bachelor's thesis, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia].

Βιβλιογραφία

- Hagger, M. S. (2019). The Reasoned Action Approach and the Theories of Reasoned Action and Planned Behavior. *Oxford Bibliographies in Psychology*. <https://doi.org/10.1093/OBO/9780199828340-0240>
- Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295-302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>
- Jang, S. M., McKeever, B. W., & Kim, J. K. (2019). From Social Media to Mainstream News: The Information Flow of the Vaccine-Autism Controversy in the US, Canada, and the UK. *Health Communication*, 34(1), 110-117. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1384433>
- Khan, M. L., & Idris, I. K. (2019). Recognise misinformation and verify before sharing: a reasoned action and information literacy perspective. *Behaviour & Information Technology*, 38(12), 1194-1212. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1578828>
- O'Keefe, D. J. (2013). The elaboration likelihood model. In J. P. Dillard & L. Shen (Eds.), *The Sage handbook of persuasion: Developments in theory and practice* (2nd ed., pp. 137-149). Sage.
- Osatuyi, B., & Hughes, J. (2018). A Tale of Two Internet News Platforms-Real vs. Fake: An Elaboration Likelihood Model Perspective. In T. X. Bui (Ed.), *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3986-3994). IEEE Computer Society.
- Siero, F. W., & Doosje, B. J. (1993). Attitude change following persuasive communication: Integrating Social Judgment Theory and the Elaboration Likelihood Model. *European Journal of Social Psychology*, 23(5), 541-554. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420230510>
- Xu, H., Xiao, X., Xu, M., & Wang, B. (2023). How Does Persuasion Happen? A Novel Bounded Confidence Opinion Dynamics Model Based on Social Judgment Theory. *IEEE Systems Journal*, 17(1), 708-719. <https://doi.org/10.1109/JSYST.2022.3205724>