

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

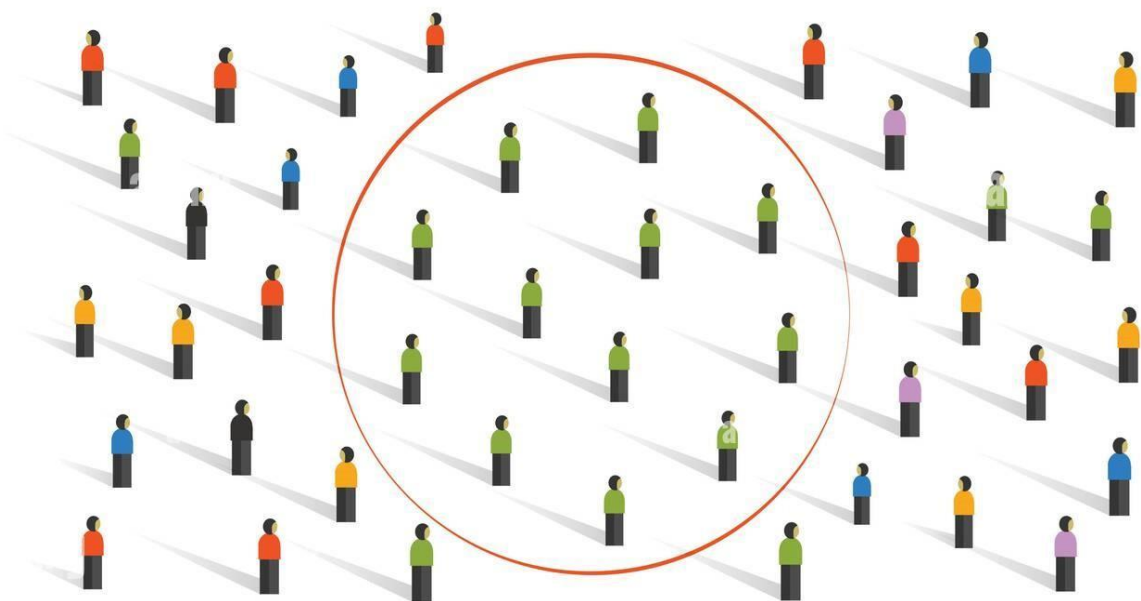


Π.Μ.Σ. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ, ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Πολιτική ενημέρωση και echo chambers στο ελληνικό διαδίκτυο

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ελισσάβητ Σακκά



Αθήνα, 2023

Τριμελής Επιτροπή

Παντελής Βατικιώτης, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Μαριάννα Ψύλλα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

Νίκος Μπακουνάκης, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Ελισσάβετ Σακκά, 2023

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διδακτορικής διατριβής εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διδακτορικής διατριβής για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διδακτορικής διατριβής από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	6
Abstract	8
Εισαγωγή	10
Κεφάλαιο 1: Πολιτική Ενημέρωση και Ψηφιακά Μέσα	12
1.1 Δυνατότητες ενημέρωσης των πολιτών στο σύγχρονο μιντιακό περιβάλλον.	12
1.2 Κατανάλωση των ειδήσεων και ΜΚΔ.	15
1.3 Πληροφοριακή αταξία στην ψηφιακή εποχή.....	17
1.4 Επιλεκτική έκθεση: ένα περίπλοκο ζήτημα.....	19
1.5 Η πόλωση ως αποτέλεσμα της ύπαρξης πολλών πηγών ενημέρωσης.	22
Κεφάλαιο 2: Echo chambers	23
2.1 Η εξατομίκευση της πληροφορίας.....	24
2.2 Echo chambers vs Filter bubbles.....	25
2.3 Ορισμοί και χαρακτηριστικά των echo chambers.	31
2.4 Οι δυσκολίες της μελέτης των echo chambers.	41
Κεφάλαιο 3: Ενημέρωση και κορονοϊός.....	43
3.1 Η πανδημία της πληροφορίας.....	43
3.2 Η επίδραση των ψευδών ειδήσεων.....	44
3.3 ΜΚΔ και ενημέρωση για τον COVID-19.	46
3.4 Δυσπιστία απέναντι στα εμβόλια.	48
3.5 Η ενημέρωση για το εμβόλιο.	50
Μεθοδολογία.....	53
Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία έρευνας	53
4.1 Ερευνητικά ερωτήματα.	53
4.2 Η βάση της παρούσας έρευνας.	54
4.3 Τρόπος διεξαγωγής της έρευνας.	55
4.4 Τρόπος συλλογής των δεδομένων.....	55
4.5 Το δείγμα της έρευνας.	57
4.6 Οι προκλήσεις της έρευνας.	57
Αποτελέσματα - Συζήτηση	58
Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα έρευνας-Συζήτηση.....	59
5.1 Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων.	59

5.2 Οι συνήθειες των χρηστών του Facebook.....	61
5.3 Εμβολιασμός απέναντι στον COVID-19.....	68
Πηγές-Βιβλιογραφία	72
Πηγές	73
Βιβλιογραφία	73
Ελληνόγλωσση.....	73
Ξενόγλωσση.....	73

Γραφήματα

Γράφημα 1 Ηλικιακές ομάδες	59
Γράφημα 2 Φυλετικός προσδιορισμός	60
Γράφημα 3 Μορφωτικό επίπεδο	60
Γράφημα 4 Τόπος μόνιμης κατοικίας	61
Γράφημα 5 Λόγοι χρήσης του Facebook	62
Γράφημα 6 Συχνότητα χρήσης του Facebook για σημαντικά ζητήματα	63
Γράφημα 7 Συμμετοχή στην κάλυψη των ειδήσεων	64
Γράφημα 8 Κριτήρια following σελίδων στο Facebook	65
Γράφημα 9 Ομάδες στο Facebook	66
Γράφημα 10 Κοινοποίηση περιεχομένου	66
Γράφημα 11 Κοινοποίηση περιεχομένου για τον εμβολιασμό	67
Γράφημα 12 Κριτήρια κοινοποίησης	68
Γράφημα 13 Εμβολιασμός	68
Γράφημα 14 Απόφαση για εμβολιασμό ή μη	69
Γράφημα 15 Επαλήθευση εγκυρότητας	70
Γράφημα 16 Τρόποι επαλήθευσης της εγκυρότητας	70

Περίληψη

Στο σύγχρονο μιντιακό περιβάλλον, οι διαθέσιμες πηγές ενημέρωσης είναι πολλές και συνεχώς αυξάνονται: τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης (εφεξής ΜΚΔ), είναι μερικά από τα πιο συνήθη μέσα που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι για να ενημερωθούν. Αυτή η πληθώρα πηγών ενημέρωσης οδηγεί σε δύο βασικά προβλήματα: α) την πληροφοριακή αταξία, β) την επιλεκτική έκθεση. Η πρώτη συνίσταται στη σύγχυση που δημιουργείται από την ύπαρξη πολλών παράλληλων πηγών και στη συνακόλουθη δυσκολία εντοπισμού της έγκυρης και επαληθευμένης πληροφόρησης. Η δεύτερη συνίσταται στην επιλογή του περιεχομένου, στο οποίο εκτιθόμαστε, είτε άμεσα μέσω της επιλογής των πηγών ενημέρωσης που συμβαδίζουν με τις προσωπικές μας αντιλήψεις, είτε έμμεσα μέσω των αλγορίθμων που είναι ενσωματωμένοι στα ΜΚΔ και φιλτράρουν το περιεχόμενο, με το οποίο ερχόμαστε σε επαφή.

Τα παραπάνω προβλήματα συνηγορούν στο σχηματισμό echo chambers, δηλαδή κλειστών χώρων, όπου συγκεκριμένες απόψεις, που θεωρούνται αξιόπιστες, αναπαράγονται και διαδίδονται μεταξύ των μελών της ομάδας, με αποτέλεσμα να αποκτούν αυξημένη βαρύτητα και να μην είναι εύκολο να χάσουν την εξέχουσα θέση τους, παρά τις αποδείξεις που τις αμφισβητούν ή τις καταρρίπτουν. Αυτό το φαινόμενο εντοπίζεται και στο πλαίσιο σημαντικών ζητημάτων, όπως είναι και ο χώρος της υγείας. Ένα από τα πιο πρόσφατα ζητήματα υγείας που απασχόλησαν τους ανθρώπους σε παγκόσμια κλίμακα ήταν η πανδημία του κορονοϊού και η επακόλουθη απόφαση για τον εμβολιασμό.

Υπό αυτό το πρίσμα, η παρούσα έρευνα μελετά σε πρώτο επίπεδο τη γενικότερη συμπεριφορά των χρηστών του Facebook, δηλαδή για ποιους λόγους το χρησιμοποιούν, πόσο συχνά και αν ελέγχουν την εγκυρότητα της πληροφόρησης που λαμβάνουν σε αυτό. Σε δεύτερο επίπεδο, η παρούσα έρευνα αποπειράται να μελετήσει την ενδεχόμενη δημιουργία echo chambers, αναφορικά με το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον κορονοϊό. Πιο συγκεκριμένα, μελετάται ο σχηματισμός echo chambers στο Facebook. Στα ελληνικά ο όρος αποδίδεται ως θάλαμοι αντήχησης, αλλά θα χρησιμοποιηθεί ο όρος “echo chamber”, γιατί δεν υπάρχει ομοφωνία στην ελληνική βιβλιογραφία για την απόδοση του όρου. Επιλέχθηκε το Facebook, το οποίο είναι χώρος δημόσιου διαλόγου και έκφρασης

απόψεων και αποτέλεσε ένα ΜΚΔ, όπου οι χρήστες μίλησαν ανοιχτά για τη θέση τους αναφορικά με τον εμβολιασμό.

Όπως έδειξαν τα αποτελέσματα της έρευνας, οι συμμετέχοντες δεν επιλέγουν ως κύρια πηγή ενημέρωσης το Facebook, αν και αποτελεί μια από τις βασικές χρήσεις του. Ως προς το ζήτημα του εμβολιασμού για τον COVID-19, οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν κατά κύριο λόγο από τους αρμόδιους φορείς και πολύ λιγότερο από το Facebook, οπότε δεν στοιχειοθετείται ο σχηματισμός echo chambers. Ακόμα, οι χρήστες τείνουν να επαληθεύουν την εγκυρότητα της πληροφόρησης που λαμβάνουν και επιλέγουν να αλληλεπιδρούν με λογαριασμούς, με τους οποίους συμφωνούν. Σε κάθε περίπτωση, αντίστοιχη μελλοντική έρευνα θα ήταν σκόπιμο να μελετήσει παράλληλα περισσότερα ΜΚΔ, για να διασταυρωθεί η ύπαρξη ή μη echo chambers.

Λέξεις-κλειδιά: echo chambers, filter bubbles, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, πολιτική ενημέρωση, εμβολιασμός, COVID-19

Political information and echo chambers on the Greek internet

Elissavet Sakka

Abstract

In the modern media landscape, the number of news sources that are available is constantly growing: tv, radio, newspapers, websites, social media are some of the most common media people use for news. This plethora of news sources leads to two main issues: a) informational overload, b) selective exposure. The first refers to the confusion that is caused by the parallel coexistence of so many news sources and the following difficulty to distinguish between real and fake news. The second refers to the selection of the content to which we are exposed, either directly through the exposure to news sources that align with our beliefs and convictions, or indirectly through the algorithms that are incorporated in social media platforms and filter out the content we encounter.

All the above advocate for the creation of echo chambers, where opinions, that are considered trustworthy, are reproduced and spread among team members and as a result they are more respected and harder to be challenged, despite any counter evidence. This phenomenon also appears regarding important issues, such as health. One of the most important health issues that affected people globally was the coronavirus pandemic and the following decision about vaccination.

Considering this, the present research attempts on a first level to investigate the general behavior of users on Facebook, namely the reasons for which they use it, how often and whether they fact-check the information they receive on Facebook. On a second level, this survey attempts to study the potential creation of echo chambers, regarding the issue of vaccination against COVID-19. More specifically, I investigated the hypothesis of the creation of echo chambers on Facebook, which is a space of public dialogue and expression of opinions and was a social media platform, where users spoke openly about their stance on vaccination.

The results of the survey showed that the respondents do not choose Facebook as their main news source, although it is one of the primary reasons for using it. Regarding vaccination against COVID-19, the respondents were informed by the competent body and much less by Facebook, so the evidence does not support the creation of echo chambers.

Furthermore, the users usually fact-check the news on Facebook and they interact with accounts they agree with. In any case, any relevant future research should study more social media platforms at the same time, to extract more accurate conclusions.

Keywords: echo chambers, filter bubbles, social media, political information, vaccination, COVID-19

Εισαγωγή

Η πανδημία του κορονοϊού αποτέλεσε ένα φλέγον ζήτημα που απασχόλησε τους ανθρώπους σε παγκόσμιο επίπεδο για τουλάχιστον δύο χρόνια και εξακολουθεί να το κάνει σε κάποιο βαθμό. Ειδικότερα, ο εμβολιασμός απέναντι στον COVID-19 υπήρξε ένα αμφιλεγόμενο θέμα και σημείο τριβής μεταξύ των ανθρώπων, καθώς τα επιστημονικά δεδομένα άλλαζαν συνεχώς, με αποτέλεσμα τη δημιουργία αμφιβολιών και ανασφάλειας. Σε αυτό σημαντικό ρόλο έπαιξε και η ενημέρωση, καθώς η υπερπληθώρα διαθέσιμων πηγών ενημέρωσης, παρόλο που επιτρέπει τη γρήγορη και πολύπλευρη ενημέρωση, μπορεί να προκαλέσει σύγχυση και φόβο, καθώς δεν επαληθεύονται πάντα οι πληροφορίες και είναι δύσκολη η διάκριση μεταξύ αληθινών και ψευδών ειδήσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, έχει αναδυθεί και το φαινόμενο των echo chambers, δηλαδή κλειστών χώρων, όπου ορισμένες απόψεις, που θεωρούνται αξιόπιστες, αναπαράγονται και διαδίδονται μεταξύ των μελών τους, με αποτέλεσμα να θεωρούνται αδιαμφισβήτητες, παρά τις αποδείξεις για το αντίθετο. Αυτό το φαινόμενο εμφανίζεται και στο χώρο της υγείας, όταν προκύπτουν αμφιλεγόμενα θέματα, όπως ο εμβολιασμός.

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να μελετήσει κατά πόσο δημιουργήθηκαν echo chambers στο ελληνικό Facebook, αναφορικά με το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον COVID-19. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται το ζήτημα της πολιτικής ενημέρωσης στο διαδίκτυο και ειδικότερα στα ΜΚΔ, ενώ παρουσιάζονται και τα προβλήματα που προκαλεί η υπερπληθώρα καναλιών ενημέρωσης, τα οποία είναι, μεταξύ άλλων, η πληροφοριακή αταξία και η επιλεκτική έκθεση, που οδηγούν στην πόλωση και τον επακόλουθο σχηματισμό echo chambers. Στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάζεται αναλυτικά το φαινόμενο των echo chambers, τα χαρακτηριστικά τους, οι αιτίες σχηματισμού τους και ο τρόπος λειτουργίας τους, ο οποίος συνίσταται στη δυσφήμιση όποιου δεν βρίσκεται μέσα στην ομάδα, με σκοπό την αύξηση της αξιοπιστίας των μελών και την ενίσχυση του κυρίαρχου αφηγήματος. Στο ίδιο κεφάλαιο παρουσιάζεται και η διαφορά των echo chambers από τα filter bubbles, η οποία εντοπίζεται κυρίως στον τρόπο λειτουργίας των τελευταίων, καθώς δεν επιτρέπουν την έκθεση σε αντίθετες απόψεις, σε αντίθεση με τα echo chambers, που επιτρέπουν την έκθεση, αλλά αμφισβητούν την αξιοπιστία των αντίθετων απόψεων. Στο τρίτο κεφάλαιο, εστιάζω περισσότερο στην ενημέρωση για τον

κορονοϊό και τον εμβολιασμό και στις πηγές στις οποίες στρέφονται οι άνθρωποι για να ενημερωθούν για αυτά. Ακόμα, αναλύεται το γενικότερο πρόβλημα της δυσπιστίας απέναντι στα εμβόλια, ενώ παρουσιάζονται συγκεκριμένες έρευνες που αναδεικνύουν τους παράγοντες που σχετίζονται με την προθυμία ή αντίστοιχα με την δυσπιστία απέναντι στον εμβολιασμό για τον COVID-19. Τέλος, τα υπόλοιπα κεφάλαια αναφέρονται στην έρευνα την οποία εκπόνησα, για να μελετήσω το παραπάνω αντικείμενο. Σε αυτά τα κεφάλαια, παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας, η οποία ήταν ποσοτική με χρήση ερωτηματολογίου, οι δυσκολίες που αντιμετώπισα κατά την εκπόνηση της έρευνας, τα αποτελέσματα της, καθώς και η συζήτηση πάνω σε αυτά. Τέλος, δίνονται απαντήσεις και στα ερευνητικά ερωτήματα που αποτέλεσαν και την αφετηρία της έρευνας και εξετάζεται κατά πόσο επαληθεύεται ή καταρρίπτεται η μέχρι τώρα σχετική βιβλιογραφία.

Κεφάλαιο 1: Πολιτική Ενημέρωση και Ψηφιακά Μέσα

Μπορείς να καταλάβεις πολλά, παρατηρώντας.

—*Yogi Berra (2008)*

Στο σημερινό ψηφιακό περιβάλλον, οι άνθρωποι κατακλύζονται από ειδήσεις και πληροφορίες από πολλές πλατφόρμες, συμπεριλαμβανομένων των ΜΚΔ, όπως το Facebook, το Twitter, το Instagram, το TikTok και από υπηρεσίες άμεσων μηνυμάτων, όπως το WhatsApp, το Facebook Messenger και το Snapchat, καθώς και από πολλές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες. Τα ψηφιακά μέσα και ειδικά τα ΜΚΔ άλλαξαν δραστικά το μηχανισμό με τον οποίο αποκτούμε πρόσβαση στην ενημέρωση και διαμορφώνουμε τις απόψεις μας. Χρειάζεται να καταλάβουμε πώς οι άνθρωποι αναζητούν τις ειδήσεις και πώς αυτές οι αποφάσεις επηρεάζουν την συμπεριφορά τους, ειδικά όταν η διανομή τους στο ψηφιακό περιβάλλον αλλάζει τον τρόπο που οι ειδήσεις καταναλώνονται.

1.1 Δυνατότητες ενημέρωσης των πολιτών στο σύγχρονο μιντιακό περιβάλλον.

Στο τρέχον μιντιακό περιβάλλον, τα άτομα έχουν πρόσβαση στην ενημέρωση μέσω μιας ευρείας ποικιλίας καναλιών, όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τα ΜΚΔ, οι μηχανές αναζήτησης, οι διαδικτυακές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες (Van Aelst κ.ά. 2017). Τα άτομα μπορεί να επιλέξουν να συνδυάσουν αυτά τα μέσα ή να τα χρησιμοποιήσουν ξεχωριστά, αν και σε μερικές περιπτώσεις επικαλύπτονται. Το σημαντικό είναι ότι τα άτομα καταναλώνουν ειδήσεις και πολιτικά νέα με ένα συγκεκριμένο μοτίβο. Τα άτομα τείνουν να αναπτύσσουν συνήθειες, δηλαδή επαναλαμβανόμενες συμπεριφορές ως προς την κατανάλωση των ειδήσεων (La Rose, 2010) και συγκεκριμένα ρεπερτόρια, δηλαδή ομάδες μέσων τις οποίες συνηθίζει να χρησιμοποιεί ένα άτομο για να αποκτήσει πρόσβαση στις ειδήσεις και την πολιτική ενημέρωση (Heeter, 1985; Wolfsfeld κ.ά. 2016). Αυτά τα ρεπερτόρια διαφέρουν ως προς τον αριθμό των μέσων που περιλαμβάνουν και πώς αυτά τα μέσα συνδυάζονται. Τα άτομα συνηθίζουν να χρησιμοποιούν πολλά μέσα για να έχουν πρόσβαση σε ειδήσεις και πολιτική ενημέρωση (Dutton κ.ά. 2017; Newman κ.ά. 2017). Για παράδειγμα, μόλις 2% των ατόμων στις ΗΠΑ βασίζονται στα ΜΚΔ για ενημέρωση (Newman κ.ά. 2017). Ακόμα, τα ΜΚΔ, οι μηχανές αναζήτησης και οι ιστοσελίδες συγκέντρωσης

ειδήσεων (news aggregators) γίνονται όλο και πιο δημοφιλείς, με το 65% του διεθνούς δείγματος στο Reuters Digital News (2017) να αναφέρει ότι προτιμά να προσεγγίζει τους μεγάλους ειδησεογραφικούς οργανισμούς έμμεσα. Ωστόσο, η άμεση πρόσβαση στην ειδησεογραφική πηγή, όπως το BBC, εξακολουθεί να είναι κοινή στο Ηνωμένο Βασίλειο (Newman κ.ά. 2022). Ακόμα, δεν χρησιμοποιούνται όλα τα μέσα με τον ίδιο τρόπο, ούτε προσφέρουν το ίδιο είδος πολιτικής ενημέρωσης. Για παράδειγμα, οι Νίκοι κ.ά υποστηρίζουν ότι τα ΜΚΔ προσφέρουν μια πιο περιορισμένη ποικιλία πολιτικού περιεχομένου από ό,τι οι μηχανές αναζήτησης (2015). Όντως, ένας καταναλωτής ειδήσεων δεν ελέγχει τι μεταδίδει ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα ειδήσεων, σε αντίθεση με το προσωπικό του feed, το οποίο μπορεί να επιμεληθεί.

Τα μέσα που επιλέγουν τα άτομα εξαρτώνται συχνά από την πολιτική τους συμμετοχή και τις κομματικές τους προτιμήσεις. Ο Stroud (2008) αναφέρει ότι τα μέσα που τα άτομα επιλέγουν να εντάξουν στην καθημερινότητά τους μπορούν να προβλεφθούν βάσει των κομματικών τους προδιαθέσεων. Παρομοίως, σε μια έρευνα Αμερικανών, η κατανάλωση ειδήσεων στην τηλεόραση και τα περιοδικά διαπιστώθηκε ότι είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με αυξημένη πολιτική συμμετοχή, ενώ δεν ισχύει το ίδιο με την κατανάλωση ειδήσεων στο διαδίκτυο (Ksiazek κ.ά. 2010). Οι ακαδημαϊκοί συγκρίνουν συχνά τα ΜΚΔ με τα παραδοσιακά μέσα, αναγνωρίζοντας ότι τα παραδοσιακά μέσα μπορεί να τα προσεγγίσει κανείς μέσω των ειδησεογραφικών ιστοσελίδων. Τα ΜΚΔ, οι μηχανές αναζήτησης και οι ψηφιακές εφημερίδες παίζουν ένα διαφοροποιημένο και σημαντικό ρόλο. Ένα βασικό πρόβλημα με αυτές τις έρευνες είναι ότι οι περισσότερες επιλέγουν μόνο ένα ή λίγα μέσα για να εστιάσουν, με αποτέλεσμα η συγκριτική χρησιμότητα ή οι συνέπειες της χρήσης των μέσων σε ένα διαφοροποιημένο μιντιακό περιβάλλον να είναι ασαφείς. Αυτό έχει ως συνέπεια κάποια μέσα να αντιμετωπίζονται από τους καταναλωτές ως πιο αξιόπιστα και πιο αξιολογικά από άλλα. Για παράδειγμα, συνεντεύξεις με Καναδούς πολίτες που συζητούν για πολιτικά ζητήματα στο Twitter έδειξαν ότι αυτά τα άτομα βασίζονται στα κυρίαρχα ειδησεογραφικά μέσα και τις άμεσες συζητήσεις με φίλους, όταν αναζητούν πληροφορίες για ένα πολιτικό ζήτημα που θεωρούν ότι είναι σημαντικό, αντί να διαβάζουν δημοσιεύσεις στο Twitter και το Facebook, ακόμα κι αν κάνουν οι ίδιοι δημοσιεύσεις στο διαδίκτυο (Dubois, 2015). Οι διεθνείς έρευνες, επίσης, υποστηρίζουν ότι οι άνθρωποι συνηθίζουν να εμπιστεύονται τα ΜΚΔ λιγότερο από ό,τι άλλες πηγές για ειδήσεις (Dutton κ.ά. 2017; Newman κ.ά. 2017). Ωστόσο, όπως αποκαλύπτει το Digital News Report 2022,

δεν ισχύει το ίδιο για την Ελλάδα. Στη χώρα μας η χρήση των ΜΚΔ για ενημέρωση είναι πολύ υψηλή. Περίπου 71% των χρηστών ενημερώνονται μέσω των ΜΚΔ σε εβδομαδιαία βάση, σημειώνοντας αύξηση από το αντίστοιχο ποσοστό, που το 2019 ήταν 67%. Επομένως, παρατηρούμε μια σταθερή άνοδο των ΜΚΔ ως πηγής ενημέρωσης, γεγονός που δικαιολογεί τον κατακερματισμό της ψηφιακής αγοράς. Αυτός ο κατακερματισμός εξηγεί και τον σχηματισμό echo chambers, ειδικά για αμφιλεγόμενα ζητήματα, όπως είναι ο εμβολιασμός απέναντι στον COVID-19 που αποτελεί και το αντικείμενο της εν λόγω έρευνας. Επομένως, αναδεικνύεται με αυτόν τον τρόπο και η σημασία της εργασίας, καθώς πρόκειται για ένα ζήτημα που χρήζει μελέτης και εξέτασης.

Οι εκδότες αφιερώνουν χρόνο και πόρους στις στρατηγικές διαμοιρασμού περιεχομένου στα ΜΚΔ, καθώς αυτές οι πλατφόρμες δημιουργούν κίνηση και αυξάνουν την επισκεψιμότητα στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες. Παρά τη μεγάλη ποικιλία ΜΚΔ που χρησιμοποιούνται για ενημέρωση, όπως το TikTok και το Instagram, συμπεριλαμβανομένων των εφαρμογών άμεσων μηνυμάτων, το Facebook εξακολουθεί να αποτελεί την πρώτη επιλογή των χρηστών, με το 53% αυτών να το χρησιμοποιεί για κατανάλωση ειδήσεων και μάλιστα με μεγάλη διαφορά από το YouTube, που το επιλέγει το 36%. Αυτό το εύρημα δικαιολογεί και την επιλογή του Facebook ως πεδίου έρευνας για την παρούσα εργασία, καθώς αποτελεί χώρο ενημέρωσης και ανταλλαγής απόψεων.

Επιπλέον, τα ρεπερτόρια μέσων που χρησιμοποιεί το κοινό μπορεί να διαφέρουν ως προς τον αριθμό των μέσων που συμπεριλαμβάνονται, το είδος των μέσων και πώς συνδυάζονται αυτά. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των μέσων που χρησιμοποιεί ένας πολίτης, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να εκτίθεται σε αντιμαχόμενες πολιτικές απόψεις και πεποιθήσεις. Αυτό συμβαίνει γιατί πρώτον, ακόμα και τα άτομα που έχουν ισχυρές κομματικές σχέσεις αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν τόσο γενικές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες (οι οποίες δεν είναι κομματικές και περιλαμβάνουν ποικιλία ζητημάτων), όσο και στοχευμένες ειδησεογραφικές ιστοσελίδες (που μπορεί να είναι κομματικές ή να εστιάζουν σε συγκεκριμένα ζητήματα) (Weeks κ.ά, 2016). Δεύτερον, είναι πιθανό να εκτίθεται κανείς τυχαία σε πολιτική ενημέρωση, είτε ενδιαφέρεται για αυτή ή όχι (Wojcieszak & Mutz, 2009). Τρίτον, δεν χρησιμοποιούνται όλα τα μέσα με τον ίδιο τρόπο και για το ίδιο περιεχόμενο, που σημαίνει ότι η ποικιλία των μέσων αυξάνεται, ενώ υπάρχει μια αύξηση και στην ποικιλία του περιεχομένου. Ενώ κάποιος μπορεί να καταναλώνει κατά βάση αριστερό πολιτικό περιεχόμενο στο Twitter, μπορεί να εκτεθεί

τυχαία σε δεξιό περιεχόμενο από ένα μέλος της οικογένειάς του στο Facebook ή μπορεί να ακούσει μια αντιπαράθεση μεταξύ εκπροσώπων από διαφορετικές οπτικές γωνίες σε μια τηλεοπτική εκπομπή. Αυτό σημαίνει ότι ανά πάσα στιγμή μπορεί να εκτεθεί κανείς σε περιεχόμενο, που δεν επιλέγει σκόπιμα, αλλά λόγω της συναναστροφής με άτομα διαφορετικών πεποιθήσεων ή λόγω της χρήσης μέσων που δεν εκφράζουν απαραίτητα τις προσωπικές του απόψεις. Με άλλα λόγια, κανείς δεν είναι θωρακισμένος απέναντι στις εξωτερικές επιρροές, που διαφεύγουν από τον έλεγχό του και από τις συνήθεις επιλογές του, άρα τα μιντιακά ρεπερτόρια είναι ευμετάβλητα και επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες.

1.2 Κατανάλωση των ειδήσεων και ΜΚΔ.

Τα ΜΚΔ, στα οποία οι χρήστες είναι τόσο καταναλωτές όσο και δημιουργοί, όπως το Twitter ή το Facebook, αποτελούν μέσα για την ανταλλαγή πληροφοριών με άμεσο και ανέξοδο τρόπο, δημιουργώντας το υπόβαθρο για την εξάπλωση της πληροφορίας με δυνατότητες άνευ προηγουμένου. Αυτά τα νέα κανάλια επικοινωνίας έχουν αλλάξει σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο που λαμβάνουμε αποφάσεις, σχηματίζουμε πολιτικές απόψεις, παίρνουμε θέση απέναντι σε διάφορα ζητήματα ή επιλέγουμε μεταξύ διαφορετικών τεχνολογικών εναλλακτικών. Τέτοια ψηφιακά δίκτυα επικοινωνίας αποτελούν πεδία μεγαλύτερα από ό,τι είναι συνήθως διαθέσιμα στις κοινωνικές επιστήμες, διευκολύνοντας τις μετρήσεις και τα πειράματα και έχουν οδηγήσει στη δημιουργία μιας νέας κοινωνικής επιστήμης.

Πιο συγκεκριμένα, τα ΜΚΔ έχουν γίνει δημοφιλείς χώροι για κατανάλωση ειδήσεων οποτεδήποτε και οπουδήποτε. Σύμφωνα με μια πρόσφατη έρευνα από το Pew Research Center, το ποσοστό των Αμερικανών που διαβάζουν ειδήσεις στο διαδίκτυο, από ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, εφαρμογές ή ΜΚΔ, αυξήθηκε από 38% το 2016 σε 43% το Σεπτέμβριο του 2017 (Gottfried & Shearer, 2017). Μια άλλη έρευνα από το ίδιο ινστιτούτο αποκάλυψε ότι 67% των ενηλίκων στις ΗΠΑ ανέφεραν ότι ενημερώνονται σε κάποιο βαθμό από τα ΜΚΔ (Shearer & Gottfried, 2017), με πιο δημοφιλή το Facebook (45%), το YouTube (18%) και το Twitter (11%).

Η χρήση ψηφιακών εργαλείων και πλατφορμών για την κατανάλωση ειδήσεων έχει πολλά οφέλη, όπως την άνεση, την ποικιλία των πηγών και την ευρεία πρόσβαση. Ωστόσο, ο όγκος περιεχομένου σε όλες τις πλατφόρμες μπορεί να είναι σαρωτικός για κάποιους, οδηγώντας σε πληροφοριακή αταξία (Bawden & Robinson, 2009), κορεσμό από τις ειδήσεις (Gottfried & Barthel, 2018) και αδυναμία λήψης αποφάσεων (Malhotra, 1982). Οι ερευνητές έχουν διαπιστώσει ότι το 2017, 2,5 πεντάκις εκατομμύρια bytes δεδομένων δημιουργούνται κάθε μέρα (Έρευνα “Data Never Sleeps 5.0,” 2017). Κάθε λεπτό, οι χρήστες του YouTube παρακολούθησαν 4 εκατομμύρια νέα video, οι χρήστες του Twitter έκαναν 456.000 tweets, οι χρήστες του Instagram δημοσίευσαν 46.000 φωτογραφίες (Έρευνα “Data Never Sleeps 5.0,” 2017). Η τεράστια ποσότητα πληροφορίας που είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο είναι αδύνατο να την επεξεργαστούν οι άνθρωποι.

Ωστόσο, η διάδοση των ειδήσεων στα ΜΚΔ επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες. Η ψηφιακή πόλωση, για παράδειγμα, μπορεί να ενισχύει την εξάπλωση της παραπληροφόρησης (Del Vicario κ.ά. 2016). Το χρονικό διάστημα της προσοχής μας παραμένει περιορισμένο (Baronchelli, 2018) και οι αλγόριθμοι του feed μπορεί να περιορίζουν τη διαδικασία επιλογής, προτείνοντας περιεχόμενο παρόμοιο με αυτό στο οποίο εκτιθόμαστε συνήθως (Bakshy κ.ά. 2015). Επιπλέον, οι χρήστες δείχνουν μια τάση να προτιμούν την ενημέρωση που ταιριάζει στις πεποιθήσεις τους και να γίνονται μέλη σε ομάδες που σχηματίζονται γύρω από ένα κοινό αφήγημα, δηλαδή echo chambers (Garimella κ.ά. 2017).

Οι έρευνες δείχνουν ότι μερικά ψηφιακά περιβάλλοντα, όπως τα ΜΚΔ, συμβάλλουν σε ιδεολογική απομόνωση (Flaxman κ.ά. 2016). Άλλες έρευνες υποστηρίζουν ότι υπάρχει σχέση ανάμεσα στην επιλεκτική έκθεση και την πολιτική πόλωση (Stroud, 2008). Μια απάντηση είναι ότι σε εποχή ψευδών, κομματοποιημένων και ελκυστικών ειδήσεων, η έκθεση σε διαφορετικές ειδήσεις μπορεί να είναι ωφέλιμη. Για παράδειγμα, ακαδημαϊκοί, όπως ο Mendelberg (2002), υποστηρίζουν ότι οι διαβουλεύσεις ή ο αιτιολογημένος και ανοιχτός διάλογος οδηγεί σε πιο υγιή πολιτική ζωή. Άλλοι έχουν χρησιμοποιήσει το έργο ακαδημαϊκών που έχουν ασχοληθεί με το ζήτημα της συμμετοχής και της αντιπροσώπευσης στο δημόσιο διάλογο (βλέπε ενδεικτικά, Cohen, 1989; Habermas, 1984) για να ισχυριστούν ότι οι διαφορετικές οπτικές είναι απαραίτητες για το διάλογο, που είναι εξέχων σε μια υγιή δημοκρατία (Munson κ.ά. 2013). Με άλλα λόγια, μπορεί η έκθεση σε σφαιρικές ειδήσεις και πληροφορίες να επιτρέψει πιο ήπιες συζητήσεις μεταξύ των

ανθρώπων με διαφορετικές πεποιθήσεις, πολιτικά κόμματα και υπόβαθρα και να περιορίσει τη διχόνοια. Ακόμα, μια έρευνα του 2018 από το Pew Research Center διαπίστωσε ότι 14% των ενηλίκων στις ΗΠΑ ανέφεραν ότι άλλαξαν γνώμη για ένα πολιτικό ή κοινωνικό θέμα εξαιτίας μιας είδησης που συνάντησαν στα ΜΚΔ (Bialik, 2018), η οποία αναδεικνύει το σημαντικό ρόλο που παίζουν τα ΜΚΔ, στο πεδίο της ενημέρωσης.

Ωστόσο, η παροχή αξιόπιστων και σχετικών πληροφοριών εξακολουθεί να είναι ένα δύσκολο και επίμονο πρόβλημα (Viviani & Pasi, 2017). Επιπλέον, οι πλατφόρμες των ΜΚΔ τείνουν να δίνουν έμφαση σε μερικά από τα κοινωνικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά των ατόμων, που τους κάνουν να εμπιστεύονται, πάνω από όλα, απόψεις που μοιάζουν με τις δικές τους, ανεξάρτητα από την αξιοπιστία τους. Ανάμεσα σε αυτά τα χαρακτηριστικά, η ομοφιλία (homophily) και η επιλεκτική έκθεση (selective exposure) είναι αρκετά κοινές (Sasahara κ.ά. 2019). Ως συνέπεια αυτών των τεχνολογικών και ψυχολογικών στοιχείων, οι χρήστες των ΜΚΔ είναι πιθανό να λαμβάνουν πληροφορίες που κυρίως επιβεβαιώνουν την άποψή τους και στις χειρότερες περιπτώσεις να “εγκλωβίζονται” σε ένα κλειστό πληροφοριακό περιβάλλον ανθρώπων με παρόμοιες απόψεις. Ένα τέτοιο περιβάλλον μπορεί να γίνει εύκολα echo chamber (Flaxman κ.ά. 2016), στο οποίο οι άνθρωποι “ακούν τη φωνή τους” (Garimella κ.ά. 2018). Για τη ακρίβεια, η ποικιλία των πληροφοριών είναι εξαιρετικά ελλιπής μεταξύ των ανθρώπων που μοιράζονται τις ίδιες πεποιθήσεις και αντιλήψεις. Τα echo chambers έχουν κατηγορηθεί ειδικά για την ικανότητά τους να δημιουργούν πόλωση (Del Vicario κ.ά. 2016) και κατά συνέπεια να αυξάνουν την αντιπαράθεση μεταξύ των μελών των ψηφιακών κοινοτήτων (Kumar κ.ά. 2018). Στη βιβλιογραφία, μερικές πρόσφατες έρευνες έχουν ασχοληθεί με τη ζήτηση της ανίχνευσης και ανάλυσης των echo chambers στα ΜΚΔ, λαμβάνοντας υπόψη κυρίως την χωροταξική δομή των διαδικτυακών κοινοτήτων, π.χ τις σχέσεις μεταξύ των μελών τους.

1.3 Πληροφοριακή αταξία στην ψηφιακή εποχή.

Τη σύγχρονη εποχή, γνωστή και ως εποχή της πληροφορίας (Floridi, 2014), οι άνθρωποι εκτίθενται σε μεγάλο όγκο ψηφιακού περιεχομένου. Τα ΜΚΔ, ειδικότερα, έχουν οδηγήσει σε μια δραστική αλλαγή στο μέγεθος και την ταχύτητα, με την οποία οι πληροφορίες μεταδίδονται και είναι σημαντικές πηγές για πρόσβαση σε μεγάλο όγκο πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο. Σε αυτές τις πλατφόρμες, οι άνθρωποι έχουν τη δυνατότητα να

συνδέονται και να μοιράζονται περιεχόμενο με φίλους ή αγνώστους σε επιγραμμικές κοινότητες (Zubiaga κ.ά. 2016), σχεδόν χωρίς καμία μορφή παραδοσιακής διαμεσολάβησης (Eysenbach 2008; Carminati κ.ά. 2012). Αυτό οδηγεί σε 2 βασικά ζητήματα. Πρώτον, στο πρόβλημα της πληροφοριακής αταξίας (Melinat κ.ά. 2014): οι χρήστες έρχονται αντιμέτωποι με τόσο μεγάλο όγκο πληροφοριών, που συχνά δεν μπορούν να διακρίνουν μεταξύ σχετικών και μη σχετικών πληροφοριών. Δεύτερον, στο πρόβλημα της παραποίησης της πληροφορίας (Wardle & Derakhshan, 2017): το τρέχον ψηφιακό οικοσύστημα έχει διαστρεβλωθεί από διάφορα είδη μη έγκυρης ενημέρωσης, όπως η παραπληροφόρηση. Και τα δυο προβλήματα μπορεί να οδηγήσουν σε καταστροφικές συνέπειες για την κοινωνία, ειδικά σε πολύ ευαίσθητα πλαίσια, όπως ο τομέας της υγείας (Klerings κ.ά. 2015; Waszak κ.ά. 2018). Σε αυτό το πλαίσιο, η επαφή με άσχετο ή μη επαληθευμένο περιεχόμενο μπορεί να έχει σοβαρές επιπτώσεις στη δημόσια υγεία. Για να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα της πληροφοριακής αταξίας, τόσο οι εξατομικευμένες μηχανές αναζήτησης, όσο και οι προτάσεις εντός των ΜΚΔ αποσκοπούν να βοηθήσουν τους χρήστες να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικές με τα ενδιαφέροντά τους.

Στο σύγχρονο σύνθετο μιντιακό περιβάλλον με τις πολυάριθμες διαθέσιμες πηγές ενημέρωσης, οι καταναλωτές πρέπει να καταβάλλουν περισσότερη προσπάθεια για να εξακριβώσουν την αξιοπιστία και την εγκυρότητα της πληροφόρησης που συναντούν, συγκριτικά με πιο παλιά, όταν ο αριθμός των πηγών ενημέρωσης ήταν περιορισμένος. Για να διαχειριστούν αυτές τις πληροφορίες και τον κορεσμό των καναλιών, οι χρήστες πρέπει να στραφούν σε εργαλεία εξατομίκευσης για να ελέγχουν καλύτερα τις πηγές ενημέρωσής τους. Τα ψηφιακά εργαλεία διευκολύνουν τους καταναλωτές των ειδήσεων να εξατομικεύσουν και να προσωποποιήσουν τις πηγές πληροφόρησής τους. Επιπλέον, τα ψηφιακά εργαλεία συχνά περιέχουν αλγόριθμους, οι οποίοι λειτουργούν με τέτοιο τρόπο, ώστε να δείχνουν στους χρήστες περιεχόμενο με το οποίο είναι πιο πιθανό να αλληλεπιδράσουν μελλοντικά (Oremus, 2016). Για παράδειγμα, πολλές πλατφόρμες οργανώνουν το περιεχόμενό τους βάσει του τι ορίζει ένας αλγόριθμος ως “πιο σχετικό”. Παρόλο που αυτά τα εργαλεία βοηθούν τους χρήστες να ελέγχουν τις πληροφορίες που λαμβάνουν, καθιστώντας την κατανάλωση ειδήσεων πιο διαχειρίσιμη και μειώνοντας τον υπερβολικό όγκο πληροφοριών, είναι επίσης πιθανό αυτά τα εργαλεία εξατομίκευσης να εκθέσουν τους χρήστες σε περιττές πληροφορίες και μονολιθικές απόψεις, δηλαδή σε echo chambers. Δηλαδή, αν ένας χρήστης συνήθως ακολουθεί, κάνει like και αλληλεπιδρά με

συντηρητικό και “δεξιό” περιεχόμενο, ο αλγόριθμος είναι πιθανό να φέρει στην επιφάνεια περισσότερο συντηρητικό και “δεξιό” περιεχόμενο. Αυτό θα οδηγήσει γρήγορα σε ένα κορεσμένο πληροφοριακό περιβάλλον, που εστιάζει σε μια πολύ στενή οπτική γωνία.

Πρώιμες έρευνες στον πληροφοριακό φόρτο και τη λήψη αποφάσεων των καταναλωτών εστίασαν στην αντίληψη ότι “οι καταναλωτές έχουν όρια στην ικανότητα απορρόφησης και επεξεργασίας πληροφοριών σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή” (Malhotra, 1982, p. 419). Όταν λαμβάνουν υπερβολικά πολλές πληροφορίες, επέρχεται αταξία που οδηγεί σε αδυναμία λήψης αποφάσεων και μειωμένη απόδοση. Οι Bawden και Robinson (2009) υποστηρίζουν ότι η πληροφοριακή αταξία προέρχεται από “την ύπαρξη πολλών πληροφοριών, η οποία επιδεινώνεται από τις πολλαπλές μορφές και κανάλια που είναι διαθέσιμα για την εξάπλωσή τους” (σελ. 182). Ακόμα, θεωρούν ότι η πληροφοριακή αταξία παρεμποδίζει την ικανότητα του ατόμου να χρησιμοποιεί τις πληροφορίες και υποστηρίζουν ότι συνδυάζεται με ένα αίσθημα απώλειας ελέγχου και σε ακραίες περιπτώσεις μπορεί να οδηγήσει σε διάφορες ψυχικές διαταραχές, όπως διάσπαση προσοχής και τεχνολογικό στρες (Bawden & Robinson, 2009, σελ. 183). Αναφέρουν επίσης το πληροφοριακό άγχος (Kennedy, 2001), δηλαδή το στρες που οφείλεται στην αδυναμία πρόσβασης, κατανόησης και αξιοποίησης των απαραίτητων πληροφοριών (Bawden & Robinson, 2009, σελ. 185). Οι ερευνητές προσφέρουν λύσεις στην πληροφοριακή αταξία και στα συνακόλουθα προβλήματα, όπως οι χρήστες να ανακτήσουν τον έλεγχο του πληροφοριακού τους περιβάλλοντος για να αποφύγουν συναισθήματα πανικού και σύγχυσης.

1.4 Επιλεκτική έκθεση: ένα περίπλοκο ζήτημα.

Η διάδοση του διαδικτύου έχει διευρύνει την ποσότητα και την ποικιλία των διαθέσιμων πολιτικών ειδήσεων και έχει δημιουργήσει άνευ προηγουμένου δυνατότητες ενημέρωσης για τα τρέχοντα γεγονότα. Έρευνα (Hong & Page, 2004) υποστηρίζει ότι οι τεχνολογικές μεταρρυθμίσεις συμβάλλουν σε μια πιο σταθερή και πλουραλιστική μορφή δημόσιου διαλόγου (Mutz, 2006). Ωστόσο, στο βαθμό που τα άτομα εκτίθενται σε πληροφορίες που απλώς ενισχύουν τις υπάρχουσες απόψεις τους (βλέπε ενδεικτικά Ditto & Lopez, 1992), η αυξημένη έκθεση σε πληροφορίες μπορεί να ενισχύσει την επιλεκτική έκθεση σε ιδεολογικά συμβατό περιεχόμενο, οδηγώντας σε ένα περιβάλλον “echo chamber” που

διευκολύνει τον κοινωνικό εξτρεμισμό και την πολιτική πόλωση (Iyengar & Hahn), αλλά οδηγεί και σε «πληροφοριακή αταξία». Τα echo chambers σχετίζονται με τις «προκαταλήψεις αυτοεπιβεβαίωσης» των ομοϊδεατών στα ΜΚΔ (Posetti κ.ά. 2021). Αναλόγως, η πολιτική πόλωση μπορεί να επιδεινώνεται για κομματικούς ή άλλους λόγους (Van Boven κ.ά. 2012).

Προηγούμενες έρευνες πάνω στην επιλεκτική έκθεση στα μέσα στηρίζονται είτε σε απαντήσεις σε ερωτηματολόγια (Gentzkow & Shapiro, 2011), που ενέχουν τον κίνδυνο λανθασμένων μετρήσεων και προκαταλήψεων ή σε συμπεριφορές που γίνονται ορατές σε εργαστηριακά πειράματα (Iyengar & Hahn, 2009), και μπορεί να μην εμφανίζονται στην κανονική ζωή. Μια ιδανική συνθήκη για τη μελέτη της μαζικής πόλωσης θα ήταν αυτή που επιτρέπει στους ερευνητές να παρατηρούν ανεμπόδιστα τις επιλογές, στο περιβάλλον όπου συμβαίνουν εκ φύσεως (Webb κ.ά. 1966) και να εξάγονται τα χαρακτηριστικά των ατόμων που επιδεικνύουν τέτοια συμπεριφορά (Back κ.ά. 2010). Η χρήση των δεδομένων των ΜΚΔ ικανοποιεί την πρώτη προϋπόθεση, αλλά μέχρι προσφάτως, οι εκτιμήσεις για τα ατομικά χαρακτηριστικά των χρηστών των ΜΚΔ υπολογίζονταν μόνο για μικρά δείγματα (Conover κ.ά. 2011) ή εστίαζαν σε μεταβλητές που δε σχετίζονται άμεσα με τη μελέτη της πολιτικής πόλωσης (Golder & Macy, 2011).

Οι άνθρωποι προτιμούν συστηματικά τις ευχάριστες πληροφορίες από τις δυσάρεστες, μια τάση που ισχύει ιδιαίτερα στα πολιτικά ζητήματα. Για παράδειγμα, τα άτομα μπορούν να επιλέξουν ειδήσεις που ταιριάζουν με τις απόψεις τους βάσει της πηγής τους, ανεξάρτητα από το περιεχόμενό τους (Iyengar & Hahn, 2009). Κάποιοι, αντίθετα, μπορεί να βασίζονται στην προέλευση της είδησης για να διαπιστώσουν την κλίση του περιεχομένου ή τη συνάφειά του με τα ενδιαφέροντά τους και να την ορίζουν ως κριτήριο για να επιλέξουν τα μέσα που ευθυγραμμίζονται με τις απόψεις τους (Knobloch-Westerwick & Meng, 2009) ή σχετίζονται με το κόμμα ή τον υποψήφιο της προτίμησής τους (Iyengar κ.ά. 2008). Έρευνες στις οποίες συμμετέχουν τα ίδια άτομα στο πέρασμα του χρόνου υποστηρίζουν ακόμα ότι τα μοτίβα έκθεσης σε ευχάριστες ειδήσεις μπορεί να οδηγήσει ενδεχομένως σε πόλωση (Stroud, 2008). Ωστόσο, ο τρόπος με τον οποίο αυτές οι τάσεις λειτουργούν είναι πολύ πιο ανεπαίσθητος από ό,τι υποθέτουν πολλοί άνθρωποι.

Αρχικά, η τάση προς την επιλεκτική έκθεση δεν φαίνεται να οφείλεται στο γεγονός ότι οι άνθρωποι προσπαθούν να μειώσουν την δυσαρέσκεια που ανακύπτει, όταν έρχονται σε επαφή με ανεπιθύμητο περιεχόμενο (Festinger, 1957). Μάλιστα, αυτή η δημοφιλής

θεωρία είναι κάπως δυσεύρετη στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία (Metzger κ.ά. 2015). Μια ισχυρή εναλλακτική εξήγηση είναι ότι οι άνθρωποι θεωρούν τις πληροφορίες που ταυτίζονται με τις απόψεις τους πιο αξιόπιστες από τις αντίθετες και λαμβάνουν αποφάσεις βάσει αυτής της κρίσης αξιοπιστίας (Fischer κ.ά. 2008). Έρευνες δείχνουν, για παράδειγμα, ότι η αναμενόμενη ποιότητα της πληροφορίας (Fischer κ.ά. 2008) και η αντίληψη για την αξιοπιστία (Metzger κ.ά. 2015) δικαιολογούν περισσότερο την επιλεκτική έκθεση από ό,τι η διαφωνία. Ένας άλλος παράγοντας είναι ότι η επιλεκτική έκθεση τείνει να είναι ασύμμετρη (Garrett & Stroud, 2014). Παρόλο που οι συμβατές πληροφορίες προσφέρουν σχεδόν πάντα ψυχολογικά οφέλη, οι ασύμβατες πληροφορίες δεν είναι πάντα ανεπιθύμητες, καθώς μερικοί βρίσκουν την αλληλεπίδραση μαζί τους απολαυστική ή αναζητούν τις αντίθετες απόψεις, όταν προετοιμάζονται για να υπερασπιστούν τις απόψεις τους στους άλλους (Valentino κ.ά. 2009). Σε μερικές περιπτώσεις, η αποτελεσματική υπεράσπιση της άποψης κάποιου μπορεί να προκαλέσει ακόμα και ευχαρίστηση (Westen κ.ά. 2006).

Ακολούθως, οι άνθρωποι αναφέρουν σημαντική έκθεση σε μέσα που ταιριάζουν με τις απόψεις τους στην καθημερινότητά τους (Mitchell κ.ά. 2014), αλλά χωρίς να αποκλείονται οι αντίθετες πηγές. Σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα καταναλωτών ειδήσεων στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, 64% των συντηρητικών Ρεπουμπλικανών, αλλά και 26% των φιλελεύθερων Δημοκρατικών ανέφεραν ότι στηρίζονται συστηματικά σε τουλάχιστον μια συντηρητική πηγή (Stroud, 2010). Αναλόγως, 76% των φιλελεύθερων Δημοκρατικών και 43% των συντηρητικών Ρεπουμπλικανών ανέφεραν ότι διαβάζουν τουλάχιστον μια φιλελεύθερη πηγή ειδήσεων. Η προτίμηση για τις συναφείς πηγές ειδήσεων συχνά υπερέχει κάθε τάσης για αντίθετες απόψεις, ακόμα και ανάμεσα σε ισχυρούς κομματικούς οπαδούς (Garrett κ.ά. 2011).

Τέλος, ανοιχτά κομματικές ή ιδεολογικές πηγές πληροφοριών ανταγωνίζονται με άλλες πηγές, καθώς οι καταναλωτές των ειδήσεων επιλέγουν ανάμεσα σε πολλές δυνατότητες (Mummolo, 2016). Με δεδομένο ένα ρεαλιστικό σύνολο επιλογών, τα άτομα μπορεί να διαλέξουν να μην ασχοληθούν με την πολιτική, αλλά να ασχοληθούν με την ψυχαγωγία ή τις πιο ευχάριστες ειδήσεις (Prior, 2007). Άλλα στοιχεία, όπως η προώθηση ενός άρθρου μέσω των ΜΚΔ (Winter κ.ά. 2016), μπορεί να οδηγήσει τους ανθρώπους να επιλέξουν πληροφορίες ακόμα κι αν η πηγή ή το περιεχόμενό τους είναι ενδεχομένως δυσάρεστα. Για παράδειγμα, η προτίμηση των ατόμων για σχετικές με τα ενδιαφέροντά

τους ειδήσεις μερικές φορές υπερέχει της προτίμησής τους για ειδήσεις που συμβαδίζουν με τις αντιλήψεις τους (Mummolo, 2016).

1.5 Η πόλωση ως αποτέλεσμα της ύπαρξης πολλών πηγών ενημέρωσης.

“Ο κατακερματισμός της ενημέρωσης περιγράφει μια διαδικασία μέσω της οποίας το μαζικό κοινό, που κάποτε εστίαζε σε 3 ή 4 οπτικές, διευρύνεται περισσότερο” (Webster, 2005, p. 367). Η πόλωση πραγματοποιείται όταν τα κοινά αποκλίνουν και διαχωρίζονται βάσει ενός ζητήματος ή ενδιαφέροντος (Sunstein, 2002). Σε ένα μιντιακό περιβάλλον γεμάτο επιλογές, τα άτομα μπορούν να επιλέξουν μέσα και περιεχόμενο από μια ευρεία ποικιλία καναλιών, που σημαίνει ότι τα κοινά είναι κατακερματισμένα και ενδεχομένως πολωμένα βάσει των προτιμήσεων που κινητοποιούν τις επιλογές των ατόμων (Prior, 2007; Sunstein, 2002; Webster, 2005). Πιο πρόσφατα, ο όρος echo chamber έχει γίνει μια δημοφιλής περιγραφή για αυτό το βασικό μηχανισμό. Υπάρχουν δυο ανησυχίες αναφορικά με την πόλωση, όταν αφορά τις πολιτικές πληροφορίες και τις ειδήσεις. Η πρώτη είναι ένα χάσμα μεταξύ αυτών που ενημερώνονται και αυτών που δεν ενημερώνονται για την πολιτική. Η δεύτερη είναι η πολιτική πόλωση μεταξύ αυτών που επιδεικνύουν τουλάχιστον ήπιο πολιτικό ενδιαφέρον.

Αφού το δημοκρατικό πολιτικό σύστημα προϋποθέτει οι άνθρωποι να μιλούν και να ενημερώνονται, η ανάδυση ενός echo chamber θα μπορούσε να έχει σοβαρές αρνητικές συνέπειες. Έρευνα πάνω στον κατακερματισμό, την πόλωση και τα echo chambers έχει καταλήξει σε αντιφατικά αποτελέσματα. Παρόλο που τα κοινά είναι κατακερματισμένα, τα περισσότερα άτομα εξακολουθούν να βασίζονται τουλάχιστον σε μερικές γενικές πηγές ειδήσεων και πολιτικής ενημέρωσης, όπως οι μη κομματικές εφημερίδες (online και offline) ή οι δημοσιογράφοι (Weeks κ.ά. 2016). Επιπροσθέτως, όταν επιλέγουν τα μέσα, τα άτομα ενδεχομένως επιλέγουν τις πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις πεποιθήσεις τους πιο συχνά, αλλά είναι λιγότερο πιθανό να αποφύγουν ενεργά πληροφορίες που αντιτίθενται σε αυτές (Garrett, 2009). Παρομοίως, παρόλο που υπάρχουν αποδείξεις πόλωσης σε μερικά μέσα, όπως οι κομματικές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, τα blogs και κάποια ΜΚΔ (Conover κ.ά. 2011), αυτά δεν είναι οι μόνες ή ακόμα και οι κύριες πηγές ενημέρωσης στις οποίες το γενικό κοινό στηρίζεται (Newman κ.ά. 2017). Ακόμα και στα ΜΚΔ, όπου οι ενδείξεις των echo chambers είναι πιο ισχυρές, τα περισσότερα άτομα εκτίθενται σε διαφορετικές απόψεις και πηγές πολιτικής ενημέρωσης (Messing & Westwood, 2014).

Υπό αυτό το πρίσμα, οι Bakshy κ.ά. (2015) μελέτησαν την περίπτωση του Facebook και διαπίστωσαν ότι παρόλο που τα άτομα εκτίθενται σε ετερογενές περιεχόμενο, είναι πιο πιθανό να “κλικάρουν” σε μια είδηση που εναρμονίζεται με τις απόψεις τους, παρά με τις αντίθετες. Ένας λόγος που προγενέστερες έρευνες έχουν αντιφατικά αποτελέσματα είναι ότι μεγάλο μέρος της έρευνας πάνω στα echo chambers έχει εστιάσει μόνο σε περιορισμένο αριθμό ΜΚΔ, συχνά στο Twitter. Υπάρχουν ενδείξεις ότι οι άνθρωποι σκέφτονται περισσότερο τις πληροφορίες που επαληθεύονται από πολλές πηγές, αντί για μία (Harkins & Petty, 1987). Μέχρι σήμερα, οι περισσότερες έρευνες για τα echo chambers έχουν εστιάσει στην πολιτική πόλωση στα ΜΚΔ, ειδικά στο Twitter (βλέπε ενδεικτικά Adamic & Glance, 2005).

Κεφάλαιο 2: Echo chambers

Τις τελευταίες δεκαετίες, η άφιξη του διαδικτύου και του Web 2.0 έχουν στρέψει την προσοχή των ακαδημαϊκών στον ενδεχόμενο αντίκτυπό τους στη δημοκρατία και τη δημόσια σφαίρα. Η τελευταία, σύμφωνα με τον πιο πρόσφατο ορισμό του Dahlgren (2005), είναι “η ύπαρξη τόπων επικοινωνίας στην κοινωνία, που επιτρέπουν την κυκλοφορία πληροφοριών, ιδεών, απόψεων, κατά προτίμηση ελεύθερα, καθώς και τη διαμόρφωση της πολιτικής στάσης” (p. 148). Κάποιοι υιοθέτησαν μια αισιόδοξη στάση, αντιμετωπίζοντας αυτές τις νέες τεχνολογικές εξελίξεις ως μια διαφοροποίηση της επικοινωνιακής διαδικασίας και ως προαγωγή της διαφορετικότητας των απόψεων (π.χ., Gimmier, 2001; Paracharissi, 2002). Θεωρούν ότι ευνοούν την ελευθερία, διαταράσσουν την σχέση της ελίτ με τη δημοκρατία και εν τέλει οδηγούν στη δημιουργία μιας κοινής διαδικτυακής “αποθήκης” γνώσης, δηλαδή ενός χώρου όπου συλλέγεται η γνώση στο ψηφιακό πεδίο (Benkler, 2006; Rheingold, 2003) ή ότι παρέχουν ευκαιρίες για συμμετοχή στην πολιτική ζωή, ενώ αυξάνουν την έκθεση στις ειδήσεις και σε πολιτικές απόψεις (Bode, 2012). Άλλοι, ωστόσο, ήταν πιο απαισιόδοξοι, θεωρώντας ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες θα οδηγούσαν σε πόλωση μέσω της επιλογής των χρηστών των πληροφοριών που λαμβάνουν, οι οποίες συμβαδίζουν με προηγούμενες πεποιθήσεις και της δημιουργίας ομοιογενών διαδικτυακών ομάδων (McPherson κ.ά. 2001). Ανάμεσα στις εμβληματικές

αναπαραστάσεις αυτής της απαισιόδοξης αντίληψης, βρίσκεται η μεταφορά του Sunstein για το echo chamber ή στα ελληνικά θάλαμος αντήχησης (2017). Ωστόσο, στην παρούσα εργασία θα προτιμηθεί ο όρος echo chamber, καθώς δεν υπάρχει συμφωνία στην ελληνική βιβλιογραφία για τον τρόπο απόδοσής του.

2.1 Η εξατομίκευση της πληροφορίας.

Το 2009, ο Nicholas Kristof των New York Times έγραψε ένα άρθρο με τίτλο “The Daily Me.” Σε αυτό το σύντομο κείμενο, υποστήριξε ότι οι αναγνώστες δεν επιθυμούν “καλές” πληροφορίες. Αντ’ αυτού, θέλουν πληροφορίες που επιβεβαιώνουν υφιστάμενες και ισχυρές προκαταλήψεις - αυτό που άλλοι ερευνητές έχουν ορίσει ως “προκαταλήψεις επιβεβαίωσης” (Stanovich κ.ά. 2013). Αυτή η στάση είναι προβληματική, σύμφωνα με τον Kristof, επειδή οι άνθρωποι ήδη απομονώνονται σε κοινότητες με τις ίδιες πεποιθήσεις στην καθημερινή τους ζωή. Αυτή η απομόνωση και έλλειψη επικοινωνίας με ανθρώπους με αντίθετες απόψεις, στην ψηφιακή και τη φυσική ζωή, μπορεί να οδηγήσει σε πόλωση (Kristof, 2009). Εμπειρικά ευρήματα υποστηρίζουν την ιδέα ότι η κατανάλωση ειδήσεων στο διαδίκτυο συνδέεται με τις προκαταλήψεις επιβεβαίωσης (Garrett & Stroud, 2014), και η κατανάλωση ιδεολογικά συμβατού περιεχομένου συμβάλλει στην απομόνωση και την πόλωση (Schmidt κ.ά. 2017). Το ψηφιακό τοπίο έχει επεκταθεί δραματικά από το 2009 και τα ψηφιακά εργαλεία, όπως τα ΜΚΔ, οι ειδησεογραφικές ιστοσελίδες και οι εφαρμογές ειδήσεων στο κινητό είναι πιο δημοφιλείς από ποτέ. Αλλά αξίζει να εξετάσουμε αν η ιδέα των εξατομικευμένων ειδήσεων εξακολουθεί να υπάρχει σε αυτά τα διευρυμένα ψηφιακά περιβάλλοντα.

Το πώς οι καταναλωτές προσαρμόζουν την εμπειρία τους, συνήθως, ορίζεται ως εξατομίκευση ή προσαρμογή. Η έρευνα των Ho και Tam (2005) ορίζει την εξατομίκευση ως προσαρμοσμένο περιεχόμενο που στόχο έχει “να μεταδώσει τη σωστή πληροφόρηση στο σωστό άτομο, με τη σωστή μορφή και τη σωστή στιγμή” (Sundar & Marathe, 2010, σελ. 300). Ακόμα, οι Sundar και Marathe (2010) διακρίνουν μεταξύ “εξατομίκευσης βάσει συστήματος” και “εξατομίκευσης βάσει χρήστη”. Σημειώνουν ότι μεγάλο μέρος από τη βιβλιογραφία για την εξατομίκευση (βλέπε ενδεικτικά Blom, 2000) εστιάζει στο τελικό αποτέλεσμα, δηλαδή το προσαρμοσμένο περιεχόμενο, αντί για τη διαδικασία της

προσαρμογής και τον φορέα της προσαρμογής. Σήμερα, η εξατομίκευση μπορεί να γίνει αντιληπτή μέσω των αλγορίθμων, που παρέχουν μια σειρά διαδικασιών ή κανόνων για την επίλυση ενός προβλήματος. Όταν οι χρήστες δημιουργούν προφίλ σε εφαρμογές ή στα ΜΚΔ, οι αλγόριθμοι προσαρμόζουν το περιεχόμενο για κάθε χρήστη, βάσει των έμμεσων και άμεσων προτιμήσεών τους (Thurman, 2011, σελ. 397). Ένα πολύ γνωστό παράδειγμα προσαρμογής των ειδήσεων είναι ο αλγόριθμος του Facebook, EdgeRank, ο οποίος φιλτράρει και δίνει προτεραιότητα στο περιεχόμενο που εμφανίζεται και σε ποιο σημείο, στον τοίχο ενός χρήστη. Οι Sundar και Marathe (2010) σημειώνουν ότι τα συστήματα εξατομίκευσης βάσει του χρήστη δεν προσαρμόζουν το περιεχόμενο τους από μόνα τους, αλλά διαθέτουν χαρακτηριστικά που επιτρέπουν στους χρήστες να αλλάξουν την εμπειρία τους (σελ. 301). Σε ό,τι αφορά την εξατομίκευση, οι Kang και Sundar (2016) υποστηρίζουν ότι επιτρέπει στους χρήστες να ελέγχουν την επικοινωνία εντός της πλατφόρμας, γεγονός που οδηγεί σε αυξημένο ενδιαφέρον και συμμετοχή στη διαδικασία εξατομίκευσης.

2.2 Echo chambers vs Filter bubbles.

Ένα άλλο φαινόμενο που η βιβλιογραφία τείνει να συγγεί με τα echo chambers είναι αυτό των filter bubbles ή στα ελληνικά θύλακες φιλτραρίσματος. Ωστόσο, θα προτιμηθεί ο όρος filter bubbles, ο οποίος είναι ευρέως διαδεδομένος και κοινά αποδεκτός. Τα filter bubbles δημιουργούνται εξαιτίας των αλγορίθμων που διαχειρίζονται το περιεχόμενο των ΜΚΔ, με αποτέλεσμα να προβάλλουν περιεχόμενο με το οποίο ο χρήστης συνηθίζει να αλληλεπιδρά και ως εκ τούτου είναι πιο πιθανό να συμφωνήσει μαζί του (Flaxman κ.ά. 2016). Η βιβλιογραφία για τα echo chambers και τα filter bubbles είναι νέα και σχετικά μικρή. Δυστυχώς, ακόμα και σε αυτή τη βιβλιογραφία, τα echo chambers και τα filter bubbles συγχέονται και οι όροι χρησιμοποιούνται χωρίς διάκριση (El-Bermawy 2016). Για παράδειγμα, ο Bert Baumgaertner στην ανάλυσή του για τα echo chambers μέσω της υπολογιστικής μοντελοποίησης, βρίσκεται πολύ κοντά με την έρευνα των Jamieson και Carrella για τα δεξιά echo chambers και την έρευνα των Eric Gilbert κ.ά. για την αντιμετώπιση των blogs ως echo chambers (Baumgaertner, 2014). Αντικείμενο στην έρευνα των Jamieson και Carrella είναι τα echo chambers, ενώ η μελέτη του Gilbert ασχολείται με το πώς οι κοινότητες των blogs έχουν αποκλείσει τις σχετικές φωνές μόνο μέσω των κοινωνικών πρακτικών της επαφής με άτομα με παρόμοιες απόψεις, δηλαδή ακριβώς αυτό

που ονομάζουμε filter bubbles (Gilbert κ.ά. 2009).

Ένα άλλο παράδειγμα είναι η μελέτη του Sunstein για τη σχέση μεταξύ των τεχνολογιών του Διαδικτύου, της πόλωσης και της ανόδου του πολιτικού εξτρεμισμού. Παρόλο που διατείνεται ότι καλύπτει τόσο τα filter bubbles, όσο και τα echo chambers, η δουλειά του εστιάζει σχεδόν αποκλειστικά στις επιδράσεις των filter bubbles: περιορισμένη ροή πληροφόρησης, έλλειψη έκθεσης σε εναλλακτικά επιχειρήματα (Sunstein 2009a: 1–98; 2009b: xi, 19-96). Για τον Sunstein, ο κύριος μηχανισμός που καθοδηγεί την πόλωση και τον εξτρεμισμό είναι η εξάλειψη των αληθινών δημόσιων χώρων συζήτησης, γιατί η τεχνολογία έχει ενδυναμώσει την τάση των ανθρώπων να επιλέγουν τις πηγές που προσφέρουν φίλα προσκείμενες απόψεις. Επομένως, η λύση του είναι να επαναδημιουργήσει στο νέο μιντιακό περιβάλλον το είδος των γενικών δημόσιων fora, όπου οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να συναντήσουν απρόσμενα αντίθετες απόψεις και επιχειρήματα (Sunstein 2009a: 135–48; 2009b: 19–45, 190–211). Αλλά και πάλι, αν αυτό που συμβαίνει είναι η επιρροή του echo chamber, η έκθεση είναι το λιγότερο άχρηστη. Η θόλωση των ορίων μεταξύ των δύο συστημάτων έχει οδηγήσει και στην παράβλεψη μιας ολόκληρης ομάδας φαινομένων.

Μερικά νέα άρθρα υποστηρίζουν ότι οι ανησυχίες για τα filter bubbles και τα echo chambers είναι υπερβολικές. Αυτά τα άρθρα μοιράζονται το ίδιο μοτίβο επιχειρηματολογίας. Αρχικά, χρησιμοποιούν τους όρους “filter bubble” και “echo chamber” χωρίς διάκριση και τα αντιμετωπίζουν μονολιθικά, όπως ο Sunstein. Για την ακρίβεια, οι Nelson και Webster (2017) συνδυάζουν την ανάλυση των echo chambers των Jamieson και Cappella (2008) και την ανάλυση του Pariser (2011) για τα filter bubbles και αποδίδουν στους Jamieson και Cappella την άποψη ότι οι κομματικοί οπαδοί αναζητούν και συναντούν ενημέρωση μόνο από πηγές με τις οποίες εναρμονίζονται πολιτικά. Αυτό σημαίνει ότι οι Nelson και Webster αποδίδουν μια μελέτη των filter bubbles στους Jamieson και Cappella, ενώ οι τελευταίοι ασχολούνται ξεκάθαρα με τα echo chambers (Nelson & Webster 2017: 2).

Ακόμα, πρόσφατα άρθρα αντιτίθενται στην ύπαρξη filter bubbles και echo chambers, αποδεικνύοντας, μέσω της ανάλυσης εμπειρικών δεδομένων για την κατανάλωση ειδήσεων, ότι οι περισσότεροι άνθρωποι εκθέτουν τον εαυτό τους σε μέσα από όλο το πολιτικό φάσμα. Οι Nelson και Webster, για παράδειγμα, αμφισβητούν τους Jamieson και Capella, υποστηρίζοντας ότι τα filter bubbles και τα echo chambers δεν υφίστανται. Οι Nelson και Webster υποστηρίζουν αυτόν τον ισχυρισμό με δεδομένα που δείχνουν ότι τόσο οι φιλελεύθεροι, όσο και οι συντηρητικοί επισκέπτονται τις ίδιες

ιστοσελίδες και δαπανούν συγκρίσιμη ποσότητα χρόνου σε αυτές τις ιστοσελίδες (Nelson & Webster 2017: 6–7). Και πάλι, αυτό είναι ένδειξη μόνο εναντίον των filter bubbles και όχι εναντίον των echo chambers. Αναλόγως, οι Flaxman κ.ά. προσπαθούν να αμφισβητήσουν την ύπαρξη των filter bubbles και των echo chambers με δεδομένα που δείχνουν ότι τα ΜΚΔ φαίνεται να αυξάνουν την έκθεση των ατόμων σε μέσα από όλο το πολιτικό φάσμα (Flaxman κ.ά. 2016). Και σε αυτήν την περίπτωση, αυτά τα δεδομένα αφορούν μόνο την έκθεση και την παράλειψη και βαραίνουν μόνο εναντίον των filter bubbles. Δε λένε τίποτα για την ύπαρξη των echo chambers ή όχι.

Πρόσφατες αναλύσεις στον τοίχο του Facebook και στα δίκτυα του Twitter αποκαλύπτουν ότι οι χρήστες εκτίθενται σε μεγάλο βαθμό σε επιχειρήματα και απόψεις, με τα οποία συμφωνούν ήδη (Saez-Trumper κ.ά. 2013). Επιπροσθέτως, μεγάλο μέρος του κοινού πλέον θεωρεί τα παραδοσιακά μέσα διεφθαρμένα και αναξιόπιστα. Πολλοί από εμάς έχουμε αρχίσει να αναρωτιόμαστε: είμαστε παγιδευμένοι σε echo chambers που έχουμε δημιουργήσει οι ίδιοι; Και τα echo chambers και τα filter bubbles είναι προβληματικές κοινωνικές δομές που απομονώνουν τα μέλη τους. Και τα δυο ενισχύουν την ιδεολογική απομόνωση. Αλλά διαφέρουν ως προς την προέλευσή τους, τους μηχανισμούς λειτουργίας και τους τρόπους αντιμετώπισης. Και τα δύο είναι δομές αποκλεισμού, αλλά τα filter bubbles αποκλείουν μέσω της παράλειψης, ενώ τα echo chambers αποκλείουν χειραγωγώντας την εμπιστοσύνη και την αξιοπιστία. Σε αδρές γραμμές, ένα filter bubble είναι ένα γνωσιολογικό κοινωνικό οικοδόμημα στο οποίο μερικές φωνές έχουν αποκλειστεί μέσω της παράλειψης. Τα filter bubbles μπορούν να σχηματιστούν χωρίς κακή πρόθεση, μέσω των συνηθισμένων διαδικασιών της κοινωνικής επιλογής και του σχηματισμού κοινοτήτων. Προσπαθούμε να παραμείνουμε σε επαφή με τους φίλους μας, οι οποίοι, επίσης, συνηθίζουν να έχουν παρόμοιες πολιτικές πεποιθήσεις. Αλλά όταν χρησιμοποιούμε αυτά τα ίδια ΜΚΔ ως πηγές ειδήσεων, τότε επιβάλλουμε στον εαυτό μας ένα στενό και αυτοεπιβεβαιωτικό γνωσιολογικό φίλτρο, που αποκλείει τις αντίθετες απόψεις και ενδυναμώνει αδίκως τη γνωσιολογική μας αυτοπεποίθηση. Ένα echo chamber, από την άλλη πλευρά, είναι ένα κοινωνικό γνωσιολογικό οικοδόμημα όπου άλλες φωνές έχουν χάσει την αξιοπιστία τους. Σύμφωνα με τους Jamieson and Capella, τα μέλη ενός echo chamber μοιράζονται πεποιθήσεις, οι οποίες περιέχουν τους λόγους για τους οποίους δεν πρέπει να εμπιστεύονται αυτούς που βρίσκονται έξω από το echo chamber. Τα echo chambers λειτουργούν απομονώνοντας συστηματικά τα μέλη τους από

όλες τις άλλες γνωσιολογικές πηγές (Jamieson & Carrella 2008: 163–236). Αυτός ο μηχανισμός μοιάζει πολύ με την κατήχηση κάποιου δόγματος. Αμφισβητώντας αυτούς που δεν ανήκουν σε αυτά, τα echo chambers αφήνουν τα μέλη τους να εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από εσωτερικές πηγές ενημέρωσης. Στα filter bubbles, οι άλλες φωνές δεν ακούγονται καν, στα echo chambers, οι άλλες φωνές υποβαθμίζονται.

Ένα filter bubble είναι ένα γνωσιολογικό οικοδόμημα που ανακλύπτει από την πληροφοριακή αρχιτεκτονική των κοινοτήτων, των κοινωνικών δικτύων, των μέσων και άλλων πηγών ενημέρωσης και συζήτησης. Είναι μια προβληματική πληροφοριακή τοπολογία - ένα οικοδόμημα με ελλiptή συνδεσιμότητα. Ένα echo chamber, από την άλλη πλευρά, είναι μια γνωσιολογική δομή που δημιουργείται μέσα από τη χειραγώγηση της εμπιστοσύνης. Επιπροσθέτως, τα echo chambers μπορούν να εξηγήσουν αυτό που τα filter bubbles δεν μπορούν: την εμφανή αντίσταση στις σαφείς αποδείξεις, που εντοπίζεται σε μερικές ομάδες, όπως στους αρνητές της κλιματικής αλλαγής και τις αντιεμβολιαστικές ομάδες. Η σύγχρονη επιστήμη, ειδικά η κοινωνική επιστήμη, μας έχει διδάξει ότι η εμπιστοσύνη στους άλλους είναι απαραίτητη. Είμαστε, όπως λέει ο John Hardwig, αναπότρεπτα γνωσιολογικά εξαρτημένοι ο ένας από το άλλο (Hardwig, 1991). Τα echo chambers τρέφονται από τη γνωσιολογική μας αλληλεξάρτηση. Επομένως, σε κάποιες περιπτώσεις, τα μέλη του echo chamber δεν έχουν πλήρη ευθύνη για τις αντιλήψεις τους. Μόλις κάποιος παγιδευτεί σε ένα echo chamber, μπορεί να ακολουθήσει κάποιες πρακτικές και να παραπλανηθεί ακόμα περισσότερο. Και μερικοί άνθρωποι μπορούν να παγιδευτούν σε echo chambers εξαιτίας συνθηκών πέρα από τον έλεγχό τους, για παράδειγμα μπορεί να έχουν μεγαλώσει με αυτές. Για αυτούς που είναι ήδη παγιδευμένοι, οι πιθανότητες να το καταλάβουν και να ξεφύγουν είναι σχεδόν μηδαμινές. Ευτυχώς, όμως, για εμάς τα filter bubbles είναι σχετικά εύθραυστα. Οι σχετικές πηγές έχουν απλώς αποκλειστεί, δεν έχουν κριθεί αναξιόπιστες. Είναι δυνατό να “σπάσουμε” ένα filter bubble εκθέτοντας ένα μέλος σε σχετική ενημέρωση ή επιχειρήματα που δεν έχει δει. Τα echo chambers, από την άλλη, είναι πολύ πιο στιβαρά.

Τα echo chambers είναι οικοδομήματα στρατηγικής δυσφήμισης, κι όχι κακής πληροφοριακής συνδεσιμότητας. Τα echo chambers μπορούν να υπάρχουν ακόμα κι όταν η πληροφορία ρέει σωστά. Για την ακρίβεια, τα echo chambers ενισχύονται όταν τα μέλη τους εκτίθενται σε εξωτερικές πληροφορίες. Αν λειτουργούν οι σωστοί μηχανισμοί επιβεβαίωσης, αυτή η έκθεση θα ενισχύσει την αφοσίωση των μελών των echo chambers.

Τα filter bubbles είναι μάλλον ετοιμόρροπα, δημιουργούνται εύκολα, αλλά καταρρίπτονται κι εύκολα. Εφόσον δεν υπάρχει συστηματική δυσφήμιση των μη μελών, η απλή έκθεση στις αποκλεισμένες φωνές μπορεί να λύσει το πρόβλημα. Τα echo chambers, από την άλλη πλευρά, δεν επιτρέπουν την έξοδο από αυτά, αφού τα αξιακά συστήματα, στα οποία στηρίζονται, είναι ανθεκτικά. Η απλή έκθεση θα είναι αναποτελεσματική. Οι Jamieson και Carrella προσφέρουν αποδείξεις για αυτό: μόλις οι ακροατές εμπλακούν με τη γλώσσα, την πλαισίωση και τη δυσφήμιση των παραδοσιακών μέσων του Rush Limbaugh, οι πεποιθήσεις τους μπορούν να επιβιώσουν από τη συχνή επαφή με αντίθετες απόψεις. Η τεχνική του Limbaugh, σύμφωνα με τους Jamieson και Carrella, λειτουργεί για να θωρακίσει το κοινό του από την επιρροή της έκθεσης σε αντίθετες απόψεις (Jamieson & Carrella 2008: 163–90). Για την ακρίβεια, αν οι κατάλληλοι μηχανισμοί διαφωνίας-ενίσχυσης λειτουργούν, η έκθεση θα ενδυναμώσει απλώς το επιτιθέμενο σύστημα πεποιθήσεων. Επομένως, οι απόπειρες ενός μη μέλους να διαρρήξει το echo chamber λες και είναι απλώς ένα filter bubble, είναι πιθανό να έχει τα αντίθετα αποτελέσματα και να ενισχύσει την επιρροή του echo chamber.

Η μετά-αλήθεια και η δύναμη των echo chambers. Σε κάθε περίπτωση, και τα δύο φαινόμενα συνδέονται με μια περίοδο “μετά-αλήθειας” που διανύουμε. Πολλοί έχουν υποστηρίξει ότι κατά τη διάρκεια και μετά την περίοδο των Αμερικανικών εκλογών του 2016, έχουμε περάσει σε μια περίοδο “μετά-αλήθειας”. Για πολλούς, είναι λες και ένα μεγάλο κομμάτι του εκλογικού σώματος έχει χάσει πλέον ολοκληρωτικά το ενδιαφέρον του για τα γεγονότα και τις αποδείξεις. Η εμφανής στάση μετα-αλήθειας μπορεί να εξηγηθεί τουλάχιστον εν μέρει ως το αποτέλεσμα της χειραγώγησης της αξιοπιστίας που πραγματοποιείται στα echo chambers. Τα filter bubbles κάνουν λιγότερο πιθανή την ανακάλυψη λαθών και τείνουν να αυξάνουν τα επίπεδα αξιοπιστίας των γνωσιολογικών πηγών εντός της φούσκας. Αλλά όταν ένα echo chamber έχει δημιουργηθεί και όλες οι εξωτερικές πηγές έχουν αμφισβητηθεί πλήρως, δεν υπάρχει δυνατότητα κάποιος να ξεφύγει από αυτό. Τα echo chambers μπορούν να αυξήσουν το επίπεδο αξιοπιστίας για τα άτομα που έχουν αποκτήσει το κύρος της αυθεντίας. Αφαιρώντας όλες τις αμφισβητήσεις και τις ανταποδείξεις από το σύστημα μέσω της συστηματικής δυσφήμισης των μη μελών, τα echo chambers δημιουργούν εξαιρετικά υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης. Αυτή η δυναμική είναι εγγενής σε κάθε echo chamber και προκύπτει από την αλληλεπίδραση δύο βασικών συστατικών που υπάρχουν σε κάθε echo chamber. Πρώτον, ένα echo chamber συνεπάγεται

μια σημαντική διαφορά ως προς την εμπιστοσύνη απέναντι στα μέλη και των μη μέλη. Δεύτερον, ένα echo chamber συνοδεύεται από πεποιθήσεις, που ενστερνίζονται τα μέλη και αυξάνουν αυτή τη διαφορά της εμπιστοσύνης. Τα βασικά χαρακτηριστικά των echo chambers μοιάζει να έχουν σχεδιαστεί για να αυτο-ενδυναμώνουν την ιδιαίτερη διαχείριση της εμπιστοσύνης.

Από την άλλη πλευρά, τα filter bubbles από μόνα τους δεν μπορούν να εξηγήσουν το φαινόμενο της μετα-αλήθειας. Αφού τα filter bubbles λειτουργούν μόνο μέσω της παράλειψης, δεν μπορούν να εξηγήσουν το γιατί ένα άτομο απορρίπτει σαφείς αποδείξεις, όταν έρχεται σε άμεση επαφή μαζί τους. Η παράλειψη δεν μπορεί να εξηγήσει, για παράδειγμα, πώς κάποιος μπορεί να αρνείται την ύπαρξη της κλιματικής αλλαγής, ακόμα κι όταν συναντά αδιάσειστες αποδείξεις. Αλλά τα echo chambers προσφέρουν μια εξήγηση για αυτό το φαινόμενο. Οι αρνητές της κλιματικής αλλαγής έχουν εισέλθει σε ένα γνωσιολογικό οικοδόμημα, όπου όλες οι εξωτερικές πηγές απόδειξης έχουν προσεκτικά δυσφημιστεί. Στις γνωσιολογικές κοινότητες που αφορούν την υγεία, υπάρχει ένα ταβάνι στο επίπεδο αξιοπιστίας. Ένα γνωσιολογικό δίκτυο για την υγεία θα προσφέρει μια σταθερή ροή αντεπιχειρημάτων και ανταποδείξεων, επομένως κανένα άτομο ή ομάδα δεν μπορεί να μείνει άθικτο και αλώβητο.

Ο εγκλωβισμός σε ένα γνωσιολογικό οικοδόμημα μπορεί από μόνος του να περικλείει διάφορα λάθη και προβλήματα, αλλά αυτό που συμβαίνει εδώ είναι η αργή συσσώρευση μικρότερων λαθών, που σταδιακά απορροφούν το μέλος σε ένα αυτο-επιβεβαιωτικό, εσωτερικά ανεργάτιστο και τελικά παραπλανητικό γνωσιολογικό οικοδόμημα. Παρομοίως, κάποιος έχει ισχυριστεί ότι στην εποχή της μετα-αλήθειας, το ενδιαφέρον πολλών ανθρώπων για την αλήθεια έχει εξανεμιστεί. Ακόμη μια φορά, η περίπτωση των echo chambers προτάσσει μια πιο μετριοπαθή εξήγηση. Ένα echo chamber δεν διαβρώνει το ενδιαφέρον ενός μέλους για την αλήθεια, αλλά χειραγωγεί τα επίπεδα πίστης σε τέτοιο βαθμό, ώστε οι ριζικά διαφορετικές πηγές και θεσμοί να μην θεωρούνται έγκυρες πηγές απόδειξης. Αυτό το φαινόμενο διαφέρει σημαντικά από τον εκ προθέσεως ασαφή λόγο. Αντιθέτως, πρέπει να περιμένουμε ο λόγος που χρησιμοποιείται εντός των echo chambers να είναι σαφής και ξεκάθαρος και να υποστηρίζει χωρίς υπεκφυγές ποιο είναι το ζήτημα, ποιες μυστικές συνωμοσίες υπάρχουν και ποιες πηγές δεν πρέπει να θεωρούνται αξιόπιστες (Jamieson & Cappella 2008: 3–41, 140–76).

2.3 Ορισμοί και χαρακτηριστικά των echo chambers.

Στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε η μελέτη του ενδεχόμενου σχηματισμού echo chambers στο Facebook και προτιμήθηκε αυτό το φαινόμενο, συγκριτικά με τα filter bubbles, καθώς αρχικά πρόκειται για ένα φαινόμενο που δεν είναι τόσο στενά συνυφασμένο με τεχνολογικά εργαλεία, όπως συμβαίνει στην περίπτωση των filter bubbles, που σε μεγάλο βαθμό κινητοποιούνται από τους αλγορίθμους που είναι ενσωματωμένοι στα ΜΚΔ. Στόχος της έρευνας είναι να εξεταστεί η ανθρώπινη συμπεριφορά στο Facebook, οι συνήθειες των χρηστών και λιγότερο η επίδραση της τεχνολογίας. Ακόμα, το ζήτημα του κορονοϊού και του εμβολιασμού απέναντι στον COVID-19 αποτέλεσε ένα τόσο σημαντικό θέμα και μάλιστα για τόσο μεγάλο χρονικό διάστημα, που είναι πολύ δύσκολο να στοιχειοθετηθεί η δημιουργία filter bubbles, καθώς η ενημέρωση ήταν συνεχής και πολύπλευρη, επομένως θα ήταν πολύ δύσκολο να αποδειχθεί ότι μια μερίδα των χρηστών του Facebook δεν ήρθε σε επαφή και αλληλεπίδραση με ανάλογο περιεχόμενο. Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά τα χαρακτηριστικά των echo chambers, οι αιτίες σχηματισμού τους, καθώς και ο τρόπος λειτουργίας τους.

Ορισμοί και χαρακτηριστικά των echo chambers. Ο όρος “echo chamber” χρησιμοποιείται για να αποτυπώσει την αντανάκλαση των ηχητικών κυμάτων σε έναν κλειστό χώρο, με άλλα λόγια πρόκειται για την ηχώ. Στο πεδίο της επικοινωνίας, χρησιμοποιείται για να αποτυπώσει την αναπαραγωγή πεποιθήσεων και αντιλήψεων μεταξύ των μελών μιας κλειστής ομάδας. Στα ελληνικά αποδίδεται με τον όρο “θάλαμος αντήχησης”, αν και δεν υπάρχει ομοφωνία ως προς τη χρήση του στην ελληνική βιβλιογραφία. Ένας ευρύς ορισμός του echo chamber είναι ένα περιβάλλον όπου η άποψη, ο πολιτικός προσανατολισμός ή η πεποίθηση των χρηστών για ένα θέμα ενισχύεται εξαιτίας των επαναλαμβανόμενων αλληλεπιδράσεων με άλλους ανθρώπους ή πηγές με παρόμοιες τάσεις και στάσεις. Ο όρος echo chamber αναφέρεται σε καταστάσεις, όπου οι άνθρωποι «ακούν την δική τους φωνή» ή ειδικότερα στο πλαίσιο των ΜΚΔ, καταστάσεις, όπου οι χρήστες καταναλώνουν περιεχόμενο που εκφράζει τις ίδιες αντιλήψεις με τις δικές τους (Garimella κ.ά. 2018). Μια άλλη διάσταση του echo chamber είναι αυτή του Bruns (2017): Ένα echo chamber δημιουργείται όταν μια ομάδα συμμετεχόντων επιλέγουν να συνδεθούν μεταξύ τους, αποκλείοντας τους άλλους. Όσο πιο καλά σχηματισμένο είναι ένα δίκτυο, τόσο πιο απομονωμένη από εξωτερικές απόψεις είναι η ομάδα, ενώ οι απόψεις

των μελών της μπορούν να κυκλοφορήσουν με μεγάλη ευχέρεια εντός των ορίων της. Οι Jamieson και Capella (2008) προσφέρουν τον ακόλουθο ορισμό: ένα echo chamber είναι μια οριοθετημένη και κλειστή ομάδα που μεγεθύνει τις εσωτερικές πηγές και τις θωρακίζει από την αντίκρουση. Ο όρος “echo chamber” σημαίνει μια κοινότητα γνώσης που θεωρεί αξιόπιστα τα μέλη και αναξιόπιστα τα μη μέλη. Αυτή η διαφορά δημιουργείται αποκλείοντας τα μη μέλη μέσω της γνωσιολογικής δυσφήμισης, ενώ παράλληλα ενισχύοντας τη γνωσιολογική αξιοπιστία των μελών (Jamieson & Cappella 2008: 76).

Συχνά, μια επιγραμμική κοινότητα διαμορφώνεται γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα ενδιαφέροντος. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα στα ΜΚΔ, τα οποία εστιάζουν στην ανταλλαγή κειμενικού περιεχομένου (Αραγόη κ.ά. 2017). Σε αυτό το σενάριο, υπάρχουν συγκεκριμένα θέματα που είναι πιο πιθανό να οδηγήσουν στη διαμόρφωση echo chambers (π.χ., πολιτική, υγεία, θρησκεία, κ.α) (Baumann κ.ά.. 2020), που συνήθως δημιουργούν πόλους γύρω από δύο βασικές απόψεις (Sasahara κ.ά. 2019). Σε αυτήν την περίπτωση, η αντιπαράθεση (Garimella κ.ά. 2018) και η ομοιογένεια (Quattrocio κ.ά.. 2016; Sasahara κ.ά. 2019) είναι θεμελιώδεις για τον εντοπισμό των echo chambers, που ερμηνεύονται ως πολωμένες ομάδες ατόμων. Όσο μεγαλύτερη είναι η αντιπαράθεση μεταξύ των μελών διαφορετικών ομάδων και η ομοιογένεια μεταξύ των μελών της ίδιας ομάδας, τόσο πιο πιθανή είναι η δημιουργία των echo chambers. Σημαντικές είναι δύο παράμετροι: η άποψη που έχει ένας χρήστης και ο «θάλαμος», δηλαδή το κοινωνικό δίκτυο γύρω από το χρήστη, που επιτρέπουν στην άποψη να αντηχηθεί πίσω στο χρήστη, καθώς την μοιράζονται κι άλλοι. Η άποψη αντιστοιχεί στο περιεχόμενο που μοιράζονται οι χρήστες, ενώ το υποκείμενο κοινωνικό δίκτυο είναι αυτό που επιτρέπει την εξάπλωση. Ένα echo chamber δημιουργείται αν η κατεύθυνση του περιεχομένου που λαμβάνει ο χρήστης από το δίκτυο συμφωνεί με την κατεύθυνση του περιεχομένου που κοινοποιεί.

Η ιδέα πίσω από τα echo chambers είναι ότι οι χρήστες των ΜΚΔ επικοινωνούν επιλεκτικά με ομοϊδεάτες και καταναλώνουν περιεχόμενο που εναρμονίζεται με την ιδεολογία τους, με αποτέλεσμα να εκτίθενται σπάνια στις αντίθετες απόψεις που διαμορφώνουν τη δημόσια σφαίρα (Mouffe, 2005). Η δημόσια σφαίρα, αντίθετα, διαμορφώνεται από αντιμαχόμενες απόψεις που έρχονται σε παραγωγικό διάλογο μεταξύ τους, συμβάλλοντας σε ένα καθεστώς πλουραλισμού που προάγει τις γόνιμες συζητήσεις, με σκοπό την επίλυση των προβλημάτων της κοινωνίας. Η επικοινωνία αποκλειστικά με ομοϊδεάτες θεωρείται ότι επιδεινώνεται από τις πλατφόρμες των ΜΚΔ, όπου το

περιεχόμενο διαμορφώνεται βάσει της προηγούμενης δραστηριότητας του χρήστη, πράγμα που περιορίζει το νέο και διαφοροποιημένο περιεχόμενο, στο οποίο εκτίθενται οι χρήστες, και οδηγεί στην πόλωση. Η μεταφορά του echo chamber γίνεται αντιληπτή ως μια κατάσταση ή μια σφαίρα, όπου οι υφιστάμενες αντιλήψεις επαναλαμβάνονται και ενδυναμώνονται, όπως η αντανάκλαση των ηχητικών κυμάτων. Πράγματι, η ιδέα του echo chamber συνήθως αναφέρεται σε μια κατάσταση όπου οι χρήστες επικοινωνούν κυρίως και εκτίθενται σε περιεχόμενο που προέρχεται από ομοϊδεάτες. Αυτή η κατάσταση οφείλεται στην ομοφιλία, την ανθρώπινη τάση να αλληλεπιδρούμε και να συνδεόμαστε με παρόμοιους με εμάς ανθρώπους (McPherson κ.ά. 2001), την επιλεκτική έκθεση, που συνδέεται με την τάση αποφυγής των προκλήσεων και την προσπάθεια επιβεβαίωσης, η οποία μεταφράζεται στην τάση να καταναλώνουμε πληροφορίες, με τις οποίες ταυτιζόμαστε ιδεολογικά (Garrett, 2009; Stroud, 2010) ή την προκατάληψη επιβεβαίωσης, δηλαδή την τάση να αναζητάμε, να επιλέγουμε και να μεταφράζουμε πληροφορίες, σύμφωνα με το σύστημα αξιών μας (Nickerson, 1998). Αυτές οι τάσεις θεωρείται ότι προέρχονται από την προθυμία μας να αποφύγουμε τη διαφωνία των απόψεων, δηλαδή το ψυχολογικό στρες που δημιουργείται όταν κάποιος έχει αντικρουόμενες πεποιθήσεις (Festinger, 1957).

Σε γενικές γραμμές, υπάρχουν διαφοροποιήσεις στον τρόπο με τον οποίο αυτό το ζήτημα αντιμετωπίζεται, με διαφορετικούς ακαδημαϊκούς να επιλέγουν διαφορετικές εμπειρικές προσεγγίσεις και να χτίζουν την ανάλυσή τους γύρω από διαφορετικούς όρους. Ωστόσο, η βασική ανησυχία παραμένει η ίδια: η ενδεχόμενη εξάλειψη ενός δημόσιου χώρου για αναζήτηση πληροφοριών, διάλογο και σχηματισμό άποψης. Τα ΜΚΔ έχουν τη δυνατότητα να είναι ένας ελεύθερος και αυτόνομος χώρος για ενημέρωση και επικοινωνία μεταξύ των πολιτών, ο οποίος συμβάλλει στη δημόσια σφαίρα, όπως την οραματίστηκαν ο Habermas (1991) και ο Dahlgren (2005). Ωστόσο, αυτή η δυνατότητα δεν αξιοποιείται, όταν ο πλουραλισμός λείπει, όταν δεν πραγματοποιείται ανταλλαγή απόψεων και όταν οι αντίθετες απόψεις δε βρίσκονται σε διάλογο, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει κοινός τόπος ή κοινές ανησυχίες.

Αιτίες σχηματισμού των echo chambers. Η έρευνα πάνω στο σχηματισμό των echo chambers είναι αρκετά πρόσφατη. Ο Bessi (2016) αντιμετώπισε το πρόβλημα από την οπτική των χρηστών, με μια έρευνα που σκοπό έχει να αναδείξει τα κοινά ψυχολογικά χαρακτηριστικά μεταξύ των μελών διαφορετικών echo chambers. Πιο συγκεκριμένα, η

έρευνά του δείχνει ότι διακριτές πολωμένες ομάδες σχηματίζονται γύρω από χρήστες που μοιράζονται παρόμοια χαρακτηριστικά, τα οποία είναι: εξωστρέφεια, συναισθηματική σταθερότητα, συμπάθεια, ενσυναίσθηση και δεκτικότητα. Τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά των μελών ενός echo chamber αντιστοιχούν σε έναν πρώιμο χρήστη που τείνει να απολαμβάνει τις αλληλεπιδράσεις με τους στενούς του φίλους (χαμηλή εξωστρέφεια), είναι συναισθηματικά σταθερός (υψηλή συναισθηματική σταθερότητα), είναι καχύποπτος και ανταγωνιστικός απέναντι στους άλλους (χαμηλή συμπάθεια), έχει αντικοινωνική συμπεριφορά (χαμηλή ενσυναίσθηση) και έχει ασυνήθιστα ενδιαφέροντα (υψηλή δεκτικότητα). Οι Quattrociochi κ.ά. (2016) και οι Del Vicario κ.ά. (2016) εστίασαν στη μελέτη των echo chambers και την εξέλιξή τους στο Facebook. Στην πρώτη έρευνα, οι ερευνητές εξέτασαν συγκεκριμένες ενέργειες, όπως την κοινοποίηση, τα σχόλια ή τα likes, αναφορικά με το νόημά τους στη διάδοση και την επαλήθευση της ενημέρωσης στα ΜΚΔ. Βάσει των ευρημάτων, οι χρήστες είναι πράγματι πολύ πολωμένοι στο Facebook, αφού αλληλεπιδρούν με ανθρώπους με παρόμοιες αντιλήψεις (ομοφιλία) και αναζητούν δημοσιεύσεις που επιβεβαιώνουν τις ιδέες τους (επιλεκτική έκθεση).

Στη δεύτερη έρευνα, οι συγγραφείς αποκαλύπτουν ότι δύο διαφορετικά echo chambers εξελίσσονται με ένα παρόμοιο τρόπο λόγω ομοιότητας μεταξύ της συμπεριφοράς των μελών τους. Ειδικότερα, φαίνεται ότι η πόλωση των χρηστών εξαρτάται από το επίπεδο συμμετοχής στην κοινότητα. Όσο πιο ενεργοί είναι οι χρήστες, τόσο πιο πολωμένες είναι οι απόψεις που μοιράζονται. Οι Sasahara κ.ά. (2019) έχουν επίσης μελετήσει τις συνθήκες, στις οποίες τα echo chambers σχηματίζονται. Η δυναμική του προτεινόμενου μοντέλου δείχνει ότι η ψηφιακή κοινότητα εξελίσσεται γρήγορα σε απομονωμένες, ομοιογενείς ομάδες. Επιπροσθέτως, η έρευνά τους δείχνει ότι οι αντιπαραθέσεις στα ΜΚΔ τείνουν να πολώνουν τα άτομα σε δύο ομάδες άποψης. Επίσης, βρήκαν τις εμπειρικές αποδείξεις ότι σε πολλές περιπτώσεις η ύπαρξη χρηστών με πολλούς ακόλουθους επηρεάζει τη διασπορά των ίδιων μηνυμάτων.

Η λειτουργία των echo chambers. Για να κατανοήσουμε καλύτερα τον τρόπο λειτουργίας των echo chambers, θα εστιάσω στην έρευνα των Jamieson και Capella. Οι Jamieson και Capella (2008) μελέτησαν τα echo chambers που δημιουργούνται γύρω από χαρισματικές προσωπικότητες, όπως ο Rush Limbaugh και η ειδησεογραφική ομάδα του Fox News, όπως και ορισμένα άλλοι εκπρόσωποι του συντηρητικού ραδιοφώνου. Τα δεδομένα και η ανάλυσή τους υποστηρίζουν ότι ο Limbaugh χρησιμοποιεί ποικίλες

μεθόδους για να απομονώσει ενεργά την κοινότητά του από ακολούθους άλλων ενημερωτικών πηγών. Οι επαναλαμβανόμενες επιθέσεις του Limbaugh στα “παραδοσιακά μέσα” λειτουργούν για να δυσφημήσουν όλες τις ενδεχόμενες πηγές γνώσης πέρα από αυτές του ίδιου και μερικών άλλων εγκεκριμένων πηγών (Jamieson & Cappella 2008: 140–76). Ο Limbaugh, επίσης, αναπτύσσει αυτό που αποκαλούν μια γλώσσα “της κοινότητας”, γεμάτη με εναλλακτικές ερμηνείες για γνωστούς όρους και μια νέα αργκό, για να δώσει έμφαση στο συντηρητισμό και την αποστασιοποίηση της εσωτερικής ομάδας. Τέλος, ο Limbaugh παρέχει εξηγήσεις για όλες τις αντίθετες απόψεις, με σκοπό, όχι μόνο να επιτεθεί σε κάθε ειδική άποψη, αλλά επίσης να υποβαθμίσει τη γενική αξιοπιστία και αξιοπρέπεια οποιουδήποτε εκφράζει μια αντίθετη άποψη. Το αποτέλεσμα είναι διττό: κάποιος ενστερνίζεται την άποψη του Limbaugh και κάποιος άλλος έχει λόγο να πιστέψει ότι όποιος δεν μοιράζεται την ίδια άποψη, αντιτίθεται στη σωστή πλευρά, άρα είναι ανήθικος και αναξιόπιστος (Jamieson & Cappella 2008: 177–90). Οι Jamieson και Cappella υποστηρίζουν ότι αυτό καθιστά έναν ακόλουθο εξαρτημένο από μία μόνο πηγή ή ομάδα πηγών και τον θωρακίζει απέναντι στις εξωτερικές πηγές.

Τέλος, τα echo chambers είναι τέτοια που μια γενική συμφωνία με κάποιες θεμελιώδεις πεποιθήσεις είναι προαπαιτούμενο για τη συμμετοχή. Η γνωσιολογική δυσφήμιση σημαίνει ότι τα μη μέλη δεν παραβλέπονται απλώς, αλλά τους αποδίδονται μερικά αρνητικά γνωσιολογικά χαρακτηριστικά, όπως η αναξιπιστία, η κακοήθεια ή η ανειλικρίνεια. Η ενίσχυση της γνωσιολογικής αξιοπιστίας σημαίνει ότι τα μέλη θεωρούνται πολύ αξιόπιστα. Φυσικά, αυτές οι δυο διαδικασίες τροφοδοτούν η μία την άλλη. Όσο τα μέλη ενός echo chamber εξακολουθούν να ισχυρίζονται ότι οι εξωτερικοί είναι αναξιόπιστοι, τόσο η εσωτερική εμπιστοσύνη θα ενισχύσει την εξωτερική αμφισβήτηση. Και όσο οι εξωτερικοί αμφισβητούνται, τότε τα μέλη θα θωρακίζονται ενάντια σε διάφορες αντίθετες αποδείξεις, αυξάνοντας τη σχετική τους ομοφιλία. Μόλις καθιερωθεί η αντίληψη ότι τα μέλη είναι αξιόπιστα και τα μη μέλη αναξιόπιστα και τα μέλη εξακολουθούν να αμφισβητούν τις απόψεις των μη μελών, τότε οι απόψεις του echo chamber θα είναι πολύ δύσκολο να χάσουν την αξιοπιστία και την κυριαρχία τους.

Η λειτουργία ενός echo chamber είναι να απομονώσει τα μέλη του μέσω της χειραγώγησης της εμπιστοσύνης. Αυτό σημαίνει ότι τα μέλη δεν αποκόπτονται ολοκληρωτικά, αλλά απομακρύνονται ενεργά από κάθε άλλη συνήθη πηγή αντίθετων επιχειρημάτων, σκέψης ή απόδειξης. Τα μέλη έχουν προετοιμαστεί να δυσφημήσουν και

να αμφισβητήσουν κάθε εξωτερική πηγή, επομένως η απλή έκθεση σε εξωτερική ενημέρωση δεν θα έχει καμία επίδραση. Για την ακρίβεια, τα echo chambers διαθέτουν ακόμα ένα γνωσιολογικό προστατευτικό μηχανισμό: το μηχανισμό διαφωνίας-ενίσχυσης. Τα μέλη έχουν τέτοιες πεποιθήσεις, ώστε η ύπαρξη και η έκφραση των αντίθετων απόψεων απλώς ενισχύει τις αρχικές απόψεις και το αφήγημα της αμφισβήτησης. Ο Endre Begby έχει κάνει μια προσεκτική ανάλυση αυτού του μηχανισμού, που ονομάζει “αποδεικτική πρόληψη”.

“Για παράδειγμα, μπορώ να πω στους ακόλουθους μου να περιμένουν ότι τα μη μέλη θα ισχυριστούν ψευδώς ότι δεν υπάρχουν φαντάσματα στον Άρη, Όταν οι ακόλουθοί μου όντως συναντήσουν τέτοιους ισχυρισμούς, αυτούς και θα περιμένουν να ακούσουν. Επομένως, η αντίθετη μαρτυρία εξουδετερώνεται, γιατί είχε ήδη προβλεφθεί. Επίσης, υπάρχει και μια δευτερεύουσα επίδραση. Όταν οι ακόλουθοί μου ακούνε ακριβώς αυτό που προέβλεψα, τότε οι ισχυρισμοί μου επιβεβαιώνονται και οι ακόλουθοί μου θα έχουν έναν επιπλέον λόγο να με εμπιστευτούν ακόμα περισσότερο” (σελ.520). Άρα, το αξιακό σύστημα του echo chamber εξουδετερώνει το γνωσιολογικό αντίκτυπο της έκθεσης στις αντίθετες απόψεις των μη μελών. Η ύπαρξη αυτών των αντίθετων απόψεων θα επιβεβαιώσει τον “προφήτη” και θα αυξήσει το επίπεδο αξιοπιστίας ολόκληρου του echo chamber (Begby, 2021). Αυτό δημιουργεί ένα μηχανισμό ανατροφοδότησης εντός των echo chambers. Κάνοντας υπονομευτικές προβλέψεις για τις αντίθετες απόψεις, οι αρχηγοί της ομάδας, όχι μόνο δυσφημούν την αντίθετη πλευρά, αλλά αυξάνουν την αξιοπιστία τους για μελλοντικές προβλέψεις. Μόλις εγκαθιδρυθεί ένα τέτοιο σύνολο πεποιθήσεων, μπορεί να είναι πολύ δύσκολο να διαταραχθεί, είναι αυτοεπιβεβαιωτικό, οριοθετημένο και διαμορφωμένο για να απορρίπτει κάθε αντίθετη άποψη.

Οι θεωρίες συνωμοσίας λειτουργούν εδώ ως επαλήθευση των πεποιθήσεων. Το λάθος είναι να αντιμετωπίζονται προβληματικά εξαρτημένα μέλη σαν να είναι ανεξάρτητα και να δίνεται μεγάλη βαρύτητα στη μαρτυρία τους. Όταν ένα echo chamber χρησιμοποιεί μια θεωρία συνωμοσίας με αυτόν τον τρόπο, αποδίδει μια προβληματική μορφή μη ανεξαρτησίας σε εξωτερικούς, που είναι στην πραγματικότητα ανεξάρτητοι, με αποτέλεσμα να μην αποδίδεται η κατάλληλη βαρύτητα στην εξωτερική μαρτυρία. Ένα echo chamber λειτουργεί εδώ δυσφημίζοντας, για παράδειγμα, διάφορους επιστήμονες της κλιματικής αλλαγής υποστηρίζοντας ότι όλες οι μαρτυρίες προέρχονται από μια πηγή. Ωστόσο, η πίστη σε θεωρίες συνωμοσίας δεν είναι από μόνη της προβληματική (Dentith, 2015). Αλλά το

γεγονός ότι οι θεωρίες συνωμοσίας μπορούν να λειτουργήσουν με τέτοιο τρόπο, ώστε να ενδυναμώνουν τα όρια των echo chambers, μπορεί να εξηγήσει την κακή φήμη τους. Επειδή είναι αποτελεσματικές στην εγκαθίδρυση μηχανισμών διαφωνίας-ενδυνάμωσης, οι θεωρίες συνωμοσίας έχουν καθιερωθεί ως ένα ισχυρό εργαλείο στη συμπεριφορά ορισμένων ομάδων.

Είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι οι γνωσιολογικοί μηχανισμοί, με τους οποίους λειτουργούν τα echo chambers, αν και προβληματικοί, δεν είναι μοναδικοί στο είδος τους. Είναι διαστρεβλώσεις των φυσικών, χρήσιμων και απαραίτητων στάσεων της ατομικής και συλλογικής εμπιστοσύνης. Το πρόβλημα δεν είναι αν εμπιστευόμαστε ή αμφισβητούμε ομάδες και θεσμούς. Για την ακρίβεια, πρέπει να το κάνουμε. Ο Eljiah Millgram το αποκαλεί πρόβλημα της υπερ-ειδίκευσης. Η ανθρώπινη γνώση έχει κατακερματιστεί σε ένα ευρύ φάσμα δεδομένων που εξαρτώνται το ένα από το άλλο. Κανένας άνθρωπος δεν μπορεί να διαχειριστεί αυτόν τον όγκο πληροφορίας, είμαστε αναγκασμένοι να εμπιστευόμαστε ο ένας τον άλλον (Millgram, 2015: 27–44). Κανείς από εμάς δεν μπορεί να εντοπίσει έναν ειδικό στα περισσότερα πεδία, εκτός από το δικό του. Τα echo chambers αξιοποιούν παρασιτικά την πρακτική του να δυσφημίζουν, χωρίς να ενδιαφέρονται για την πραγματική επιστημονική αξία του οργανισμού ή του ατόμου. Η δυσφήμιση, αντιθέτως, εξαπολύεται στρατηγικά και αμυντικά, απέναντι σε όλους τους εξωτερικούς μόνο βάσει της ιδιότητάς τους, ότι βρίσκονται εκτός του echo chamber. Μόλις τεθούν σε εφαρμογή οι δυσφημιστικές πεποιθήσεις, οι επακόλουθες ενέργειες και πεποιθήσεις των μελών των echo chambers είναι σοκαριστικά κοντά στις ορθολογικές.

Τα echo chambers είναι εξαιρετικά εργαλεία για να διατηρήσει, να ενισχύσει και να διευρύνει κανείς την ισχύ του μέσω του γνωσιολογικού ελέγχου. Επομένως, είναι πιθανό τα echo chambers να δημιουργούνται εκ προθέσεως ή τουλάχιστον να διατηρούνται εκ προθέσεως. Η Miranda Fricker (2011) έχει υποστηρίξει ότι υπάρχει κάποια αδικία ως προς τις μαρτυρίες, εντοπίζοντας ένα χάσμα ανάμεσα στην πραγματική και τη θεωρούμενη αξιοπιστία. Για παράδειγμα, σύμφωνα με τη Fricker, το να είσαι λευκός και άνδρας είναι δείκτες αξιοπιστίας. Εφόσον η αξιοπιστία είναι πηγή δύναμης, όποιος είναι αξιόπιστος θα προσπαθήσει να την αυξήσει, χρησιμοποιώντας ακριβώς αυτήν την αξιοπιστία. Επομένως, τα χάσματα αξιοπιστίας μπορούν να μετατραπούν σε γνωσιολογικά εργαλεία κοινωνικής καταπίεσης (Fricker, 2011). Ανάλογα, ο Charles Mills ισχυρίζεται ότι υπάρχει η πρακτική της αδιαφορίας μεταξύ των μελών των καταπιεστικών ομάδων, όπως είναι οι λευκοί

Αμερικανοί. Είναι προς όφελος αυτών που βρίσκονται στην εξουσία να αδιαφορούν ενεργά για την ύπαρξη καταπιεσμένων ομάδων (Alcoff, 2007: 47–57; Mills, 2007). Τα echo chambers μπορούν και σίγουρα χρησιμοποιούνται για να συντηρήσουν την κοινωνική καταπίεση μέσω της ενίσχυσης των χασμάτων αξιοπιστίας και της πρακτικής της αδιαφορίας. Η συστηματική δυσπιστία τους είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την διαιώνιση της γνωσιολογικής υποβάθμισης και της ενεργής αδιαφορίας.

“Ωστόσο, η ιδέα ενός echo chamber δεν προϋποθέτει να δημιουργούνται μόνο σε πολιτικά πλαίσια, ούτε επιτρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο για την εξυπηρέτηση της καταπίεσης. Τα echo chambers θα μπορούσαν ενδεχομένως να υπάρχουν μεταξύ των καταπιεσμένων και σίγουρα σε απολιτικά πλαίσια, όπως το αντιεμβολιαστικό κίνημα” (Weathers, 2014).

Το διαδίκτυο και τα echo chambers. Υπάρχει ένας νέος φόβος ότι το υπάρχον μιντιακό σύστημα βοηθά τους ανθρώπους να μπου σε echo chambers πιο εύκολα από ό,τι προηγουμένως. Ψυχολογικές έρευνες της δεκαετίας του 1950 διαπίστωσαν ότι οι άνθρωποι τείνουν να αποφεύγουν τη διαφωνία και να κλίνουν προς τη συμφωνία (Festinger, 1957). Συνδέεται με ιδέες, όπως η ομαδική σκέψη (Janis, 1982) και η θεωρία της επιλεκτικής έκθεσης (Klarper, 1960). Υπάρχουν δύο βασικοί τρόποι που το διαδίκτυο και οι σχετικές τεχνολογίες προκαλούν τη δημιουργία echo chambers: επιτρέποντας στα άτομα να κάνουν επιλογές που ενισχύουν τις υπάρχουσες προτιμήσεις και τα αλγοριθμικά φίλτρα περιεχομένου. Το επιχείρημα των φίλτρων περιεχομένου υποστηρίζει ότι το αλγοριθμικό φιλτράρισμα που εξατομικεύει το περιεχόμενο στα ΜΚΔ και μέσω της χρήσης των μηχανών αναζήτησης, θα μπορούσε να ενισχύσει την τάση των ανθρώπων να επιλέγουν τα μέσα και το περιεχόμενο που ενισχύει τις υπάρχουσες πεποιθήσεις τους (Pariser, 2011).

Στα ΜΚΔ, υπάρχουν σχετικές θεωρίες για την ομοφιλία. Η ομοφιλία οδηγεί σε μια εκ φύσεως πόλωση της κοινωνίας σε ομάδες με διαφορετικές πεποιθήσεις, που αφήνουν ίχνη στον ψηφιακό χώρο. Μάλιστα, ο πολιτικός προσανατολισμός έχει αποδειχθεί ότι οδηγεί στο διαχωρισμό των ψηφιακών δικτύων επικοινωνίας σε χωριστές κοινότητες. Αυτές οι ομάδες, που δημιουργούνται από τους χρήστες με την παραγωγή και τη διάδοση ομοιογενούς περιεχομένου, έχουν ονομαστεί echo chambers. Τα echo chambers έχει αποδειχθεί ότι υπάρχουν στη φυσική ζωή και ότι σχετίζονται με την εξάπλωση της παραπληροφόρησης. Πρόσφατες έρευνες, ωστόσο, έχουν αμφισβητήσει τον αντίκτυπο των echo chambers και του κομματικού διαχωρισμού σε δίκτυα επικοινωνίας στα ΜΚΔ.

Δημιουργούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης echo chambers; Η ιδέα των echo

chambers—όπου τα άτομα εκτίθενται σε μεγάλο βαθμό σε συμβατικές απόψεις—έχει αναπτυχθεί στη βιβλιογραφία, με κάποιους ακαδημαϊκούς να παραβλέπουν την ύπαρξή τους (Bruns, 2017; Garrett, 2009), ενώ άλλοι εκφράζουν φόβους ότι θα δημιουργήσουν πολιτικά χάσματα και ιδεολογική απομόνωση (Flaxman κ.ά. 2016).

Αρκετοί ακαδημαϊκοί υποστηρίζουν ότι τα echo chambers απλά δεν υπάρχουν στο ψηφιακό περιβάλλον. Σε μια έρευνα που ανέλυσε δεδομένα από το comScore, έναν οργανισμό που αξιολογεί τις πλατφόρμες περιεχομένου, από περισσότερους από 184 εκατομμύρια μοναδικούς χρήστες, οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι η ιδεολογική ανάλυση για τις πιο δημοφιλείς πολιτικές ιστοσελίδες ήταν σχετικά ετερογενής και συνεπής με τον πληθυσμό του διαδικτύου (Nelson & Webster, 2017). Αυτό σημαίνει ότι φιλελεύθεροι και συντηρητικοί επισκέπτονται τις ίδιες ιστοσελίδες. Αυτά τα ευρήματα δεν υποστηρίζουν ένα πολιτικό χάσμα στον ψηφιακό κόσμο, τουλάχιστον στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες. Πιο πρόσφατη έρευνα από τον Bruns (2017) μελέτησε την αυστραλιανή σφαίρα του Twitter και βρήκε περιορισμένες αποδείξεις ύπαρξης echo chambers, αν και ο Bruns αναγνωρίζει την ύπαρξη ομάδων χρηστών που συνδέονται μεταξύ τους μέσω κοινών ενδιαφερόντων και πεποιθήσεων. Η ανάλυσή του, ωστόσο, υποστηρίζει ότι οι κοινές συνδέσεις δεν αποκλείουν τους διαφορετικούς χρήστες (Bruns, 2017). Άλλη έρευνα στην κοινοποίηση συνδέσμων στο Twitter έδειξε ότι κάποιοι φανατικοί χρήστες - δηλαδή αυτοί που είναι πιο ενεργοί και έχουν πολλούς ακολούθους - όντως δείχνουν σημάδια πόλωσης (Shore κ.ά. 2018).

Επιπροσθέτως, άλλη έρευνα που μελέτησε καταναλωτές ειδήσεων (N = 14,030) σε 7 χώρες σε όλη την Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική υποστηρίζει ότι η ιδέα των echo chambers είναι υπερβολικά απλοϊκή και δεν στηρίζεται κάπου (Dutton κ.ά. 2017). Στην έρευνά τους, λιγότερο από 20% των συμμετεχόντων ανέφεραν ότι έκαναν unfollow ή block κάποιον, γιατί διαφωνούσαν με τις πολιτικές του απόψεις ή με κάτι που δημοσίευσε. Αντιστρόφως, 36% των συμμετεχόντων ανέφεραν ότι διαβάζουν ειδήσεις με τις οποίες διαφωνούν συχνά ή πολύ συχνά και 43% ότι το κάνουν μερικές φορές (Dutton κ.ά. 2017).

Από την άλλη πλευρά, κάποιοι ερευνητές ισχυρίζονται ότι η εξατομίκευση στις ψηφιακές πλατφόρμες συμβάλλει στη δημιουργία ιδεολογικής απομόνωσης. Μετά από ανάλυση 2,3 δισεκατομμυρίων pageviews και την κατηγοριοποίηση των καναλιών

κατανάλωσης ειδήσεων σε 4 ενότητες (άμεση πρόσβαση στις ειδήσεις, ιστοσελίδα συγκέντρωσης ειδήσεων, ΜΚΔ και αναζήτηση), οι Flaxman κ.ά. (2016) ανακάλυψαν ότι τα ΜΚΔ και η αναζήτηση συμβάλλουν στην ιδεολογική απομόνωση. Οι επικεφαλής υποστηρίζουν ότι όλοι οι χρήστες συνυπάρχουν σε παράλληλα echo chambers. Για να μελετήσουν την ποικιλία των πηγών ενημέρωσης, οι Nikolov κ.ά. (2015) εξέτασαν δυο σύνολα δεδομένων: 18 εκατομμύρια αναζητήσεις σε μηχανές αναζήτησης και 1,3 δις δημόσια tweets στο Twitter - για να ερευνήσουν τόσο τη στοχευμένη αναζήτηση πληροφοριών, όσο και τα κανάλια διαπροσωπικής επικοινωνίας, όπως τα ΜΚΔ και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Διαπίστωσαν μια σχετικά ισχυρή συσχέτιση μεταξύ της συλλογικής εντροπίας και της εντροπίας του μέσου χρήστη, γεγονός που οδήγησε τους ερευνητές να υποστηρίξουν ότι τόσο οι συλλογικές όσο και ατομικές κοινωνικές φούσκες υπάρχουν στον ψηφιακό κόσμο. Σημείωσαν, επίσης, ότι η χρήση των ΜΚΔ επιτρέπει στους ανθρώπους να εκτίθενται σε περιορισμένες πηγές πληροφοριών.

Υπό το πρίσμα του δικτύου, οι ερευνητές προτείνουν ότι η ομοφιλία του δικτύου, δηλαδή η τάση των ατόμων να συνδέονται και να μοιράζονται πληροφορίες με άτομα που τους μοιάζουν (McPherson κ.ά. 2001), είναι σημαντική για την μελέτη της διάδοσης της πληροφορίας. Σε έρευνα για τη δομή των δικτύων και την εξάπλωση των μιμιδίων (memes), οι ερευνητές υποστήριξαν ότι εφόσον δημιουργούνται σχέσεις μεταξύ ομοιοειδών, οι κοινότητες “παγιδεύουν” την πληροφορία εντός των ορίων τους (Weng κ.ά. 2013). Παρομοίως, όταν μελετούσαν το Facebook, ο Bakshy και οι συνάδελφοί του (2012) ανακάλυψαν ότι οι συνδέσεις με φίλους είναι σχετικά ομοιογενείς και συχνά δυο φίλοι επισκέπτονται τις ίδιες ιστοσελίδες και μοιράζονται τον ίδιο σύνδεσμο, ανεξάρτητα ο ένας από τον άλλον και χωρίς να έχουν δει ο ένας τη δημοσίευση του άλλου. Αυτές οι έρευνες δείχνουν ότι τα ψηφιακά δίκτυα είναι σχετικά ομοιογενή και η ομοιογένειά τους επηρεάζει τις πληροφορίες, στις οποίες εκτίθενται στο διαδίκτυο.

Πιο πρόσφατα, οι Bakshy κ.ά. μελέτησαν τη φύση των πολιτικών echo chambers στο Facebook, όπου χρήστες που πρόσκεινται ιδεολογικά στην αριστερά και στη δεξιά δεν συνηθίζουν μόνο να συνδέονται με εκείνους με τους οποίους μοιράζονται τις ίδιες απόψεις, αλλά επίσης μοιράζονται συνδέσμους για ειδήσεις και άλλα μέσα. Παρόλο που ο ακριβής αντίκτυπος του διαδικτύου στη μαζική πόλωση στις ΗΠΑ δεν έχει ακόμα προσδιοριστεί, φαίνεται ότι σε πλατφόρμες, όπως το Twitter, οι χρήστες ολοένα και περισσότερο ακολουθούν λογαριασμούς που ταυτίζονται με τις δικές τους πολιτικές

θέσεις. Υπό το πρίσμα αυτής της “ιδεολογικής θωράκισης” στις πλατφόρμες των ΜΚΔ, είναι φυσικό να τίθενται μια σειρά ερωτημάτων αναφορικά με την επίδραση αυτών. Άραγε η περιπλοκότητα της ανθρώπινης σκέψης συνεπάγεται ότι το αν εκθέσεις τα άτομα στις αντίθετες απόψεις με την ελπίδα να αλλάξουν τη στάση τους μπορεί να έχει αντίθετα αποτελέσματα και να ενισχύσει ακόμα περισσότερο τις αρχικές πεποιθήσεις και τα ένστικτά τους;

2.4 Οι δυσκολίες της μελέτης των echo chambers.

Η ιδέα ενός echo chamber στο πεδίο της πολιτικής ενημέρωσης είναι ένας μεταφορικός τρόπος να περιγραφεί μια κατάσταση, όπου μόνο ορισμένες ιδέες, πληροφορίες και πεποιθήσεις γίνονται αντικείμενο διαμοιρασμού (Jamieson & Cappella, 2008; Sunstein, 2009). Οι άνθρωποι σε αυτή τη συνθήκη θα συναντήσουν μόνο πράγματα με τα οποία συμφωνούν. Χωρίς την ελεύθερη διακίνηση ιδεών και πληροφοριών, οι άνθρωποι μέσα στο echo chamber θα πιστέψουν πως ό,τι συναντούν, είναι το μόνο που υπάρχει. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, οποιοσδήποτε που διαφωνεί, παραπληροφορείται το λιγότερο, ή είναι εκ προθέσεως αδαής, το χειρότερο. Λόγω των κατακερματισμένων επιλογών, μερικοί ανησυχούν ότι το διαδίκτυο μπορεί να διευκολύνει τους πολίτες να βρεθούν σε echo chamber. Μερικοί ανησυχούν ότι ο διαχωρισμός λόγω ενδιαφέροντος ή άποψης θα επιδεινώσει το χάσμα μεταξύ αυτών που ενημερώνονται για την πολιτική και αυτών που δεν το κάνουν, με αποτέλεσμα να αυξήσει την πολιτική πόλωση. Η τελευταία με τη σειρά της θα ενισχύσει τα πολιτικά χάσματα και θα απειλήσει τις δημοκρατίες, περιορίζοντας την πολιτική ενημέρωση και τις συζητήσεις (Ksiazek κ.ά. 2010; Prior, 2007; Sunstein, 2009).

Το διαδίκτυο δημιουργεί ένα περιβάλλον με πολλές επιλογές, όπου τα άτομα μπορούν να επιλέξουν από μια ευρεία γκάμα μέσων και πηγών (Van Aelst κ.ά. 2017). Αφού οι άνθρωποι μπορούν να επιλέξουν τις πηγές ενημέρωσής τους, το διαδίκτυο μπορεί να ενισχύσει ένα περιβάλλον όπου τα echo chambers είναι πιο συχνά και επικίνδυνα, λόγω κατακερματισμού των απόψεων και της αντίστοιχης δημιουργίας κοινοτήτων. Σε αντίθεση με τα περιβάλλοντα με περιορισμένες επιλογές, σήμερα τα άτομα ενημερώνονται από τα ΜΚΔ, τις μηχανές αναζήτησης, τις φυσικές και ψηφιακές εφημερίδες, τις τηλεοπτικές εκπομπές, το ραδιόφωνο και άλλα. Επομένως, υπάρχουν δύο πιθανά αποτελέσματα σε ένα ποικιλόμορφο μιντιακό περιβάλλον. Τα άτομα μπορεί να εκτίθενται σε πληροφορίες και

αντιλήψεις που είναι επίσης ποικιλόμορφες ή μπορεί να επιλέγουν ποικίλα μέσα. Μέχρι τώρα, οι αποδείξεις είναι αντιφατικές.

Η μελέτη της επιλεκτικής έκθεσης έχει δείξει ότι τα άτομα τείνουν να εκτίθενται σε πληροφορίες και ιδέες με τις οποίες συμφωνούν πιο συχνά (Iyengar & Hahn, 2009), αλλά δεν συνηθίζουν να αποφεύγουν πληροφορίες και ιδέες που είναι αντίθετες, πρόκειται δηλαδή για ένα αντιστάθμισμα ως προς τα echo chambers (Garrett, 2009). Οι έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί στο Twitter (Barberá κ.ά. 2015; Conover κ.ά. 2011) και στο Facebook (Bakshy κ.ά. 2015) έχουν οδηγήσει σε αντιφατικά αποτελέσματα. Πέρα από τις αντιμαχόμενες αποδείξεις, υπάρχουν δύο βασικά μεθοδολογικά ζητήματα με το πώς η έρευνα για τα echo chambers έχει πραγματοποιηθεί. Πρώτον, πολλές έρευνες εστιάζουν σε μια μόνο πλατφόρμα και αυτό περιορίζει σημαντικά τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων τους. Ακόμα κι αν το Twitter είναι πολωμένο (βλέπε ενδεικτικά Conover κ.ά. 2011), αποτελεί μόνο ένα μέρος από το πολύ μεγαλύτερο μιντιακό περιβάλλον. Τα άτομα συνηθίζουν να χρησιμοποιούν πολλά μέσα για να έχουν πρόσβαση στις ειδήσεις και την πολιτική ενημέρωση (Dutton κ.ά. 2017; Newman κ.ά. 2017) και τα χαρακτηριστικά του Twitter ή οποιουδήποτε άλλου μέσου μπορεί να μην μας δώσουν χρήσιμες πληροφορίες για τον τρόπο που η πολιτική ενημέρωση κινείται στα παραδοσιακά ή σε άλλα ψηφιακά μέσα. Είναι σημαντικό να λάβουμε υπόψη ολόκληρο το φάσμα των μέσων που χρησιμοποιούν τα άτομα σε αυτό το μιντιακό περιβάλλον που περιλαμβάνει πολλές επιλογές.

Δεύτερον, η μελέτη των echo chambers δεν είναι συνεπής και επαρκής, δεδομένων των πολύπλοκων τρόπων με τους οποίους τα άτομα μπορούν όντως να χρησιμοποιήσουν την ποικιλία των μέσων στα οποία έχουν πρόσβαση. Η καταγραφή της έκθεσης σε αντίθετες αντιλήψεις σε μια πλατφόρμα ή μέσο δεν παρουσιάζει τους τρόπους με τους οποίους τα άτομα συλλέγουν πληροφορίες σε όλο το μιντιακό περιβάλλον. Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να ενημερωθεί για ένα ζήτημα στο Facebook, το οποίο επιβεβαιώνει, χρησιμοποιώντας τις μηχανές αναζήτησης. Ωστόσο, για να κατανοήσουμε αν ένα άτομο βρίσκεται σε echo chamber, είναι σημαντικό να σκεφτούμε πώς αλληλεπιδρά με ολόκληρο το μιντιακό περιβάλλον. Η ενσωμάτωση περισσότερων μέσων συμβάλλει στην αντιμετώπιση του προβλήματος ότι τα άτομα τείνουν να υπερεκτιμούν πόσο συχνά συναντούν αντίθετες απόψεις κατά την αναζήτηση ειδήσεων (Prior, 2009).

Κεφάλαιο 3: Ενημέρωση και κορονοϊός

Κατά την πανδημία του κορονοϊού, οι άνθρωποι εκτέθηκαν σε ένα συνεχή κύκλο ειδήσεων. Αυτό οδήγησε τον ΠΟΥ να δηλώσει ότι το σύστημα υγείας δεν προσπαθεί να καταπολεμήσει μόνο μια επιδημία, αλλά και ένα infodemic, δηλαδή μια επιδημία πληροφορίας. Πρόκειται για έναν μεγάλο όγκο πληροφοριών που διαδίδονται γρήγορα και μπορούν να εμποδίσουν την αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων. Από τη μια πλευρά, η αποτελεσματική ενημέρωση για τα γεγονότα βοηθά τα άτομα να κατανοήσουν επαρκώς τον κίνδυνο και να λάβουν αποφάσεις για την υγεία τους, που θα προστατέψουν τους ίδιους και τους κοντινούς τους ανθρώπους (Garfin κ.ά. 2020). Από την άλλη πλευρά, ο μεγάλος όγκος πληροφοριών μπορεί να δημιουργήσει ένα επιπλέον βάρος στη διαχείριση της κρίσης (Kim κ.ά. 2019; Garfin κ.ά. 2020), καθώς προκαλεί δυσάρεστα συναισθήματα, όπως ο πανικός και η σύγχυση (Sweenyetal., 2010).

3.1 Η πανδημία της πληροφορίας.

Ο ΠΟΥ προσδιόρισε το ξέσπασμα του ιού SARS-CoV-2 ως μια σοβαρή παγκόσμια απειλή (WHO, 2020). Ειδικά, η περίπτωση του COVID-19 αναδεικνύει τον κρίσιμο ρόλο της μετάδοσης της πληροφορίας. Ο όρος “infodemic” (Zarocostas, 2020) δημιουργήθηκε για να αναδείξει τους κινδύνους των φαινομένων παραπληροφόρησης κατά τη διαχείριση επιδημιών (Mendoza κ.ά. 2010), καθώς θα μπορούσε να επιταχύνει ακόμα περισσότερο τη διαδικασία της επιδημίας, επηρεάζοντας την ανταπόκριση της κοινωνίας (Kim κ.ά. 2019). Μια σημαντική πρόκληση είναι να προσδιοριστεί πώς οι άνθρωποι αναζητούν και επιλέγουν την ενημέρωση και πώς αυτές οι αποφάσεις διαμορφώνουν τη συμπεριφορά τους (Sharot & Sunstein, 2020).

Όπως συμβαίνει με όλα τα σημαντικά γεγονότα που επηρεάζουν μεγάλη μερίδα του πληθυσμού, έτσι και ο κορονοϊός καλύφθηκε από τα παραδοσιακά ΜΜΕ. Αυτό ισοδυναμούσε, ειδικά στην περίπτωση του κορονοϊού, με μονόπλευρη ενημέρωση, που προέρχεται αποκλειστικά από κυβερνητικές πηγές και αρμόδιους φορείς, χωρίς να υπάρχει η δυνατότητα του κοινού να ρωτήσει, να επαληθεύσει, να εξακριβώσει την εγκυρότητα της παρεχόμενης πληροφόρησης. Το κοινό βρισκόταν σε καραντίνα και αδυνατούσε να

συμμετάσχει με οποιοδήποτε τρόπο στην κάλυψη των σχετικών ειδήσεων. Το μόνο μέσο που διέθετε ήταν τα ΜΚΔ και η επικοινωνία μέσω αυτών.

Ωστόσο, τα ΜΚΔ παρέχουν άμεση πρόσβαση σε έναν άνευ προηγουμένου όγκο περιεχομένου και μπορεί να μεγεθύνουν φήμες και αμφιβόλου ποιότητας πληροφορίες. Λαμβάνοντας υπόψη τις προτιμήσεις και τις στάσεις των χρηστών, οι αλγόριθμοι επεμβαίνουν και διευκολύνουν την προώθηση περιεχομένου και την εξάπλωση της πληροφορίας (Kulshrestha, 2017). Αυτή η στροφή μακριά από τις παραδοσιακές ειδήσεις επηρεάζει βαθιά τη δημιουργία κοινωνικών αντιλήψεων (Schmidt, 2017) και την πλαisiώση των αφηγημάτων. Επηρεάζει την πολιτική, την επικοινωνία, καθώς και τη εξέλιξη του δημόσιου διαλόγου (Starnini κ.ά. 2016), ειδικά όταν τα ζητήματα προκαλούν αντιπαραθέσεις (Del Vicario, 2016). Αυτές οι προσκλήσεις εντείνονται όταν οι άνθρωποι έρχονται αντιμέτωποι με κρίσεις, όπως η πανδημία του κορονοϊού. Σε τέτοιες περιπτώσεις, τα ΜΚΔ παρέχουν τη δυνατότητα για άμεση και έγκαιρη ενημέρωση για τις τρέχουσες εξελίξεις, οι οποίες ενδιαφέρουν τους χρήστες στο σύνολό τους. Εκεί εντοπίζονται και οι προκλήσεις, οι οποίες συνίστανται στον έλεγχο και την επαλήθευση των πληροφοριών, στη διανομή τους από έγκυρες πηγές και την αποφυγή της πληροφοριακής αταξίας, που μόνο αρνητικές συνέπειες έχει για το κοινωνικό σύνολο, ειδικά σε μια περίοδο κρίσης.

3.2 Η επίδραση των ψευδών ειδήσεων.

Η αφθονία της πληροφορίας είναι ένα από τα χαρακτηριστικά της σύγχρονης κοινωνίας. Το σημαντικό δεν είναι πλέον η πρόσβαση στη γνώση, αλλά η διαχείρισή της. Η άφιξη του Διαδικτύου και των ΜΚΔ έχει αδιαμφισβήτητα διευκολύνει την κυκλοφορία της πληροφορίας, διευκολύνοντας τους χρήστες να έχουν πρόσβαση, να αλληλεπιδρούν και να παράγουν περιεχόμενο (Del Vicario κ.ά. 2016). Αυτή η κατάσταση έχει οδηγήσει στον εκδημοκρατισμό της υφιστάμενης σχέσης μεταξύ της ενημέρωσης και των πολιτών. Ωστόσο, τα ΜΚΔ και οι ιστοσελίδες έχουν γίνει και οι κύριες πλατφόρμες διάδοσης ψευδών και παραπλανητικών ειδήσεων (Lazer κ.ά. 2018), αφού επιτρέπουν τον ταχύτατο και μεγάλης κλίμακας διαμοιρασμό (Vosoughi κ.ά. 2018) και δεν περιλαμβάνουν τους παραδοσιακούς μηχανισμούς ποιοτικού ελέγχου (Lewandowsky κ.ά. 2012), όπως είναι η επαλήθευση των ειδήσεων, το αποκαλούμενο fact-checking.

Ο όρος ψευδείς ειδήσεις, δηλαδή κατασκευασμένες ειδήσεις που μιμούνται τις

πραγματικές (Lazer κ.ά. 2018) έχει χρησιμοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό τα τελευταία χρόνια (Guess κ.ά. 2019), ειδικά σε συνδυασμό με τις προεδρικές εκλογές του 2016 (Allcott&Gentzkow, 2017). Το 2013, το World Economic Forum (Howel, 2013) δημοσίευσε μια αναφορά με τον τίτλο “Digital Wildfires in a Hyperconnected World”, όπου ο οργανισμός ανέδειξε τις ψευδείς ειδήσεις ως μια από τις κύριες απειλές της σύγχρονης κοινωνίας. Έρευνες (Del Vicario κ.ά. 2016; Lazer κ.ά. 2018; Lewandowsky κ.ά. 2012) έχουν ήδη δείξει ότι οι άνθρωποι τείνουν να προτιμούν και να πείθονται πιο εύκολα από την ενημέρωση που επιβεβαιώνει τις υφιστάμενες στάσεις και πεποιθήσεις τους. Επομένως, η κομματική ιδεολογία κάνει ένα άτομο πιο επιρρεπές να αγνοήσει ή να απορρίψει τις αντίθετες απόψεις, καθώς και λιγότερο πιθανό να αποδεχτεί την πληροφόρηση που αμφισβητεί τις δικές του απόψεις. Επιπλέον, όσο περισσότερο εκτίθενται τα άτομα σε ψευδείς ειδήσεις, τόσο πιο πιθανό είναι να τις αποδέχονται, χωρίς να τις αμφισβητούν (Del Vicario κ.ά. 2016).

Υπό αυτό το πρίσμα, μια έρευνα που μελέτησε πώς οι αληθείς και οι ψευδείς ειδήσεις διαχέονται στο Twitter αποκάλυψε ότι οι φήμες κυκλοφορούν πιο γρήγορα και σε μεγαλύτερη εμβέλεια, από ό,τι οι αληθινές ειδήσεις (Vosoughi κ.ά. 2018: 2). Οι συγγραφείς διαπίστωσαν ότι από την έναρξή του, το 2006, μέχρι το 2017, οι αληθινές ειδήσεις στο Twitter έφτασαν κατά μέσο όρο σε 1.000 χρήστες, ενώ το 1% των ψευδών ειδήσεων έφτασε σε 100.000 χρήστες, ενώ οι ψευδείς ειδήσεις γενικά είχαν κατά 70% περισσότερα retweets από τις αληθείς. Επιπροσθέτως, μια έρευνα, που εστίαζε στον τρόπο που οι κοινότητες διαφόρων χρηστών καταναλώνουν συνωμοσιολογικές ειδήσεις και εκείνες που καταναλώνουν επιστημονικές ειδήσεις αλληλεπιδρούν με περιεχόμενο, αποκάλυψε ότι οι πολωμένοι καταναλωτές ψευδών ειδήσεων συνήθως εστιάζουν στις δημοσιεύσεις εντός της κοινότητάς τους και είναι πολύ αφοσιωμένοι και ενεργοί στη διάδοση τέτοιου περιεχομένου (Bessi κ.ά. 2015). Αντιστοίχως, οι ίδιοι διαπίστωσαν ότι οι καταναλωτές επιστημονικών ειδήσεων είναι λιγότερο ενεργοί και αφοσιωμένοι (Pulido κ.ά. 2018) στη διάχυση αυτών των ειδήσεων, αλλά συνηθίζουν να σχολιάζουν περισσότερο σε δημοσιεύσεις που περιέχουν ψευδείς ή παραπλανητικές ειδήσεις, με σκοπό να τις καταρρίψουν με τις γνώσεις τους. Η αύξηση των ψευδών ειδήσεων οδηγεί στην απόρριψη των επιστημονικών αποδείξεων και θα μπορούσαν να αποτελούν απειλή της δημοκρατίας και των πολιτών (Allcott κ.ά. 2019), καθώς η διάχυση τέτοιου περιεχομένου έχει αποδειχθεί ότι ενισχύει τον κυνισμό, την απάθεια και τον εξτρεμισμό (Lazer κ.ά. 2018).

Σε αυτό το πλαίσιο, οι ψευδείς ειδήσεις μπορούν να οδηγήσουν τα άτομα και τους θεσμούς να κάνουν επιλογές που καταλήγουν να είναι εναντίον τους ή εναντίον των αναγκών της κοινωνίας (Merino, 2014). Ένα από τα πιο σχετικά παραδείγματα αυτής της αρνητικής επίδρασης μπορεί να εντοπιστεί στο πεδίο της υγείας. Έρευνες έχουν δείξει ότι η διάδοση ψευδούς ενημέρωσης σε αυτό το πλαίσιο μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για τη δημόσια υγεία (Scheufele & Krause, 2019), όπως αυτές που προκαλεί το αντιεμβολιαστικό κίνημα (Jamison κ.ά. 2019). Για παράδειγμα, οι Lewandowsky κ.ά. (2012) σημειώνουν πώς η επικράτηση μύθων γύρω από τον εμβολιασμό (π.χ ο αυτισμός) έχει αυξήσει τον αριθμό των γονέων που δεν εμβολιάζουν τα παιδιά τους και αυτό συνδέεται άμεσα με μια αύξηση των περιστατικών ασθενειών που προλαμβάνονται.

Μια σημαντική περίπτωση που προκάλεσε την ανησυχία της κοινής γνώμης ήταν αυτή του COVID-19. Η διάδοση ψευδών ειδήσεων για τον COVID-19 αυξήθηκε γρήγορα (Chakravorti, 2020) και περιλάμβανε, ανάμεσα σε άλλα, αναφορές σε υποτιθέμενες θεωρίες. Οι ψευδείς ειδήσεις, όχι μόνο ευνοούν την αύξηση ρατσιστικών στάσεων και συμπεριφορών (Aguilera, 2020), αλλά βάζουν σε κίνδυνο την υγεία των πληθυσμών και των ικανότητα των κυβερνήσεων να εφαρμόσουν αποτελεσματικά προληπτικά μέτρα. Για να καταπολεμήσει αυτό το φαινόμενο, ο ΠΟΥ δημιούργησε μια ενότητα στην ιστοσελίδα του για να διαψεύδει τις ψευδείς ειδήσεις (World Health Organization, 2020b) και δημοσίευε καθημερινές αναφορές για να προσφέρει στον κόσμο αξιόπιστες πληροφορίες. Επίσης, οι μηχανές αναζήτησης, όπως το Google και τα ΜΚΔ, όπως το Facebook, το YouTube και το Twitter εφάρμοσαν μέτρα για να περιορίσουν τόσο τη διάδοση ψευδών ειδήσεων, όσο και για να καθοδηγήσουν τους χρήστες σε αξιόπιστες πηγές (Rubio Hancock, 2020).

3.3 ΜΚΔ και ενημέρωση για τον COVID-19.

Η ενημέρωση για τις σημαντικές εξελίξεις κατά τη διάρκεια μιας πανδημίας είναι κρίσιμη για την αντιμετώπιση των ασθενών (Almansoori & Habtoor, 2018). Η χρήση των ΜΚΔ έχει δείξει ότι αυξάνεται σημαντικά σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών και κρίσεων (Gottlieb & Dyer, 2020), καθώς οι πληροφορίες πρέπει να μεταφέρονται γρήγορα. Αυτή η γρήγορη διάδοση ξεπερνά τα εμπόδια των παραδοσιακών μέσων, καθώς οι επίσημες ιστοσελίδες, οι εφημερίδες και τα email ενέχουν επικοινωνιακές ελλείψεις και δεν μπορούν να μοιράσουν την πληροφορία γρήγορα. Επομένως, τα ΜΚΔ έγιναν η πιο κοινή πηγή ενημέρωσης για τον COVID-19, τόσο για τους επιστήμονες, όσο και για το κοινό (Gurta κ.ά.

2020). Αλλά με τη θετική, έρχεται και η αρνητική πλευρά των ΜΚΔ. Αυτή η πανδημία εγκαινίασε έναν αγώνα δρόμου για δημοσιεύσεις σε ιατρικά περιοδικά, με τον κίνδυνο λογοκλοπής και μη επαληθευμένων δεδομένων (Ahmed, 2020).

Από τη μία πλευρά, με τα ΜΚΔ, η πληροφορία διαμοιράζεται μέσω ενός δικτύου πιο γρήγορα σε ολόκληρο τον κόσμο, ακόμα πιο γρήγορα και από τον ίδιο τον ιό (Merchant & Lurie, 2020). Η γρήγορη ανταπόκριση στην πανδημία είναι αναγκαία, καθώς οι υγειονομικοί δεν έχουν τον χρόνο να σκεφτούν προηγούμενες πρακτικές, ούτε να βασιστούν σε ελεγχόμενα πειράματα μεγάλης κλίμακας (Kearsley & Duffy, 2020). Σε μια περίοδο που η πληροφορία αλλάζει γρήγορα και οι επιστημονικές έρευνες βρίθουν (Mehra κ.ά. 2020a), είναι σημαντικό για το υγειονομικό προσωπικό να παραμένει ενημερωμένο για τις τελευταίες εξελίξεις και τα ΜΚΔ μπορούν να καλύψουν αυτήν την ανάγκη. Τα ΜΚΔ επιτρέπουν την αλληλεπίδραση με τους ειδικούς, το διαμοιρασμό πληροφορήσης σε μια παγκόσμια πλατφόρμα ανοιχτού λογισμικού και τη διοργάνωση webinars και τηλεδιασκέψεων (Gottlieb & Dyer, 2020).

Η έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση μέσω των ΜΚΔ θα μπορούσε να προσφέρει μια γρήγορη εκτίμηση της εξάπλωσης και να προετοιμάσει για τα επερχόμενα κύματα του ιού. Κατ' επέκταση αυτό θα επέτρεπε την έγκαιρη πρόβλεψη και κάλυψη των αναγκών για να προστατεύσει τους υγειονομικούς και τους ασθενείς, καθώς και την τροποποίηση των νοσοκομειακών λειτουργιών, ώστε να ανταπεξέλθουν στις επερχόμενες προκλήσεις. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές ειδήσεις, τα ΜΚΔ είναι ένας νέος δυναμικός τρόπος για την απόκτηση πληροφοριών, με τη δυνατότητα της αλληλεπίδρασης μεταξύ του πομπού και του δέκτη με άμεσο τρόπο. Δυστυχώς, η διάδοση της πληροφορίας μέσω των ΜΚΔ μπορεί να αποτελεί πρόκληση και να δυσκολεύει πολλούς εργαζόμενους στο χώρο της υγείας. Το ψηφιακό πρόγραμμα ελέγχου των ΜΚΔ TalkWalker™ (New York City, NY, USA) ανέφερε ότι ο COVID-19 είχε αναφερθεί στα ΜΚΔ 40,2 εκατομμύρια φορές από τις 12 μέχρι τις 18 Μαΐου του 2020 (Gottlieb & Dyer, 2020).

Από την άλλη πλευρά, τα ΜΚΔ μπορούν να αποτελέσουν επιπλέον πρόβλημα σε μια υγειονομική πανδημία. Έχει αποδειχθεί ότι η παρουσία πολλών παράλληλων μεθόδων μετάδοσης της γνώσης προκαλεί πληροφοριακή αταξία, σύγχυση και αυξάνει την πιθανότητα λάθους (Leape, 1997). Αυτό θα μπορούσε να επηρεάσει τη ροή της πληροφορίας, γιατί τα άτομα έχουν την τάση να συνδέονται με άλλους που επιβεβαιώνουν τις θεμελιώδεις απόψεις τους, αντί να τους εκθέτουν σε αντίθετες απόψεις (Brennen κ.ά.

2020). Μαζί με όλες τις τελευταίες εξελίξεις, παραπληροφόρηση και πανικός διαχέονται με την ίδια ταχύτητα (Deroux κ.ά. 2020). Η ευκολία με την οποία ανακρίβειες και συνωμοσίες αναπαράγονται μέσω των ΜΚΔ τοποθετεί τη δημόσια υγεία σε διαρκή κίνδυνο. Μπορεί να μην υπάρχει τρόπος να προλάβουμε μια παγκόσμια πανδημία του COVID-19, αλλά οι επαληθευμένες ειδήσεις είναι η πιο αποτελεσματική πρόληψη ενάντια στον πανικό και την παραπληροφόρηση (The Lancet, 2020).

3.4 Δυσπιστία απέναντι στα εμβόλια.

Ο εμβολιασμός αποτέλεσε ένα αμφιλεγόμενο κοινωνικό ζήτημα από την συστηματική του υιοθέτηση. Παρά τη μακρά ιστορία του αντιεμβολιαστικού κινήματος, θεωρείται ότι το Web 2.0 και τα ΜΚΔ έχουν εξοπλίσει τους υποστηρικτές του κινήματος με επιπλέον όπλα, με αποτέλεσμα να διευρύνουν την επιρροή τους (Kata, 2012). Την ίδια στιγμή, οι υποστηρικτές του εμβολιασμού, επίσης, χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τα ΜΚΔ για να προωθήσουν τις απόψεις τους (Dredze κ.ά. 2016), οδηγώντας σε ενδεχόμενη πόλωση (Conover κ.ά. 2011; Del Vicario κ.ά. 2017).

Έχει αποδειχθεί ότι οι υποστηρικτές του εμβολιασμού προτιμούν τα στατιστικά και τα πραγματικά γεγονότα, ενώ οι αντιεμβολιαστικές ομάδες προτιμούν να μοιράζονται προσωπικές ιστορίες (Betsch κ.ά. 2012). Παρόλο που γνωρίζουμε τι είδους αφηγήματα χρησιμοποιούν οι δύο αντίπαλες ομάδες, δε γνωρίζουμε αρκετά για τον τρόπο με τον οποίο μοιράζονται τις πληροφορίες. Με δεδομένους τους περιορισμούς του Twitter, κάποιος μπορεί να υποθέσει ότι οι αντιεμβολιαστές χρησιμοποιούν πιο συχνά συνδέσμους. Η διαφορά στη χρήση των συνδέσμων μπορεί να έχει σημαντική επίδραση στην εξάπλωση της πληροφορίας και στη συνακόλουθη διαμόρφωση της στάσης της κοινότητας, δεδομένου ότι τα tweets με συνδέσμους αυξάνουν την αξιοπιστία και το retweeting (Morris κ.ά. 2012) ή προσελκύουν περισσότερους αναγνώστες (Gao κ.ά. 2012). Ταυτόχρονα, η χρήση συνδέσμων δεν οδηγεί σε αυξημένη αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών, αλλά σε πιο αποτελεσματική μετάδοση της πληροφορίας (Jacobson κ.ά. 2016).

Ο δισταγμός απέναντι στον εμβολιασμό ορίζεται ως καθυστέρηση στην αποδοχή, δυσπιστία ή άρνηση του εμβολιασμού, παρά τη διαθεσιμότητα των εμβολίων (MacDonald κ.ά. 2015). Έχει αναγνωριστεί από τον ΠΟΥ ως μια από τις 10 κορυφαίες απειλές για την παγκόσμια υγεία το 2019 (2020). Η δυσπιστία για τον εμβολιασμό προέρχεται από μια

περίπλοκη διαδικασία λήψης αποφάσεων, που επηρεάζεται από ένα ευρύ φάσμα ατομικών και συλλογικών παραγόντων, όπως είναι τα ΜΜΕ, η ιστορία, η θρησκεία, η κουλτούρα, τα γεωγραφικά εμπόδια, η εμπειρία με τον εμβολιασμό, η αντίληψη του κινδύνου και ο σχεδιασμός του εμβολιαστικού προγράμματος (MacDonald κ.ά. 2015). Σύμφωνα με μια έρευνα, που πραγματοποιήθηκε σε 149 χώρες μεταξύ 2015 και 2019, διαπίστωσε ότι η εμπιστοσύνη στα εμβόλια παρέμεινε χαμηλή σε ολόκληρη την Ευρώπη, συγκριτικά με άλλες ηπείρους (De Figueiredo κ.ά. 2020). Η έρευνα έδειξε ότι η στάση εμπιστοσύνης και η πρόθεση ενημέρωσης από το υγειονομικό προσωπικό συνδέεται με αυξημένες πιθανότητες εμβολιασμού (De Figueiredo κ.ά. 2020).

Η δυσπιστία των ανθρώπων να λάβουν ασφαλή, διαθέσιμα εμβόλια προκαλούσε ανησυχία και πριν τον COVID-19. Ένα πλαίσιο που δημιουργήθηκε από έρευνα σε χώρες με υψηλά εισοδήματα, με την ονομασία “the 5C model of the drivers of vaccine hesitancy”, παρέχει 5 ατομικές αιτίες για τη δυσπιστία απέναντι στο εμβόλιο: αυτοπεποίθηση, εφησυχασμός, ευκολία, υπολογισμός του κινδύνου και συλλογική ευθύνη (Betsch, 2018). Η προώθηση της χρήσης των εμβολίων προϋποθέτει να κατανοήσουμε αν οι άνθρωποι είναι πρόθυμοι να εμβολιαστούν, τους λόγους για τους οποίους είναι ή δεν είναι πρόθυμοι και ποιες είναι οι πιο αξιόπιστες πηγές ενημέρωσής τους, όταν λαμβάνουν αποφάσεις. Τα δεδομένα δείχνουν ότι η αποδοχή των εμβολίων εξηγείται κυρίως από το ενδιαφέρον για την προσωπική προστασία απέναντι στον COVID-19, ενώ οι ανησυχίες για τις παρενέργειες είναι ο πιο συνηθισμένος λόγος δυσπιστίας και το υγειονομικό προσωπικό είναι η πιο αξιόπιστη πηγή καθοδήγησης σχετικά με τα εμβόλια ενάντια στον COVID-19. (Solis κ.ά. 2021). Πρέπει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι η πρόθεση εμβολιασμού δεν μεταφράζεται απαραίτητα σε εμβολιασμό (Mceachan κ.ά. 2011).

Σχετικά με το ζήτημα της δυσπιστίας απέναντι στον εμβολιασμό για τον COVID-19, πραγματοποιήθηκαν πολλές έρευνες μεταξύ Μαρτίου και Δεκεμβρίου του 2020. Αρκετές από αυτές διαπίστωσαν ότι τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και αυτοί με υψηλότερο εισόδημα είναι πιο πιθανό να δεχτούν τον εμβολιασμό (Fisher κ.ά. 2020). Άλλοι παράγοντες που σχετίζονται με μεγαλύτερη προθυμία είναι η εμπιστοσύνη στις κυβερνητικές αποφάσεις (Lazarus κ.ά. 2020), ο προηγούμενος εμβολιασμός απέναντι στη γρίπη (Mercadante, 2020), η αντιμετώπιση του COVID-19 ως απειλής (Harapan κ.ά. 2020) η κοινότητα (Yoda κ.ά. 2021), η ασφάλεια υγείας (Reiter κ.ά. 2020), η επαφή με ανθρώπους που μολύνθηκαν από τον ιό (Mercadante, 2020), και η ιδιότητα του υγειονομικού

προσωπικού (Harapan κ.ά. 2020). Ωστόσο, όλες οι παραπάνω έρευνες διεξήχθησαν πριν τον Οκτώβριο του 2020, όταν το εμβόλιο βρισκόταν πολύ μακριά ακόμα και απαντούσαν σε υποθετικές ερωτήσεις. Επίσης, η κατάσταση της πανδημίας θα μπορούσε να έχει επίδραση στις απαντήσεις των συμμετεχόντων, δηλαδή να έχουν επηρεαστεί από τη σοβαρότητα της κατάστασης και τα ληφθέντα μέτρα προστασίας κατά την περίοδο της συμμετοχής στην έρευνα.

3.5 Η ενημέρωση για το εμβόλιο.

Πολλοί σχολιαστές της δημόσιας υγείας και ερευνητές έχουν τονίσει την αξία για διαφανή ενημέρωση για τον εμβολιασμό ενάντια στον COVID-19, συμπεριλαμβανομένων της αποτελεσματικότητάς τους και των παρενεργειών που εμφανίζονται στις κλινικές δοκιμές, με σκοπό να βελτιωθεί το ποσοστό λήψης του εμβολίου (Quinn κ.ά. 2021). Κάποιοι, όπως οι Rzymski κ.ά. (2021), πιστεύουν ότι τέτοιες πληροφορίες ίσως αλλάζουν τις πεποιθήσεις των ατόμων.

Πρώτον, ο εμβολιασμός είναι μια επεμβατική ιατρική διαδικασία (Cousins κ.ά. 2019), με καθορισμένους κινδύνους για το άτομο. Επομένως, σε μερικές χώρες αντιμετωπίζεται ως μια ατομική ιατρική απόφαση και απαιτεί συναίνεση, κατόπιν ενημέρωσης. Στην περίπτωση των εμβολίων για τον COVID-19, δεν υπήρχε από την αρχή απόδειξη ότι περιορίζαν την μετάδοση της ασθένειας και θεωρούνταν ένα ατομικό κι όχι συλλογικό μέσο προστασίας.

Δεύτερον, δεν είναι σαφές ότι η διαφανής ενημέρωση για τον εμβολιασμό απέναντι στον COVID-19 θα μπορούσε να επηρεάσει αναγκαστικά το ρυθμό εμβολιασμού με προβλέψιμο τρόπο. Από τη μία πλευρά, η εξήγηση των αποτελεσμάτων των κλινικών δοκιμών μπορεί να περιορίσει τις ανησυχίες για την αποτελεσματικότητα και την ασφάλεια των εμβολίων και εν τέλει μπορεί να αυξήσει την πρόθεση για εμβολιασμό (Freeman κ.ά. 2021). Από την άλλη πλευρά, όπως σημειώνουν οι Petersen κ.ά. (2020), είναι επίσης πιθανό ορισμένοι να ανησυχούν με τις πληροφορίες, θεωρώντας τα εμβόλια πιο επικίνδυνα ή αναποτελεσματικά, καθώς η αναφορά των παρενεργειών ήταν πιο αυξημένη από τη αναφορά των θετικών αποτελεσμάτων.

Τρίτον, η ιδέα ότι η δυσπιστία απέναντι στο εμβόλιο του COVID-19 είναι προϊόν της έλλειψης ενημέρωσης υποθέτει ότι απλώς και μόνο η παροχή ενημέρωσης θα οδηγήσει σε

στάσεις και συμπεριφορές σε ευθυγράμμιση με την κυρίαρχη επιστημονική τάση (Simis κ.ά. 2016). Ωστόσο, στο πλαίσιο του εμβολιασμού, υπάρχουν κοινωνικοί, πολιτιστικοί και ψυχολογικοί παράγοντες που συμβάλλουν στην αντίληψη του κινδύνου και οδηγούν στο σχηματισμό στάσεων απέναντι σε ιατρικά και επιστημονικά θέματα και τεχνολογίες (Kitta, 2017).

Λίγες έρευνες έχουν μελετήσει τις συνέπειες της ενημέρωσης για τον εμβολιασμό ενάντια στον COVID-19 στις σχετικές στάσεις και προθέσεις και οι περισσότερες έχουν εστιάσει σε υποθετικά εμβόλια, εξαιτίας της έλλειψης εγκεκριμένων την περίοδο της έρευνας. Αυτό σημαίνει ότι οι έρευνες βασίστηκαν στο υποθετικό σενάριο ότι μελλοντικά θα εφευρίσκονταν τα εμβόλια, τα οποία θα μπορούσαν να περιορίσουν τη διασπορά του COVID-19. Οι Petersen κ.ά. (2020) αναφέρουν ότι τα θετικά μηνύματα που προαναγγέλλουν ένα ασφαλές και αποτελεσματικό εμβόλιο για τον COVID-19 περιόρισαν τη δυσπιστία για το εμβόλιο συγκριτικά με ασαφή ή αρνητικά μηνύματα. Σε ένα άλλο πείραμα με μηνύματα, οι Motta κ.ά. (2021) αναφέρουν ότι τα μηνύματα που έδιναν έμφαση στα συλλογικά οφέλη του εμβολιασμού ή στους κινδύνους του μη εμβολιασμού αύξησαν τις προθέσεις των συμμετεχόντων να εμβολιαστούν. Οι Palm κ.ά. (2021) διαπίστωσαν ότι τα μηνύματα που υπογραμμίζουν την αποτελεσματικότητα και την ασφάλεια του εμβολίου είχαν οριακά σημαντική επίδραση στην πρόθεση εμβολιασμού μιας ομάδας ελέγχου, ενώ ένα αντίθετο μήνυμα που ισχυριζόταν ότι τα εμβόλια δεν είναι ούτε αποτελεσματικά, ούτε ασφαλή δεν είχε καμία επίδραση στις προθέσεις. Αντιστοίχως, οι Loomba κ.ά. (2021) αναφέρουν ότι η έκθεση σε μια μεγάλη ποικιλία δεδομένων για το εμβόλιο για τον COVID-19 δεν έχει επίσης επιρροή στην πρόθεση εμβολιασμού, ενώ η παραπληροφόρηση για τον εμβολιασμό για τον COVID-19 μειώνει την πρόθεση εμβολιασμού. Ο Duquette (2020) σημειώνει ότι τα σύντομα μηνύματα που πλαισιώνουν τα εμβόλια με την ιδέα ότι προστατεύουν εμάς και τους γύρω μας δεν έχουν επίδραση στην πρόσθεση εμβολιασμού.

Ωστόσο, υπάρχει και μια έρευνα που χρησιμοποίησε και πραγματικά αποτελέσματα από τις κλινικές δοκιμές ως μέρος ενός πειράματος. Οι Altay κ.ά. (2021) πραγματοποίησαν μια έρευνα, όπου Γάλλοι πολίτες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτηματολόγια. Μερικές από τις απαντήσεις περιλάμβαναν αρχικά αποτελέσματα από κλινικές δοκιμές υπογραμμίζοντας την αποτελεσματικότητα του εμβολίου (95% for Pfizer/BioNTech and Moderna, and <70% for AstraZeneca) και μερικές παρενέργειες, χωρίς να παρέχονται

ενδείξεις συχνότητας. Οι Altay κ.ά. αναφέρουν ότι οι συμμετέχοντες που διάβασαν τις ερωτήσεις και τις απαντήσεις ήταν πιο πιθανό να αναφέρουν ότι είναι πρόθυμοι να λάβουν ένα εμβόλιο για τον COVID-19, όταν γίνει διαθέσιμο και εξέφρασαν πιο θετική στάση απέναντι στα εμβόλια. Ωστόσο, είναι άγνωστο πόσοι συμμετέχοντες αξιολογήθηκαν ή διάβασαν τις πληροφορίες για την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητα του εμβολίου.

Στην προκειμένη περίπτωση, το εμβόλιο για τον COVID-19 αποτέλεσε ένα αρκετά αμφιλεγόμενο ζήτημα και στην Ελλάδα, καθώς η αποτελεσματικότητά του δεν ήταν αποδεδειγμένη, τα μηνύματα που λάμβανε το κοινό ήταν ανάμεικτα, ενώ ήταν πολλές και οι περιπτώσεις ανθρώπων που εμβολιάστηκαν και στη συνέχεια οι παρενέργειες του εμβολίου ήταν έντονες, ακόμα και θανατηφόρες. Όλα τα παραπάνω οδήγησαν σε συναισθήματα φόβου και σύγχυσης, προκαλώντας τη δυσπιστία απέναντι στο εμβόλιο. Ωστόσο, οι αρμόδιοι φορείς εξακολούθησαν να τονίζουν την ανάγκη εμβολιασμού, με σκοπό τη δημιουργία ανοσίας, η οποία θα επιτυγχανόταν μόνο συλλογικά, αν δηλαδή όλοι έκαναν το εμβόλιο, ενώ η επιβολή προστίμων και επιπρόσθετων απαγορευτικών μέτρων κατέστησε την κατάσταση ακόμα πιο έκρυθμη.

Λαμβάνοντας όλα αυτά υπόψη, επέλεξα να μελετήσω το συγκεκριμένο ζήτημα από την οπτική της ενημέρωσης του κοινού και τη συνακόλουθη απόφαση για εμβολιασμό ή όχι. Προτίμησα μάλιστα τα ΜΚΔ και ειδικά το Facebook, που αποτελεί το πιο δημοφιλές ΜΚΔ για ενημέρωση, όπως δείχνουν οι έρευνες (βλέπε ενδεικτικά Newman κ.ά 2022).

Μεθοδολογία

Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει τις πηγές ενημέρωσης που αξιοποιούν οι χρήστες του Facebook για την ενημέρωσή τους, αν ελέγχουν την εγκυρότητα αυτών των πηγών και τα κριτήρια με τα οποία κοινοποιούν περιεχόμενο και αλληλεπιδρούν με άλλους λογαριασμούς. Ειδικότερα, σκοπός της έρευνας είναι να διερευνήσει κατά πόσο δημιουργήθηκαν echo chambers στο ελληνικό Facebook αναφορικά με τον εμβολιασμό απέναντι στον COVID-19.

4.1 Ερευνητικά ερωτήματα.

Το ζήτημα, με το οποίο ασχολείται η έρευνα, προκειμένου να εξετάσει το φαινόμενο των echo chambers στο Facebook είναι τα εμβόλια, με αφορμή την αντιμετώπιση του ιού του κορονοϊού. Έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στην ελληνική επικράτεια σχετικά με το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον κορονοϊό εστίασαν σε άλλες παραμέτρους της πρόθεσης εμβολιασμού, όπως είναι η ηλικία, το κοινωνικό περιβάλλον και τα κλινικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων (Σαραβάνης, 2022). Ακόμα, έχει πραγματοποιηθεί έρευνα που αφορά τις επιδράσεις της υγειονομικής πληροφοριακής συμπεριφοράς του γενικού πληθυσμού στην Ελλάδα στην πρόθεση εμβολιασμού (Βλαχοδήμου, 2022), όπου μελετήθηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση εμβολιασμού κι ανάμεσα σε αυτούς που μελετήθηκαν ήταν και οι πηγές ενημέρωσης. Αντιθέτως, η παρούσα έρευνα εστίασε αποκλειστικά στην πληροφόρηση, ως παράμετρο λήψης απόφασης σχετικά με τον εμβολιασμό απέναντι στον κορονοϊό, γεγονός που την καθιστά πρωτότυπη για την ελληνική επικράτεια και αποτελεί μια πρώτη απόπειρα μελέτης της συγκεκριμένης περίπτωσης.

Το ερευνητικό ερώτημα της παρούσας έρευνας είναι το εξής: Δημιουργούνται θάλαμοι αντήχησης (echo chambers) στο ελληνικό Facebook αναφορικά με το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον κορονοϊό; Με υποερωτήματα: α) Οι χρήστες του Facebook ελέγχουν πολλαπλές πηγές για την ενημέρωσή τους; β) Με ποιο κριτήριο κοινοποιούν

περιεχόμενο οι χρήστες του Facebook; γ) Με ποιους λογαριασμούς αλληλεπιδρούν περισσότερο οι χρήστες του Facebook;

4.2 Η βάση της παρούσας έρευνας.

Τα ΜΚΔ μπορεί να περιορίσουν την έκθεση σε διαφορετικές οπτικές και να ευνοήσουν το σχηματισμό ομάδων που αποτελούνται από άτομα που μοιράζονται τις ίδιες απόψεις και ενισχύουν ένα κοινό αφήγημα, δηλαδή echo chambers. Ωστόσο, αυτό διαφέρει από πλατφόρμα σε πλατφόρμα. Η έρευνα των Cinelli κ.ά. (2021) μελετά τις βασικές διαφορές ανάμεσα στις κύριες πλατφόρμες και κατά πόσο είναι πιθανό να επηρεάσουν την εξάπλωση της πληροφορίας και το σχηματισμό echo chambers. Οι ερευνητές πραγματοποίησαν μια συγκριτική ανάλυση 100 εκατομμυρίων δειγμάτων κειμένου που αφορούσαν αρκετά αμφιλεγόμενα θέματα (π χ απαγόρευση των όπλων, εμβολιασμός, αμβλώσεις) από το Gab, το Facebook, το Reddit και το Twitter.

Βάσει της έρευνας των Cinelli κ.ά. (2021) χρησιμοποιήθηκαν δύο κοινά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα echo chambers που μπορούν να ποσοτικοποιηθούν και να μετρηθούν: 1) οι απόψεις των χρηστών των ΜΚΔ για το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον κορονοϊό, 2) η ενημέρωση από διαφορετικές πηγές για το ίδιο ζήτημα. Στη συνέχεια, χρησιμοποιήθηκαν αυτά τα δύο στοιχεία για να αξιολογηθεί η ύπαρξη echo chambers βάσει δύο διαφορετικών παραμέτρων: 1) της ομοφιλίας στις αλληλεπιδράσεις με άλλους χρήστες των ΜΚΔ σχετικά με το ζήτημα του εμβολιασμού και 2) την προτίμηση/μεροληψία στη διακίνηση πληροφοριών που προέρχονται από ομοϊδεάτες. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η συγκέντρωση των χρηστών σε ομοφιλικές ομάδες επικρατεί σε διαδικτυακές αλληλεπιδράσεις στο Facebook και το Twitter. Τέλος, η έρευνα κλείνει με μια άμεση σύγκριση μεταξύ Facebook και Reddit αναφορικά με την κατανάλωση ειδήσεων, η οποία έδειξε μεγαλύτερη απομόνωση στο Facebook, που σημαίνει ότι οι χρήστες που ανήκουν σε διαφορετικές ομάδες δεν αλληλεπιδρούν μεταξύ τους.

Οι παράμετροι ανίχνευσης echo chambers, που χρησιμοποιήθηκαν στη συγκεκριμένη έρευνα, δηλαδή η ομοφιλία στις αλληλεπιδράσεις και η μεροληψία στη διακίνηση πληροφοριών από ομοϊδεάτες, αποτέλεσαν τη βάση για τα παραπάνω ερευνητικά ερωτήματα.

4.3 Τρόπος διεξαγωγής της έρευνας.

Για την πραγματοποίηση της παρούσας εργασίας, διεξήχθη ποσοτική έρευνα. Κατά τον Σαρρή (2021), η προσέγγιση αυτή επιτρέπει τη χρήση ερευνητικών εργαλείων, όπως του ερωτηματολογίου, τα οποία έχουν τη δυνατότητα μέτρησης θεωρητικών εννοιών. Επιπροσθέτως, η προσέγγιση αυτή ενισχύει την αντικειμενικότητα των πληροφοριών που προσφέρει και δίνει τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων (Creswell, 2011).

Η ποσοτική έρευνα προτιμήθηκε ως η πιο κατάλληλη για τα συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα, καθώς στόχος ήταν να συλλεχθούν ποσοτικά δεδομένα και να εξαχθούν αντίστοιχα συμπεράσματα σχετικά με την ενημέρωση των χρηστών του Facebook και τη συνακόλουθη απόφασή τους να εμβολιαστούν ή όχι. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε ερωτήσεις που αφορούσαν τη συμπεριφορά των συμμετεχόντων την κρίσιμη περίοδο του εμβολιασμού. Πιο συγκεκριμένα, εστίασε στα υποερωτήματα: α) Οι χρήστες του Facebook ελέγχουν πολλαπλές πηγές για την ενημέρωσή τους; β) Με ποιο κριτήριο κοινοποιούν περιεχόμενο οι χρήστες του Facebook; γ) Με ποιους λογαριασμούς αλληλεπιδρούν περισσότερο οι χρήστες του Facebook; Τα συγκεκριμένα υποερωτήματα απαντώνται βάσει της γενικής, αλλά και ειδικής, αναφορικά με τον εμβολιασμό, συμπεριφοράς των χρηστών, την οποία δηλώνουν, συμπληρώνοντας το ερωτηματολόγιο.

4.4 Τρόπος συλλογής των δεδομένων.

Επιλέχθηκε το ερωτηματολόγιο ατομικής συμπλήρωσης ως ερευνητικό εργαλείο συλλογής των δεδομένων. Για τη μορφοποίηση αυτού χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα “Google Forms”. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα επιτρέπει τη γρήγορη και εύκολη δημιουργία ερωτηματολογίων, καθώς και την άμεση διανομή τους μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αλλά και μέσω των ΜΚΔ. Στην προκείμενη περίπτωση, επιλέχθηκε μόνο το Facebook. Με τον τρόπο αυτόν επιτυγχάνεται επιτάχυνση της διαδικασίας συλλογής των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων, ενώ υπάρχει η δυνατότητα για άμεση εξαγωγή των αποτελεσμάτων σε υπολογιστικό φύλλο του MS Excel. Η ανάλυση και η επεξεργασία των δεδομένων της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε σε MS Excel, καθώς διευκολύνει την ανάλυση των αποτελεσμάτων, όπου οι παράμετροι είναι περιορισμένες και διαχειρίσιμες και δεν

καθίσταται απαραίτητη η χρήση SPSS, όπως εν προκειμένω.

Το ερωτηματολόγιο ατομικής συμπλήρωσης, όπου οι ερωτώμενοι διαβάζουν και απαντούν τις ερωτήσεις μόνοι τους, συνοδεύεται από κάποια πλεονεκτήματα, όπως είναι το μικρό κόστος εφαρμογής, η ταχεία εφαρμογή, αλλά και η έλλειψη της επίδρασης του συνεντευκτή, ένας κίνδυνος που ελλοχεύει στην περίπτωση της δομημένης συνέντευξης (Bryman,2017).

Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 16 ερωτήσεις που κινούνταν από το γενικό στο ειδικό, οι οποίες ήταν κλειστού τύπου. Όσον αφορά τη δομή του ερωτηματολογίου, οι ερωτήσεις κατηγοριοποιήθηκαν σε τρεις θεματικές ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιείχε ερωτήσεις για τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων (φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο). Η δεύτερη επικεντρωνόταν στη χρήση και την ενημέρωση από το Facebook, ενώ η τρίτη εστίαζε στον εμβολιασμό απέναντι στον ιό του κορονοϊού και τον έλεγχο εγκυρότητας όλων όσα διάβασαν και όλων όσα μοιράστηκαν οι συμμετέχοντες την κρίσιμη περίοδο, δηλαδή την περίοδο της λήψης της απόφασης για εμβολιασμό ή μη. Σύμφωνα με τον Bryman (2017), για την απάντηση των τελευταίων οι συμμετέχοντες συχνά καλούνται να ανασύρουν πληροφορίες από τη μνήμη τους.

Οι απαντήσεις στις ερωτήσεις κλειστού τύπου είχαν τη μορφή «Ναι» ή «Όχι», ήταν πολλαπλών απαντήσεων ή ήταν διατάξιμες απαντήσεις με τη μορφή στοιχείου Likert. Κλειστές ερωτήσεις εντοπίζονται όταν όλες οι πιθανές απαντήσεις του ερωτώμενου προβλέπονται από τον ερευνητή. Στις ερωτήσεις κλειστού τύπου δίνεται ένας αριθμός συγκεκριμένων πιθανών απαντήσεων, διευκολύνοντας έτσι την κατανόηση των ερωτημάτων από τους συμμετέχοντες και μειώνοντας την ενδεχόμενη ανομοιογένεια κατά την καταγραφή των απαντήσεων από τους ερευνητές (Bryman, 2017). Οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν θετικά ή αρνητικά στις ερωτήσεις που έχουν ως πιθανή απάντηση ναι ή όχι, να επιλέξουν μια από τις προβλεπόμενες απαντήσεις ή να επιλέξουν την απάντησή τους σε μία κλίμακα Likert. Η κλίμακα Likert αποτελεί ουσιαστικά μία μέτρηση πολλαπλών ενδεικτών ή πολλαπλών στοιχείων μιας σειράς στάσεων που αφορούν ορισμένο θέμα. Στόχος της κλίμακας Likert είναι να μετρήσει την ένταση των αισθημάτων αναφορικά με το εκάστοτε θέμα. Συνήθως εφαρμόζεται μία κλίμακα 5 βαθμίδων. Τα στοιχεία της κλίμακας πρέπει να είναι καταφατικές προτάσεις κι όχι ερωτήσεις (Bryman, 2017). Ο συνδυασμός των παραπάνω δυνατοτήτων διευκολύνει την απάντηση σε διαφορετικής φύσεως ερωτήσεις, χωρίς να περιορίζεται ούτε ο ερευνητής, ούτε ο

συμμετέχων.

Προϋπόθεση για την επιτυχημένη διενέργεια της έρευνας αποτελεί η εξασφάλιση της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας. Αρχικά, διασφαλίστηκε η ανωνυμία του ερευνητικού εργαλείου σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η ερευνήτρια ήταν απύσχα κατά τη διαδικασία, καθώς τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν ηλεκτρονικά, μέσω του Facebook. Επιπρόσθετα, η ενημέρωση για την αναγκαιότητα συμμετοχής και τους στόχους και η εθελοντική συμμετοχή με το δικαίωμα αποχώρησης συνέβαλαν στην προσπάθεια διασφάλισης της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας.

4.5 Το δείγμα της έρευνας.

Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε ήταν δείγμα ευκολίας, καθώς η έρευνα πραγματοποιήθηκε online και δεν ήταν εφικτή η κατάρτιση καταλόγου, ώστε να γίνει τυχαία επιλογή του δείγματος. Η δειγματοληψία ευκολίας αφορά στη λήψη πληροφοριών από τα πιο εύκαιρα και πλησιέστερα άτομα και είναι μία από τις πιο συχνά χρησιμοποιούμενες μεθόδους. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για σκοπούς προπαρασκευαστικής ή μικρής σε έκταση έρευνας. Πρόκειται για δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα, δηλαδή η εξαγωγή δείγματος βασίζεται σε τεχνικές, κατά τις οποίες δε χρησιμοποιούνται οι νόμοι των πιθανοτήτων και χρησιμοποιείται, όταν απαιτείται κάποια γρήγορη έρευνα ή όταν δεν υπάρχει πρόσβαση στο σύνολο του πληθυσμού με αποτέλεσμα να μην μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα για το σύνολο αυτού. (Berg, 2006).

4.6 Οι προκλήσεις της έρευνας.

Οι ποσοτικές έρευνες που διεξάγονται με χρήση ερωτηματολογίου και άρα βασίζονται στην κατανόηση και την μνήμη των συμμετεχόντων ενέχουν ορισμένους κινδύνους, καθώς οι συμμετέχοντες καλούνται συνήθως να απαντήσουν σε ερωτήσεις που αφορούν τη συμπεριφορά τους κάποια στιγμή στο παρελθόν και ενδεχομένως να μην μπορούν να απαντήσουν με ακρίβεια και εγκυρότητα. Για να απαντήσουν στις ερωτήσεις, οι συμμετέχοντες αναλαμβάνουν 4 διανοητικά καθήκοντα: 1) κατανόηση της πρόθεσης της ερώτησης, 2) ανάκληση αναμνήσεων για

σχετικές πληροφορίες, 3) ενσωμάτωση των πληροφοριών σε μια κρίση, 4) μετατροπή της κρίσης σε μια από τις παρεχόμενες απαντήσεις (Tourangeau&Rasinski, 1988).

Το συγκεκριμένο εμπόδιο ξεπεράστηκε με τη διατύπωση των ερωτήσεων με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητές και να μην δημιουργείται πρόβλημα στην ερμηνεία τους. Ακόμα, οι γενικές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αφορούν τη γενικότερη συμπεριφορά των χρηστών, οπότε δεν τίθεται θέμα ανάκλησης στη μνήμη των πληροφοριών που ζητούνται. Σε ό,τι αφορά το ζήτημα του εμβολιασμού για τον κορονοϊό, είναι αρκετά πρόσφατο και η επίδρασή του ήταν τέτοια, ώστε κρίνεται σχεδόν αδύνατο οι άνθρωποι να μην μπορούν να ανακαλέσουν στη μνήμη τους τις σχετικές πληροφορίες, ενώ οι ερωτήσεις δεν είναι πολύ ειδικές για να παρακαμφθεί αυτός ο περιορισμός.

Ένα άλλο βασικό πρόβλημα είναι ότι το ερωτηματολόγιο συμπληρώνεται από δείγμα διαθεσιμότητας, δηλαδή μόνο από άτομα που έχουν πρόσβαση στο ερωτηματολόγιο. Το γεγονός αυτό δημιουργεί πρόβλημα αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος και κατά συνέπεια παρουσιάζονται ζητήματα εγκυρότητας, αξιοπιστίας και γενίκευσης των αποτελεσμάτων της έρευνας (Bryman, 2017). Ωστόσο, το Facebook, όπου διαμοιράστηκε το ερωτηματολόγιο, καθώς αποτελεί και το πεδίο της έρευνας, είναι ένα ΜΚΔ, όπου συμμετέχουν άνθρωποι που ανήκουν σε διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, με διαφορετικό μορφωτικό επίπεδο και από όλη την Ελλάδα. Επομένως, σε κάποιο βαθμό τα παραπάνω μειονεκτήματα που παρουσιάζουν τα ερωτηματολόγια, περιορίστηκαν.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

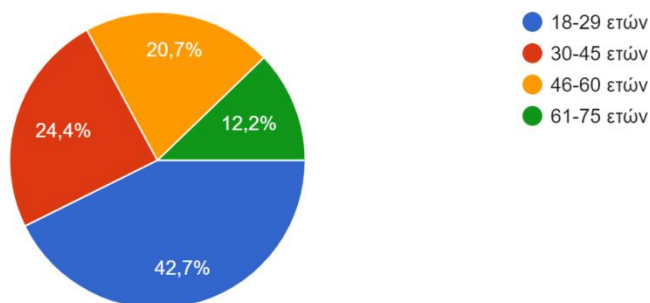
Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα έρευνας-Συζήτηση

5.1 Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων.

Στην έρευνα συμμετείχαν 82 άτομα και οι απαντήσεις συλλέχθηκαν σε διάστημα 15 ημερών. Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, το 42,7% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18-29 ετών, το 24,4% στην ηλικιακή ομάδα 30-45 ετών, το 20,7% στην ηλικιακή ομάδα 46-60 ετών και τέλος το 12,2%.

Γράφημα 1 Ηλικιακές ομάδες

1. Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;
82 απαντήσεις

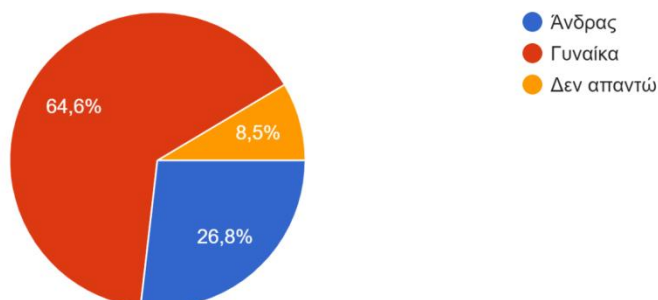


Αναφορικά με το φυλετικό προσδιορισμό, το 64,6% δήλωσε ότι ανήκει στο γυναικείο φύλο, το 26,8% ότι ανήκει στο ανδρικό φύλο και ένα 8,5% επέλεξε να μην απαντήσει.

Γράφημα 2 Φυλετικός προσδιορισμός

2. Ποιο είναι το φύλο σας;

82 απαντήσεις

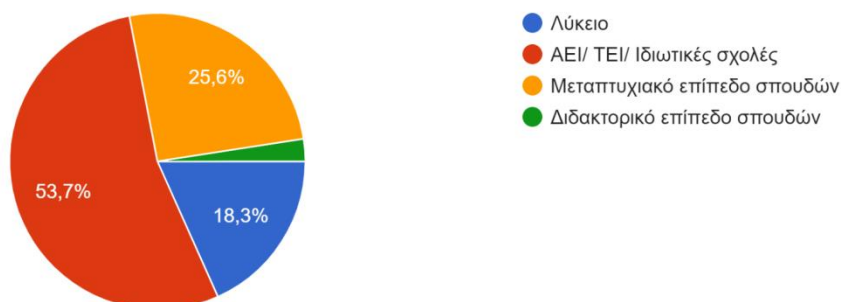


Η πλειοψηφία του δείγματος (53,7%) έχει ολοκληρώσει σπουδές στην τριτοβάθμια εκπαίδευση (ΑΕΙ/ΤΕΙ/Ιδιωτικές σχολές), το 25,6% έχει ολοκληρώσει μεταπτυχιακές σπουδές, το 18,3% έχει απολυτήριο Λυκείου και ένα 2,4% έχει διδακτορικό τίτλο.

Γράφημα 3 Μορφωτικό επίπεδο

3. Ποιο είναι το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει;

82 απαντήσεις

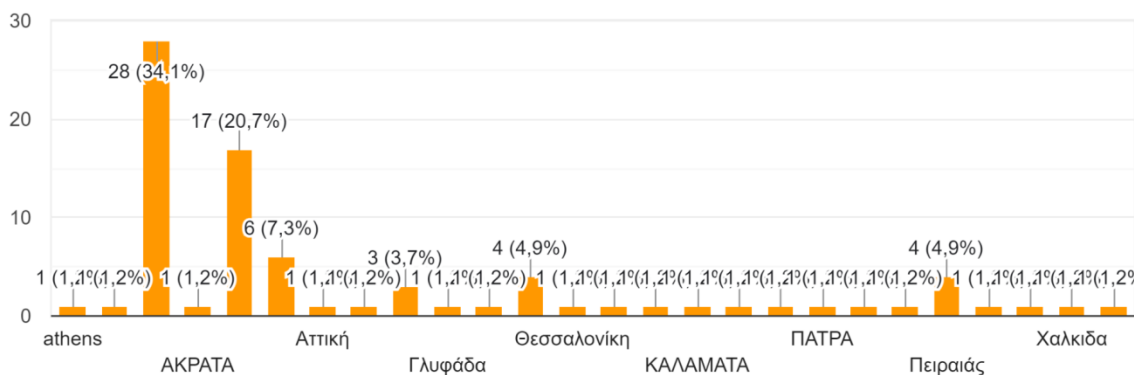


Στην επόμενη ερώτηση, που αφορούσε τον τόπο μόνιμης κατοικίας, οι απαντήσεις, όπως ήταν αναμενόμενο, ποικίλλουν. Ωστόσο, φαίνεται ξεκάθαρα και από το γράφημα ότι η πλειοψηφία (34,1%) μένει μόνιμα στην Αθήνα.

Γράφημα 4 Τόπος μόνιμης κατοικίας

4. Ποιος είναι ο τόπος της μόνιμης κατοικίας σας;

82 απαντήσεις



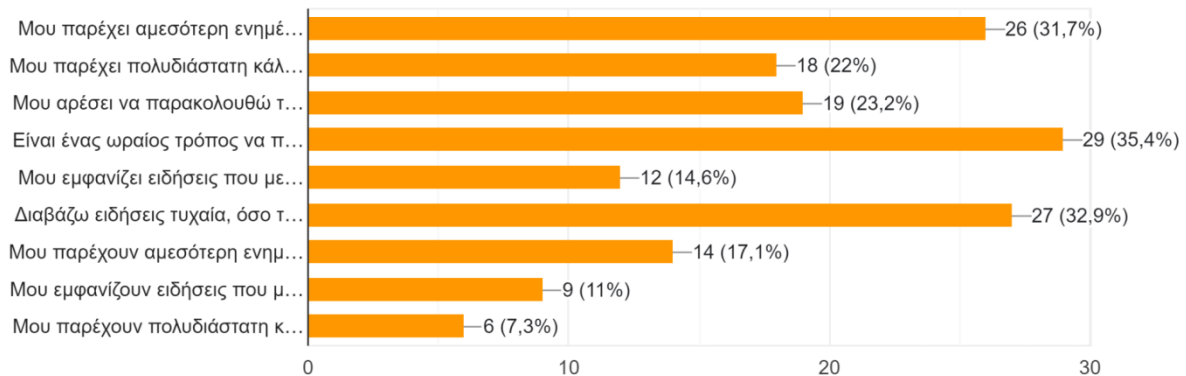
5.2 Οι συνήθειες των χρηστών του Facebook.

Η ακόλουθη ομάδα ερωτήσεων συνδέεται με τα ερευνητικά υποερωτήματα που αφορούν τις συνήθειες των χρηστών του Facebook, ως προς την ενημέρωσή τους, τα κριτήρια με τα οποία κοινοποιούν περιεχόμενο και τους λογαριασμούς με τους οποίους συνηθίζουν να αλληλεπιδρούν.

Το Facebook ως πηγή ενημέρωσης. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα, το Facebook, αν και ένα πολύ δημοφιλές ΜΚΔ, δεν έχει κατορθώσει ακόμα να κατακτήσει την πρώτη θέση στις επιλογές των χρηστών, αναφορικά με την ενημέρωση για σημαντικά ζητήματα, όπως ο εμβολιασμός απέναντι στον COVID-19.

Γράφημα 5 Λόγοι χρήσης του Facebook

5. Ποιος είναι ο λόγος που χρησιμοποιείτε το Facebook; (περισσότερες από μία απαντήσεις)
82 απαντήσεις



Πιο συγκεκριμένα, φαίνεται ότι ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος χρησιμοποιεί το Facebook, γιατί περνάει ευχάριστα το χρόνο του σε αυτό (35,4%) κι ένα άλλο σημαντικό ποσοστό διαβάζει τυχαία ειδήσεις στο Facebook (32,9%), γεγονός που σημαίνει ότι δεν καταφεύγει στο Facebook για ενημέρωση, αλλά ενημερώνεται για τις ειδήσεις, όσο το χρησιμοποιεί για να περνάει το χρόνο του. Και οι δύο αυτές απαντήσεις κατευθύνουν προς το συμπέρασμα ότι το Facebook δεν αποτελεί κύρια πηγή ενημέρωσης.

Ωστόσο, δεν μπορούμε να αγνοήσουμε και τους συμμετέχοντες που απάντησαν ότι χρησιμοποιούν το Facebook, γιατί τους παρέχει αμεσότερη ενημέρωση για τις τελευταίες εξελίξεις (31,7%), τους παρέχει πολυδιάστατη ενημέρωση συγκριτικά με τα παραδοσιακά μέσα (22%), παρακολουθούν τη δημόσια συζήτηση και τα σχόλια (23,2%), αλλά και γιατί τους εμφανίζει περιεχόμενο και ειδήσεις που τους αφορούν (14,6%). Όλες οι παραπάνω απαντήσεις συνάδουν απόλυτα με τη βιβλιογραφία, καθώς το Facebook, όπως και όλα τα ΜΚΔ, είναι άμεσα και ανανεώνονται σχεδόν σε πραγματικό χρόνο, επιτρέπουν την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε πομπό και δέκτη, σε αντίθεση με τα συμβατικά μέσα, όπως η τηλεόραση και το ραδιόφωνο (Carminati κ.ά. 2012) και ο αλγόριθμος των ΜΚΔ, και ειδικά του Facebook, προτάσσει το περιεχόμενο που είναι συμβατό με την προηγούμενη δραστηριότητα του χρήστη, άρα είναι πιο πιθανό να του τραβήξει την προσοχή και να αλληλεπιδράσει μαζί του (Bakshy κ.ά. 2015). Επομένως, ακόμα κι αν η ενημέρωση δεν είναι ο πρωταρχικός σκοπός χρήσης του Facebook, συγκαταλέγεται ανάμεσα στους βασικούς λόγους χρήσης του, όπως επαληθεύει και η έρευνα από το Pew Research Center (Shearer &

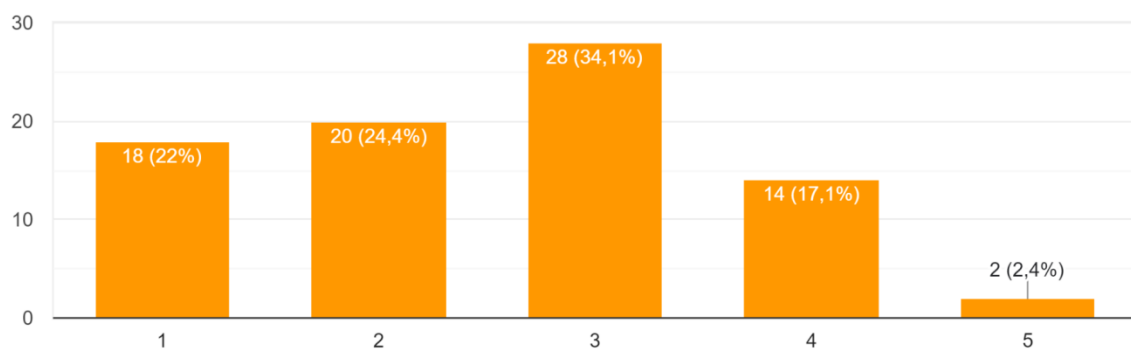
Gottfried,2017).

Ένα άλλο στοιχείο που επιτείνει το παραπάνω συμπέρασμα, ότι το Facebook δεν αποτελεί την κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης, είναι ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα στην μεγάλη τους πλειοψηφία δεν ενημερώνονται συχνά από το Facebook για σημαντικά ζητήματα, όπως ο εμβολιασμός απέναντι στον COVID-19. Αυτό επιβεβαιώνεται από έρευνα (Dubois, 2015), που υποστηρίζει ότι για τα σημαντικά ζητήματα, τα άτομα προτιμούν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης ή το άμεσο κοινωνικό τους περιβάλλον.

Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να επιλέξουν από το 1 έως το 5 σε μια κλίμακα, όπου το 1 δηλώνει το “ποτέ”, και το 5 το “πολύ συχνά”. Το 34,1% δήλωσε ότι το χρησιμοποιεί μερικές φορές, το 24,4% το χρησιμοποιεί σπάνια, το 22% δεν το χρησιμοποιεί ποτέ, το 17,1% το χρησιμοποιεί συχνά και το 2,4% το χρησιμοποιεί πολύ συχνά. Επομένως, φαίνεται να ενημερώνονται από το Facebook από ποτέ μέχρι μερικές φορές, δηλαδή ο όγκος των απαντήσεων βρίσκεται στην αρνητική πλευρά της κλίμακας.

Γράφημα 6 Συχνότητα χρήσης του Facebook για σημαντικά ζητήματα

6. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το Facebook για να ενημερώνεστε για σημαντικά ζητήματα;
82 απαντήσεις

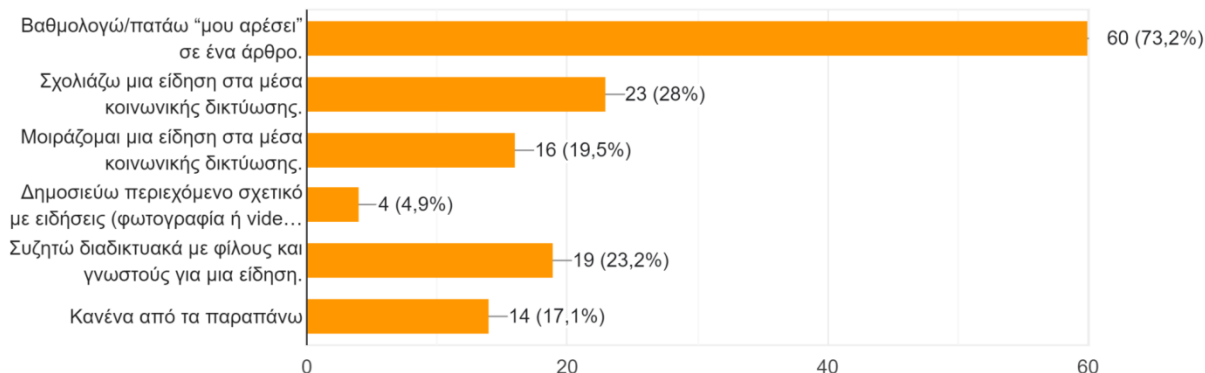


Η αλληλεπίδραση στο Facebook. Ένα άλλο ενδιαφέρον εύρημα είναι ότι παρά τις δυνατότητες αλληλεπίδρασης που προσφέρουν τα ΜΚΔ, και το Facebook ειδικότερα, οι χρήστες στη μεγάλη τους πλειοψηφία δεν φαίνεται να τις εκμεταλλεύονται στο έπακρο και μοιάζουν μάλλον διστακτικοί. Αυτό δείχνουν οι απαντήσεις των συμμετεχόντων αναφορικά με τον τρόπο κάλυψης των ειδήσεων στο Facebook.

Γράφημα 7 Συμμετοχή στην κάλυψη των ειδήσεων

7. Με ποιους τρόπους συμμετέχετε συνήθως στην κάλυψη των ειδήσεων στο Facebook;
(περισσότερες από μία απαντήσεις)

82 απαντήσεις



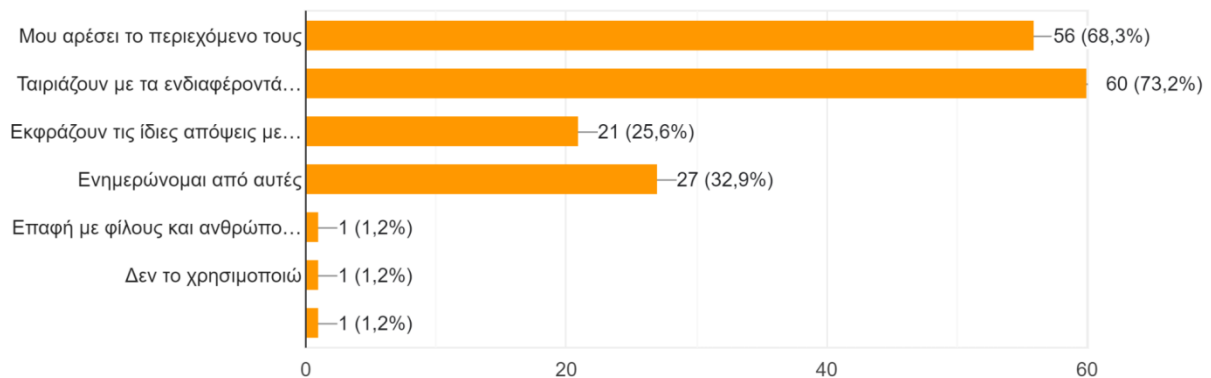
Η συντριπτική πλειοψηφία (73,2%) τηρεί μια μάλλον παθητική στάση, επιλέγοντας να πατήσει "μου αρέσει" σε μια δημοσίευση, με την οποία συμφωνεί, ένα βήμα πιο κάτω βρίσκονται οι συμμετέχοντες που επιλέγουν να σχολιάσουν κάτω από μια δημοσίευση (28%) και όσοι την κοινοποιούν (19,5%). Ωστόσο, ένα μεγάλο μέρος των χρηστών φαίνεται να μην κάνει τίποτα από τα παραπάνω και να απέχει από οποιαδήποτε αλληλεπίδραση με το περιεχόμενο στο Facebook (17,1%) και ένα πολύ μικρό ποσοστό τηρεί μια πιο ενεργητική στάση, δημοσιεύοντας περιεχόμενο (4,9%). Τα παραπάνω δείχνουν ότι παρά τις δυνατότητες αλληλεπίδρασης και έκφρασης λόγου που προσφέρει το Facebook, οι χρήστες δεν είναι εξοικειωμένοι με αυτές σε μεγάλο ποσοστό, χωρίς βέβαια να λείπουν κι αυτοί που τις αξιοποιούν σε κάθε ευκαιρία.

Στο πλαίσιο του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν με ποια κριτήρια ακολουθούν σελίδες στο Facebook. Αυτές οι ερωτήσεις στόχο είχαν τη διερεύνηση της ενδεχόμενης ύπαρξης echo chamber. Ωστόσο, τα αποτελέσματα δεν είναι σαφή, καθώς οι δύο πρώτοι λόγοι που οι χρήστες ακολουθούν σελίδες στο Facebook είναι επειδή ταιριάζουν με τα ενδιαφέροντά τους και επειδή τους αρέσει το περιεχόμενό τους, σε ποσοστό 73,2% και 68,3% αντίστοιχα, άρα λόγοι άσχετοι με την ενημέρωση και τις προσωπικές πεποιθήσεις. Βέβαια, οι επόμενοι δύο λόγοι που κινητοποιούν τις επιλογές τους είναι γιατί ενημερώνονται από τις σελίδες στο Facebook (32,9%) και γιατί εκφράζουν

απόψεις, με τις οποίες ταυτίζονται (25,6%), λόγοι που βρίσκονται πιο κοντά στις προϋποθέσεις σχηματισμού και τον τρόπο λειτουργίας των echo chambers.

Γράφημα 8 Κριτήρια following σελίδων στο Facebook

8. Με ποιο κριτήριο ακολουθείτε σελίδες στο Facebook; (περισσότερες από μία απαντήσεις)
82 απαντήσεις

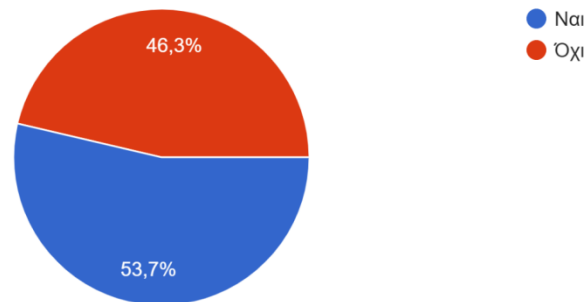


Εδώ θα μπορούσαμε να μιλήσουμε για ενδεχόμενο σχηματισμό echo chambers, καθώς επαληθεύεται και από τη βιβλιογραφία το γεγονός ότι τα άτομα επιλέγουν να ενημερώνονται από πηγές που συμβαδίζουν με τις προσωπικές τους αντιλήψεις, γιατί δε χρειάζεται να τις αμφισβητήσουν. Με αυτόν τον τρόπο, ενισχύονται και δημιουργείται ένας χώρος που αυτές οι απόψεις αναπαράγονται και τροφοδοτούνται από τα μέλη της ομάδας, δηλαδή ένα echo chamber (Garimella κ.ά. 2017). Σε αυτό το σημείο, κρίσιμο είναι να επισημάνουμε ότι στην πιο συγκεκριμένη ερώτηση που αφορούσε το αν συμμετέχουν σε ομάδες, με τις οποίες μοιράζονται κοινές απόψεις, οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες, με μια οριακή πλειοψηφία να απαντά θετικά. Αυτό δημιουργεί αβεβαιότητα σχετικά με την ύπαρξη echo chambers στο Facebook, καθώς οι απαντήσεις δεν δίνουν μια ξεκάθαρη ένδειξη.

Γράφημα 9 Ομάδες στο Facebook

9. Συμμετέχετε σε ομάδες στο Facebook, με τα μέλη των οποίων μοιράζεστε κοινά ενδιαφέροντα και απόψεις;

82 απαντήσεις

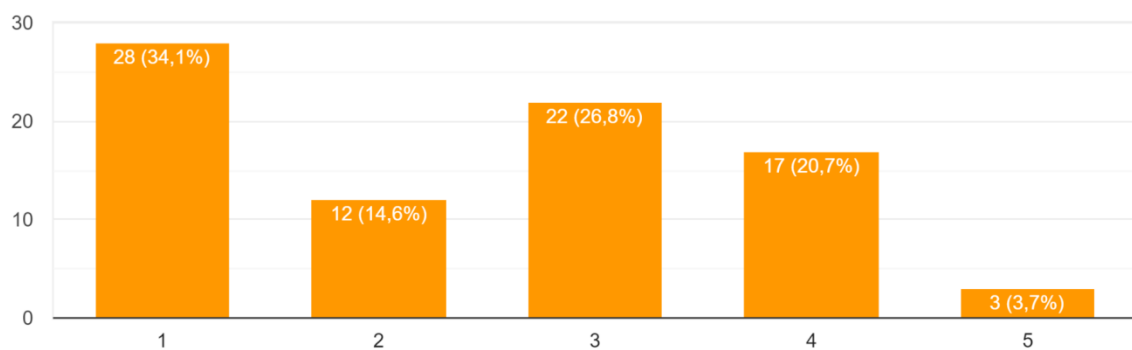


Η κοινοποίηση περιεχομένου στο Facebook. Οι χρήστες φαίνεται να επιλέγουν μια πιο παθητική στάση στο Facebook, γεγονός που ενισχύεται από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων αναφορικά με τη συχνότητα, με την οποία κοινοποιούν περιεχόμενο. οι συμμετέχοντες έπρεπε να επιλέξουν από το 1 έως το 5 σε μια κλίμακα, με το 1 να δηλώνει το “ποτέ” και το 5 το “πολύ συχνά”. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η πιο συχνή απάντηση είναι “Ποτέ” (34,1%), με κάποιους βέβαια να διαφοροποιούνται, κοινοποιώντας περιεχόμενο μερικές φορές (26,8%) και κάποιοι ακόμα και συχνά (20,7%).

Γράφημα 10 Κοινοποίηση περιεχομένου

10. Κοινοποιείτε περιεχόμενο με το οποίο συμφωνείτε/ταυτίζεστε στο Facebook;

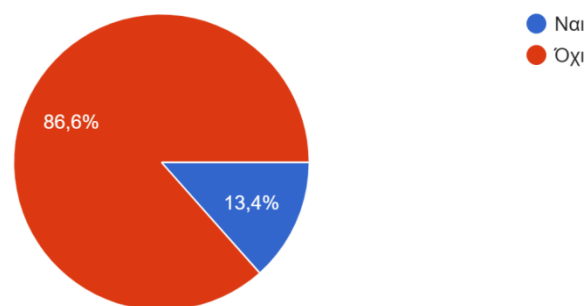
82 απαντήσεις



Συγκεκριμένα, σε ό,τι αφορά την κοινοποίηση περιεχομένου υπέρ και κατά του εμβολιασμού κατά την κρίσιμη περίοδο λήψης της απόφασης, η πλειοψηφία (86,6%) δεν κοινοποίησε περιεχόμενο, γεγονός που συνάδει με την γενικότερη στάση της πλειοψηφίας των χρηστών, που δεν επιλέγει να κοινοποιεί περιεχόμενο στο Facebook.

Γράφημα 11 Κοινοποίηση περιεχομένου για τον εμβολιασμό

15. Κοινοποιήσατε περιεχόμενο υπέρ ή κατά του εμβολιασμού στο Facebook την κρίσιμη περίοδο;
82 απαντήσεις

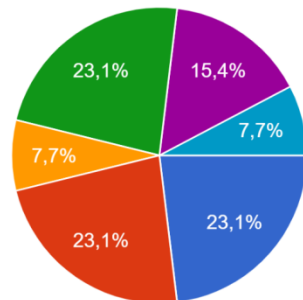


Ως προς τα κριτήρια, με τα οποία, κοινοποίησαν περιεχόμενο, όσοι το έκαναν, αυτά διαφέρουν, όπως δείχνει και το γράφημα. Ένα 23,1% ήθελε να αμφισβητήσει την εκφραζόμενη άποψη, ένα άλλο 23,1% ήθελε να υποστηρίξει την εκφραζόμενη άποψη, ένα άλλο 23,1% ήθελε να ενημερώσει τους “φίλους” του στο Facebook, το 15,4% επέλεξε “Άλλο”, ένα 7,7% ήθελε να ανοίξει μια συζήτηση με τους “φίλους” του στο Facebook και ένα 7,7% ήθελε να μοιραστεί την άποψή του, που ήταν ενδιάμεση.

Γράφημα 12 Κριτήρια κοινοποίησης

16. Αν ναι, με ποιο κριτήριο;

13 απαντήσεις



- Ήθελα να υποστηρίξω την εκφραζόμενη άποψη.
- Ήθελα να αμφισβητήσω την εκφραζόμενη άποψη.
- Ήθελα να ανοίξω μια συζήτηση με τους "φίλους" μου στο Facebook.
- Ήθελα να ενημερώσω τους "φίλους" μου στο Facebook
- Ήθελα να μοιραστώ την αποψη μου,...

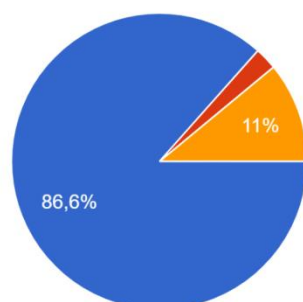
5.3 Εμβολιασμός απέναντι στον COVID-19.

Η επόμενη ομάδα ερωτήσεων ήταν πιο άμεσα συνδεδεμένη με το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον COVID-19 και επιχειρεί να απαντήσει στο βασικό ερευνητικό ερώτημα το οποίο είναι αν δημιουργήθηκαν echo chambers στο ελληνικό Facebook, αναφορικά με τον εμβολιασμό απέναντι στον COVID-19. Σύμφωνα με τις απαντήσεις, φαίνεται ότι η μεγάλη πλειοψηφία των συμμετεχόντων (86,6%) έχει επιλέξει να εμβολιαστεί.

Γράφημα 13 Εμβολιασμός

11. Έχετε εμβολιαστεί απέναντι στον ιό του κορονοϊού;

82 απαντήσεις



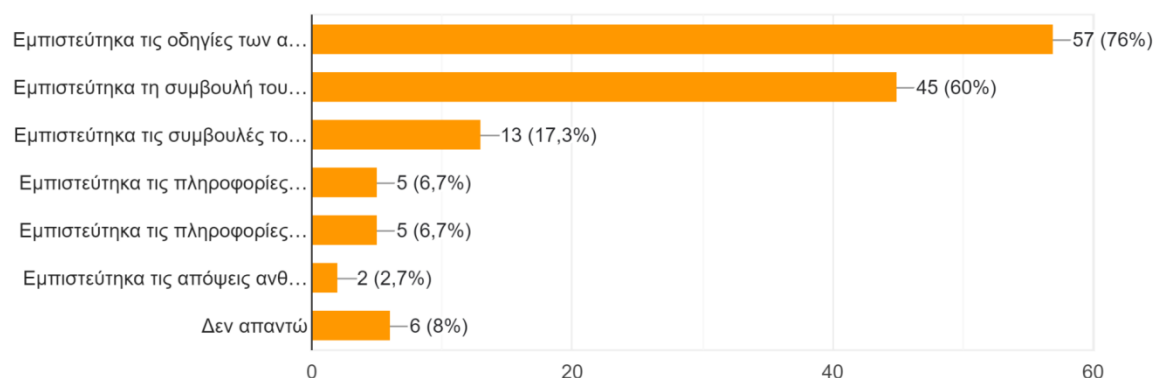
- Ναι
- Όχι
- Δεν απαντώ

Ως προς το πώς οδηγήθηκαν στην παραπάνω απόφαση, το 76% εμπιστεύτηκε τις οδηγίες των αρμόδιων φορέων, το 60% εμπιστεύτηκε τη συμβουλή του γιατρού του, το 17,3% εμπιστεύτηκε τις συμβουλές του κοινωνικού του περιβάλλοντος, το 6,7% εμπιστεύτηκε τις πληροφορίες που διάβασε στο διαδίκτυο, ένα άλλο 6,7% τις πληροφορίες που διάβασε στο Facebook, ένα 8% επέλεξε να μην απαντήσει και τέλος το 2,7% εμπιστεύτηκε τις απόψεις των ανθρώπων, με τους οποίους συνομίλησε στα ΜΚΔ.

Γράφημα 14 Απόφαση για εμβολιασμό ή μη

12. Πώς οδηγηθήκατε στην παραπάνω απόφαση, του εμβολιασμού ή μη; (περισσότερες από μία απαντήσεις)

75 απαντήσεις

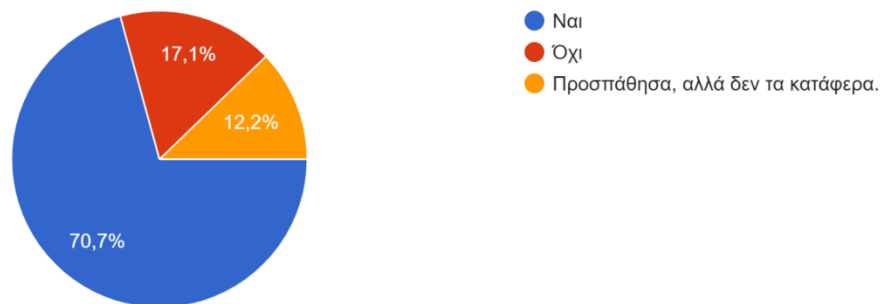


Αυτό δείχνει ότι η πλειοψηφία των χρηστών δεν επέλεξε το Facebook για να ενημερωθεί για τον εμβολιασμό και να καθοδηγηθεί για την επιλογή του. Ωστόσο, όσοι περιέλαβαν το Facebook στις πηγές ενημέρωσής τους, επαλήθευσαν την πληροφόρηση που έλαβαν.

Γράφημα 15 Επαλήθευση εγκυρότητας

13. Αν η πηγή ενημέρωσης ήταν το Facebook, εξακριβώσατε την εγκυρότητα της πληροφόρησης με τα μέσα που έχετε στη διάθεσή σας;

41 απαντήσεις

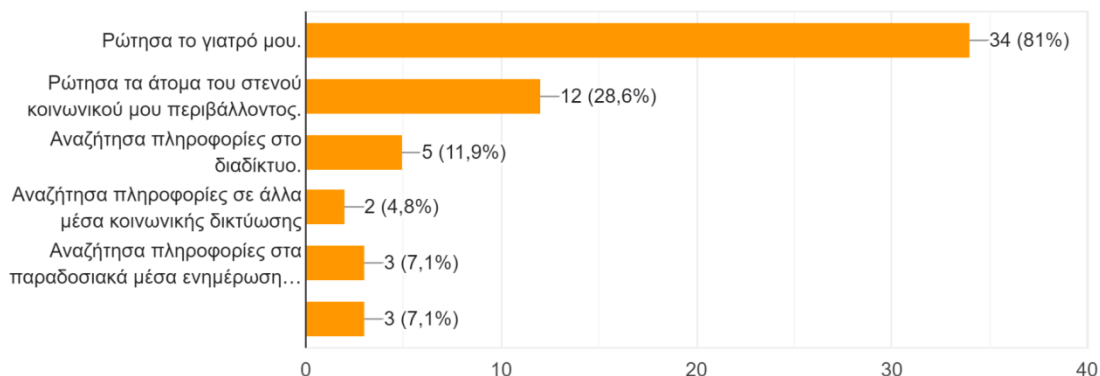


Αναφορικά με τους τρόπους επαλήθευσης της εγκυρότητας, το 81% ρώτησε το γιατρό του, το 28,6% ρώτησε τα άτομα του στενού του κοινωνικού περιβάλλοντος, το 11,9% αναζήτησε πληροφορίες στο διαδίκτυο, το 7,1% αναζήτησε πληροφορίες στα παραδοσιακά μέσα, ένα άλλο 7,1% απάντησε “Άλλο” και το 4,8% αναζήτησε πληροφορίες σε άλλα ΜΚΔ.

Γράφημα 16 Τρόποι επαλήθευσης της εγκυρότητας

14. Αν εξακριβώσατε την εγκυρότητα της πληροφόρησης, με ποιο τρόπο το κάνατε;

42 απαντήσεις



Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι δεν περιορίστηκαν στην πληροφόρηση που έλαβαν από το Facebook, αλλά στράφηκαν και σε άλλες πηγές, ώστε να έχουν πιο σφαιρική ενημέρωση. Όπως επισημαίνουν και οι Wardle και Derakhshan (2017), η επαλήθευση της πληροφόρησης καθίσταται απαραίτητη, καθώς ο μεγάλος όγκος των διαθέσιμων πληροφοριών μπορεί να οδηγήσει στο πρόβλημα της διαστρέβλωσης των ειδήσεων.

Για να απαντήσω και στα ερευνητικά ερωτήματα που αποτέλεσαν και την αφετηρία της παρούσας έρευνας, τα δεδομένα που συνελέγησαν δε συνηγορούν υπέρ της δημιουργίας echo chambers στο ελληνικό Facebook αναφορικά με το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον κορονοϊό, καθώς τα ευρήματα δείχνουν ότι το Facebook δεν αποτέλεσε πρωταρχική πηγή ενημέρωσης για το συγκεκριμένο ζήτημα, χωρίς βέβαια να αποκλείεται η ύπαρξη echo chambers μικρότερης κλίμακας, στα οποία συμμετείχε μικρός αριθμός χρηστών. Επίσης, οι χρήστες του Facebook, που είχαν ως πηγή ενημέρωσης, για τον εμβολιασμό, το Facebook, φαίνεται ότι επαλήθευσαν την πληροφόρηση που έλαβαν με διάφορους τρόπους. Ως προς την κοινοποίηση περιεχόμενου, οι χρήστες είναι μάλλον διστακτικοί και δεν συνηθίζουν να κοινοποιούν περιεχόμενο και όταν το κάνουν οι λόγοι ποικίλλουν, όπως στην περίπτωση του εμβολιασμού. Τέλος, ως προς τους λογαριασμούς με τους οποίους αλληλεπιδρούν περισσότερο οι χρήστες στο Facebook, εδώ επαληθεύεται η βιβλιογραφία. Κοινές προτιμήσεις, ενδιαφέροντα, απόψεις και ιδεολογίες είναι τα κύρια κίνητρα αλληλεπίδρασης, καθώς αποτελούν μια ελάχιστη κοινή βάση επαφής και καθιστούν την επικοινωνία ευκολότερη και πιο ευχάριστη (McPherson κ.ά. 2001;Garrett, 2009).

Συμπερασματικά, η μελέτη των echo chambers στο ελληνικό Facebook είναι αρκετά περίπλοκη, καθώς πρόκειται για μια πολυπαραγοντική διαδικασία. Για πρώτη φορά μελετήθηκε αναφορικά με το ζήτημα του εμβολιασμού απέναντι στον COVID-19 και αποτελεί μια πρώτη απόπειρα μελέτης αυτού του φαινομένου και μάλιστα στο Facebook. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι το δείγμα ήταν περιορισμένο και η έρευνα εστίασε μόνο σε ένα ΜΚΔ, ενώ αξιοποιήθηκε ως ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο. Γι' αυτό το λόγο, προτείνεται μεταγενέστερες και μεγαλύτερης κλίμακας έρευνες για τα echo chambers να διεξαχθούν παράλληλα σε περισσότερα ΜΚΔ, και ενδεχομένως να εστιάσουν στο Twitter. Επίσης, θα ήταν σκόπιμο να επιλεγεί κάποιο άλλο ερευνητικό εργαλείο, πιθανώς η συλλογή και η επεξεργασία δεδομένων από το Twitter (tweets και retweets), με σκοπό τη δημιουργία δικτύων. Αυτός ο τρόπος μελέτης των echo chambers ίσως είναι πιο

αποτελεσματικός, καθώς δε στηρίζεται στην προσωπική κρίση και τη μνήμη των συμμετεχόντων για τη συμπεριφορά τους, αλλά συλλέγει πραγματικά δεδομένα και διαμορφώνει τα αντίστοιχα δίκτυα. Επομένως, μια μελλοντική έρευνα για τα echo chambers θα μπορούσε να αξιοποιήσει αυτή τη μέθοδο.

Πηγές-Βιβλιογραφία

Πηγές

Domo resource - Data never sleeps 5.0. (n.d.). The Domo Business Cloud | Domo.

<https://www.domo.com/learn/infographic/data-never-sleeps-5>

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Βλαχοδήμου, Ε. (2022). *Επιδράσεις της υγειονομικής πληροφοριακής συμπεριφοράς του γενικού πληθυσμού στην Ελλάδα στην πρόθεση εμβολιασμού.* (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Σαραβάνης, Χ. (2022). *Στάσεις και αντιλήψεις των πολιτών απέναντι στον εμβολιασμό.* (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Σαρρής, Μ. (2021). *Η Στατιστική Ανάλυση και οι Ερευνητικοί Σχεδιασμοί στις Κοινωνικές Επιστήμες.* Εκδόσεις Δίσιγμα.

Ξενόγλωσση

Adamic, L. A., & Glance, N. (2005). The political blogosphere and the 2004 US election. *Proceedings of the 3rd international workshop on Link discovery* (pp. 36-43). <https://doi.org/10.1145/1134271.1134277>.

- Aguilera, J. (2020). Xenophobia “is a pre-existing condition.” How harmful stereotypes and racism are spreading around the coronavirus. *Time*. Ανακτήθηκε από <https://time.com/5775716/xenophobia-racism-stereotypes-coronavirus/> (accessed 8 February 2020).
- Ahmed, S. (2020). Letter to the editor: Social media is a double-edged sword in the COVID-19 pandemic. *Journal of Korean Medical Science*, 35(29). <https://doi.org/10.3346/jkms.2020.35.e270>.
- Almansoori, M. K., & Habtoor, N. (2018). The role of social media in crisis preparedness and responses. *International Journal of Engineering Research* 9, 1347-1353.
- Altay, S., Hacquin, A.-S., Chevallier, C., & Mercier, H. (2023). Information delivered by a chatbot has a positive impact on COVID-19 vaccines attitudes and intentions. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 29(1), 52–62. <https://doi.org/10.1037/xap0000400>.
- Andersen, K., H. de Vreese, C., & Albæk, E. (2016). Measuring media diet in a high-choice environment-testing the list-frequency technique. *Communication Methods and Measures*, 10(2-3), 81-98. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150973>.
- Aragón, P., Gómez, V., & Kaltenbrunner, A. (2017, May). To thread or not to thread: The impact of conversation threading on online discussion. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 11, No. 1, pp. 12-21). <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14880>.
- Auxier, B. E., & Vitak, J. (2019). Factors motivating customization and echo chamber creation within digital news environments. *Social media+ society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2056305119847506>.

- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological science*, 21(3), 372-374. <https://doi.org/10.1177/0956797609360756>.
- Bakshy, E., Rosenn, I., Marlow, C., & Adamic, L. (2012, April). The role of social networks in information diffusion. *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web* (pp. 519-528). <https://doi.org/10.1145/2187836.2187907>.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>.
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber?. *Psychological science*, 26(10), 1531-1542. <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>.
- Baronchelli, A. (2018). The emergence of consensus: a primer. *Royal Society open science*, 5(2), 172189. <https://doi.org/10.1098/rsos.172189>.
- Baumann, F., Lorenz-Spreen, P., Sokolov, I. M., & Starnini, M. (2020). Modeling echo chambers and polarization dynamics in social networks. *Physical Review Letters*, 124(4), 048301. <https://doi.org/10.1103/PhysRevLett.124.048301>.
- Baumgaertner, B. (2014). Yes, no, maybe so: A veritistic approach to echo chambers using a trichotomous belief model. *Synthese*, 191(11), 2549-2569. <https://doi.org/10.1007/s11229-014-0439-9>.
- Bawden, D., & Robinson, L. (2009). The dark side of information: overload, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of information science*, 35(2), 180-191. <https://doi.org/10.1177/0165551508095781>.

- Berg, N. (2006). A simple Bayesian procedure for sample size determination in an audit of property value appraisals. *Real Estate Economics*, 34(1), 133-155. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6229.2006.00162.x>.
- Begby, E. (2021). Evidential preemption. *Philosophy and Phenomenological Research*, 102(3), 515-530. <https://doi.org/10.1111/phpr.12654>.
- Berra, Y. (2008). *You can observe a lot by watching: What I've learned about teamwork from the Yankees and life*. Wiley.
- Bessi, A., Coletto, M., Davidescu, G. A., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2015). Science vs conspiracy: Collective narratives in the age of misinformation. *PloS one*, 10(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0118093>.
- Bessi, A., Zollo, F., Del Vicario, M., Puliga, M., Scala, A., Caldarelli, G., ... & Quattrociocchi, W. (2016). Users polarization on Facebook and Youtube. *PloS one*, 11(8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159641>.
- Betsch, C., Brewer, N. T., Brocard, P., Davies, P., Gaissmaier, W., Haase, N., ... & Stryk, M. (2012). Opportunities and challenges of Web 2.0 for vaccination decisions. *Vaccine*, 30(25), 3727-3733. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2012.02.025>.
- Betsch, C., & Böhm, R. (2018). Moral values do not affect prosocial vaccination. *Nature human behaviour*, 2(12), 881-882. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0478-1>.
- Bialik, K. (2018). 14% of Americans have changed their mind about an issue because of something they saw on social media. Ανακτήθηκε από <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/08/15/14-of-americans-have-changed-their-mind-about-an-issue-because-of-something-they-saw-on-social-media/>.

- Blom, J. (2000, April). Personalization: a taxonomy. In *CHI'00 extended abstracts on Human factors in computing systems* (pp. 313-314). <https://doi.org/10.1145/633292.633483>.
- Bode, L. (2012). Facebooking it to the polls: A study in online social networking and political behavior. *Journal of Information Technology & Politics*, 9(4), 352-369. <https://doi.org/10.1080/19331681.2012.709045>.
- Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation* (Διδακτορική διατριβή). Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας*. (Μετ. Π. Σακελλαρίου, Επιμ. Α. Αϊδίνης). Gutenberg. (Το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε το 2016).
- Bruns, A. (2017, September). Echochamber? What echo chamber? Reviewing the evidence. In *6th Biennial Future of Journalism Conference (FOJ17)* (Vol. 14).
- Carminati, B., Ferrari, E., & Viviani, M. (2012). A multi-dimensional and event-based model for trust computation in the social web. *Lecture Notes in Computer Science*, 323-336. https://doi.org/10.1007/978-3-642-35386-4_24
- Chakravorti, B. (2020). As coronavirus spreads, so does fake news. *Bloomberg Opinion*, 5. Ανακτήθηκε από www.bloomberg.com/opinion/articles/2020-02-05/as-coronavirus-spreads-sodoes-fake-news.
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
- Cohen, J. (n.d.). *Deliberation and democratic legitimacy*.

- Conover, M., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Gonçalves, B., Menczer, F., & Flammini, A. (2011). Political polarization on twitter. *Proceedings of the international aaai conference on web and social media* (Vol. 5, No. 1, pp. 89-96). <https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14126>.
- Cota, W., Ferreira, S. C., Pastor-Satorras, R., & Starnini, M. (2019). Quantifying echo chamber effects in information spreading over political communication networks. *EPJ Data Science*, 8(1), 35. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-019-0213-9>.
- Cousins, S., Blencowe, N. S., & Blazeby, J. M. (2019). What is an invasive procedure? A definition to inform study design, evidence synthesis and research tracking. *BMJ open*, 9(7). <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2018-028576>.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson Education.
- Cropf, R. A. (2008). Benkler, Y. (2006). The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven and London: Yale University Press. 528 pp. \$40.00 (papercloth). *Social Science Computer Review*, 26(2), 259-261. <https://doi.org/10.1177/1084713807301373>.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political communication*, 22(2), 147-162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>.
- De Figueiredo, A., Simas, C., Karafillakis, E., Paterson, P., & Larson, H. J. (2020). Mapping global trends in vaccine confidence and investigating barriers to vaccine uptake: a large-scale retrospective temporal modelling study. *The Lancet*, 396(10255), 898-908. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31558-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31558-0).

- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., ... & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the national academy of Sciences*, 113(3), 554-559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>.
- Del Vicario, M., Vivaldo, G., Bessi, A., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2016). Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on facebook. *Scientific reports*, 6(1). <https://doi.org/10.1038/srep37825>.
- Dentith, M. R. (2016). When inferring to a conspiracy might be the best explanation. *Social Epistemology*, 30(5-6), 572-591. <https://doi.org/10.1080/02691728.2016.1172362>.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of travel medicine*, 27(3). <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>.
- Ditto, P. H., & Lopez, D. F. (1992). Motivated skepticism: Use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of personality and social psychology*, 63(4). <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.4.568>.
- Dredze, M., Broniatowski, D. A., Smith, M. C., & Hilyard, K. M. (2016). Understanding vaccine refusal: why we need social media now. *American journal of preventive medicine*, 50(4), 550-552. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2015.10.002>.
- Dubois, E. (2015). *The strategic opinion leader: Personal influence and political networks in a hybrid media system* (Διδακτορική διατριβή). Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης.
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, communication & society*, 21(5), 729-745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>.

- Dutton, W. H., Reisdorf, B. C., Dubois, E., & Blank, G. (2017). Search and politics: The uses and impacts of search in Britain, France, Germany, Italy, Poland, Spain, and the United States. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2960697>
- Duquette, N. (2020). Heard immunity: effective persuasion for a future COVID-19 vaccine. *Nicolas J. Duquette, 'Heard immunity: effective persuasion for a future COVID-19 vaccine, 'COVID Economics, 52*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3705504>.
- El-Bermawy, M. (2016, November 18). *Your filter bubble is destroying democracy*. WIRED. <https://www.wired.com/2016/11/filter-bubble-destroying-democracy/>
- Eysenbach, G. (2008). *Credibility of health information and digital media: New perspectives and implications for youth* (pp. 123-154). MacArthur Foundation Digital Media and Learning Initiative.
- Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance* (Vol. 2). Stanford university press.
- Fischer, P., Greitemeyer, T., & Frey, D. (2008). Self-regulation and selective exposure: the impact of depleted self-regulation resources on confirmatory information processing. *Journal of personality and social psychology, 94*(3). <https://doi.org/10.1037/0022-3514.94.3.382>.
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public opinion quarterly, 80*(S1), 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. OUP Oxford.
- Freeman, D., Loe, B. S., Chadwick, A., Vaccari, C., Waite, F., Rosebrock, L., ... & Lambe, S. (2022). COVID-19 vaccine hesitancy in the UK: the Oxford coronavirus explanations,

- attitudes, and narratives survey (Oceans) II. *Psychological medicine*, 52(14), 3127-3141. <https://doi.org/10.1017/S0033291720005188>.
- Fricker, M. (1998). IX—Rational authority and social power: Towards a truly social epistemology. *Proceedings of the Aristotelian Society*, 98(1), 159-178. <https://doi.org/10.1111/1467-9264.00030>
- Gao, D., Zhang, R., Li, W., & Hou, Y. (2012). Twitter hyperlink recommendation with user-tweet-hyperlink three-way clustering. *Proceedings of the 21st ACM international conference on Information and knowledge management* (pp. 2535-2538). <https://doi.org/10.1145/2396761.2398685>.
- Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health psychology*, 39(5), 355. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>.
- Garrett, R. K., Carnahan, D., & Lynch, E. K. (2013). A turn toward avoidance? Selective exposure to online political information, 2004–2008. *Political Behavior*, 35, 113-134. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>.
- Garrett, R. K., & Stroud, N. J. (2014). Partisan paths to exposure diversity: Differences in pro- and counterattitudinal news consumption. *Journal of Communication*, 64(4), 680-701. <https://doi.org/10.1111/jcom.12105>.
- Garimella, K., De Francisci Morales, G., Gionis, A., & Mathioudakis, M. (2018, April). Political discourse on social media: Echo chambers, gatekeepers, and the price of bipartisanship. *Proceedings of the 2018 world wide web conference* (pp. 913-922). <https://doi.org/10.1145/3178876.3186139>.
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2011). Ideological segregation online and offline. *The Quarterly Journal of Economics*, 126(4), 1799-1839. <https://doi.org/10.1093/qje/qjr044>.

- Gilbert, E., Bergstrom, T., & Karahalios, K. (2009, January). Blogs are echo chambers: Blogs are echo chambers. *2009 42nd Hawaii international conference on system sciences* (pp. 1-10). IEEE. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2009.91>.
- Gimmler, A. (2001). Deliberative democracy, the public sphere and the internet. *Philosophy & Social Criticism*, 27(4), 21-39. <https://doi.org/10.1177/019145370102700402>.
- Golder, S. A., & Macy, M. W. (2011). Diurnal and seasonal mood vary with work, sleep, and daylength across diverse cultures. *Science*, 333(6051), 1878-1881. <https://doi.org/10.1126/science.1202775>.
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2017). Americans' online news use is closing in on TV news use. *Pew Research Center*, 7. Ανακτήθηκε από http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/09/07/americans-online-news-use-vs-tv-news-use/ft_17-09-05_platformnews_platforms/.
- Gottfried, J. (2020). Almost seven-in-ten Americans have news fatigue, more among Republicans. Ανακτήθηκε από <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/06/05/almost-seven-in-ten-americans-have-news-fatigue-more-among-republicans/>.
- Gottlieb, M., & Dyer, S. (2020). Information and disinformation: social media in the COVID-19 crisis. *Academic emergency medicine*, 27(7), 640. <https://doi.org/10.1111/acem.14036>.
- Guess, A., Nyhan, B., Lyons, B., & Reifler, J. (2018). Avoiding the echo chamber about echo chambers. *Knight Foundation*, 2(1), 1-25.
- Gupta, L., Gasparyan, A. Y., Misra, D. P., Agarwal, V., Zimba, O., & Yessirkepov, M. (2020). Information and misinformation on COVID-19: a cross-sectional survey study. *Journal of Korean medical science*, 35(27). <https://doi.org/10.3346/jkms.2020.35.e256>.

- Habermas, J. (1985). *The theory of communicative action: Volume 1: Reason and the rationalization of society* (Vol. 1). Beacon press.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.
- Harapan, H., Wagner, A. L., Yufika, A., Winardi, W., Anwar, S., Gan, A. K., ... & Mudatsir, M. (2020). Acceptance of a COVID-19 vaccine in Southeast Asia: a cross-sectional study in Indonesia. *Frontiers in public health*, 8, 381. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00381>.
- Hardwig, J. (1991). The role of trust in knowledge. *The journal of philosophy*, 88(12), 693-708.
- Harkins, S. G., & Petty, R. E. (1987). Information utility and the multiple source effect. *Journal of personality and social psychology*, 52(2). <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.2.260>.
- Heeter, C. (1985). Program selection with abundance of choice: A process model. *Human Communication Research*, 12(1), 126-152. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00070.x>.
- Hong, L., & Page, S. E. (2004). Groups of diverse problem solvers can outperform groups of high-ability problem solvers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101(46), 16385-16389. <https://doi.org/10.1073/pnas.0403723101>.
- Ho, S. Y., & Tam, K. Y. (2005). An empirical examination of the effects of web personalization at different stages of decision making. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 19(1), 95-112. <https://doi.org/10.1207/s15327590ijhc19017>.

- Howell, J. L., & Shepperd, J. A. (2016). Establishing an information avoidance scale. *Psychological Assessment, 28*(12), 1695. <https://doi.org/10.1037/pas0000315>.
- Ireton, C., Posetti, J., & UNESCO. (2021). *Δημοσιογραφία, “Ψευδείς Ειδήσεις” and Παραπληροφόρηση: Εγχειρίδιο Δημοσιογραφικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης*. UNESCO Publishing.
- Iyengar, S., Hahn, K. S., Krosnick, J. A., & Walker, J. (2008). Selective exposure to campaign communication: The role of anticipated agreement and issue public membership. *The Journal of Politics, 70*(1), 186-200. <https://doi.org/10.1017/s0022381607080139>.
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of communication, 59*(1), 19-39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>.
- Jacobson, S., Myung, E., & Johnson, S. L. (2016). Open media or echo chamber: The use of links in audience discussions on the Facebook pages of partisan news organizations. *Information, Communication & Society, 19*(7), 875-891. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1064461>.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press.
- Jamison, A. M., Broniatowski, D. A., & Quinn, S. C. (2019). Malicious actors on Twitter: A guide for public health researchers. *American journal of public health, 109*(5), 688-692. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2019.304969>
- Kang, H., & Sundar, S. S. (2016). When self is the source: Effects of media customization on message processing. *Media Psychology, 19*(4), 561-588. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1121829>

- Kata, A. (2012). Anti-vaccine activists, Web 2.0, and the postmodern paradigm—An overview of tactics and tropes used online by the anti-vaccination movement. *Vaccine*, 30(25), 3778-3789. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2011.11.112>
- Kearsley, R., & MacNamara, C. (2019). Social media and online communities of practice in anaesthesia education. *Anaesthesia*, 74(9), 1202-1203. <https://doi.org/10.1111/anae.14764>.
- Kennedy, S. D. (2001). Finding a cure for information anxiety. *Information Today*, 18(5), 40-41.
- Kim, L., Fast, S. M., & Markuzon, N. (2019). Incorporating media data into a model of infectious disease transmission. *PloS one*, 14(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197646>.
- Kitta, A., & Goldberg, D. S. (2017). The significance of folklore for vaccine policy: discarding the deficit model. *Critical Public Health*, 27(4), 506-514. <https://doi.org/10.1080/09581596.2016.1235259>
- Klerings, I., Weinhandl, A. S., & Thaler, K. J. (2015). Information overload in healthcare: too much of a good thing?. *Zeitschrift für Evidenz, Fortbildung und Qualität im Gesundheitswesen*, 109(4-5), 285-290. <https://doi.org/10.1016/j.zefq.2015.06.005>
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*.
- Knobloch-Westerwick, S., & Meng, J. (2009). Looking the other way: Selective exposure to attitude-consistent and counterattitudinal political information. *Communication Research*, 36(3), 426-448. <https://doi.org/10.1177/0093650209333030>
- Kulshrestha, J., Eslami, M., Messias, J., Zafar, M. B., Ghosh, S., Gummadi, K. P., & Karahalios, K. (2017). Quantifying search bias. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on*

Computer Supported Cooperative Work and Social Computing.
<https://doi.org/10.1145/2998181.2998321>

Kumar, S., Hamilton, W. L., Leskovec, J., & Jurafsky, D. (2018, April). Community interaction and conflict on the web. *Proceedings of the 2018 world wide web conference* (pp. 933-943). <https://doi.org/10.1145/3178876.3186141>

Kristof, N. (2009, March 18). The daily me. *The New York Times*. Ανακτήθηκε από <http://www.nytimes.com/2009/03/19/opinion/19kristof.html?mcubz=0>

Ksiazek, T. B., Malthouse, E. C., & Webster, J. G. (2010). News-seekers and avoiders: Exploring patterns of total news consumption across media and the relationship to civic participation. *Journal of broadcasting & electronic media*, 54(4), 551-568. <https://doi.org/10.1080/08838151.2010.519808>

LaRose, R. (2010). The problem of media habits. *Communication Theory*, 20(2), 194-222. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01360.x>

Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Leape, L. L. (1997). A systems analysis approach to medical error. *Journal of evaluation in clinical practice*, 3(3), 213-222. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2753.1997.00006.x>

Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological science in the public interest*, 13(3), 106-131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>

- Loomba, S., de Figueiredo, A., Piatek, S. J., de Graaf, K., & Larson, H. J. (2021). Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature human behaviour*, 5(3), 337-348. <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01056-1>
- MacDonald, N. E. (2015). Vaccine hesitancy: Definition, scope and determinants. *Vaccine*, 33(34), 4161-4164. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2015.04.036>
- Malhotra, N. K. (1982). Information load and consumer decision making. *Journal of consumer research*, 8(4), 419-430. <https://doi.org/10.1086/208882>
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual review of sociology*, 27(1), 415-444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Mehra, M. R., Desai, S. S., Kuy, S., Henry, T. D., & Patel, A. N. (2020). Retraction: Cardiovascular disease, drug therapy, and mortality in COVID-19. *N Engl J Med*. DOI: [10.1056/NEJMoa2007621](https://doi.org/10.1056/NEJMoa2007621). *New England Journal of Medicine*, 382(26), 2582-2582. <https://doi.org/10.1056/nejmc2021225>
- Melinat, P., Kreuzkam, T., & Stamer, D. (2014). Information overload: A systematic literature review. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 72-86. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11370-8_6
- Mendelberg, T. (2002). The deliberative citizen: Theory and evidence. *Political decision making, deliberation and participation*, 6(1), 151-193.
- Mendoza, M., Poblete, B., & Castillo, C. (2010). Twitter under crisis: Can we trust what we RT?. *Proceedings of the first workshop on social media analytics* (pp. 71-79). <https://doi.org/10.1145/1964858.1964869>.

- Mercadante, A. R., & Law, A. V. (2021). Will they, or Won't they? Examining patients' vaccine intention for flu and COVID-19 using the Health Belief Model. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 17(9), 1596-1605. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.12.012>.
- Merchant, R. M., & Lurie, N. (2020). Social media and emergency preparedness in response to novel coronavirus. *Jama*, 323(20), 2011-2012. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.4469>.
- Merino, J. G. (2014). Response to Ebola in the US: misinformation, fear, and new opportunities. *BMJ*, 349. <https://doi.org/10.1136/bmj.g6712>.
- Messing, S., & Westwood, S. J. (2014). Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online. *Communication research*, 41(8), 1042-1063. <https://doi.org/10.1177/0093650212466406>.
- Metzger, M. J., Hartsell, E. H., & Flanagin, A. J. (2020). Cognitive dissonance or credibility? A comparison of two theoretical explanations for selective exposure to partisan news. *Communication Research*, 47(1), 3-28. <https://doi.org/10.1177/0093650215613136>.
- Millgram, E. (2015). *The great endarkenment: Philosophy for an age of hyperspecialization*. Oxford University Press.
- Mitchell, A., Gottfried, J., Kiley, J. & Matsa, K., E. (2014). Political Polarization & Media Habits. Pew Research Center, October 21, 2014. Ανακτήθηκε από <http://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits/>.
- Morris, M. R., Counts, S., Roseway, A., Hoff, A., & Schwarz, J. (2012, February). Tweeting is believing? Understanding microblog credibility perceptions. *Proceedings of the ACM 2012 conference on computer supported cooperative work* (pp. 441-450). <https://doi.org/10.1145/2145204.2145274>.

- Motta, M. (2021). Can a COVID-19 vaccine live up to Americans' expectations? A conjoint analysis of how vaccine characteristics influence vaccination intentions. *Social Science & Medicine*, 272, 113642. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113642>.
- Mouffe, C. (2005). *On the political*. Psychology Press.
- Mummolo, J. (2016). News from the other side: How topic relevance limits the prevalence of partisan selective exposure. *The Journal of Politics*, 78(3), 763-773. <https://doi.org/10.1086/685584>.
- Munson, S., Lee, S., & Resnick, P. (2013). Encouraging reading of diverse political viewpoints with a browser widget. *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 7, No. 1, pp. 419-428). <https://doi.org/10.1609/icwsm.v7i1.14429>.
- Mutz, D. C. (2006). *Hearing the other side: Deliberative versus participatory democracy*. Cambridge University Press.
- Nelson, J. L., & Webster, J. G. (2017). The myth of partisan selective exposure: A portrait of the online political news audience. *Social media+ society*, 3(3). <https://doi.org/10.1177/2056305117729314>
- Lee, F. F., Chan, M., Chen, H. T., Leung, D. K., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017. *Reuters Institute for the study of Journalism*.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Kleis Nielsen, R. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. *Reuters Institute for the study of Journalism*.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175-220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>

- Nikolov, D., Oliveira, D. F., Flammini, A., & Menczer, F. (2015). Measuring online social bubbles. *PeerJ computer science*, 1, e38. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.38>
- Oremus, W. (2016, January 3). Who controls your Facebook feed. Slate. Ανακτήθηκε από http://www.slate.com/articles/technology/cover_story/2016/01/how_facebook_news_feed_algorithm_works.html
- Palm, R., Bolsen, T., & Kingsland, J. The Effect of Frames on COVID-19 Vaccine Hesitancy. *Frontiers in Political Science*. 2021.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New media & society*, 4(1), 9-27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.
- Petersen, M. B., Bor, A., Jørgensen, F. J., & Lindholt, M. F. (2020). Transparent communication about COVID-19 vaccines is not sufficient for acceptance but it is necessary for trust. <https://doi.org/10.31234/osf.io/vx84n>
- Pollak, J. (2017). #FakeNews: Mainstream Media Continue to Slander Breitbart. Breitbart, 30 January. Ανακτήθηκε από <http://www.breitbart.com/big-journalism/2017/01/30/fakenews-mainstream-media-continueslander-breitbart/>
- Price, V., & Zaller, J. (1993). Who gets the news? Alternative measures of news reception and their implications for research. *Public opinion quarterly*, 57(2), 133-164. <https://doi.org/10.1086/269363>
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press.

- Prior, M. (2009). Improving media effects research through better measurement of news exposure. *The Journal of Politics*, 71(3), 893-908. <https://doi.org/10.1017/S0022381609090781>
- Prior, M. (2009). The immensely inflated news audience: Assessing bias in self-reported news exposure. *Public Opinion Quarterly*, 73(1), 130-143. <https://doi.org/doi:10.1093/poq/nfp002>
- Pulido, C. M., Redondo-Sama, G., Sordé-Martí, T., & Flecha, R. (2018). Social impact in social media: A new method to evaluate the social impact of research. *PloS one*, 13(8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0203117>
- Quattrociocchi, W., Scala, A., & Sunstein, C. R. (2016). Echo chambers on Facebook. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2795110>
- Quinn, S. C., Jamison, A. M., & Freimuth, V. (2020). Communicating effectively about emergency use authorization and vaccines in the COVID-19 pandemic. *American Journal of Public Health*, 111(3), 355-358. <https://ajph.aphapublications.org/doi/abs/10.2105/AJPH.2020.306036>
- Reiter, P. L., Pennell, M. L., & Katz, M. L. (2020). Acceptability of a COVID-19 vaccine among adults in the United States: How many people would get vaccinated?. *Vaccine*, 38(42), 6500-6507. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.08.043>
- Rheingold, H. (2007). *Smart mobs: The next social revolution*. Basic books.
- Rubio Hancock, J. (2020). Las redes sociales y Google intentan contener la desinformación y el pánico sobre el coronavirus. *El País*, 26. Ανακτήθηκε από https://verne.elpais.com/verne/2020/02/26/articulo/1582728106_118621.html
- Saez-Trumper, D., Castillo, C., & Lalmás, M. (2013, October). Social media news communities: gatekeeping, coverage, and statement bias. *Proceedings of the 22nd ACM*

international conference on Information & Knowledge Management (pp. 1679-1684).
<https://doi.org/10.1145/2505515.2505623>

Sasahara, K., Chen, W., Peng, H., Ciampaglia, G. L., Flammini, A. & Menczer, F. (2019). On the inevitability of online echo chambers. *arXiv preprint arXiv:1905.03919*.

Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1805871115>

Schmidt, A. L., Zollo, F., Del Vicario, M., Bessi, A., Scala, A., Caldarelli, G., ... & Quattrociocchi, W. (2017). Anatomy of news consumption on Facebook. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(12), 3035-3039.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1617052114>

Sharot, T., & Sunstein, C. R. (2020). How people decide what they want to know. *Nature Human Behaviour*, 4(1), 14-19. <https://doi.org/10.1038/s41562-019-0793-1>

Shearer, E & Gottfried, J. (2017, September 7). Pew Research Center's Journalism Project.
<https://www.pewresearch.org/journalism/2017/09/07/>

Simis, M. J., Madden, H., Cacciatore, M. A., & Yeo, S. K. (2016). The lure of rationality: Why does the deficit model persist in science communication?. *Public understanding of science*, 25(4), 400-414. <https://doi.org/10.1177/0963662516629749>

Solís Arce, J. S., Warren, S. S., Meriggi, N. F., Scacco, A., McMurry, N., Voors, M., ... & Omer, S. B. (2021). COVID-19 vaccine acceptance and hesitancy in low-and middle-income countries. *Nature medicine*, 27(8), 1385-1394. <https://doi.org/10.1038/s41591-021-01454-y>

- Stanovich, K. E., West, R. F., & Toplak, M. E. (2013). Myside bias, rational thinking, and intelligence. *Current Directions in Psychological Science*, 22(4), 259-264. <https://doi.org/10.1177/0963721413480174>
- Starnini, M., Frasca, M., & Baronchelli, A. (2016). Emergence of metapopulations and echo chambers in mobile agents. *Scientific reports*, 6(1), 1-8. <https://doi.org/10.1038/srep31834>
- Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30, 341-366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>
- Sullivan, S., & Tuana, N. (Eds.). (2007). *Race and epistemologies of ignorance*. Suny Press.
- Sundar, S. S., & Marathe, S. S. (2010). Personalization versus customization: The importance of agency, privacy, and power usage. *Human communication research*, 36(3), 298-322. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2010.01377.x>
- Sunstein, C. R. (1999). The law of group polarization. *University of Chicago Law School, John M. Olin Law & Economics Working Paper*, (91). <https://doi.org/10.1111/1467-9760.00148>
- Sunstein, C. R. (2018). *# Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Sweeny, K., Melnyk, D., Miller, W., & Shepperd, J. A. (2010). Information avoidance: Who, what, when, and why. *Review of general psychology*, 14(4), 340-353. <https://doi.org/10.1037/a0021288>
- Lancet, T. (2020). COVID-19: fighting panic with information. *Lancet (London, England)*, 395(10224), 537.

- Thurman, N. (2011). Making 'The Daily Me': Technology, economics and habit in the mainstream assimilation of personalized news. *Journalism*, 12(4), 395-415. <https://doi.org/10.1177/1464884910388228>
- Tourangeau, R., & Rasinski, K. A. (1988). Cognitive processes underlying context effects in attitude measurement. *Psychological bulletin*, 103(3), 299. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.103.3.299>
- Valentino, N. A., Banks, A. J., Hutchings, V. L., & Davis, A. K. (2009). Selective exposure in the Internet age: The interaction between anxiety and information utility. *Political Psychology*, 30(4), 591-613. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2009.00716.x>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., De Vreese, C., Matthes, J., ... & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Van Boven, L., Judd, C. M., & Sherman, D. K. (2012). Political polarization projection: social projection of partisan attitude extremity and attitudinal processes. *Journal of personality and social psychology*, 103(1), 84. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0028145>
- Villa, G., Pasi, G., & Viviani, M. (2021). Echo chamber detection and analysis: a topology-and content-based approach in the COVID-19 scenario. *Social Network Analysis and Mining*, 11(1), 78. <https://doi.org/10.1007/s13278-021-00779-3>
- Viviani, M., & Pasi, G. (2017). Credibility in social media: opinions, news, and health information—a survey. *Wiley interdisciplinary reviews: Data mining and knowledge discovery*, 7(5), e1209. <https://doi.org/10.1002/widm.1209>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and Policymaking*.
- Waszak, P. M., Kasprzycka-Waszak, W., & Kubanek, A. (2018). The spread of medical fake news in social media—the pilot quantitative study. *Health policy and technology*, 7(2), 115-118. <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2018.03.002>
- Webb, E. J., Campbell, D. T., Schwartz, R. D., & Sechrest, L. (1966). *Unobtrusive measures: Nonreactive research in the social sciences*. Chicago: Rand McNally.
- Weathers, C. (2014). CrossFit Is a Cult: Why So Many of Its Defenders Are So Defensive. Salon.
Ανακτήθηκε από https://www.salon.com/2014/10/22/crosst_is_a_cult_why_so_many_of_its_defenders_are_so_defensive_partner/
- Webster, J. G. (2005). Beneath the veneer of fragmentation: Television audience polarization in a multichannel world. *Journal of Communication*, 55(2), 366-382. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02677.x>
- Weeks, B. E., Ksiazek, T. B., & Holbert, R. L. (2016). Partisan enclaves or shared media experiences? A network approach to understanding citizens' political news environments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(2), 248-268. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1164170>
- Weng, L., Menczer, F., & Ahn, Y. Y. (2013). Virality prediction and community structure in social networks. *Scientific reports*, 3(1), 1-6. <https://doi.org/10.1038/srep02522>
- Westen, D., Blagov, P. S., Harenski, K., Kilts, C., & Hamann, S. (2006). Neural bases of motivated reasoning: An fMRI study of emotional constraints on partisan political judgment in the 2004 US presidential election. *Journal of cognitive neuroscience*, 18(11), 1947-1958. <https://doi.org/10.1162/jocn.2006.18.11.1947>

World Health Organization (2020b) Novel Coronavirus (2019-nCoV) advice for the public: Myth busters. Ανακτήθηκε από www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advicefor-public/myth-busters

World Health Organization (2020). Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it. Ανακτήθηκε από [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-cause-s-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-cause-s-it)

Winter, S., Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2016). Selective use of news cues: A multiple-motive perspective on information selection in social media environments. *Journal of Communication*, 66(4), 669-693. <https://doi.org/10.1111/jcom.12241>

Wojcieszak, M. E., & Mutz, D. C. (2009). Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement?. *Journal of communication*, 59(1), 40-56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x>

Wolfsfeld, G., Yarchi, M., & Samuel-Azran, T. (2016). Political information repertoires and political participation. *New media & society*, 18(9), 2096-2115. <https://doi.org/10.1177/1461444815580413>

Yoda, T., & Katsuyama, H. (2021). Willingness to receive COVID-19 vaccination in Japan. *Vaccines*, 9(1), 48. <https://doi.org/10.3390/vaccines9010048>

Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)

Zubiaga, A., Liakata, M., Procter, R., Wong Sak Hoi, G., & Tolmie, P. (2016). Analysing how people orient to and spread rumours in social media by looking at conversational threads. *PloSone*, 11(3). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0150989>

