

ДИНАМИКАТА НА ДЕЗИНФОРМАЦИИТЕ ВО СОВРЕМЕНОТО ОПШТЕСТВО: ПСИХОЛОШКИ И СОЦИОПОЛИТИЧКИ ПЕРСПЕКТИВИ

Матеј Тројачанец¹

Фондација Метаморфозис, Скопје

Кратка содржина

Во изминатите години често се вели дека сме влезени во ера на „поствистина“, каде што линијата меѓу вистината и лагата е заматена, а дезинформациите владеат. Ефектот на дезинформациите беше најочигледен за време на пандемијата КОВИД-19, кога антиваксерски теории на заговор кои беа на маргините на информацискиот екосистем влегоа во доминантниот дискурс. Во таа насока, целта на овој труд е да ги разгледа современиот феномен на верување во, споделување на, и ефектите од дезинформациите од психолошки, социополитички и од медиумски аспект, особено во контекст на С. Македонија. Првенствено, текстот ги истражува психолошките двигатели зад верувањето и ширењето на дезинформации, и ги дели на неколку нивоа: когнитивно (интуитивно размислување, имагинација, репетиција, ревизија на верувања), социо-ефективно (припадност на и пристрасност кон групата, идеологија, колективен нарцисизам) и персонолошко ниво (големите пет фактори на личноста). Понатаму, текстот разгледува некои од социополитичките фактори (како партиска припадност, медиумска писменост, јавни политики) и медиумските фактори (ехо-комори, информациски каскади, информациски екосистем) што корелираат и/или го модерираат ефектот на верувањето и ширењето дезинформации. Овој труд цели да го анализира современиот феномен на верување и ширење дезинформации, нагласувајќи ја сложената интеракција меѓу психолошките, социополитичките и другите фактори. Врз база на најнови истражувања и прегледаната литература, дискутирани се некои од начините за справување со ширењето дезинформации и области за идни истражувања. Заклучно, иако спектарот на дезинформации е широк и е обликуван од националниот/регионалниот информациски екосистем, улогата на психолошките теории во борбата против дезинформациите е непобитна заради тоа што нуди практични сознанија коишто се применливи во вистинскиот свет.

Клучни зборови: *дезинформации, психолошки фактори, социо-политички двигатели*

¹ thematthewtroy@gmail.com

Вовед

Во последните години честопати се напоменува дека живееме во ера на поствистина (Cosentino, 2020; Farkas & Schou, 2023; Harari, 2018) каде што дезинформациите се дотолку влијателни што разнишуваат цели општества. Пример за тоа се зголемениот скептицизам кон вакцини, особено по пандемијата SARS-CoV-2 (Leonardelli et al., 2023), зголемената политичка поларизација, како во нашата држава (Bliznakovski et al., 2023) така и во странство (Geiger, 2014) и намалената доверба во државните институции и лидери. Иако денес превалентноста на дезинформациите е повоочлива од кога било во историјата, далеку од тоа дека претставува нов феномен. Без разлика дали станува збор за Гутенберговата преса, радиото и телевизијата или интернетот, секогаш биле користени достапните алатки за масовна комуникација во едно општество за ширење дезинформации. Како што гласи латинската фраза „*nihil sub sole novum*“ - ништо ново под сонцето. Скептицизмот околу вакцините постои уште при нивното создавање, кога пионерот Едвард Џенер во 1796 година ја пронаоѓа вакцината против големи сипаници (Nuwarda et al., 2022); политичката поларизација бележи стабилни циклуси уште од седумнаесеттиот век (Balkin, 2020); намалената доверба во владата и нејзините институции бележат (децениски) пад (Bell, 2024; Jovevska Gorgevik & Janeska, 2020). Она што е ново кај современите дезинформации е колку ефикасно се создаваат, колку брзо се шират и колку лесно може да влијаат за одредена цел. Брзината е особено клучна затоа што не секогаш е потребно една дезинформацииска кампања да опстои долго во информацискиот екосистем. Некогаш е доволно во еден момент да се создаде бунило, сомнеж или хаос (на пр. пред избори) за да се постигне целта. Имајќи го ова предвид, целта ни е да ги исцртаме различните фактори коишто се поврзани и/или кои влијаат на верувањето во, споделувањето на, и на ефектите од дезинформациите.

За почеток, битно е да се спомене основната терминологија кога станува збор за дезинформациите. Во документот за јавни политики подготвен за Советот на Европа, Вардл и Деракшан (Wardle и Derakhshan, 2017), аргументирајќи дека терминот „лажни вести“ е неадекватен за да ги опфати намерата, нијансите и начините на кои се споделуваат неточните вести, тие диференцираат три типа на т.н. „информациско растројство“ (information disorder): мисинформации, или информации кои се лажни, но не се создадени со намера да предизвикаат штета; малинформации, или информации што се засноваат во реалноста, но се користат за нанесување штета на личност, организација или на земја; дезинформации, или информации кои се лажни и се намерно создадени за да наштетат на личност, социјална група, организација или земја. Од друга страна, нужно поврзани се термините како пропаганда

или тип порака или комуникација што цели активно да шири и да влијае врз јавното мислење, став или на идеологија. Феноменот на астротурф (astroturf), антоним на грасрутс (grassroots) движења — всушност потекнува од брендиран тип на синтетска прекривка што треба да наликува на трева — претставува затскривање на нарачателот или на спонзорот на одредена политичка порака или движење, сè со цел да се прикаже како автентична. Ехо-комори или најчесто онлајн средини или средини на социјални медиуми каде што луѓето не само што се изложени на содржини и мислења што ги поткрепуваат и што ги потврдуваат нивните верувања, туку и активно ги минимизираат содржините или создаваат одбивност кон содржини спротивни на нивниот став, при што се создава привид дека некои ставови од маргините се мејнстрим.

Дополнително, за да може целосно да се сфати како луѓе веруваат дека слегувањето на месечината е инсценирано од режисерот Кјубрик, дека светот го водат рептили и слично, мора да се земат предвид когнитивната архитектура на индивидуите, социјалниот контекст во кој тие живеат и современата технологија којашто секојдневно ја употребуваат. Заради тоа, овој труд ќе го поделиме на три дела: психолошки корелати и влијанија, социополитички аспекти и медиумски фактори. Треба да се напомене дека сите овие аспекти не се заемно исклучиви и класификацијата на некои од нив во една категорија не значи дека не можат да бидат согледани и толкувани од друга. Пример за ова е *конспириративно размислување* коешто може да се истражува во рамките на психологијата преку големите пет фактори на личноста и како некои од нив предиспонираат конспиративно размислување или, на пример, преку социополитички рамка каде што се истражува дали изложеноста на теории на заговор ги влошува веќе постојните предрасуди што ги имаат луѓето. Наједноставно кажано, интрапсихичките процеси се поврзани и влијаат врз интерперсоналното однесување и обратно. Од причина што многу од факторите и процесите се испреплетени едни со други, тука лежи и важноста на истражувањата, кои неретко се спроведуваат од меѓусекторски тимови со интердисциплинарни методи.

Следно, бидејќи оваа тема е доста опширна во сите категории, невозможно е да бидат опфатени сите истражувања во овој труд. Во таа насока, некои теми што се надвор од опсегот на ова истражување се правењето разлика дали една индивидуа е дезинформирана или неинформирана за некоја тема, донесување одлуки во отсуство на најдобрите информации во даден момент, погрешно запомнети настани или информации и слично.

За крај, целта на овој труд не е длабоко да навлезе во сите полиња или нишки преку кои се истражува темата на дезинформациите, туку да се направи еден поширок преглед преку кој ќе ги илустрираме различните начини

на кои научниците и практичарите ја испитувале оваа тема. Ова е особено важно заради тоа што сознанијата имаат висока применетост во современото општество, но и заради тоа што оваа тема ќе станува сè порелевантна, како што се развиваат технологиите, особено технологиите базирани на вештачка интелигенција.

Дезинформациите низ призма на психологијата

Во минатото, при комуникацијата на науката, особено делови од науката кои се порелевантни за секојдневниот живот на луѓето (на пр.: медицината и вакцините, климатските промени и животната средина), најчесто се користел моделот на дефицит за да се објасни зошто луѓето формираат мислења и ставови што се неконгруентни со најрелевантните, точни и проверени научни информации. Претпоставката била дека пошироката публика има празнини во знаењето на дадената тематика кои едноставно треба да се пополнат со еднонасочна комуникација од експертската фела (Reincke et al., 2020). Тоа вклучува пренесување на сознанијата од науката во лесно достапна форма, како што се научни списанија, телевизиски емисии или преку други содржини, со цел техничките концепти и жаргонскиот јазик да бидат „преведени“ за нестручната јавност. Но, како што беа гореспоменатите примери, поради тоа што сознанијата од науката се коселе со целите на државите или на индустријата, овој модел не се покажал како несоодветен. Како што пишуваат Екер и сор. (2022), иако соочувањето со неточни информации е критичен фактор, отсуството на квалитетни и точни информации сами по себе не водат автоматски до формирање на лажни верувања. Се покажало дека има многу когнитивни процеси во игра што корелираат или што влијаат врз формирањето ставови врз база на погрешни информации и/или дезинформации.

Когнитивни процеси

На оваа тема Фиске и Тејлор пишуваат уште пред 65 години (Fiske & Taylor, 2017) при што го предложија моделот на когнитивен скржавец (cognitive miser) за да ја опишат идејата дека луѓето имаат ограничен капацитет за обработка на информации, па затоа користат ментални кратенки, за да ги поедностават комплексните проблеми и да ги процесираат комплексните информации, на начин што бара најмалку напор (пат на најмал отпор). Овој модел главно се заснова на работата на Даниел Канеман и Амос Тверски кои преку своите експерименти ги опишуваат различните когнитивни хевристики и пристрасности/биаси (biases) – детално, но достапно опишано во книгата на Канеман (2011). Во контекст на дезинформациите, пример за ова е стапка од 64 отсто

граѓани во државата кои веруваат дека вирусот COVID-19 бил создаден во лабораторија и бил намерно пуштен (Blizankovski et al., 2021), без разлика на тоа што отсуствуваат какви било веродостојни докази за потеклото на вирусот од лабораторија („COVID-19 Origins” 2024; Enserink, 2024; Maxmen, 2021). Ова е едно од повеќето „скептични“ објаснувања за природата на вирусот, кои заедно, директно или индиректно, придонесоа стапката на вакцинирани да е само 41 отсто.

Има повеќе објаснувања за тоа како може да се формира ваква илузорна вистина. Повеќе истражувања (Dechêne et al., 2010; Hasher et al., 1977; Henkel & Mattson, 2011) пишуваат за ефектот на повторување, односно дека луѓето повеќе веруваат во повторените информации отколку во нови информации, или го перципираат изворот којшто се повторува како повалиден и како по-веродостоен од оние информации со коишто се среќаваат првпат. Овој механизам функционира двострано, односно се зацврстува верувањето дека информациите (односно исказите) се точни, без разлика дали информациите се или не се уверливи (Fazio et al., 2019). Дополнително, значителниот ефект на илузорна вистина опстојува, без разлика на потребата за завршница (closure) и на различните когнитивни стилови (De keersmaecker et al., 2020), па дури и кога се повторуваат навидум точни информации (Unkelbach & Speckmann, 2021).

Покрај илузорната вистина, има други две теоретски објаснувања зошто луѓето се подложни на верување во дезинформации: *невниманието и мојивирани когниција* (Scheufele & Krause, 2019). Според Шефеле и Краус, луѓето се посветени на споделување точна содржина, но „природата“ на социјалните медиуми често ги одврка од одлуката да споделат вести што даваат приоритет на точноста. Треба да се напомене дека токму заради тоа што луѓето немаат секогаш доволно внимание, време и/или знаење, тие не можат точно да распознаат дали одредена информација е точна и да ја проверат. На ова нужно се надоврзуваат сознанијата на Становиќ и Вест (2000), кои потоа ги популаризира Канеман (2011), како Систем 1 (брз, автоматски, несвесен и емоционален одговор на ситуации и на стимули) и Систем 2 (бавен и логичен начин на размислување при решавање на посложени проблеми). Истражувања покажуваат дека кај лица кои постојано и длабоко ги промислуваат информациите се олеснува формирањето на точни верувања, наспроти приврзаничка пристрасност (Bago et al., 2020). Всушност, лица со завршено повисоко ниво на образование и со поголема здравствена писменост се помалку подложни на информации (Scherer et al., 2021). Слично, во експериментална средина, самиот чин на подготвување (priming) на луѓето да размислуваат поаналитички или да ја земат предвид точноста на содржината на вестите доведува до

подобрување на изборот на тоа што да се сподели на социјалните медиуми (Pennycook et al., 2020).

Групен идентитет, верувања и ставови

Наспроти теоријата на невнимание, теоријата на *моџивираната когниција* вели дека недостатокот на внимание не е примарната причина зошто луѓето споделуваат дезинформации, туку дека тие доаѓаат до однапред определени заклучоци што се совпаѓаат со нивниот светоглед, идеологија и со нивните политичко-социјални ставови. Следствено, ова најчесто доведува до тоа да ги прифатат оние информации што ги поддржуваат нивните ставови и да ги отфрлат информациите што се косат со тие ставови (Kunda, 1990; Tappin & Gadsby, 2019). Во контекст на политичките (дез)информации, лажните вести делуваат поверодостојни кога прикажуваат позитивни информации за политичката група на која припаѓаат, како и негативните информации за политички противник (Çoksan & Yilmaz, 2024; Pereira et al., 2023; Wagner, 2022). Дополнително, оваа теорија директно се коси со теоријата на невнимание, велејќи дека токму лицата со високото образование и научна писменост имаат најполаризирачки ставови на (непотребно) политизирани теми (Drummond & Fischhoff, 2017; Kahan et al., 2012). Кахан и сор. (2017) го потврдуваат ова со т.н. теза на „идентитетски-заштитничка когниција“ што покажува дека поединци со високо ниво на писменост може селективно да ги користат своите вештини за квантитативно расудување, со цел да ги толкуваат информациите за контроверзни теми, на начин што ќе се усогласува со нивните политички убедувања – тоа не беше случајот кога информациите беа на неутрална тема. На ова се надоврзуваат и Боцијан и сор. (2021) кои велат дека интересите на групата на која припаѓаат (ingroup) ги обликуваат моралните судови, но оваа пристрасност е најраспространета кај оние кои се одбранбено ангажирани за нивниот групен идентитет.

Емоции и емоџивни реакции

Познато е дека, уште пред дигиталната ера, некои медиуми ги преувеличуваат вестите, со цел да предизвикаат емоции како гадење, шок, лутина или страв. Но, она што ги одвојува социјалните медиуми и дигиталните платформи од традиционалните медиуми е што овозможуваат речиси инстантно да се актуализираат емоциите во некаква реакција или однесување, преку оставање коментар или некаква реакција на објавената содржина. Ова особено често се случува затоа што кога идентитетот, вредностите или верувањата се под некаква закана, луѓето имаат различни афективни реакции и заштитни

механизми што им овозможуваат повторно да се воспостави хомеостаза^[2] (Brygoła, 2011; George et al., 2023; Matheson & Cole, 2004). А, заради катадневното користење на социјални медиуми и онлајн платформи, шансата да дојдеме до (дез)информации што содржат ваков тип закани е зголемена. Дополнително, затоа што социјалните медиуми вреднуваат секаква посетеност и интеракција на нивните платформи, креаторите на овие содржини и медиумите имаат економски поттик да ги кројат содржините на начин што ќе предизвика емотивни реакции кај читателите (Horner et al., 2023). Како катализатор на овој процес во литературата најчесто се споменуваат американските претседателски избори во 2016 година и референдумот во Обединетото Кралство за напуштање на Европската Унија. Како и да е, Хорнер и сор. (2023) укажуваат на врската меѓу високата стапка на негативни емоции при читање наслови кои содржат лажни вести и намерата да преземат некакво дејствие за да ги потиснат или да ги шират лажните вести (во зависност од тоа дали насловот е усогласен со нивните постојни верувања). Од друга страна, повејројатно било за лицата кои пријавиле ниска емоционална ангажираност да ги игнорираат насловите откако ќе ги прочитаат или целосно да се откажат од ширење на лажните вести.

Треба да се напомене дека, во зависност од емоцијата, од ставовите и/или од ангажираноста за одредена тема може да се предизвикаат различни емоции. Пример за ова се антиваксерските ставови, коишто станаа уште поревалентни за време на и по COVID-19 пандемијата (Durmaz & Hengirmen, 2022). Во зависност од нивниот став кон вакцините, луѓето кои се против ги мотивира стравот да веруваат и да шират дезинформации на темата. За разлика од нив, кај луѓето кои имаат неутрален став кон вакцините, гневот ги мотивира да споделуваат дезинформации (Ali et al., 2022). Други истражувања (Corbu et al., 2021) покажуваат дека лажни вести со негативна пристрасност ја зголемуваат подготвеноста на луѓето да ја споделат приказната, додека позитивно пристрасните вести не влијаат значително на нивниот потенцијал да станат вирални. Дополнително, потенцијалната вирализација на објавата ја модутираат негативните емоции, но не позитивните. Особено добар преглед на оваа тема има Серано-Пуче (2021) кој ја истражува улогата на емоциите во т.н. „информативно растројство“ каде што дезинформациите, лажните вести и пропагандата цветаат на социјалните мрежи и на дигиталните платформи. Тој тврди дека лажните вести ја искористуваат човековата природа, знаејќи дека поларизирачки објави предизвикуваат силни емоции и емоционални реакции, сè со цел да ја поттикнат виралноста на објавите и содржините.

Други истражувања кои пошироко ја разгледуваат и ја разработуваат оваа тематика се, на пример, оние на Екер и сор. (2022) кои прават детален преглед

на тоа *зошто* луѓето веруваат во дезинформации; Хелгасон и Ефром (2022) во серија на студии покажуваат дека луѓе оправдуваат невестини во кои не веруваат ако тие се усогласат со нивните политички ставови, но и кога се поттикнути да замислат како невестините би можеле да станат вистинити во иднина — особено интересно истражување што нагласува како имажинацијата може да влијае на моралните ставови и судови за дезинформациите; уште едно впечатливо истражување што вреди да се издвои е она на Абрамс и сор. (2013) кои, во серија на студии, покажуваат дека лидерите кои припаѓаат на групата уживаат одредена привилегија при трансгресивни однесувања, бидејќи членовите на таа група поповолно го оценија нивното однесување од истото однесување на лица надвор од тимот и дури и членови од групата, при што овој двоен стандард е присутен само кога се членовите сметаат дека лидерот служи на интересите на целата група.

Заклучно, имајќи го предвид спектарот на подрачјата во психологијата преку кој се истражува темата, може да наликува како темата да е покриена. Но, како што ќе видиме во наредните делови, иако во повеќе истражувања индивидуата се истражува преку социјалните идентитети и групи, мора да се направи чекор наназад и да се истражат поголемите социјални системи и политичките околина во кои се наоѓа индивидуата. Оттаму може да се заклучи дека иако интра- и интерпсихичките процеси се важни, тие не се единствени фактори што влијаат на тоа како луѓето ги доживуваат или ги восприемаат лажните вести.

Социополитички перспективи на дезинформациите

Надоврзувајќи се на психолошките фактори што поттикнуваат верување во дезинформации, од клучно значење е да се разгледаат и социополитичките феномени затоа што нужно се поврзани и се неизбежен и составен дел од нив. Без разлика, поврзаноста меѓу социјалните и политичките фактори и нивното влијание врз дезинформациите е комплицирано. Врските се понекогаш двострани, односно влијанието е заемно, и зависат од повеќе контексти (на пример десно ориентираните партии во една или друга земја може да имаат сосема различни ставови на одредено прашање), нивоата на образование, социјална ангажираност, историја на политички активизам, па дури и дали една земја е во војна — сите овие фактори придонесуваат за тоа колку луѓе веруваат или се подложни на дезинформации.

Поларизација

Поларизацијата е еден од феномените што најчесто се поврзува со дезинформациите, особено во изминатите години. Поларизацијата се дефинира како истакната поделба помеѓу големи групи во едно општество или политички систем и којашто е обележана со групирање и со радикализација на ставовите (*“Political Polarization,”* n.d.). Во таа насока, Такер и сор. (2018) се фокусираат на пресекот меѓу поларизацијата, социјалните медиуми и дезинформациите, односно на тоа како социјалните медиуми придонесуваат за политичка поларизација и за ширење дезинформации. Тие покажуваат како платформите и социјалните медиуми ги засилуваат политичките поделби со создавање т.н. „ехо-комори“ и со изложување на корисниците на пристрасни или на лажни информации. А, зголемената политичка поларизација неретко доведува до посилен емоции кон своите ривали, како омраза. Како што покажуваат наодите од истражувањето на Осмундсен и сор. (2021), поверојатно е поединците кои имаат силна омраза кон своите противници да споделуваат политички дезинформации, и на тоа дека психолошката мотивација за споделувањето дезинформации е слична на оние кои предизвикуваат други форми на партиско однесување, вклучително и на споделување на пристрасни вести од веродостојни извори. Надоврзувајќи се на Такер и соработниците, Теруел-Родригез (2023) се фокусира на другите аспекти на поларизацијата, преку онлајн дезинформациите, бележејќи дека „социјалните медиуми се одговорни за ширење дезинформации поради нивната дерегулација, а политичките актери кои се обидуваат да дестабилизираат ги користат овие алатки“ (Teruel-Rodriguez, 2023, p. 11), односно дека социјалните медиуми не создаваат дезинформации, туку ги репродуцираат, и на тој начин ја потхрануваат поларизацијата.

Теории на заговор

Уште еден фактор кој нужно се поврзува и се испреплетува со дезинформациите се теориите на заговор. Различни теории на заговор станаа проминентни затоа што полесно стана наоѓањето на соодветната публика која ги конзумира тие содржини и често интернетот и социјалните медиуми се поврзуваат со нив. Но, некои истражувања (Enders et al., 2023) покажуваат дека врската е покомплексна. Иако поголема веројатност е луѓето кои често се информираат преку социјалните мрежи да веруваат во одредени теории на заговор и дезинформации, Ендерс и соработниците потенцираат дека оваа врска е значителна за оние кои веќе имаат тенденција да ги интерпретираат настаните како некаков заговор. А, употребата на социјалните мрежи ги зајакнува овие

верувања, со што се зголемува нивното конспиративно размислување. Дополнително, ваквите тенденции на конспиративно размислување неретко дека се прелеваат во однесувања и одлуки во надворешниот живот и пример ни беше пандемијата COVID-19. Во една метаанализа (Bierwiazzonek et al., 2022) што вклучи 53 истражувања и над 78 илјади учесници, се покажа дека конспиративното размислување беше (слабо) поврзано со помала подготвеност за преземање на превентивни мерки и, многу побитно, со пониска стапка на вакцинација и социјално дистанцирање. Други истражувања најдоа родови разлики (Cassese et al., 2020) укажувајќи на тоа дека мажите почесто ги поддржуваат теориите на заговор за КОВИД-19, а овој јаз делумно се објаснува со повисоките нивоа на научена беспомошност и конспиративно размислување, а не само со партизираноста или несигурноста поврзана со пандемијата.

Политичка ориентација и партиска припадност

Поврзувајќи ги верувањето во теории на заговор и конспиративно размислување со класичната лево-десна политичка ориентација, во две големи истражувања (Enders et al., 2022; van der Linden et al., 2021), наоѓаат интересни разлики ширум идеолошкиот спектар. Од лонгитудиналното истражување спроведено во повеќе од 20 земји, Ендерс и соработниците покажуваат дека силата и насоката на односот помеѓу политичките ориентации и конспиративното размислување зависат од карактеристиките на специфичните теории на заговор, но и од општествено-политичкиот контекст на земјите во кои се спровело истражувањето. Надоврзувајќи се на претходно споменатите истражувања, конзервативно ориентираните испитаници — т.е., во контекст на САД, републиканците — претежно веруваат во тоа дека заканата од COVID-19 е преувеличена, дека глобалното затоплување/климатските промени се измама и лага. Од другата страна на спектарот, либералните испитаници — односно демократите од САД — веруваат дека тогашниот претседател Доналд Трамп ги прикривал симптомите на COVID-19, како и во тоа дека Републиканската партија ги краде изборите. Ендерс и сор. (2022) не се согласуваат со оваа теза, велејќи дека дека има значителна асиметрија на двете страни од спектарот. Поточно, односот меѓу идеологијата и конспиративното размислување е модериран со силна недоверба кон официјалните лица и кон институциите и со параноична идеација — два фактора кои, според авторите, се повисоки меѓу лицата со конзервативна идеологија.

Во друго истражување (Traberg & van der Linden, 2022) се покажа дека кредибилитетот на изворот влијае на тоа како се проценети дезинформациите кај лица од одредена идеологија, при што информациите што се усогласени

со политичкото убедување ја зголемуваат подложноста на дезинформации и политичката неусогласеност, што го зголемува отпорот кон фактите. Лицата кои се изјасниле како либерали биле повеќе под влијание на наклонетоста на изворот отколку конзервативците, но и двете страни ги сметале изворите со политички слична наклонетост како помалку пристрасни.

Како и да е, она што е малку обесхрабрувачко и што има потенцијал да ја влоши веќе постојната поларизација во општествата е тоа што Фритер и сор. (2017) покажаа дека и либералите и конзервативците не биле заинтересирани да ги слушнат идеолошки спротивставените ставови, но не поради тоа што биле добро информирани на темата, туку затоа што соочувањето со спротивно мислење има шанса да предизвика когнитивна дисонанца. Оваа незаинтересираност опстојувала дури и кога биле мотивирани со парична награда, покажувајќи дека ќе биде тешко да се надмине постојната идеолошката шизма. Последно, во истражување на ниво на Северна Македонија (Disha et al., 2023) се покажува дека негативните дезинформации поврзани со политичка партија на која припаѓаат испитаниците во поголема мера се перципираат како неточни и обратно, негативните дезинформации за опозициската партија во поголема мера се сметаат за точни. Дополнително, истражувањето на Диша и соопработниците покажа дека политички ангажираните лица се посклони кон дезинформации од оние кои се не се партиски определени.

Последно, од истражувањата што го разгледуваат феноменот конкретно преку индивидуални предиспозиции на поединецот, го издвојуваме она на Ласон и Какар (2022), чиешто наоди покажуваат дека споделувањето лажни вести во голема мера е поттикнато од конзервативците со ниска совесност (од големите пет фактори на личноста). Тие покажуваат дека при високо ниво на совесност, нема значајна разлика меѓу либералите и конзервативците. Од друга страна, наодите од Сампат и Раж (2022) посочуваат на тоа дека поединци кај кои има истакната екстраверзија, невротичност и отвореност многу брзо споделуваат вести на социјалните медиуми. А, спротивно, оние со висока стапка на согласност и совесност ги проверуваат вестите пред да ги споделат на социјалните медиуми.

Она што треба да се потенцира е фактот дека скоро сите истражувања што ги разгледаваме досега се фокусираат на индивидуата во групата, или на групниот (политичкиот и социјалниот) идентитет во пошироката заедница. Но, затоа што пристапот до интернетот и кибер-екосистемите е речиси сеприсутен фактор и станува сè поголем дел од нашето секојдневие, се зголемува и потребата да се согледа голем дел од овие фактори низ рамката на социјалните медиуми и дигиталната сфера. Како што пишува во истражувањето на Шарма и сор. (2024) социјалните медиуми сè повеќе придонесуваат кон градење,

изразување и преговарање со личниот идентитет, како и во обликувањето на културните норми, вредности и општествени очекувања, кои за возврат влијаат на начинот на кој поединците се перцепираат себеси и ги перцепираат другите.

(Социјални) медиуми, онлајн платформи и технологија

Откако разгледавме скроман дел, односно психолошките и социополитичките коишто се поврзани и коишто влијаат на или се под влијание на дезинформациите, сега се фокусираме на технолошките системи врз кои се темели оваа динамика. Треба да се потенцира дека сите социјалните медиуми и другите платформи за комуникација имаат еден императив заради кој опстојуваат – ангажирање на корисниците. Тоа значи дека самиот дизајн на овие медиуми и платформи се темели на начинот како да се задржи вниманието на корисниците. Како што беше споменато, вниманието е суровина и што поголемо време е задржано на една платформа тоа е поголема шансата корисниците да видат некоја (многу прецизно одбрана) реклама преку кои, всушност, платформите остваруваат профит. Со текот на времето и со развивањето на платформите, се воведуваат индивидуални (преку интересен начин на уредување) и колективни (закони и регулативи) политики и се случуваат промени со кои посторого се уредуваа објавите на платформите и начинот на кој се финансираа. Заради тоа, битно е да се разгледаат некои од медиумите, за факторите што влијаат во верувањето во дезинформации, како и некои од начините на кои различни засегнати страни се справуваат со овој проблем во дигиталните екосистеми.

Исто така, од самиот почеток некои држави имаат различни барања до компаниите за тоа како да ја уредуваат содржината на своите платформи – истакнувајќи ги државните уредувања и начинот на кој тие ја интерпретираат слободата на говор. На пример, политичкиот систем во Обединетото Кралство се класифицира како уставна монархија, но предводена е како унитарна парламентарна демократија; Соединетите Американски Држави е уставна федерална република. Разликата е битна затоа што, како што вели Шапиро (1988, р. 1): „Во Британија, Парламентот е врховен; секој закон донесен со него се толкува и се спроведува од страна на судовите. Во Соединетите Американски Држави, секој статут донесен од Конгресот или од кој било државен законодавен дом мора да биде во согласност со Уставот“. Ова е особено битно кога станува збор за првиот амандман од Уставот на САД што ја спречува владата да донесува закони со кои, меѓу другите работи, се намалува слободата на говорот. Како резултат на тоа, компаниите кои управуваат со социјалните

медиуми мора да се движат низ сложениот и разновиден екосистем на закони за умереност на содржината низ различни земји. Во секој случај, следно ќе погледнеме некои од клучните делови од информацискиот и медиумскиот екосистем.

Во зачетокот, скоро сите платформи ја прикажуваат објавената содржина по хронолошки редослед. По одредено време, сакајќи да имаат поголема контрола кога и што кому се прикажува, начинот на објавената содржина почна да се прикажува по редослед определен во алгоритам и содржина базирана врз можни интереси на корисниците. Според некои автори (Pathak et al., 2023), со оглед на познатите проблеми со информативните меури и ехо-комори, тие споменаа дека ваквиот алгоритамски начин на прикажување на содржината го влоши проблемот со дезинформациите.

Со ваквиот тип прикажување содржина, исто така, се поставија темелите на потерата меѓу корисниците и кој најдобро знае да го „употребува“ алгоритмот во своја полза, со цел објавите да станат вирални. Така, во литературата се опишуваат т.н. „супер ширачи“ на дезинформации (disinformation super spreaders). Поточно, Гринберг и сор. (2019), следејќи ги изборите во 2016 година на мрежата X (поранешен Твитер), ја наоѓаат следнава статистика: „лажните вести сочинуваа скоро 6 отсто од целокупната читаност на вестите. Само 1 отсто од корисниците беа изложени на 80 отсто од лажните вести, а 0,1 отсто од корисниците беа одговорни за споделување 80 отсто од лажните вести.“ Тие акцентираат дека лажните вести беа најконцентрирани меѓу конзервативните гласачи. Слично, наодите од истражувањето на Де Верна и сор. (2024) го потврдуваат ова и даваат детален профил како тие изгледаат. Меѓу „супер ширачите“ има експерти со голем број следбеници, медиуми со низок кредитбилитет, лични профили поврзани со тие медиуми и низа влијателни лица. Најчесто содржината е од политичка природа и користат поттоксичен јазик од типичните корисници кои споделуваат дезинформации.

Слично, Чои и сор. (2020) во нивната ализата на 125 гласини (проверени од редакции за проверка на факти) и скоро 290 илјади објави на X (Твитер) открија дека гласините што се шират во ехо-коморите стануваат повирални и се шират побрзо. Исто така, 10 отсто од високо поврзаните ехо-комори предизвикуваат ширење на 24 отсто од гласините, генерирајќи над 36 отсто од ретвитовите. Како резултат на тоа, ехо-коморите можат да направат одредени мислења, ставови или „факти“ да изгледаат дека се пошироко распространети или прифатени отколку што всушност се, без корисниците воопшто да знаат дека веќе се дел од една таква ехо-комора. Овој феномен Лерман и сор. (2016) го нарекуваат „илузија на мнозинството“. Овој феномен се јавува кога поединците — во отсуство на добро познавање на екосистемите и заедници-

те на социјалните мрежи во кои се наоѓаат – погрешно веруваат дека некој глобално редок став или мислење се вообичаени и, следствено, ја преценуваат распространетоста и потенцијално придонесуваат за дополнително нивно ширење. Поврзано со ова, во серија истражувања Торсон (2016) го илустрира ефектот на „ехо на верувања“ каде што негативни политички информации продолжуваат да ги обликуваат ставовите на луѓето, дури и откако информациите биле ефективно проверени и дискредитирани. Од друга страна, пак, во ново истражување (Stein & Meyersohn, 2024) се покажа дека генерално им се верува на новинари само кога потврдуваат некои тврдења или вести како вистинити. Во истражување испитаниците помалку им веруваа и имаа доверба во новинарите кога ги коригираат лажните тврдења, мислејќи дека е поверојатно дека лажат и/или поседуваат некои задни намери.

Последно, во истражување (Friggeri et al., 2014) на гласини со различна „вистинита вредност“ (дали се вистинити или не) спроведено од вработени од Фејсбук и други истражувачи илустрираат т.н. „каскади од гласини“. Истражувачите откриваат дека гласините на Фејсбук, без разлика дали се вистинити или не, имаат тенденција да се шират пошироко и побрзо преку социјалната мрежа, во споредба со „редовни“ содржини. Ова покажува колку лесно и брзо може да се шират дезинформации на интернет, дури и ако не се точни.

За крај, треба да се напоменат и напорите за да се намали влијанието на дезинформациите. Прво, особено по 2016 година, самите платформи се вклучија во борбата против дезинформациите. Различни платформи имплементираат алатки како што е придушување (throttling) односно вештачко намалување на брзината со која се шири одредена гласина или линк. Друг пример е анотација под самите објави доколку се работи за некоја проверена тема или рецензија од независни проверувачи на факти. Се разбира, не треба да се препушти борбата исклучиво на самите платформи и медиуми. Другата најмоќна алатка е образованието и воведувањето на медиумска писменост во образовниот систем, затоа што, како што покажуваат наодите од повеќе истражувања (Dame Adjin-Tettey, 2022; Geraee et al., 2015; Rasi et al., 2019), програмите за медиумска писменост ефективно го подобруваат знаењето и намерите на младите и на адолесцентите во консумирање содржини преку медиумите, но и им овозможува да донесуваат информирани одлуки базирани врз квалитетни информации. Последно, во истражувањата во овие три труда (Kozyreva et al., 2022, 2024; van der Linden, 2022) може да се најдат поголем број на индивидуални и групни интервенции за инокулација од дезинформациите.

Заклучок

Првата цел на овој труд беше да се разгледа влијанието на дезинформациите преку психолошката, социополитичката и медиумската рамка, откривајќи како овие три области се спојуваат и се испреплетуваат. Случувањата од изминатите години, кои сè уште одекнуваат во нашето општество преку активни антиваксерски групи, покажаа дека дезинформациите можат значително да влијаат на секојдневниот живот на луѓето. Заради лимитираното време и знаење, групите на кои припаѓаме, медиумите што ги користиме и ред други фактори, се остава впечаток како луѓето да се марионети која се растргнати на сите страни, кои механички си ги повторуваат истите информации и ги зајакнуваат социополитичките убедувања и идентитети. Но, само затоа што во моментот немаме едно решение што може многу лесно да се аплицира низ целиот свет, не значи дека овој Гордиев јазол нема никогаш да се реши. Следствено, втората цел е да се потенцира битноста на холистичкиот пристап кон справување на овој проблем. Тоа значи дека е битна соработката меѓу медиумите и платформите, меѓу практичарите и академските истражувачи, сè со цел да може да се адаптираат стратегиите и најефективно да се пристапи кон проблематиката.

За крај, иако овој труд дава широк преглед на темата, тоа е на сметка на недоволното навлегување во секоја област колку што заслужува. Иако сериозноста на оваа тема нужно налага подлабоко истражување, сегашниот преглед дава доволна основа за разбирање на клучните релевантни аспекти и насоки на тема на дезинформациите во современото општество.

Литература

- Abrams, D., Randsley de Moura, G., & Travaglino, G. A. (2013). A double standard when group members behave badly: Transgression credit to ingroup leaders. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(5), 799–815. <https://doi.org/10.1037/a0033600>
- Ali, K., Li, C., & Muqtadir, S. A. (2022). The effects of emotions, individual attitudes towards vaccination, and social endorsements on perceived fake news credibility and sharing motivations. *Computers in human behavior*, 134, 107307.
- Bago, B., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2020). Fake news, fast and slow: Deliberation reduces belief in false (but not true) news headlines. *Journal of Experimental Psychology: General*, 149(8), 1608–1613. <https://doi.org/10.1037/xge0000729>
- Balkin, J. M. (2020). *The Cycles of Constitutional Time*. Oxford University Press.
- Bell, P. (2024, June 24). Public Trust in Government: 1958–2024. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/politics/2024/06/24/public-trust-in-government-1958-2024/>
- Bierwiazzonek, K., Gundersen, A. B., & Kunst, J. R. (2022). The role of conspiracy beliefs for COVID-19 health responses: A meta-analysis. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101346. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101346>
- Blizankovski, J., Recica, V., Popovikj, M., & Zafirov, T. (2021). *Man of the people: Public Opinion Analysis of Citizen's Political Demands* [Public opinion analysis]. Institute for Democracy "Societas Civilis" – Skopje. <https://idscs.org.mk/mk/2021/11/29/man-of-the-people-man-public-opinion-analysis-of-citizens-political-demands/>
- Bliznakovski, J., Popovikj, M., & Recica, V. (2023). *External Political Efficacy and Populist Attitudes: Understanding the Demand for Populism in North Macedonia*. <https://doi.org/10.2298/SOC2304517B>
- Bocian, K., Cichocka, A., & Wojciszke, B. (2021). Moral tribalism: Moral judgments of actions supporting ingroup interests depend on collective narcissism. *Journal of Experimental Social Psychology*, 93, 104098. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2020.104098>
- Brown, A. S., & Nix, L. A. (1996). Turning lies into truths: Referential validation of falsehoods. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 22(5), 1088–1100. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.22.5.1088>
- Brygola, E. (2011). The Threatened Identity: An Empirical Study. *Psychology of Language and Communication*, 15, 63–88. <https://doi.org/10.2478/v10057-011-0004-2>

- Cassese, E. C., Farhart, C. E., & Miller, J. M. (2020). Gender Differences in COVID-19 Conspiracy Theory Beliefs. *Politics & Gender*, 16(4), 1009–1018. <https://doi.org/10.1017/S1743923X20000409>
- Choi, D., Chun, S., Oh, H., Han, J., & Kwon, T. “Taekyoung.” (2020). Rumor Propagation is Amplified by Echo Chambers in Social Media. *Scientific Reports*, 10(1), 310. <https://doi.org/10.1038/s41598-019-57272-3>
- Çoksan, S., & Yilmaz, A. D. (2024). Focusing on fake news’ contents: The association between ingroup identification, perceived outgroup threat, analytical-intuitive thinking and detecting fake news. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 24(1), 102–132. <https://doi.org/10.1111/asap.12371>
- Corbu, N., Bargaoanu, A., Durach, F., & Udrea, G. (2021). Fake News Going Viral: The Mediating Effect of Negative Emotions. *Media Literacy and Academic Research*, 4(2), 58–87.
- Cosentino, G. (2020). *Social Media and the Post-Truth World Order: The Global Dynamics of Disinformation*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-43005-4>
- COVID-19 origins: Plain speaking is overdue. (2024). *The Lancet Microbe*, 5(8). <https://doi.org/10.1016/j.lanmic.2024.07.016>
- Dame Adjin-Tettey, T. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2037229. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2037229>
- De keersmaecker, J., Dunning, D., Pennycook, G., Rand, D. G., Sanchez, C., Unkelbach, C., & Roets, A. (2020). Investigating the Robustness of the Illusory Truth Effect Across Individual Differences in Cognitive Ability, Need for Cognitive Closure, and Cognitive Style. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(2), 204–215. <https://doi.org/10.1177/0146167219853844>
- Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J., & Wänke, M. (2010). The Truth About the Truth: A Meta-Analytic Review of the Truth Effect. *Personality and Social Psychology Review*, 14(2), 238–257. <https://doi.org/10.1177/1088868309352251>
- DeVerna, M. R., Aiyappa, R., Pacheco, D., Bryden, J., & Menczer, F. (2024). Identifying and characterizing superspreaders of low-credibility content on Twitter. *PLOS ONE*, 19(5), e0302201. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0302201>
- Disha, E. P., Halili, A., & Rustemi, A. (2023). Vulnerability to Disinformation in Relation to Political Affiliation in North Macedonia. *Media and Communication*, 11(2), 42–52. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6381>
- Drummond, C., & Fischhoff, B. (2017). Individuals with greater science literacy and education have more polarized beliefs on controversial science topics.

- Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(36), 9587–9592. <https://doi.org/10.1073/pnas.1704882114>
- Durmaz, N., & Hengirmen, E. (2022). The dramatic increase in anti-vaccine discourses during the COVID-19 pandemic: A social network analysis of Twitter. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 18(1), 14. <https://doi.org/10.1080/21645515.2021.2025008>
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Enders, A., Farhart, C., Miller, J., Uscinski, J., Saunders, K., & Drochon, H. (2022). Are Republicans and Conservatives More Likely to Believe Conspiracy Theories? *Political Behavior*, 1–24. <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09812-3>
- Enders, A. M., Uscinski, J. E., Seelig, M. I., Klofstad, C. A., Wuchty, S., Funchion, J. R., Murthi, M. N., Premaratne, K., & Stoler, J. (2023). The Relationship Between Social Media Use and Beliefs in Conspiracy Theories and Misinformation. *Political Behavior*, 45(2), 781–804. <https://doi.org/10.1007/s11109-021-09734-6>
- Enserink, M. (2024, February 6). Virologists and epidemiologists back natural origin for COVID-19, survey suggests. *Science*. <https://www.science.org/content/article/virologists-and-epidemiologists-back-natural-origin-covid-19-survey-suggests>
- Farkas, J., & Schou, J. (2023). *Post-Truth, Fake News and Democracy: Mapping the Politics of Falsehood*. <https://www.routledge.com/Post-Truth-Fake-News-and-Democracy-Mapping-the-Politics-of-Falsehood/Farkas-Schou/p/book/9781032563039>
- Fazio, L. K., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2019). Repetition increases perceived truth equally for plausible and implausible statements. *Psychonomic Bulletin & Review*, 26(5), 1705–1710. <https://doi.org/10.3758/s13423-019-01651-4>
- Festinger, L. (1962). Cognitive Dissonance. *Scientific American*, 207(4), 93–106.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2017). *Social Cognition: From brains to culture* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Friggeri, A., Adamic, L., Eckles, D., & Cheng, J. (2014). Rumor Cascades. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14559>
- Frimer, J. A., Skitka, L. J., & Motyl, M. (2017). Liberals and conservatives are similarly motivated to avoid exposure to one another's opinions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 72, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.04.003>

- Geiger, A. (2014, June 12). Political Polarization in the American Public. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/politics/2014/06/12/political-polarization-in-the-american-public/>
- George, M. M., Strauss, K., Mell, J. N., & Vough, H. C. (2023). When “who I am” is under threat: Measures of threat to identity value, meanings, and enactment. *Journal of Applied Psychology*, 108(12), 1952–1978. <https://doi.org/10.1037/apl0001114>
- Geraee, N., Kaveh, M. H., Shojaeizadeh, D., & Tabatabaee, H. R. (2015). Impact of media literacy education on knowledge and behavioral intention of adolescents in dealing with media messages according to Stages of Change. *Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*, 3(1), 9–14.
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>
- Harari, Y. N. (2018, September 7). Are we living in a post-truth era? Yes, but that’s because we’re a post-truth species. *Ideas.Ted.Com*. <https://ideas.ted.com/are-we-living-in-a-post-truth-era-yes-but-thats-because-were-a-post-truth-species/>
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16(1), 107–112. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(77\)80012-1](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(77)80012-1)
- Helgason, B. A., & Effron, D. A. (2022). It might become true: How prefactual thinking licenses dishonesty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 123(5), 909–940. <https://doi.org/10.1037/pspa0000308>
- Henkel, L. A., & Mattson, M. E. (2011). Reading is believing: The truth effect and source credibility. *Consciousness and Cognition*, 20(4), 1705–1721. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2011.08.018>
- Horner, C. G., Galletta, D., Crawford, J., & Shirsat, A. (2023). Emotions: The Unexplored Fuel of Fake News on Social Media. In A. Dennis R., D. Galletta, & J. Webster (Eds.), *Fake News on the Internet* (1st ed.). Routledge.
- Jovevska Gorgevik, A., & Janeska, S. (2020). *The citizens and the Assembly of North Macedonia: Trust on shaky ground* (Policy Brief 45/2020). Institute for Democracy “Societas Civilis” - Skopje. <https://idscs.org.mk/mk/2020/11/04/граѓаните-и-собранието-на-северна-мак/>
- Kahan, D. M., Peters, E., Dawson, E. C., & Slovic, P. (2017). Motivated numeracy and enlightened self-government. *Behavioural Public Policy*, 1(1), 54–86. <https://doi.org/10.1017/bpp.2016.2>

- Kahan, D. M., Peters, E., Wittlin, M., Slovic, P., Ouellette, L. L., Braman, D., & Mandel, G. (2012). The polarizing impact of science literacy and numeracy on perceived climate change risks. *Nature Climate Change*, 2(10), 732–735. <https://doi.org/10.1038/nclimate1547>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Herzog, S., Ecker, U., Lewandowsky, S., Hertwig, R., Ali, A., Bak-Coleman, J., Barzilai, S., Basol, M., Berinsky, A. J., Betsch, C., Cook, J., Fazio, L., Geers, M., Guess, A., Huang, H., Larreguy, H., Maertens, R., ... Wineburg, S. (2022). *Toolbox of Interventions Against Online Misinformation*. OSF. <https://doi.org/10.31234/osf.io/x8ejt>
- Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Herzog, S. M., Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Hertwig, R., Ali, A., Bak-Coleman, J., Barzilai, S., Basol, M., Berinsky, A. J., Betsch, C., Cook, J., Fazio, L. K., Geers, M., Guess, A. M., Huang, H., Larreguy, H., Maertens, R., ... Wineburg, S. (2024). Toolbox of individual-level interventions against online misinformation. *Nature Human Behaviour*, 8(6), 1044–1052. <https://doi.org/10.1038/s41562-024-01881-0>
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480–498. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>
- Lawson, M. A., & Kakkar, H. (2022). Of pandemics, politics, and personality: The role of conscientiousness and political ideology in the sharing of fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, 151(5), 1154–1177. <https://doi.org/10.1037/xge0001120>
- Leonardelli, M., Mele, F., Marrone, M., Germinario, C. A., Tafuri, S., Moscara, L., Bianchi, F. P., & Stefanizzi, P. (2023). The Effects of the COVID-19 Pandemic on Vaccination Hesitancy: A Viewpoint. *Vaccines*, 11(7), Article 7. <https://doi.org/10.3390/vaccines11071191>
- Lerman, K., Yan, X., & Wu, X.-Z. (2016). The “Majority Illusion” in Social Networks. *PLOS ONE*, 11(2), e0147617. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0147617>
- Matheson, K., & Cole, B. M. (2004). Coping with a threatened group identity: Psychosocial and neuroendocrine responses. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(6), 777–786. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2004.04.002>
- Maxmen, A. (2021). WHO report into COVID pandemic origins zeroes in on animal markets, not labs. *Nature*, 592(7853), 173–174. <https://doi.org/10.1038/d41586-021-00865-8>
- Nuwarda, R. F., Ramzan, I., Weekes, L., & Kayser, V. (2022). Vaccine Hesitancy: Contemporary Issues and Historical Background. *Vaccines*, 10(10), 1595. <https://doi.org/10.3390/vaccines10101595>

- Osmundsen, M., Bor, A., Vahlstrup, P. B., Bechmann, A., & Petersen, M. B. (2021). Partisan Polarization Is the Primary Psychological Motivation behind Political Fake News Sharing on Twitter. *American Political Science Review*, 115(3), 999–1015. <https://doi.org/10.1017/S0003055421000290>
- Pathak, R., Spezzano, F., & Pera, M. S. (2023). Understanding the Contribution of Recommendation Algorithms on Misinformation Recommendation and Misinformation Dissemination on Social Networks. *ACM Trans. Web*, 17(4), 35:1-35:26. <https://doi.org/10.1145/3616088>
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. *Psychological Science*, 31(7), 770–780. <https://doi.org/10.1177/0956797620939054>
- Pereira, A., Harris, E., & Van Bavel, J. J. (2023). Identity concerns drive belief: The impact of partisan identity on the belief and dissemination of true and false news. *Group Processes & Intergroup Relations*, 26(1), 24–47. <https://doi.org/10.1177/13684302211030004>
- Political Polarization. (n.d.). *European Center for Populism Studies*. Retrieved August 12, 2024, from <https://www.populismstudies.org/Vocabulary/political-polarization/>
- Rasi, P., Vuojärvi, H., & Ruokamo, H. (2019). Media Literacy Education for All Ages. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2), 1–19. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2019-11-2-1>
- Reincke, C. M., Bredenoord, A. L., & van Mil, M. H. (2020). From deficit to dialogue in science communication. *EMBO Reports*, 21(9), e51278. <https://doi.org/10.15252/embr.202051278>
- Sampat, B., & Raj, S. (2022). Fake or real news? Understanding the gratifications and personality traits of individuals sharing fake news on social media platforms. *Aslib Journal of Information Management*, 74(5), 840–876. <https://doi.org/10.1108/AJIM-08-2021-0232>
- Scherer, L. D., McPhetres, J., Pennycook, G., Kempe, A., Allen, L. A., Knoepke, C. E., Tate, C. E., & Matlock, D. D. (2021). Who is susceptible to online health misinformation? A test of four psychosocial hypotheses. *Health Psychology*, 40(4), 274–284. <https://doi.org/10.1037/hea0000978>
- 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>

- Serrano-Puche, J. (2021). Digital disinformation and emotions: Exploring the social risks of affective polarization. *International Review of Sociology*, 31(2), 231–245. <https://doi.org/10.1080/03906701.2021.1947953>
- Shapiro, S. J. (1988). Comparing Free Speech: United States v. United Kingdom. *Law Forum*, 19, 17.
- Sharma, D. A., Wairagade, N., Reddy, D. D. V. L., Mamoria, D. P., & Kishore, D. P. N. (2024). Social media and identity formation: Examining the impact on contemporary society. *Journal of Research Administration*, 6(1), Article 1. <https://journlra.org/index.php/jra/article/view/1030>
- Stanovich, K. E., & West, R. F. (2000). Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), 645–665. <https://doi.org/10.1017/S0140525X00003435>
- Stein, R., & Meyersohn, C. E. (2024). Whose Pants Are on Fire? Journalists Correcting False Claims are Distrusted More Than Journalists Confirming Claims. *Communication Research*, 00936502241262377. <https://doi.org/10.1177/00936502241262377>
- Tappin, B. M., & Gadsby, S. (2019). Biased belief in the Bayesian brain: A deeper look at the evidence. *Consciousness and Cognition*, 68, 107–114. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2019.01.006>
- Teruel-Rodriguez, L. (2023). Increasing political polarization with disinformation: A comparative analysis of the European quality press. *Profesional de La Información*, 32(6), Article 6. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.12>
- Thorson, E. (2016). Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460–480. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1102187>
- Traberg, C. S., & van der Linden, S. (2022). Birds of a feather are persuaded together: Perceived source credibility mediates the effect of political bias on misinformation susceptibility. *Personality and Individual Differences*, 185, 111269. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111269>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature* (SSRN Scholarly Paper 3144139). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Unkelbach, C., & Speckmann, F. (2021). Mere Repetition Increases Belief in Factually True COVID-19-Related Information. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 10(2), 241–247. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2021.02.001>

- van der Linden, S. (2022). Misinformation: Susceptibility, spread, and interventions to immunize the public. *Nature Medicine*, 28(3), 460–467. <https://doi.org/10.1038/s41591-022-01713-6>
- van der Linden, S. Panagopoulos, C. Azevedo, F. & Jost, J. T. (2021). The Paranoid Style in American Politics Revisited: An Ideological Asymmetry in Conspiratorial Thinking. *Political Psychology*, 42(1), 23–51. <https://doi.org/10.1111/pops.12681>
- Wagner, K. (2022). *The Role of Outgroup Threat and Deprivation in People's Susceptibility to Disinformation* [Info:eu-repo/semantics/masterThesis, University of Twente]. <http://essay.utwente.nl/93028/>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (162317GBR; p. 109). Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
- Wu, T. (2017). *The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*. Knopf Doubleday Publishing Group.

- [1] Во последно време се користи терминот „економија на вниманието“ (attention economy) за да се опише човековото внимание (на социјалните медиуми и онлајн платформи) како дефицитарна стока или суровина на која треба да примени стандардно економско размислување (Wu, 2017). За ова повеќе во другите делови.
- [2] Фестингер (1962) го опишува овој феномен на nelaгодност или непријатност при среќавање информации кои го предизвикуваат нашиот светоглед и, следствено, желбата да се минимизира тоа чувство, когнитивна дисонанца.

THE DYNAMICS OF MISINFORMATION IN CONTEMPORARY SOCIETY: PSYCHOLOGICAL AND SOCIOPOLITICAL PERSPECTIVES

Matej Trojancanec

Abstract

In recent years it has often been said that we have entered a “post-truth” era, where the line between truth and lies is blurred. The effect of misinformation was most evident during the COVID-19 pandemic when anti-vaxxer conspiracy theories on the fringes of the information ecosystem entered the dominant discourse. Building upon these points, this paper examines the contemporary phenomenon of belief in, dissemination, and the impacts of misinformation, considering psychological, socio-political, and media perspectives, and particularly focusing on N. Macedonia. We explore some of the psychological drivers behind the belief and spread of misinformation, which we divide into several levels: *cognitive* (intuitive thinking, imagination, rehearsal, revision of beliefs), *socio-affective* (group affiliation and bias, ideology, collective narcissism), and *personological* (Big Five personality factors). Furthermore, we consider socio-political factors (such as party affiliation, media literacy, and public policies) and media factors (echo chambers, information cascades, information ecosystem) that correlate and/or moderate the effect of belief and the spread of misinformation. The paper aims to review the contemporary phenomenon of misinformation, emphasizing the complex interaction between psychological, socio-political, and other factors. Furthermore, some of the ways to deal with the spread of misinformation and areas for future research are discussed. In conclusion, although the variety of misinformation is diverse and shaped by the national/regional information ecosystem, the role of psychological theory in the fight against misinformation is undeniable, specifically because it offers practical insights that are applicable in the real world.

Keywords: *misinformation, psychological factors, socio-political drivers*