

Jak działa skuteczna perswazja (rozumiana tutaj jako percypowana siła argumentu)? Czy liczy się charakter osoby mówiącej — to czy jej ufamy, czy lubimy, czy znamy? Czy łatwiej jednak ulegamy argumentom, które wzbudzają w nas emocje? A może wystarczy sama struktura argumentacji? Czym różni się argumentacja w internecie i w rozmowie bezpośredniej? To tylko niektóre pytania, które stawiamy i na które będziemy chcieli odpowiedzieć w niniejszym wniosku. Celem projektu PersOn (ang. A Pragmatic Model of Persuasion in Online Communities) jest dostarczenie nowych sposobów rozumienia perswazji w social mediach. Innowacyjność naszych badań polega na patrzeniu nie tylko na strukturę komunikacji internetowej, lecz przede wszystkim na aspekty pragmatyczne dyskusji oraz indywidualne cechy mówców i odbiorców perswazyjnych komunikatów.

Do zweryfikowania naszych hipotez badawczych w pierwszej części badań wykorzystamy narzędzia lingwistyki obliczeniowej oraz klasyczne eksperymenty psychologiczne. Algorytmy sztucznej inteligencji pozwolą nam w analizach wielkoskalowych na automatyczne rozpoznawanie emocji, stylu językowego, cech osobowości oraz wzorców komunikacji między użytkownikami social mediów. Sprawdzimy czy te zmienne mają wpływ na siłę perswazji z jednej strony, oraz podatność pewnych osób na perswazję w internecie z drugiej strony. W tej części badań planujemy zebrać kilkumilionową próbkę danych z popularnych portali internetowych, takich jak X (prev. Twitter) i Reddit. Badania te pozwolą nam odpowiedzieć na pytanie jak działa perswazja między pojedynczymi użytkownikami oraz jak ona wygląda na poziomie całych społeczności (grup użytkowników). Szczególnie, czy sam fakt przynależenia do jakiejś społeczności wpływa na skuteczność perswazji. Następnie, opierając się na rezultatach tych analiz, z wykorzystaniem symulacji komputerowej i modelowania agentowego (ang. agent-based modelling) będziemy mogli zaobserwować dynamikę dyskusji i wpływ stylów argumentacji na efekty perswazji. Jest to metoda cyfrowej reprezentacji systemów złożonych z autonomicznych jednostek, zaprogramowanych do podejmowania określonych decyzji, które to jednostki mogą komunikować się między sobą oraz wchodzić w interakcję ze środowiskiem. Metoda ta naśladuje więc naturalny eksperyment psychologiczny, dając jednak badaczowi możliwość większej kontroli warunków środowiskowych oraz wgląd w mechanizmy powstawania pewnych zjawisk. Niemniej, w drugiej części badań będziemy wykorzystywać również tradycyjne testy i eksperymenty psychologiczne, by zweryfikować rezultaty analiz perswazji w social mediach wykonanych na wcześniejszych etapach projektu. Tutaj planujemy zaprosić grupę osób badanych do laboratorium i kontrolując różne zmienne dialogowe, obserwować dyskusję oraz argumentację różnych grup badanych na wybrane tematy. Analogiczne badanie planujemy przeprowadzić w warunkach online, gdzie badani zamiast w laboratorium będą mieli okazję podyskutować na określone tematy na zaprojektowanej platformie internetowej. Celem projektu jest więc dostosowanie obecnych modeli argumentacji i retoryki do komunikacji internetowej. Tym samym odpowiemy na pytanie czym różni się perswazja w formie tradycyjnej (świecie offline) z tą spotykaną w świecie social mediów. Łącząc wyniki naszych badań z obecnymi teoriami, zaprezentujemy nowy model pragmatyki dostosowany do obecnych form komunikacji i perswazji internetowej.