

## Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται αυξημένο ερευνητικό ενδιαφέρον για την εξέταση των επιδράσεων των διαδικτυακών σχολίων που παράγουν οι χρήστες σε πλατφόρμες τύπου Web 2.0 στις στάσεις άλλων χρηστών / αναγνωστών για διάφορα θέματα. Η παρούσα μελέτη, ακολουθώντας οιονεί πειραματικό σχεδιασμό, εστίασε στο ευρύτερο πλαίσιο της κοινωνικής επιρροής στα διαδικτυακά μέσα εξετάζοντας εάν η έκθεση σε διαδικτυακά σχόλια χρηστών - σε ένα ειδησεογραφικό βίντεο - που εκφράζουν αποκλειστικά θετικές ή αρνητικές στάσεις προς τους πρόσφυγες μετανάστες, επηρεάζει τις προσωπικές στάσεις θετικά και αρνητικά αντίστοιχα. Το κύριο συμπέρασμα που προκύπτει από την παρούσα μελέτη είναι ότι η έκθεση σε θετικά σχόλια επηρεάζει θετικά τις στάσεις οδηγώντας σε λιγότερο προκατειλημμένες στάσεις προς τους πρόσφυγες μετανάστες (κατά 5.2 μονάδες σε κλίμακα μέτρησης στάσεων εύρους 72 μονάδων). Ωστόσο, η έκθεση σε αρνητικά σχόλια δεν διαπιστώθηκε να οδηγεί σε περισσότερο προκατειλημμένες στάσεις. Συνολικά, τα ευρήματα της παρούσας μελέτης αποτελούν εμπειρικές ενδείξεις ότι η έκθεση σε θετικές απόψεις άλλων προς τους πρόσφυγες μετανάστες, επηρεάζει θετικά τις προσωπικές στάσεις.

**Λέξεις κλειδιά:** Διαδικτυακά σχόλια, επίδραση, στάσεις, πρόσφυγες μετανάστες, πείραμα.

## **Abstract**

In recent years, there has been an increasing research interest in examining the effects of user-generated online comments on attitudes of other users. This study focused on online social influence using a quasi-experimental design to examine whether exposure to online users' comments, expressing exclusively positive or negative attitudes toward immigrant refugees, influences personal attitudes, positively and negatively respectively. Results show that exposure to positive online comments (attached to online news content) positively influences attitudes leading to less negative attitudes (by 5.2 points on a 72-point scale). Exposure to negative comments did not lead to more negative attitudes. Overall, the findings of this study offer empirical evidence that exposure to others' positive comments, positively affects personal attitudes.

**Key words:** Online comments, influence, attitudes, refugees, experiment.