
社会影响力竞争中，战略性欺骗胜过实话实说

作者：writer 来源：爱科学

本文原地址：<https://www.iikx.com/news/progress/16851.html>

本文仅供学习交流之用，版权归原作者所有，请勿用于商业用途！

社会影响力竞争中，战略性欺骗胜过实话实说。对社会影响力的竞争是塑造社会的主要力量，从狒狒带领队伍朝不同方向前进到政客争夺选民，再到影响者争夺社交媒体关注。总体而言，获得社会影响力是一种竞争性活动，有多个主体为之竞争。

在竞争条件下，哪种策略能使社会影响最大化？

为了找到答案，研究人员将博弈论应用到两个顾问争夺客户注意力的场景中，结果发现，对于顾问来说，合理的解决方案是，在客户青睐的情况下如实沟通，而在被忽视的情况下撒谎。相关论文刊登于《交叉科学》上。

在7项抢注研究中，研究人员对802名参与者进行了测试，结果显示，按照上述方法做的顾问在竞争中始终胜过诚实的顾问。战略性欺骗在争取摇摆的个人投票者、匿名投票群体中的多数投票和沟通小组中的共识投票中的表现优于实话实说。

研究人员表示，该发现可能帮助解释了为何有时政治运动的成功是靠虚假信息发展起来的。（来源：中国科学报冯维维）

相关论文信息：

<https://doi.org/10.1016/j.isci.2021.103505>

<https://doi.org/10.1016/j.isci.2021.103505>

版权声明：凡本网注明来源：中国科学报、科学网、科学新闻杂志的所有作品，网站转载，请在正文上方注明来源和作者，且不得对内容作实质性改动；微信公众号、头条号等新媒体平台，转载请联系授权。邮箱：shouquan@stimes.cn。

作者：Ralf H.J.M. Kurvers 来源：《交叉科学》

更多 科学进展 请访问 <https://www.iikx.com/news/progress/>

本文版权归原作者所有，请勿用于商业用途，[爱科学iikx.com](http://www.iikx.com)转发