



ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟ ΜΑΘΗΜΑ

ΚΒΨ121: Θέματα Κοινωνικής Ψυχολογίας στον Κυβερνοχώρο Β'

Deepfakes & Παραπληροφόρηση: Η Gen Z στην Εποχή της Ψηφιακής Απάτης

Γερονικολάου Κυριακή Ευσταθία (Α.Μ. 7567132400007)

Τσέλα Κριστιάνα (Α.Μ. 7567132400012)

ΕΞΑΜΗΝΟ: Εαρινό

Ακαδ. Έτος 2024-25

CONTENTS



Εισαγωγή



Θεωρητικό Πλαίσιο



Μεθοδολογία



Συζήτηση



Συμπεράσματα

- Η πλοήγηση στον κυβερνοχώρο είναι ένα συχνό φαινόμενο και ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτού, αποτελεί η γενιά Z
- Οι ίδιοι γεννήθηκαν μέσα σε μια διαρκώς εξελισσόμενη ψηφιακή εποχή και κατά τον Prenksy (2001), χαρακτηρίζονται ως ψηφιακοί ιθαγενείς-αυτόχθονες.
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνουν αδιαμφισβήτητα την παγκόσμια διάδοση των πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο αλλά η ταχύτητα και η αναγνώριση επισπεύδουν την διασπορά και των ψευδών ειδήσεων (Aïmeur et al., 2023).

- Κατά τους Wu et al., 2019 η παραπληροφόρηση παρουσιάζεται ως ψευδές περιεχόμενο χωρίς την ύπαρξη πρόθεσης εξαπάτησης ή αντίθετα με πρόθεση η οποία διαδίδεται σκόπιμα και με σκοπό την παραπλάνηση.
- Η παραπληροφόρηση στον χώρο του διαδικτύου διαδίδεται εύκολα μέσω αυτοματοποιημένων λογαριασμών, μέσω ατόμων που ασκούν επιρροή και έχουν μεγάλη απήχηση στο κοινό καθώς και μέσω των αλγορίθμων που προτείνονται (Wu et al., 2019).
- Μέρος της εξαπάτησης αυτής αποτελούν και τα deepfakes που καταγράφουν ταυτόχρονη άνοδο με την τεχνική νοημοσύνη. Ο όρος deepfake παράγεται από “Deep Learning (DL)” και “Fake”, και παρουσιάζει μια ρεαλιστική μορφή μιας εικόνας ή ενός βίντεο με την υποστήριξη της τεχνητής νοημοσύνης (Rana et al., 2022).
- Συγγραφείς παρομοιάζουν την εμπειρία των deepfakes με αυτήν της εικονικής πραγματικότητας (VR). Και στις δύο περιπτώσεις αναπτύσσονται ψευδείς αναμνήσεις-εμπειρίες κάτι που επηρεάζει άμεσα την συμπεριφορά και την εικόνα του εαυτού (Hancock & Bailenson, 2021).

Θεωρητικό Πλαίσιο

- Δημιουργία για δημιουργικούς σκοπούς αλλά ελλοχεύουν κίνδυνοι
- Αλλοίωση προσωπικών αντιλήψεων των χρηστών ριζικά → διατάραξη κοινωνικής συνοχής

(Liv & Greenbaum, 2020)

Θεωρία κοινωνικής επιρροής

- Τα deepfakes λειτουργούν κατασταλτικά σε ό, τι αφορά τις κοινωνικές πεποιθήσεις (Friedkin, 1998)
- Η παραπληροφόρηση συνδράμει στην απουσία ελέγχου και αξιολόγησης πηγών (Tufekci, 2015)
- Μέσω της κανονιστικής επιρροής→ επιρροή της Γενιάς Z (φόβος απόρριψης, απομόνωση) (Deutsch & Gerard, 1955)

Θεωρία της επίδρασης των ΜΜΕ

- Τα ΜΚΔ λειτουργούν ως υποκατάστατα κοινωνικότητας (media interaction) (Nordlund, 1978)
- Η Γενιά Z βιώνει μία συναισθηματική εμπλοκή με deepfake περιεχόμενο- ευαλωτότητα στην παραπληροφόρηση
- Επιρροή γνωστικών, συναισθηματικών, ψυχολογικών διεργασιών (Dhahir et al., 2024)

Μεθοδολογία

- Θεματική βιβλιογραφική ανασκόπηση

Στόχος μελέτης:

- Συστηματική μελέτη και κατανόηση των φαινομένων:
 - Deepfake
 - Παραπληροφόρηση
- Εστίαση στην ψηφιακή εποχή και ειδικά στη Γενιά Z (Gen Z)

Αναζήτηση άρθρων σε βάσεις δεδομένων:

- PubMed
- Google Scholar
- Springer Nature Link
- Science Direct

Χρήση λέξεων-κλειδιών:

- Gen Z, deepfakes, disinformation

Κριτήρια επιλογής άρθρων:

- Ξενόγλωσση βιβλιογραφία
- Πρόσφατη δημοσίευση
- Εγκριτά επιστημονικά περιοδικά

Συζήτηση

- Ο όρος deepfake εμφανίστηκε πρώτη φορά το 2018 σε φόρουμ στο Reddit.
- Συγκαταλέγεται στις 5 πιο διαδεδομένες μορφές διαδικτυακής απάτης- Η Ισπανία είναι μία από τις χώρες που πλήττεται περισσότερο.
- Γίνεται λόγο για όρο ομπρέλα<κοινωνικές, ψυχολογικές, ηθικές προεκτάσεις.

(Singh & Dhiman, 2023)



- Διακινούνται κυρίως μέσω εφαρμογών (tik- tok, instagram, facebook)



Παραπλάνηση και σύγχυση χρηστών
(Borges et al., 2018; Britt et al., 2019)



Δυσκολία διάκρισης των αληθινών και μη γεγονότων

(Fletcher, 2018)

Από εργαλείο παραπληροφόρησης → εργαλείο επιρροής

Ενισχυμένο engagement μέσω τεχνητής προσωποποίησης

Συμπεράσματα

• Γίνονται αναφορές για τα ηθικά ζητήματα- προκλήσεις που εγείρονται αναφορικά με το εξεταζόμενο ζήτημα.

• Η παρούσα έρευνα ανέδειξε πώς η τεχνολογία των deepfakes και η διάδοση ψευδών πληροφοριών επηρεάζουν τους νέους της γενιάς Z.

• Η μελέτη εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο τα γεγονότα αυτά σχετίζονται με τη γενιά Z, εξετάζοντας την επίδρασή τους σε ψυχολογικό και κοινωνικό επίπεδο, είτε ως θεατές είτε ως παραγωγοί του περιεχομένου.

• Στόχος αποτελεί η κατανόηση των deepfakes και της παραπληροφόρησης μέσα από τη θεωρητική προσέγγιση μοντέλων που προέρχονται από την επικοινωνία, την ψυχολογία και την κοινωνιολογία.

Βιβλιογραφία

- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Borges, L., Martins, B., & Calado, P. (2019). Combining Similarity Features and Deep Representation Learning for Stance Detection in the Context of Checking Fake News. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), 1–26. <https://doi.org/10.1145/3287763>
- Britt, M. A., Rouet, J.-F., Blaum, D., & Millis, K. (2019). A Reasoned Approach to Dealing With Fake News. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 6(1), 94–101. <https://doi.org/10.1177/2372732218814855>
- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629–636. <https://doi.org/10.1037/h0046408>
- Dhahir, D. F., Kenda, N., & Dirgahayu, D. (2024). The Relationship of Digital Literacy, Exposure to AI-Generated Deepfake Videos, and the Ability to Identify Deepfakes in Generation X. *Jurnal Pekommas*, 9(2), 357–368. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v9i2.5873>
- Fletcher, J. (2018). Deepfakes, Artificial Intelligence, and Some Kind of Dystopia: The New Faces of Online Post-Fact Performance. *Theatre Journal*, 70(4), 455–471. <https://doi.org/10.1353/tj.2018.0097>
- Friedkin, N. E. (1998). *A Structural Theory of Social Influence* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511527524>

- Hancock, J. T., & Bailenson, J. N. (2021). The Social Impact of Deepfakes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(3), 149–152. <https://doi.org/10.1089/cyber.2021.29208.jth>
- Liv, N., & Greenbaum, D. (2020). Deep Fakes and Memory Malleability: False Memories in the Service of Fake News. *AJOB Neuroscience*, 11(2), 96–104. <https://doi.org/10.1080/21507740.2020.1740351>
- Nordlund, J.-E. (1978). Media Interaction. *Communication Research*, 5(2), 150–175. <https://doi.org/10.1177/009365027800500202>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rana, M. S., Nobi, M. N., Murali, B., & Sung, A. H. (2022). Deepfake Detection: A Systematic Literature Review. *IEEE Access*, 10, 25494–25513. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3154404>
- Singh, P., & Dhiman, Dr. B. (2023). Exploding AI-Generated Deepfakes and Misinformation: A Threat to Global Concern in the 21st Century. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4651093>
- Tufekci, Z. (2015). Facebook Said Its Algorithms Do Help Form Echo Chambers, and the Tech Press Missed It. *New Perspectives Quarterly*, 32(3), 9–12. <https://doi.org/10.1111/npqu.11519>
- Wu, L., Morstatter, F., Carley, K. M., & Liu, H. (2019). Misinformation in Social Media: Definition, Manipulation, and Detection. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 21(2), 80–90. <https://doi.org/10.1145/3373464.3373475>



Ευχαριστούμε για την προσοχή
