

Ψυχολογία του Διαδικτύου (ΨΧ109)

Διάλεξη 10 – Εξαπάτηση στο διαδίκτυο



Βασικό ερώτημα

- **Λέμε περισσότερα ψέματα στο διαδίκτυο;**
- Το διαδίκτυο δημιουργεί νέες δυνατότητες επικοινωνίας, αυτοπαρουσίασης και κοινωνικών σχέσεων.
- Παράλληλα, δημιουργεί και νέες δυνατότητες εξαπάτησης.
- Το βασικό ερώτημα είναι αν οι άνθρωποι είναι πιο απατηλοί στον κυβερνοχώρο απ' ό,τι στον φυσικό κόσμο.



Το παράδοξο αλήθειας/ψεμάτων

Οι Whitty και Joinson (2009) ονόμασαν το φαινόμενο **«παράδοξο αλήθειας/ψεμάτων»**.

Στο διαδίκτυο συχνά αποκαλύπτουμε περισσότερα για τον εαυτό μας απ' ό,τι σε διά ζώσης επικοινωνία.

Ταυτόχρονα, όμως, μπορεί να αποκρύπτουμε, να παραλείπουμε ή να παραποιούμε πληροφορίες.

Άρα η διαδικτυακή επικοινωνία μπορεί να είναι ταυτόχρονα **υπερειλικρινής** και **υπερανειλικρινής**.



Τι είναι εξαπάτηση;

Η εξαπάτηση είναι η συνειδητή μετάδοση ενός μηνύματος με σκοπό να δημιουργηθεί στον δέκτη μια ψευδής πεποίθηση ή ένα ψευδές συμπέρασμα.

Μπορεί να γίνει με λόγια, γραπτό κείμενο, χειρονομίες, πράξεις, παραλείψεις ή ακόμη και με σιωπή.

Το ψέμα είναι μία μορφή εξαπάτησης, αλλά η εξαπάτηση είναι ευρύτερη έννοια.



Γιατί η εξαπάτηση είναι σοβαρό ζήτημα;

Η εξαπάτηση δεν επηρεάζει μόνο τις πράξεις των ανθρώπων.

Επηρεάζει και τις πεποιθήσεις τους.

Όταν κάποιος ανακαλύπτει ότι εξαπατήθηκε, μπορεί να νιώσει αγανάκτηση, απογοήτευση, καχυποψία και αίσθημα αδικίας.

Σε κοινωνικό επίπεδο, η εμπιστοσύνη είναι απαραίτητη για τη συνεργασία, την επικοινωνία και την καθημερινή ζωή.



Γιατί το διαδίκτυο ευνοεί την εξαπάτηση;

Στο διαδίκτυο η επικοινωνία και η αυτοπαρουσίαση δεν συνδέονται πάντα με τη φυσική παρουσία του ατόμου.

Ο χρήστης μπορεί να ελέγχει τι αποκαλύπτει και τι αποκρύπτει.

Μπορεί να τροποποιήσει ή να κατασκευάσει στοιχεία της ταυτότητάς του.

Η ανωνυμία, η απόσταση και η απουσία άμεσων μη λεκτικών ενδείξεων διευκολύνουν ορισμένα είδη εξαπάτησης.



Ψηφιακή εξαπάτηση

Η ψηφιακή εξαπάτηση μπορεί να οριστεί ως ο σκόπιμος έλεγχος πληροφοριών σε ένα τεχνολογικά μεταδιδόμενο μήνυμα, με σκοπό τη δημιουργία ψευδούς πεποίθησης στον δέκτη.

Το διαδίκτυο δεν δημιουργεί απλώς περισσότερες ευκαιρίες για παραδοσιακά ψέματα.

Δημιουργεί και νέες μορφές εξαπάτησης που δεν είναι εύκολες ή δυνατές στον φυσικό κόσμο.



Κατηγορίες διαδικτυακής εξαπάτησης

Η εξαπάτηση στο διαδίκτυο μπορεί να πάρει διάφορες μορφές.

Μία κατηγοριοποίηση διακρίνει:

Εξαπάτηση ένταξης σε κατηγορία

Για παράδειγμα, κάποιος δηλώνει άλλο φύλο ή άλλη ηλικία.

Εξαπάτηση ελκυστικότητας

Για παράδειγμα, κάποιος παρουσιάζει παραποιημένη εικόνα της εμφάνισής του.

Απόκρυψη ταυτότητας

Για παράδειγμα, κάποιος αποφεύγει να αποκαλύψει ποιος πραγματικά είναι.



Η διάκριση του Hancock (2007)

Ο Hancock προτείνει δύο βασικούς τύπους ψηφιακής εξαπάτησης:

Εξαπάτηση ταυτότητας

Το άτομο δημιουργεί ψεύτικη ταυτότητα ή παρουσιάζει μια ανύπαρκτη σχέση.

Εξαπάτηση μηνύματος

Η ταυτότητα του ατόμου είναι γνωστή, αλλά το περιεχόμενο της επικοινωνίας είναι παραπλανητικό.



Εξαπάτηση ταυτότητας

Στην εξαπάτηση ταυτότητας, το άτομο αποκρύπτει ή παραποιεί στοιχεία όπως:

ηλικία, φύλο, φυλή, σεξουαλική προτίμηση, υγεία, εμφάνιση ή κοινωνική θέση.

Ο κυβερνοχώρος προσφέρει περισσότερες δυνατότητες διαχείρισης ταυτότητας από τον φυσικό κόσμο.

Αυτό δεν σημαίνει ότι κάθε απόκρυψη είναι κακόβουλη.

Μερικές φορές η απόκρυψη ταυτότητας λειτουργεί προστατευτικά, ειδικά όταν ένα άτομο φοβάται στιγματισμό.



Άβαταρ και εξαπάτηση

- Ακόμη και σε περιβάλλοντα όπου οι χρήστες εμφανίζονται μέσω άβαταρ, υπάρχει δυνατότητα παραποίησης της ταυτότητας.
- Τα άβαταρ μπορεί να αυξήσουν την αντιλαμβανόμενη απόσταση μεταξύ πομπού και δέκτη.
- Αυτό μπορεί να μειώσει το άγχος του ατόμου που εξαπατά.
- Έτσι, η εξαπάτηση μπορεί να βιώνεται διαφορετικά σε ένα καθαρά κειμενικό περιβάλλον και σε ένα περιβάλλον με άβαταρ.



Η εξαπάτηση δεν έχει πάντα ίδιο νόημα

Δεν είναι όλοι οι διαδικτυακοί χώροι ίδιοι.

Σε κάποιους χώρους η εξαπάτηση είναι πιο εύκολη.

Σε άλλους, όπως επαγγελματικά κοινωνικά δίκτυα, η δημόσια έκθεση μπορεί να περιορίζει την πιθανότητα ψεύδους.

Η πιθανότητα αποκάλυψης παίζει σημαντικό ρόλο.

Όσο πιο δημόσιο και επαληθεύσιμο είναι ένα προφίλ, τόσο πιο δύσκολη γίνεται η εξαπάτηση.



Παράδειγμα: LinkedIn και βιογραφικά

Έρευνα των Guillory και Hancock (2012) εξέτασε την εξαπάτηση σε παραδοσιακά βιογραφικά και σε προφίλ LinkedIn.

Οι συμμετέχοντες ήταν λιγότερο πιθανό να πουν ψέματα σε δημόσια προφίλ LinkedIn.

Στα δημόσια προφίλ απέφευγαν κυρίως τα ψέματα σε επαληθεύσιμες πληροφορίες.

Αντίθετα, ήταν πιθανότερο να παραποιήσουν μη επαληθεύσιμα στοιχεία, όπως ενδιαφέροντα ή χόμπι.



Μινχάουζεν διά του διαδικτύου

- Το «**Μινχάουζεν διά του διαδικτύου**» περιγράφει περιπτώσεις όπου ένα άτομο προσποιείται στο διαδίκτυο ότι πάσχει από σοβαρή ή χρόνια ασθένεια.
- Στόχος μπορεί να είναι η προσοχή, η συμπόνια, η υποστήριξη ή η δημιουργία ισχυρών συναισθηματικών δεσμών.
- Πρόκειται για χαρακτηριστικό παράδειγμα εξαπάτησης ταυτότητας.



Η περίπτωση «Άλεξ» και «Τζόαν»

Ένας άνδρας ψυχίατρος δημιούργησε μια γυναικεία διαδικτυακή περσόνα, την «Τζόαν».

Η Τζόαν παρουσιαζόταν ως γυναίκα με σοβαρό τραύμα, αναπηρία και συναισθηματικές δυσκολίες.

Η περσόνα αυτή δημιούργησε έντονες σχέσεις εμπιστοσύνης με μέλη μιας διαδικτυακής κοινότητας.

Όταν αποκαλύφθηκε η εξαπάτηση, η κοινότητα ένιωσε προδοσία και οργή.



Τι μας δείχνει η περίπτωση Τζόαν;

Η υπόθεση δείχνει ότι η διαδικτυακή εξαπάτηση μπορεί να έχει πολλά κίνητρα:

- πειραματισμό με την ταυτότητα, ανάγκη για φροντίδα και ενσυναίσθηση, επιθυμία για συμπόνια, ανάγκη οικειότητας ή σεξουαλικό όφελος.

Δείχνει επίσης ότι οι διαδικτυακές σχέσεις μπορούν να είναι πολύ έντονες συναισθηματικά.

Γι' αυτό και η αποκάλυψη της εξαπάτησης μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες.



Εξαπάτηση μηνύματος

Στην εξαπάτηση μηνύματος, η ταυτότητα των ατόμων είναι γνωστή.



Ωστόσο, το περιεχόμενο του μηνύματος είναι ψευδές ή παραπλανητικό.
Παραδείγματα:

«Άργησα λόγω κίνησης», ενώ στην πραγματικότητα ξεκίνησα αργά.

«Είμαι άρρωστος», ενώ απλώς δεν θέλω να πάω σε μια εκδήλωση.



Είναι πάντα βλαβερή η εξαπάτηση μηνύματος;

Όχι απαραίτητα.

Μερικά ψέματα μπορεί να προστατεύουν την ιδιωτικότητα ή να διατηρούν την κοινωνική συνοχή.

Για παράδειγμα, ένα «αθώο ψέμα» μπορεί να ειπωθεί για να μη στενοχωρηθεί κάποιος.

Ωστόσο, ακόμη και τα «αθώα» ψέματα εγείρουν ηθικά και κοινωνικά ερωτήματα.



Όταν συνδυάζονται οι δύο μορφές εξαπάτησης

- Η εξαπάτηση ταυτότητας και η εξαπάτηση μηνύματος μπορούν να εμφανίζονται μαζί.
- Παράδειγμα: διαδικτυακές απάτες μαζικής προώθησης ή ερωτικές απάτες.
- Ο δράστης μπορεί να χρησιμοποιεί ψεύτικη περσόνα και ταυτόχρονα να λέει ψέματα για την τοποθεσία του, την οικονομική του κατάσταση ή τους λόγους για τους οποίους ζητά χρήματα.



Λέμε συχνότερα ψέματα στο διαδίκτυο;

Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι η εξαπάτηση είναι διαδεδομένη στο διαδίκτυο.

Πράγματι, έρευνες έχουν δείξει ότι οι άνθρωποι λένε ψέματα online για στοιχεία όπως ηλικία, εμφάνιση ή προσωπικές πληροφορίες.

Όμως το ερώτημα είναι πιο σύνθετο.

Δεν αρκεί να συγκρίνουμε «διαδίκτυο» και «φυσικό κόσμο».

Πρέπει να συγκρίνουμε διαφορετικά μέσα επικοινωνίας.



Πρώτα ερευνητικά ευρήματα

Οι Cornwell και Lundgren (2001) διαπίστωσαν ότι οι συμμετέχοντες ήταν πιθανότερο να πουν ψέματα για ηλικία και εμφάνιση σε διαδικτυακούς ερωτικούς συντρόφους.

Οι Whitty και Gavin (2001) βρήκαν ότι ορισμένοι θεωρούσαν κοινωνικά αποδεκτά κάποια «αθώα» ψέματα στο διαδίκτυο.

Ιδίως όταν τα ψέματα αύξαναν τις πιθανότητες επικοινωνίας με άλλους.



Εργαστηριακές μελέτες

Έρευνες έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες μπορεί να είναι πιο πρόθυμοι να πουν ψέματα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου παρά χειρόγραφα.

Άλλες έρευνες βρήκαν περισσότερη εξαπάτηση σε ψηφιακή επικοινωνία παρά σε διά ζώσης συνομιλίες.

Ωστόσο, οι εργαστηριακές μελέτες έχουν περιορισμούς.

Δεν αναπαριστούν πάντα τις πραγματικές συνθήκες επικοινωνίας.



Θεωρία κοινωνικής απόστασης

Η θεωρία της κοινωνικής απόστασης υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι προτιμούν να λένε ψέματα σε λιγότερο «πλούσια» μέσα.

Ο λόγος είναι ότι αυτά τα μέσα μειώνουν την άμεση κοινωνική πίεση.

Επίσης μειώνουν τα μη λεκτικά στοιχεία που μπορεί να προδώσουν το ψέμα.

Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο θα ευνοούσε περισσότερο την εξαπάτηση.



Θεωρία μεσικού πλούτου

Η θεωρία του μεσικού πλούτου υποστηρίζει το αντίθετο.

Επειδή τα ψέματα είναι σύνθετα και αμφίσημα, οι άνθρωποι μπορεί να προτιμούν πλούσια μέσα επικοινωνίας.

Τα πλούσια μέσα επιτρέπουν άμεση ανατροφοδότηση, χρήση φωνής, εκφράσεων και προσαρμογή του μηνύματος.

Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, τα ψέματα θα ήταν συχνότερα στη διά ζώσης επικοινωνία και στο τηλέφωνο.



Ημερολογιακή μελέτη Hancock

Σε μελέτη ημερολογίου, οι συμμετέχοντες κατέγραφαν τα ψέματα που έλεγαν για επτά ημέρες.

Βρέθηκε ότι έλεγαν κατά μέσο όρο 1,6 ψέματα την ημέρα.

Τα περισσότερα ψέματα ειπώθηκαν διά ζώσης.

Όμως η μεγαλύτερη αναλογία ψεμάτων ανά μέσο παρατηρήθηκε στο τηλέφωνο.

Η μικρότερη αναλογία παρατηρήθηκε στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.



Το μοντέλο χαρακτηριστικών

Ο Hancock και οι συνεργάτες του πρότειναν το **μοντέλο χαρακτηριστικών**.

Το μοντέλο εξετάζει τρία χαρακτηριστικά των μέσων:

Συγχρονία

Αν η επικοινωνία γίνεται σε πραγματικό χρόνο.

Καταγραφή

Αν το μήνυμα μπορεί να αποθηκευτεί ή να ανακτηθεί αργότερα.

Κατανομή

Αν οι συνομιλητές βρίσκονται σε διαφορετικό χώρο.



Τι προβλέπει το μοντέλο χαρακτηριστικών;

Τα ψέματα αναμένονται συχνότερα
σε μέσα που είναι:

- σύγχρονα, κατανεμημένα και χωρίς καταγραφή.

Η σύγχρονη επικοινωνία δημιουργεί
περισσότερες αυθόρμητες
ευκαιρίες για ψέματα.

Η έλλειψη καταγραφής μειώνει τον
φόβο μελλοντικής αποκάλυψης.

Η χωρική απόσταση διευκολύνει
την απόκρυψη ορισμένων
πληροφοριών.



Γιατί το τηλέφωνο ευνοεί τα ψέματα;

Το τηλέφωνο είναι σύγχρονο μέσο.

Επιτρέπει άμεση επικοινωνία και αυθόρμητες απαντήσεις.

Συνήθως δεν καταγράφεται.

Επίσης οι συνομιλητές δεν βρίσκονται στον ίδιο χώρο.

Άρα κάποιος μπορεί πιο εύκολα να αποκρύψει στοιχεία της κατάστασής του.

Για παράδειγμα, μπορεί να πει ότι είναι αλλού ή ότι κάνει κάτι άλλο.



Περιορισμοί του μοντέλου χαρακτηριστικών

Το μοντέλο χαρακτηριστικών δεν εξηγεί όλες τις περιπτώσεις.

Η πιθανότητα εξαπάτησης επηρεάζεται και από:

- το είδος του ψέματος,
- τη σχέση με τον αποδέκτη,
- το αν το ψέμα είναι αυθόρμητο ή προσχεδιασμένο,
- το πόσο σοβαρές είναι οι συνέπειες,
- το αν υπάρχει κίνδυνος αποκάλυψης.



Ιδιοτελή και προστατευτικά ψέματα

- Οι Whitty και Carville (2008) διέκριναν ανάμεσα σε:
- **Ιδιοτελή ψέματα**
Λέγονται για να ωφεληθεί ο ψεύτης.
- **Ψέματα χάριν του άλλου**
Λέγονται για να προστατευτεί συναισθηματικά ο άλλος.
- Το είδος του ψέματος επηρεάζει το μέσο που επιλέγουμε.



Ιδιοτελή ψέματα

Τα ιδιοτελή ψέματα προκαλούν
περισσότερο άγχος.

Γι' αυτό οι άνθρωποι μπορεί να
προτιμούν μέσα με μεγαλύτερη
κοινωνική απόσταση, όπως το
ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Ένα τέτοιο ψέμα είναι πιο δύσκολο να
ειπωθεί σε κοντινά άτομα, επειδή
αυτά γνωρίζουν περισσότερα για την
καθημερινότητά μας.



Ψέματα χάριν του άλλου

- Τα προστατευτικά ψέματα λέγονται για να μη στενοχωρηθεί κάποιος.
- Οι άνθρωποι είναι πιθανότερο να πουν τέτοια ψέματα σε κοντινά τους άτομα.
- Όταν ο στόχος είναι συναισθηματικά σημαντικός, το μέσο επικοινωνίας μπορεί να έχει μικρότερη σημασία.
- Η πρόθεση εδώ δεν είναι η βλάβη, αλλά η προστασία του άλλου.



Μελέτη Whitty et al. 2012)

Οι Whitty και συνεργάτες χρησιμοποίησαν μέθοδο ημερολογίου με περισσότερους συμμετέχοντες και περισσότερα μέσα επικοινωνίας.

Εξέτασαν:

- διά ζώσης επικοινωνία, τηλέφωνο, κοινωνικά δίκτυα, άμεσα μηνύματα, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και SMS.

Τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν μόνο εν μέρει το μοντέλο χαρακτηριστικών.

Το τηλέφωνο παρέμεινε μέσο με υψηλή πιθανότητα ψεύδους.



Αναγνώριση της εξαπάτησης

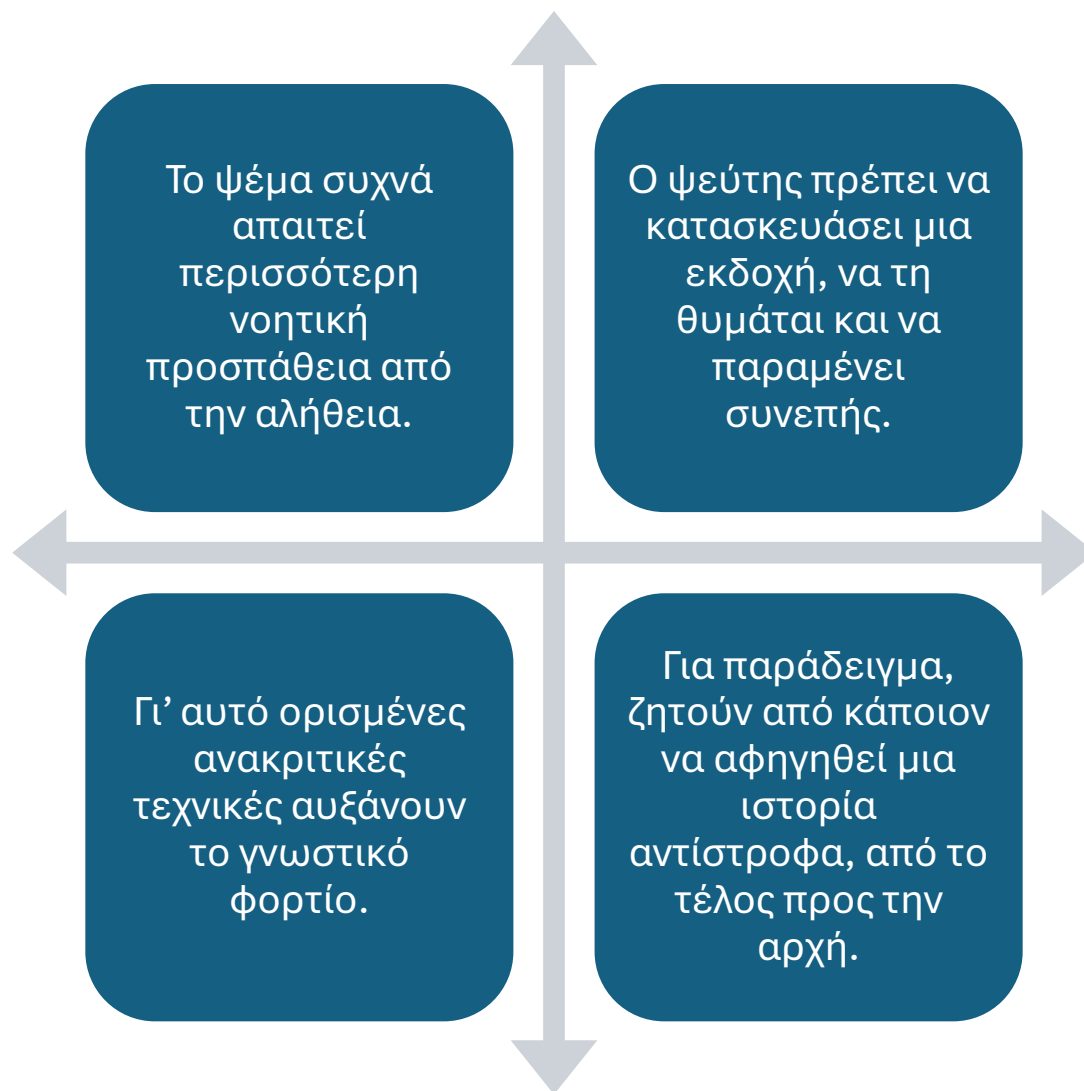
Οι άνθρωποι γενικά δεν είναι καλοί στην αναγνώριση ψεμάτων.

Αυτό ισχύει ακόμη και για εκπαιδευμένους επαγγελματίες, όπως αστυνομικούς.

Η ανίχνευση της εξαπάτησης είναι δύσκολη, επειδή δεν υπάρχει ένα μοναδικό και αξιόπιστο σημάδι ψεύδους.



Γνωστικό φορτίο και ψέματα





Ελεγχόμενη γνωστική ενεργοποίηση

- Σε ελέγχους ασφάλειας έχει αναπτυχθεί η μέθοδος της **ελεγχόμενης γνωστικής ενεργοποίησης**.
- Η μέθοδος βασίζεται σε ερωτήσεις που ζητούν επαληθεύσιμες πληροφορίες.
- Ο ειλικρινής συνομιλητής βιώνει τη διαδικασία σαν φυσική συζήτηση.
- Ο ψεύτης δυσκολεύεται περισσότερο, επειδή πρέπει να παραμένει συνεπής, συγκεκριμένος και πειστικός.



Μη λεκτικές ενδείξεις ψεύδους

Σε μη παραβατικούς πληθυσμούς, οι ψεύτες μπορεί να εμφανίζουν:

- υπερβολικά ελεγχόμενη συμπεριφορά,
- λιγότερες χειρονομίες,
- μειωμένο ρυθμό ομιλίας,
- νευρικά χαμόγελα,
- δισταγμούς,
- διακοπές στην ομιλία,
- αυξημένες νευρικές κινήσεις.

Ωστόσο, καμία ένδειξη δεν αποδεικνύει από μόνη της την εξαπάτηση.



Το διαδίκτυο ως ευκαιρία ανίχνευσης

Το διαδίκτυο δεν
προσφέρει μόνο
ευκαιρίες
εξαπάτησης.

Προσφέρει και
νέες ευκαιρίες
αναγνώρισης της
εξαπάτησης.

Πολλά ψηφιακά
μέσα αφήνουν
ίχνη: μηνύματα,
αρχεία, προφίλ,
χρονικές
σημάνσεις και
γλωσσικά μοτίβα.

Αυτά μπορούν να
αξιοποιηθούν σε
έρευνες και σε
ποινικές
υποθέσεις.



Γλωσσικό αποτύπωμα

Η ανάλυση γλώσσας μπορεί να βοηθήσει στον εντοπισμό πολλαπλών ή ψεύτικων διαδικτυακών ταυτοτήτων.



Οι ερευνητές εξετάζουν:

συχνότητες λέξεων,

γραμματικές κατηγορίες,

σημασιολογικά πεδία,

ύφος γραφής.



Έτσι μπορούν να δημιουργήσουν ένα είδος «υφολογικού γλωσσικού αποτυπώματος».



Εφαρμογές ανίχνευσης εξαπάτησης

- Η ανίχνευση ψηφιακής εξαπάτησης μπορεί να χρησιμοποιηθεί για:
 - εντοπισμό απατεώνων,
 - διερεύνηση ερωτικών απατών,
 - ανίχνευση πολλαπλών ψεύτικων προφίλ,
 - προστασία ανηλίκων,
 - αντιμετώπιση διαδικτυακής χειραγώγησης,
 - υποστήριξη ποινικών ερευνών.



Βασικά συμπεράσματα

Το διαδίκτυο δημιουργεί νέες ευκαιρίες για εξαπάτηση.

Η εξαπάτηση μπορεί να αφορά την ταυτότητα ή το περιεχόμενο του μηνύματος.

Οι άνθρωποι δεν λένε απαραίτητα περισσότερα ψέματα σε όλα τα διαδικτυακά μέσα.

Το τηλέφωνο, λόγω των χαρακτηριστικών του, φαίνεται να ευνοεί ιδιαίτερα ορισμένα ψέματα.

Η ανίχνευση της εξαπάτησης παραμένει δύσκολη, αλλά τα ψηφιακά ίχνη δημιουργούν νέες δυνατότητες.