



# Fenomén lhaní v prostředí internetu

Štěpán Konečný

Masarykova univerzita  
Fakulta sociálních studií, Institut výzkumu dětí, mládeže a rodiny



M A S A R Y K O V A U N I V E R Z I T A

Fakulta sociálních studií  
Institut výzkumu dětí, mládeže a rodiny

# FENOMÉN LHANÍ V PROSTŘEDÍ INTERNETU

Štěpán Konečný

Brno 2011

Publikace vznikla v rámci řešení výzkumného záměru MŠMT 0021622406  
„Psychologické a sociální charakteristiky dětí, mládeže a rodiny: vývoj  
osobnosti v době proměn moderní společnosti“.

**Recenzent:**

PhDr. Markéta Niederlová, Ph.D.

**Vědecký redaktor:**

doc. PhDr. David Šmahel, Ph.D.

© 2011 Štěpán Konečný

© 2011 Masarykova univerzita

ISBN 978-80-210-7665-5 (online : pdf)

ISBN 978-80-210-5488-2 (brožovaná vazba)

## Poděkování

Chtěl bych na tomto místě poděkovat Mojmíru Tyrlíkovi za jeho vědeckou, ale zejména lidskou podporu. Davidu Šmahelovi za vstřícné poskytnutí výzkumných dat a přínosné diskuse. Petru Mackovi za jeho laskavost a nekonečnou trpělivost. Honzovi Širůčkovi za objevení světa strukturálních modelů. Svě manželce Věrice za její podporu a také svému synku Kryštofovi, který trpělivě vyčkával na odevzdání obou našich prací, i když už by byl zjevně raději mezi námi.

# Obsah

1	Úvod	6
2	Teoretická část	9
2.1	Lhaní jako součást každodenního života	9
2.2	Různé důvody ke lhaní	10
2.3	Rozdíly ve lhaní mužů a žen	12
2.4	Lhaní závislé na věku	14
2.5	Kognitivní předpoklady a souvislosti lhaní	15
2.5.1	Role vnímání při detekci lži	15
2.5.2	Vliv myšlení a paměti na produkci lži	16
2.5.3	Emoční prožívání lhaní	17
2.5.4	Schopnost odhalit lež	18
2.6	Online komunikace	20
2.6.1	Specifika počítačově zprostředkované komunikace (CMC)	22
2.6.2	Absence neverbálních návodů smyslu sdělení a záměrů druhého	23
2.6.3	Synchronní versus asynchronní komunikace	23
2.6.4	Rozdíly v chování mužů a žen na internetu – aneb má ještě smysl sledovat ženy a muže?	23
2.7	Specifika různých internetových prostředí	25
2.8	Psychologie uživatelů internetu	28
2.8.1	Anonymita	28
2.8.2	Disinhibice, sebeotevření (Self-disclosure)	30
2.8.3	Snížení důležitosti fyzického vzhledu	32
2.8.4	Kontrola nad komunikací	32
2.8.5	Snadnost ve vyhledání nám podobných lidí	33
2.8.6	Experimentování s online identitou	33
2.9	Vztahy na internetu	35
2.9.1	Navazování vztahů	35
2.9.2	Virtuální flirtování	37
2.10	Lhaní na internetu	38
2.10.1	Nejčastější důvody lhaní na internetu	39
2.10.2	Možnost detekce lži ve virtuálním prostředí	43
2.11	Shrnutí teoretické části a cíle výzkumu	45
3	Empirická část	49
3.1	Výzkumný soubor	49

3.2	Studie 1	50
3.2.1	Metoda a operacionalizace pojmů	50
3.2.2	Míra lhaní v České republice	50
3.2.3	Adresát lži	52
3.2.4	Témata lži a prostředí internetu	55
3.2.5	Lhaní o svém věku	55
3.2.6	Lhaní o pohlaví	57
3.2.7	Lhaní o povolání	57
3.2.8	Lhaní o vzdělání	59
3.2.9	Lhaní o příjmu	61
3.2.10	Lhaní o vzhledu	62
3.3	Studie 2	66
3.3.1	Metoda a operacionalizace pojmů	66
3.3.2	Vztah rodinného stavu a lhaní na internetu	68
3.3.3	Navazování romantických vztahů a lhaní	71
3.3.4	Virtuální přátelé ve vztahu se lhaním na internetu	75
3.3.5	Komunity	77
3.3.6	Komunikace	89
3.4	Studie 3	91
3.4.1	Metoda a operacionalizace pojmů	92
3.4.2	Modely predikce lhaní na internetu založené na tématu a prostředí lži	93
3.4.3	Predikce lhaní na internetu pomocí setu proměnných z oblasti přátelství, komunikace, ochoty řešit osobní problém na internetu a změn kontaktů s lidmi	96
4	Závěr	101
5	Literatura	103
6	Tabulky výsledků	113
7	Jmenný rejstřík	118

# 1 Úvod

Internet během svého vývoje byl zpočátku spíše méně obvyklou, a tedy i opomíjenou součástí života zanedbatelného množství odborníků. Rozvoj technologií však posunul elektronickou komunikaci od jejího původního „umožnění“ až k dnešnímu „usnadnění“ i pro běžné uživatele. Souběžně s masovým používáním dalších informačních technologií se v několika posledních letech do užšího zájmu výzkumníků dostává i psychologie uživatelů internetu.

Internetová komunikace či jiné činnosti v tomto prostředí vytvářejí pro jedince celou řadu příležitostí, jak být v každodenním kontaktu s lidmi, kteří jsou mu nějakým způsobem blízcí či důležití. Umožňuje nám však také si takové nové jedince hledat, objevovat vlastní identitu. I když přímé důsledky používání internetu na jedince jsou jen obtížně měřitelné a naplňování vlastních potřeb zde je značně individuální, společným jmenovatelem těchto činností je značné množství času, který zde dobrovolně trávíme. Množství činností a míra času na internetu stráveném pak přímo vypovídá o jeho osobní důležitosti pro každého jedince. To přirozeně ovlivňuje celou řadu činností, které v běžném světě děláme nebo bychom rádi dělali.

Možnosti vlastní sebe prezentace online jsou však již v dnešní době plně souměřitelné s prezentací sebe sama v běžném životě a sebe prezentace se v prostředí internetu stává důležitou součástí identity jedince. Nabízí se srovnání těchto (sebe)prezentací. V běžném životě na člověka nahlížíme jak prostřednictvím informací, které jsou nám nejčastěji bezprostředně dostupné z jeho chování, tak informací, které nám tato osoba o sobě sděluje víceméně záměrně. Při vzájemném kontaktu v prostředí sítí se však tento relativně vyvážený poměr dramaticky přesouvá k záměrnému prezentování informací o osobě. Internet zde na první pohled reprezentuje svět bez možnosti bezprostřední kontroly prezentovaných informací. Jedinou náповědí o lži může být nekonzistence či protichůdnost ve výpovědi. Online prostředí tak nabízí subjektu v prezentaci informací relativně velkou svobodu, kde snaha přesvědčit druhého, že předkládaná prezentace sebe je pravdivá, má velkou naději na úspěch.

Výsledky internetových výzkumů během let vyvolaly řadu psychologicky velmi zajímavých otázek, jejichž zodpovězení spíše než naplnění znalosti podpořilo vznik otázek nových. Jaké podmínky jsou nutné k udržení alternativních sebe prezentací, od kterého bodu jsou tyto sebe prezentace zkrslené a kdy již vytvářejí novou, alternující identitu? Kdy začíná žít tato nová identita na internetu svým vlastním životem? Tyto a mnoho dalších otázek



dávají tušit velký potenciál pro psychology orientující se na výzkum chování na internetu. Není proto překvapením, že během posledních dvou dekad byly tyto výzkumy díky své bohatosti poněkud méně zaměřeny na recipienta, tedy někoho, komu je předchozí prezentace určena a který si na základě kognitivních návodů aktivně konstruuje reprezentaci osoby na „druhé straně“. V této konstrukci se podobně jako v běžném světě uplatňuje sociální kognice. Poměrně málo je tak například známo, nakolik se reprezentace záměrně vytvořená příjemcem shoduje s osobou prezentujícího, popřípadě s osobou samotného tvůrce. U obou se mohou uplatňovat další faktory: účel vytvářené prezentace, možnosti virtuálního prostředí a další. Důležitá je však také kupříkladu ochota recipienta kriticky nahlížet na vytvořenou reprezentaci jako na nepřesnou, neúplnou či prezentujícím záměrně zkreslenou či zda tuto reprezentaci sice považuje za relativně nespolehlivou, nicméně v jednání ji zcela ztotožňuje s reprezentovanou osobou. Dále je možné, že se vnímaná demokratičnost online prostředí projevuje i v míře uveřejňovaných osobních informací. Pokud se někdo rozhodne údaje o sobě zveřejnit a přitom je jeho rozhodnutí dobrovolné, je pro recipienta snazší těmto předkládaným datům spíše věřit, nežli k nim přistupovat *a priori* kriticky, a to navzdory tomu, že *de facto* chybí možnost zpochybnění těchto dat na základě například vizuálních návodů. To na jedné straně může ústít v nevinou zábavu dvou lidí, na druhé straně je zde vždy riziko zneužití.

Ještě méně pozornosti bylo mezi výzkumníky věnováno jedné ze základních oblastí psychologie: vlivy prostředí. Nakolik virtuální prostředí vznik a prezentaci alternujících psychických jevů, jako je chování, identita, prožívání apod., na jedné straně umožňuje, ale nakolik na druhé straně virtuální prostředí takovéto jevy samo podněcuje? Nejčastěji bývá výzkumníky všeobecně konstatováno, že internet slouží pouze jako médium, které člověku umožňuje projevit své potřeby či přání a samo o sobě nemá velkou váhu, nicméně přesnější důkazy chybí. A právě vlivem různých virtuálních prostředí na lhaní se budeme mimo jiné zabývat i v této práci.

Lež či lhaní jako takové bývá obecně považováno za poměrně rozšířený a nežádoucí sociální jev, a to nezávisle na tom, zdali se uskutečňuje v běžném životě či v online virtuálním prostředí. Na internet je v kontextu lhaní často nahlíženo někdy až z extrémních perspektiv. Nejběžněji dostupnou prezentaci internetu nacházíme prostřednictvím masmédií. Ta obvykle naznačují, že virtuální svět představuje pro uživatele něco jako džungli plnou různých nástrah a predátorů, číhajících zejména na nejmladší oběti. Anonymita těchto prostředí je takřka dokonalá, člověk vystupuje pod smyšlenou přezdívkou (nickem) a šance na jeho dopadení jsou téměř nulové. Lživá prezentace predátora má sloužit k dostání se blíže k oběti, přičemž cílem je setkání tváří v tvář. Účelem předchozích vět není problém bagatelizovat,

neboť k takovýmto jevům přirozeně dochází, jako problematický však vidíme fakt, že lhaní na internetu je často automaticky spojováno s deviantním chováním v běžném světě. Přitom lhaní na internetu nemusí být o nic více zastoupeným jevem, než jaký můžeme pozorovat v našich každodenních konverzacích s kolegy v práci, rodinou či partnerem. Jelikož o lhaní v běžném životě byla publikována celá řada prací (DePaulo, Kirkendol, Kashy, Wyer, Epstein, 1996; Feldman, Forrest, Happ, 2002; Kashy, DePaulo, 1996; a další), nabízí se možnost přímého srovnání nejen množství, ale zejména témat různých lží ve světě virtuálním. Základní výzkumnou otázkou, která se týká lhaní na internetu, rozvíjíme z hlediska vlivu různých online prostředí, rodové odlišnosti, specifických témat lži, různých forem online komunikace. Zjišťujeme také, které další faktory se podílejí na ochotě lhát na internetu.

Je evidentní, že lhaní na internetu vzbuzuje celou řadu psychologicky zajímavých otázek. Tato práce si klade za cíl alespoň na některé z nich kvalifikovaně odpovědět, na některé s pomocí již hotových výsledků vědeckých prací různých výzkumníků v teoretické části práce, na jiné doposud nezkoumané pak v empirické části a diskusi.

Nejprve pojednáme stávající poznatky o lhaní jako psychologickém problému běžného života, kognitivních předpokladech a souvislostech lhaní. Dále popíšeme některá specifika počítačově zprostředkované komunikace (*computer mediated communication* – dále jako CMC), která významně ovlivňují jak formu komunikace na internetu, tak její obsah. Blíže se zaměříme na specifikaci jednotlivých internetových prostředí, psychologické fenomény uplatňující se v CMC, jako je anonymita či disinhibice, navazování vztahů v kontextu klamání a lhaní na internetu jako takového. V empirické části monografie zohledníme faktory jako motivace a vliv virtuálního prostředí či věku a lhaní na internetu popíšeme co možná nekomplexněji i na základě pohlaví lhářů. Další část bude zaměřena na oblast mezilidských vztahů, popisuje povahu vztahu k virtuálním přátelům a známým v kontextu lhaní a také vytváření nových, romantických vztahů ve virtuálním prostředí. V poslední části se budeme věnovat prediktorům lhaní na internetu.

## 2 Teoretická část

### 2.1 Lhaní jako součást každodenního života

Lhaní je v našem běžném životě bezprostředně spojeno s otázkou důvěry. Důvěra proniká většinou našich každodenních činností, neboť moderní život je charakterizován vysokou závislostí na činnostech ostatních lidí (Giddens, 1990). To, že se ostatní lidé zaměřují na činnosti, které nemusíme vykonávat my sami, nám dovoluje vysoce se specializovat na ty činnosti, které ovládneme lépe než ostatní, zatímco se spoléháme na to, že pro nás někdo vypěstuje jídlo či vzdělá naše děti. Otázka důvěry se objevuje zejména v situacích, ve kterých je zažívána určitá míra nejistoty vzhledem k výsledku a kde tento výsledek má pro jedince určitou hodnotu (Mayer, Davis, Schoorman, 1995). Nejistota vzniká ve chvíli, kdy výsledek závisí na jednání druhých, do jejichž uvažování nebo činnosti má důvěřující jedinec pouze omezený náhled (Giddens, 1990). Tento fakt je zcela zásadní v online prostředí internetu, kde se primárně důvěra projevuje ve sdílení osobních informací s druhými lidmi.

Lhaní je v psychologické literatuře věnováno relativně málo pozornosti. Zatímco v klinické psychologii bývá lhaní nahlíženo jako projev problémového chování (například Stouthamer-Loeber, Loeber, 1986), v sociální psychologii, která se zaměřuje na osobnost a situační koreláty lhaní (DePaulo et al., 1996; Kashy, DePaulo, 1996), nebo ve vývojové psychologii, která studuje lhaní v dětství z pohledu Piagetovy morální a kognitivní teorie (Bussey, 1992; Peterson, 1995), lhaní tuto „patologickou“ podobu nemá. V těchto případech je lhaní studováno jako jedna z forem sebeprezentace bez jednoznačně hodnotícího charakteru. Lhaní jako takové lze považovat za běžnou součást našeho života (DePaulo et al., 1996; Feldman et al., 2002). Lži mohou nabývat celé škály závažnosti, triviální lži počínaje a závažnou lží konče.

Zcela zásadní charakteristikou lži je to, že musí mít cíleně klamavý charakter. To vylučuje taková sdělení, která jsou mnohoznačná, ironická či nějakým způsobem vtipná, ale kdy jejich výsledkem je pouze mylná interpretace. Mnoho lží vzniká neplánovaně v běžné konverzaci s druhými lidmi. Některé studie (DePaulo et al., 1996; Hancock, Thom-Santelli, Ritchie, 2004) dokládají, že běžně použijeme jednu až dvě lži během dne. V některých případech však frekvence lhaní může být až závažnější. J. M. Tyler a R. S. Feldman (2004) při měření frekvence lhaní zjistili minimálně jednu lež u téměř 80 % respondentů během pouhých deseti minut sledované konverzace.

Co je však nejčastěji míněno jako lež? Kde je hranice mezi přeháněním a lží? Problematika vymezení lži není zdaleka tak jasná a ohraničená, jak

by se dalo předpokládat. Komunikaci je vhodné vnímat jako kontinuální přechod mezi pravdou a lží. Lhaním nejčastěji rozumíme záměrné uvádění někoho v omyl. Mohou se však vyskytnout i situace, kdy si nejsme pravdou úplně jisti. O lhaní můžeme uvažovat například jako o strategii zvládnání běžných situací, abychom zapůsobili na ostatní, vyhnuli se trestu či abychom někoho (včetně sebe) potěšili. Lež je také možno vnímat jako formu zábavy, experiment, test. Variabilita různých důvodů proč lhát je skutečně obrovská a budeme se jí podrobně věnovat v samostatné kapitole. Je samozřejmě také možné lhát sám sobě. V empirické části této práce je se lží pracováno jako se záměrným klamáním jedné či více osob.

## 2.2 Různé důvody ke lhaní

Většina lží, snad vyjma sebeklamu, má nesporně společenský charakter. Mnoho lží v každodenním životě zůstane neodhaleno, nemají závažný obsah. Takové lži mají pouze funkci vyhnutí se konfliktu či chtění být na někoho milý a příjemný, nebo jen mají napomoci plynulosti konverzace (DePaulo, Kashy, 1998; DePaulo et al., 1996; Kashy, DePaulo, 1996). Jelikož jejich závažnost není hodnocena vysoce, není proto ani strach z odhalení příliš velký. Různé motivy lži mají různou závažnost, a tedy i rozdílně velký vliv na její následnou akceptabilitu. Zatímco z pohledu běžných společenských norem lži ostatních lidí vnímáme jako obecně špatné, naše vlastní mohou být v určitém kontextu brány jako poměrně snadno ospravedlnitelné (Backbier, Hoogstraten, Terwogt-Kouwenhoven, 1997). Důvodem může být snaha vyhovět přáním a očekáváním druhých lidí (Rowatt, Cunningham, Druen, 1999) či vyhnout se zklamání (Druen, Cunningham, Barbee, Yankeelov, 1998, cit. dle Rowatt, Cunningham, Druen, 1999). Lež tak nemusí být nutně vnímána pouze negativně. Velmi záleží na tom, zdali je motiv pro sociální, či ne – jestli bylo úmyslem pomoci, či někoho poškodit (Lindskold, Walters, 1983). E. Backbier, J. Hoogstraten a K. M. Terwogt-Kouwenhoven (1997) zjistili, že pokud je lži použito pro užitek toho, komu je lháno, je lež mnohem více akceptovatelná, než když by lež měla posloužit zájmům lháře. Tito autoři také poukazují na důležitost situace jako další faktor ovlivňující následnou akceptabilitu lži.

Akceptabilita lži je ovlivněna také věkem a kulturním prostředím. L. Keltikangas-Jarvinen a M. Lindeman (1997) zjistili, že adolescenti ve věku 11–17 let vnímají lhaní jako více akceptovatelné, je-li motiv lži pro sociální. V souladu s tímto také K. Lee a H. J. Ross (1997) zjistili u adolescentů ve věku 12–19 let větší toleranci ke lži, byl-li důvod altruisticky motivován (například zdvořilost, snaha nezranit něčí city apod.), než když byla lež řečena za úče-

lem například zisku informací. Někteří autoři ovšem upozorňují na kulturní podmíněnost těchto zjištění (Lee, Cameron, Xu, Fu, Board, 1997). Tito autoři ve své studii použili dva soubory čínských a kanadských dětí ve věku 7, 9 a 11 let, kterým předložili čtyři krátké příběhy. Ve dvou příbězích hlavní hrdina vykonal záměrně dobrý čin, ve dvou záměrně špatný čin. Tito hrdinové pak odpovídali na otázky učitele, přičemž buďto mluvili pravdu, nebo lhali. Děti měly za úkol ohodnotit činy obou postav a také jejich výroky. Zatímco v antisociálním kontextu bylo hodnocení lži a pravdy u obou souborů stejné, tedy lež byla vnímána jako negativní a pravda jako pozitivní, v prosociálním kontextu byla pravda vnímána jako negativní a lež jako pozitivní pouze u čínských dětí. Toto zjištění podle autorů ukazuje na fakt, že některé typické projevy výchovy v čínské kultuře (nenáročnost, skromnost) mohou v některých situacích potlačit či pozměnit běžné vnímání a hodnocení lži.

Na tomto místě je však vhodné doplnit, že tyto „dobře míněné lži“ však tvoří menší část obvyklého lhaní. Až 80 % lží slouží pouze k prospěchu lháře (DePaulo et al., 1996; Rowatt, Cunningham, Druen, 1998). Chceme se jevit lepšími, chytřejšími, schopnějšími, chceme udělat na ostatní lepší dojem, než který (jak se domníváme) bychom vyvolali, pokud bychom se chovali přirozeně (pravdivě). Z tohoto důvodu je zcela na místě očekávat vyšší výskyt lží při seznamování se s atraktivní osobou. W. C. Rowatt a spolupracovníci (1998) shrnují, že tendence využít klamavou sebe prezentaci pro zalíbení se svému (žádanému) protějšku je typická pro *high self-monitoring* jedince. Tento koncept pochází od M. Snydera (1974), který poukázal na pozoruhodné rozdíly mezi *high self-monitoring* a *low self-monitoring* jedinci. *High self-monitoring* jedinci pozorují a ve velké míře kontrolují svoje expresivní jednání pro snadné „vklouznutí do situace“, zatímco *low self-monitoring* jedinci ve svém sociálním chování nekladou takový důraz na situační vhodnost. W. C. Rowatt a spolupracovníci (1999) navázali výzkumem, v němž zjišťovali, jak se naše sebe prezentace může měnit při očekávání navázání kontaktu s osobou, jejíž obličej považujeme za atraktivní. Jsme ochotnější lhat o svém vzhledu, osobnostních rysech a vlastnostech, minulých vztazích, příjmu či kariéře tak, abychom se více zalíbili našemu atraktivnímu protějšku. Navíc se zde projevuje i tendence měnit ty naše atributy, které mohou napomoci maximalizovat naši podobnost s vyhládnutým atraktivním objektem. Zajímavostí je, že oba tyto výsledky platí podle jejich závěrů stejnou měrou jak pro muže, tak pro ženy.

Již v roce 1975 k podobnému závěru o významu atraktivity pro lhaní došli M. P. Zanna a S. J. Pack. V jejich studii skupina studentek očekávala setkání s „vysněným mužem“ (182 cm, zkušený 21letý student prestižní univerzity v Princetonu, majitel auta, bez aktuálního vztahu, nadšený sportovec, velmi se zajímavý o chození s dívkou) nebo s „méně vysněným“