

Univerzita Pardubice

Fakulta filozofická

Lež jako psychologický aspekt internetové komunikace

Hana Máslová

Bakalářská práce

2013

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana Máslová**
Osobní číslo: **H10273**
Studijní program: **B6107 Humanitní studia**
Studijní obor: **Humanitní studia**
Název tématu: **Lež jako psychologický aspekt internetové komunikace**
Zadávací katedra: **Katedra věd o výchově**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Bakalářská práce se věnuje komunikaci a jejím některým psychologickým aspektům. Zaměřuje se na fenomén lhaní v internetové komunikaci. Práce je rozdělena do dvou hlavních částí, části teoretické a části praktické. V teoretické části se práce zabývá kyberprostorem, jakožto prostředím, ve kterém probíhá internetová komunikace, a jeho specifiky a variacemi v souvislosti s komunikací. Dále se zabývá aspekty, které ovlivňují chování uživatelů internetu v průběhu internetové komunikace. Následně se práce zaměřuje na etiku internetové komunikace, definici lži, její vznik, výskyt a motivy, které uživatele internetu vedou ke lhaní. Na teoretickou část navazuje část praktická, zaměřená primárně na zkoumání míry lhaní vybrané skupiny respondentů, motivy, které je ke lhaní vedou, a způsob, jakým různá internetová prostředí ovlivňují jejich prezentaci. Informace budou získávány pomocí kvantitativní metody, konkrétně dotazníku.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury: **viz příloha**

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Jana Křišťálová

Katedra věd o výchově

Datum zadání bakalářské práce: **28. března 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2013**



prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.

děkan



Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
532 10 Pardubice, Studentská 84

L.S.



PhDr. Mgr. Ilona Moravcová, Ph.D.

vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2012

Příloha zadání bakalářské práce

Seznam odborné literatury:

- KONEČNÝ, Štěpán. Fenomén lhaní v prostředí internetu. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 121 s. ISBN: 978-80-210-5488-2.
- MLEZIVA, Emil. Encyklopedie lži, podvádění a klamání s příklady a obrana proti nim. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2000. 238 s. ISBN: 0-7021-391-4.
- ŠMAHEL, David. Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi. 1. vyd. Praha: Triton, 2003. 158 s. ISBN 80-7254-360-1.
- VYBÍRAL, Zbyněk. Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci. 2. vyd. Praha: Portál, 2008. 175 s. ISBN 978-80-7367-429-8.
- VYBÍRAL, Zbyněk. Psychologie komunikace. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. 319 s. ISBN 978-80-7367-387-1.
- ZEMAN, Václav. Psychologie na internetu. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita, 2001. 71 s. ISBN 80-7083-493-5.
- Články:
- ŠMAHEL, David. Specifika elektronické komunikace. Československá psychologie: časopis pro psychologickou teorii a praxi. 2001, roč. 45, č. 3, s. 252-258.
- VYBÍRAL, Zdeněk. Mění se lidská psychika v éře internetu? Psychologie dnes: časopis pro moderní psychologii. 2001, roč. 7, č. 3, s. 16-19.
- BURIANOVÁ, Barbora. Jak se chováme on-line? Psychologie dnes: časopis pro moderní psychologii. 2000, roč. 6, č. 12, s. 18-19.
- DUŠKOVÁ, Monika; VACULÍK, Martin. Psychologické aspekty on-line komunikace prostřednictvím internetu na tzv. chatech. Československá psychologie. 2002, roč. 46, č. 1, s. 55-63.
- ŠMAHEL, David; VESELÁ, Martina. Interpersonální atraktivita ve virtuálním prostředí. Československá psychologie. 2006, roč. 50, č. 2, s. 174-186.
- ŠMAHEL, David. Specifika elektronické komunikace. Československá psychologie. 2001, roč. 45, č. 3, s. 252-258.
- VYBÍRAL, Zbyněk. Mění se lidská psychika v éře internetu? Psychologie dnes. 2001, roč. 7, č. 3 (2001), s. 16-19.

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 1. 3. 2013

Hana Máslová

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce PhDr. Janě Křišťálové za vstřícný přístup, odborné vedení a poskytnutí cenných rad při jejím zpracování. Dále mé poděkování patří blízkým, kteří mě během psaní podporovali, respondentům za jejich ochotnou spolupráci na mém výzkumném projektu a všem ostatním, kteří mi poskytli další užitečné informace.

ANOTACE

Tato bakalářská práce se zaměřuje na komunikaci v internetovém prostředí a to především na lhaní jako aspekt internetové komunikace. Ústředním tématem teoretické části je komunikace, rozdíly mezi komunikací v běžném životě a na internetu, dále na lhaní v běžném životě a na internetu.

Praktická část práce je věnována výzkumnému projektu, který posuzuje vztah uživatelů internetu ke lhaní v komunikaci v prostředí internetu a v běžném životě a obsahuje analýzu zjištěných poznatků.

Klíčová slova: internet, komunikace, lhaní, elektronická komunikace

TITLE

Lie as a psychological aspect of Internet communication

ANNOTATION

This bachelor thesis is primarily focused on the internet communication, especially on lying as an aspect of Internet communication. The central theme of the theoretical part is communication, differences between communication in everyday life and on the Internet, and differences between lying in everyday life and on the Internet.

The practical section of this thesis is focused on the research project assessing the relationship of internet users to lying in communication on the Internet and daily life. It also includes an analysis of the identified knowledge.

KEYWORDS

Internet, communication, lying, electronic communication

Obsah

ÚVOD.....	13
1 KOMUNIKACE.....	15
1.1 Vymezení pojmu komunikace	15
1.2 Druhy lidské komunikace	16
1.3 Motivace ke komunikaci.....	17
1.4 Komunikační manévry a taktiky.....	17
2 LHANÍ JAKO ASPEKT KOMUNIKACE	19
2.1 Lhaní jako součást běžného života	19
2.2 Druhy a hierarchie lží	19
2.3 Důvody ke lhaní.....	20
2.4 Rozdíly založené na pohlaví a věku	20
2.5 Schopnost odhalit lež	21
3 KOMUNIKACE V PROSTŘEDÍ INTERNETU.....	22
3.1 Specifika CMC	22
3.2 Netiketa, zásady komunikace	23
4 PSYCHOLOGIE UŽIVATELŮ INTERNETU	24
4.1 Zásadní rozdíly na straně internetu	24
4.2 Experimentování s online identitou	25
4.3 Vztahy na internetu	27
5 LHANÍ NA INTERNETU.....	28
5.1 Motivace lží	28
5.2 Lež v chatu.....	29
5.3 Lež jako trestný čin.....	30
6 MOŽNOST DETEKCE LŽÍ.....	31
7 PRAKTICKÁ ČÁST – VÝZKUM.....	32
7.1 Charakteristika výzkumu	32

7.2 Výzkumné cíle	32
7.3 Formulace výzkumného problému	32
7.4 Stanovení výzkumných hypotéz a proměnných	33
7.5 Výzkumný vzorek	34
7.6 Volba druhu výzkumu a metody	34
7.7 Průběh sběru dat	34
7.8 Způsob zpracování dat	34
8 PRAKTICKÁ ČÁST – VÝLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	35
8.1 Deskripce získaných dat u jednotlivých otázek	36
8.2 Vyhodnocení dílčích výzkumných otázek	48
8.3 Závěr výzkumu	53
9 ZÁVĚR	55
10 POUŽITÁ LITERATURA.....	57
11 PŘÍLOHY	59

Seznam ilustrací a tabulek

Obrázek 1 Graf četnosti volby na otázku č. 1	36
Obrázek 2 (muži) a 3 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 2	36
Obrázek 4 (muži) a 5 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 3	37
Obrázek 6 Graf četnosti volby na otázku č. 4	38
Obrázek 7 (muži) a 8 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 5	39
Obrázek 9 Graf četnosti volby na otázku č. 6	40
Obrázek 10 Graf četnosti volby na otázku č. 7	40
Obrázek 11(muži) a 12 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 8	41
Obrázek 13 (muži) a 14 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 9	42
Obrázek 15 (muži) a 16 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 10	43
Obrázek 17 Graf četnosti volby na otázku č. 11	44
Obrázek 18 (muži) a 19 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 12	45
Obrázek 20 (muži) a 21 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 13	46
Obrázek 22 (muži) a 23 (ženy) Graf četnosti volby na otázku 14	47
Tabulka 1 Zastoupení jednotlivých účastníků podle pohlaví	35
Tabulka 2 Zastoupení jednotlivých účastníků podle věku.....	35
Tabulka 3 Zastoupení jednotlivých účastníků podle vzdělání.....	35
Tabulka 4 Četnost volby na otázku č. 2	36
Tabulka 5 Četnost volby na otázku č. 3	37
Tabulka 6 Četnost volby na otázku č. 4	38
Tabulka 7 Četnost volby na otázku č. 5	39
Tabulka 8 Četnost volby na otázku č. 6	40
Tabulka 9 Četnost volby na otázku č. 7	41
Tabulka 10 Četnost volby na otázku č. 8	41
Tabulka 11 Četnost volby na otázku č. 9	42

Tabulka 12 Četnost volby na otázku č. 10.....	43
Tabulka 13 Četnost volby na otázku č. 11.....	44
Tabulka 14 Četnost volby na otázku č. 12.....	45
Tabulka 15 Četnost volby na otázku č. 13.....	46
Tabulka 16 Četnost volby na otázku č. 14.....	47
Tabulka 17 Pozorované četnosti H_1	48
Tabulka 18 Očekávané četností H_1	48
Tabulka 19 Testové kritérium H_1	49
Tabulka 20 Pozorované četnosti H_2	49
Tabulka 21 Očekávané četnosti H_2	50
Tabulka 22 Testové kritérium H_2	50
Tabulka 23 Pozorované četnosti H_3	51
Tabulka 24 Očekávané četnosti H_3	51
Tabulka 25 Testové kritérium H_3	51
Tabulka 26 Pozorované četnosti H_4	52
Tabulka 27 Očekávané četnosti H_4	52
Tabulka 28 Testové kritérium H_4	52

Seznam použitých termínů a zkratek

blog – webová aplikace obsahující příspěvky většinou jednoho editora na jedné webové stránce

CMC – počítačem zprostředkovaná komunikace

e-mail – elektronická pošta

emotikon – grafický symbol vyjadřující pisatelovu náladu/postoj/emoce

Facebook – sociální síť

FBI – Federální úřad pro vyšetřování (anglicky Federal Bureau of Investigation)

Grooming (cyber grooming) – psychická manipulace prostřednictvím internetu

hoax – z AJ, falešná zpráva, podvod, mystifikace

chat – krátká komunikace nebo rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě

ICQ – celým názvem I Seek You, software pro internetovou komunikaci

IM – (Instant messaging) rychlý způsob komunikace pomocí textových zpráv, posílaných mezi uživateli

MUD – (Multi-User Dungeon) druh počítačové hry pro víc hráčů

Nyx – komunitní server

Pharming – podvodné internetové stránky za účelem získání citlivých osobních údajů

Phishing – podvodné e-maily zasílané za účelem získání citlivých osobních údajů

Skype – program umožňující volání přes internet

Twitter – je poskytovatel sociální sítě a mikroblogger, umožňuje uživatelům posílat a číst příspěvky zaslané jinými uživateli (tzv. tweety)

USA – Spojené státy americké

Youtube – webová stránka určená ke sdílení videí

ÚVOD

„Vítejte ve světě internetu, kde muži jsou muži, ženy jsou muži a malé holčičky agenti FBI.“

– Anonym

Předmětem bakalářské práce je téma Lež jako aspekt internetové komunikace. K výběru tohoto tématu vedlo několik důvodů. Předně mě jako aktivního účastníka internetové komunikace toto téma zajímá, dalším důvodem je snaha poukázat na tento fenomén, se kterým stále určité procento lidí nepočítá a neví, jak zacházet s informacemi pocházejícími z prostředí, ve kterém hraje významnou roli anonymita a poměrně snadná změna identity komunikujících. Cílem práce je zjistit, do jaké míry je v současnosti lhaní rozšířeno mezi uživateli internetu, dále jaké jsou nejčastější důvody lhaní a zda je míra lhaní na internetu ovlivněna druhem prostředí, které uživatel ke komunikaci často používá. Mnoho lidí navíc neuvažuje nad tím, nakolik jsou osoby, se kterými v prostředí internetu komunikují, věrohodné. Proto posledním bodem, kterým se tato práce hodlá zabývat, je otevřenost a ochota sdílet informace o své osobě s ostatními uživateli internetu.

Internetová komunikace je čím dál populárnější způsob, jak být v kontaktu s lidmi, kteří jsou pro nás důležití. A nejen to, umožňuje nám takové lidi vyhledávat a sdílet s nimi informace o nás, ať už jsou tyto informace pravdivé, či nikoliv. Mezilidská komunikace patří mezi důležité aspekty života každého jedince a prostředí internetu nám dává dostatek prostoru k tomu ji rozvíjet. Pro mnoho lidí představuje internet v dnešní době neodmyslitelnou součást – ovlivňuje jejich život, zvyky atd. Člověk se tak stává součástí jakési „internetové kultury“ – osvojuje si její pravidla, hodnoty, jazyk. Dalo by se tvrdit, že možnosti prezentace sebe sama online jsou v dnešní době již na takové úrovni, že mohou být srovnávány se sebereprezentací v běžném každodenním životě. Určitý rozdíl tu však stále zůstává a to především fakt, že v kontaktu tváří tvář získáváme nejen informace, které nám dotyčný záměrně sdělí, ale můžeme zároveň sledovat i jeho chování. Naopak v prostředí internetu je možnost kontroly informací, které dostáváme, značně omezena. To se samozřejmě nevztahuje pouze na komunikaci mezi osobami na chatech, sociálních sítích a dalších prostředcích komunikace, ale prakticky na všechny informace, které prostřednictvím internetu získáváme, ať už se jedná o klamavou reklamu, tzv. hoax, poplašné zprávy atd.

V teoretické části je nejprve nastíněn pojem komunikace a její druhy, dále se práce zabývá motivací, komunikačními manévry a taktikami a následně se zaměřuje na lhaní jako aspekt komunikace. Druhá polovina teoretické části se bude zaměřovat na komunikaci a lhaní v prostředí internetu a také na psychologii uživatelů internetu.

Praktická část se dále zaměřuje na míru rozšířenosti fenoménu lhaní v internetové komunikaci, pokouší se zjistit motivy, jaké uživatele ke lhaní vedou a jaké jsou nejčastější témata lhaní. Dále zkoumá výskyt lhaní v internetové komunikaci v porovnání se lhaním v každodenním životě, míru ochoty důvěřovat informacím, které uživatelé získají v internetové komunikaci a nakonec otázku zda a za jakých okolností jsou lidé ochotní sdílet informace o své osobě.

1 KOMUNIKACE

1.1 Vymezení pojmu komunikace

Vymezení pojmu komunikace je velmi široké. Obecně se chápe jako sdělování informací, dorozumívání se. Ve slovnících můžeme nalézt různé definice. Všeobecná encyklopedie (1997) definuje komunikaci následovně: „Sdělování, dorozumívání; předpoklad a nejdůležitější forma sociálního styku, spočívající ve vysílání a přijímání signálů či poselství. Komunikace může být bezprostřední, mezi jednotlivci nebo ve skupině, nebo zprostředkovaná, např. sdělovacími prostředky.“

„Na naši komunikaci s druhými lidmi je pozoruhodné, že ji vždy spoluvytváříme a ovlivňujeme, přispíváme k ní a zároveň jsme její součástí. Bývá proto obtížné porozumět komunikační výměně, když se na ní ve stejnou chvíli podílíme.“ (Vybíral, 2005, str. 26)

Z definic vyplývá, že každá komunikace znamená přenos informací mezi účastníky komunikace. Záměr účastníků komunikace může být shodný, obdobný, ale také diametrálně odlišný. Účastníci bývají ovlivňováni dalšími psychickými procesy a jevy, jako jsou myšlenky, city, očekávání, zkušenosti atd. (Plaňava, 2005).

Dle Vybírala (2005, str. 31) existuje sedm základních funkcí komunikace. Jedná se o:

- *Informativní funkci* – snaha předat zprávu, oznámit, prohlásit atd.
- *Instruktažní funkci* – navést, zasvětit, naučit atd.
- *Persuasivní funkci* – přesvědčit, zmanipulovat, ovlivnit atd.
- *Operativní funkci* – řešit a vyřešit, dospět k dohodě atd.
- *Zábavní funkci* – rozveselit, rozptýlit atd.
- *Kontaktní funkci* – užít si blízkost, pocit že s námi chce někdo mluvit atd.
- *Sebeprezentační funkci* – prezentovat se, vyvolat dojem, zastrašit atd.

Dle Vybírala (2005, str. 25) znamenal původní latinský výraz *communicare* „činit něco společným, něco sdílet“ a komunikaci definuje jako „předávání informací“ nebo „vzájemný kontakt“. Některé z definic interpersonálního komunikování jsou zaměřené pouze na předávání informací, nebo naopak široce na vzájemný kontakt. Podle Vybírala (2005) člověk komunikuje i v situaci, kdy pouze pasivně přihlíží aktivní komunikaci dalších lidí.

1.2 Druhy lidské komunikace

Mezilidskou komunikaci je možné definovat mnoha způsoby. Pro tuto práci považuji za podstatné dělení komunikace na neverbální a verbální.

1.2.1 Neverbální komunikace

Neverbální (nonverbální) komunikaci můžeme charakterizovat jako souhrn toho, co sdělujeme druhému člověku bez použití slov. Způsobů neverbální komunikace existuje velké množství, patří mezi ně gesta a pohyby těla, postoj těla, mimika, oční a tělesný kontakt, tón a barva hlasu a mnoho dalších. Neverbální komunikaci si osvojujeme v procesu učení.

1.2.2 Verbální komunikace

Jedná se o slovní komunikaci, tedy zprostředkovanou slovním sdělením, využitím jazykového kódu. Předpokladem verbální komunikace je společný jazyk. Verbální komunikace písemná se od ústní do značné míry liší. Hlavní rozdíly jsou popsány níže (Černý, 1998):

Mluvený projev:

Bezprostřednost

Improvizovanost

Individuálnost

Srozumitelnost

Živost

Mimika, gestikulace

Výrazovost, působivost

Možnost rozvíjení tématu

Možnost reakce na posluchače

Psaný projev:

Trvanlivost

Připravenost

Převaha monologu nad dialogem

Možnost používat delší souvětí

Omezená možnost používání hovorových atd. výrazů

Nemožnost doprovázet jazykový projev

mimojazykovými prostředky

Nemožnost uplatnit některé jazykové prostředky

Obsahová sevřenost

Nemožnost přímého kontaktu se čtenářem

1.3 Motivace ke komunikaci

Oproti sedmi hlavním funkcím komunikování, které jsem zmínila výše, motivace ke komunikaci bývá skrytá. Tuto motivaci má každý z nás v různé intenzitě, závislé na řadě okolností. Vybíral (2005) rozlišuje velké množství motivací, z nichž nejzákladnější jsou uvedeny níže:

- *Motivace kognitivní* (Potřeba něco sdělit, vyjádřit se, podělit o myšlenku.)
- *Motivace zjišťovací a orientační* (Ptáme se, abychom věděli více.)
- *Motivace sdružovací* (Komunikujeme, abychom uspokojili potřebu bližšího kontaktu.)
- *Motivace sebe – potvrzovací* (Utvrzování ceny sebe sama v očích svých i druhého člověka.)
- *Motivace adaptační* (Komunikací vyjevujeme svůj sociální status.)
- *Motivace „přesilová“* (Komunikujeme z potřeby uplatnit se.)
- *Motivace požitkářská* (Komunikujeme za účelem se rozptýlit, odpočinout si.)

1.4 Komunikační manévry a taktiky

1.4.1 Komunikační manévry

Jako komunikační manévr bývá běžně označováno zastírání skutečnosti, mlčení, pletichaření atd. V praxi se jedná o takové jednání, při kterém dotyčný záměrně narušuje komunikaci, nebo ji činí zamlženou či zmatečnou. Jako příklad takovýchto manévru můžeme uvést dvojsmysly, odmlky, nejasné narážky, metafory a další. Komunikační manévry je možné provádět také neverbálně pomocí mimiky, gestikulace atd. Další formou manévrování je například nedodržení slibu. (Vybíral, 2005)

1.4.2 Diskvalifikování

Pojmem diskvalifikování se myslí vysoký stupeň znevažování jiné osoby. Způsobů znevažování partnera před třetí osobou existuje několik. Mezi hlavní patří diskvalifikace mlčením, vyhnutím se, zevšeobecněním, ignorováním a tzv. tangencializací, tedy převedením tématu k něčemu okrajovému od tématu partnera (Watzlawick, 2011).

1.4.3 Mystifikování

V případě mystifikace se jedná o manipulaci, kdy jedna osoba jiné úmyslně klame, předstírá, zamlžuje skutečnosti, tedy se jedná o jev podobný diskvalifikaci (Watzlawick, 2011).

1.4.4 Sugerování

Sugerování je podsouvání názorů takovým způsobem, že příjemce považuje tyto názory za své, aniž by věděl, že byl někým zmanipulován (Vybíral, 2005).

1.4.5 Paradoxní komunikace

V případě paradoxní komunikace se jedná o takový způsob komunikace, kdy jedinec dostává dvě neslučitelné informace současně, ať už se jedná o rozpor mezi verbální a neverbální částí nebo o logický protiklad (Hartl, a další, 2000 str. 395).

2 LHANÍ JAKO ASPEKT KOMUNIKACE

2.1 Lhaní jako součást běžného života

„Zásadní charakteristikou lži je to, že musí mít cíleně klamavý charakter. To vylučuje taková sdělení, která jsou mnohoznačná, ironická či nějakým způsobem vtípná, ale kdy jejich výsledkem je pouze mylná interpretace. Mnoho lží vzniká neplánovaně v běžné konverzaci s druhými lidmi.“ (Konečný, 2011)

Na lež bývá nahlíženo z více úhlů pohledu, např. v klinické psychologii jako na projev problémového chování nebo ve vývojové psychologii, kde je studováno spíše jako jedna z forem sebe prezentace. Dle Konečného je vhodné vnímat komunikaci jako kontinuální přechod mezi pravdou a lží. Tím je míněna obtížnost vymezení lži a důvodů ke lhaní, jako je například forma zábavy nebo experiment. Ekman (in Vybíral, 2003) stanovil dvě kritéria pro určení lži. Prvním kritériem je úmysl s možností volby – jedinec si mohl vybrat, že bude mluvit pravdu, ale rozhodl se pro lež. Druhým kritériem je pak nenaznačování adresátovi, že je obelháván – za lháře tedy není považován například kouzelník nebo hráč pokeru, u kterých se v situačním kontextu klamání předpokládá. Tyto kritéria mají v praxi několik nedostatků, například v případech tzv. „patologických lhářů“. Pro potřebu určení lhaní v této práci jsou však dostačující a proto zde nebudu jednotlivé výjimky uvádět a rozebírat.

2.2 Druhy a hierarchie lží

Obecně se jednotlivým typům lží přiřazuje různá váha s ohledem na sociální kontext a záměr lháře. Sotva můžeme srovnávat lichotku s polopravdou, mlžením či sebeklamem. Říkáme jim často malé a velké lži. Ekman (in Vybíral, 2003) dělí lži do dvou skupin podobným způsobem:

„Lži, při kterých může člověk v případě odhalení hodně ztratit – a v případě neodhalení hodně získat.“ Jedná se o případ, kdy je motivace k úspěšnému lhaní velmi vysoká, protože jedinec zřetelně riskuje. Na nejvyšší bod hierarchie bychom mohli položit lež, kterou si dotyčný jedinec zachrání život.

„Lži, ve kterých není úspěch anebo neúspěch lhaní fatálně důležitý.“ Naopak na nejnižším stupínku se mohou ocitnout lži zdvořilostní, kdy dotyčnému jako sankce za lhaní hrozí maximálně pověst lháře, v některých případech se tento druh lhaní považuje pouze za ohleduplnost.

Existuje velké množství typů oněch „malých“ lží, které považujeme za běžné a používáme je dnes a denně. Patří mezi ně polopravdy, zamlčování, mlžení, lhaní dětem, milosrdné lži, lichotky, sebeklam a další. (Vybíral, 2003)

2.3 Důvody ke lhaní

Důvodů ke lhaní existuje nepřeborné množství. Za společný rys by se dal považovat společenský charakter lhaní – lžeme kvůli lidem kolem nás. Můžeme se snažit vyhnout konfliktu, trestu, zvýšit si své společenské postavení atd. Zvláštní postavení má bílá, nebo též milosrdná lež, kdy víme, že pravda je příliš těžká na to, aby ji dotyčný unesl. Častým jevem je napodobování – „Vidím kolem sebe, že lidé lžou, proč bych tedy nelhal taky?“ Pokud se pokusíme důvody generalizovat, dostaneme se k závěru, že nejčastějším důvodem ke lhaní je snaha ovlivnit člověka, kterému lžeme, ve svůj prospěch, vyhnout se nepříjemnostem či se lhaním snažíme získat nějakou výhodu (Hartl, a další, 2000). V neposlední řadě je důvodem ke lhaní obrana sebe sama. Ekman (in Vybíral, 2003) tvrdí, že nejčastějším důvodem lhaní u dětí i dospělých je snaha vyhnout se trestu.

2.4 Rozdíly založené na pohlaví a věku

Ženy a muži se odlišují nejen v míře a tématech, ve kterých lžou, ale také v tom, jak lež od druhého pohlaví přijímají. J. M. Tyler a R. S. Feldman (in Konečný, 2011) svým výzkumem zjistili, že dívky očekávající další setkání s chlapcem byly ochotné mu lhát víc než ty, které další setkání neočekávaly. Autoři rozdělili lži účastníků dle závažnosti na lež úplnou, lehkou a přehánění. Výsledkem zkoumání bylo zjištění, že ženy přeháněly více než muži a přehánění samo bylo nejčastějším použitým typem lži.

Během věku se mohou měnit nejen frekvence lži, ale také téma a účel lhaní (Konečný, 2011). Nejvýraznějším obdobím ve vývoji je období adolescence, kdy dochází ke změnám chování jedince k rodičům a vrstevníkům. Adolescenti nechtějí sdělovat rodičům informace, které spojují se svou osobní zodpovědností a soukromím, případně informace o těchto záležitostech zkreslují. Častým jevem je snaha nelhat přímo, ale vyhnout se odpovědi či celému tématu. Podle Konečného (2011) jsou nejčastější důvody ke lhaní emoční důvody, strach z následků a argument, že to není záležitost rodičů. Jde tedy především o snahu

adolescentů omezit přístup rodičů do jejich osobního života. S postupným osamostatňováním by mělo lží z těchto důvodů ubývat, protože přestávají být potřebné a ztrácejí tak svůj smysl.

2.5 Schopnost odhalit lež

Mezi všeobecně známé neverbální projevy lhaní patří sahání si na nos, mnutí oka, ušního lalůčku atd. Těmito projevy dáváme najevo neupřímnost vůči adresátovi. Část těchto gest je používána po celém světě. Bond a Atoum (in Vybíral, 2003) zkoumali schopnost odhalit lež mezi studenty z USA a z Jordánska. Výzkumy ukázaly, že větší šanci odhalit lež máme u osob vlastní kultury než u kultury cizí.

Ekman (in Vybíral 2003) podává šest vysvětlení, proč nebýváme v rozpoznání lhářů úspěšnější. První z nich se odvolává na evoluci – tvrdí, že nejsme vybavení dostatečnou senzitivitou nejen k věrohodnému lhaní, ale také ke spolehlivému odhalení lži. Dalším důvodem je výchova – rodiče neučí děti rozeznávat, kdo jim lže, naopak sami děti oklamávají, takže jsme od dětství, co se odhalování lží týče, uváděni v omyl. Třetím vysvětlením je vrozená tendence důvěřovat. S touto tendencí souvisí čtvrtý bod – často chceme být obelháváni. Raději se neptáme, protože nechceme slyšet pravdu. Předposlední bod opět úzce souvisí s naší výchovou – jsme vedeni k tomu být zdvořilí, tedy neříkat pravdu. Na závěr se Ekman zaměřuje na lidi, kteří se odhalováním lži zabývají na profesionální úrovni. Zde by se dala předpokládat schopnost lež snadno odhalit, přes to se tu vysoká rozlišovací schopnost neobjevuje. Tito lidé jsou „přesyceni nepravdomluvností“, což jim znesnadňuje rozlišování různých druhů lhaní.

3 KOMUNIKACE V PROSTŘEDÍ INTERNETU

Ve virtuálním světě mají lidé mnohem méně zábran, než ve světě reálném. Joison (in Šmahel, 2003) upozorňuje na fakt, že v tomto prostředí lidem méně záleží na mínění druhých, odpadá strach ze sociálních situací a odhalení sebe sama. Také pravidla a normy, které v běžné komunikaci dodržujeme, zde do značené míry neplatí. Častým jevem je zde tzv. dishibice, tedy neuměřené ztráty zábran, odvázanosti, nerespektování zákazů a tabu. To může mít za důsledek zvýšený výskyt lži a experimentů s identitou v prostředí internetu.

Důvodem, proč je chování uživatelů na internetu odlišné od běžného chování, je anonymita dodávající pocit bezpečí. Anonymita uživatelů internetu a její vliv na jedince je srovnatelný s anonymitou davu.

3.1 Specifika CMC

CMC je zkratka pro Computer-Mediated Communication, čili počítačem zprostředkovanou komunikaci. Jedná se o nepřímou formu sociální komunikace, kdy uživatelé spolu komunikují pomocí počítačů připojených k internetu.

Komunikace on-line se dá dělit na základě způsobu předávání informací (Šmahel, 2003). Může se jednat o:

- Text (text tvoří v dnešní době většinu online komunikace, e-maily, chaty atd.)
- Obraz (obrázky, webové stránky atd.)
- Zvuk (zvukové nahrávky, programy pro přenos zvuku, např. Skype)
- Multimédia (kombinace textu, zvuku i obrazu)

Další možností dělení internetové komunikace je na synchronní a asynchronní:

Synchronní komunikace předpokládá on-line interakci, tzn., že komunikující musí být ve stejný okamžik připojeni k internetu. Sdělení vyslané jednou stranou se okamžitě objevuje na obrazovce strany druhé, komunikace tedy probíhá v reálném čase.

V případě asynchronní komunikace neexistuje časové omezení, a tudíž není vyžadována současná on-line přítomnost obou jedinců. V současnosti existují taková prostředí, která umožňují jak synchronní, tak asynchronní komunikaci. (Šmahel, 2003)

Do základních vlastností internetové komunikace řadí Kopecký (2007) pojmy jako neřízenost, hromadnost, anonymita, časová a místní neomezenost, závislost na technologickém zabezpečení a na počítačové gramotnosti komunikujících. Díky

možnostem vytvářet nepřehledné množství různých sociálních sítí a v nich komunikovat a vytvářet nové formy mezilidských vztahů, stávají se internetové sítě komunikačním prostorem i ve smyslu sociologickém. Mezi nejčastěji používané komunikační portály se řadí: Diskusní fóra, blogy, Twitter, e-mail, Facebook, chat, Skype a ICQ.

3.2 Netiketa, zásady komunikace

Netiquette (netiketa) je označení pro pravidla slušného chování ve světě internetu. Pochází z výrazů network=sít' a etiquette=etiketa. Netiketa se snaží řídit internetovou komunikaci takovým způsobem, aby se lidé na internetu chovali stejně civilizovaně jako v reálném životě (Kopecký, 2007). Hlavním cílem je tedy spíše předcházet problémům, než řešit následky jejího nedodržování.

Každý internetový portál má svou vlastní sbírku pravidel. Společná myšlenka netiquette by se dala shrnout dvěma body, těmi jsou:

1. Adresátem sdělení je člověk.
2. Berte na něj ohled.

Mezi hlavní body obecných pravidel netikety zařazuje Kopecký (2007): Dodržování stejných pravidel a zásad jak v komunikaci internetové, tak v běžném životě. Uživatelé by neměli být útoční a agresivní. V případě přístření sporu by měli argumentovat k věci, nepoužívat osobní napadení nesouvisející se sporem. Být liberální při příjmu a konzervativní při vysílání.

4 PSYCHOLOGIE UŽIVATELŮ INTERNETU

4.1 Zásadní rozdíly na straně internetu

Nedá se říct, zda je vliv internetu na lidskou komunikaci zcela pozitivní nebo negativní. Mezi hlavní přínos bych zařadila rychlou a snadnou dostupnost informací a interaktivitu. Negativní dopad se projevuje především zužováním slovní zásoby uživatelů internetu a celkovou kvalitou jejich řeči a myšlení. Nedotčen nezůstává ani životní styl, který se tomuto způsobu komunikace přizpůsobuje. Mění se způsob vyjadřování a kvalita psaní, sdělení není stavěno pouze na textu (Vybíral, 2005). V internetové komunikaci je obvyklá snaha vyjádřit také emoce, které se sdělením souvisí. K jejich vyjádření jsou nejčastěji používány emotikony (emotivní ikony) neboli též „smajlíky“, jedná se o jednoduché symboly používané k vyjádření pocitů a stavů komunikujících (Šmahel, 2003).

K charakterizování virtuálního prostředí používá Suler (In Vybíral, 2005, str. 273) několik pojmů, které postihují jeho základní vlastnosti a zvláštnosti v porovnání s reálným prostředím. Jsou to:

- *anonymita* – možnost skrýt svou identitu
- *neviditelnost* – nikdo nevidí, jak vypadáme, jak se tváříme atd.
- *asynchronicita* komunikace – není třeba reagovat hned, máme čas si odpověď rozmyslet
- *solipsistické introjekce* – vytváření si vlastních představ o druhém člověku, fantazie
- *neutralizace statusu* – reálný sociální status ztrácí důležitost

4.1.1 Vyšší anonymita

Anonymita jako taková přispívá především k větší odvázanosti komunikace. Náš projev je smělejší, disinhibovaný, chováme se někdy jako „utržení z řetězu“, zejména na anonymních chatech, kde účastník vystupuje pod libovolnou přezdívkou. Obvyklé je, že nikdo projevující se na chatu netouží po úplné anonymitě, pouze ji využívá k tomu, aby mohl rozhodovat o tom, které části své identity odhalí a které zůstanou utajeny (Vybíral, 2005). Nezanedbatelným zdrojem informací o uživatelích jsou jejich „nicky“ (pseudonymy), které sice mají za úkol zachovávat jejich anonymitu, v praxi však vypovídají o svých nositelích mnoho. Jde o jakousi definici své osoby, ať už jedinec použije například zkomoleninu svého skutečného jména, nebo se pomocí přezdívky snaží na sebe upoutat pozornost. Jméno, které je v internetovém prostředí použito, odráží osobnost člověka,

který ho používá. V souvislosti s identitou uživatelů nutné zmínit jednu zvláštnost, která je pro virtuální prostředí typická – nic zde není trvalé. Novou virtuální identitu s novým jménem je možné si vytvořit během několika vteřin. Je tedy zřejmé, že osvobodit se a uniknout od sebe sama je v prostředí internetu jednodušší, než kdekoliv jinde (Chvojková, 2009 str. 15).

4.1.2 Atraktivita a internet

Jak jsem již zmínila dříve, zvláštností internetu je možnost „filtrvat“ informace, které o sobě druhým poskytujeme. *Internet snižuje význam fyzické atraktivity, která bývá spojována s lepšími povahovými vlastnostmi či intelektovými schopnostmi* (Konečný, 2011 str. 32). V tomto ohledu jsou si všichni uživatelé víceméně rovni, to je důležité zejména pro osoby, které v běžném světě nejsou považovány za atraktivní, nebo trpí nedostatkem sebedůvěry. S atraktivitou úzce souvisí v předchozím odstavci zmíněná zvláštnost, která odlišuje komunikaci po internetu od komunikace tváří v tvář. Tou je snadná záměna vlastní identity za cizí, ať už se jedná o vydávání se za osobu opačného pohlaví, prezentování se cizím jménem, lhaní o věku a dalších osobních informacích či vydávání fotografií cizích lidí za svou podobenku. Dotyčný se může vydávat za nějakou konkrétní osobu nebo si vytvořit vlastní smyšlenou identitu. Na toto téma se zaměřuje podkapitola 4.2.

4.1.3 Větší kontrola nad průběhem komunikace

Internetová komunikace nabízí nesporné výhody nejen lidem, kteří nemají dostatečné sebevědomí v oblasti svého vzhledu, ale také těm, kteří mají obavy ze sociálního kontaktu tváří v tvář kvůli problémům s vyjadřováním, případně je jim nepříjemné to, že nemají nad komunikací dostatek kontroly. Velikou výhodou je zde komunikace asynchronní, tedy prostřednictvím například e-mailu. V případě synchronní komunikace může jedinec také využít možnost si své sdělení prohlédnout, rozmyslet a případně přeformulovat. (Konečný, 2011)

4.2 Experimentování s online identitou

„Identita člověka je kontinuálním prožíváním totožnosti sebe sama jako ztotožnění se s životními rolami a prožíváním příslušnosti k větším či menším společenským skupinám. Mezi funkce identity patří:

- *Poskytování vztažného rámce pro porozumění tomu, kdo vlastně jsem.*
- *Usměrňování cílů, závazků a hodnot člověka, poskytování pocitu osobní kontroly a svobodné vůle.*

- *Posilování konzistence, koherence a harmonie mezi hodnotami, názory a závazky*
- *Odhadování vlastního potenciálu zkoumáním vlastních možností a různých alternativ.*“ (Adams in Šmahel, 2003, str. 37)

Díky anonymitě a disinhibici prostředí nám internet nabízí širokou škálu možností jak objevovat naši vlastní identitu a experimentovat s ní. Dle Goffmana (in Konečný, 2011) se jedná pouze o prezentaci naší vlastní identity, tedy je nemožné vytvořit si identitu „jinou“ či „novou“, vždy se jedná pouze o určité upravení té vlastní.

„Samotná identita je na internetu utvářena v několika úrovních:

- 1. Vědomé rozhodování, za jakým účelem je prezentace vytvářena.*
- 2. Uživatel vybírá, které informace bude chtít o sobě zveřejnit.*
- 3. Úvaha, do jaké hloubky budou tyto informace sahat.*

Ve všech třech úrovních se uživatel rozhoduje, kdy a v jaké míře se bude prezentovat údaji pravdivými či smyšlenými.“ (Goffman in Konečný, 2011, str. 33)

Záměrná manipulace s online identitou je typická především pro lidi v období adolescence. Pro toto období je typické hledání vlastní identity. Dle Utze (in Konečný, 2011) může být internet prostředkem pomáhajícím si svou pravou identitu vytvořit. To, co do ní vkládáme, je vědomé jen do určité míry, z velké části naši virtuální identitu tvoří projekce našeho myšlení a pocitů – fantazie, představy, přání, komplexy atd. (Šmahel, 2003).

S ohledem na prostředí jedinec vnímá své reálné já jinak, než to virtuální. Šmahel (2003, str. 56–57) uvádí, že dospívající vnímají největší změnu oproti reálné komunikaci v *omezení úzkosti* – zde se opět ukazuje internet jako svět bez zábran a strachu, člověk je více *uvolněný*, tím pádem také *otevřenější a odvážnější*. Dále bývá udávána větší *komunikativnost a výřečnost*, jedinci mají tendenci být *provokativnější*, staví se *do opozice*. To vede k *vyhraněným až extrémním názorům, které by si v běžném životě nedovolili*.

4.3 Vztahy na internetu

Možnost prezentace sebe sama úzce souvisí s možností navazovat vztahy. Prostředí internetu nám nabízí dostatek prostoru k navazování a udržování vztahů, ať už se jedná o vztahy přátelské či milenecké. Zde se více než jinde uplatňuje možnost změny identity, tedy klamným prezentováním sebe sama před ostatními lidmi.

„Přestože anonymní prostředí internetu logicky odporuje vytváření intimnějších přátelských vztahů mezi lidmi, mohou v některých případech anonymita a další vlastnosti internetu vznik přátelství podporovat. Když pomíneme samostatnou kapitolu adolescentních přátelství, které mají do jisté míry odlišnou kvalitu jako přátelství mezi dospělými, vytváří internet vhodné prostředí pro hledání blízkých vztahů zejména pro lidi se sociálními a fyzickými handicapy.“ (Konečný, 2011, str. 35)

Neméně důležitým faktorem ovlivňujícím lehkost navazování vztahů na internetu je už dříve zmíněný pocit bezpečí. Člověk se nemusí tolik obávat, že ho druhý ztrapní či odmítne, což by se mu mohlo v reálném světě stát s větší pravděpodobností. Dle Konečného (2011) je z hlediska prohloubení přátelství vzniklého v prostředí internetu důležité, aby byl po nějaké době tento vztah převeden do plnohodnotného kontaktu mezi jedinci.

Vztahy ve virtuálním prostředí však nejsou typické pouze pro jedince s problémy se sociální interakcí v běžném životě. Peris a kol. (in Konečný, 2011) uvádí, že schopnost naplňovat své reálné životy není u lidí využívajících online chaty omezená, naopak vnímají online vztahy podobně, jako reálné. Tento typ vztahů tedy může sloužit jako přínosný doplněk vztahů v reálném prostředí.

V otázce flirtování hraje důležitou roli již dříve zmíněný pojem – atraktivita. V reálném životě ovlivňuje to, zda je jedinec považován za atraktivního, celá řada aspektů, které se snaží s větším či menším úspěchem ovlivňovat. Může se jednat o mimiku, upravenost vzhledu, vůni atd. – nic z toho v prostředí internetu nehraje roli. Co tedy způsobuje, že je člověk ve virtuálním prostředí vnímán jako atraktivní? Vysoký důraz se klade na způsob vyjadřování – to, jaká slova jedinec zvolí, zda a v jakých situacích používá emotikony a podobně.

5 LHANÍ NA INTERNETU

Lež je považována za rozšířený fenomén jak ve světě reálném, tak virtuálním. V mnoha případech bývá na prostředí internetu nahlíženo jako na veskrze nebezpečné místo plné nástrah a anonymních útočníků, kteří mohou ublížit nejen vám, ale především vašim dětem. Tento úhel pohledu – úzké spojování lhaní na internetu se sociopatologickými jevy světa reálného, je prezentován především prostřednictvím masmedií a je dle mého názoru přehnaný. Se lží se setkáváme při komunikaci v každodenním životě stejně jako v komunikaci v prostředí virtuálním a tvrdit, že za lhaním v obou typech prostředí stojí nekalé úmysly psychopata, by bylo víc než přehnané.

Jak již bylo několikrát zmíněno, výhodou internetové prostředí je možnost vyzdvihnout ty složky naší osobnosti, kterých si ceníme, a naopak skrýt a potlačit naše slabosti. Možností, jak se mohou informace prostřednictvím internetu šířit, je velké množství a logicky přichází tendence šířit kromě pravdivých informací také dezinformace. Tyto dezinformace se mohou týkat například vlastností věcí z důvodu reklamy. Jednotlivé typy těchto lží jsou rozebrány dále.

5.1 Motivace lží

Dle Konečného (2011) je na lhaní možné nahlížet nejen jako na cíl jednání, ale také jako na prostředek k dosažení cílů. Lži jsou obecně považovány za něco špatného, ačkoliv v mnoha konkrétních případech je možné danou lež poměrně snadno ospravedlnit. Lhaní je možné považovat za způsob, jak zvládat každodenní situace.

Za nejčastější motivace považuje Konečný (2011):

- *Vyhovět přáním a očekáváním druhých.*
- *Vyhnout se zklamání*
- *Tzv. bílé lži – lež pro užitek*
- *Zdvořilost*
- *Lepší prezentace sebe sama*
- *Přizpůsobení se svému komunikačnímu protějšku*

- *Zvýšení úspěšnosti v navazování vztahů*
- *Tendence vidět sebe sama v lepším světle*
- *Obhájení vlastního prostoru*

5.2 Lež v chatu

Chatování se dá považovat za nejpoužívanější způsob komunikace po internetu a to v reálném čase, s přáteli i cizími lidmi. Výhodou IM (Instant Messenger), sociálních sítí a chatu je jejich rychlost a efektivita, možnost vyjádřit své emoce pomocí emotikon. Tato komunikace je do značné míry podobná komunikaci v reálném světě díky způsobu, jakým dochází k výměně informací. V chatu nejsou obvyklé dlouhé pasáže textu jako je tomu v případě e-mailů, komunikace je pružná a často při ní jedinci používají výrazy typické pro mluvenou komunikaci. Další nespornou výhodou je, že tyto komunikátory jsou zdarma a možnost používat je má každý s přístupem k internetu.

Mezi výhody oproti reálné komunikaci patří kontrola nad dobou, po kterou komunikace trvá a jejím průběhem. Virtuální komunikaci je mnohem snazší jak začít, tak ukončit. Výhodou kontroly průběhu komunikace je fakt, že nemusí reagovat okamžitě, jak tomu je v komunikaci reálné. Mají tedy dostatek času si odpověď připravit.

Kromě možností přináší prostředí chatu i různá rizika, kterých by si měli být vědomi jak děti, tak dospělí viz kapitola Lež jako trestný čin.

Důvodů, proč lidé lžou ostatním uživatelům chatů je celá řada a v mnoha bodech jsou podobné důvodům ke lhaní v reálné komunikaci. Caspi a Gorsky (in Konečný, 2011) rozdělují důvody ke lhaní do několika kategorií:

- *Obavy o vlastní bezpečnost*
- *Předstírání více žádoucích kvalit a vlastností*
 - *Předstírání atraktivních tělesných kvalit*
 - *Předstírání jiné identity*

Jako další důvod je uváděna například snaha vyjádřit své pravé, případně ideální Já. Dle Utze (in Konečný 2011, str. 38) ženy o sobě neříkají pravdu v prostředí chatu především z důvodu bezpečnosti – aby se vyhnuly například sexuálnímu obtěžování. Důvodem lhaní o své identitě je v případě mužů možnost projevit se více expresivně říkat o sobě informace, které by si v reálném světě říct netroufli.

5.3 Lež jako trestný čin

Kopecký (2007) uvádí řadu komunikačních praktik, které mohou nabývat podstaty trestných činů, převzatých z webu Úřadu pro ochranu osobních údajů. Zde jsou uvedeny ty, které souvisí, či mohou souviset se lhaním na internetu:

Grooming – „vylepšování se“: chování, které má v dítěti vyvolat falešnou důvěru a připravit ho na schůzku, jejímž cílem je oběť pohlavně zneužít.

Krádež identity – trestný čin vydávání se za někoho jiného s pomocí jeho soukromých informací za účelem finančního či jiného zisku, například úvěrové podvody s využitím odcizených osobních údajů.

Pharming – infikování počítače zákeřným programem a následná krádež osobních údajů. Uživateli je pak např. místo požadované oficiální stránky banky podstrčena falešná stránka, které sbírá přístupové údaje a osobní data k jejich dalšímu zneužití.

Phishing – Krádež citlivých informací, nejčastěji pomocí falešného e-mailu, který se tváří jako odeslaný z vaší banky, v němž je požadavek o ověření totožnosti. Po kliknutí je uživatel zaveden na falešnou stránku, kde zadá své údaje a následně přijde o peníze.

6 MOŽNOST DETEKCE LŽÍ

Důležitým faktem není jen to, kde a do jaké míry uživatelé internetu lžou, ale také způsob, jak zacházejí s informacemi získanými od ostatních uživatelů.

V každodenním životě je možnost, že odhalíme lháře, prakticky náhodná. (Vybíral, 2003). S ohledem na tento fakt by se dalo předpokládat, že v prostředí, které nabízí výrazně méně signálů odhalujících lež díky absenci neverbální části komunikace, bude schopnost odhalit lež ještě nepravděpodobnější. Odhalení lží v internetové komunikaci navíc komplikuje vysoká motivace lháře být úspěšný. Zhou a Zhang (in Konečný, 2011) zjistili, že možnost vidět celou konverzaci přes IM zpřesňuje určení pravdivosti či lživosti zprávy, v porovnání s možností vidět pouze odpovědi partnera. Dále se autoři zabývali analýzou klamavé komunikace, kde v případě lhářů zaznamenali *větší počet slov, expresivitu, neformálnost a vyšší počet překlepů*.

7 PRAKTICKÁ ČÁST – VÝZKUM

7.1 Charakteristika výzkumu

V rámci výzkumného šetření se tato bakalářská práce zabývá lhaním v internetové komunikaci. Ta se stává čím dál populárnějším způsobem interakce s okolním světem. S popularitou souvisí i stinná stránka a tou jsou negativní aspekty této komunikace. Mezi ty nejrozšířenější patří právě lhaní, na které se tato práce zaměřuje.

7.2 Výzkumné cíle

Jako hlavní cíl si práce klade popsání a analýzu postojů uživatelů internetové komunikace v souvislosti se lhaním na internetu. Jedná se především o postoj k internetové komunikaci jako takové a jejímu využívání, o postoj k důvěře k informacím, které nám internetové prostředí poskytuje a postoj k samotnému lhaní jak v prostředí internetu, tak v reálném světě.

Dílní výzkumné cíle jsou:

1. Zjistit, zdali je míra lhaní uživatelů internetu rozdílná v komunikaci na internetu a tváří v tvář.
2. Zjistit, zdali je míra otevřenosti v internetové komunikaci jiná u mužů než u žen.
3. Zjistit, zda jsou nejčastější motivy lhaní jiné u mužů než u žen.
4. Zjistit, zda existuje souvislost mezi častým užíváním chatu a experimenty se záměnou identity.

7.3 Formulace výzkumného problému

Cílem práce je pomocí výzkumného šetření zjistit, jaké jsou postoje uživatelů internetu ke lhaní v rámci internetové komunikace. Vzhledem k obecnosti této formulaci, jsou stanoveny následující dílní výzkumné problémy:

1. Je výskyt lží vyšší na internetu než při komunikaci tváří v tvář?
2. Existuje souvislost mezi pohlavím uživatelů a mírou otevřenosti v internetové komunikaci?
3. Existuje souvislost mezi pohlavím uživatelů a nejčastějším motivem ke lhaní?
4. Existuje souvislost mezi častým užíváním chatu a experimenty se záměnou identity?

7.4 Stanovení výzkumných hypotéz a proměnných

1. hypotéza: Lidé, kteří lžou alespoň jednou týdně, lžou více na internetu, než tváří v tvář.

H_0 : Míra lhaní uživatelů internetu je rozdílná v komunikaci na internetu a v komunikaci tváří v tvář

H_1 : Míra lhaní uživatelů internetu není rozdílná v komunikaci na internetu a v komunikaci tváří v tvář.

2. hypotéza: Ženy jsou oproti mužům v internetové komunikaci otevřenější.

H_0 : Míra otevřenosti v internetové komunikaci je mezi muži a ženami rozdílná.

H_1 : Míra otevřenosti v internetové komunikaci je mezi muži a ženami stejná.

3. hypotéza: Jako motiv lhaní uvádí ženy nejčastěji nechuť říct pravdu, kdežto muži mají jiný motiv.

H_0 : Nejčastější motiv lhaní je mezi muži a ženami rozdílný.

H_1 : Nejčastější motiv lhaní není mezi muži a ženami rozdílný.

4. hypotéza: Uživatelé chatu experimentují se záměnou identity častěji, než lidé, kteří chat pravidelně nevyužívají.

H_0 : Jestli uživatel pravidelně používá nebo nepoužívá chat, má vliv na to, zda experimentuje se záměnou identity.

H_1 : Jestli uživatel pravidelně používá nebo nepoužívá chat, nemá vliv na to, zda experimentuje se záměnou identity.

7.5 Výzkumný vzorek

Jelikož se tento výzkum zabývá lhaním v internetové komunikaci, jsou cílovou skupinou všichni uživatelé různých internetových prostředí dostupných v ČR. Volba výběrového souboru proběhla na základě dostupného výběru pomocí metody sněhové koule, „snowballing“, která spočívá v distribuci informací jiným členům cílové skupiny pomocí informátorů (Disman, 2002). V tomto případě byl dotazník zveřejněn na doméně docs.google.com a upozornění na něj s žádostí o vyplnění prostřednictvím sociální sítě Facebook rozesláno známým, kteří následně učinili totéž.

7.6 Volba druhu výzkumu a metody

S ohledem na možnost rychle získat data od většího množství respondentů byl zvolen kvantitativní přístup. Jako metoda sběru dat v rámci výzkumu posloužil dotazník, složený ze čtrnácti otázek. Byl poskytnut v elektronické podobě. Respondenti dotazník vyplnili v průměru za čtyři minuty. Dotazník je anonymní, aby se zajistila vyšší důvěra respondentů a s tím související pravdivost odpovědí.

7.7 Průběh sběru dat

V lednu 2013 byl uskutečněn předvýzkum na pěti náhodně vybraných uživateli internetu kvůli ověření, zda respondenti dotazníku rozumí, a odstranily se tak případné chyby a nepřesnosti, které by mohly výzkum ovlivnit.

Samotný sběr dat pro výzkum proběhl od 20. 1. 2013 do 31. 1. 2013, kdy byl dotazník umístěn na doménu docs.google.com. Dotazník zodpovědělo 224 respondentů.

7.8 Způsob zpracování dat

Za pomoci běžných statistických metod byla na základě dat získaných z dotazníkového šetření provedena deskripce a výsledky zaznamenány do tabulek a grafů u jednotlivých otázek. Následovalo ověření statistických hypotéz pomocí testu dobré shody (chí-kvadrát).

8 PRAKTICKÁ ČÁST – VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Jak již bylo uvedeno v předchozí kapitole, počet respondentů, kteří vyplnili dotazník, byl 224, z toho 80 mužů a 144 žen. Nejčastější věk respondentů byl v rozmezí 16–25 let (u 80,8 %) druhý nejčastější byl 26–30 let (8 %), dále 3–45 let (6,7 %), 46 a více let (3,1 %) a nejméně uživatelů bylo mladší než 15 let (1,3 %). Dotazník obsahoval několik otázek o základních údajích respondentů (pohlaví, věk, vzdělání) a skládal se ze čtrnácti otázek. Základní údaje o vzorku respondentů jsou uvedeny v tabulce č. 1, 2 a 3.

Tabulka 1 Zastoupení jednotlivých účastníků podle pohlaví

1.	počet	%
Muži	80	36%
Ženy	144	64%
Celkem	224	100%

Tabulka 2 Zastoupení jednotlivých účastníků podle věku

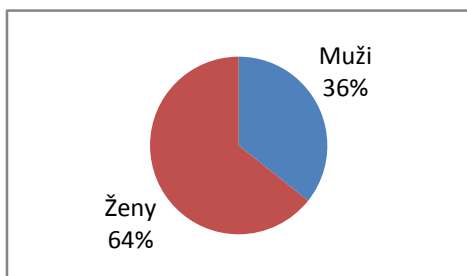
	méně než 15 let	16-25 let	26-30 let	31-45 let	46 a více let
muži	0	52	10	12	6
ženy	3	129	8	3	1
celkem	3	181	18	15	7

Tabulka 3 Zastoupení jednotlivých účastníků podle vzdělání

	ZŠ	SŠ bez m.	SŠ s mat.	VOŠ	VŠ
Muži	5	4	48	3	20
Ženy	10	3	108	2	21
Celkem	15	7	156	5	41

8.1 Deskripce získaných dat u jednotlivých otázek

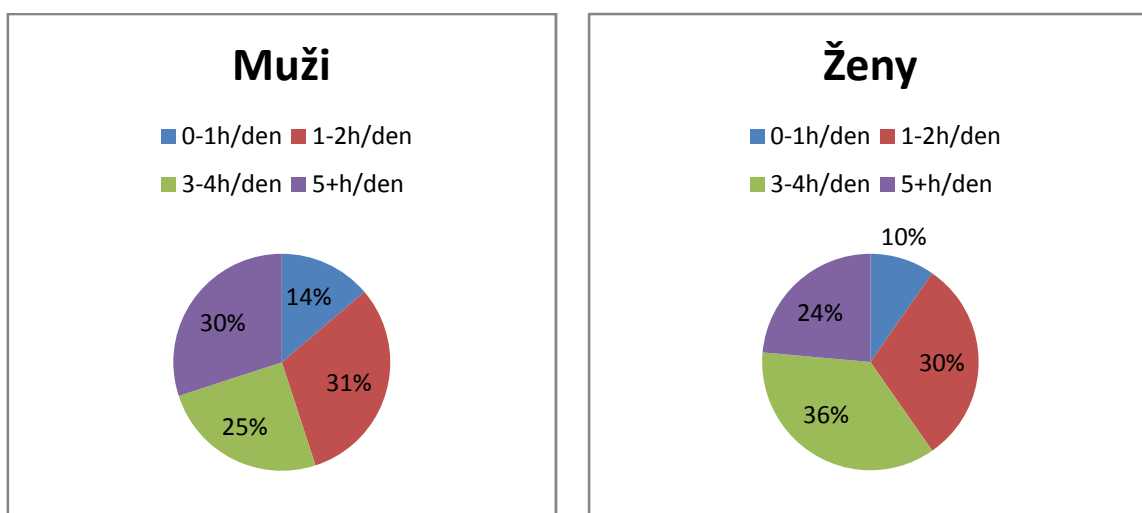
Otázka č. 1: Jaké je vaše pohlaví?



Obrázek 1 Graf četnosti volby na otázku č. 1

Z celkového počtu 224 respondentů vyplnilo dotazník 64 % žen a 36 % mužů.

Otázka č. 2: Jak často používáte internet ke komunikaci?



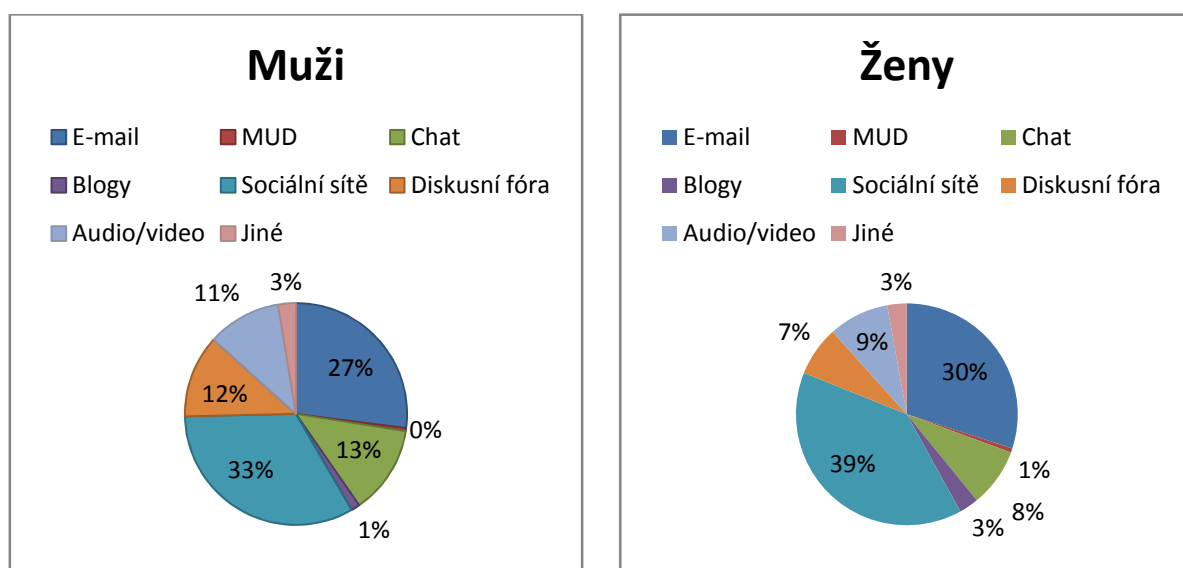
Obrázek 2 (muži) a 3 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 2

Tabulka 4 Četnost volby na otázku č. 2

2.	0-1h/den	1-2h/den	3-4h/den	5+h/den
Muži	11	25	20	24
Ženy	14	44	52	34
Celkem	25	69	72	58

Ukázalo se, že 89 % respondentů používá internet ke komunikaci minimálně jednu hodinu denně. Nejčastěji jsou to 3–4 hodiny denně (32 %), v těsném závěsu 1–2 hodiny denně (31 %) a víc než 5 hodin denně stráví internetovou komunikací celkem 58 dotázaných, tedy 26 %.

Otázka č. 3: Které z níže uvedených komunikačních prostředí využíváte?



Obrázek 4 (muži) a 5 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 3

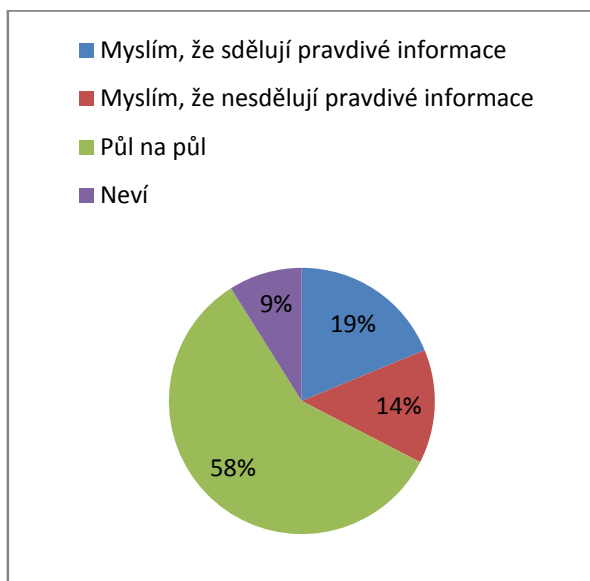
Tabulka 5 Četnost volby na otázku č. 3

3.	E-mail	MUD	Chat	Blogy	Sociální síť	Diskusní fóra	Audio/video	Jiné
Muži	63	1	30	3	77	28	25	6
Ženy	95	2	27	9	124	23	28	9
Celkem	158	3	57	12	201	51	58	15

Další otázka zkoumala, která komunikační prostředí respondenti nejčastěji využívají. U této otázky mohli uživatelé vybrat více než jednu otázku, proto součet procent přesahuje 100 %. Více než třetina respondentů (33 % mužů a 39 % žen) uvedlo používání sociálních sítí, druhým nejpoužívanějším komunikačním prostředím byl e-mail (27 % mužů a 30 % žen).

Shodně 3 % mužů i žen uvedla, že ke komunikaci používají jiné prostředí, mezi nimi byl například Nyx (zařaditelný do diskusních fór), VOIP telefon, youtube, pracovní prostředí a další.

Otázka č. 4: Je zřejmé, že ne každý, s kým komunikujete na internetu, o sobě sděluje pravdivé informace. Jaký je váš názor?



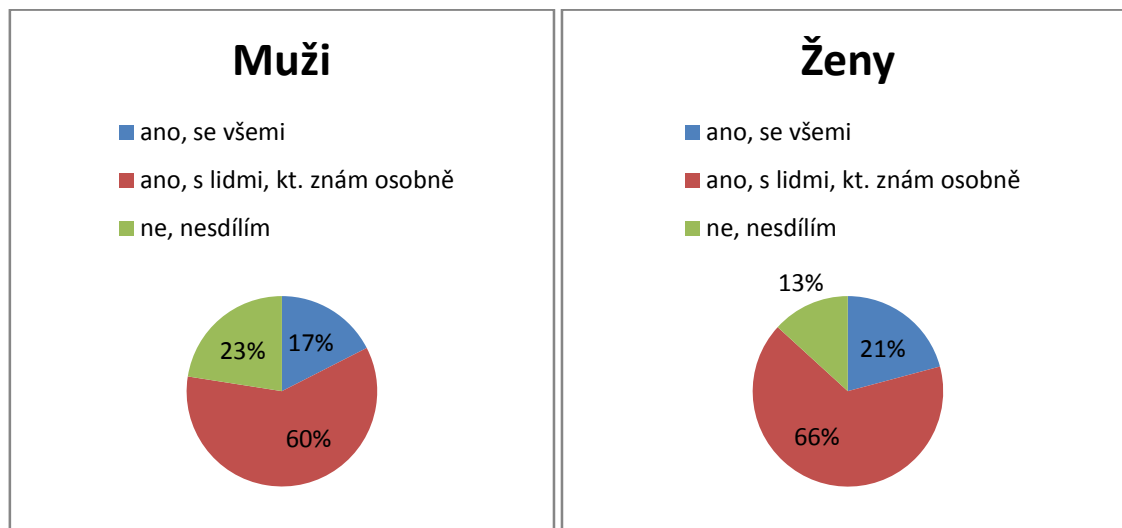
Obrázek 6 Graf četnosti volby na otázku č. 4

Tabulka 6 Četnost volby na otázku č. 4

4.	Myslím, že sdělují pravdivé informace	Myslím, že nesdělují pravdivé informace	Půl na půl	Neví
Muži	17	12	41	10
Ženy	25	19	90	10
Celkem	42	31	131	20

Z dotazníku vyplynulo, že 58 % respondentů (z toho 51 % mužů a 63 % žen) se domnívá, že poměr pravdivých a nepravdivých informací, které lidé v internetové komunikaci sdělují, je zhruba půl na půl. 19 % respondentů věří, že lidé sdělují pravdivé informace, 14 % si myslí, že jsou v internetové komunikaci sdělovány především nepravdivé informace a 9 % respondentů neví.

Otázka č. 5: Sdílíte informace o sobě a svém životě prostřednictvím internetové komunikace?



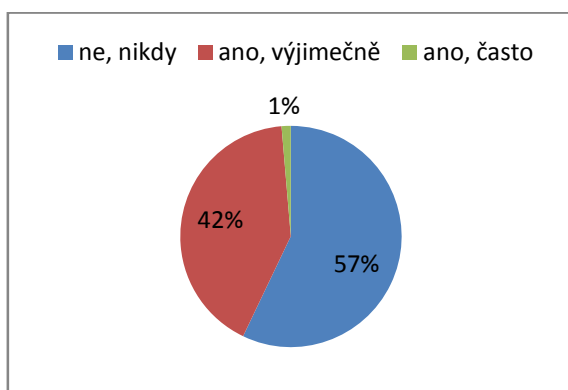
Obrázek 7 (muži) a 8 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 5

Tabulka 7 Četnost volby na otázku č. 5

5.	ano, se všemi	ano, s lidmi, kt. znám osobně	ne, nesdílím
muži	14	48	18
ženy	30	95	19
celkem	44	143	37

Tato otázka se snaží získat odpověď na výzkumnou otázku, zda jsou ženy v internetové komunikaci ochotnější sdílet informace o sobě a svém životě víc než muži. Ukázalo se, že informace se všemi uživateli internetu sdílí 17,5 % mužů a 20,8 % žen, s uživateli, které zná dotyčný osobně, je informace ochotno sdílet 60 % mužů a 66 % žen. 22,5 % mužů a 13,2 % žen odmítá sdílet informace o sobě prostřednictvím internetové komunikace.

Otázka č. 6: Vystupoval/a jste někdy v rámci internetové komunikace jako někdo jiný?



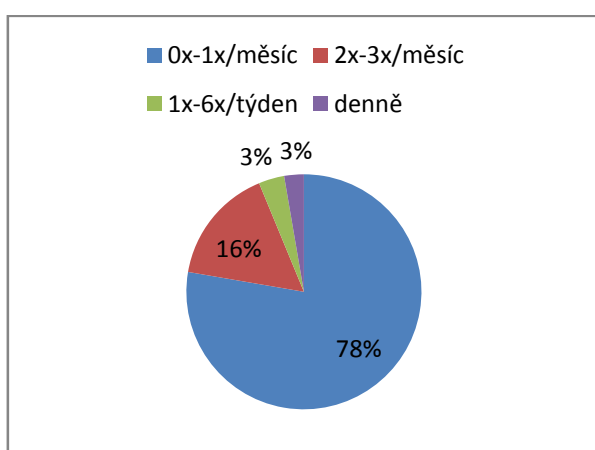
Obrázek 9 Graf četnosti volby na otázku č. 6

Tabulka 8 Četnost volby na otázku č. 6

6.	ne, nikdy	ano, příležitostně	ano, často
muži	40	37	3
ženy	88	56	0
celkem	128	93	3

Ukázalo se, že 43 % respondentů někdy vystupovalo v rámci internetové komunikace jako někdo jiný. 1 % uvedlo, že se záměnou identity experimentuje často, z toho všichni byli muži.

Otázka č. 7: Jak často lžete při komunikaci na internetu?



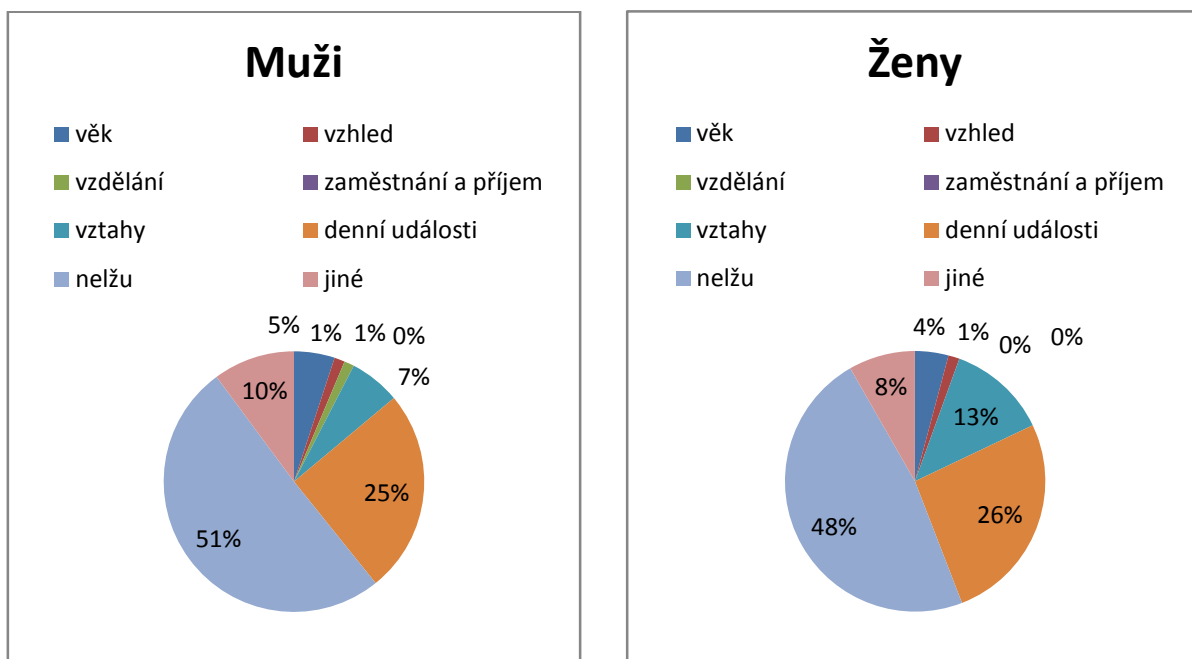
Obrázek 10 Graf četnosti volby na otázku č. 7

Tabulka 9 Četnost volby na otázku č. 7

7.	0x-1x/měsíc	2x-3x/měsíc	1x-6x/týden	denně
muži	60	8	7	5
ženy	114	28	1	1
celkem	174	36	8	6

Tato otázka má pomoci najít odpověď na výzkumnou otázku, zda lidé lžou v rámci internetové komunikace častěji, než tváří v tvář. 78 % uživatelů uvedlo, že v internetové komunikaci lžou méně než jednou měsíčně, 16 % uživatelů lže 2x až 3x za měsíc, 3 % lžou minimálně jednou týdně a 3 % respondentů lžou denně.

Otázka č. 8: O čem nejčastěji lžete v internetové komunikaci?



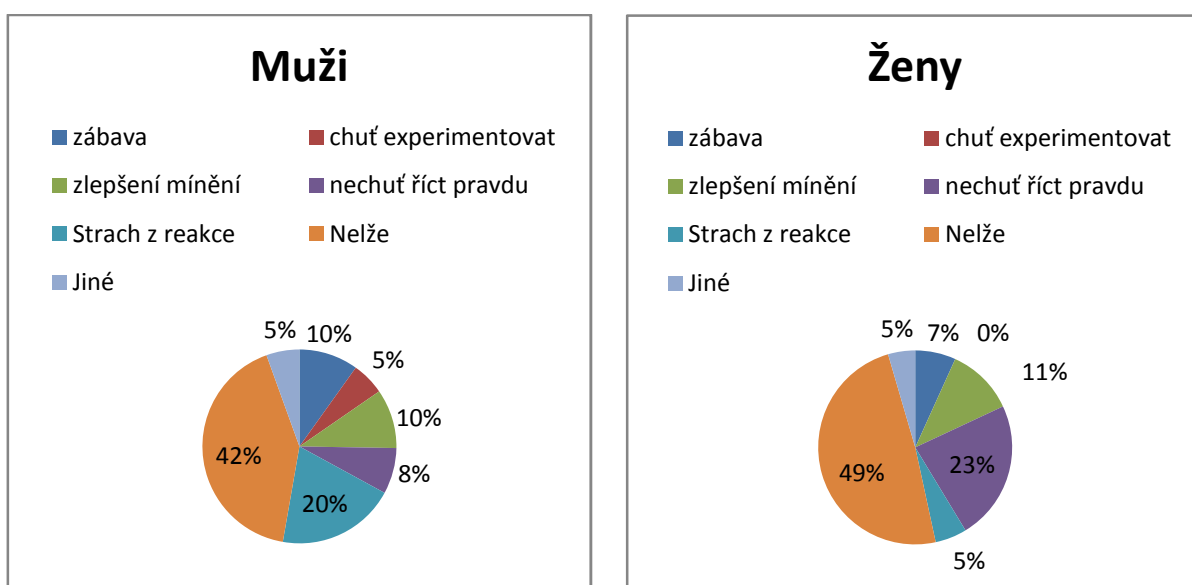
Obrázek 11(muži) a 12 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 8

Tabulka 10 Četnost volby na otázku č. 8

8.	věk	vzhled	vzdělání	zaměstnání a příjem	vztahy	denní události	nelžu	jiné
muži	4	1	1	0	5	20	40	8
ženy	6	2	0	0	18	38	69	12
celkem	10	3	1	0	23	58	109	20

Na otázku, o čem nejčastěji lžou v internetové komunikaci, odpovědělo 49 % respondentů, že nelžou. Druhou největší skupinou byli respondenti, kteří odpověděli, že nejčastěji lžou o denních událostech (25 % mužů a 26 % žen). 13 % žen a 7 % mužů lže nejčastěji o vztazích, 10 % mužů a 8 % žen zvolilo možnost „jiné“, většina se shodla na tom, že vyloženě nelže, pouze mlží, zamlčuje nebo lehce upravuje pravdu.

Otázka č. 9: Za jakým účelem/z jakého důvodu nejčastěji lžete v internetové komunikaci?



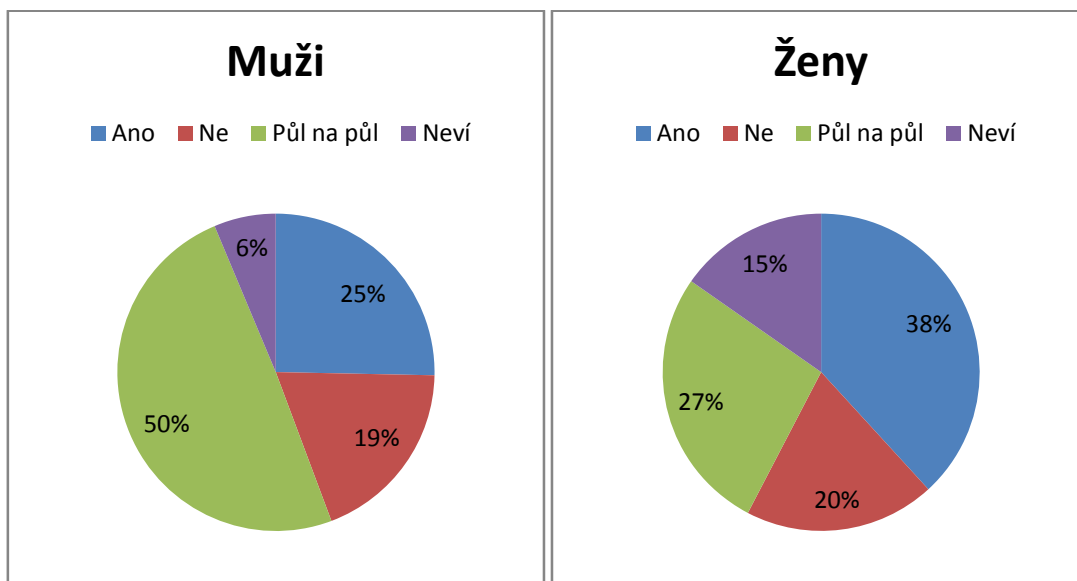
Obrázek 13 (muži) a 14 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 9

Tabulka 11 Četnost volby na otázku č. 9

9.	zábava	chůť experimentovat	zlepšení mínění	nechůť říct pravdu	Strach z reakce	Nelže	Jiné
muži	9	5	9	7	18	38	5
ženy	9	0	15	31	7	65	6
celkem	18	5	24	38	25	103	11

46 % respondentů (42 % mužů a 49 % žen) uvedlo, že nelže. Nejčastějším důvodem lhaní u žen byla nechůť říct pravdu (23 % žen), v případě mužů to byl strach z reakce na pravdu (20 % respondentů). Shodně 5 % respondentů zvolilo možnost „jiné“, ke které doplnili, že důvody jsou různé, především z legrace, tzv. bílé lži, lhaní pro klid, pozměnění pravdy a další.

Otázka č. 10: Cítíte se vůči druhým otevřenější při komunikaci přes internet v porovnání s komunikací tváří v tvář?



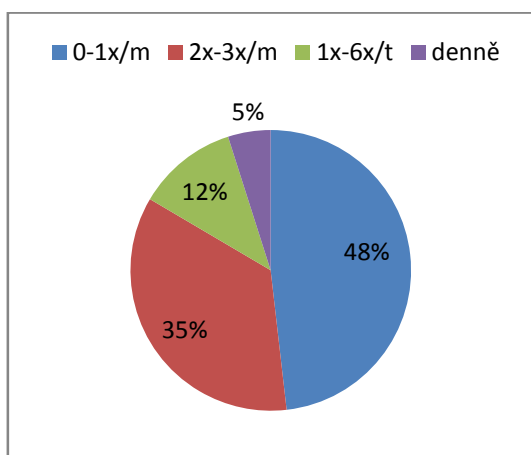
Obrázek 15 (muži) a 16 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 10

Tabulka 12 Četnost volby na otázku č. 10

10.	Ano	Ne	Půl na půl	Neví
Muži	20	15	39	5
Ženy	55	28	39	22
Celkem	75	43	78	28

Ukázalo se, že 50 % mužů je při komunikaci na internetu otevřených stejně jako při komunikaci tváří v tvář, 25 % mužů je otevřenějších na internetu, 19 % při komunikaci tváří v tvář a zbylých 6 % neví. Na rozdíl od mužů se 38% žen chová otevřeněji na internetu, 27 % se chová stejně v obou prostředích, 20 % je na internetu uzavřenějších a 15 % neví.

Otázka č. 11: Jak často v běžném životě lžete?



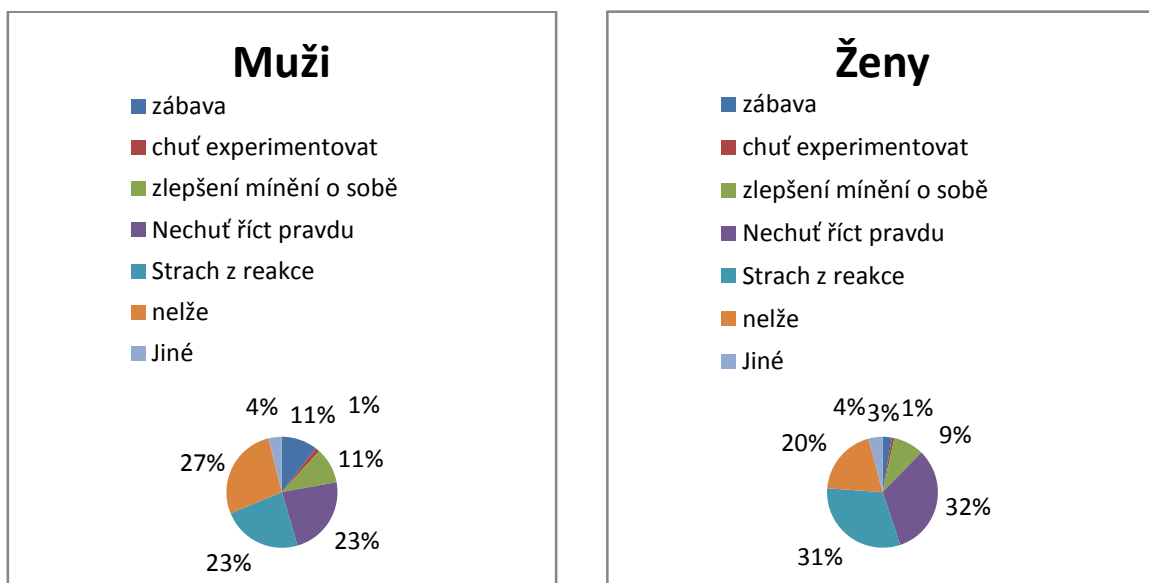
Obrázek 17 Graf četnosti volby na otázku č. 11

Tabulka 13 Četnost volby na otázku č. 11

11.	0-1x/m	2x-3x/m	1x-6x/t	denně
Muži	46	20	6	8
Ženy	62	59	20	3
Celkem	108	79	26	11

Tato otázka souvisí se zkoumáním jedné z hypotéz, zda lidé lžou více v běžném životě nebo na internetu. V grafu je tedy uvedena četnost volby jednotlivých možností bez ohledu na pohlaví. Skoro polovina (48 %) respondentů uvedla, že v průměru v běžném životě lže méně než 1 za měsíc, 35 % respondentů přiznává lhaní 2x–3x měsíčně, 12 % lže 1x–6x týdně a 5 % respondentů zalže denně minimálně jednou.

Otázka č. 12: Za jakým účelem/z jakého důvodu nejčastěji lžete v běžném životě?



Obrázek 18 (muži) a 19 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 12

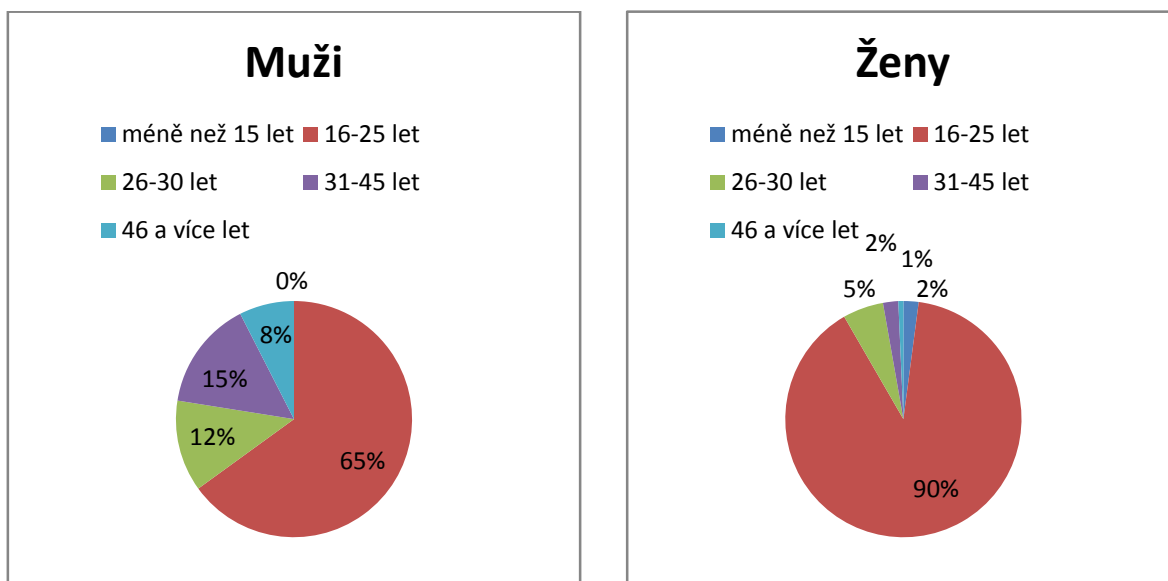
Tabulka 14 Četnost volby na otázku č. 12

12.	zábava	chuť experimentovat	zlepšení mínění o sobě	Nechuť říct pravdu	Strach z reakce	nelže	Jiné
muži	8	1	8	18	18	21	3
ženy	4	1	13	48	46	29	6
celkem	12	2	21	66	64	50	9

V případě mužů nejvíce respondentů odpovědělo, že nelže (27 %), shodně procent (23 %) získaly odpovědi „Strach z reakce“ a „Nechuť říct pravdu“. 11 % respondentů odpovědělo, že lžou pro zábavu a za účelem zlepšení mínění o své osobě. 4 % zvolila možnost „Jiné“ a 1 procento lže v běžném životě za účelem experimentu.

U žen získala nejvíce odpovědí možnost „Nechuť říct pravdu“ (32 %) v těsném závěsu za touto odpovědí byla možnost „Strach z reakce na pravdu“ (31 %), 20 % žen tvrdí, že nelže, 9% lže za účelem zlepšení mínění o své osobě, 4 % mají jiný důvod, než nabízely možnosti, 3% lžou v běžném životě pro zábavu a 1 % (stejně jako u mužů) vede ke lhaní chuť experimentovat.

Otázka č. 13: Kolik je vám let?



Obrázek 20 (muži) a 21 (ženy) Graf četnosti volby na otázku č. 13

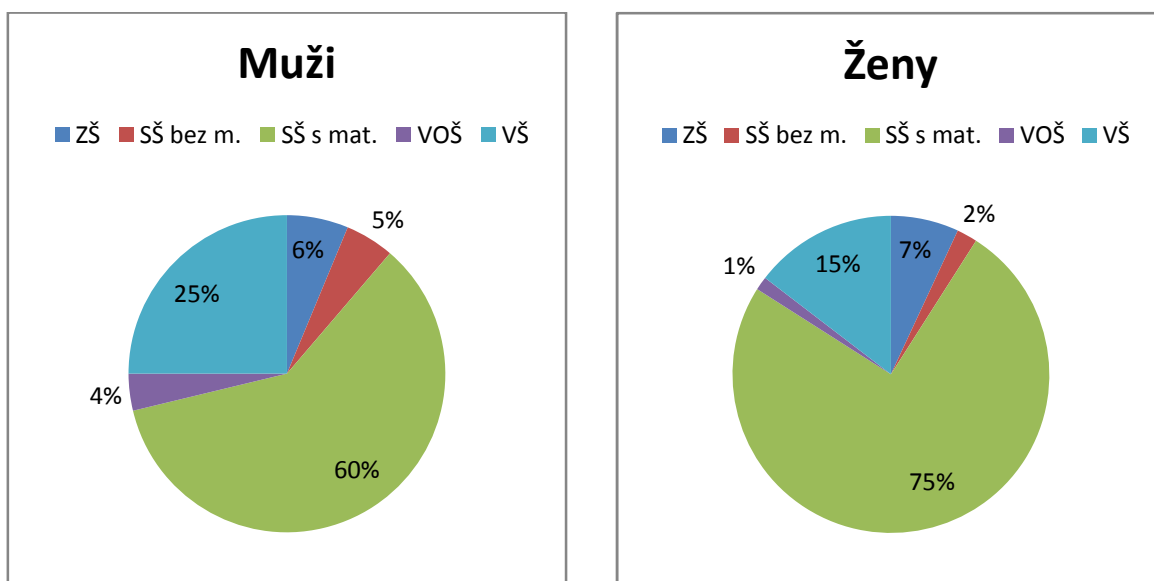
Tabulka 15 Četnost volby na otázku č. 13

13.	méně než 15 let	16-25 let	26-30 let	31-45 let	46 a více let
muži	0	52	10	12	6
ženy	3	129	8	3	1
celkem	3	181	18	15	7

V otázce č. 13 byli respondenti dotazováni na věk. 65 % mužů bylo ve věku 16–25 let, 15 % ve věku 31–45 let, 12 % zvolilo 26–30 let, 8 % bylo starších 46 let a ani jeden muž nebyl mladší 15 let.

V případě žen 90 % uvedlo věkové rozmezí 16–25 let, 5 % 26–30 let, po 2 % získaly možnosti méně než 15 let a 31–45 let a 1 % bylo starší 46 let.

Otázka č. 14: Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



Obrázek 22 (muži) a 23 (ženy) Graf četnosti volby na otázku 14

Tabulka 16 Četnost volby na otázku č. 14

14.	ZŠ	SŠ bez m.	SŠ s mat.	VOŠ	VŠ
Muži	5	4	48	3	20
Ženy	10	3	108	2	21
Celkem	15	7	156	5	41

Poslední otázka se také týkala osobních údajů respondentů a zaměřovala se na nejvyšší dosažené vzdělání. Nejvíce respondentů (60 % mužů a 75 % žen) uvedlo jako své nejvyšší dosažené vzdělání střední školu s maturitou. Druhé nejvyšší (25 % mužů a 15 % žen) dosáhlo vysokoškolského vzdělání, 6 % mužů a 7 % žen má ukončenou základní školu a 5 % mužů a 2 % žen absolvovali střední školu bez maturity.

8.2 Vyhodnocení dílčích výzkumných otázek

$$\text{Testové kritérium TK} = \chi^2 = \sum \frac{(\text{pozorované} - \text{předpokládané četnosti})^2}{\text{předpokládané}}$$

$$\text{Kritická hodnota KH} = \chi^2_{1-\alpha} [(r-1) \cdot (s-1)]$$

$$H_0: P(X \cap Y) = P(X)P(Y) \quad H_1: P(X \cap Y) \neq P(X)P(Y)$$

$$\alpha = 0,01$$

8.2.1 Vyhodnocení 1. hypotézy

Lidé, kteří lžou alespoň jednou týdně, lžou více na internetu, než tváří v tvář.

H₁: Míra lhaní uživatelů internetu je rozdílná v komunikaci na internetu a v komunikaci tváří v tvář

H₀: Míra lhaní uživatelů internetu není rozdílná v komunikaci na internetu a v komunikaci tváří v tvář.

Tabulka 17 Pozorované četnosti H₁

Komunikační prostor	Na internetu	Tváří v tvář	Celkem
Lžou často	14	37	51
Nelžou často	210	187	397
Celkem	224	224	448

Tabulka 18 Očekávané četnosti H₁

Komunikační prostor	Na internetu	Tváří v tvář	Celkem
Lžou často	25,5	25,5	51
Nelžou často	198,5	198,5	397
Celkem	224	224	448

Tabulka 19 Testové kritérium H_1

Komunikační prostor	Na internetu	Tváří v tvář	Celkem
Lžou často	5,19	5,19	10,38
Nelžou často	0,67	0,67	1,34
Celkem	5,86	5,86	11,72

Testové kritérium: **11,72**

Kritická hodnota: **6,64**

H_0 se zamítá.

8.2.2 Vyhodnocení 2. hypotézy

Ženy jsou oproti mužům v internetové komunikaci otevřenější.

H_1 : Míra otevřenosti v internetové komunikaci je mezi muži a ženami rozdílná.

H_0 : Míra otevřenosti v internetové komunikaci je mezi muži a ženami stejná.

Tabulka 20 Pozorované četnosti H_2

Pohlaví	Ano	Ne	Celkem
Muži	62	18	80
Ženy	125	19	144
Celkem	187	37	224

Tabulka 21 Očekávané četnosti H_2

Pohlaví	Ano	Ne	Celkem
Muži	$80 \cdot 187 / 224 = 66,79$	$80 \cdot 37 / 224 = 13,21$	80
Ženy	$144 \cdot 187 / 224 = 120,21$	$144 \cdot 37 / 224 = 23,79$	144
Celkem	187	37	224

Tabulka 22 Testové kritérium H_2

Pohlaví	Ano	Ne	celkem
Muži	0,34	1,74	2,08
Ženy	0,19	0,96	1,15
Celkem	0,53	2,7	3,23

Testové kritérium: 3,23

Kritická hodnota: 6,64

H_0 se potvrzuje

8.2.3 Vyhodnocení 3. hypotézy

Jako motiv lhaní uvádí ženy nejčastěji necht' říct pravdu, kdežto muži mají jiný motiv.

H_1 : Nejčastější motiv lhaní je mezi muži a ženami rozdílný.

H_0 : Nejčastější motiv lhaní není mezi muži a ženami rozdílný.

Tabulka 23 Pozorované četnosti H_3

Pohlaví	Nechuť říct pravdu	Strach z reakce	Jiné	Celkem
Muži	7	18	66	91
Ženy	31	7	95	133
Celkem	38	25	161	224

Tabulka 24 Očekávané četnosti H_3

Pohlaví	Nechuť říct pravdu	Strach z reakce	Jiné	Celkem
Muži	15,44	10,16	65,40	91
Ženy	22,56	14,84	95,60	133
Celkem	38	25	161	224

Tabulka 25 Testové kritérium H_3

Pohlaví	Nechuť říct pravdu	Strach z reakce	Jiné	Celkem
Muži	4,61	6,06	5,20	15,87
Ženy	3,16	4,14	3,65	10,86
Celkem	7,77	10,20	8,76	26,73

Testové kritérium: 26,73

Kritická hodnota: 16,81

H_0 se zamítá

8.2.4 Vyhodnocení 4. hypotézy

Uživatelé chatu experimentují se záměnou identity častěji, než lidé, kteří chat pravidelně nevyužívají.

H_1 : Jestli uživatel pravidelně používá nebo nepoužívá chat, má vliv na to, zda experimentuje se záměnou identity.

H_0 : Jestli uživatel pravidelně používá nebo nepoužívá chat, nemá vliv na to, zda experimentuje se záměnou identity.

Tabulka 26 Pozorované četnosti H_4

Komunikační prostor	Ano	Ne	Celkem
Uživatel chatu	31	24	57
Neuživatel chatu	97	72	167
Celkem	128	96	224

Tabulka 27 Očekávané četnosti H_4

Komunikační prostor	Ano	Ne	Celkem
Uživatel chatu	32,57	24,43	57
Neuživatel chatu	95,43	71,57	167
Celkem	128	96	224

Tabulka 28 Testové kritérium H_4

Komunikační prostor	Ano	Ne	Celkem
Uživatel chatu	0,07	0,01	0,08
Neuživatel chatu	0,03	0	0,03
Celkem	0,10	0,01	0,11

Testové kritérium: 0,11

Kritická hodnota: 6,64

H_0 se potvrzuje

8.3 Závěr výzkumu

Vyhodnocení výzkumu přineslo poměrně zajímavé poznatky. Díky ochotnému přístupu respondentů výzkum proběhl bez obtíží a v krátkém čase. S ohledem na typ výzkumného souboru je počet 224 respondentů adekvátní. Všechny dotazníky byly vyplněny správně, žádný nemusel být vyřazen.

H₁: První hypotéza vycházela z předpokladu, že lidé, kteří lžou alespoň jednou týdně, lžou více na internetu, než v komunikaci tváří v tvář. Pomocí testu dobré shody byla nulová hypotéza zamítnuta. Dále bylo zjištěno, že míra lhaní u lidí, kteří lžou alespoň jednou týdně, je skutečně rozdílná mezi lhaním na internetu a tváří v tvář. Očekávaná četnost lhaní na internetu bylo 25,5, tuto možnost však zvolilo pouze 14 respondentů. Naopak 37 respondentů přiznalo, že minimálně jednou za týden lžou v komunikaci tváří v tvář, ačkoliv předpokládaný počet respondentů byl 25,5. Předpoklad, že lidé, kteří lžou alespoň jednou týdně, lžou více na internetu než tváří v tvář, se nepotvrdil. Lidé, kteří lžou alespoň jednou týdně, lžou více v komunikaci tváří v tvář než na internetu.

H₂: Druhá hypotéza vycházela z předpokladu, že jsou ženy oproti mužům v internetové komunikaci otevřenější. Testové kritérium vyšlo 3,23, což je méně než kritická hodnota 6,64. Zde se potvrdila nulová hypotéza – míra otevřenosti v internetové komunikaci je mezi muži a ženami stejná, tím pádem se tvrzení, že jsou ženy otevřenější, zamítá. Rozdíly mezi muži a ženami nejsou, co se otevřenosti v internetové komunikaci týče, statisticky významné. Tvrzení, že ženy jsou v internetové komunikaci otevřenější než muži, neplatí.

H₃: Třetí hypotéza vycházela z předpokladu, že ženy uvádí jako nejčastější motiv svého lhaní nechuť říct pravdu, kdežto muži mají jiný motiv. Testové kritérium vyšlo v tomto případě vyšší než kritická hodnota, nulová hypotéza se zamítá a je tedy možné potvrdit, že nejčastější motiv lhaní je mezi muži a ženami rozdílný. Z tabulky je vidět, že nechuť říct pravdu zvolilo jako svůj nejčastější důvod 31 žen, což je o 8,5 víc oproti očekávanému počtu. Mužů tuto možnost vybralo 7, což je o 8,5 míň oproti očekávání. Nejčastějším motivem ke lhaní je v případě mužů strach z reakce na pravdu. Tuto možnost zvolilo 18 respondentů, ačkoliv očekávaná četnost této odpovědi byla u mužů 10,16. Je tedy možné potvrdit předpoklad, že jako motiv lhaní uvádí ženy nejčastěji nechuť říct pravdu, kdežto muži mají jiný důvod a tím důvodem je strach z reakce na pravdu.

H₄: Poslední čtvrtá hypotéza vycházela z tvrzení, že uživatelé chatu experimentují se záměnou identity častěji, než lidé, kteří chat pravidelně nevyužívají. Testové kritérium vyšlo 0,11, je tedy výrazně menší než kritická hodnota a potvrzuje tak nulovou hypotézu: Jestli uživatel pravidelně používá nebo nepoužívá chat, nemá vliv na to, zda experimentuje se záměnou identity, není tedy možné prokázat, že uživatelé internetových chatů experimentují se záměnami identity častěji, než uživatelé internetu, kteří chat pravidelně nevyužívají. Z dotazníku navíc vyplynulo, že pouze tři muži se záměnou identity experimentují pravidelně, kdežto z žen se k tomuto způsobu chování v internetové komunikaci nepřiznala žádná.

9 ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývá tématem lhaní v internetové komunikaci. Internetová komunikace se pomalu, ale jistě stává součástí každodenního života především mladých lidí. Tato práce si kladla za cíl zjistit, do jaké míry je v současnosti lhaní rozšířeno mezi uživateli internetu, jaké jsou nejčastější důvody a příčiny lhaní.

V teoretické části se práce zabývá komunikací a jejími druhy, motivací ke komunikaci a komunikačními manévry a taktikami. Zaměřuje se na lhaní jako aspekt komunikace, druhy lží, důvody ke lhaní atd. Poté popisuje komunikaci v prostředí internetu a její specifika a zabývá se psychologií uživatelů internetu. Následně se dostává k samotnému tématu lhaní na internetu, kde se zabývá mimo jiné motivací lží, lhaní v chatové komunikaci, trestnou činností spojenou se lhaním na internetu a možnostmi, jak lež rozpoznat.

V praktické části popisuje průběh a výsledky dotazníkového šetření zaměřeného na několik témat: Lhaní tváří tvář versus lhaní na internetu, ochota sdílet informace, nejčastější důvody ke lži na internetu a souvislosti mezi užíváním chatu a experimenty se změnou identity. Ze čtyř očekávání se

Ukázalo se, že 78 % dotazovaných přiznává, že na internetu lže v průměru méně než jednou měsíčně. Značná část respondentů se však odvolává na to, že vyloženě nelže, spíše mlží, neříká celou pravdu, nebo si ji podle potřeby upravuje, takže to nepovažují za lež jako takovou, ačkoliv úplnou pravdu neříkají. Při výběru témat, o kterých nejčastěji na internetu lžou, skoro polovina respondentů prohlásila, že nelže, čtvrtina zvolila možnost „o denních událostech“. Dá se tedy konstatovat, že nejčastějším předmětem lhaní nejsou dlouhodobě neměnná fakta jako vzhled, věk, vzdělání atd., ale především krátkodobě aktuální informace – denní události. Výjimku tvoří 13 % žen, které přiznaly, že nejčastěji lžou v internetové komunikaci o vztazích.

Dále se praktická část zabývala výskytem lhaní v internetové komunikaci v porovnání s komunikací v běžném životě. Tato myšlenka vycházela z obecného tvrzení, že je internetová komunikace nebezpečná „protože se tam lže“. Průzkum ukázal, že lidé, kteří lžou vícrát než jednou týdně (včetně), lžou více v každodenní komunikaci, než na internetu. Internet tedy v tomto ohledu není o nic nebezpečnější, než komunikace v běžném životě.

Obdobně bylo zkoumáno, zda časté využívání typicky anonymního prostředí (konkrétně chat) souvisí s experimentováním se záměnou identity v internetovém prostředí, mezi těmito dvěma jevy však nebyla nalezena statisticky významná souvislost.

Posledním hlavním okruhem, na který se tato práce zaměřila, byla důvěra uživatelů v osoby, se kterými komunikují. Konkrétně bylo zjišťováno, zda a za jakých okolností jsou respondenti ochotní sdílet informace o své osobě s ostatními uživateli internetu. Jedna pětina respondentů je ochotná sdílet informace o své osobě se všemi uživateli internetu. 64% respondentů odpovědělo, že informace o své osobě na internetu sice sdílí, ale pouze s lidmi, které zná osobně z běžného života. Zbývajících 17 % uvedlo, že informace o své osobě na internetu nesdílí. S tím souvisí další otázka, na kterou respondenti odpovídali. „Je zřejmé, že ne každý, s kým komunikujete na internetu, o sobě sděluje pravdivé informace. Jaký je váš názor?“ Zajímavé je, že četnost volby jednotlivých odpovědí byla dost podobná odpovědím u předchozí otázky. Z toho vyplývá, že většina respondentů sice je ochotná důvěřovat informacím, kterých se jim na internetu dostává, ale přistupuje k nim do značné míry kriticky. Zhruba každý sedmý respondent informacím přijímaným z internetu nevěří.

10 POUŽITÁ LITERATURA

Knihy a publikace:

- BURIANOVÁ, Barbora. Jak se chováme on-line? *Psychologie DNES*. 2000, roč. 6, č. 12, s. 18–19. ISSN 1212-9607.
- ČERNÝ, Jiří. *Úvod do studia jazyka*. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 1998, 248 s. ISBN 80-858-3924-5.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. 3.vyd. Praha: Karolinum, 2000, 374 s. ISBN 80-246-0139-7.
- ECO, Umberto. *Jak napsat diplomovou práci*. 1. vyd. Olomouc: Votobia, 1997, 271 s. ISBN 80-719-8173-7.
- GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Překlad Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-859-3179-6.
- HARTL, Pavel a HARTLOVÁ, Helena. *Psychologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009, s. 395. ISBN 978-807-3675-691.
- CHVOJKOVÁ, Helena. Na netu si říkám Marion. *Psychologie dnes*. 2009, XV, č.10, ISSN 1212-9607.
- KONEČNÝ, Štěpán. *Fenomén lhaní v prostředí internetu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011, 121 s. ISBN 978-80-210-5488-2.
- KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Olomouc: Hanex, 2007, 98 s. ISBN 978-808-5783-780.
- KOUCKÁ, Pavla. Kolikrát jsi dnes lhal?. *Psychologie dnes*. 2008, XIV, č. 3, ISSN 1212-9607.
- MLEZIVA, Emil. *Encyklopedie lži, podvádění a klamání: s příklady a obrana proti nim*. Vyd. 1. Praha: Vyšehrad, 2000, 238 p. ISBN 80-702-1391-4.
- PLAŇAVA, Ivo. *Průvodce mezilidskou komunikací – přístupy, dovednosti, poruchy*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2005, 146 s. ISBN 80-247-0858-2.
- ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 1998, 268 p. ISBN 80-859-3148-6.
- ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003, 158 s. Psychologická setkávání, sv. 6. ISBN 80-725-4360-1.

ŠMAHEL, David. Co dělají čeští dospívající na internetu. *Psychologie DNES*. 2004, roč. 10, č. 7–8, s. 32–34. ISSN 1212-9607

VYBÍRAL, Zbyněk. *Mění se lidská psychika v éře internetu?* *Psychologie DNES*. 2001, roč. 7, č. 3, s. 16–19. ISSN 1212-9607

VYBÍRAL, Zbyněk. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 175 s. ISBN 80-717-8812-0.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 319 s. ISBN 80-717-8998-4.

WATZLAWICK, Paul a kol. *Pragmatika lidské komunikace: interakční vzorce, patologie a paradoxy*. Brno: Newton Books, 2011, 283 s. ISBN 978-808-7325-001.

ZEMAN, Václav. *Psychologie na Internetu*. Vyd. 1. Liberec, 2001, 71 s. ISBN 80-708-3493-5.

Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích. 1. vyd. Praha: Nakladatelský dům OP Diderot, 1997, 700 s. ISBN 80-858-4117-7.

Elektronické zdroje:

HAVEL, Roman. *Internet v ČR* [online]. 2006 [cit. 2013 – 02 – 08]. Dostupné z: <http://absolventi.gymcheb.cz/2006/havelro/IVT2/CR.htm> .

Internet a komunikace. Český statistický úřad [online]. 27. 1. 2012 [cit. 2013 – 02 – 08]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/internet_a_komunikace.

K čemu využíváme internet. Český statistický úřad [online]. 19. 1. 2012 [cit. 2013 – 02 – 08]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/k_cemu_vyuzivame_internet.

11 PŘÍLOHY

Příloha A – Dotazník k BP

Příloha A – Dotazník k BP

Dotazník k BP: Lež jako aspekt internetové komunikace

Dobrý den, ráda bych Vás požádala o účast na průzkumu vyplněním následujícího dotazníku, který poslouží jako podklad pro vypracování praktické části mé bakalářské práce na téma „**Lež jako psychologický aspekt internetové komunikace**“. Dotazník je anonymní a bude sloužit pouze ke studijním účelům. Prosím o pravdivé vyplnění dotazníku. Vyplnění vám zabere cca 7 minut. Budu velice ráda, pomůžete-li mi se získáním cenných informací.

Děkuji za Váš čas a přeji hezký den.

Hana Máslová

Prosím, zaškrtněte (označte) vyhovující údaje, u možnosti **Other** doplňte vlastní odpověď.
Položky označené * jsou povinné.

1. Jaké je vaše pohlaví? *

muž

žena

2. Jak často používáte internet ke komunikaci? *

méně než 1 hodinu denně

1–2 hodiny denně

3–4 hodiny denně

5 a více hodin denně

3. Které z níže uvedených prostředí využíváte nejčastěji ke komunikaci? *

Můžete zaškrtnout více možností, v případě Other uveďte vlastní možnost

E-mail (elektronická pošta)

MUD (multi user dimension, multi user dungeons, multi user domain)

Chat (xchat, ICQ, IRC,...)

Domovské osobní stránky (blogy atd.)

Sociální sítě (Facebook, Twitter, Plurk, atd.)

Diskusní fóra

Audio a audio – video přenos (Skype, videokonference atd.)

Other: _____

4. Je zřejmé, že ne každý, s kým komunikujete na internetu, o sobě sděluje pravdivé informace. Jaký je váš názor? *

Myslím, že většina uživatelů internetu o sobě sděluje pravdivé informace

Myslím, že většina uživatelů internetu o sobě nesděluje pravdivé informace

Myslím, že je to půl na půl

Nevím

5. Sdílíte informace o svém životě prostřednictvím internetové komunikace? *

Ano, sdílím informace o sobě a svém životě i s lidmi, které osobně neznám

Ano, sdílím informace o sobě a svém životě, ale jen s lidmi, které osobně znám

Ne, informace o sobě a svém životě prostřednictvím internetu nesdílím

6. Vystupoval/a jste někdy v rámci internetové komunikace jako někdo jiný? *

Ne, vždy vystupuji sám/sama za sebe

Ano, se změnou identity jsem experimentoval/a, ale obvykle vystupuji sám/sama za sebe

Ano, rád experimentuji s vlastní identitou a obvykle vystupuji jako někdo jiný

7. Jak často (v průměru) lžete při komunikaci na internetu? *

0x–1x za měsíc

2x–3x za měsíc

1x–6x za týden

každý den minimálně jednou

8. O čem nejčastěji lžete v internetové komunikaci? *

svém věku

svém vzhledu

svém vzdělání

svém zaměstnání a příjmu

svých vztazích

denních událostech

Na internetu nelžu

Other: _____

9. Za jakým účelem/z jakého důvodu nejčastěji lžete v internetové komunikaci? *

Zábava

Chuť experimentovat

Zlepšení mínění o sobě v očích druhých

Nechuť říct pravdu

Strach/Obavy z reakce na pravdu

Na internetu nelžu

Other: _____

10. Cítíte se vůči druhým otevřenější při komunikaci přes internet v porovnání s komunikací tváří v tvář? *

Ano, při komunikaci přes internet se vůči druhým cítím otevřenější než při komunikaci tváří v tvář

Ne, při komunikaci přes internet se vůči druhým cítím méně otevřený/á než při komunikaci tváří v tvář

Při komunikaci na internetu jsem stejně otevřený/á jako při komunikaci tváří v tvář

Nemohu určit

11. Jak často (v průměru) v běžném životě lžete? *

0x–1x za měsíc

2x–3x za měsíc

1x–6x za týden

každý den minimálně jednou

12. Za jakým účelem/z jakého důvodu nejčastěji lžete v běžném životě? *

Zábava

Chůť experimentovat

Zlepšení mínění o sobě v očích druhých

Nechůť říct pravdu

Strach/Obavy z reakce na pravdu

Nelžu

Other: _____

13. Kolik je vám let? *

méně než 15

16–25

26–30

31–45

46 a více

14. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání? *

ZŠ

SŠ bez maturity

SŠ s maturitou

Vyšší odborné

Vysokoškolské