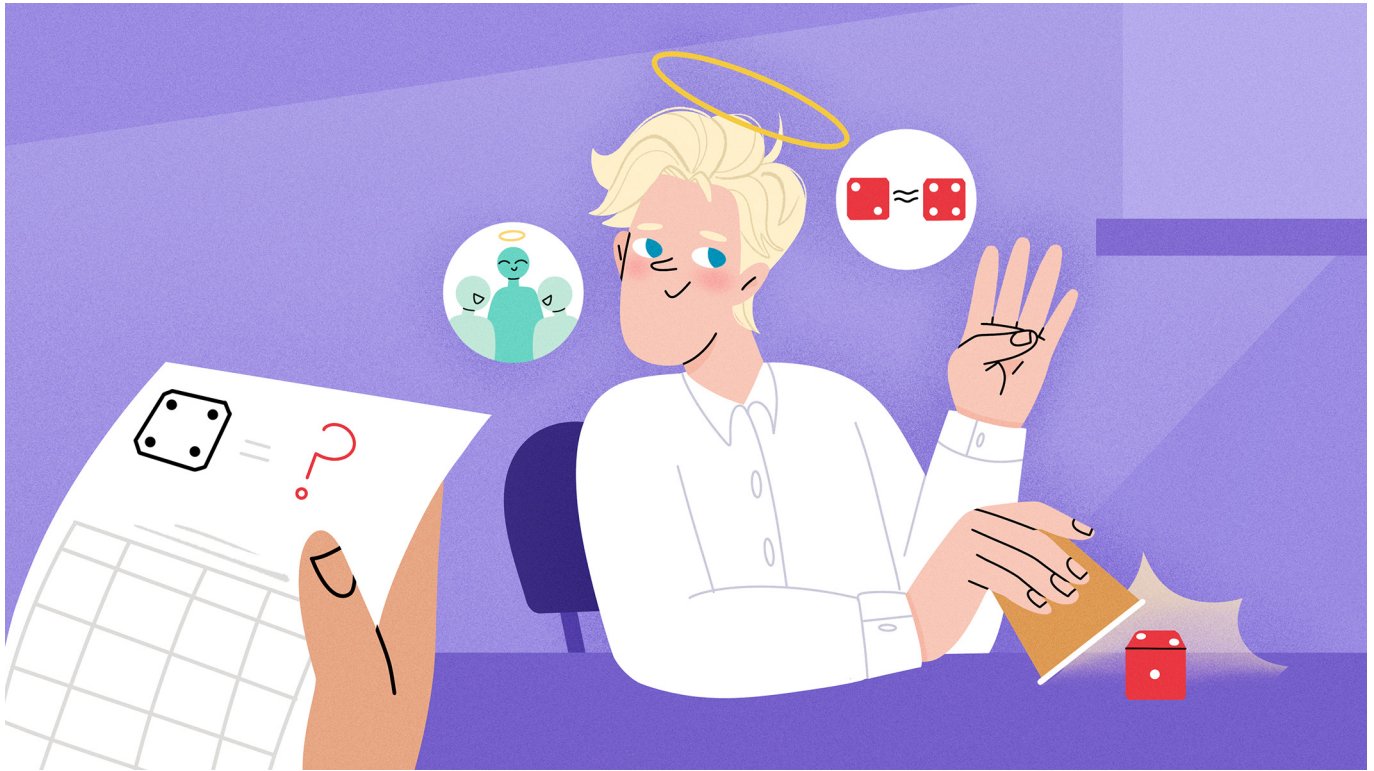




האמת על שקרים: מבט התנהגותי על רמאות ביום-יום

Mika Guzikevits* | Shoham Choshen-Hillel*

בית הספר למנהל עסקים ומרכז פדרמן לחקר הרציונליות, האוניברסיטה העברית בירושלים

סוקרים צעירים

ROTEM

גיל: 11



כולנו יודעים שילדים ומבוגרים משקרים לפעמים – אבל מתי הם נוטים לשקר, ועד כמה? ואיך בכלל אפשר לחקור שקרים בצורה מדעית, כשאנשים משתדלים כל כך להסתיר אותם? במאמר הזה נציג מחקרים בנושא רמאות גם מהמעבדה ההתנהגותית וגם מהעולם האמיתי. הממצאים המרכזיים מפסיכולוגיה ומכלכלה מראים שהרבה אנשים מוכנים לרמות כדי להרוויח משהו, אבל בדרך כלל מסתפקים בשקרים קטנים יחסית. נסביר כיצד הרצון של אנשים להרגיש מוסריים בעיני עצמם ובעיני אחרים מגביל את השקרים שהם מספרים. לסיום, נסביר כיצד ניתן להשתמש בתובנות מהמחקר כדי להפחית רמאות בעולם.

מגיל צעיר מלמדים אותנו לומר תמיד אמת ולא לשקר. בסיפור הילדים המפורסם "פינוקיו", למשל, פינוקיו נענש על שקריו פעם אחר פעם, עד שבסופו של דבר הוא מפסיק לשקר והופך לילד אמיתי. אבל האם ילדים ומבוגרים תמיד אומרים את האמת, או שהם לפעמים משקרים כשזה כדאי להם? ואם הם משקרים, אז באיזו תדירות? מה סוג השקרים שהם נוטים לספר ובאילו נסיבות הם נוטים לשקר יותר? במאמר הזה נסקור ממצאים מרכזיים

כלכלה התנהגותית (Behavioral economics)

תחום שחוקר איך אנשים מתנהגים ומקבלים החלטות בהקשרים כלכליים, תוך בחינת ההתנהגות שלהם בפועל והסתמכות על תובנות מפסיכולוגיה, במקום על מודלים תיאורטיים.

שקר פרו-חברתי (Prosocial lie)

שקר שנועד לעזור לאדם אחר. למשל, לומר לחברה שהעוגיות שהכנה טעימות, גם אם הן לא כל כך לטעמכם, כדי לא לפגוע ברגשותיה.

התנהגות לא-אתית (Unethical behavior)

התנהגות שנחשבת לא מוסרית או אסורה בחברה, כמו לשקר, לרמות, או לגנוב, ושעלולה לפגוע באנשים אחרים או בחברה.

מהמחקר בפסיכולוגיה ובכלכלה התנהגותית לגבי הנטייה של מבוגרים ושל ילדים לשקר, ונציג גורמים שמשפיעים על הנטייה הזו.

האם אנשים משקרים?

השאלה הראשונה שחוקרי רמאות רוצים לענות עליה, היא: "האם אנשים משקרים?". אבל איך אפשר לדעת? בסיפור "פינוקיו", בכל פעם שפינוקיו משקר, אפו מתארך. אבל במציאות, אפם של שקרנים אינו מתארך, והם משתדלים להסתיר את השקרים שלהם. אז איך בכל זאת אפשר לדעת אם אנשים משקרים? אחת הדרכים היא פשוט לשאול אותם. למשל, במחקר אחד התבקשו המשתתפים לתעד ביומן את כל השקרים שסיפרו במשך כמה ימים. התברר שהמשתתפים תיעדו לא מעט שקרים – כלומר, הם הודו שהם משקרים כמה פעמים ביום. אבל כשמסתכלים על השקרים שתועדו, מגלים שלרוב אלו שקרים קטנים ולא מזיקים [1]. למשל, לומר ששטפתם ידיים כשבעצם לא שטפתם, או להחמיא לחבר על חולצה חדשה שקנה, אף על פי שלא מצאה חן בעיניכם. שקר מהסוג האחרון מכונה "שקר פרו-חברתי" כי המטרה שלו היא לעזור לאדם אחר (במקרה הזה, לחבר שלא רוצים להעליב).

האם אפשר להאמין לדיווחים של המשתתפים במחקר על השקרים שלהם? לא בטוח, משום שיתכן שחלק מהמשתתפים מסתירים מידע על כמות וסוג השקרים שהם מספרים, אפילו במסגרת מחקר. לכן, חשוב לבדוק לא רק מה אנשים בוחרים לספר על עצמם, אלא לבדוק את ההתנהגות שלהם באופן ישיר יותר.

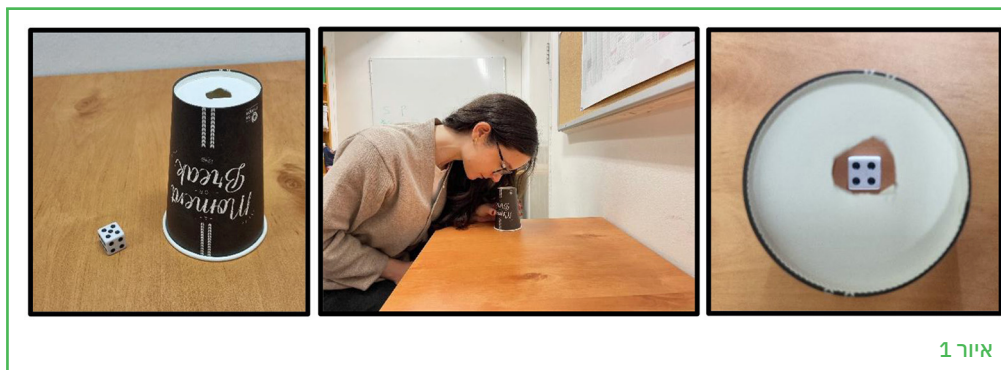
איך מודדים שקרים?

כדי למדוד רמאות והתנהגות לא-אתית, בלי להשפיע על ההתנהגות של הרמאים, חוקרים פיתחו שיטות יצירתיות למחקר במעבדה. אחת השיטות האלה נקראת "ניסוי הקובייה מתחת לכוס" [2]. במסגרת הניסוי, כל משתתף או משתתפת יושבים לבד בחדר מעבדה סגור. לפנייהם מונחות כוס חד-פעמית עם חור קטן בתחתית וקוביית משחק רגילה. כל משתתף מתבקש להפוך את הכוס מעל הקובייה, להטיל את הקובייה על ידי טלטולה מתחת לכוס, להציץ דרך החור ולדווח איזה מספר יצא לו (ראו איור 1). למשתתפים נאמר שככל שהמספר שידווחו עליו גבוה יותר, הם יקבלו בONUS גדול יותר: אם ידווחו שהטילו "1", יקבלו שקל, אם ידווחו "2", יקבלו שני שקלים, וכן הלאה עד למקסימום של 6 שקלים. כלומר, בניסוי הזה, כדאי למשתתפים לדווח שקיבלו מספר גבוה כדי להרוויח יותר כסף, ויש להם אינטרס ברור לשקר. משום שהמשתתפים מטילים את הקובייה מתחת לכוס בחדר סגור, הם יודעים שרק הם יכולים לראות את התוצאה האמיתית, ואף אחד לא יוכל לדעת אם שיקרו.

אם אף אחד לא רואה את תוצאות הטלת הקובייה של המשתתפים, איך החוקרים יודעים כמה שיקרו? הם מסתמכים על סטטיסטיקה פשוטה. בקובייה רגילה, הסיכוי לקבל כל מספר (1, 2 וכן הלאה) הוא זהה: בדיוק שישית. כלומר, אם הרבה משתתפים מטילים כל אחד קובייה ומדווחים על המספר שיצא להם באמת, בערך שישית מהם אמורים לדווח על כל מספר (שישית ידווחו על 1, שישית על 2 וכן הלאה). אבל אם בפועל המשתתפים מרמים ומדווחים על מספרים גבוהים יותר, כדי להרוויח כסף, פחות משתתפים צפויים לדווח על

איור 1

המחשה של שיטת "הקובייה-מתחת-לכוס" על פי הניסוי שערכו שלוי ועמיתיו [2]. המשתתפים מתבקשים להטיל קובייה מתחת לכוס, להציץ בתוצאה דרך החור שבכוס ולדווח עליה. רק המשתתפת יכולים לראות את התוצאה האמיתית, והיא נשארת פרטית לחלוטין. ככל שהמשתתפים מדווחים על תוצאה גבוהה יותר, כך הם מקבלים תשלום גבוה יותר. אחר כך משווים את דיווחי המשתתפים למה שהיינו מצפים לראות אם התוצאות בהטלת הקובייה היו באמת אקראיות.

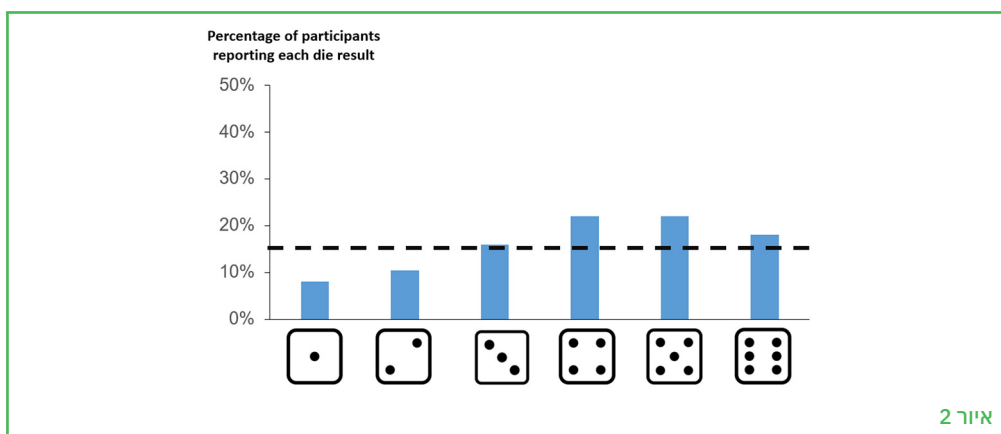


איור 1

מספרים נמוכים (כמו 1 או 2), ויותר על מספרים גבוהים (כמו 4 או 5). וכך באמת ראו החוקרים: פחות משישית מהמשתתפים, למשל, דיווחו שהטילו 2, אבל יותר משישית דיווחו על 5. זה סימן לכך שחלק מהמשתתפים שיקרו ודיווחו על מספר גבוה יותר מכפי שיצא להם, כדי להרוויח כסף (איור 2).

איור 2

תוצאות הניסוי שערכו שלוי ועמיתיו [2]. 62 משתתפים הטילו קובייה בשיטת "הקובייה-מתחת-לכוס" ודיווחו על המספר שיצא להם. באיור ניתן לראות את אחוז המשתתפים שדיווחו על כל מספר בקובייה. הקו המקווקו מסמן את התוצאות שהיינו מצפים לקבל אם כל המשתתפים היו מדווחים את המספר שיצא להם באמת. מהתוצאות רואים שהמשתתפים נטו, ככלל, לדווח יותר על מספרים גבוהים ששווים להם יותר כסף, ולדווח פחות על מספרים נמוכים. עם זאת, המשתתפים לא רימו עד הסוף (רבים לא דיווחו 6).



איור 2

האם גם ילדים משקרים?

כנראה לא תופתעו לגלות שגם ילדים מרמים לפעמים, כשזה כדאי להם והם לא חוששים להיתפס. למשל, בניסוי הקובייה נמצא שגם ילדים בגילי 7–10 דיווחו לפעמים על מספרים גבוהים יותר מכפי שסביר שיצא להם – כשהדיווח הזה הוא רווחי מבחינתם. רמאות מתחילה אפילו בגיל צעיר יותר. במחקר אחר, ביקשו מילדים בגילי 2–3 לא להציץ בצעצוע שהונח מאחוריהם, בזמן שהחוקרים "לא מסתכלים". כאשר החוקרים צפו בילדים במצלמה נסתרת, התברר שרוב הילדים לא עמדו בפיתוי והציצו בצעצוע. בנוסף, ככל שהילדים היו מבוגרים יותר, כך גדל הסיכוי שהם ינסו לשקר ולהכחיש שהציצו [3].

אנשים משקרים, אבל לא עד הסוף

ראינו שבניסוי "הקובייה מתחת לכוס", משתתפים שיקרו כדי להרוויח, ודיווחו על תוצאות גבוהות יותר ממה שיצא להם באמת. דבר נוסף שבלט באותו ניסוי הוא שהמשתתפים שיקרו באופן מוגבל. כלומר, לכל משתתף, הכי כדאי לדווח שיצא לו "6", ולקבל את הבונוס

המקסימלי. אם אנשים היו פועלים רק מתוך אינטרס כלכלי, והיו מנסים להגיע לרווח הכי גבוה האפשרי, כולם היו אמורים לדווח אבל מהניסויים עולה שרק כ-20% מהמשתתפים דיווחו שיצא להם 6 (איור 2). כלומר, אנשים מגבילים את השקרים שלהם ולא מתנהגים לפי מה שהכי רווחי להם כלכלית. החוקרים הסיקו שבמקום לדווח תמיד על המספר הגבוה ביותר, משתתפים לרוב דיווחו על מספרים גבוהים במעט ממה שיצא להם. למשל, אם יצא למשתתפת "2", היא דיווחה שיצא לה "3" או "4", אבל כמעט אף פעם לא "6", אף על פי שזה כמובן היה לה יותר כדאי. מסקנות דומות על כך שאנשים מרמים – אבל במידה מוגבלת – מגיעות ממחקרים בהקשרים אחרים. עובדים שמדווחים על מספר שעות העבודה שעבדו מהבית, מוסיפים לעצמם כמה שעות, אבל לא עד למקסימום האפשרי, ותלמידים מדווחים שהצליחו קצת יותר מכפי שהצליחו באמת, אבל לא יותר. מדוע אנשים מגבילים את השקרים שלהם גם כשאין סיכוי שייתפסו או ייענשו?

התפקיד של דימוי עצמי בשקרים

המשתתפים בניסוי הקובייה יכלו לשקר ואף אחד לא היה יכול לדעת על כך – אבל למעשה זה לא מדויק, מישהו כן ידע: הם עצמם. לפי מחקרים בפסיכולוגיה, לאנשים חשוב לשמור על דימוי עצמי חיובי. כלומר, הם רוצים לחשוב על עצמם כאנשים מוסריים, ישרים וטובים, ולא רוצים להרגיש שקרנים. לכן, כשיש להם הזדמנות לשקר, אנשים מאזנים בין הרצון להרוויח מהשקר ובין הרצון לשמור על דימוי עצמי חיובי. זה מתבטא בכך שהם משקרים רק במעט. כך, למשל, משתתף שהטיל 2 בקובייה עשוי לדווח שיצא לו 3, ולא 6. דיווח על 6 יאיים על הדימוי העצמי שלו ויגרום לו להרגיש שקרן, בעוד שדיווח על 3 הוא יכול להצדיק לעצמו יותר בקלות – "יצא שגלגלתי 2... זה רק הבדל קטן מ-3" השקר המוגבל מאפשר למשתתף להרוויח יותר אבל גם להרגיש טוב עם עצמו.

התפקיד של דימוי חברתי בשקרים

בשנים האחרונות, נערכו מחקרים שבחנו סיבה נוספת לכך שאנשים משקרים רק במעט, גם כשמשתלם להם לשקר יותר: הרצון לשמור על דימוי חברתי חיובי, או במילים אחרות, הם רוצים שאנשים אחרים יחשבו שהם מוסריים וטובים [4]. אם נחזור לניסוי הקובייה, ייתכן שמשתתף שהטיל 2 דיווח 3 ולא 6, כי חשש שאם ידווח 6, החוקרת תחשוב שהוא שקרן שמנסה לקבל את הבונוס הגבוה ביותר, אבל אם ידווח היא לא תחשוד בו. ואמנם, מחקרים מהשנים האחרונות מתחום הכלכלה ההתנהגותית הראו שכשאנשים אחרים יכולים לצפות במשתתפים בניסוי ולראות ששיקרו, גם אם אין שום עונש על היתפסות בשקר, המשתתפים משקרים פחות. כלומר, החשש להיראות שקרן, מפחית בדרך כלל את הנטייה לרמות.

איך אפשר להשתמש בתובנות האלה כדי להפחית רמאות? במחקר באנגליה שנועד להפחית גניבת אופניים באוניברסיטה, החוקרים הציבו שלטים ליד מתקני אופניים עם תמונת עיניים "צופות", והכיתוב "גנבי אופניים, אנחנו צופים בכם", כדי להגביר את הדימוי החברתי [5]. השלטים הוצבו במקומות עם שיעורי גניבה גבוהים במיוחד. אחרי הצבת השלטים, פחת שיעור גניבות האופניים במקומות האלה. תמונת העיניים הצופות והמסר המרתיע, ניצלו את הרצון של אנשים לשמור על דימוי חברתי טוב והראו שאפשר לעודד אנשים להיות ישרים גם בלי שהאף שלהם יתארך בכל פעם שהם משקרים.

דימוי עצמי (Self-image)

האופן שבו כל אחד ואחת מאיתנו רואה את עצמו. האם אני אדם טוב? האם אני ישרה? אנחנו רוצים לחשוב שאנחנו אנשים טובים, וזה משפיע על ההתנהגות שלנו.

דימוי חברתי (Social-image)

האופן שבו אנשים אחרים בסביבתנו רואים אותנו. האם הם חושבים שאנחנו אנשים טובים וישרים? אנחנו רוצים שיחשבו עלינו דברים טובים, וזה משפיע על ההתנהגות שלנו.

סיכום

מחקרים בפסיכולוגיה ובכלכלה ההתנהגותית מראים שמצד אחד מבוגרים וילדים רבים מרמים כדי להרוויח, אבל מצד שני הם נוטים להגביל את השקרים שלהם ולא מרמים עד למקסימום האפשרי. לרוב האנשים חשוב להרגיש ישרים, וחשוב להם גם שאנשים אחרים יתפסו אותם כישרים, ונראה שזה מגביל את הנכונות שלהם לרמות כדי להרוויח.

הצהרת כלי בינה מלאכותית

טקסט חלופי הנלווה לאיורים במאמר זה נוצר על ידי פרונטירז בסיוע כלי בינה מלאכותית, ונעשו מאמצים על מנת להבטיח את דיוקו, כולל בדיקה על ידי כותבי המאמר כאשר הדבר התאפשר. אם ברצונכם לדווח על בעיה, אנו צרו איתנו קשר.

מקורות

1. DePaulo, B. M., Kashy, D. A., Kirkendol, S. E., Wyer, M. M., and Epstein, J. A. 1996. Lying in everyday life. *J Pers Soc Psychol.* 70:979–995. doi: 10.1037/0022-3514.70.5.979
2. Shalvi, S., Dana, J., Handgraaf, M. J., and De Dreu, C. K. 2011. Justified ethicality: Observing desired counterfactuals modifies ethical perceptions and behavior. *Organ Behav Hum Decis Process.* 115:181–190. doi: 10.1016/j.obhdp.2011.02.001
3. Evans, A. D., and Lee, K. 2013. Emergence of lying in very young children. *Dev Psychol.* 49:1958–1963. doi: 10.1037/a0031409
4. Guzikevits, M., and Choshen-Hillel, S. 2022. The optics of lying: How pursuing an honest social image shapes dishonest behavior. *Curr Opin Psychol.* 46:101384. doi: 10.1016/j.copsyc.2022.101384
5. Nettle, D., Nott, K., and Bateson, M. 2012. 'Cycle thieves, we are watching you': Impact of a simple signage intervention against bicycle theft. *PLoS ONE* 7:e51738. doi: 10.1371/journal.pone.0051738

פורסם אונליין: 20 בנובמבר 2025

נערך על ידי: Idan Segev

מנחים מדעיים: Yuval Namdar

ציטוט: Guzikevits M | Choshen-Hillel S (2025) האמת על שקרים: מבט התנהגותי על רמאות ביום-יום. *Front. Young Minds.* doi: 10.3389/frym.2025.1665932-he

תורגם והותאם מ: Guzikevits M and Choshen-Hillel S (2025) The Truth About the Lies We Tell: A Scientific View of Everyday Deception. *Front. Young Minds* 13:1665932. doi: 10.3389/frym.2025.1665932

הצהרת ניגוד אינטרסים: המחברים מצהירים כל המחקר נערך בהעדר כי קשר מסחרי או פיננסי שיכול להתפרש כניגוד אינטרסים פוטנציאלי.

זכויות יוצרים © 2025 Guzikevits I Choshen-Hillel 2025. זהו מאמר בגישה פתוחה שמופץ תחת תנאי רישיון [Creative Commons Attribution License \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). השימוש, ההפצה או ההעתיקה מותרים לשימוש בפורומים אחרים ובלבד שיינתן קרדיט למחברים המקוריים ולבעל זכויות היוצרים, ושהפרסום המקורי בעיתון זה מצוטט בהתאם למקובל באקדמיה. השימוש, ההפצה או ההעתיקה אינם מותרים אם הם אינם עומדים בתנאים אלה.

סוקרים צעירים

ROTEM, גיל: 11

אני אוהב לשחק טניס, לנגן בפסנתר ולקרוא. יש לי כלבה שקוראים לה לוקה.



הכותבים

MIKA GUZIKEVITS

דוקטורנטית ומרצה בבית הספר למנהל עסקים ובמרכז פדרמן לחקר הרציונליות באוניברסיטה העברית. מיקה חוקרת את הגורמים שמשפיעים על הנכונות של אנשים לרמות, ובמיוחד איך דימוי חברתי משפיע על הנטייה שלנו לספר שקרים מסוגים שונים. היא גם מתעניינת בקבלת החלטות הקשורות לבריאות של נשים. מיקה עצמה תמיד משתדלת לומר את האמת, אבל לפעמים היא נשברת. למשל, בזמן כתיבת השורות האלה, היא הבטיחה לעוזי, הכלב שלה, שנגמרו החטיפים, אף שבארון מסתתרת שקית מלאה. עוזי, כמובן, לא קנה את זה אפילו לרגע. *mika.guzikevits@gmail.com



SHOHAM CHOSHEN-HILLEL

מרצה בבית הספר למנהל עסקים ובמרכז פדרמן לחקר הרציונליות באוניברסיטה העברית. שהם חוקרת קבלת החלטות בהקשרים חברתיים, כלומר בוחנת איך אנשים מקבלים החלטות שמשפיעות לא רק עליהם עצמם, אלא גם על אנשים אחרים סביבם. למשל, היא חוקרת איך מנהלות מְחַלְקוֹת בונוסים לעובדים שלהן, איך רופאים מחליטים על טיפול בכאב של חולים, ואיך ילדים מחלקים ממתקים בינם לבין ילדים אחרים. ההחלטות הכי טובות שלה הן ללא ספק הילדים שלה, רענן (בן 12), שלו (בן 9) ותום (בן 5).

*shoham.ch@mail.huji.ac.il



מוזיאון המדע ע"ש בלומפילד ירושלים
متحف العلوم على اسم بلومفيلد القدس
Bloomfield Science Museum Jerusalem



הוצאת פרונטירז מדע לצעירים ישראל
Hebrew version provided by



THE SAGOL NETWORK



קרן משפחת
שעשוע
Shashua Family Foundation