

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra psychologie

**LÁSKA ONLINE:
SOCIÁLNÍ SÍTĚ PŘI NAVAZOVÁNÍ
DLOUHODOBÝCH PARTNERSKÝCH VZTAHŮ**
LOVE ONLINE:
SOCIAL NETWORKS IN ESTABLISHING LONG-TERM
RELATIONSHIPS



Magisterská diplomová práce

Autor: **Bc. Pavlína Sitařová**
Vedoucí práce: **PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.**

Olomouc

2022

Ráda bych na tomto místě poděkovala vedoucímu diplomové práce PhDr. Janu Šmahajovi, Ph.D. za jeho vstřícný a profesionální přístup, podporu a cenné rady které mi při psaní práce vždy poskytl. Vážený pane doktore, děkuji Vám za zasvěcení do tajů sociální psychologie a probuzení zájmu o zkoumání vztahů v online prostředí.

Velmi děkuji také všem respondentům za jejich ochotu sdílet svůj příběh.

Největší poděkování patří mé babičce Božence, která tady pro mě po celou dobu studia byla a před každou malou i velkou zkouškou na mě myslela. Babi, věřím, že na mě stále myslíš tak, jako já každý den na tebe.

Jmenovitě také děkuji svým nejlepším kamarádkám – Těře, Aniče a Léni, bez nichž by to v knihovně i hlavně mimo ni nebyla taková zábava.

Velké poděkování náleží také nejlepší mámě, tátovi, ségře Valentýnce a Vlastíkovi. Děkuji, že jste mě po celou dobu studia podporovali, a že mě doma v Rýmařově vždy čekala Vaše otevřená náruč.

Místopřísežně prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou prací na téma: „Láska online: Sociální sítě při utváření dlouhodobých partnerských vztahů“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis

Obsah

ÚVOD.....	7
TEORETICKÁ ČÁST.....	8
1 Dlouhodobé partnerské vztahy	9
1.1 Vymezení dlouhodobých partnerských vztahů	9
1.2 Vznik a fáze partnerského vztahu.....	10
1.3 Partnerské vztahy v mladém věku.....	12
1.4 Specifika partnerských vztahů.....	13
1.4.1 Blízkost, těsnost vztahu	13
1.4.2 Vzájemná závislost.....	14
1.4.3 Důvěra	15
1.4.4 Intimita	16
1.4.5 Spokojenost	17
1.4.6 Sexualita	19
2 Seznamování v kontextu internetové komunikace.....	21
2.1 Vymezení internetové komunikace	21
2.1.1 Typy internetové komunikace	22
2.2 Sebe-odkrývání.....	22
2.3 Online disinhibiční efekt	23
2.4 Anonymita	25
2.5 Deindividuace.....	25
2.6 Sociální multiplicita (Social Multiplicity).....	25
2.7 Jazykové proměny v internetové komunikaci	26
2.8 Jak komunikuje generace Y.....	27
3 Psychologické aspekty online seznamování	29
3.1 Motivace k online seznamování	29
3.2 Věkové odlišnosti, odlišnosti mezi muži a ženami	31
3.3 Sebe prezentace	33
3.4 Vliv atraktivity.....	34
3.5 Jak se seznamuje generace Y	35
3.6 Přenos vztahu do reálného prostředí.....	37
4 Dosavadní výzkumy	38
4.1 Seznamování online.....	38
4.1.1 Mobilní seznamovací aplikace (Dating Apps)	41
4.2 Kvalita vztahů vzniklých online	43

EMPIRICKÁ ČÁST	46
5 Výzkumný problém, cíl a výzkumné otázky	47
5.1 Cíl výzkumu	48
5.2 Výzkumné otázky	48
6 Typ výzkumu a použité metody	49
6.1 Metody tvorby dat	49
6.1.1 Škála obsazení druhého ve vlastním já.....	50
6.1.2 Rozhovor	51
6.2 Metoda zpracování dat	52
6.2.1 Interpretativní fenomenologická analýza	52
7 Sběr dat a výzkumný soubor	54
7.1 Výzkumný soubor a kritéria výběru respondentů	55
7.2 Charakteristika výzkumného souboru	56
7.3 Zkušební rozhovor	56
7.4 Etické hledisko a ochrana soukromí.....	57
8 Desktpice dat.....	58
8.1 Ukázka z analýzy dat	58
8.2 Sebereflexe výzkumníka	59
9 Výsledky	60
9.1 Jednotlivé případy	60
9.1.1 Mary	60
9.1.2 Anja	63
9.1.3 Sara.....	66
9.1.4 Kazi	68
9.1.5 Kurt.....	70
9.1.6 Hary	73
9.1.7 Tony.....	76
9.1.8 Alan	79
9.2 Společná témata	82
9.2.1 Sebe prezentace reálného já	82
9.2.2 Pozitivní vnímání potenciálního partnera.....	83
9.2.3 Intenzivní komunikace	83
9.2.4 Důvěrná komunikace, otevřenost	84
9.2.5 Potvrzení sympatií	85
9.2.6 Intimita, závazek	85
9.2.7 Ostatní témata.....	86
9.3 Odpovědi na výzkumné otázky	88
10 Diskuze	91
10.1 Limity práce.....	93

10.2	Přínos práce a témata pro další výzkum	94
11	Závěr.....	96
12	Souhrn	97
LITERATURA.....		100
ABSTRAKT MAGISTERSKÉ PRÁCE.....		114
ABSTRACT OF THESIS.....		115
PŘÍLOHY		116
	Příloha č. 1: Leták k náboru respondentů	
	Příloha č. 2: Informovaný souhlas s účastí na výzkumu	
	Příloha č. 3: Schéma polostrukturovaného rozhovoru	
	Příloha č. 4: Online formulář zahrnující škálu IOS	

Úvod

V současné době probíhá „digitální revoluce“ v randění. Seznamování online se stává hlavním způsobem, jak mladí dospělí navazují partnerské a milostné vztahy. S rozvojem seznamovacích platforem se mění nejen způsoby, jakými se lidé seznamují, ale odlišné jsou také motivy k seznámení, způsoby namlouvání a formy vzájemné komunikace.

Sociální sítě se stávají mocným „sociálním prostředníkem“ ve vzniku novodobých vztahů. Příběhy lidí, kteří se seznámili na internetu lze počítat na tisíce. Právě příběhy z okruhu mých blízkých, se staly hlavní inspirací pro vznik této práce. Dalším důvodem, proč se výzkumně věnuji vzniku dlouhodobých partnerských vztahů online, je zájem o proměnu společnosti vlivem digitální éry a technologií. V neposlední řadě je to záliba v sociální psychologii a kyberpsychologii.

Předmětem výzkumné části práce je deskripce navazování dlouhodobých partnerských vztahů v prostředí sociálních sítí. Práce si klade za cíl prozkoumat společná témata a faktory, které mají vliv na vytvoření intimity mezi potenciálními partnery, převod vztahu do reálného prostředí a rozvoj dlouhodobého partnerského vztahu. Pod pojmem sociální sítě si můžeme představit klasické sociální sítě, například Facebook či Instagram, seznamovací weby nebo v dnešní době rozšířené mobilní seznamovací aplikace jako je Tinder.

Seznamování v kyberprostoru nabývá na popularitě, proto je o tomto tématu třeba hovořit a aktualizovat poznatky o způsobech randění a rozvoji vztahů. Věřím, že práce může přinést žádoucí porozumění novodobým vztahům a bude přínosem pro partnerské, manželské a rodinné, školní či klinické psychology, psychoterapeuty ale také odborníky z jiných oborů či širokou veřejnost.

Diplomovou prací navazuji na bakalářskou práci s názvem *Navazování interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci*. Kapitoly 1.4.1 až 1.4.4 a kapitoly 2.1 až 2.5 jsou proto přejaty z bakalářské práce. Některé části přejatého textu jsou modifikovány a doplněny o novodobé výzkumy.

Teoretická část

1 DLOUHODOBÉ PARTNERSKÉ VZTAHY

V této práci se zaměříme na jedince v dlouhodobém partnerském vztahu, který vznikl v prostředí sociálních sítí. Partnerský vztah vymezujeme, jakožto jednu z forem interpersonálních vztahů, jako dlouhodobé sdílení života dvou jedinců, které je provázeno blízkostí, přitažlivostí, sdílením intimity, vědomím určité míry odpovědnosti a společnými zájmy (Hartl & Hartlová, 2015).

1.1 Vymezení dlouhodobých partnerských vztahů

Definici pojmu dlouhodobý vztah nelze stanovit s přesností, jelikož každý může mít u tohoto typu vztahu různé představy a očekávání. Perrett et al. (2002) vnímají jako dlouhodobý vztah (též partnerský či romantický), takový, se kterým jedinci počítají do budoucna (například uvažují o společném bydlení či svazku). Autoři do protikladu k dlouhodobému vztahu, staví krátkodobý vztah, který se vyznačuje absencí prvku budoucí perspektivy. Jedná se o jednorázové sexuální vztahy či mimopartnerské aféry. Ačkoliv pojmy „krátkodobý“ a „dlouhodobý“ naznačují určitou dobu trvání vztahu, je těžké je odlišit na základě časového ohraničení. Někteří jedinci mohou udržovat pouze sexuální vztahy bez citových závazků dlouhá léta, jiní mohou svého partnera vnímat jako dlouhodobého již po měsíci trvání vztahu. Jedná se tedy o subjektivní záležitost. Odborná literatura se však většinou shoduje, že minimální délka trvání dlouhodobého vztahu je tři až šest měsíců, při čemž je důležitá **perspektiva do budoucna** a určité **vztahové kvality**. Mezi tyto kvality patří například blízkost, intimita či závazek (Eastwick et al., 2018; Fielder et al., 2013; Perrett et al., 2002).

Taktéž Reese-Weberová (2015) uvádí, že vztahy by neměly být posuzovány dle délky jejich trvání, ale spíše podle fáze, ve které se nacházejí. Mezi vývojovými obdobími vztahu totiž neexistuje přesná časová hranice, jednotlivé fáze přecházejí jedna v druhou a vzájemně se ovlivňují. Zatímco některé vztahy nabývají na vážnosti a intenzitě již po krátkém čase, jiné mohou trvat i několik let, než dojde k vytvoření určitých vztahových kvalit.

Dle Lantagové a Furmana (2017) je nutné brát v úvahu i věk partnerů. Dlouhodobé vztahy dospívajících se vyznačují podporou, ale také častějšími negativními interakcemi

(žárlivost, potřeba kontroly). Se vzrůstajícím věkem si dlouhodobé vztahy ponechávají vysokou úroveň podpory, ale četnost negativních interakcí klesá.

1.2 Vznik a fáze partnerského vztahu

Partnerský vztah vzniká na základě různých strategií. Mezi nejznámější strategie volby partnera patří **teorie podobnosti** a **teorie komplementarity**. Základními prvky podobnosti (*similarity*), v rámci kterých se partneři nejvíce shodují, jsou věk, úroveň inteligence, vzdělání, základní hodnotová orientace a příslušnost k určité sociální vrstvě či skupině. Zdrojem interpersonální přitažlivosti je také tzv. kognitivní podobnost. Jedná se o shodu v názorech, hodnotách a myšlenkovém nastavení. Jako sympatičtější hodnotíme ty jedince, jejichž názory jsou ve shodě s našimi názory. Názorová shoda vyvolává pozitivní afektivní reakci (Vágnerová, 2007). Mimo jiné i podobnost v chápání genderových rolí zvyšuje přitažlivost k partnerovi. Jedinci se podvědomě snaží vyhnout se konfliktům a zvyšují proto pravděpodobnost, že vztah bude prožíván jako spokojený (Aube & Koestner, 1995). Z hlediska partnerské spokojenosti je významným prediktorem vzniku vztahu také shoda v postojích (Luo & Zhang, 2009). Volbu partnera ovlivňuje také spokojenost se sebou samým. Vyšší sebehodnocení zvyšuje tendenci výběru partnera dle vzájemné podobnosti. Nízké sebehodnocení tuto tendenci snižuje (Vágnerová, 2007).

Komplementarita je založena na předpokladu, že vzájemná protikladnost může usnadňovat kooperaci. Partnerské soužití je ve většině případů doménou muže a ženy, to znamená biologicky i psychosociálně odlišných jedinců. Hypotéza komplementárních potřeb (*complementary needs hypothesis*) říká, že osobní nedostatky jsou kompenzovány výběrem partnera, který je v dané oblasti silný (Winch, 1955). Nejčastější protikladné vlastnosti partnerů jsou dominance – submise, aktivita – pasivita a labilita – stabilita (Dryer & Horowitz, 1997).

Je však nutné rozlišovat mezi komplementaritou respektive similaritou relativně trvalých dispozic, jako je věk, inteligence, vzdělání, nebo komplementaritou resp. similaritou interpersonálního chování. Z výzkumu Dryera a Horowitz (1997) vyplynulo, že jedinci při plnění úkolu ve dvojici prožívali vzájemný interpersonální vztah jako spokojený tehdy, když chování bylo komplementární (z hlediska míry kontroly, tedy dominance – submise). Při vzájemném hodnocení partnerů však jedinci hodnotili své partnery více jako sobě podobné (similarita vlastností), čím uspokojivější byl jejich vztah. Autoři zdůrazňují

potřebu rozlišovat objektivní komplementaritu (pozorované chování) od subjektivně vnímané similarity (charakteristika jedince).

Při vzniku vztahu jsou tedy klíčové určité strategie volby partnera. Z hlediska trvání vztahu poté vymezujeme jeho fáze. Existuje řada rozdělení jednotlivých fází vztahu. Uvedeme fáze vývoje vztahu u mladých dospělých dle Matějkové (2009):

Fáze 1: Zamilovanost

Tato fáze trvá pouze dva, maximálně tři roky v závislosti na míře kontaktu partnerů. U některých jedinců odchází fáze již mnohem dříve (po měsíci, dvou či šesti). Jedná se o šťastné období, které je doprovázeno pocitem euforie, odvahy a zvýšeným sebevědomím. V tomto období jedinci lépe navazují nové vztahy, jsou komunikativnější, lépe se jim daří v práci. Mozek produkuje hormony fenylethylamin (PEA) a serotonin (hormon štěstí). Vyšší produkce těchto hormonů, jež mají vliv na náladu, zapříčiňuje větší toleranci k partnerovým nedostatkům.

Do tří měsíců od začátku vztahu dochází k intenzivnímu vzájemnému poznávání. Objevuje se silné okouzlení partnerem a také silná sexuální přitažlivost a intimita. Hodnocení partnera je nekritické a objevuje se také idealizace partnera dle svých představ, což prohlubuje pocit sblížení. Po třech měsících se vztah stává vážným a partneri vystupují jako pár. Vztah se emocionálně prohlubuje a dochází k větší angažovanosti ve vztahu. Taktéž dochází k poznávání partnerových zvyků, jeho rodiny, přátel a pracovního a osobního prostředí. Jedinci zvažují, jestli je partner vhodný pro budoucnost a zda nevykazuje závažné nedostatky (např. abnormální osobnostní rysy). Pokud vztah funguje více než 6 měsíců, stává se dle Matějkové (2009) dlouhodobým. Vnímání partnera je již realističtější a dochází k prvnímu vyhraňování vůči odlišnostem. Odlišnosti jsou však chápány stále spíše pozitivně.

Fáze 2: Láska

V období třetího roku vztahu, po odeznění fáze zamilovanosti přichází láska. Lásku lze definovat jako trvalý cit, který dává partnerům pocit bezpečí a přijetí. Dle Fromma (2015) je láska kromě citu, taktéž aktem naší vůle. Pro toto období je charakteristická péče o druhého, oddanost a odpovědnost za druhého a vzájemný respekt. Zároveň dochází

k emocionálnímu útlumu, který je přetvořen na radost z přítomnosti blízkého. V tomto období se začínají objevovat první stereotypy a rutina (Matějková, 2009).

1.3 Partnerské vztahy v mladé dospělosti

Dospělý věk bývá napříč literaturou rozdělen do určitých etap, které se nutně překrývají a u jednotlivých lidí nastupují rozdílně. V naší práci se zaměřujeme na jedince ve věku 25 až 30 let. Kuric (2001) toto období nazývá jako **mladá dospělost**. Setkat se však můžeme také s označením **časná dospělost** (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Mezi nejdůležitější vývojový úkol v mladé dospělosti patří formování pevného, neměnného, monogamního vztahu. Vztahy krátkodobé mají dojít ke stabilizaci a přetrvat ve vztahy dlouhodobé (Thorová, 2015). Dlouhodobý vztah je charakterizován utvořením hlubokého pouta k partnerovi. Výzkumy ukazují na to, že stabilita v partnerství a s tím spojené dlouhodobější trvání vztahu souvisí se zralejší osobností člověka (Lehnart et al., 2010).

U mladých dospělých se nejčastěji setkáváme s formou nesezdaného soužití, které také nazýváme jako **kohabítace** (*unmarried cohabitation*). Od 70. let 20. století pozorujeme preferenci mladých dospělých žít v nesezdaném soužití namísto manželství. V některých západoevropských a severoevropských zemích se kohabítace dokonce stává přijímanou alternativou manželství. Uzavření manželství, které bylo kdysi přirozeným vstupem do dospělosti a rodičovství, tak pomalu ztrácí část svého významu (Brons et al., 2021). Kohabítace nabízí stejná pozitiva jako manželství, umožňuje naplnění sexuálních a emocionálních potřeb a je příznačná především pro studenty vysokých škol (Vágnerová, 2007).

V důsledku delších studií a zvyšujícímu se věku nástupu do prvního zaměstnání se posouvá nejen vstup do manželství, ale také hranice narození prvního dítěte. S tím je spjat také odklad vstupu do dospělosti. Stoupá počet dětí, které jsou narozeny mimo manželství. V České republice (dále v Rakousku, Maďarsku a Nizozemsku) se zejména první narozené dítě vyskytuje mimo manželství (Sobotka & Toulemon, 2008).

V krátkosti představme také fenomén singles, který se v posledních letech u mladých dospělých často vyskytuje. Jedná se o jedince, kteří se nenachází v partnerském ani manželském vztahu, ale žijí bez partnera. Tento fenomén je spjat s individuálními úspěchy, profesní seberealizací a svobodou (Thorová, 2015). Takový způsob života však sebou nese

i nevýhody, jako jsou například samota. Životní spokojenost u singles roste s kvalitními sociálními vazbami, jež nabízejí intimní spojení (Park et al., 2021).

1.4 Specifika partnerských vztahů

Již jsme vymezili vznik a fáze vztahů, jež zahrnují také časovou perspektivu trvání vztahu. Je však nutné upozornit na to, že vztah se stává dlouhodobým v případě, že vykazuje určité vztahové kvality. V této podkapitole proto uvedeme důležité aspekty a specifika dlouhodobých vztahů.

1.4.1 Blížkost, těsnost vztahu

Blížkost a těsnost vztahu mohou být v kontextu partnerských vztahů chápány jako synonyma. Zatímco blízkost je obecná charakteristika vztahu, který je důležitý pro oba partnery, těsnost vyjadřuje určitou konkrétní míru blízkého vztahu.

Těsné vztahy také v určité míře obsahují **druhého ve vlastním já**, přičemž si partneri tuto skutečnost nemusejí plně uvědomovat. Obsažení druhého ve vlastním já znamená, že se do jisté míry identifikujeme s druhým, přebíráme jeho názory, způsoby chování a prožívání. Přivlastňujeme si jak úspěchy, tak neúspěchy či selhání druhého a prožíváme je jako vlastní. Potřeby druhého se stávají potřebami vlastními. Důležitou roli hraje také empatie, která zprostředkovává vztah mezi vnímáním potřeb druhého a poskytnutím mu pomoci (Aron et al., 2001).

Opakem těsných vztahů jsou **vztahy povrchní**, které se nevyznačují téměř žádnou mírou závazku a blízkosti. Jde pouze o náhodné setkávání a konverzace spíše na úrovni sociálního statusu, místa bydliště či profese. Takové vztahy můžeme nazvat také jako známosti, avšak i pouhé známosti se mohou transformovat v těsné vztahy, kde je vzájemná závislost, důvěra, opora, intimita, emoční sdílení apod. (Slaměník, 2011).

V případě rozpadu těsného vztahu se partneri odcizí, avšak nejde o návrat k povrchnímu vztahu, ale o pokračování vztahu na jiné kvalitativní úrovni, z důvodu vědomí předchozích závazků či sdílení intimity (Haubertová & Slaměník, 2013).

1.4.2 Vzájemná závislost

Typickým znakem těsných vztahů je **vzájemná závislost**, kterou vymezuje Kelley (1979) jako vzájemnou odpovědnost obou partnerů za psychickou pohodu druhého. Míra závislosti je dána tím, nakolik se partneři ve vztahu ovlivňují svým chováním, jak navzájem naplňují své potřeby a očekávání. Vysoká míra vzájemné závislosti je charakterizována pozitivními zážitky, vzájemnou znalostí preferencí a potřeb druhého a snahou naplňovat vztah kladnými emocemi, aby partneři minimalizovali možnost jeho narušení. Jedná se o pocity radosti, uspokojení a potěšení obou partnerů ze společně stráveného času. Partneři se neostýchají vyjádřit své cíle a potřeby a dostávat se do situací, které mohou potencionálně vést k uspokojení těchto cílů a potřeb (Výrost & Slaměník, 2008).

Se vzájemnou závislostí se rozvíjí **závazek**, který představuje dlouhodobou tendenci udržovat, zachovat a rozvíjet vztah i v případě ohrožení a nejistoty. Rozvinutý závazek mezi partnery brání podlehnutí svůdným alternativám, vede k ustoupení od vlastních zájmů a uspokojování potřeb druhého. V případě obětování se pro druhého je posílána důvěra a těsnost ve vztahu (Rusbult & Buunk, 1993).

Vzájemná závislost, jakožto jeden z nejdůležitějších znaků těsných vztahů, je akceptována mnoha autory, proto vznikly teorie rozvíjející tuto koncepci (Slaměník, 2011).

Teorie sociální výměny

Autorem teorie sociální výměny je George Homans. Teorie čerpá z behaviorální psychologie a politické ekonomie a je založena na vzájemné interakci zúčastněných osob, přičemž důležitou roli hrají náklady a zisky. Předpoklad a zároveň výsledek sociální výměny je minimalizace nákladů a maximalizace zisků (Homans, 1961). Předmětem výměny může být cokoliv – emoce, láska, informace, zboží a služby (Výrost & Slaměník, 2008).

Teorie vzájemné závislosti

Teorie vzájemné závislosti, definována Kelleyem a Tribautem (1978), stejně jako teorie sociální výměny pracuje s náklady a zisky. Je založena na předpokladu, že jedinec vstupuje do vztahu kvůli prospěchu (zisku), který mu vztah přináší. Kvalita vztahu závisí na míře vzájemných investic, přičemž je tato míra vnímána subjektivně zúčastněnými stranami. Teorie předpokládá, že ve vztahu neposuzujeme pouze individuální zisky, ale také zisky druhého. Jedná se tedy o individuální uspokojování potřeb, ale také starost o potřeby a cíle druhého. Roli hraje také vzájemná odpovědnost za vztah (Brehm et al., 2005)

Na základě této teorie pojmenoval Výrost a Slaměník (2008) čtyři základní vztahové charakteristiky:

- **stupeň závislosti** – rozsah v jakém je uspokojení vlastních potřeb závislé na partnerovi,
- **vzájemná závislost** – míra či subjektivní hodnocení závislosti, která nemusí být symetrická,
- **totožnost žádoucích výsledků** – míra souladu v upřednostnění stejných zisků,
- **fáze závislosti** – stupeň kontroly chování druhého partnera.

V blízkých vztazích můžeme tedy popsat **úroveň závislosti**, která vyjadřuje míru ovlivnění našich zisků druhou stranou a **úroveň spokojenosti**, která ukazuje, zda je vztah schopen uspokojovat naše potřeby, respektive nakolik nám vyhovuje poměr nákladů a zisků (Výrost & Slaměník, 2008).

1.4.3 Důvěra

V partnerských vztazích hraje významnou roli důvěra, která je rozvíjena mezi dvěma blízkými lidmi vzájemnou interakcí a komunikací (Couch & Jones, 1997). Holmes a Rempel (1989) definují důvěru jako očekávání partnera, že se může spolehnout na chování druhého, že jedná upřímně a je ochoten pečovat a starat se o vztah. Zahrnuje přesvědčení, že chování partnera je soudržné. Podle Giddense (2010) poskytuje důvěra pocit bezpečí a je nepostradatelná pro sociální existenci.

V širším smyslu jde o spolehnutí se na partnera ve složitých či kritických situacích bez obavy, že nám odmítne pomoci. Jedná se také o důvěryhodnost při sdělování osobních informací, že nebudou použity proti nám a nestanou se prostředkem k vydírání, ale přispějí k pochopení našich pocitů. Důvěra se překrývá se vzájemnou závislostí a závazkem. Se vzrůstající se důvěrou se zvyšuje vzájemná závislost a těsnost vztahu (Slaměník, 2011).

Známý představitel ego-psychologie, Erikson, rozpracoval důvěru a okolnosti jejího vzniku v rámci psychosociální teorie. Důvěra podle něj vzniká v prvním roce života a je také prvním úkolem ega. Vznik závisí na kvalitě mateřského vztahu a kvalitě citu, které poskytuje pečující osoba dítěti. Základní důvěra pomáhá dítěti k vytvoření způsobů chování ke zvládnání nepříjemných událostí v životě (Erikson, 2002).

Autoři Rempel et al. (1985) definují tři základní složky důvěry v rámci interpersonálních vztahů – předvídatelnost jednání, spolehlivost druhé osoby a víru v druhého. **Předvídatelnost** vychází ze zkušeností s partnerovým chováním, jde o odhad či interpretaci důsledků tohoto chování. **Spolehlivost** je na rozdíl od předvídatelnosti směřována k dané osobě, a ne ke konkrétním činům. Jedná se o hodnocení konkrétních partnerových kvalit a vlastností. **Víra**, jež je nejdůležitější aspekt blízkých vztahů, existuje bez ohledu na budoucnost. Předvídatelnost i spolehlivost se může měnit v čase v důsledku změny hodnot, cílů a pocitů, proto by tyto dvě složky měly být ve vztahu k víře.

Sternberg a Grajek (1984) na základě analýzy vybraných psychologických teorií definovali osm složek důvěry:

- vzájemné porozumění s blízkou osobou,
- sdílení myšlenek a informací s blízkou osobou,
- sdílení pocitů a myšlenek s blízkou osobou,
- přijímání a poskytování emocionální podpory,
- poskytnutí pomoci druhému,
- jistota, že se mohu v nouzi spolehnout na blízkou osobu,
- ocenění blízké osoby a
- respekt k blízké osobě.

Kramer (1999) udává, že v romantických a partnerských vztazích je důvěra klíčová pro sdílení intimity.

1.4.4 Intimita

Intimita se stejně jako důvěra vztahuje k interpersonálním vztahům a je považována za jeden z nejdůležitějších prvků těsných vztahů. Slovo intimita pochází z latinského slova *intimus*, což znamená vnitřní, skrytý před zraky jiných, důvěrný. Pro každý vztah je typická jiná míra intimity (Haubertová & Slaměník, 2013).

Společné znaky definic intimity popsali Výrost a Slaměník (2008), intimita je:

- překročení hranice, za kterou se nacházejí výsostné, tj. privátní zóny jedince,
- sebe-odhalování,
- vyjádření nejhlubších citů jiné osobě,

- synonymum pro blízkost dvou lidí.

Sternberg (1988) definuje intimitu jako pocit, jež podporuje blízkost ve vztahu, pouto a vzájemnou propojenost. Auroři Aron et al. (1992) chápou intimitu jako integraci vlastního sebeobrazu do jiné osoby.

Podstatnou komponentou intimity je sebe-odhalování, tj. vědomé sdílení informací o sobě samém. Reis a Patrick (1996) popisuje dva typy sebe-odhalení – **faktické nebo popisné** (sdělování faktů a informací o sobě) a **emoční nebo hodnotící** (sdělování osobních pocitů, názorů a emocí). Oba typy poskytují informace o člověku, ale emoční sebe-odhalení navozuje pocit intimity a dává druhému najevo důvěru. Také Prager a Roberts (2004) zdůrazňují, že sdílením citových prožitků a postupným sebe-odhalováním druhému vzrůstá pocit intimity a těsnost vztahu. Intimní vztah se tak dá charakterizovat jako vzájemná vysoká znalost druhého.

Intimita ve vztahu funguje pouze tehdy, pokud je vzájemná. Vztah je považován za intimní, pokud oba partneři vzájemně sdílejí pocit intimity. Oboustranné sdílení emocí, názorů a postojů je důležitá podmínka vzniku intimního vztahu (Heller & Wood, 1998).

Podle výzkumu Haubertové a Slaměníka (2013) je v českém prostředí slovo intimita nejvíce spojeno se sexem (66 %). Z hlediska četnosti pak následují pojmy blízkost (21 %), důvěra (20 %), tajemství (20 %), láska (19 %), dotyky (17 %). Z toho zároveň vyplývá, že je intimita nejčastěji spojována se vztahy partnerskými. Výzkum také ukazuje rozdílné znaky intimity v různých typech interpersonálních vztahů. U partnerských vztahů se vyskytovaly s největší četností pojmy důvěra, city, láska, sex, blízkost, dotyky. U rodinných vztahů to bylo bezpečí, důvěra, city, blízkost a podpora a u vztahů přátelských respondenti zmínili důvěrné rozhovory a důvěru.

Intimita je tedy vnímána jako jedna z klíčových komponent partnerských vztahů, která významně ovlivňuje celkovou spokojenost.

1.4.5 Spokojenost

Vztahová spokojenost je definována jako míra, do jaké jedinec příznivě hodnotí vztah a vnímá, že jeho partner naplňuje důležité potřeby (Rusbult & Bunk, 1993). Také dle Praška (2005) představuje spokojenost subjektivní úroveň, do které tento vztah uspokojuje

nejdůležitější potřeby každého z partnerů. Spokojenost je založena na přítomnosti lásky, touhy, společného soužití, odpovědnosti, přiměřené svobody, vzájemné blízkosti a péče.

Dobrý partnerský vztah pak Praško (2005) charakterizuje na základě čtyř atributů. Jsou jimi **trávení společného času, adekvátní míra konfliktů, funkční komunikace, sexualita a sdílená intimita a blízkost**. Matějková (2009) považuje za klíčovou složku spokojenosti ve vztahu **shodu životních hodnot**. Shoda v životních hodnotách zvyšuje pravděpodobnost menšího výskytu konfliktů, odlišnost hodnot však nutně neznamená, že vztah nemá šanci na dlouhodobou existenci.

Pro udržení partnerského vztahu, potažmo spokojenosti v něm, je třeba přítomnosti lásky. Láska do jisté míry odráží i kvalitu partnerského vztahu. Dle Sternbergovi triangulární teorie lásky (*triangular theory of love*) se skládá láska ze tří interagujících složek. Jedná se o **vášeň, oddanost a intimitu**. Kombinace těchto komponent vytváří různé druhy lásky. Vášeň představuje touhu po fyzickém kontaktu a sexuální přitažlivost. Oddanost zahrnuje pevné spojení partnerů a závazek do budoucna. Intimita vyjadřuje pocit blízkosti a důvěry mezi partnery. Pro trvání a spokojenost v dlouhodobých vztazích je nutné, aby byly zastoupeny a aktivně propojovány všechny tři složky (Sternberg, 1986).

Dle Banmena a Maki-Bahmena (2009) je partnerská spokojenost spjata s intimitou a způsobem prožívání blízkosti druhého. Autoři definují osm podob intimity, ve kterých by partneři měli nalézt oboustrannou harmonii. Pro dlouhodobý spokojený partnerský vztah však stačí nalézt harmonii pouze ve čtyřech z nich:

Emocionální intimita zahrnuje sebe-otevření a vzájemné sdílení osobních témat, prožitků, obav, nadějí, radostí apod. Mezi partnery je přítomná motivace ke vzájemnému porozumění a podpoře.

Intelektuální intimita představuje společné poznávání, interpretaci i tvorbu intelektuálních obsahů. Jedná se například o diskuze ohledně témat z oblasti vědy, techniky, kultury, sportu či politiky.

Spirituální intimita může nabývat podoby společného sdílení a hledání životního smyslu, víry, úsilí o transcendenci či seberozvoj.

Estetická intimita znamená společně prožívanou radost z estetických hodnot. Například z návštěvy galerie, divadla, koncertu, ale také přírody nebo architektury.

Sociální intimita představuje silný prožitek blízkosti partnerů v situacích, kdy jsou obklopeni dalšími lidmi. Lidé, kteří preferují tento typ intimity, si rádi zvou hosty nebo chodí na návštěvy.

Rekreační intimitu lze sytit společnými zájmy nebo aktivitami, které mají rádi oba partneři. Jedná se o radost z aktivit jako je například jízda na kole, cestování či pěstování rostlin. Důležité je, aby byla tato aktivita pozitivně hodnocena oběma zúčastněnými partnery.

Fyzická intimita zahrnuje fyzické projevy lásky a blízkosti (objetí, pohlazení, dotýkání, polibky), které nemusí mít sexuální obsah.

Sexuální intimita představuje sdílení sexuality a radost ze sexuálního kontaktu.

Z vnějšího pohledu je možné kvalitu a spokojenost partnerského vztahu pozorovat dle míry pozitivního chování (pozornost a pochválení) a negativního chování (lhostejnost a výčitky) mezi partnery. Spokojené páry se vyznačují bohatší komunikací a tzv. přátelským vykládáním, nespokojené páry komunikují plošěji a v komunikaci nacházíme více vzájemného obviňování (Novák, 2013).

Spokojenost partnerského vztahu je vyšší v případě, že si jedinec prošel fází hledání přátel stejného i opačného pohlaví, zažil mezilidské konflikty a také ztrátu některých přátel. Díky tomu měl možnost sdílet své pocity, zažít vzájemné porozumění, ale uvědomuje si také unikátnost a křehkost mezilidských vztahů (Langmeier & Krejčířová, 2006).

1.4.6 Sexualita

Sexuální chování je nedílnou součástí lidského života. Fungování v oblasti sexu ovlivňuje mnoho aspektů každodenního života, jako fyzické zdraví, duševní pohodu a kvalitu vztahů (Kalmbach et al., 2015). Existují rozdíly mezi ženskou a mužskou sexualitou. Ženská sexualita je složitá a mnohorozměrná. Zahrnuje psychologické, interpersonální, biologické, duchovní i sociokulturní aspekty (Bernhard, 2002). Mužská sexualita je více aktem tělesným. Cílem je uspokojení sexuálních potřeb (Fauré, 2015).

S romantickými vztahy je neodmyslitelně spjat fenomén sexuální spokojenosti. Pro mnohé je sexuální spokojenost silným prediktorem spokojenosti v partnerském vztahu (Frejhart et al., 2020). Frejhart et al. (2020) ve svém výzkumu identifikovali faktory, které posilují, nebo naopak oslabují sexuální spokojenost. Ukázalo se, že faktory jako

komunikace, sexuální kompatibilita a spokojenost ve vztahu přispívají k větší sexuální spokojenosti. Naopak faktory, jako je nesoulad v touze a sexuální dysfunkce jsou častými oslabujícími faktory.

Z partnerských vztahů mladých dospělých se v posledních letech vytrácí sexuální touha. Jedinci se více než na sex zaměřují více na společné zájmy a vzájemné porozumění. Z výzkumu Vanniera a O'Sullivanova (2010) vyplynulo, že až 17 % všech sexuálních aktivit v partnerských heterosexuálních vztazích je hodnoceno jako sexuálně poddajných. To znamená, že se lidé dobrovolně zapojí do sexuálních aktivit, po kterých však netouží.

2 SEZNAMOVÁNÍ V KONTEXTU INTERNETOVÉ KOMUNIKACE

Snadná dostupnost kontaktů a přístup k internetovým platformám umožňuje lidem vyměňovat a sdílet informace, diskutovat o nejrůznějších tématech a vytvářet nové vztahy (Musil, 2003). Seznamování na sociálních sítích probíhá prostřednictvím internetové komunikace. V této kapitole proto vymežíme její důležité aspekty a specifika, s cílem dotvořit tak celistvý obraz o procesu seznamování. Věnovat se budeme také fenoménům vyskytujícím se v internetové komunikaci a jejich vlivu na chování ve virtuálním prostředí.

2.1 Vymezení internetové komunikace

Internet patří k nejpoblárnějším a nejpoužívanějším mediím současnosti. Nabízí okamžité a neustále aktuální informace, nové formy zábavy a možnost komunikovat s kýmkoliv, kdykoliv a kdekoliv. Komunikace přes internet se neustále zrychluje, překračuje hranice času a vnímání prostoru a umožňuje nepřetržité „propojení“ lidí (Hladíková, 2018).

Pojem internetová komunikace můžeme v odborných publikacích nalézt pod mnoha různými názvy, nejčastěji se setkáme s elektronickou, počítačovou, virtuální, síťovou či online komunikací (Kulikova et al., 2018).

Horská et al. (2010, s. 19) definují internet jako: „komunikační prostředí, na jehož základě dochází k sociální interakci a které slouží k mezilidské komunikaci – v dyádě, skupině či masově“.

Internetová komunikace je podle Kopeckého (2007):

- neřízená (využívá různých komunikačních kanálů a kódů),
- hromadná (vzájemně mohou komunikovat stovky i tisíce uživatelů),
- anonymní,
- časově a místně neomezená,
- závislá na technologickém zabezpečení (je potřeba mít hardwarové a softwarové vybavení) a
- závislá na počítačové gramotnosti komunikujících.

Internet je komunikačním prostorem, ve kterém vznikají nové formy mezilidských vztahů. Snadná dostupnost kontaktů a přístup k internetovým platformám umožňuje lidem vyměňovat a sdílet informace, diskutovat o nejrůznějších záležitostech a navozovat blízké vztahy (Musil, 2003).

2.1.1 Typy internetové komunikace

Existují dva základní typy online komunikace – synchronní a asynchronní. **Synchronní komunikace** se uskutečňuje v reálném čase s minimální prodlevou, účastníci komunikace jsou přítomni ve stejný čas na stejném místě, kde společným místem je myšlena stejná forma online komunikace (chat, messenger, Skype apod.). Reakce na zprávy jsou v tomto případě spontánní. **Asynchronní komunikace** se uskutečňuje s větší či menší časovou prodlevou mezi interakcemi, reakční doba se pohybuje v rádech hodin, dnů či týdnů. Účastníci komunikace nejsou přítomni ve stejný čas na stejném místě. Typickým příkladem je komunikace prostřednictvím e-mailu, kdy příjemce reaguje s přiměřeným zpožděním, to mu umožňuje vložit do zprávy větší počet myšlenek a informací najednou a strukturovat text i obsah. Téměř všechny asynchronní systémy nabízejí vysokou míru editovatelnosti (Walther, 2007). S nástupem chytrých telefonů se však rozdílily v synchronní a asynchronní komunikaci začínají stírat, uživatel může na příchozí e-mail reagovat okamžitě, stejně jako může později odpovědět na příchozí zprávu online média (Sís, 2012; Šmahaj, 2014).

2.2 Sebe-odkrývání

Sebe-odkrývání nebo také sebe-odhalení (*self-disclosure*) je **proces sdělování informací o sobě druhým lidem** (Derlega et al., 1993). Konkrétně se jedná o sdílení soukromých informací, pocitů, osobních myšlenek a emocí prostřednictvím konverzací, poskytováním rad a podpory. Probíhá v offline i online prostředí a je důležitým prvkem navozování důvěry (Sprecher & Hendrick, 2004).

Důležitým aspektem při sebe-odkrývání je kontrola a udržování hranic a také přístup k osobním informacím. V offline prostředí může mít kontrola těchto hranic **explicitní** i **implicitní** povahu. To znamená, že buďto spoléháme na důvěru, kterou máme s blízkým člověkem, a nemusí být explicitně řečeno, že jde o soukromou informaci, nebo vysloveně řekneme, že se jedná o soukromou informaci. V online prostředí je sebe-odkrývání problematičtější. Na internetu chybí plná kontrola nad tím, kdo má přístup k osobním

informacím. Přístup k nim mohou mít např. firmy vlastníci aplikace, které používáme, nebo lidé, kteří nejsou naši přátelé, ale získali přístup k publikovaným informacím (Derlega et al., 1993). Kontrola hranic pak nemusí fungovat. Trepte a Reinecke (2011) rozlišují **psychologické** a **sociální** soukromí, tedy jak sami vnímáme kontrolu nad poskytnutými informacemi nebo faktickou kontrolu toho, kdo se potencionálně může k osobním informacím dostat.

Sebe-odkrývání je rizikové především pro mladé lidi a adolescenty, kteří na internetu zveřejňují své fotky, videa a osobní informace jako je jméno, místo bydliště, název školy nebo emailovou adresu. Negativní efekt přílišného sebe-odhalení může být kyberšikana. Ta je spojená také s anonymitou na internetu, jelikož umožňuje agresivnější jednání než v reálném životě (Madden et al., 2013). Autoři Won a Seo (2017) provedli výzkum, ve kterém zjistili, že ke kyberšikaně dochází s větší pravděpodobností, když se uživatelé aktivně sebe-odhalují (zveřejňují text, obrázky a videa), než když pouze pasivně reagují na cizí obsah. Dále udávají, že se nebezpečí kyberšikany může stupňovat v důsledku možnosti šikanovat oběť online kdykoli a kdekoli.

Valkenburg et al. (2011) definují efektivní sebe-odkrývání jako:

- schopnost zvážit vhodnost a přijatelnost sebe-odkrývání v konkrétní situaci,
- vhodné načasování (např. ne příliš brzy),
- schopnost posoudit vhodného příjemce (např. nesvěřovat se nedůvěryhodné osobě).

Sebe-odkrývání má reciproční povahu, což znamená, že v případě že o sobě druhému poskytneme osobní informace, očekáváme, že nám o sobě tyto informace také prozradí (Derlega & Berg, 1987).

2.3 Online disinhibiční efekt

Online disinhibiční efekt vyjadřuje odložení zábran, překonání ostychu, nesmělosti a studu. Jedná se o otevřenost a uvolněnost v komunikaci. V extrémním případě může jít až o nevázanost na normy a obcházení cenzury. S online disinhibičním efektem, který je v poslední době uváděn jako nejspecifičtější znak internetové komunikace, se setkáme jak v e-mailech, tak zejména v online chatech (Horská et al., 2010). Suler (2004) vymezil šest hlavních faktorů podílejících se na disinhibici v online komunikaci:

Disociativní anonymita (*You Don't Know Me*) – chování na internetu je odděleno od skutečného světa. Lidé se při otevírání druhému cítí méně zranitelní. Za negativní chování nemusí osoba vůbec převzít zodpovědnost. Odděluje se skutečná identita od internetové identity.

Neviditelnost (*You Can't See Me*) – dává lidem odvahu jít na místa a dělat věci, které by ve skutečném světě neudělali.

Asynchronicita (*See You Later*) – při asynchronní komunikaci lidé nereagují v reálném čase. Mohou se vypořádat s reakcí druhého, rozmyslet si svou odpověď nebo odpovědět, až budou připraveni.

Solipsistická introjekce (*It's All in My Head*) – osoba na druhé straně se stává součástí našeho intrapsychieho světa, je formována částečně tím, jak se sama prostřednictvím textové komunikace prezentuje, ale také podle našich očekávání, přání a potřeb. Přidělujeme jí vzhled a hlas, který můžeme nechat znít v naší hlavě.

Disociativní představivost (*It's Just a Game*) – celý kyberprostor se může stát jevištěm, kde jsou osoby pouze herci. Lidé mohou mít pocit, že jsou pouze imaginární postavy, které stvořili. Online prostor je vysněný, oddělený a nezávislý na požadavcích reálného světa. Na rozdíl od anonymity, kde se člověk stává neosobním a zjednodušuje tak svou identitu, je ve fantaziích identita člověka mnohem propracovanější.

Minimalizace autority (*We're Equals*) – nelze zjistit jaké je postavení člověka na druhé straně. Ve většině případů má každý na internetu stejnou příležitost se vyjádřit, bez ohledu na sociální status, národnost, pohlaví atd. V kyberprostoru určuje vliv na ostatní dovednost v komunikaci a kvalita myšlenek, postavení v reálném životě není podstatné.

Autoři Šmahel (2003) a Vybíral (2009) popisují internet jako **prostředí bez zábran** (*disinhibed enviroment*), online disinhibiční efekt proto může mít jak pozitivní, tak negativní podobu. Suler (2004) vymezuje **disinhibici příznivou** (*bening disinhibition*) a **disinhibici škodlivou** (*toxic disinhibition*). Příznivá disinhibice je taková, při které lidé odhalují tajné emoce, obavy a přání. Jsou laskaví, štedří a pomáhají druhým. Takové chování může vést k seberealizaci. Škodlivou disinhibicí je myšleno agresivní chování ve formě slovního napadání a tvrdá kritika (*flaming*). Negativním případem může být také přílišné sebe-

¹ Termín disociace použil jako první P. Janet v roce 1889 pro rozštěp osobnosti. Při disociovaném stavu vědomí má v sobě člověk jako by více osobností (minimálně další jednu), to narušuje zdravé vědomí (Vybíral, 2009).

odhalení, prozrazení mnoho informací o sobě a svém soukromí a pozdější litování svých činů.

2.4 Anonymita

Fenomén online disinhibičního efektu je umocněn anonymitou, která je důležitou vlastností internetu a ovlivňuje chování lidí v tomto prostředí. Podle Šmahela (2003, s. 14): „má-li uživatel internetu důvěru ve svou anonymitu, a tudíž i bezpečí, chová se jinak než v případě, že tuto důvěru nemá“. Také Vybíral (2009) uvádí, že anonymita jedince na internetu chrání a vytváří bezpečný prostor pro zapojení se do diskuzí a vyslovení odvážných názorů. Šmahel (2003) rozděluje anonymitu na internetu na objektivní a subjektivní. **Objektivní anonymita** je míra odhalitelnosti technickými prostředky. Popisuje, jaká je reálná šance, že nás někdo na internetu vypátrá a odhalí naši identitu. **Subjektivní anonymita** je náš subjektivní názor na to, do jaké míry jsme na internetu anonymní. Ovlivňuje naše chování a myšlení.

2.5 Deindividuace

Koncept deindividuace (odosobnění) popsal již v roce 1895 francouzský sociolog Le Bon ve své knize *Psychologie davu*. Le Bon tvrdil, že jde o proces, při kterém jednotlivci jednají, jako by byli „ponořeni do skupiny“ a ztrácejí svou individualitu (Joinson, 2007). V případě, že člen skupiny ztratí individualitu, je schopen takového chování, kterého by se jako jedinec nedopustil (Festinger et al., 1952). Anonymita na internetu (stejně jako v davu) chrání jednotlivce před identifikací. Dokonce lze říct, že konformita ke skupinovým normám je ve virtuální komunikaci silnější než v běžné komunikaci (Wallace, 2015).

2.6 Sociální multiplicita (Social Multiplicity)

Při navazování vztahů na internetu se v danou chvíli mohou uživatelé seznamovat s více lidmi najednou. Komunikace s více lidmi probíhají ve stejný čas, aniž by o tom účastníci jednotlivých konverzací věděli (Divínová, 2005). Lze tak pěstovat například tři odlišné komunikační linie, ve kterých subjekt může pozměňovat svou virtuální identitu. Sociální mnohočetnost přináší pocit vzrušení, nervozity z nestíhání odepisovat a uvádí organismus do stavu flow neboli tzv. nekontrolované plynutí času (Vybíral, 2009).

2.7 Jazykové proměny v internetové komunikaci

Internet radikálně změnil globální komunikační návyky, komunikace dostala nový, podstatně rychlejší rytmus. Změnila se kvalita komunikace, význam i styl psaní. Účastníci komunikace reagují rychle, bez korektury, osvojují si internetový jazyk s omezenou slovní zásobou a ovlivňují se tak navzájem. Roli hraje také odpor vůči uživatelům, kteří používají spisovný či knižní jazyk. Dochází k záměrnému deformování pravopisu a vzniku internetismů, což jsou výrazy často se vyskytující v internetové komunikaci (Vybíral, 2009).

Některé internetismy jsou akronymy. Jedná se o zkratky slov, které jsou tvořeny prvními písmeny slov. Slouží k vyjadřování pocitů a různých sdělení a často jsou převzaty z angličtiny, například LOL (*Laughing Out Loud*, tj. „směju se na celé kolo“) (Svobodová, 2010).

K vyjadřování emocí a nahrazení neverbální komunikace slouží emotikony neboli „smajlíci“, které vznikají kombinací různých znaků a interpunkčních znamének. Poprvé byl emotikon použit v roce 1982 Scottem Fahlmanem v e-mailové komunikaci. Ten také navrhl využívat emotikon „:-)“ pro označení vtipu a emotikon „:(“ pro označení ostatních zpráv, které nejsou vtipy (Kopecký, 2007).

Podoba emotikonů se však postupem času zdokonaluje, nejpoužívanější jsou v dnešní době tzv. emoji. Výraz emoji je složeninou japonských slov „e a modži“ neboli „obrázek a znak“, jedná se tedy o malou ikonu, kterou lze vložit do textu. Funkcí emoji je přenášení emocionálního a sociálního obsahu od odesílatele k příjemci (Fischer & Herbert, 2021). Dle Kaye et al. (2016) je další funkcí snižování nedorozumění u nejednoznačných zpráv. Emoji však mohou být sama o sobě nejednoznačná a jejich zobrazení se může lišit v závislosti na typu zařízení (iOS nebo android) nebo sociální platformě, kterou používáme (Fischer & Herbert, 2021).

Dle výzkumu Wu et al. (2021) jazykové projevy na internetu (akronymy, symboly, obrázky či znaky) podporují pozitivní emoce, jelikož jsou často charakterizovány jako zábavné či humorné. Pozitivní emoce jsou často doprovázeny vhladem, porozumění jazykovým projevům totiž vyžaduje, aby uživatelé zaujali neobvyklé perspektivy k interpretaci nových významů. To zlepšuje kognitivní flexibilitu jednotlivců, která je definována jako schopnost člověka měnit strategie kognitivního zpracování v reakci na nové a neočekávané situace v jeho prostředí.

Internet ruší cit pro chronologii nebo ji zcela převrací. Příspěvky na Facebooku či jiných sociálních sítích jsou řazeny od nejnovějších po nejstarší, čteme je tedy odzadu. Komunikace na internetu nabízí nejčerstvější, nejnovější příspěvky. Když tento problém zobecníme, dalo by se říct, že dochází k preferenci přítomnosti a oslabení citu pro kontinuitu – historickou i soudobou (Vybíral, 2009).

2.8 Jak komunikuje generace Y

Generace Y je v kontextu nových médií také nazývána jako **internetová generace** či **digitální domorodci**. Často se také setkáme s označením **mileniálové**. Jedná se o jedince, jež se narodili mezi lety 1982–2000 a mají hluboké a téměř "intuitivní" znalosti o používání technologií, protože nikdy nepoznali svět bez internetu a technologických změn (Combes, 2008). Dnešní mladí dospělí, na které se tato práce zaměřuje, jsou jedinci, jež se narodili ve vymezeném období a můžeme je považovat za příslušníky generace Y.

Generace Y je téměř od narození vystavena velkému množství informací na internetu, proto je aktivnější, zodpovědnější a náročnější v oblasti ověřování pravdivosti informací (Combes, 2008). V porovnání s předchozími generacemi má tato generace vyšší digitální gramotnost a lepší schopnost analýzy informací získaných na internetu. Velký důraz je kladen na svobodu projevu, s čímž souvisí také vysoká vyhraněnost názorů (Raslie, 2021).

Jedinci z generace Y se vyznačují multitaskingem, tzn. specifickým způsobem práce, při němž vykonávají více různých činností současně. Multitasking, touha po konektivě a sociální angažovanosti, schopnost a sklon používat širokou škálu technologií umožňuje generaci Y komunikovat s více uživateli najednou. Z tohoto důvodu je vystavena širokému spektru myšlenek a kulturním rozdílům, což vede k sociálně inkluzivnějšímu pohledu na svět (Dorman, 2000).

Ve volném čase rádi navštěvují či píšou blogy, užívají sociální sítě a chatování v reálném čase (*instant messaging*) (Morgan, 2008). Komunikační styl je neformální, přátelský a málo asertivní. V internetové komunikaci uplatňují stylizaci textu a přizpůsobení komunikačního stylu cílové skupině. Zástupci generace Y rádi komunikují tváří v tvář, při komunikaci online proto neverbální složku nahrazují vizuálními prvky (emotikony, obrázky, symboly apod.) (Raslie, 2021). Pro silné vizuálně-prostorové dovednosti dokážou snadno integrovat virtuální svět s reálným (Oblinger & Oblinger, 2005).

Z výzkumu Subramaniama a Razaka (2014) vyplynulo, že generace Y na sociálních sítích často vyjadřuje své pocity a nálady a v porovnání s generací baby boomers (rodiče generace Y) je expresivnější a kreativnější. Na rozdíl od generace baby boomers také méně zveřejňuje příspěvky o rodině, přátelích, politice, jídle, sportu nebo citáty. Více používá zkratky, lexikálně a syntakticky zkracuje slova pro urychlení konverzací. V textu častěji využívá citoslovce, což poukazuje na neformální styl příspěvků. Psaní velkými písmeny v textu (např. NIKDY) je užíváno ve spojitosti s pocitem hněvu. Více používají emotikony a interpunkční znaménka na konci vět.

3 PSYCHOLOGICKÉ ASPEKTY ONLINE SEZNAMOVÁNÍ

Seznamovací portály a seznamovací aplikace lákají miliony lidí po celém světě. Způsob seznamování se postupem času a s nástupem nové generace výrazně pozměňuje. Posun od konvenčního seznamování v reálném prostředí směrem k hledání partnerů na internetu s sebou přináší nové psychologické aspekty. Mění se motivy k seznámení, vzorce namlouvání, ale i způsob výběru partnera. V této kapitole nastíníme důležité aspekty, jež se podílejí na formování vztahu online se zřetelem na podobu dnešního seznamování.

3.1 Motivace k online seznamování

Seznamovací aplikace (Tinder, Badoo apod.) jsou nejvíce používány jedinci ve věku mladé dospělosti (25–35 let). V tomto období nastává dle Eriksona (2002) konflikt **intimity vs. osamělosti**. Rozvíjenou ctností při uspokojení potřeby intimity se stává **láska**. Potřeba intimního sblížení s druhým člověkem se stává motivací mladých dospělých k aktivitě na online seznamovacích portálech (Sumter et al., 2017). Rozlišujeme tři druhy potřeb, jež k této aktivitě mladé dospělé motivují. Jedná se o **fyzické, psychosociální a sociální potřeby** (Valkenburg & Peter, 2007).

Fyzické uspokojení hledané v mediálním obsahu se může týkat cvičení, stravování, zdravého životního stylu, ale také sexuálního uspokojení (Van De Wiele & Tong, 2014). Pro používání seznamovacích portálů je významná právě touha po sexuálním uspokojení. Sexuální touha se často objevuje společně s touhou po lásce, avšak neurologický původ těchto dvou složek je odlišný. Jedná se tedy o dvě odlišné motivace. Jejich síla se mění v závislosti na pohlaví a kulturním prostředí (Diamond, 2004). Z výzkumu Gudeluna (2012) vyplývá, že jedinci, kteří využívají sociální média pro uspokojení fyzických potřeb, si častěji domlouvají schůzky v reálném prostředí a mají nezávazný sex, než ti kteří online média k tomuto uspokojení nevyužívají.

Psychosociální uspokojení se týká potřeb, které mají psychologický původ, ale jsou v interakci také se sociálním okolím. Seznamovací portály jsou využívány pro uspokojení tzv. touhy po senzaci (*sensation seeking*) (Gudelunas, 2012). Také novost nástrojů nových

médií je důležitou motivací k jejich používání mezi mladými lidmi (Lai & Yang, 2014). Kromě toho jsou seznamovací portály a aplikace používány k uspokojení potřeb souvisejících se sebehodnocením. Tyto potřeby se týkají potvrzení fyzické atraktivity a obecně lepšího pocitu ze sebe sama (Nesi & Prinstein, 2015). Nelze opomenout také fakt, že seznamovací portály umožňují běžnou komunikaci i komunikaci se sexuálním podtextem bez prostorových, časových a sociálních omezení (Couch & Liamputtong, 2008).

Sociální uspokojení je syceno potřebou nalezení a udržení přátel a romantického partnera. (Hart, 2015). Nalezení partnera je důležitým vývojovým úkolem mladé dospělosti. V adolescentním období je důležitá převážně touha po sexuálním uspokojení a vášni. S rostoucím věkem tyto potřeby ustupují do pozadí a stoupá potřeba jiných vztahových kvalit – blízkosti, důvěry a intimacy (Sumter et al., 2017). Online média mohou sloužit jako přirozená pomoc při naplňování těchto vývojových úkolů.

Z kvalitativního výzkumu Lawsonové a Leckové (2013) taktéž vyplývá, že lidé využívají internet k seznámení, aby našli společnost (redukovali osamělost), zažili dobrodružství (*sensation seeking*) nebo si splnili romantické či sexuální fantazie. Jako další motivací se ukázalo větší pochopení ze strany online přátel než přátel v reálném prostředí. Respondenti v internetových vztazích nepocítovali tolik negativního hodnocení jako v realitě (Lawson & Leck, 2013).

David a Cambre (2016) ve své studii vyslovili domněnku, že Tinder má prvky, které jsou do jisté míry návykové, což přispívá k rostoucí popularitě této aplikace. Aplikace funguje na principu procházení jednotlivých profilů uživatelů. Atraktivní fotografie a zprávy od těchto uživatelů mohou být vnímány jako odměna, která má návykový charakter (David & Cambre, 2016). Pokud jsou rozhraní těchto aplikací do jisté míry návyková, poskytují odměnu ve formě přitažlivého obsahu, jsou jedinci motivováni k jejich používání bez konkrétní touhy po seznámení.

Dalším vysvětlením, proč někteří jedinci vyhledávají seznámení online, může být takzvaná „úzkost z randění“ (*dating anxiety*) (Wildermuth, 2004). Ta se projevuje nechutí k navazování nových vztahů v reálném prostředí, ze strachu, že se ztrapníme či uděláme špatný dojem. Sociální sítě mohou být pro takové jedince vhodné pro možnost komunikovat textově. Textová komunikace umožňuje jedinci promyslet svoji odpověď, zkontrolovat ji a komunikovat bez přítomnosti neverbálních signálů. Také Lawsonová a Lecková (2006)

uvádějí, že k seznamování na internetu inklinují jedinci plaší, introvertní, osamělí s nízkým sebehodnocením. Jedná se o ty jedince, kteří neradi navštěvují místa vhodná k seznámení (bary, diskotéky). Několik dalších studií provedených v 90. letech 20. století zjistilo negativní korelaci mezi používáním internetu k seznámení a proměnnými nízké sociální angažovanosti (introverze, osamělost) (Kraut et al., 1998).

Valkenburg a Peter (2007) se v návaznosti na přetrvávající názor, že internet k seznámení používají pouze introvertní jedinci, snažili ověřit dvě protichůdné hypotézy. **Hypotéza sociální kompenzace** předpokládá, že seznamky budou přínosné zejména pro jedince s vysokou mírou „úzkosti z randění“. **Hypotéza „rich get richer“** naopak předpokládá, že online seznamování využívají jedinci s nízkou mírou úzkosti a dobrými komunikačními dovednostmi. Internet se pro takové jedince stává další strategií k nalezení partnera. Z výzkumu vyplynulo, že online seznamování je výsadou jedinců s nízkou mírou úzkostnosti. Pro tyto jedince se internet stává prostředím, které mohou využít jako další místo k seznámení. Ti jedinci, pro které je používání sociálních médií důležité pro udržování sociálních vztahů, je považují za důležitá a připisují jim velkou váhu (Lai & Yang, 2016).

Rozdíly mezi dřívějšími a pozdějšími studii lze vysvětlit mnoha změnami v používání internetu, jako je například rostoucí využívání internetu pro sociální účely. Stejně tak se zdá, že se seznamování na internetu stalo běžnou seznamovací praxí (Valkenburg & Peter, 2007).

Rozdílnost seznamovacích strategií nalzáme také u silně romanticky založených jedinců. Champagne (2008) ve svém výzkumu uvádí, že romanticky založení lidé odmítají internet jako nástroj k vážnému seznámení. Tuto tezi podporuje také zjištění, že internet k seznámení používají spíše pragmaticky a spotřebně založení lidé (Champagne, 2008).

3.2 Věkové odlišnosti, odlišnosti mezi muži a ženami

Nejaktivnějšími uživateli online seznamovacích platforem jsou lidé mezi 25–40 lety a 40–50 lety. Nejčastější výskyt uživatelů je ve věku 40 let. Pravděpodobným vysvětlením je, že pro tyto jedince je obtížné najít romantického partnera prostřednictvím tradičních strategií. Nezadaní v této věkové kategorii jsou poměrně často rozvedení a musí kombinovat starost o děti s kariérou (Valkenburg & Peter, 2007).

Mladší lidé většinou navštěvují mobilní seznamovací aplikace typu Tinder. Tyto aplikace jsou nejvíce používány jedinci ve věku 25–34 let. Jedná se tedy o věkovou kategorii, jež je předmětem našeho výzkumu. Mladí dospělí mají specifické potřeby, jako je nalezení vhodného partnera, které jim toho prostředí může pomoci uspokojit (Sumter et al., 2017).

Mezi muži a ženami existují významné rozdíly v používání seznamovacích portálů a aplikací. Rozdíly se týkají motivace, preference, sebe prezentace i interakce. Zdá se, že při výběru partnera se uživatelé na internetu stále řídí přirozenými stereotypy. Pro muže je klíčovým kritériem fyzická atraktivita, zatímco ženy, které mají mnohem větší požadavky, dávají při výběru partnera přednost socioekonomickým atributům (Abramova et al., 2016).

Aby bylo možné najít si partnera, je nutné na seznamovacích portálech vyplnit alespoň základní informace o sobě a představit se tak ostatním uživatelům. To představuje určitou míru sebe-odhalení. Muži mají tendenci zveřejňovat informace související s ekonomickým statusem a povoláním a typem auta, jehož jsou vlastníky. V naději, že interakci posunou do osobnější roviny, zveřejňují také fotografie, telefonní číslo a informace o sexuálních preferencích (Kisilevich & Last, 2010). Ženy jsou ve své sebe prezentaci kreativnější a mnohotvárnější. Častěji poskytují informace o svých zájmech, dětech, místě bydliště či sexu. Ženy také zveřejňují více svých fotografií než muži (Fiore et al., 2010). Také v textu v sekci „O mně“ vykazují muži a ženy významné rozdíly. Muži používají více číslovek a odkazů na jiné osoby. Ženy mají obecně delší sebe popis, ve kterém se objevuje vyjádření pozitivních emocí a více osobních zájmen (Groom & Pennebaker, 2005).

Aby uživatelé seznamek dosáhli lepší shody, v některých případech mají tendenci zkreslovat informace o sobě a požadované atributy. Jak muži, tak ženy uvádějí, že se na online seznamkách setkali s uváděním nesprávných údajů, což naznačuje, že tato tendence je poměrně běžná (Abramova et al., 2016). Zkreslování informací se mezi pohlavími liší. Ženy častěji vylepšují své fotografie (Lo et al., 2013), podhodnocují svou hmotnost a věk (Scheinbaum & Zinkhan, 2004). Tímto způsobem se uživatelky snaží dostat lepší pozici mezi ostatními uživatelkami. Naproti tomu muži mají tendenci spíše zdůrazňovat své osobní zájmy a přednosti, aby získali lepší postavení v konkurenčním prostředí online seznamek. Častěji nadhodnocují svoji výšku, jelikož se jedná o atribut často spojovaný se silou a postavením ve společnosti (Hancock et al., 2007). Ženy dávají přednost vyšším mužům. Muži také častěji zkreslují svůj současný vztahový status a cíle, kterých chtějí dosáhnout (Hall et al., 2010). Stejně jako ženy podhodnocují svůj věk (Scheinbaum & Zinkhan, 2004).

Co se týče interakce uživatelů, muži častěji zahajují konverzace. Ženy častěji dostávají zprávy od mužů. S tím souvisí také fakt, že muži dostávají obecně méně odpovědí na zprávy, zatímco ženy, jež zahajují konverzaci, mohou očekávat mnoho odpovědí (Fiore et al., 2010).

Ženy mají tendenci při komunikaci posílat obecnější zprávy a také v komunikaci častěji pokračují. Muži častěji využívají možnosti multiplicity, což znamená, že konverzuji s více ženami najednou. Tyto kontakty jsou povrchnější. Ženy naopak komunikují s menším počtem uživatelů mužského pohlaví a častěji projevují zájem o navázání intimnějších a intenzivnějších komunikací (Scharlott & Christ, 1995).

V závěrečné fázi online seznamování by mělo dojít k přenosu vztahu do reálného prostředí. Ženy ve srovnání s muži potřebují před setkáním tváří v tvář více interakcí v online prostředí. Jsou ke schůzkám ve skutečném světě zdráhavější (Gane, 2005). Když se ženy rozhodnou, že se schůzky zúčastní, dávají častěji vědět svým přátelům o svém plánu setkat se s někým ze seznamky (Blackhart et al., 2014). Na první osobní schůzce se hodnotí shoda potenciálních partnerů. Výzkumy se neshodují a tom, jaké pohlaví je spokojenější v pozitivní shodě s partnerem. Záleží však také na posouzení z hlediska cíle randění – dlouhodobý či sexuální vztah (Abramova et al., 2016).

3.3 Sebe prezentace

Jedním z nejdůležitějších faktorů, který rozhoduje o úspěšnosti online seznamování je sebe prezentace. Sociální sítě i seznamovací aplikace dávají každému jednotlivci možnost představit sebe sama a vyprávět „svůj vlastní příběh“ (Chan & Tang, 2022).

Na seznamovacích portálech je rozhodující zejména fotografie (Jin & Martin, 2015). Fotografie by měla odpovídat tomu, co o sobě jedinec při seznamování a na svém profilu tvrdí a zároveň by měla reprezentovat sebepojetí a vzhled jednotlivce. Neúspěšnost v seznamování je obvykle přítomna, pokud je fotografie v rozporu s informacemi uvedenými v profilu. Potenciální partneři budou pravděpodobně jako první hodnotit fotografii, včetně jejího okolí, těla, výrazu obličeje, ale i oblečení. Uživatel seznamovací aplikace se tak v podstatě snaží zaujmout potenciálního zájemce (Siibak, 2015).

Online identita reprezentuje uživatele v online světě. Může být shodná s identitou skutečnou (pravá identita), ale také se od ní může značně odlišovat (ideální identita) (Chan & Tang, 2022). Z výsledku výzkumu Chan a Tang (2022) vyplynulo, že lidé na sociálních

sítích prezentují své ideální identity, a to z důvodu sociální úzkosti v důsledku srovnávání. Online prostředí poskytuje prostor k úpravě vlastní identity, zejména kvůli strachu z odhalení skutečné identity, touze experimentovat, snaze zvýraznit určité rysy své osobnosti, pobavení a idealizaci sebe sama (Šmahel, 2003). Konstruování zcela odlišné, falešné identity s sebou přináší negativní důsledky. Online vztah může vyústit ve zklamání a pocit zrady, když se účastník cítí podveden někým, kdo v online prostředí měnil svou identitu. Nejčastěji lidé na sociální sítích lžou o věku, pohlaví, zaměstnání a stavu vztahů (Wright et al., 2018).

Z výzkumu Ranziniho a Lutze (2017) vyplynulo, že významnou roli při utváření online identity hraje sebeúcta. Vyšší sebeúcta jedince podporuje skutečnou sebe prezentaci na seznamovacích portálech.

3.4 Vliv atraktivity

Se sebe prezentací na sociálních sítích souvisí také **atraktivita**, která hraje významnou roli při navazování partnerských vztahů. **Interpersonální atraktivita** se opírá o teorii sociální výměny, v níž mohou být určité vlastnosti člověka zdrojem odměny pro druhého. Tyto vlastnosti, fyzické či osobnostní, mohou vyvolávat pozitivní emoční odezvu a být zdrojem uspokojování rozmanitých potřeb lidí, pro které jsou přitažlivé (Slaměník, 2011).

Fyzická atraktivita je důležitá především při navazování nových vztahů. První dojem, který utváříme o určitém člověku, je ve velké míře ovlivněn jeho fyzickým vzhledem. Fyzicky atraktivní lidé jsou druhými lidmi bez znalosti jejich osobnostních charakteristik považováni za úspěšnější, šťastnější a přívětivější. Jedná se o tzv. sebenaplňující se proroctví, které nastává, když se původní mylné přesvědčení stane skutečností (Hewstone & Stroebe, 2006).

V online prostředí fyzicky atraktivnější jedinci lépe navazují nové vztahy. Informace, které o sobě přitažliví lidé sdílí, jsou považovány za atraktivnější než informace sdílené neatraktivními jedinci. Lze to také vysvětlit tak, že když nás člověk na první pohled zaujme, máme větší tendenci se o něj aktivně zajímat a poznávat jeho osobnostní charakteristiky. Fyzická atraktivita je prediktorem vzniku sympatie a interpersonální přitažlivosti (Brand et al., 2012).

V případě, že jsou účastníci internetové komunikace anonymní, atraktivitu zvyšuje smysl pro humor, zajímavost, kreativita, inteligence a míra sebe-odhalení (Wallace, 2015).

Dalším faktorem, který může ovlivňovat atraktivitu jedince při seznamování v internetovém prostředí je zacházení s textem. K neúspěchu mohou být odsouzeni především jedinci, kteří nesprávně používají jazykové, gramatické, lexikální a pravopisná pravidla. Z výzkumu Ellisona et al. (2006) vyplývá, že uživatelé seznávek ignorují profily, jež obsahují pravopisné chyby. Majitelům takových účtů přisuzují buďto nedostatek vážného zájmu, protože nebyli schopni si po sobě údaje zkontrolovat nebo nedostatečnou inteligenci tvůrců.

Na seznamovacích aplikacích, u nichž je důležitá především jejich vizuální povaha (Tinder, Badoo apod.) hrají roli i malé detaily při vnímání fyzické atraktivity uživatele. Atraktivitu zvyšují například emotikony v textu či fotka s domácím mazlíčkem (Ranzini et al., 2022).

Fyzicky atraktivní lidé lépe navozují interpersonální vztahy. Nicméně aby se vztahy mohly dále rozvíjet a z časového hlediska mít dlouhodobější trvání je důležitá především **osobní atraktivita**. Teprve až po čase se ukáže, nakolik jsou důležité a přitažlivé osobnostní charakteristiky jedince, jeho postoje, názory, přesvědčení, hodnoty a zájmy, potřeby, víra a také socioekonomický status. U vysoce atraktivních lidí se po delším poznávání mohou objevit nežádoucí vlastnosti a u neatraktivních naopak vysoce ceněné osobnostní charakteristiky (Slaměnik, 2011).

Jak v reálném, tak v internetovém prostředí je z hlediska trvání a udržování blízkých vztahů nejdůležitější oblast společného zájmu (Výrost & Slaměnik, 2008).

3.5 Jak se seznamuje generace Y

Generace Y má již nové technologie plně osvojené. Mladí dospělí tráví na internetu průměrně sedm hodin denně. Také seznamování a jeho vývoj se přesouvá do online světa (Booth et al., 2016). Online prostředí se tak stává stěžejním nástrojem k seznamování pro lidi z generace Y. Podílí se také na vývoji intimity, romantických vztahů a sexuality (Valkenburg et al., 2011).

Abychom pochopili, jak se generace Y seznamuje, musíme uvažovat o třech hlavních oblastech, které online seznamování nabízí. Jedná se o **přístup a párování s potenciálními romantickými partnery, komunikaci s potenciálními romantickými partnery a navazování kontaktů s kompatibilními romantickými partnery** (Finkel et al., 2012).

Přístup se vztahuje k tomu, že uživatelé seznamovacích aplikací či portálů jsou vystaveni potenciálním romantickým partnerům, s nimiž by se jinak pravděpodobně

nesetkali, a mají možnost je hodnotit. Při seznamování online není jedinec zároveň závislý na čase a prostoru, což mimo jiné šetří čas a umožňuje vybírat potenciální partnery s rozvahou a z pohodlí domova. Díky tomu se lze také vyhnout případným nepříjemným situacím, jež mohou nastat v reálném prostředí (Blossfeld & Schmitz, 2011). Dalo by se říct, že seznamovací portály fungují jako databáze potenciálních partnerů, které mohou uživatelé najít a v případě zájmu kontaktovat (Jin & Martin, 2015).

Párování (*matching*) potenciálních partnerů probíhá (především na seznamovacích aplikacích) pomocí matematického algoritmu – mezi potenciálními partnery tak mohou být přítomni uživatelé stejného věku, ze stejné oblasti a se stejnými zájmy (Finkel et al., 2012).

Komunikace se týká možnosti uživatelů využívat různé formy počítačem zprostředkované komunikace k interakci s konkrétními jedinci. Jedná se například o textovou komunikaci, hlasové zprávy či video hovor. Také možnost sdílení fotografií, videí, hudby posouvá komunikaci na vyšší úroveň (Finkel et al., 2012).

Navazování kontaktů v online prostředí umožňuje zahajovat konverzace s více potenciálními partnery. Namísto toho, aby se člověk s potenciálními partnery setkal, udělal si o nich letmý obrázek a postupně se o nich dozvídal různé skutečnosti, online seznamování obvykle zahrnuje zjištění široké škály faktů předtím, než se rozhodne, zda se s nimi chce setkat osobně (Finkel et al., 2012).

Mladí dospělí si současně projdou větším množstvím seznamovacích schůzek a zkoušejí různé typy vztahů, které nemusí být nutně definovány a chápány jako romantické. Generace Y více odděluje lásku od sexu. Zatímco generace baby boomers (rodiče generace Y) od svých partnerů nejdříve očekávala emoce a city a až poté sexuální aktivitu, generace Y často utváří vztahy, které jsou založeny pouze na fyzickém kontaktu a sexu. Tento trend se nazývá „kamarádi s výhodami“ (*friends with benefits*) (Weigel, 2017).

Bauman (2020) přináší kritický pohled na online seznávání dnešní generace. Společnost popisuje jako tekutou modalitu, která se značně liší od dřívějších pevných, stálých a monogamních vztahů. „Tekutost“ je orientována na cíl okamžitého uspokojení s rychlým vyčerpáním a ztrátou zájmu o druhého. Online seznamování je aspektem tekuté lásky, kdy vědomí potenciálních partnerů v online prostoru nutí člověka ukončit nynější vztah, při výskytu sebemenších potíží. Vědomí těchto potenciálních partnerů narušuje vztahy (Bauman, 2013).

3.6 Přenos vztahu do reálného prostředí

V online prostředí můžeme pozorovat tři druhy vztahů – **vzniklé online, pokračující online** (bez osobního setkání, krátká životnost); **vzniklé online, pokračující v reálném prostředí** (emocionální zakotvení); **vzniklé v reálném prostředí, pokračující online nebo online svět je doplňkem vztahu**. Tato práce se zaměřuje na jedince, jejichž vztah vznikl online a přenesl se do reálného prostředí.

Proces přechodu z online komunikace do setkání v reálném prostředí je zkoumán pod označením přepínání modality (Ramirez & Zhang, 2007; Ramirez & Wang, 2008). Přepínání těchto modalit je závislé na množství času stráveném online komunikací. Finkel et al. (2012) zdůrazňují, že uplynulá doba mezi počáteční interakcí online a interakcí tváří v tvář je pro navázání dlouhodobého vztahu důležitá. Z výzkumu Whittyho a Carra (2006) vyplynulo, že 65 % uživatelů online seznamovacích portálů si domlouvá schůzku do jednoho týdne od první interakce online. První schůzka je klíčová, protože poskytuje další vodítka, která mohou snížit nebo zvýšit vnímání atraktivity vztahu. Jinak řečeno, první schůzka pomáhá zhodnotit potenciál pro rozvoj romantického vztahu (Whitty & Carr, 2006).

Jedinci, kteří s první schůzkou čekají příliš dlouho, riskují vytvoření idealizovaných dojmů o druhém partnerovi. V reálném prostředí pak u těchto jedinců nastává problém přijetí jakýchkoliv rozporů mezi idealizovaným mentálním konstruktem partnera a tím, jaký partner doopravdy je (Ramirez et al., 2015).

Počet fotografií na profilu predikuje vyšší úroveň sebe-odhalení, intimity, vyrovnanosti, neformálnosti a sociální orientace. Tyto kvality přispívají k větší touze potenciálních partnerů po reálném setkání. Pravděpodobnost setkání v reálném prostředí také zvyšuje rozšiřování komunikačních kanálů na více personalizované formy interakce (textová, telefonická komunikace). Kontakt na jiné sociální sítě, kde se jedinci prezentují, zvyšuje intimitu mezi partnery (Ramirez et al., 2015).

4 DOSAVADNÍ VÝZKUMY

V naší práci se zabýváme seznamováním skrze sociální sítě. Ačkoliv se v dnešní době online seznamování přesouvá k (mobilním) seznamovacím aplikacím, je nutné nahlížet na tento koncept v rámci širší perspektivy. Především proto, že seznamovací aplikace spadají pod sociální sítě a často se také dají s ostatními sociálními sítěmi propojit. Nejčastější se seznamovací aplikace propojují se sociálními sítěmi jako je Instagram (76 %), Facebook (58 %), Twitter (31 %), Snapchat (31 %) či Spotify (21 %) (Kaspersky daily, 2021). V neposlední řadě se také rozšiřují komunikační kanály, na kterých spolu potenciální partneři komunikují.

Tato kapitola představuje souhrn vybraných dosavadních výzkumů o online seznamování skrze sociální sítě, seznamovací platformy, a především skrze mobilní seznamovací aplikace. Výzkumy z oblasti mobilních seznamovacích aplikací jsou ve větší míře zastoupeny také kvůli složení našeho výzkumného souboru, kde se většina respondentů seznámila skrze mobilní seznamovací aplikace.

4.1 Seznamování online

Online seznamovací platformy se staly mocným „sociálním prostředníkem“ ve vzniku novodobých vztahů. Velké množství výzkumů reaguje na digitální revoluci v randění.

Systematický přehled motivace k užívání online seznamovacích platforem provedli Bonilla-Zorita et al. (2021) na databázích Web of Science a PsycINFO. Z výzkumu vyplynulo, že nejvíce zastoupenou skupinou, která využívá online seznamování, jsou lidé ve věku 25–35 let (31 %), následuje věková skupina 35–44 let (27 %). Co se týče pohlaví a věku, jsou nejčetnější skupinou na seznamovacích aplikacích muži v období mladší dospělosti.

Motivů k seznamování online existuje celá řada. Jedná se především o touhu po společnosti, poznávání nových lidí a větší kontrolu nad prezentací sebe sama (na rozdíl od reálného prostředí). Mezi další motivy patří například získávání nových zkušeností, zdržení se závazků a navazování vztahů založených pouze na sexuálním uspokojení, romantické fantazie, ale také touha po dlouhodobém vztahu. Byla zjištěna korelace mezi vysokou citlivostí k odmítnutí a vyšším užíváním online seznamovacích služeb. Jedinci, kteří

vyžadují vysokou kontrolu nad sebe prezentací v online prostoru (jsou méně nuceni ukazovat své „pravé já“) a jsou vysoce citliví k odmítnutí, dosahují vyššího skóre v online seznamování než seznamování v reálném prostředí (Hance et al., 2018). V systematickém přehledu výzkumů bylo zároveň zjištěno, že vyšší frekvence užívání seznamovacích aplikací souvisí s vyšším skórem závislosti na chytrých telefonech (Bonilla-Zorita et al., 2021).

Na motivy k online seznamování se zaměřila také rozsáhlá studie společnosti Sapiro Research. Společnost provedla v roce 2021 rozsáhlý výzkum na vzorku 18 658 lidí ve 27 zemích světa, z nichž 84 % lidí buď v současnosti používá, nebo v minulosti používalo seznamovací aplikaci. V tomto výzkumu byli zahrnuti také respondenti z České republiky. Z výzkumu vyplynulo, že nejvíce zastoupeným důvodem, proč lidé používají seznamovací aplikace je touha po poznávání nových lidí (48 %), druhým nejčastějším důvodem je pak hledání dlouhodobého vztahu (41 %). Celkem 54 % lidí věří, že seznamovací aplikace usnadňují seznamování a navazování vztahů a považují tento způsob jako jednodušší než se seznamovat v reálném prostředí (Kapersky daily, 2021).

Existují značné rozdíly v uspokojení jednotlivých motivů. V případě touhy po poznávání nových lidí bylo úspěšných 64 % uvedených respondentů. Dlouhodobý vztah se podařilo najít 37 % respondentům. Největší úspěch vykazovali jedinci, kteří hledali emocionální intimitu a sexuální krátkodobý či příležitostný vztah (60 %) (Kaspersky daily, 2021). Ženy jsou v nalézání sexuálního partnera úspěšnější než muži (Timmermans & Courtois, 2018).

Výrazná je také shoda mezi motivy k užívání seznamovacích služeb a osobnostními rysy (Sumter & Vanderbosh, 2019). Clemens et al. (2015) provedli měření osobnostních rysů pomocí škály Big-five a uspokojení z online seznamování (tj. identita, sociální vztahy, společnost, rozptýlení, status, vztah). Výsledky ukazují, že neuroticismus souvisí s uspokojením identity, což znamená, že jedinci s vysokým neuroticismem mohou v online prostředí svobodně rozhodnout, co ukážou ostatním a vytvářet si tak vlastní identitu. Otevřenost vůči zkušenosti souvisí s chováním v rámci sociální interakce. Jedinci s nízkou mírou otevřenosti vůči zkušenosti na internetových seznamkách více uvádějí nepravdivé informace, aby vypadali aktivněji (Hall et al., 2010). Častěji také využívají seznamování online ke společenským aktivitám a k hledání partnerů. Větší otevřenost souvisí s používáním seznamovacích aplikací pod tlakem vrstevníků (tj. status). Svědomitost koreluje s nalezením romantického vztahu (Clemens et al., 2015).

Za zmínku stojí také výzkum autorů China et al. (2019), kteří zkoumali souvislost mezi citovou vazbou (*attachment*) a seznamováním online. Byla provedena regresní analýza dat z dotazníku Attachment Style Questionnaire (Simpson et al., 1992) společně s položkami pokrývající používání seznamovacích aplikací. Výsledky ukázaly rozdíly v používání seznamovacích služeb a stylem citové vazby. Lidé s úzkostnou citovou vazbou měli tendenci seznamovat se online více než jedinci s vyhýbavou citovou vazbou. S uvedeným souvisí také výše zmíněný poznatek, že neurotičtí jedinci, jež jsou citliví k odmítnutí usilují o větší kontrolu nad sebe prezentací (Hance et al., 2018).

Na výhody užívání seznamovacích platform se v systematické studii zaměřuje Castro a Barranda (2020). Autoři zdůrazňují pozitivní aspekty seznamovacích platform, jako je flexibilita, bezplatnost a investice méně úsilí a času potřebného k nalezení partnera. Ranzini a Lutz (2017) zdůrazňují čtyři pozitivní aspekty online seznamování. První výhodou je **přenositelnost chytrých telefonů**, která umožňuje používat seznamovací aplikace na jakémkoliv místě a jakoukoliv dobu (jak v soukromí, tak na veřejnosti). Za druhé je to **dostupnost**, která zvyšuje četnost používání seznamovacích aplikací a spontánnost, což ovlivňuje také rychlejší přenos vztahu do reálného prostředí. Třetím faktorem je **lokalizovatelnost**, která zprostředkovává kontakt s lidmi, kteří jsou geograficky blízko. Poslední výhodou je **multimedialita**, která umožňuje propojení profilu s dalšími sociálními sítěmi jako je Facebook nebo Instagram.

Autoři Castro a Barranda (2020) se ve své studii zaměřují také na potenciální rizika spojená s užíváním seznamovacích portálů. Riziková témata, na které se studie zaměřuje, je možné rozdělit do čtyř oblastí, které mohou vyvolat negativní důsledky v oblasti duševního, vztahového a sexuálního zdraví (Albury & Byron, 2016).

První oblast se zaměřuje na **konfiguraci a používání samotných aplikací**. Strach o bezpečnost, soukromí a vlastní intimitu mohou vést k nejistotě při navazování kontaktů. Nejistota a obavy jsou přítomny zejména u žen. Byla prokázána také souvislost mezi používáním seznamovacích aplikací a osamělostí, nespokojeností s vlastním životem a pocitem vyloučení (Coduto et al., 2020). Druhá oblast se zaměřuje na **diskriminaci a agresi**. Conner (2019) tvrdí, že technologie namísto aby potlačili, tak naopak zdůraznili kulturní, tělesné, věkové či jiné odlišnosti. Zdůraznění těchto odlišností může mít dopad na duševní zdraví uživatelů. Strach z diskriminace může zároveň vést uživatele k větší míře klamání v online prostředí. Třetí oblast se zabývá **vlivem používání seznamovacích aplikací na vnímání vlastního tělesného vzhledu**. Seznamovací aplikace, které jsou zaměřeny na

fyzickou atraktivitu, mohou způsobovat u uživatelů negativní důsledky v podobě nezdravé regulace hmotnosti, stud za své tělo či nízké sebevědomí (Breslow et al., 2020). Poslední oblast se týká **sexuálně rizikového chování**. Používání seznamovacích platforem může přispívat k vyššímu výkonu sexuálního chování, což má za následek vyšší výskyt sexuálně přenosných chorob. Chování se může vztahovat také k vyššímu užívání alkoholu či jiných omamných látek (Choi et al., 2017).

4.1.1 Mobilní seznamovací aplikace (Dating Apps)

Nejvíce používanými, a tedy i nejzkoumanějšími aplikacemi jsou **Tinder** a **Grindr**. Tinder je nejoblíbenější u heterosexuálních jedinců, Grindr nejvíce používají homosexuální muži. V českém prostředí uvádí nejužívanější aplikace Sokolová (2018). Jedná se o **Tinder** (propojený s Facebookem a Instagramem), **Badoo** (pro zveřejnění většího množství fotografií), **Beautiful People** (doporučení potenciálních partnerů dle vzhledu) či **Bumble** (aplikace zaměřená na ženy, které chtějí udělat první krok).

V našem výzkumu jsou z větší části zastoupeni jedinci, kteří se seznámili se svým partnerem skrze aplikaci Tinder. V úvodu podkapitoly tedy stručně nastíníme její fungování.

Aplikace Tinder je optimalizována pro chytré telefony. Uživatelům se zobrazují fotografie prostorově blízkých osob, které mohou „přejetím prstem“ doprava nebo doleva hodnotit. Přejetí prstem doprava označuje, že se jim uživatel líbí, přejetí prstem doleva, že se jim nelíbí. Při vzájemném označení jako „líbí se mi“ dochází ke „shodě“ (*match*). Shoda umožňuje obou uživatelům zahájit konverzaci (Alexopoulos et al., 2020). Aplikace dle zakladatelů nabízí plynulejší zážitek a odstraňuje stres z randění, jelikož vyžaduje méně času a emocionálních investic (Stampler, 2014).

Dosavadní výzkumy v oblasti seznamovacích aplikací můžeme rozdělit do tří hlavních částí: **fáze vytváření profilu a sebe prezentace**, **fáze průběhu** neboli to, jak jsou aplikace používány a **fáze přenosu vztahu do reálného prostředí** (offline chování potenciálních partnerů). Pro účel naší práce se zaměříme na motivy k seznamování online a fázi průběhu, tj. na to, jak jsou aplikace používány a také na chování uživatelů s cílem popsat faktory, které mají vliv na převod vztahu mimo internetové prostředí.

Seznamovací aplikace dle nejnovějších výzkumů využívá odhadem 270 milionů lidí na celém světě. Uživatelé Tunderu či podobných aplikací jsou ve věku 18–34 let (Curry, 2022).

Co se týče frekvence používání a doby připojení, Chin et al. (2019) ve svém výzkumu zjistili, že uživatelé Tinderu otevřeli aplikaci jedenáctkrát denně a investovali do ní až devadesát minut denně. Strubel a Petrie (2017) zjistili, že 23 % uživatelů Tinderu otevírá aplikaci dvakrát až třikrát denně a 14 % jednou denně. Z výzkumu Sumterové et al. (2017) vyplynulo, že 23 % uživatelů otevírá Tinder denně.

Sumterová et al. (2017) ve svém výzkumu zkoumala hlavní motivy pro užívání Tinderu. Ačkoliv je ve společnosti Tinder považován za sexuální aplikaci, hlavní motivy k užívání aplikace byly nalezení dlouhodobého vztahu a lásky. Vedle lásky jsou pozitivní aspekty používání aplikace snadná komunikace, potvrzení vlastní hodnoty, příležitostný sex a trend. Tyto pozitivní aspekty mohou sytit potřeby uživatelů.

Mezi další motivy, které vedou uživatele ke stáhnutí aplikace Tinder patří zvědavost, touha pozvednout si ego, rozptýlení v nudě, tlak vrstevníků, touha zapomenou na bývalého přítele/přítelkyni, touha po sounáležitosti či přání natrénovat si flirtovací či sociální dovednosti. (Timmermans & De Caluwe, 2017).

Bylo zjištěno, že užívání Tinderu je závislé na situaci, ve které se uživatel nachází. Uživatelům, kteří si procházejí rozchodem, pocitem odmítnutí, či žijí v neuspokojující vztahu, pomáhá Tinder snížit pocity úzkosti a zvýšit pocit sebeúcty, díky pozitivní zpětné vazbě na svou osobu v podobě shod (*match*). Právě díky fungování seznamovací aplikace na principu hry, kde jsou přítomny rychlé odměny (shody), se užívání Tinderu jeví jako forma kompenzace v nepříznivých životních situacích a nabývá podobnosti s problematickým užíváním návykových látek (Orosz et al., 2016).

Také Yeo a Fung (2018) upozornili na různé chování v prostředí seznamovacích aplikací, která mohou mít pro uživatele negativní dopad. Autoři zmiňují především rychlý a zbrklý způsob jednání, který je v rozporu s kulturními normami pro navazování důvěrných vztahů. Tento způsob jednání frustruje jedince, kteří usilují o navázání dlouhodobého partnerského vztahu.

Výzkum Machfudze et al. (2021) si kladl za cíl porozumět procesu rozvoje emocionální intimity a iniciace blízkého dlouhodobého vztahu mezi uživateli Tinderu. Sběr dat probíhal pomocí hloubkových rozhovorů u respondentů, kteří jsou ve vztahu minimálně 6 měsíců a potkali se se svým partnerem skrze aplikaci Tinder. Z výsledků vyplynulo, že pro rozvoj emocionální intimity a následného rozvoje dlouhodobého vztahu jsou důležité tři základní aspekty. Prvním z nich je **vysoká intenzita textové komunikace**. Vzhledem

k tomu, že online seznamování je zprostředkováno nejčastěji pomocí textové komunikace, vytváření intimity mezi dvěma uživateli závisí na intenzitě, s jakou partneři komunikují, než se rozhodnou potkat tváří v tvář. Dalším aspektem je **sdílení společných zájmů**. V neposlední řadě jsou důležitá **společná témata, o kterých mohou partneři hovořit** a obě strany je považují za důležité a zajímavé. Pro rozvoj intimity je důležité komunikovat efektivně (Machfudz et al., 2021).

Cílem výzkumu Hooffa (2019) byla identifikace proměnných u heterosexuálních mužů, které mají vliv na rozvoj online vztahu do reálného prostředí. Nejdůležitější roli hraje atraktivita (zda je žena mužův „typ“) a sociodemografická blízkost. Potenciálními partnerkami jsou poté všechny ženy, které nemají směšné fotografie na profilu a ženy, které se na fotografiích příliš neodhalují.

Faktory ovlivňující, jestli se osoby potkají v reálném prostředí, popsali ve výzkumu Dai a Robbins (2021). Autoři realizovali experiment na vzorku 237 heterosexuálních respondentů ve věku mladé dospělosti, jež jsou aktivními uživateli Tinderu. Zkoumán byl vliv **atraktivity, pozitivních vlastností** (laskavosti, inteligence), **humoru** (vtipné hlášky ve zprávách) a **komplimentů ve zprávách** na rozvoj romantického vztahu. Výsledky ukázaly, že vnímaná atraktivita a pozitivní vlastnosti jsou významnými prediktory rozvoje krátkodobých i dlouhodobých vztahů. U mužů byla vnímaná atraktivita potenciální partnerky jediným prediktorem pro rozvoj dlouhodobého vztahu. Mezi ženami to byly vnímané pozitivní vlastnosti potenciálního partnera. Ještě důležitější u žen byl humor ve zprávách a komplimenty. Humor a komplimenty měly největší účinek na setkání se v reálném prostředí a rozvoj dlouhodobého vztahu (Dai & Robbins, 2021).

Parisi a Comunello (2020) se zabývali teorií podobnosti (viz kapitola 1.2 Vznik a vývoj partnerského vztahu) při navazování vztahů online. Zjistili, že jedinci v online prostředí, stejně jako v offline prostředí, mají tendenci navazovat a rozvíjet vztahy s uživateli, jež jsou jim podobní, například sdílejí stejné zájmy nebo postoje.

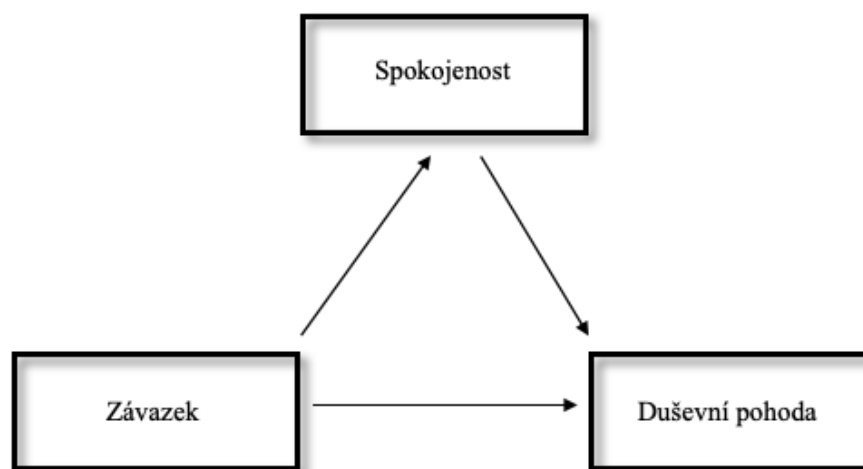
4.2 Kvalita vztahů vzniklých online

Pro pochopení kvality vztahů, které vznikly v online prostředí, budeme pracovat s pojmy závazek (viz. Kapitola 1.4.2. Vzájemná závislost) a spokojenost (viz kapitola 1.4.5 Spokojenost).

Výzkum Gerlacha (2021) staví na investičním modelu vztahů Rusbultové (1983), která považuje **spokojenost** (např. pozitivní vlastnosti partnerů), **investice** (např. společné bydlení, přátelé) a **alternativy** (dostupnost alternativních partnerů) za tři klíčové prvky pro dlouhodobý vztah. Gerlach (2021) ve svém výzkumu analyzoval dlouhodobé vztahy, které vznikly v online prostředí z hlediska **spokojenosti**, **míry závazku** a **duševní pohody** (*well-being*). Výzkumný soubor tvořilo 401 respondentů, průměrný věk respondentů byl 25,6 let. Data byla analyzována kvantitativně z dotazníků duševního zdraví (MHC-SF) a škály investičního modelu (Rusbult et al., 1998) zkoumající vztahovou spokojenost a oddanost. Dále byla zahrnuta škála spokojenosti ve vztahu. Z výzkumu vyplynulo, že spokojenost ve vztahu vzniklém skrze seznamovací portály zvyšuje míra závazku, což má za následek větší pocit duševní pohody (*well-being*). Spokojenost se vztahem zcela zprostředkovává vztah mezi závazkem a duševní pohodou. Regresní analýza ukázala, že závazek není silným prediktorem duševní pohody. Duševní pohodu vysvětluje spokojenost se vztahem. Silná pozitivní korelace byla nalezena mezi spokojeností se vztahem a závazkem (Gerlach, 2021).

Výzkum přijímá hypotézu, že nižší míra závazku ve vztahu znamená nižší úroveň pohody. Výsledky jsou v souladu s výzkumem Browna (2000), který uvádí, že závazek ve vztahu předpovídá pohodu. Také Dush a Amato (2005) tvrdili, že vyšší status vztahu (např. manželství) vykazuje vyšší duševní pohodu. Vztahy, které vznikly v online prostředí, mají tudíž tendenci vykazovat stejné výsledky jako vztahy vzniklé v reálném prostředí (Schaaij, 2021).

Obrázek 1: Vztah mezi spokojeností, závazkem a duševní pohodou



Zdroj: Gerlach, 2021

Další výzkum, který se snaží o aplikaci investičního modelu do kontextu online seznamování, realizoval Sharabi a Timmermans (2021). Studie uvádí výsledky průřezového průzkumu mezi 205 respondenty. Teoretické východisko pro výzkum je založeno na přesvědčení, že součástí rozvoje vztahu v reálném prostředí je opuštění seznamovací platformy a vytvoření závazku vůči stávajícímu partnerovi. Experimentální studie podporují myšlenku „paradoxu volby“, tzn., že množství profilů a možnost výběru dalších partnerů (alternativ) vede k menší spokojenosti ve vztahu a větší ochotě vybrat si jiného partnera (D'Angelo & Toma, 2017; Pronk & Denissen, 2020; Wu & Chiou, 2009). Výzkum potvrdil, že intenzita online seznamování pozitivně predikuje kvalitu alternativ, což negativně ovlivňuje závazek. Jinak řečeno, setrvání na seznamovací platformě i přes trvající vztah vede ke zvažování možných alternativních partnerů a snižuje míru závazku ve stávajícím vztahu (Sharabi & Timmermans, 2021).

Také z výzkumu Drouina et al. (2014) vyplynulo, že lidé s nižším závazkem k partnerovi častěji posílali i přijímali žádosti o přátelství na Facebooku z důvodu touhy po navázání romantického vztahu. Naopak vyšší závazek ve vztahu brání partnerům zajímat se o jiné dyadické vztahy (Rusbult et al., 2012). Tato výzkumná zjištění tak poukazují na fakt, že online seznamování může podněcovat touhu po závazku ale zároveň podkopávat dlouhodobou stabilitu vztahu (Sharabi & Timmermans, 2021)

Ve výzkumu Potarca (2020) byla zkoumána angažovanost párů vzniklých v online prostředí k založení rodiny, spokojenost a duševní pohoda. Výzkumný soubor zahrnoval 3245 respondentů. Výsledky výzkumu poukazují na fakt, že mezi páry, které vznikly online a páry, které vznikly v reálném prostředí, nebyly nalezeny signifikantní výsledky ve vnímání spokojenosti ve vztahu. Signifikantní výsledky však byly nalezeny mezi lidmi, kteří se seznámili skrze mobilní seznamovací aplikace a seznamovací weby. Páry, které se seznámily skrze seznamovací weby, jsou ve vztahu spokojenější. Jedním z možných vysvětlení tohoto jevu je právě větší zaměření na specifika vybíraného partnera a konkrétní faktické informace o druhém, kterými disponují seznamovací weby. Na druhou stranu páry, které se seznámily skrze mobilní seznamovací aplikace, vykazují větší zájem o společné soužití. Ženy, které si našly partnera prostřednictvím seznamovací aplikace, mají větší touhu po založení rodiny (těhotenství) než ženy, jež se se svým partnerem seznámily offline (Potarca, 2020).

Empirická část

5 VÝZKUMNÝ PROBLÉM, CÍL A VÝZKUMNÉ OTÁZKY

V předešlých kapitolách jsme se seznámili s teoretickým zakotvením dlouhodobých partnerských vztahů, online komunikací v kontextu online seznamování a také s psychologickými aspekty online seznamování. Na základě těchto poznatků bychom chtěli prozkoumat problematiku dlouhodobých partnerských vztahů vzniklých prostřednictvím sociálních sítí.

Utváření dlouhodobých partnerských vztahů v prostředí sociálních sítí jsme se rozhodli prozkoumat z pohledu dnešních mladých dospělých, kteří spadají do generace Y. Jedná se o generaci, která je od narození obklopena novými technologiemi, především pak internetem. To mění některé zaběhané zákonitosti seznamování na internetu. Komunikační styl generace Y je neformální, skrze sociální sítě často otevřeněji vyjadřují své pocity a nálady. Vzájemná konverzace potenciálních partnerů je expresivnější a kreativnější (Subramaniam & Razak, 2014).

Významným prediktorem pro vznik blízkých partnerských vztahů v prostředí sociálních sítí je čas věnovaný online komunikaci. Fenomény, které při navazování vztahů online hrají důležitou roli, jsme si již představili v kapitolách výše. Připomeňme, že důležitou roli hraje například online disinhibiční efekt, jež představuje větší otevřenost a odložení zábran. Online disinhibiční efekt a další fenomény napomáhají sebe-otevření druhému člověku a utváření intimity mezi partnery (Suler, 2004).

Aby se mohl dlouhodobý partnerský vztah rozvinout, je třeba, aby se přenesl z online prostředí do reálného prostředí. Z výzkumů vyplývá, že pro rozvoj emocionální intimity, jež je příčinou převodu vztahu do reálného prostředí, je důležitá **vysoká intenzita textové komunikace, společný zájem partnerů a společná témata o kterých mohou hovořit** (Machfudz et al., 2021). Dále je klíčová **atraktivita, humor, pozitivní vlastnosti druhého a komplimenty ve zprávách** (Dai & Robbins, 2021). Dle výzkumu Hooffa (2019) je důležitá také **sociodemografická blízkost**.

5.1 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je deskripce navazování dlouhodobých partnerských vztahů v prostředí sociálních sítí. Práce si klade za cíl prozkoumání společných témat a faktorů, které mají vliv na vytvoření intimity mezi potenciálními partnery, převod vztahu do reálného prostředí a rozvoj dlouhodobého partnerského vztahu.

5.2 Výzkumné otázky

Pro výzkum byly stanoveny následující výzkumné otázky:

VO1: *Co ovlivňuje rozhodnutí k započetí komunikace s potenciálním partnerem?*

VO2: *Jakým způsobem probíhá společná komunikace?*

VO3: *Jaká témata se v online komunikaci vyskytují?*

VO4: *Jaká je míra důvěrnosti komunikace?*

VO5: *Objevuje se fáze solipsistické introjekce (představy a idealizace partnera, tendence dotváření si partnera na základě svých přání a postojů)?*

VO6: *Kdy jedinci začínají pociťovat, že se chtějí potkat v reálném prostředí a jaké volí strategie, aby se potkali v reálném prostředí?*

VO7: *Jak dlouho trvá, než se potkají v reálném prostředí?*

VO8: *Jsou v té době v jiném vztahu?*

VO9: *V jakém okamžiku začíná jedinec vnímat vztah jako vážný, závazný?*

6 TYP VÝZKUMU A POUŽITÉ METODY

V této kapitole popisujeme metodologii a nástroje, které byly pro náš výzkum použity. Povaha cíle výzkumu nás vedla k použití kvalitativního výzkumného designu. Konkrétně interpretativní fenomenologické analýzy (IPA), která se zaměřuje na porozumění zkušenosti respondentů a zároveň umožňuje hledat společná témata napříč jednotlivými případy. Koutná Kostíková a Čermák (2013) indikují tuto metodu výzkumu pro neobvyklou skupinu osob či situaci. Vzhledem ke stanoveným kritériím výběru souboru a jeho neobvyklosti se tato metoda i pro náš výzkum jeví jako nejvhodnější. Výzkum je zaměřen na hloubkové porozumění subjektivní zkušenosti respondentů s fenoménem seznamování skrze sociální sítě, s cílem identifikovat společná témata a faktory, jež podporují rozvoj dlouhodobého partnerského vztahu.

6.1 Metody tvorby dat

Data byla získávána pomocí **polostrukturovaného rozhovoru**. Otázky v rozhovoru byly vytvořeny na základě rešerše literatury a teoretického zakotvení tématu.

Pro metodu polostrukturovaného rozhovoru jsme se rozhodli pro jeho flexibilitu, která dává respondentovi možnost volně mluvit o tématu, reflektovat svůj postoj k němu a rozvíjet o něm své myšlenky, Výzkumník může současně v reálném čase sledovat, co se v rozhovoru vynořuje a zároveň může rozhovor usměrňovat tak, aby se neodchýlil od tématu (Koutná Kosíková & Čermák, 2013). Vzniká prostor pro případné doplnění otázek výzkumníkem a pro přizpůsobení otázek jednotlivým respondentům. Tento typ rozhovoru byl zvolen také vzhledem k metodě analýzy dat (IPA), jelikož nabízí možnost sledovat zajímavá a důležitá témata, která se objeví během rozhovoru. **Jádro otázek** bylo pro všechny respondenty stejné, avšak díky novým podnětům ze stran respondentů vznikaly v tématu nové otázky.

Při realizaci polostrukturovaných rozhovorů jsme v našem výzkumu využívali **inquiry**, tedy následné ověřování správnosti pochopení odpovědi. To zároveň umožňovalo větší prostor pro vysvětlení subjektivních zkušeností jednotlivých respondentů. Všem respondentům byla po dokončení rozhovoru nabídnuta možnost kontaktu výzkumníka

v případě, že by chtěl své sdělení doplnit. Rozhovory po doslovné transkripci byly respondentům poslány a zpřístupněny k úpravě.

6.1.1 Škála obsazení druhého ve vlastním já

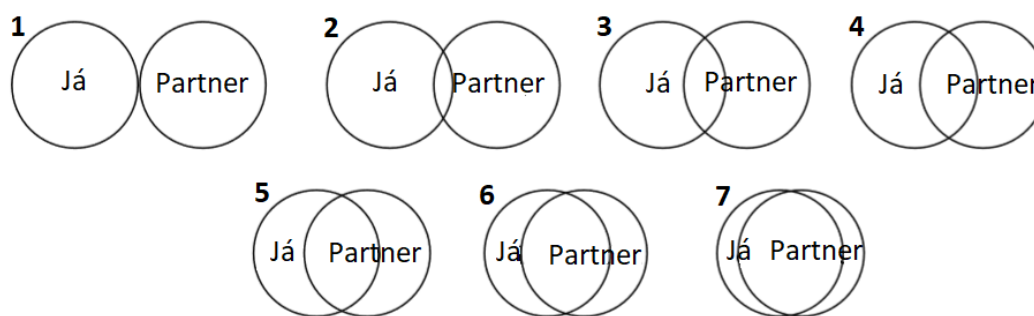
V první fázi výzkumu, před realizací samotných rozhovorů, respondenti vyplnili škálu obsazení druhého ve vlastním já (dále IOS, *Inclusion of Other in the Self*). Škála slouží k posouzení míry blízkosti a intimity ve vztahu a těsnosti vztahu. Je postavena na grafickém znázornění vztahu. Jedná se o jednodimenzionální škálu, která zahrnuje sedm párů kružnic, jež se překrývají v určité zvyšující se míře. Míra blízkosti či těsnosti vztahu je dána průnikem „já“ do druhého. Čím větší překrytí „já“ a druhého partnera na této škále pozorujeme, tím vyšší je těsnost ve vztahu. Respondenti vybírají takový pár kružnic, jehož překrytí nejlépe vyjadřuje jejich vztah s partnerem (Aron et al., 1992). **K realizaci rozhovoru byli vybráni respondenti, jež označili překrytí (míru blízkosti a intimity k partnerovi) kružnicí pět a výše.**

Autoři Aron et al. (1992) předpokládají, že obsazení druhého ve vlastním já je výsledkem procesu sebe-odhalování a prohlubující se intimity. Míra průniků obou kružnic zaznamenává také míru identifikace s druhým, přebírání jeho názorů, chování, ale také přivlastňování jeho úspěchů i neúspěchů.

Výhodou této škály je dle autorů její využití ve všech formách interpersonálních těsných vztahů. Vykazuje ve srovnání s jinými metodami měření těsnosti ve vztahu velmi dobrou reliabilitu i diskriminační, konvergentní a prediktivní validitu. Škála však nezachycuje celou strukturu těsného vztahu ani jeho dynamiku (Aron et al., 2001).

Jelikož se jedná o grafickou jednodimenzionální škálu, došlo v rámci bakalářské práce Sitařové (2020) k překladu označení jednotlivých kružnic z původního „self“ a „other“ na „já“ a „partner“. Respondenti vybrali takový pár kružnic, který nejlépe vyjadřuje jejich vztah s partnerem.

Obrázek 2: Překlad IOS do češtiny



Zdroj: Sitařová, 2020

6.1.2 Rozhovor

Rozhovory s respondenty probíhaly buďto osobně na Katedře psychologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého nebo online skrze platformu Google Meet. Před konáním rozhovoru byl účastníkům předložen informovaný souhlas. V případě konání rozhovoru online byl informovaný souhlas respondentovi předem zaslán na e-mail. Rozhovoru předcházelo představení cíle práce, objasnění otázek a zdůraznění informace o anonymitě výpovědi, možnosti odstoupení z výzkumu či možnosti neodpovědět na otázku. Délka trvání rozhovoru se pohybovala od 1 do 1,5 hodiny.

Rozhovor byl tematicky rozdělen na sedm základních okruhů:

1. Způsob seznámení, faktické údaje

Zjišťujeme, skrze jakou online platformu se jedinci seznámili, jak dlouhá byla fáze online komunikace, jak dlouho jsou jedinci ve společném vztahu.

2. Zkušenost s online seznamováním

Mapujeme subjektivní zkušenosti respondentů s online seznamováním. Proč zvolili vybranou seznamovací platformu. Jaká byla jejich očekávání od vybrané platformy. Jaká jsou dle respondentů pozitiva a negativa online seznamování.

3. Sebe prezentace, očekávání od potenciálního partnera

Ptáme se, jak vypadal respondentův profil na seznamovací platformě, co obsahoval. Jestli je něco, co respondent nevedl upřímně (na profilu či v následné konverzaci). Co ovlivňuje, že s někým začne komunikovat online.

4. Online komunikace

Zde se zaměřujeme na frekvenci komunikace, způsoby komunikace, rozšiřování komunikačních kanálů a styl komunikace.

5. Témata v konverzaci

Mapujeme témata v konverzaci a důvěrnost komunikace.

6. Přenos vztahu do reálného prostředí

Ptáme se na to na to, co ovlivňuje, že se jedinci chtějí potkat v reálném prostředí. Kdy jedinci začínají pociťovat, že se chtějí potkat v reálném prostředí a kdy se reálně setkají. Jaké volí strategie, aby se potkali.

7. Vytvoření závazku

Mapujeme ukončení ostatních vztahů, vytvoření intimity mezi partnery. V jakém okamžiku začínají partneři vnímat vztah jako závazný a co to pro ně znamená.

Plné znění otázek je k dispozici jako příloha č. 3.

6.2 Metoda zpracování dat

Rozhovory jsme se souhlasem respondentů nahráli na diktafon. Získané rozhovory jsme poté doslovně přepsali do textové podoby. Dokumenty jsme vytiskli se širokými okraji pro možnost psaní poznámek, komentářů a vznikajících témat (analýza dat probíhala formou tužka – papír). Data byla analyzována interpretativní fenomenologickou analýzou.

Na počátku jsme rozhovory pročetli. Při analýze jsme se zkušeností každého respondenta zabývali samostatně. Pokud se napříč zkušenostmi objevilo stejné téma, kódovali jsme jej u všech respondentů stejně. Do okraje napravo jsme psali poznámky a komentáře (kódy). Okraj vlevo sloužil k zaznamenání vznikajících témat. Mezi tématy jsme poté hledali souvislosti. Po analýze jednotlivých případů jsme hledali společná témata napříč výzkumným souborem.

6.2.1 Interpretativní fenomenologická analýza

Interpretativní fenomenologická analýza (dále IPA) je založena na porozumění subjektivní žité skutečnosti člověka. Pomáhá detailně prozkoumat, jak člověk utváří význam své zkušenosti a umožňuje tak porozumět jednotlivé události či procesu. IPA svou teoretickou

pozici zakotvuje ve třech zdrojích – fenomenologie, hermeneutice a idiografickém přístupu (Koutná Kostínková & Čermák, 2013). Smith et al. (2009) doporučují pro metodu IPA vzorek tři až šest respondentů, napříč výzkumy se však můžeme setkat i s větším počtem respondentů. Do našeho výzkumu bylo zařazeno osm respondentů z důvodu většího podložení zkoumaného fenoménu daty.

Uvádíme obecné kroky, dle kterých jsme při analýze rozhovorů postupovali:

- 1. Sebereflexe zkušenosti s tématem výzkumu** je pro práci ve fenomenologické perspektivě nutná. Pomáhá výzkumníkovi „uzávorkovat“ předsudky, prekoncepce a zkušenosti, jež jsou pro něj s daným tématem spjaty.
- 2. Čtení a opakování čtení** představuje podnícení aktivního zájmu o data. Pomáhá výzkumníkovi dostat se do kůže respondenta a dívat se na svět a zkoumaný fenomén jeho očima.
- 3. Počáteční poznámky a komentáře** jsou nejdetailnější částí analýzy. Jedná se o plnou otevřenost vůči datům. Znamená to schopnost výzkumníka zabývat se sebemenšími detaily zkoumaného fenoménu.
- 4. Rozvíjení vzniklých témat** navazuje na tvorbu poznámek a komentářů. Tento krok vyžaduje změnu analytického přemýšlení – výzkumník pracuje více s poznámkami a komentáři než s původním textem.
- 5. Hledání vztahů napříč tématy** zahrnuje sdružování dílčích témat do tematických trsů. Přináší komplexnější pohled na zkušenost respondenta.
- 6. Analýza dalšího případu** zahrnuje opakování fází 1 až 5 pro další případ.
- 7. Hledání vzorců napříč případy** je poslední fází analýzy. Výzkumník se posouvá k propojení jednotlivých analýz a hledá souvislosti mezi zkušenostmi respondentů (Koutná Kostínková & Čermák, 2013).

7 SBĚR DAT A VÝZKUMNÝ SOUBOR

Sběr dat probíhal na přelomu roku 2021/2022 v listopadu, prosinci a lednu. Pro výběr výzkumného souboru byl zvolen **záměrný výběr**, vzhledem ke stanoveným kritériím výběru respondentů.

Inzerce výzkumu probíhala především prostřednictvím Facebookových skupin (skupina Univerzity Palackého v Olomouci, skupiny dílčích fakult), kde byl příspěvek o náboru respondentů vložen společně s vytvořeným letákem (viz příloha č. 1). Byla připojena výzva o sdílení příspěvku.

Příspěvek obsahoval **informace o povaze výzkumu, odkaz na web a odkaz na Google dotazník**, přes který se mohli zájemci přihlásit do výzkumu.

Pro účel diplomové práce byl vytvořen web (<https://onlinelaska.webnode.cz>), který sloužil k poskytnutí více informací o výzkumném problému. Obsahoval také kontakt na výzkumníka a odkaz na Google dotazník zapojení do výzkumu.

Google dotazník obsahoval kritéria výběru respondentů a škálu IOS, na které respondenti posuzovali blízkost vztahu a intimitu ve vztahu. Po vyplnění dotazníku uvedli svou e-mailovou adresu. Dle výsledků z uvedené škály poté výzkumník vyhodnotil vhodnost či nevhodnost zařazení respondenta do výzkumu.

Všichni respondenti byli informováni na uvedený e-mail o zařazení či nezařazení do výzkumu. V případě zařazení do výzkumu se výzkumník s každým z respondentů domluvil na vyhovujícím čase a termínu realizace rozhovoru. V e-mailu poskytli respondenti své telefonní číslo z důvodu, že by musel být rozhovor zrušen a také z důvodu, že jim den před konáním rozhovoru byla zaslána SMS s připomenutím času rozhovoru a místa setkání. Také výzkumník poskytl své telefonní číslo pro případ, že by se účastník nemohl dostavit. Rozhovory byly provedeny buďto na Katedře psychologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci nebo skrze online platformu Google Meet.

7.1 Výzkumný soubor a kritéria výběru respondentů

Pro metodu interpretativní fenomenologické analýzy je výzkumný soubor vybírán dle reprezentativnosti vůči fenoménu. Klíčová je homogenita výzkumného souboru. Pro výběr respondentů do našeho výzkumu proto byla stanovena následující kritéria:

- věk 25–30 let,
- seznámení s partnerem/partnerkou proběhlo ve věkové hranici 24–30 let,
- seznámení proběhlo online (skrze sociální sítě, seznamovací weby, seznamovací aplikace),
- společná interakce online probíhala alespoň jeden měsíc,
- došlo k přenesení vztahu do reálného prostředí,
- vztah trvá alespoň rok (rok od přenesení vztahu do reálného prostředí),
- partneři plánují společnou budoucnost.

Věková skupina 25–30 let byla zvolena z důvodu, že se naše práce zaměřuje na jedince z generace Y, kteří se nyní nacházejí v období mladší dospělosti. Mezi nejdůležitější úkol v mladé dospělosti patří formování pevného, blízkého, monogamního vztahu. Krátkodobé vztahy v tomto věkovém období mají dojít ke stabilizaci a přetrvat ve vztahy dlouhodobé (Thorová, 2015).

Práce se zaměřuje na jedince, jenž se seznámili se svým partnerem online skrze sociální sítě. Pod sociální sítě zařazujeme **běžné sociální sítě** (např. Facebook) **seznamovací weby** (např. People love people) a také **mobilní seznamovací aplikace** (např. Tinder či Badoo).

Bylo důležité, aby interakce v online prostředí probíhala alespoň měsíc, jelikož výzkumným cílem je prozkoumání společných témat, které mají vliv na utváření pocitu sblížení a intimity v online prostředí a zapřičiňují, že jedinci chtějí přenést vztah do reálného prostředí. Současně také nebyl zvolen delší čas online interakce, jelikož uplynulá doba mezi počáteční interakcí online a interakcí tváří v tvář je pro navázání dlouhodobého vztahu důležitá. Při překročení určitého času, ve kterém jedinci interagují pouze online, se zmenšuje šance pro rozvoj dlouhodobého vztahu (Finkel et al., 2012).

Kritéria „trvání vztahu alespoň jeden rok“ a „plánování společné budoucnosti“ byla zařazena z důvodu, že odborná literatura se shoduje, že minimální délka trvání

dlouhodobého vztahu je šest měsíců, přičemž je důležitá perspektiva do budoucna a určité vztahové kvality. Mezi tyto kvality patří například blízkost, intimita a závazek ve vztahu (Eastwick et al., 2018; Fielder et al., 2013; Perrett et al., 2002). Přítomnost těchto kvalit byla částečně ošetřena zařazením škály IOS.

Celkově se do výzkumu přihlásilo 18 respondentů, po vyhodnocení škály IOS měřící blízkost a intimitu ve vztahu bylo vybráno deset respondentů k realizaci rozhovoru. Do konečné analýzy bylo zařazeno osm rozhovorů. Výzkumný soubor zahrnuje čtyři muže a čtyři ženy ve věku 25–30 let.

7.2 Charakteristika výzkumného souboru

Pro větší přehlednost jsou charakteristiky jednotlivých respondentů uvedeny v tabulce.

Tabulka 1: Charakteristika výzkumného souboru

Respondent	Pohlaví	Věk	Způsob seznámení	Délka vztahu* (v rocích)	Míra blízkosti vztahu dle IOS* (stupeň překrytí)
Mary	žena	25	Tinder	1	5
Anja	žena	25	Tinder	1,5	5
Sara	žena	27	Tinder	2,2	5
Kazi	žena	29	Tinder	3,5	6
Kurt	muž	25	Tinder	1,7	6
Hary	muž	30	People love People	4,3	7
Tony	muž	30	Tinder	1	6
Alan	muž	28	Tinder	1,5	5

* délka vztahu je ukazatel trvání vztahu od chvíle, kdy došlo k přenesení vztahu do reálného prostředí a jedinci začali vnímat vztah jako partnerský

* 5 = silné překrytí; 6 = velmi silné překrytí; 7 = nejvíce se překrývající (Aron et al., 1992)

7.3 Zkušební rozhovor

Před realizací rozhovoru s respondenty byl proveden jeden zkušební rozhovor, který se zaměřoval na vyzkoušení celého postupu sběru dat, realizaci polostrukturovaného rozhovoru a jeho prepisu. Otázky v rozhovoru byly na základě zkušebního rozhovoru zrevidovány. Ověřována byla také kvalita nahrávání rozhovoru na diktafon. Zkušební rozhovor nebyl zařazen do analýzy.

7.4 Etické hledisko a ochrana soukromí

Respondenti byli, již při náboru prostřednictvím Facebooku, stručně informováni o výzkumném projektu a délce jeho trvání. Vyplněním online dotazníku, který zahrnoval kritéria výběru respondentů a škálu IOS, respondenti souhlasili se zpracováním osobních údajů (konkrétně uvedené e-mailové adresy).

Všichni respondenti, kteří vyplnili online dotazník, byli informováni skrze uvedený e-mail o zařazení/nezařazení do výzkumu. Respondentům, kteří byli vybráni, byl navržen čas a datum konání rozhovoru, ostatním bylo poděkováno za vyplnění dotazníku.

Před samotným začátkem rozhovoru byli respondenti podrobně seznámeni s účelem výzkumu a znovu také s délkou jeho trvání. Poté jim byl předložen **informovaný souhlas** (viz příloha č. 2), ve kterém byl popsán cíl diplomové práce. Dále jim bylo sděleno, že účast ve výzkumu je zcela dobrovolná, že není jejich povinností odpovídat na všechny otázky a že je pouze na nich, jaké informace v rozhovoru sdělí.

V případě, že rozhovor probíhal online skrze Google Meet byl informovaný souhlas poslán respondentům dopředu. Respondenti jej podepsali buďto elektronicky nebo si ho vytiskli, podepsali a naskenovaný poslali zpět výzkumníkovi. Před rozhovorem v online prostředí byla etická stránka výzkumu a ochrana soukromí a respondentem znovu probrána.

Informovaný souhlas obsahoval také souhlas s audio nahrávkou rozhovoru na diktafon. Bylo zdůrazněno, že nahrávka slouží pouze pro potřeby výzkumu. Výzkumník seznámil respondenty s tím, že audio nahrávka bude transkripcí převedena do textové podoby, bude anonymizována a uchována pouze po dobu nezbytně nutnou. Nahrávka byla ihned po skončení rozhovoru uložena na flash disk, který byl uzamčen na bezpečném místě. Nahrávka byla uložena pod názvem *pořadí, ve kterém se respondent účastnil rozhovoru_den_měsíc_rok* (např. *Rozhovor 1._19_10_2021*).

Informovaný souhlas byl ve dvou kopiích, jedna kopie pro výzkumníka a druhá pro respondenta. Byl zde uveden kontakt a e-mail, na který se účastníci v případě jakýchkoliv dotazů mohli obrátit.

Ošetření pravdivosti výpovědí z rozhovorů není nikdy zcela možné. Výzkumník se snažil vytvořit takové podmínky, aby se respondenti cítili příjemně a bezpečně a mohli sdílet osobní informace. Respondentům bylo umožněno po transkripci rozhovoru nahlédnutí do textu, případně jeho úprava. Možnost úpravy ani jeden z respondentů nevyužil.

8 DESKRIPTICE DAT

V této kapitole představíme ukázkou z analýzy dat přepsaných rozhovorů. Před kapitolou pojednávajících o jednotlivých případech je zařazena podkapitola věnovaná sebereflexi výzkumníka. Sebereflexe má za cíl posílit objektivitu výzkumných tvrzení.

8.1 Ukázka z analýzy dat

Tabulka představuje ukázkou kódování přepsaných rozhovorů. Na pravé jsou uvedeny poznámky a komentáře, jež výzkumník považoval za důležité. Na levé straně jsou uvedena vznikající témata.

Tabulka 2: Ukázka tvorby poznámek, komentářů a vznikajících témat 1

<p>Důvěrná komunikace, otevřenost</p> <p>Sexualita</p>	<p><i>Já jsem od začátku, co jsme si psali, mu hned říkala, že já s ním budu <u>jednat na rovinu</u> ve všem, <u>otevřeně</u>. Takže my jsme jeli všechno bez té omáčky okolo, což bylo strašně příjemný. Takže na tom jsem si dávala hodně záležet, protože mě nebaví chodit okolo horké kaše, i to tom sexu jsme <u>si dokázali otevřeně napsat, co máme za sebou a jaký máme očekávání, co se nám v posteli líbí.</u></i></p>	<p>Jednání na rovinu</p> <p>Otevřenost</p> <p>Sexuální zkušenosti</p> <p>Sexuální očekávání</p>
<p>Vyplněný profil</p> <p>Sebeprezentace reálného já</p>	<p><i>Měl jsem tam <u>popisek</u>, s tím, že tam bylo, <u>co studuju, kolik mi je, že jsem z Olomouce a okolí</u>, měl jsem tam napsaný <u>nějaký svoje zájmy</u> a měl jsem tam <u>písničku od Eda Sheerana přes Spotify</u>. Měl jsem tam <u>čtyři fotky, jednu nějakou profilovou a další z různých zájmů a koníčků, to byly zajímavější fotky.</u></i></p>	<p>Popisek</p> <p>Studium, věk, město</p> <p>Zájmy</p> <p>Propojení se Spotify</p> <p>Čtyři fotky</p> <p>Profilová fotka</p> <p>Fotky vyjadřující zájmy</p>

Tabulka 3: Ukázka tvorby poznámek, komentářů a vznikajících témat 2

<p>Intenzivní komunikace Důvěrná komunikace, otevřenost Rozšiřování komunikačních kanálů Formy komunikace</p>	<p><i>Hned to bylo strašně <u>intenzivní, strašně otevřený a věnovala jsem tomu i strašně moc času si pamatuju, že mě bolela ruka, jak moc jsem mu psala.</u></i> <i>Ještě, že jsme <u>pak přešli na Instagram a posílali jsme si tam i ty hlasovky. Psali jsme si každý den. A byla ta pandemie a byli jsme doma, tak jsme na to měli dost času.</u></i></p>	<p>Intenzita, otevřenost Strašně moc času Z Tinderu na Instagram Psaní a hlasové zprávy Psaní každý den Dostatek času</p>
<p>Potvrzení sympatií</p>	<p><i><u>Měla jsem o něj zájem, doufala jsem, že z toho něco bude, i když jsem se bála, tak jsem chtěla. Bylo mi jasné, že aby z toho něco bylo, musíme se střetnout osobně. Byla jsem i zvědavá, jestli to i v realitě bude takové.</u></i></p>	<p>Zájem Obava Rozvoj vztahu Zvědavost</p>

8.2 Sebereflexe výzkumníka

Aby bylo možné přistupovat k fenomenologickému výzkumnému procesu transparentně, je třeba reflektovat jaký je výzkumníkův vztah k tématu. Sebereflexe zahrnuje uvědomění si vlastní motivace ale také prekonceptcí souvisejících s tématem. Pro vlastní reflexi jsem si vybrala techniku vnitřního dialogu sama se sebou, při čemž jsem využila také techniku „prázdné židle“, která mi umožnila oddělit roli výzkumníka a člověka se zkušeností s online seznamováním. Text uvádím v uvozovkách jako přímé sdělení.

„K tématu zkoumání vztahů v online prostředí mě přivedly příběhy mých přátel, kteří svého partnera poznali na internetu. Někteří z nich jsou dnes dokonce s partnerem zasnoubení či sezdaní a mají děti. Můj postoj k seznamovacím platformám se díky těmto příběhům částečně proměnil, ačkoliv je kvůli vlastní zkušenosti stále nedokážu vnímat úplně pozitivně. Přemýšlela jsem nad tím, jak se stane, že se dva cizí lidé dokážou sblížit bez předchozího osobního kontaktu. Samotné se mi to nikdy nepovedlo, proto je pro mě téma výzkumně velmi lákavé. Je důležité, abych si toho byla vědoma při analýze výsledků této práce a přistupovala k ní objektivně.“

9 VÝSLEDKY

V této kapitole představíme výsledky kvalitativního zpracování dat. Popsány budou jednotlivé případy analýzy a společná témata, která se opakují napříč jednotlivými případy. V závěru kapitoly odpovíme na výzkumné otázky.

9.1 Jednotlivé případy

V podkapitole popisujeme zkušenosti respondentů se seznamováním skrze sociální sítě a utvářením dlouhodobého vztahu. Zkušenosti respondentů jsou popisovány na základě témat, která se vynořila během analýzy rozhovorů. Pro vyzdvižení těchto témat byla klíčová jejich četnost, obsahová bohatost a vztah k výzkumnému cíli a výzkumným otázkám.

9.1.1 Mary

Mary se se svým přítelem seznámila skrze seznamovací aplikaci Tinder v období pandemie Covid-19. Společnou interakcí online strávili dva měsíce, poté se poprvé potkali v reálném prostředí. Ve vztahu jsou spolu s partnerem jeden rok. Mary je nyní 25 let. Na škále IOS vybrala Mary kružnice pět ukazující na „silné překrytí“ partnerů, tzn. vnímaná blízkost a intimita ve vztahu je silná.

Jiný vztah

Mary v době připojení na seznamku byla v jiném vztahu. Založením účtu na sociální síti se chtěla od vztahu odpoutat. „*Cílem založení účtu bylo se seznámit, odpoutat se od domova, od toho starého přítele a třeba někoho zajímavého poznat a nezávazně randit.*“

Významnou roli hrálo také zvýšení sebevědomí díky „lajkům“ od ostatních uživatelů. „*To je asi to, co jsem na počátku hledala, protože jsem po deseti letech vztahu měla pocit, že si mě nikdo nevšimá, nebo že nejsem holka, o kterou by se někdo zajímal.*“

S jiným vztahem bylo pro Mary používání Tinderu spjato s tajnostmi a skrýváním. „*Tinder jsem si s žádnou jinou sítí nepropojovala, protože to muselo být hodně skrytý. Když jsem jezdila domů, Tinder jsem si vypínala, aby nešlo vidět, že tam jsem přihlášená.*“ Online prostředí svádí k neuvedení upřímných informací, na druhou stranu je upřímnost v novém

vztahu pro Mary klíčová, proto novému partnerovi krátce po seznámení v online prostoru o trvajícím vztahu řekla.

Díky novému vztahu se jí lépe podařilo zvládnout ukončení bývalého vztahu a přenesení se přes něj. *„Byla jsem po tom rozchodu vlastně rozložená, ale díky novému příteli ne, byl podporující, objímal mě.“*

Sebeprezentace reálného já

Mary zdůrazňuje, že chtěla skrze seznamku působit přirozeně, nechtěla si na nic hrát a na základě toho vybírala své fotky na profil. *„Měla jsem tam tři fotky, nechtěla jsem tam dávat jednu, protože takovým profilům sama nevěřím. Dávala jsem tam fotky jen sebe, protože jsem to nechtěla spojovat s nikým dalším. Jedna fotka byla od profi fotografky, kde jsem si říkala, že jsem fakt hezká a dala jsem tam i fotku postavy.“*

Popisek k profilu uvedený neměla, pouze věk. *„Chtěla jsem se spíš koukat než sebe nějak prezentovat.“*

Pozitivní vnímání potenciálního partnera

Mary sděluje, že díky Tinderu pochopila, jaký je její typ muže. *„Bála jsem se těch vousatých, co vypadali staře, já jsem na ty klíčiky. Na druhou stranu ty závazky potřebuju, ale bojím se takových staře vypadajících chlapů.“* Dále sděluje, že pro ni při rozhodování, jestli někomu dá „to se mi líbí“ hrál roli věk a fotky. Preferovala přirozené fotky vyjadřující zájmy člověka. *„Když tam měl fotky těla a selfička z posilovny znamenalo to pro mě, že hledá jen krátkodobý vztah.“*

Na partnerovi ji konkrétně zaujalo, že je svatební kameraman. *„Vždycky jsem si přála chodit s fotografem.“* Dále ji zaujal partnerův popisek na profilu a styl komunikace. *„Byl strašně vtipnej, otevřenej a citlivej, to bylo hned poznat.“* K pozitivnímu vnímání partnera také přispělo, že se na fotkách usmíval a prezentoval celou svou postavu.

Intenzivní komunikace

Interakci skrze sociální síť vnímala Mary velmi intenzivně. *„Hnedka na začátku to bylo strašně intenzivní, strašně otevřený a věnovala jsem tomu i strašně moc času, si pamatuju.“*

Postupně se zvyšoval čas strávený komunikací. *„Psali jsme si skoro každý den od šesti sedmi, klidně do čtyř do rána, takže i těch osm hodin denně.“*

S intenzitou komunikace se pojí také rozšiřování komunikačních kanálů. *„Asi týden jsme si psali na Tinderu, za těch sedm dní jsme si řekli tolik věcí. A pak jsme se po tom týdnu přidali na Instagramu a tam to bylo intenzivnější a najednou citově hodně náročný, protože jsem si říkala, že teď musím vyřešit ten předchozí vztah.“*

Se změnou komunikačních kanálů přichází nabídka různých forem komunikace. Na sociálních sítích je kromě textové komunikace možnost hlasových zpráv či videohovorů. *„Strašně rychle jsme si začali hlasovkovat, to byl takovej pokec. Prokecali jsme několik hodin denně.“* S hlasovými zprávami či videohovory se kontakt partnerů prohlubuje, komunikace není omezena pouze textem, ale objevují se nové kvality jako tón hlasu, intonace, způsob přemýšlení nad tématy. *„Ty hlasovky byly kouzelný, tím jsme si byli blíž.“*

V komunikaci je pro Mary důležité, aby druhý kladl důraz na pravopis a smysluplnost sdělení. *„Strašně mi imponovalo, že nepsal s chybama a že to mělo hlavu a patu.“*

K vyjadřování emocí užívali Mary s partnerem emotikony. *„Smajlíky jsme používali hodně, vím, že měl problém, když jsem nenapsala smajlíka.“* Mary popisuje prohloubení vztahu na základě posílání obrázků a gifů *„Bylo vidět, že těmi gify projevuje takovou větší náklonost, že se to tím prohlubuje.“*

Důvěrná komunikace, otevřenost

Online prostředí vybízí k větší sebe-otevřenosti k druhému. Také Mary popisuje, že k sobě s partnerem byli od začátku velmi upřímní. *„Na začátku jsem neočekávala nic vážného, říkala jsem si, že se třeba ani neuvidíme, takže jsem se otevřela.“* V konverzácích se objevovala důvěrná témata jako vyjasnění bývalých vztahů a zkušenosti obou partnerů v oblasti vztahů. Postupem času se důvěrnost komunikace prohlubovala.

Na otázku, jaká témata se v konverzaci vyskytovala, odpověděla Mary, že aktivity všedního dne, škola, koronavirus, rozebírání pořadů, které spolu s partnerem online sledovali. *„Pokaždé to bylo něco jiného, někdy jsem si chodila pro utěšení nebo radu.“*

Potvrzení sympatií

Mary začala pociťovat, že se chce s partnerem osobně setkat po měsíci od prvního kontaktu, sdělila mu to přes hlasovou zprávu. První setkání představovalo pro Mary potvrzení sympatií. *„Byla jsem zvědavá, jestli to i v reálu bude takový, jako přes ty písmenka. My jsme*

se připravovali i na to, že to první setkání bude blbý. Ale cítila jsem se stejně jako přes ten internet, nechyběla tam jiskra.“

Intimita, závazek

Po tom, co si Mary se svým partnerem začala intenzivně psát, ukončila ostatní konverzace na Tinderu. *„Psala jsem si dohromady asi se sedmi lidma, ale jak jsme si začali psát (s partnerem), tak jsem vše upozadila.“*

Rozvoj závazku je pro Mary spjat s plánováním společné budoucnosti a otevřením svého světa druhému. Mary začala vztah s partnerem vnímat jako vážný v době, kdy se začali pravidelně vídat. *„Já jsem ten vztah vnímala vážně už dřív, ale čekala jsem na toho druhého. Opravdu vážný začal být asi po roce.“* S rozvojem závazku si partneři navzájem představili své rodiny a přátele.

9.1.2 Anja

Anja se se svým partnerem seznámila přes seznamovací aplikaci Tinder. Společná interakce online trvala čtyři týdny, poté se s partnerem setkali. Anje je nyní 25 let, v době seznámení ji bylo 24 let. S partnerem jsou ve vztahu jeden a půl roku. Na škále IOS vybrala Anja kružnice číslo pět, tzn. silné překrytí a silně vnímaná blízkost vztahu.

Sebeprezentace reálného já

Pro Anju bylo důležité se prezentovat upřímně, aby si potenciální partner již při prohlížení jejího profilu udělal představu, jaká je. *„Fotky jsem tam měla různý. Já zase nejsem člověk, co se fotí v zrcadlech, selfička, takže to byly spíš věci z nějakých akcí, festíků. Byla tam fotka u stanu, aby to vypovídalo o tom, jaká jsem.“* Prezentované fotky si nijak neupravovala „... žádné filtry.“

Protože má velmi ráda hudbu, tak si dávala záležet, aby na profilu měla vhodný výběr písniček. Zároveň to vnímala jako filtr lidí, kteří nemají podobný hudební vkus. *„Protože mi na hudbě hodně záleží, tak to pro mě bylo zásadní, úplně bych se nechtěla seznamovat s někým, kdo poslouchá třeba metal.“*

V popisku měla napsáno město, ve kterém bydlí, věk a že poslouchá techno. *„Takovej ten základ, aby to nějakým způsobem vystihovalo mě, a myslím, že tím se udělalo i takový síto, že jsem si pak nepsala s nějakým ajtáčkem nebo metalákem.“*

Pozitivní vnímání potenciálního partnera

Při prohlížení profilu přišel Anje partner fyzicky atraktivní. *„Líbilo se mi, že má vousy, tetování... to jsem měla takovou fázi, kdy jsem jela podle toho, kdo se mi líbil.“* Později, když si společně psali a poznávali se, pozitivně vnímala, že s partnerem pocházejí ze stejného města. Díky tomu měla pocit, že mají hodně společného. Anja popisuje, že jí konverzace přišla velmi přirozená. Líbilo se jí, že partner na nic netlačil.

Intenzivní komunikace

Na počátku si partneři psali vždy večer *„... nebylo to úplně tak, že bychom si psali pořád, oba jsme chodili do práce, takže jsme si psali po večerech. Nebylo to takový, že bychom se zahlcovali a toužili po sobě každou minutu. Ale měli jsme i takové dny, kdy jsme si psali dlouho do noci, hodně intenzivně.“*

První dva týdny probíhala interakce na Tinderu, poté se partneři přesunuli na Instagram. *„To už pro mě znamenalo něco jiného, měla jsem tu konverzaci někde jinde a už jsem neměla chuť chodit na ten Tinder.“* Po týdnu psaní na Instagramu si vyměnili číslo a začali komunikovat přes WhatsApp, kde si i volali. Do té doby, než si Anja s partnerem začala volat, jí byla nejpříjemnější textová komunikace, poté preferovala telefonickou komunikaci *„... potom, co jsme si poprvé zavolali, tak mi to bylo takový příjemný.“* Používali také hlasové zprávy. Po první schůzce si vyměnili kontakt také na Facebook.

Vyjadřování emocí a pocitů probíhalo prostřednictvím smajlíků, gifů a velkých písmen v textu. Anja posílala partnerovi také písničky.

Důvěrná komunikace, otevřenost

„Já jsem od začátku, co jsme si psali, mu hned řekla, že s ním budu jednat na rovinu ve všem, otevřeně.“ Otevřenost komunikace pro Anju byla klíčová, protože jak sděluje, nerada chodí okolo horké kaše.

Na počátku se partneři v konverzaci *„ořukávali“*. *„Poznávali jsme se, takže to bylo takový to, kde pracuješ, co máš v plánu, odkud pocházíš. Zjistili jsme, že pocházíme ze stejného města, takže jsme řešili i lidi, které známe/neznáme.“*

„To psaní mělo smysl a spád, nebylo to takový to plytký. Vždycky jsme nahodili nějaké téma, a to jsme dokázali prohloubit.“ Za důvěrná témata považuje Anja téma rodiny (sourozenci, rozvod rodičů), zdraví, co se jí líbí v sexu a minulé vztahy. *„Povídali jsme si o tom, jak to teď máme, co máme za sebou, co se týče vztahů. Já jsem na tom nebyla v tu*

chvíli úplně nejlépe, takže pro mě to byla taková forma terapie.“ Společně si vyjasňovali i plány do budoucna. Anja se svěřuje, že ne každému by se takhle otevřela, ale s partnerem jí to přišlo přirozené a líbilo se jí, jak partner reaguje na cokoli, s čím se mu svěřila.

Výrazné prohloubení důvěrnosti nastalo po přechodu z Tinderu na Instagram (asi po dvou týdnech od prvního kontaktu). *„Možná to bylo tím, že jsme tam viděli jiný fotky a že jsme reálný lidi, takže se tam ty věci rozebíraly příjemněji.“*

Sexualita

Téma sexuality je pro Anju důležité, proto si s partnerem na počátku (v konverzaci) chtěla vyjasnit své sexuální zkušenosti. *„Já jsem otevřená v tom, s kolika klukama jsem spala nebo co mám za sebou, takže o tom jsem se taky chtěla bavit. Šla jsem do toho s tím, že pokud se máme poznat, tak mě má poznat takovou jaká jsem a jaká jsem byla.“*

Anja popisuje, že partner byl ze začátku překvapený její otevřeností, ale nakonec přistoupil na to, aby si sdělili své sexuální zkušenosti. *„On asi nenatrefil nikdy na někoho, kdo by to napsal tak, jak to je.“* V konverzaci také probírali, co se komu v oblasti sexu líbí.

V rozhovoru zmiňuje, že jí partner řekl, že nemá rád sex pouze na jednu noc. *„A já jsem zase byla jiná, já sex miluju a nehraju si na sex až po třech setkáních. Takže už s tím jsem do toho šla, že to nebude jen tak něco, že to bude něco jiného, protože se spolu na první schůzce nevyspíme a stejně do toho jdu.“*

Potvrzení sympatií

Potkat chtěla Anja partnera po tom, co si společně začali volat, a pociťovala, že se jí líbí. Zároveň popisuje, že se na Tinder šla seznámit a aby se vztah mohl rozvinout, bylo potřeba se potkat v reálném prostředí.

Zároveň měla obavu, jestli to v reálném prostředí bude stejné jako v online prostředí. *„Člověk má takovou tendenci dělat si představy, máme vizi jakej druhý bude a potom se setkáš v reálu a je to síla. Tady se to nestalo a bylo to hrozně fajn.“* Jak po osobnostní, tak po fyzické stránce Anja při prvním setkání vnímala partnera přesně tak, jak si ho představovala. *„Nebyla jsem ani zklamaná, ani nijak překvapená. Líbil se mi.“*

Intimita, závazek

Na Tinderu si Anja psala v tomto období asi s deseti dalšími lidmi. Po tom, co se s partnerem přesunuli z Tinderu na Instagram (po dvou týdnech) a vztah začal být intimnější, si již s nikým jiným nepsala. Tinder si smazala po první schůzce s partnerem. *„Neměla jsem*

potřebu už si s nikým jiným psát.“ Chodit spolu začali partneři hned po první schůzce. *„Jednou přijel a pak už jezdil furt, skoro každý den.“* Po dvou měsících od prvního osobního setkání se spolu sestěhovali.

Jako vážný vnímala vztah Anja od začátku, od prvního večera. *„Kamarádka mi říkala, že jestli jsem ho šla doprovodit na vlakové nádraží, tak je to hodně vážný, protože to já jsem nedělala takový věci.“*

Na otázku, co pro Anju znamená vnímat vztah jako vážný, odpověděla: *„že máme společnou vizi, že se poznal s rodičema pro mě hodně znamená, protože jsem nikdy nikoho nepředstavila doma a pak ještě nějaký plán do budoucna.“* Anja jako závazek vnímá především to, že se za ní partner přistěhoval z jiného města. *„Věděla jsem, že to myslí vážně, tak to i pro mě bylo o to vážnější.“*

9.1.3 Sara

Saře je nyní 27 let, se svým partnerem se seznámila skrze Tinder. Společná interakce partnerů v online prostředí trvala jeden měsíc, ve vztahu jsou nyní dva roky a dva měsíce. Na škále IOS vybrala Sara kružnice pět, což vyjadřuje silné překrytí partnerů.

Sebeprezentace reálného já

Sara se na profilu prezentovala pravdivě a upřímně. Sdělila, že nemá smysl lhát, protože aby se vztah rozvinul, musí se partneři potkat v reálném prostředí, kde se stejně mnoho věcí odhalí. *„Když už jsem na seznamce, tak jsem taková, jaká jsem a buď mě chceš nebo ne.“*

Na profilu měla dvě své fotografie a jednu fotku se skupinou přátel. Profil měla propojený s Instagramovým účtem, aby mohla prezentovat více fotografií z cestování. V popisku pak uváděla *„co hledá“*, tedy požadavky na partnera. Profil Sara utvářela tak, aby bylo znát, že hledá dlouhodobý vztah.

Nastavení požadavků

Podle Sary je klíčové definovat si požadavky na partnera dopředu. *„Já tam měla napsané, že hledám dokonalého partnera, který je soběstačný, samostatný, má vysokou školu, vydělává dost peněz, že nebudu jeho maminka.“* Když s někým měla shodu, své požadavky si ověřovala. *„Ptala jsem se třeba, kde se vidí za pět let.“* Její partner ji zaujal hlavně z toho důvodu, že nastavené požadavky splňoval.

Pozitivní vnímání potenciálního partnera

Fyzická atraktivita u Sary ovlivňovala, s kým začne v online prostředí interagovat. *„Pamatuji si, že jsem rozklikla jeho profil, koukala na jeho fotky a on byl tak nádhernej, že jsem tomu nechtěla věřit.“*

Sara sdělila, že pro ni bylo klíčové, aby sdíleli stejný názor na téma alkoholu a drog, jelikož měla negativní zkušenost s drogově závislým partnerem. *„Od té doby můžu být jen s osobou, která nepije, nekouří a nebere žádné drogy, což on (partner) splňoval.“* Na partnerovi ji dále zaujalo, že splňoval všechny její stanovené podmínky, a to i později, když se potkali v reálném prostředí.

Intenzivní komunikace

„Na začátku jsme si pořád psali, minimálně čtyři hodiny denně. Psali jsme si celej den a pořád jsme měli důležitý a dobrý témata a o čem si psát.“ Rozšiřovali se také komunikační kanály a kontakty na jiné sítě *„... první den nebo dva jsme byli na Tinderu, pak jsme se přesunuli na WhatsApp a dali si kontakt na Facebook.“* Mezi způsoby komunikace patřilo textování a volání. Partner Sary užíval i hlasové zprávy.

S intenzivní komunikací se pojí reciprocita komunikace, díky které se Sara s partnerem více poznali *„...hodně jsem se ptala na otázky na kterých mi záleželo a odpovídala zase na jeho otázky, střídali jsme se.“*

Vyjadřování pocitů a emocí probíhalo pomocí smajlíků, gifů, posíláním písniček a textů písniček *„... ten text písničky vyjadřoval třeba něco, co se mezi námi zrovna dělo, to bylo hodně důležitý.“*

Důvěrná komunikace, otevřenost

Sara popisuje, že oba byli hned za začátku v komunikaci velice otevření a upřímní. *„Komunikace přes internet svádí k větší otevřenosti, taky pro mě bylo jednodušší se zeptat na intimnější otázky po chatu.“* Objevovalo se také ověřování, že si navzájem mohou věřit.

„Kladla jsem důraz na téma komunikace, chtěla jsem najít někoho, s kým si budu moct povídat do konce života, takže pro mě bylo důležitý, aby měl stejný názory na život.“ V konverzacích s partnerem Sara nalézala hlubší smysl.

Sára si na počátku s partnerem vyjasňovala pro ni klíčová témata a minulé vztahy *„...co se tam povedlo, nepovedlo, abych věděla, co můžu čekat v budoucnu.“* Mezi témata komunikace dále patřily rodinné vztahy, minulost, plány do budoucna, názor na peníze,

cestování, zájmy a sexualita. Téma sexuality představovalo vyjasnění očekávání a sdílení „*co má kdo rád*“.

Potvrzení sympatií

Aby se vztah mohl rozvinout a stát se dlouhodobým, je nutné se s partnerem potkat v reálném prostředí. Sara sděluje, že z prvního setkání měla obavy, jestli to bude fungovat a partner opravdu takový, jak se prezentuje. Byla příjemně překvapená „... *vypadal jako na fotkách, byl velice příjemný, a tak jak psal, tak se i v realitě vyjadřoval.*“ První schůzka Saru ujistila „... *měla jsem pocit harmonie, říkala jsem si „tak to je on“ a věděla jsem, že s ním chci dál randit.*“

Intimita, závazek

Ukončení ostatních kontaktů na seznamce proběhlo asi po týdnu psaní s partnerem „... *ta komunikace s ostatními nebyla tak záživná a s ním (partnerem) to byl takový zážitek, že jsem věděla, že už nechci ztrácet čas s někým jiným.*“ Sara si na seznamovací aplikaci psala asi s deseti lidmi. Na rozvoji intimity se podílelo prohloubení komunikace, důvěrná témata a vyjasnění očekávání do budoucna. Po měsíci vztahu spolu partneři začali bydlet.

Jako vážný začala Sara vztah vnímat po roce, když se s partnerem začali bavit o společné budoucnosti (svatbě a dětech). Rozvoj závazku znamená pro Saru loajalitu, důvěru, že si s partnerem můžou říct navzájem cokoli a založení rodiny v budoucnu. S rozvojem závazku si partneři navzájem představili své rodiče a přátele. Rodiče partnerovi Sara představila po roce vztahu „... *čekala jsem, jestli se neprojeví, jestli neukáže nějakou jinou tvář, ale on byl furt stejný, takže jsem si pak už byla jistá a mohla jsem ho ukázat.*“

9.1.4 Kazi

Kazi se se svým partnerem seznámila přes seznamovací aplikaci Tinder. Kazi je nyní 29 let. Společná interakce partnerů online trvala pět týdnů. Ve vztahu jsou nyní tři a půl roku. Dle škály IOS je vnímaná blízkost vztahu velmi silná (kružnice šest, označující velmi silné překrytí).

Sebeprezentace reálného já

Na svém profilu uváděla Kazi všechno upřímně. Profil obsahoval čtyři její fotografie. „*Fotky obličej a fotka postavy. Nebyly to selfička, ale fotky, kde mě někdo fotil při nějaké události.*“ V popisku měla pouze věk a univerzitu, žádné jiné informace nechtěla přidávat, protože

seznamce nedůvěřovala. Kazi sděluje, že byla opatrná a velmi důkladně vybírala, komu dá „to se mi líbí“, protože nechtěla své osobní informace sdílet s každým.

Pozitivní vnímání potenciálního partnera

Jako první oslovil Kazi partner. „*To bylo štěstí, protože já jsem nikomu nepsala.*“ Zaujalo ji, že pocházejí z měst nedaleko od sebe a studovali na stejné univerzitě. „*Dokonce jsme měli možnost se v Olomouci dva roky potkat, ale neznali jsme se.*“ Kazi velmi oceňovala, že partner psal bez pravopisných chyb „*byl to pro mě signál, že mu na tom záleží a že je dostatečně inteligentní.*“ Líbilo se jí, že se s partnerem shodnou ve smyslu pro humor.

Společný zájem

„*Co mě zaujalo, tak tam měl fotky v horách a mě napadlo, jestli není na běžkách, což byl i můj zájem, protože pocházím z hor.*“ Postupem psaní se na mnoha věcech shodli, měli nejen společné koníčky (zimní sporty), ale také názory na určitá témata.

Intenzivní komunikace

„*Psali jsme si každý den, spíš večer, když jsme měli oba čas, průměrně tak dvě hodky denně.*“ Z počátku konverzace probíhala na Tinderu (první dva týdny), pak se partneri přesunuli na Messenger. Kazi popisuje, že si poté Tinder odstranila, protože si již s nikým jiným psát nechtěla. Dále si Kazi partnera přidala do přátel na Facebooku a po první schůzce si vyměnili také telefonní číslo. Z počátku komunikovali výhradně skrze textovou komunikaci. „*Mám to radši, člověk má čas formulovat myšlenku, může si to promyslet. Na druhou stranu vznikají nedorozumění a nám se to taky stávalo.*“ Pro Kazi bylo důležité, že partner pravidelně odepisoval a byl iniciativní „*... asi by mě odradilo, kdyby se z něčeho nic třeba na dva dny vypl.*“ Pocity a emoce si v konverzaci otevřeně psali a používali smajlíky.

Důvěrná komunikace, otevřenost

Od běžných témat jako je trávení volného času, škola, práce, tipy na filmy se dostali k důvěrnějším tématům jako je rodina, náboženské vyznání a dětství. „*Vím, že jsem měla pocit, že jsem ho za těch pět týdnů (v online prostředí) fakt poznala. Vlastně díky tomu poznání online jsem šla poprvé do vztahu s tím, že toho člověka znám.*“

„*Ta témata nebyla vůbec povrchní, bavili jsme se i o takových hodnotových věcech. Postupem času jsme do toho dávali i nějaké svoje názory.*“

Potvrzení sympatií

Kazi začala pociťovat asi po třech týdnech psaní, že by se s partnerem chtěla potkat osobně. Psali si o tom, kdy se potkají, chtění bylo oboustranné. Kazi si nepamatuje, kdo schůzku navrhl jako první. *„Bylo mi jasné, že aby z toho něco bylo, musíme se potkat osobně. Byla jsem zvědavá, jestli to i v realitě bude takové. Já jsem mu i říkala, že se toho setkání obávám.“* Z prvního setkání byla Kazi nervózní, uvádí, že se více soustředila na sebe než na druhého. Dojem z první schůzky popisuje Kazi jako velmi dobrý *„doufala jsem, že se nám podaří se setkat znovu, rozuměli jsme si, líbil se mi, byla tam ta jiskra.“*

Na otázku, jestli se při setkání v reálném prostředí setkaly její představy s realitou, odpověděla Kazi, že ano. *„Posílali jsme si nějaké fotky nebo jsem si ho tak nějak představovala i mimo ty fotky a nebyla jsem v dobrém ani ve zlém v šoku, když jsme se potkali. Bylo to příjemné.“*

Intimita, závazek

Ukončení ostatních kontaktů na seznamce proběhlo u Kazi krátce potom, co si začala psát s partnerem *„... asi do týdne jsem těch dalších pět konverzací utnula.“*

„Jako vážný jsem vztah vnímala od prvního momentu, kdy jsme se dali dohromady. Tím, že jsme byli tak dlouho v kontaktu, tak jsem to vnímala vážně, i z jeho strany.“ Chodit spolu partneři začali asi na druhé schůzce. Prohloubení závazku podpořilo intenzivní trávení času s partnerem *„... v létě jsme spolu byli dva týdny vkuse, měla jsem obavy, říkala jsem si, že jsme spolu moc krátce na to, abychom spolu byli dva týdny nonstop a ono to bylo tak super.“* Společná letní dovolená proběhla čtyři měsíce od prvního kontaktu na Tinderu.

Pro Kazi znamená závazek zvládnání náročnějších situací, vidina trvání vztahu do budoucna a také investice druhého *„... cítila jsem se s ním dobře. Tím, jak se ke mně choval, mi dával najevo, že jsem pro něj důležitá. Třeba mi uvolnil poličku ve skříni nebo jsem měla problém se zádama a on prostě koupil novou matraci.“*

9.1.5 Kurt

Kurt se se svou partnerkou seznámil na Tinderu. Společnou interakcí online strávili měsíc, poté se potkali v reálném prostředí. Vztah nyní trvá rok a půl. Překrytí (blízkost vztahu) na škále IOS označil Kurt jako velmi silné (kružnice šest).

Sebeprezentace reálného já

Při tvorbě profilu nebylo nic, co by Kurt pozměňoval. Na profilu měl čtyři fotky – jednu fotku obličeje a fotografie vyjadřující jeho zájmy a koníčky. V popisku uvedl studijní obor, věk, město, ve kterém bydlí a své zájmy. Profil měl propojený s platformou Spotify, aby mohl připojit oblíbenou písničku na svůj profil. *„Přišlo mi, že ten vyplněný profil je zajímavější a více zaujme.“*

Mužská perspektiva

Kurt se zamýšlel nad používáním seznamek muži. Sděljuje, že si na internetu hledal tipy, které fungují při oslovování žen. *„Být muž na seznamce je těžší, je potřeba nějak zaujmout tou první zprávou a nesplynout s davem, protože dívčí profily jsou více zahlcené zprávami.“* Kurt popisuje, že originální, otevírací hláška zafungovala i v jeho případě *„... díky tomu jsme navázali kontakt.“* Inicivace kontaktu i první schůzky směrem do muže je pro Kurta důležitá a záleží mu na tom *„... bylo by mi blbý, kdyby mě pozvala ona na rande dřív, já rád tyhle věci dodržuji.“*

Pozitivní vnímání potenciální partnerky

Kurta při projíždění profilu partnerky nejvíce zaujaly její fotky a zájmy *„...řikal jsem si, že je fakt hezká, že bych byl hlupák, kdybych to nezkusil.“* Také informace na profilu a styl jakým byly napsané, mu dotvářely obrázek o partnerce *„... přišla mi hodně sympatická.“*

S pozitivním vnímáním potenciální partnerky byl spjat společný zájem. *„Na profilu mě hned zaujalo, že tam má cosplay kostým z mého oblíbeného fantasy světa, tak jsem vymyslel hlášku, která tomu fantasy světu odpovídala a ta zafungovala.“*

Intenzivní komunikace

Společnou komunikací strávili partneři asi dvě hodiny denně *„... psali jsme si docela dost, hlavně večer, bylo to intenzivní.“* Rozšiřovali se také komunikační kanály. *„Začali jsme si psát na Tinderu (dva týdny) a pak jsme přešli na Messenger, později jsme si vyměnili Instagram.“* Postupem času se rozšiřovali také způsoby komunikace. K textové komunikaci se připojilo volání přes Messenger. První hovor proběhl asi po týdnu a půl psaní. *„Ty hovory byly příjemný u toho poznávání, když poprvé slyšíš hlas druhého. Taký je pro mě důležitý, jestli to tam zarezonuje s tím hlasem.“*

Pro Kurta bylo důležité, aby v konverzaci viděl zájem partnerky *„... že do toho vkládá stejnou energii jako já, že ladíme, máme stejný humor a děláme podobné vtipy.“*

Vyjadřování pocitů a emocí probíhalo prostřednictvím smajlíků (pusinkující smajlíci, srdíčka). Partneři si emoce navzájem popisovali „... například jsem jí napsal, že mám radost a že se mi líbí, co píše.“

Důvěrná komunikace, otevřenost

Kurt kladl důraz na témata konverzace, protože chtěl, aby se s partnerkou navzájem poznali a dozvěděli se o sobě co nejvíce informací. „Mezi probíraná témata patřily zájmy. To, co nás oba baví, hodně se to točilo kolem fantasy světa. Pak to bylo studium, cestování, takže nějaké zážitky z cest. Pak určitě témata filmů, seriálů a hudby, tam jsme si posílali písničky, které máme rádi. Došlo taky na minulé vztahy a pak tam byly takové ty běžné záležitosti, jak jsme se měli a co jsme dělali přes den.“

Postupem času se konverzace prohlubovala od úvodních témat k důvěrnějším. „Řešili jsme minulé vztahy, očekávání od vztahu a pak to postupně přecházelo k tomu našemu vztahu, jak to vlastně máme, jestli k sobě něco cítíme, jestli chceme dlouhodobý vztah nebo ne.“ V rámci intimních témat partneři probírali rodinnou situaci a sexuální témata.

Sexting

S rozvojem sexuálních témat v konverzaci přišlo také zasilání intimního obsahu. „V jedné z těch večerních konverzaci padlo něco jako „co se ti líbí, co bys chtěla zkusit, jaké jsou tvé nejdivočejší představy“, potom jsme si psali i různé provokující zprávy, určitě tam bylo něco, co by se dalo nazvat kybersex. Nějaká intimní fotka.“

Potvrzení sympatií

Kurt popisuje, že si s partnerkou v online prostředí velmi rozuměl, ale nebyl si jistý, jestli to bude fungovat i kdyby se potkali ve skutečnosti „... takže tam padlo, že se chceme potkat.“ Zároveň měl pocit, že pomocí zpráv nebo hovorů už vztah nemohou posunout, proto pozval partnerku na rande. Že se chce s partnerkou potkat začal pociťovat asi 14 dní od prvního kontaktu.

Na první schůzce proběhlo potvrzení vzájemných sympatií. „Vlastně to, co jsem viděl online, ty fotky a ta představa jakou jsem měl, odpovídala realitě.“ Skrze chat si partneři povídali o intimních tématech a posílali zprávy se sexuálním obsahem „I na té první schůzce proběhly nějaké intimnosti, což bylo potvrzení, že je to super i v reálu.“

Intimita, závazek

„Když jsme si začali víc psát, tak už jsem měl v hlavě, že kdybych psal a hledal někam dál, tak už by to bylo takový ne úplně vhodný.“ Kurt poměrně rychle cítil, že chce svoji energii věnovat pouze partnerce *„... bylo to hodně silný, nikoho jiného už jsem neoslovoval.“* Ostatní kontakty na Tinderu ukončil hned po prvních zprávách s partnerkou. Celkem navázal kontakt s dalšími šesti ženami.

Vážně začal vztah Kurt vnímat již po první schůzce. Poté se s partnerkou začal vídat intenzivněji a po pár týdnech od prvního kontaktu se k ní nastěhoval. *„V té době jsme se u sebe už cítili hodně pohodlně, bylo to krásný.“* Společné bydlení prověřilo vztah *„... takový ty strasti soužití ten vztah vůbec nezastavily, spíše ho podpořily.“*

Rozvoj závazku je u Kurta spojen s loajalitou, soustředěním se na vztah a investicí energie do vztahu. Zároveň musí být přítomna vidina, že vztah bude pokračovat. S přáteli Kurt svou partnerku seznámil poměrně brzo, asi druhý nebo třetí týden od prvního společného kontaktu. Seznámení s rodinou proběhlo čtyři měsíce od počátku vztahu, kdy už spolu partneři bydleli.

9.1.6 Hary

Hary se seznámil se svou partnerkou na webové seznamce People love people. Seznamka funguje na principu inzerátů (profilů), mezi kterými si člověk vybírá potenciálního partnera/partnerku. Na seznamce lze kontaktovat kohokoliv i bez společné shody.

Společná interakce partnerů probíhala měsíc, než se potkali v reálném prostředí. Ve vztahu jsou partneři nyní čtyři roky a tři měsíce. Harymu bylo v době, kdy se seznámil s partnerkou 27 let, nyní je mu 30 let. Na škále blízkosti IOS označil blízkost a intimitu ve vztahu kružnicí sedm, tzn. nejvíce blízký vztah.

Sociální kompenzace

V době, kdy se Hary seznámil se svou partnerkou, popisuje sám sebe jako introverta, který se neuměl seznamovat jinak než v online prostředí. *„Byl jsem zásadní introvert až asociál, takže moje seznamovací a komunikační schopnosti byly úplně nulové. V podstatě takový ten první kontakt, že bych přišel za holkou a řekl, že se mi líbí, jestli nechce zajít na kafe, tak to nikdy v životě.“* Hary také neměl žádnou sociální strukturu, ze které by čerpal potenciální partnerku. V té době (před pěti lety) preferoval seznamování v online prostředí, dnes by preferoval seznámení osobně.

Sebeprezentace reálného já

Hary sděluje, že se na internetu snaží vystupovat jako v reálném prostředí „...neuvědomuji si, že bych na profilu měl cokoliv, co bych nějak nadnášel.“ Profil obsahoval aktuální fotografii obličeje a popis, kde Hary uváděl své zájmy, co ho baví a základní informace o něm (že je nekuřák, kolik má let a odkud pochází).

Požadavky na partnera

Hary ve svém popisu na profilu seznamky uvedl, co by si představoval od budoucí partnerky. „Byl to vlastně takovej základ: nekuřačka, málo pije alkohol a bezdětná, protože se mi nechtělo dělat otce něčímu dítěti.“

Dále bylo pro Haryho důležité, aby měli s partnerkou společné zájmy, atraktivita partnerky a postava „... já zkrátka nemám rád objemnější dívky, takže jsem si vybíral i podle toho.“

Pozitivní vnímání potenciální partnerky

Na otázku, co Haryho zaujalo na profilu partnerky, odpověděl: „Měl jsem pocit, že by to šlo, neměla tam o sobě napsaný nic extra super, hlavně ty zájmy mě asi zaujaly. Taky jsem si říkal, že to není žádná party holka, která bude furt někde pít.“

Při pozdější interakci mu byla partnerka velmi příjemná. „Měli jsme stále společná témata, velké množství společných názorů a to, že jsme měli o čem mluvit, byl pro mě velký faktor.“ Dále popisuje, že partnerka byla ochotná přijet za ním na první rande (z jiného města), což vnímal velmi pozitivně, protože dala najevo svůj zájem. „To byl první znak toho, že jsem si říkal, že o to opravdu stojí.“

Společný zájem

Mezi společné zájmy partnerů patří hraní počítačových her a hra Dračí doupě. Společné zájmy se ve velké míře podíleli na utváření vzájemné intimity mezi partnery. Díky tomu, že byla partnerka Harymu podobná, jak v zájmech, tak názorech a postojích ji vnímal jako velmi atraktivní.

Intenzivní komunikace

Z počátku interakce probíhala na webovém seznamce People love people. Po prvních pár zprávách na seznamce se partneři přesunuli na Facebook a poté již interagovali pouze zde. „V podstatě jsme si psali vždycky jenom na Facebooku a potom jsme si ještě před tou první

schůzkou volali, protože ona (partnerka) chtěla mít jistotu, že nejsem někdo jiný, za koho se vydávám, takže jsme měli videohovor.“

Společná konverzace partnerů byla plodná a intenzivní „... psali jsme si po večerech, většinou od těch šesti do desíti, jedenácti, jak to vyšlo. Myslím si, že tak čtyři hodiny denně.“ Hary popisuje, že si vždy měli co říct „... kdykoliv jsme si napsali, tak naše konverzace pokračovala velice plodně a velice dlouho, šlo to samo a bylo to intenzivní.“

V konverzaci Hary kladl důraz na pravopis, formu a obsah komunikace. „Pokud se nedá rozumět tomu, co mi druhý říká nebo to musím nějak šíleně překládat, tak to na mě nepůsobí úplně dobře a něco to vypovídá o osobnosti toho druhého. Taky jestli to má vůbec nějaký význam, jestli se bavíme o něčem smysluplným.“

Hary oceňoval, že s partnerkou konverzace byla oboustranná a smysluplná. „Reagovali jsme na sebe, nebylo to takový, že jeden toho druhého bombarduje otázkama a druhý odpovídá třema slovy.“

Emoce a pocity v konverzaci vyjadřovali emotikony a slovním popisem toho, co zrovna cítí „... třeba jsem napsal “líbí se mi, co teď říkáš, potěšila jsi mě“ ...“

Důvěrná komunikace, otevřenost

Hary popisuje, že v konverzaci byl upřímný a otevřený. „Byl jsem otevřený tak nějak všemu, byla mi příjemná v jakémkoliv kontaktu (textovém, telefonickém) a v jakýchkoliv ohledech (různorodá témata konverzace).“

Počáteční témata v konverzaci sloužila k poznávání a seznamování „...probírali jsme, co nás zrovna napadlo, co souviselo s našimi koníčky a různými politicko-filozofickými otázkami.“ V rámci prvního týdne došlo také na objasnění základních otázek. „Řekli jsme si, že oba chceme do budoucna svatbu a děti. „Ke spoustě témat jsme se vraceli, protože ne všechno to člověk stihne na začátku.“ Postupem času se konverzace prohlubovala a stávala se důvěrnější, došlo také na téma sexuality „...vyjasnili jsme si nějakou naši dominanci/submisi.“

Potvrzení sympatií

Hary začal pociťovat, že se chce s partnerkou potkat velmi brzy „... asi po prvních dvou dnech, kdy jsme si objasnili ty základy. Mám pocit, že hned ten první týden jsem jí napsal, že bych se s ní chtěl vidět.“

Hary směřoval setkání do reálného prostředí brzy, protože si chtěl potvrdit, že to bude stejné jako v online prostředí. „*Ten důvod, proč jsem ji chtěl vidět byl, abych si potvrdil to, co jsme si psali. Jestli je to všechno tak, jak ona se tváří. Byly i nějaký věci, který jsem neřešil přes to psaní a říkal jsem si, že o tomhle si popovídáme až osobně.*“ Poprvé se potkali po měsíci textování.

První dojem popisuje Hary jako dobrý „... *nebylo to, jakože bych si říkal, že je oslnující a musí být moje za každou cenu, ale i v rámci té předchozí konverzace jsem si s ní dokázal představit dlouhodobý vztah.*“ Hary popisuje, že nebylo nic, co by ho překvapilo nebo naopak zklamalo „... *možná jediná věc, v reálu byla hezčí než na fotkách.*“

Intimita, závazek

Hary byl v době, kdy se s partnerkou seznámil měsíc po rozchodu s předchozí partnerkou. Na webovém seznamce si psal ještě s další dívkou, kontakt však ukončil po prvním týdnu psaní se svojí partnerkou.

Pociťovat vztah jako závazný začal Hary hned potom, co si s partnerkou řekli, že spolu chodí „... *do té doby jsem se na ni samozřejmě soustředil, ale byla tam ta minimální možnost, že to třeba nevyjde. Potom co jsme si to řekli, tak jsem to bral jako závazek, jako jasnou věc.*“ Chodit spolu začali na druhé schůzce, Hary se partnerky zeptal, zda by chtěla být jeho přítelkyní.

Závazek popisuje jako oddanost člověku, společný cíl (svatbu) a věrnost. Hary se za partnerkou přestěhoval po třech měsících vztahu do města, ze kterého pocházela. S rozvojem závazku a společného bydlení proběhlo také seznámení s rodinou a přáteli partnerů.

9.1.7 Tony

Tony se svou partnerkou seznámil na Tinderu v období pandemie Covid-19. Společná interakce online probíhala jeden měsíc, poté se partneři potkali v reálném prostředí. Chodit spolu začali měsíc a půl od prvního kontaktu. Vztah nyní trvá jeden rok. Tony má 30 let. Na škále IOS označil blízkost a intimitu ve vztahu jako velmi silnou (kružnicí šest).

Sebeprezentace reálného já

„*Na profilu jsem měl tři fotky jen sebe. Dvě selfička a jednu fotku z hor, kde byla vidět celá postava.*“ Fotka z hor vyjadřovala zároveň Tonyho největší zájem. V popisu profilu měl uvedenou pouze výšku. „*Ten profil jsem moc nevyplňoval, nechával jsem si to na tu*

konverzaci, aby byla možnost ptát se a poznávat.“ Na otázku, jestli Tony něco na profilu nebo v konverzaci s partnerkou neuvedl upřímně, odpovídá, že ne. *„Byl jsem hned ze začátku upřímnější a otevřenější, když se máme poznat.“*

Pozitivní vnímání potenciální partnerky

Na počátku Tonyho oslovila partnerčina fotka a společný zájem *„... měla tam fotku z hor, že lyžuje a snowboarduje, tak to mě hodně zaujalo a říkal jsem si, že bychom spolu mohli jezdit na hory.“* Na společné interakci se mu líbilo, že je partnerka komunikativní a rozvíjí konverzaci. *„Když někdo jen stroze, jednoslovně odpovídal na otázky tak to nemělo moc smysl, ale tady jsme fakt pokecali.“* Sedli si také na rovině humoru. Oceňoval, že je partnerka vtipná a svá. Také měl pocit, že jí může napsat cokoliv a bude to pochopeno.

Společný zájem

Společným zájmem partnerů jsou hory a zimní sporty. *„Na horách jsem skoro každý víkend, jezdíme s kamarády po Krušných horách, takže mě to chytlo, když jsem viděl na jejím profilu, že taky chodí na hory. Říkal jsem si, že by bylo fajn pokračovat v zálibě s přítelkyní a ne kamarádama.“* Tony popisuje, že kromě hor také oba rádi cestují a mají rádi zvířata.

Intenzivní komunikace

Pro Tonyho na počátku bylo důležitější si s partnerkou napsat každý den, než si psát nepravidelně několik hodin denně *„... nemuselo těch zpráv být extra moc, abychom u mobilu naseděli celý den, ale každý den jsme si napsali, alespoň minimálně na dobrou noc.“*

Průměrně si s partnerkou psal dvě až tři hodiny denně. Převažovala textová forma komunikace *„...já to mám rád staromódně, hezky to natukat.“* Textovou komunikaci doplňovali posíláním fotografií. V období jednoho měsíce, než se poprvé viděli, si společně také třikrát zavolali. Počáteční interakce probíhala na Tinderu, poté si partneři vyměnili číslo a přesunuli se na WhatsApp. K rozšíření komunikačních kanálů (Facebook a Messenger) došlo až po první schůzce.

Tony popisuje, že k vyjádření emocí hojně využíval smajlíky *„... to já dokážu do jedné zprávy narvat třeba deset smajlíků.“*

Důvěrná komunikace, otevřenost

„Na začátku to bylo takové to klasické seznamování, srandičky, potom se to prohlubovalo. Měl jsem pocit, že jsem ji za ten měsíc fakt poznal.“ Mezi počáteční témata partnerů patřila škola, práce, zájmy, koronavirus, denní aktivity (co dělali přes den).

Jako důvěrná témata vnímal Tony rodinné vztahy a vyjasnění minulých vztahů. *„Já jsem o těch minulých vztazích možná mluvil víc než ona, což mi i přišlo, že jí to trochu vadí, ale chtěl jsem to mít všechno vysypaný, aby věděla všechno.“* V konverzaci došlo také na téma sexuality *„... co se týče těch intimností, tak jsme si řekli, co kdo má rád/nerad v posteli.“*

Potvrzení sympatií

Tony napsal partnerce, že by ji chtěl vidět asi tři týdny po společné interakci online. Potkat se jim podařilo po čtyřech týdnech. *„Byl jsem zvědavěj, chtěl jsem ji vidět, abychom se nějak rozhoupali. Přes to psaní jsme si sedli, tak jsem to chtěl posunout dál.“*

První dojem popisuje Tony jako dobrý *„... fotky nelhaly, to, co jsem viděl na fotkách, tak bylo i v reálu, poznal jsem ji, když byla ještě tak sto metrů ode mě.“* Také osobnostně partnerka působila stejně jako v online prostředí *„... že je magor, ale prostě pěkněj magor, to jsem věděl už podle zpráv, takže jsem nebyl překvapenej.“*

Intimita, závazek

V době, kdy Tony s partnerkou interagovali online si s nikým jiným nepsal *„... když jsem si psal s někým, s kým si rozumím, tak zbytek šel stranou.“* Tinder si odstranil po druhé schůzce s partnerkou (do té doby si již s nikým nepsal, pouze měl aplikaci v telefonu). *„Už mě nelákalo s někým jiným navazovat kontakt.“*

Chodit spolu začali partneři po měsíci a půl od prvního kontaktu. Tony začal vztah vnímat vážně, když vzal partnerku na víkend domů ke svým rodičům (po dvou měsících od prvního kontaktu). *„S rodičema si sedli, tatík vytáhl nějaký speciální rum a nalil jen jí, nikdo jiný neochutnal.“* O víkendu poznala partnerka celou rodinu (rodiče, sourozence, tetu) *„od té doby jsem to bral vážněj.“* Pro Tonyho znamená vážný vztah upřímnost a společná budoucnost. Poměrně brzo představil Tony partnerku také svým kamarádům.

9.1.8 Alan

Alan se se svou partnerkou seznámil na Tinderu. Prvnímu setkání předcházela měsíc interakce online. Chodit spolu partneři začali krátce po prvním setkání. Nyní jsou spolu ve vztahu rok a půl. Alanovi je 28 let. Na škála IOS označil vnímanou blízkost vztahu kružnicí pět, tzn. silné překrytí partnerů.

Sebeprezentace reálného já

Alan na svém profilu i ve zprávách uváděl vždy vše upřímně. *„Já jsem dokonce i psal, když jsem si chtěl jen užívat, pád lidí to nedokázalo pochopit.“*

Na profilu měl své fotky a v popisku uvedený pouze věk. *„Měl jsem tam jedno selfičko a pak fotky, co fotil někdo, když jsme třeba někde byli. Jedna fotka tam byla společná (s přáteli) na večeri.“*

Pozitivní vnímání potenciální partnerky

Alana na profilu partnerky zaujaly její fotky a popis. *„Měla modré oči a zrzavé vlasy. V popisku měla napsaný citát, na tom něco bylo, bylo to hluboký.“*

Alan popisuje, že při hledání potenciální partnerky pro něj byl důležitý vzhled, ale především to, jak píše, přemýšlí a jak se chová. *„Samozřejmě tam musí být něco, ten vzhled, ale podle toho psaní člověka taky poznáš. Partnerka psala s diakritikou, uměla čárky, háčky, íčka, dávalo to smysl. Psala celé věty, a nejen takový ty zkrácené kraviny.“*

Od začátku byla Alanovi partnerka v konverzaci příjemná. Popisuje, že *„to šlo samo, bylo to přirozené. Už když jsme si psali, tak jsem si říkal, že by to mohlo být ono a že bych jí chtěl.“*

Intenzivní komunikace

Na počátku si partneři psali tři až čtyři hodiny denně, většinou večer. Společná interakce probíhala na Tinderu, poté se přesunula na Instagram (asi po 14 dnech). Dále si vyměnili číslo a WhatsApp. Po první schůzce si dali také kontakt na Facebook.

Alan si s partnerkou převážně psal a týden před první schůzkou si také hodně volali. *„Mě bavilo s ní volat, protože měla strašně příjemnej hlas, takže to pro mě bylo příjemnější, než to psaní. Stala se z toho taková večerní tradice.“* Partneři si posílali také hlasové zprávy. Emoce vyjadřovali smajlíky nebo přímým vyjádřením pocitů v textu *„... ted' jsi mě potěšila, ted' mám radost, ted' jsem se zasmál.“*

Alan oceňoval, že je konverzace přirozená. *„Bylo to přirozený, nebylo tam nic na sílu, nemuseli jsme se nějak přemáhat a prostě to šlo samo všechno. Ty témata nebyly až tak důležité, spíš to, jak to plyne, někdo se na něco zeptal, druhý odpověděl.“* Popisuje, že si nemusel dávat pozor na to, co píše, protože konverzace byla velmi otevřená.

Pro Alana bylo důležité, aby si s partnerkou psali každý den *„... já už jsem pak potřeboval si s ní psát každý den, už jsem k ní něco začínal cítit, ale nechtěl jsem jí samozřejmě psát pořád, aby z toho ještě nevycouvala.“*

Důvěrná komunikace, otevřenost

„Pocíval jsem to důvěrně už od začátku, u mě to bylo takový intenzivní, asi jsem v tom byl víc než ona. Takový to, co se ti nestane hodněkrát za život.“ Témata v konverzaci se postupem času prohlubovala, partneři šli více do detailu. Mezi témata patřily zájmy, každodenní situace, rodina, minulost a minulé vztahy a také plány do budoucna. Mezi intimní témata patřil sex a sexuální zkušenosti partnerů.

Alan sděluje, že mu nevadilo partnerce svěřovat intimnosti po chatu. *„Já jsem to tam cítil tak nějak jinak, než když jsem si psal s někým jiným. S nikým jiným jsem neměl takovou potřebu si o tom psát a nějak víc to rozvíjet, ale s ní (partnerkou) mi to vůbec nevadilo a bylo to fajn.“*

Potvrzení sympatií

Alan začal pocívat, že se chce s partnerkou potkat v reálném prostředí již první týden, který si psali. *„Já bych za ní přijel okamžitě, protože to byl takovej můj poslední pokus, co jsem si řekl, že si najdu holku, tak jsem si říkal na co čekat, byl jsem odhodlanej do toho skočit.“* Alan partnerku pozval na schůzku skrze telefonní hovor, poprvé se viděli po měsíci od prvního kontaktu.

„Na první schůzce se mi potvrdilo to, jaká jsem si myslel, že je. Byl jsem ještě příjemně překvapený, že je vlastně krásná, že se mi líbila i fyzicky.“ První dojem popisuje jako příjemný *„... vyzvedl jsem ji v práci, byla vyplivaná, ale to se mi líbilo, že si na nic nehrála, že jí bylo jedno, jak vypadá, bylo to spontánní.“*

Intimita, závazek

Alan si v tomto období psal na Tinderu pouze s partnerkou. *„Já jsem si od toho dával pauzu a pak jsem to jeden večer zapl a řekl jsem si, že teď naposled si najdu tu pravou, takže jsem*

si psal jen s ní.“ Již od prvního kontaktu vnímal konverzaci jako intimní, důvěra a intimita se mezi partnery prohlubovala se vzájemným poznáváním.

Vážně začal Alan vztah vnímat hned po první schůzce. *„Doprovodila mě na nádraží, tak jsem si říkal, že jsem tady asi nebyl naposledy a že bych ji rád viděl znovu. Takže jsem přijel domů a večer jsem jel zase zpátky. Chtěl jsem v tom pokračovat, u mě to nabralo vážnost už v tu dobu.“*

Že spolu partneři jsou ve vztahu vyplynulo ze situace. *„Začali jsme se vidat čím dál častěji. My jsme si to vlastně ani nikdy neřekli, ale pak už to člověk cítí. Pocitově poznáš, že je to vážnější.“* Časově to bylo asi tři týdny poté, co se viděli poprvé *„... já jsem ji po těch třech týdnech řekl, že jsem se do ní zamiloval.“*

Závazek pro Alana znamená něco plánovat, budovat a perspektiva do budoucna. Partneři spolu začali bydlet krátce po seznámení. S rodinou a přáteli se navzájem seznámili po měsíci od první schůzky.

9.2 Společná témata

Z výše uvedených analýz jednotlivých případů vzešlo šest společných témat: **sebe prezentace reálného já; pozitivní vnímání potenciálního partnera; intenzivní komunikace; důvěrná komunikace, otevřenost; potvrzení sympatií; intimita, závazek.**

V analýzách se vynořila napříč jednotlivými případy také témata, která byla společná více respondentům, ne však všem. Jednalo se o témata: **nastavení požadavků a sdílený zájem.** Jedinečná témata objevující se vždy jen u jednoho respondenta jsou: **jiný vztah, mužská perspektiva, sexting, sexualita a sociální kompetence.**

Společná témata se vážou k jádru zkušenosti utváření dlouhodobých vztahů v online prostředí, proto budou na následujících řádcích blíže popsána.

9.2.1 Sebe prezentace reálného já

Významným tématem objevujícím se napříč jednotlivými případy je reálná sebe prezentace v prostředí seznamovacích platform. Respondenti, jejichž motivem k používání se namek je nalezení dlouhodobého partnera popisují, že se na sítích prezentují upřímně. Jedná se především o uvedení aktuálních a reálných fotografií obličeje a postavy. Fotografie jsou bez úprav a bez použití filtrů. Sebe prezentace reálného já zahrnuje také upřímnost v popisu sám sebe, uvedení pravdivého věku, studované školy, tělesné výšky a zájmů.

Důvodem k upřímné sebe prezentaci je očekávání uživatelů, že se s potenciálním partnerem potkají v reálném prostředí. Respondenti uvádějí, že chtějí působit stejně v online prostředí a reálném prostředí ze dvou důvodů. Prvním důvodem je obava ze zklamání potenciálního partnera, kdyby byly uvedené informace a fotografie v rozporu s realitou. Druhý důvod je ten, že si přejí, aby je potenciální partneři poznali takové, jací opravdu jsou, jestliže se má vztah rozvinout. Reálná sebe prezentace zároveň umožňuje potenciálním partnerům lepší představu o tom, jaký druhý je.

Téma reálné sebe prezentace se pojí také s upřímností v komunikaci s potenciálním partnerem. Mezi uváděná témata, v nichž byli respondenti upřímní, patří například vyjasnění minulých vztahů, očekávání od vztahu či sexuální očekávání.

9.2.2 Pozitivní vnímání potenciálního partnera

Potenciální partner byl respondenty vnímán pozitivně již v online interakci, díky čemuž docházelo k prohlubování vztahu a jeho přenesení do reálného prostředí. Rozlišujeme pozitivní vnímání partnerova profilu a pozitivní vnímání partnera v interakci.

Mezi pozitivní vnímané vlastnosti potenciálního partnera při prohlížení profilu (před zahájením konverzace) patří atraktivita, informace v popisku (např. citát, zájmy, vtipná hláška) a sociodemografická blízkost. Pro zahájení konverzace je důležité také to, zda má potenciální partner na profilu uvedené, zda kouří a pije alkohol. Z výše uvedeného je pro navázání kontaktu nejdůležitější atraktivita, tedy fyzický vzhled potenciálního partnera.

Aspekty plynoucí ze společné konverzace, jež se podílí na pozitivním vnímání partnera, jsou společné názory a postoje, humor, stejný smysl pro humor, společný zájem, uvolněná komunikace, smysluplná konverzace, text bez gramatických chyb, porozumění, přirozenost a otevřenost.

9.2.3 Intenzivní komunikace

S intenzivní komunikací se pojí následující oblasti:

Frekvence komunikace

U všech respondentů lze sledovat vysokou frekvenci vzájemné komunikace. Respondenti uvádějí, že s partnerem komunikovali převážně večer, ale postupně si psali také přes den nebo dlouho do noci. Průměrná doba strávená vzájemnou komunikací se u respondentů pohybovala od dvou do pěti hodin denně. Zvýšení frekvence komunikace probíhalo s rozšířením komunikačních kanálů a zařazením různých forem komunikace.

Rozšiřování komunikačních kanálů

Vzájemná komunikace v prvotních fázích vzniku vztahu probíhala na seznamovacích platformách. S postupující dobou navazování vztahu se u všech respondentů rozšířili komunikační kanály a formy komunikace. Nejčastěji si partneři vyměňovali kontakt na sociální síť Facebook, Messenger, Instagram, WhatsApp a telefonní číslo. Důvodem pro rozšíření komunikačních kanálů může být snaha získat o druhém více informací a prohloubení vztahu.

Formy komunikace

Nejvíce užívanou formou komunikace byla napříč případy textová komunikace. S vývojem vztahu, zejména se zvyšujícím se vzájemným poznáváním a mírou intimity se u respondentů formy rozšiřovali na telefonní kontakt, videohovor a hlasové zprávy. Volání a posílání hlasových zpráv přinášelo do konverzace nové kvality, především možnost slyšet tón hlasu, intonaci, jak partner přemýšlí nad určitými tématy. To přispívalo k prohlubování intimity.

Reciprocita komunikace

Reciprocita komunikace vyjadřuje přiměřený dialog. Respondenti uvádějí, že konverzace byla vyrovnaná a oboustranná, bylo znát zaujetí a plynulost. Partneři si pravidelně odepisovali, střídali se v kladení otázek, rozvíjeli své myšlenky a odpovídali obsáhle.

Vyjadřování emocí

Vyjadřování emocí probíhalo především pomocí emotikonů, emoji smajlíků a přímým vyjadřováním emocí a pocitů v textu (např. „*ted' jsi mě potěšila*“). Respondenti uváděli také posílání gifů, vtipných obrázků (memů), písniček a textů písniček a využívání velkých písmen v textu.

Styl komunikace

Respondenti zmiňovali také styl komunikace jako důležitý faktor pro navázání kontaktu a setrvání v komunikaci. Jedná se především o smysluplnost sdělení, srozumitelnost a gramatickou správnost. Respondenti dále kladli důraz na obsah komunikace, tedy probíraná témata.

9.2.4 Důvěrná komunikace, otevřenost

S rozvojem intenzivní komunikace se pojí téma důvěry a otevřenosti v komunikaci. Online prostředí vybízí k větší sebe-otevřenosti a odložení zábran, tento fenomén je znám pod pojmem online disinhibiční efekt (Suler, 2004). Respondenti v našem výzkumu uváděli, že konverzace s partnerem byla otevřená a uvolněná, díky čemuž měli pocit, že partnera opravdu poznali. V online komunikaci pro ně bylo také jednodušší zeptat se na intimní otázky.

Většina respondentů uvedla, že byli ihned z počátku k partnerovi upřímní. Postupem času se konverzace prohlubovala a stávala se důvěrnější. Mezi důvěrná témata patřilo

vyjasnění minulých vztahů, víra a náboženské vyznání, zdravotní stav, hodnoty, názory a postoje, sexuální zkušenosti a sexuální očekávání.

Vyjasnění sexuálního očekávání se vyskytuje napříč jednotlivými případy. Respondenti uvádějí, že si dopředu vyjasnili, co se komu líbí.

9.2.5 Potvrzení sympatií

Doba, po kterou probíhala vzájemná komunikace, aniž by došlo k osobnímu setkání, se u respondentů pohybovala okolo jednoho měsíce. V jednom případě to byly dva měsíce. Respondenti začali pociťovat, že se chtějí s partnerem osobně setkat, zpravidla dříve. Ve většině případů návrh na setkání vyplynul ze vzájemné konverzace a zaujetí, tedy vzájemného pozitivního vnímání partnerů.

První setkání tváří v tvář je testem dosavadního vývoje vztahu v internetovém prostředí. Osobnímu setkání u většiny respondentů předchází obavy, jestli kontakt s partnerem bude takový, jako v online prostředí. Důležitým faktorem, který podpořil vývoj vztahu v reálném prostředí, byla shoda mezi očekáváním, jaký partner bude a jaký partner byl. U všech respondentů pozorujeme tuto shodu.

9.2.6 Intimita, závazek

Na vznik intimity v online prostředí má vliv sdílení důvěrných témat, šíře a hloubka komunikace. S vytvořením intimity mezi partnery dochází u respondentů k přerušení nebo upozadění ostatních kontaktů na seznamovacích portálech. Respondenti ukončují kontakty v době, kdy probíhá intenzivní textová komunikace, v některých případech po první schůzce s partnerem.

K utvoření partnerského vztahu dochází u respondentů krátce po přenosu vztahu do reálného prostředí. Časové rozmezí se pohybuje od dvou do šesti týdnů od prvního kontaktu.

Rozvoj závazku u respondentů je spjat s perspektivou trvání vztahu do budoucnosti. Z výpovědí dále vyplývá, že závazek se pojí s loajalitou, důvěrou, společným bydlením, zvládáním náročných situací, investicí a plánováním rodiny. S rozvojem závazku dochází u všech respondentů k vzájemnému představení rodin a přátel.

9.2.7 Ostatní témata

V této podkapitole stručně představíme témata, která se vyskytovala pouze u některých respondentů.

U dvou respondentů se vynořilo téma **nastavení požadavků**. V popisu na profilu si definovali, co by měl jejich budoucí partner splňovat. Požadavky sloužili jako filtr potenciálních partnerů. K ověřování nastavených požadavků docházelo také ve společné konverzaci.

Další faktor, který měl u dvou respondentů vliv na navázání kontaktu a následný vývoj vztahu byl **sdílený zájem** partnerů. Vzájemná podobnost podpořila u respondentů přitažlivost k partnerovi.

Jedna z respondentek popisuje, že v době založení profilu na seznamovacím portále byla v **jiném vztahu**. Vztah s novým partnerem ji pomohl se od předešlého vztahu odpoutat. Zároveň pro ni byla důležitá upřímnost k novému partnerovi, proto mu o svém trvajícím vztahu krátce po seznámení řekla.

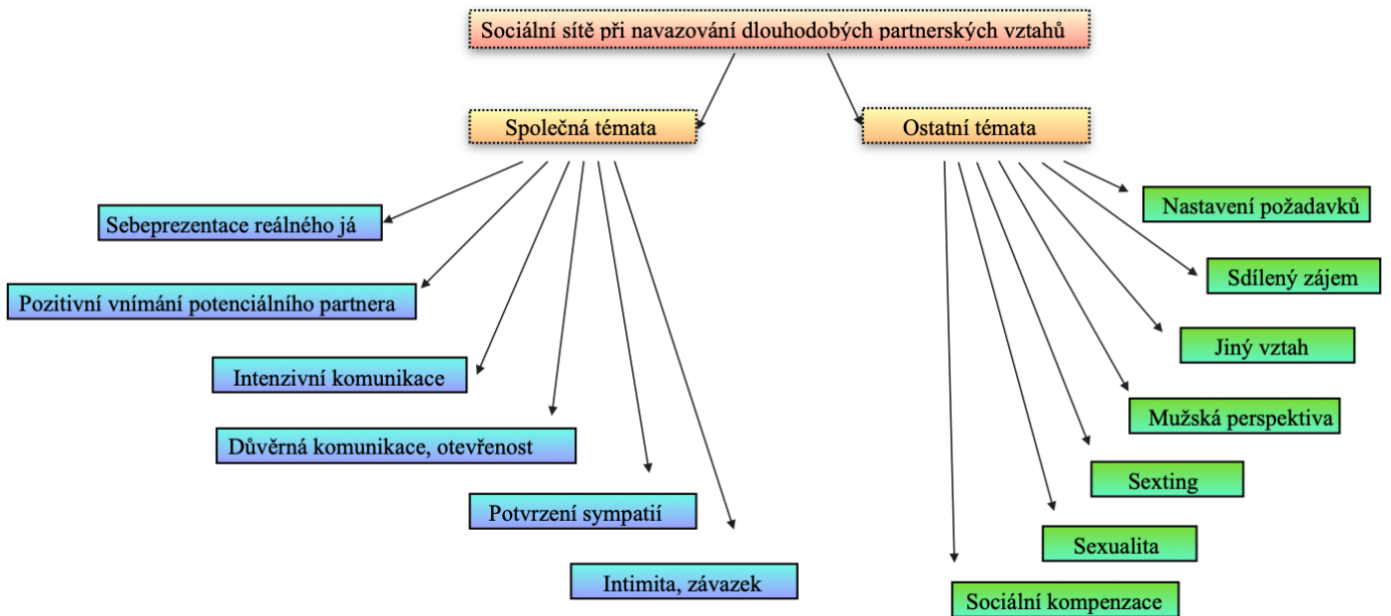
Téma **mužská perspektiva** zahrnuje zjišťování a následné použití technik, které zaujmou ženu na seznamovacích platformách. U respondenta se jednalo o použití vtipné otevírací hlášky při prvním kontaktu s cílem vyniknout a zaujmout mezi dalšími zprávami od mužů.

S rozvojem důvěrnosti komunikace a sdílením vzájemných sexuálních zkušeností a sexuálních očekávání partnerů se objevuje u jednoho z respondentů téma **sextingu**. Posílání obsahu se sexuálním podtextem podpořilo intimitu vztahu partnerů.

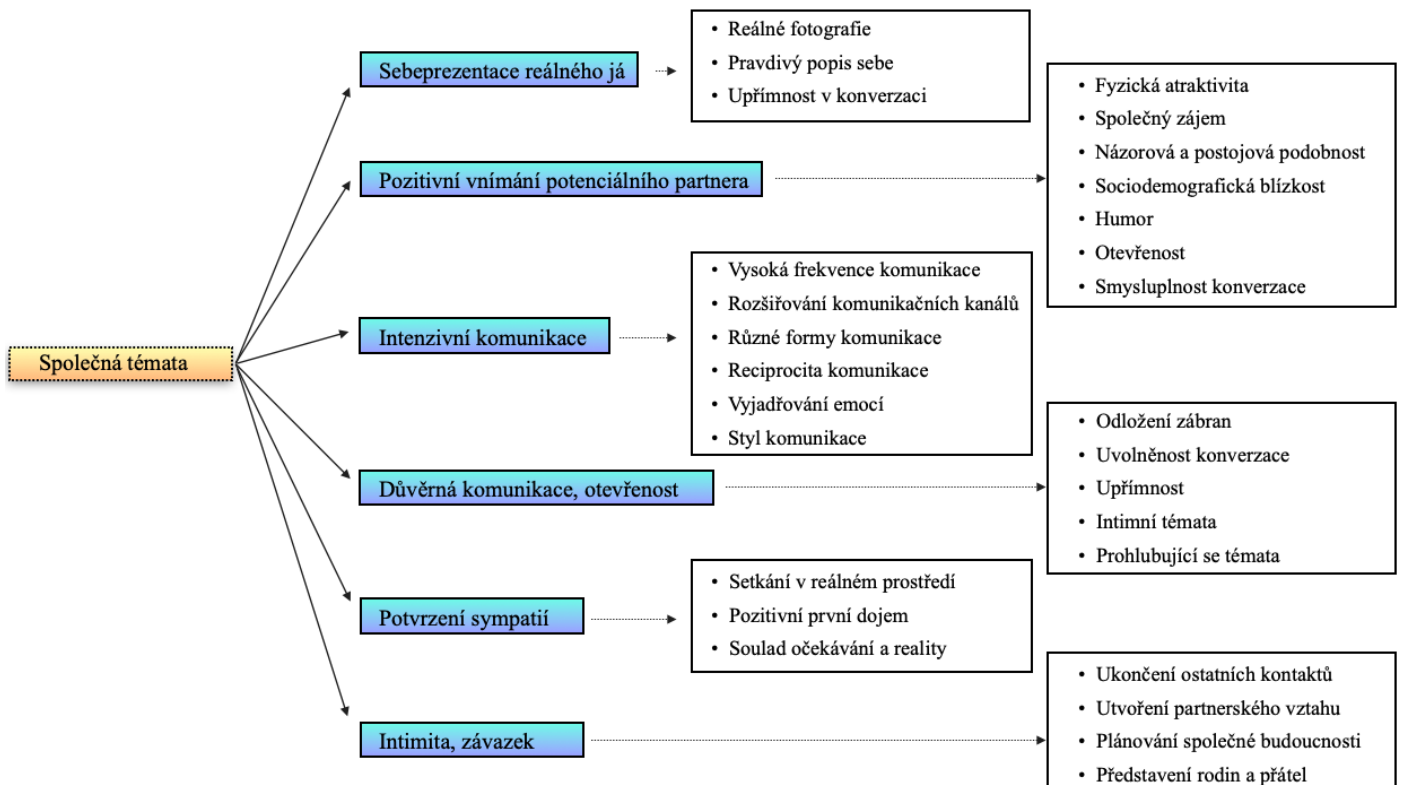
Sexualita pro jednu z respondentek hraje důležitou roli v jejím životě, proto jej přinášela také do společné konverzace s partnerem. Téma je úzce spojeno s důvěrností a otevřeností komunikace, zahrnuje sdílení zkušeností, přiznání počtu sexuálních partnerů a vyjasnění očekávání.

Téma **sociální kompenzace** v sobě zahrnuje obavu navazovat vztahy osobně. Díky seznamovací platformě mohl jeden z respondentů navázat a rozvíjet vztah s partnerkou. S rozvojem emocionální intimity v online komunikaci pro něj pak bylo jednodušší potkat se s partnerkou osobně.

Obrázek 3: Témata vzešlá z analýzy



Obrázek 4: Společná témata a faktory rozvoje dlouhodobého vztahu



9.3 Odpovědi na výzkumné otázky

Na základě analýzy výsledků bude v této kapitole odpovězeno na výzkumné otázky.

VO1: *Co ovlivňuje rozhodnutí k započetí komunikace s potenciálním partnerem?*

Jako nejvýznamnější faktor, ovlivňující započetí komunikace, se jeví fyzická atraktivita potenciálního partnera. Zhodnocení fyzické atraktivity probíhá prostřednictvím fotografií uvedených na profilu. Vnímáním atraktivity zvyšují fotografie, které vyjadřují (sdílený) zájem či koníček jedince (např. fotka z výletu do hor). Mezi další proměnné, jež ovlivňují započetí komunikace, patří informace uvedené na profilu jedince, a to především zájmy, vtipná hláška, citát, věk, sociodemografická blízkost, postoj ke kouření a pití alkoholu. Rozhodnutí k započetí komunikace může ovlivňovat také silná motivace k nalezení partnerského vztahu.

VO2: *Jakým způsobem probíhá společná komunikace?*

V počáteční fázi seznamování probíhá komunikace na seznamovací platformě. Postupně se s pozitivním vnímáním potenciálního partnera rozšiřují komunikační kanály. Potenciální partneři nejčastěji celou konverzaci přesouvají na jinou sociální síť a na seznamovací platformě již neinteragují. Zpravidla se jedná o Messenger či Facebook, Instagram a WhatsApp. Partneři si navzájem sdílejí také telefonní číslo. Rozšiřování komunikačních kanálů a kontakt na sociální síť přináší nové informace o druhém a zvyšuje vnímanou atraktivitu. Jiné komunikační kanály a sociální sítě nabízejí také různé formy komunikace. Potenciální partneři využívají nejvíce textovou komunikaci, dále pak hovor, videohovor a hlasové zprávy. V případě hovorů a videohovorů dochází k poznávání nových kvalit (tón hlasu, intonace), které zvyšují intimitu mezi partnery. S rozšířením komunikačních kanálů se zvyšuje frekvence komunikace mezi potenciálními partnery. Denní čas strávený společnou komunikací nelze určit s přesností. Napříč našim výzkumným souborem se jedná o dvě až pět hodin denně.

Jako klíčový faktor rozvoje vztahu se jeví reciprocita komunikace, jež vyjadřuje vyrovnaný dialog, oboustrannost komunikace a její plynulost. Potenciální partneři se střídají v kladení otázek, odpovídají na ně rozsáhle a rozvíjejí své myšlenky. Vyjadřování emocí a pocitů v komunikaci probíhá prostřednictvím emotikonů, emoji smajlíků či přímým vyjádřením pocitů v textu. V některých případech jsou používány gify, obrázky či písničky, texty písní a velká písmena. Vnímáním interpersonální atraktivity potenciálního partnera

podporuje také styl komunikace. Především gramatická správnost textu, obsahová bohatost a smysluplnost sdělení.

VO3: *Jaká témata se v online komunikaci vyskytují?*

Mezi počáteční témata v online komunikaci patří zájmy, studium, práce, rodina, cestování, hudba, aktivity běžného dne, rozebírání filmů a seriálů. Se zvyšující se frekvencí komunikace a větší intimitou komunikace přicházejí také témata plánů do budoucna, vyjasnění očekávání od vztahu, názorové, postojevé a hodnotové otázky. Mezi důvěrná témata patří vyjasnění minulých vztahů, víra a náboženské vyznání, zdravotní stav, sexuální zkušenosti a sexuální očekávání.

VO4: *Jaká je míra důvěrnosti komunikace?*

Komunikace mezi potenciálními partnery je ihned z počátku otevřená a upřímná, avšak postupem času dochází k rozvoji důvěrnějších a intimnějších témat. Také počáteční (seznamovací) témata jsou prohlubována a rozebírána více do detailu. Online komunikace vybízí k většímu sebe-odhalení druhému a napomáhá v procesu vzájemnému poznání. V online komunikaci, na rozdíl od reálného prostředí je jednodušší zeptat se na intimní otázky. Také čas na promyšlení odpovědi hraje významnou roli při její formulaci. Důvěrnost komunikace se prohlubuje s rozšířením komunikačních kanálů a rozvojem různých forem komunikace.

VO5: *Objevuje se fáze solipsistické introjekce v online komunikaci (představy a idealizace partnera, tendence dotváření si partnera na základě svých přání a postojů)?*

Z výsledků analýzy vyplynulo, že poznání jedinců v online prostředí bylo důkladné, proto neměli důvod si partnera dotvářet a nevyskytovala se potřeba vyplňovat „prázdná místa“. Při pozdějším osobním setkání ani u jednoho z respondentů nenastal rozpor mezi očekáváním, jaký potenciální partner bude a realitou. První schůzka potvrdila sympatie, které se vyskytovali v online komunikaci.

VO6: *Kdy jedinci začínají pociťovat, že se chtějí potkat v reálném prostředí a jaké volí strategie, aby se potkali v reálném prostředí?*

Touha setkat se v reálném prostředí je úzce spjata s rozvojem emocionální intimity v online komunikaci. Pocit, že se jedinci s potenciálním partnerem chtějí setkat, přichází do dvou týdnů od prvního kontaktu online. Na tomto pocitu se podílí vzájemnost komunikace, její

smysluplnost a porozumění partnerů. Partneři si otevřeně sdělují, že se chtějí potkat a domlouvají se na schůzce.

VO7: *Jak dlouho trvá, než se partneři potkají v reálném prostředí?*

Prvnímu osobnímu setkání předchází interakce v online prostředí trvající čtyři až osm týdnů.

VO8: *Jsou v té době v jiném vztahu?*

Až na jednu respondentku z našeho výzkumného souboru se jedinci v jiném vztahu nenacházeli. V případě respondentky pomohlo navázání nového vztahu skrze seznamovací platformu, aby se odpoutala od předchozího vztahu. Ve všech případech však partneři na seznamovacích platformách komunikují s více uživateli. S rozvojem důvěrné komunikace a intimity s potenciálním partnerem dochází k přerušení či upozadění ostatních kontaktů.

VO9: *V jakém okamžiku začíná jedinec vnímat vztah jako vážný, závazný?*

Vnímání vztahu jako vážného je přítomno, již při společné komunikaci online, vlivem důvěrných témat v komunikaci. Důvěrnost komunikace, šíře a hloubka poznání potenciálních partnerů se podílí na vzniku emocionální intimity. Emocionální intimita je klíčová pro posun vztahu do reálného prostředí. Vážnost vztahu potvrzuje první setkání. Partnerský vztah jako takový vzniká ze zvyšující se frekvencí osobního setkávání, zpravidla do čtyř týdnů od první schůzky.

Závazek se vyvíjí postupně s trváním vztahu. V počátečních fázích vztahu potvrzuje přítomný závazek vzájemné představení partnerů rodině a přátelům. Závazek dále utváří společné bydlení (přestěhování se za partnerem), plánování společné budoucnosti a loajalita partnerů.

10 DISKUZE

Výzkumným záměrem diplomové práce byla deskripce navazování dlouhodobých partnerských vztahů v prostředí sociálních sítí. Důraz byl kladen na poznání společných témat a faktorů, které mají vliv na vytvoření intimity mezi potenciálními partnery, přenos vztahu do reálného prostředí a jeho následný rozvoj. V této kapitole budeme prezentovat výsledky práce, zjištění zasadíme do širších teoretických souvislostí, poukážeme na limity práce, její přínosy a témata pro další výzkum.

Výsledky analýzy ukázaly na společná témata vyskytující se u všech respondentů. Jednalo se o šest jádrových témat vztahujících se k utváření dlouhodobého vztahu v prostředí sociálních sítí: **sebe prezentace reálného já, pozitivní vnímání potenciálního partnera, intenzivní komunikace, důvěrná komunikace a otevřenost, potvrzení sympatií, intimita a závazek.**

Každé z témat v sobě zahrnuje faktory, jenž mají vliv na rozvoj vztahu do reálného prostředí. Je důležité zmínit, že zjištěná témata úspěšného vytvoření dlouhodobého vztahu se celkem váží ke třem fázím seznamování online – fáze utváření profilu, fáze online interakce potenciálních partnerů a fáze přenosu vztahu do reálného prostředí. Na následujících řádcích budou zjištěné faktory popsány v kontextu vzniklých témat a zasazeny do širších teoretických souvislostí.

Respondenti při utváření profilu na seznamovací platformě prezentovali své reálné já. Reálná sebe prezentace zahrnovala především zařazení aktuální fotografie a informací v popisu profilu, jako je věk, studium, zaměstnání a zájmy. Respondenti uváděli pravdivé informace také ve společné komunikaci s potenciálním partnerem. Důvodem prezentace reálného já byla motivace nalezení dlouhodobého vztahu, pro který je důležitý přenos do reálného prostředí. Při nepravdivé sebe prezentaci by vztah při prvním osobním setkání mohl vyústit ve zklamání a pocit zrady (Wright et al., 2018).

Zjištěné faktory rozvoje úspěšného dlouhodobého vztahu v rámci tématu pozitivní vnímání potenciálního partnera jsou fyzická atraktivita potenciálního partnera, společný zájem, názorová a postojeová podobnost, sociodemografická blízkost, stejný humor, otevřenost a smysluplnost komunikace. Naše zjištění jsou v souladu s realizovanými výzkumy v této oblasti. Hooff (2019) identifikoval faktory, jež mají vliv na rozvoj online

vztahu do reálného prostředí. Jednalo se o atraktivitu a sociodemografickou blízkost. Také z výzkumu Daie a Robbinse (2021) vyplývá, že atraktivita je významný prediktor rozvoje dlouhodobých vztahů. Dále pak humor, inteligence a laskavost a komplimenty ve zprávách.

Intenzivní komunikace mezi partnery zahrnuje vysokou frekvenci komunikace, rozšiřování komunikačních kanálů a forem komunikace, reciprocitu komunikace, vyjadřování emocí a styl komunikace. Denně trávili respondenti společnou interakcí s partnerem dvě až pět hodin. Frekvence komunikace se zároveň zvyšovala s kontakty na další sociální síť. Respondenti si nejčastěji předávali kontakt na Facebook, Messenger, Instagram a WhatsApp. Dle výzkumu Ramireze et al. (2015) kontakt na jiné sociální síť, kde se jedinci prezentují, zvyšuje intimitu mezi partnery. Na sociálních sítích si potenciální partneři vzájemně sdíleli také fotografie. Možnost sdílení fotografií posouvá komunikaci na vyšší úroveň (Finkel et al., 2012). Nejužívanější formou komunikace byla textová. Dále byla využívána telefonní komunikace, videohovory a hlasové zprávy. S vysokou intenzitou komunikace, rozšiřováním sociálních sítí a forem komunikace se u potenciálních partnerů prohlubovala intimita. Naše zjištění jsou v souladu s výsledky výzkumu Machfudze et al. (2021). Autoři uvádějí, že vysoká intenzita textové komunikace je základním aspektem rozvoje dlouhodobého vztahu.

Mezi partnery probíhala reciproční komunikace, což znamená přiměřený dialog v komunikaci, pravidelné odepisování a rozvíjení odpovědí na otázky. Vyjadřování emocí probíhало skrze emotikony a emoji smajlíky, přímým vyjadřováním emocí v textu či telefonním hovoru, skrze gify, velká písmena, písničky a texty písniček. Uvedené faktory, jež byly některé identifikovány i ve výzkumu Ranziniho et al. (2022), zvyšují atraktivitu a vnímanou intimitu mezi partnery. Využívání emotikonů a emoji smajlíků také podporuje pozitivní emoce (Wu et al., 2021). Jako další důležitý faktor rozvoje vztahu byl identifikován styl komunikace, který zahrnuje smysluplnost sdělení, srozumitelnost a gramatickou správnost textu. Uvedené faktory, které nalézáme v online komunikaci, zvyšují vnímanou atraktivitu potenciálního partnera a prohlubují intimitu. Také Wallace (2015) ve své publikaci uvádí, že zacházení s textem, především správné použití gramatických, lexikálních a pravopisných pravidel, zvyšuje vnímanou atraktivitu potenciálního partnera.

Dalšími zjištěnými faktory rozvoje vztahu je důvěrná komunikace a otevřenost. Výsledky ukazují na upřímnost v komunikaci a sdílení intimních témat, jako je vyjasnění minulých vztahů, víry a náboženského vyznání, zdravotního stavu, hodnot, názorů, postojů, sexuálních zkušeností a sexuálního očekávání. Témata jsou zároveň prohlubována se

zvyšující se frekvencí komunikace. Online prostředí, především online disinhibiční efekt v textové komunikaci podporuje větší otevřenost a uvolněnost komunikace a vyjadřuje odložení zábrán (Suler, 2004). Také výsledky našeho výzkumu ukazují na uvolněnost a plynulost komunikace.

Osobní setkání respondentů proběhlo zhruba po měsíci (v jednom případě po dvou měsících) od prvního kontaktu online. Touha po osobním setkání je přítomna zpravidla dříve. Návrh na setkání s online komunikací vyplývá z reciproční komunikace a pozitivního vnímání potenciálních partnerů. Finkel et al. (2012) zdůrazňují, že uplynulá doba mezi počáteční interakcí online a interakcí tváří v tvář je pro navázání dlouhodobého vztahu důležitá. Jedinci, kteří s první schůzkou čekají příliš dlouho, riskují vytvoření idealizovaných dojmů o druhém partnerovi (Ramirez et al., 2015). Napříč našim souborem pravděpodobně nedošlo k vytvoření idealizovaných představ o potenciálním partnerovi, jelikož při první schůzce nenastal rozpor mezi očekáváním, jaký partner bude a tím, jaký opravdu byl.

Na vytvoření intimity mezi partnery mají vliv všechna výše uvedená zjištěná témata a faktory. Výzkum Shrabihho a Timmermanse (2021) poukazuje na fakt, že setrvání na seznamovací platformě i přes trvajícím vztah vede ke zvažování možných alternativních partnerů a snižuje míru závazku ve stávajícím vztahu. Z našeho výzkumu vyplývá, že s rozvojem intimity v online komunikaci respondenti ukončují nebo upozaďují ostatní kontakty na seznamovací platformě a soustředí se pouze na komunikaci s partnerem. K úplnému smazání aplikace dochází buďto ve chvíli přesunutí se na jinou sociální síť nebo po první schůzce s partnerem. Po přenosu vztahu do reálného prostředí dochází u respondentů k utvoření partnerského vztahu. Časově lze mluvit o dvou až šesti týdnech od prvního osobního setkání. Rozvoj závazku je spjat se vzájemným představením partnerů rodině a přátelům, plánováním společné budoucnosti, důvěrou, loajalitou, společným bydlením, investicí do vztahu a plánováním rodiny. Dle Matějkové (2009) se vztah emocionálně prohlubuje a dochází k větší angažovanosti ve vztahu s poznáváním rodiny a přátel partnera a zvažováním společné budoucnosti.

10.1 Limity práce

Cíle výzkumu byly dle našeho názoru naplněny. Avšak k výsledkům analýzy je nutno přistupovat kriticky, proto nyní uvedeme limity práce.

Prvním limitem práce je nejednotnost v provedení rozhovorů, tedy kombinace osobních rozhovorů a online rozhovorů. V online prostředí rozhovory trvaly delší dobu, jelikož byli respondenti o něco sdílnější než v osobním kontaktu. Delší trvání rozhovoru však mohlo být ovlivněno častějším doptáváním se na správnost pochopení výpovědí. V online komunikaci byl zároveň kontakt omezen pouze na pozorování obličeje a pohyby rukou, kdežto v osobním kontaktu mohl být člověk vnímán v celé své celistvosti.

Samotná metoda zpracování dat IPA zkoumá subjektivní zkušenost respondentů s fenoménem. Vzhledem k použité metodě a také malé velikosti výzkumného souboru nelze proto plně zobecňovat výsledky práce. Uvedené výsledky bychom proto měli vnímat jako ukázkou možností, jak může proces seznamování skrze sociální sítě probíhat.

Považujeme za důležité podotknout, že v rozhovorech se vyčlenila další témata, která však vzhledem k cílům práce a výzkumným otázkám nejsou v prezentaci výsledků uvedena. Téma navazování dlouhodobých vztahů skrze sociální sítě je mnohem obsáhlejší a širší a tato práce ho zdaleka celé nepokrývá.

Vliv na výzkum má i osobnost a zaujetí výzkumníka, který při kvalitativním výzkumu vstupuje nejen do interakce s účastníky, ale i do procesu zpracování získaných dat. Ačkoliv se výzkumník snažil přistupovat k práci nestranně a svou zkušenost s tématem reflektoval, nelze úplně vyloučit jeho vliv na respondenty ani na následné zpracování dat.

10.2 Přínos práce a témata pro další výzkum

Hlavním přínosem práce je pochopení procesu seznamování skrze sociální sítě v případě přítomnosti motivace k nalezení dlouhodobého vztahu. Výsledky práce pomáhají objasnit chování v online prostředí, jež má za následek přenos vztahu do reálného prostředí a jeho následný rozvoj. Práce tak může být přínosem pro partnerské poradenské psychology či jiné odborníky, jež se zabývají mezilidskými vztahy a jejich utvářením. Zároveň práci vnímáme jako formu rozšíření povědomí o online seznamování v České republice a podklad pro další bádání.

Dalším badatelům bychom doporučili rozšířit práci o porovnání seznamovacích strategií u mužů a žen a také napříč různými sexuálními orientacemi. Jako žádoucí považujeme také další zkoumání proměnných, jež se objevují ve fázi přenosu vztahu do reálného prostředí, konkrétně schopnost jedinců navázat na předchozí témata v konverzaci, schopnost přijmout fyzickou existenci partnera a psychické zpracování prvního setkání.

Jako další zajímavý výzkumný záměr se jeví porovnání spokojenosti, závazku a investic ve vztazích vzniklých online a vztazích, které vznikly v reálném prostředí. V neposlední řadě by bylo přínosné kvantitativně zmapovat rozličné motivy uživatelů seznamovacích aplikací v českém prostředí.

11 ZÁVĚR

Na základě výsledků výzkumu stanovujeme zjištění, jež mají vliv na rozvoj dlouhodobého partnerského vztahu vzniklého v prostředí sociálních sítí:

- Respondenti s motivací k navázání dlouhodobého vztahu se na seznamovací platformě prezentují reálně a upřímně. Na profilu uvádějí aktuální fotografie a informace (věk, studium, zaměstnání, zájmy). Pravdivé informace uvádějí také v online komunikaci s potenciálním partnerem.
- Na pozitivní vnímání potenciálního partnera má vliv fyzická atraktivita, společný zájem, názorová a postojeová podobnost, sociodemografická blízkost, humor, otevřenost a smysluplnost komunikace.
- Intenzivní komunikace online je základním aspektem rozvoje dlouhodobého vztahu. Zahrnuje vysokou frekvenci komunikace (dvě a více hodin denně), rozšiřování komunikačních kanálů (Facebook, Messenger, Instagram, WhatsApp), různé formy komunikace (textová, telefonická, videohovor, hlasové zprávy), reciprocitu komunikace, vyjadřování emocí v komunikaci (emotikony, slovní vyjádření pocitů) a styl komunikace (gramatická správnost textu, smysluplnost sdělení).
- Důvěrná komunikace a otevřenost v komunikaci se podílí na rozvoji emocionální intimity mezi partnery, jež má za následek přenos vztahu do reálného prostředí.
- V online komunikaci dochází k odložení zábran a ke sdílení osobních a intimních témat a vzájemnému sebe-odhalení partnerů.
- S rozvojem intimity mezi potenciálními partnery dochází k ukončení nebo upozadění ostatních kontaktů na seznamovacích platformách.
- Osobní setkání partnerů probíhá po čtyřech až osmi týdnech interakce online.
- Na potvrzení sympatií při prvním setkání má vliv shoda mezi očekáváním, jaký partner bude a tím, jaký doopravdy je.
- K utvoření partnerského vztahu mezi partnery dochází po dvou až šesti týdnech od prvního osobního setkání.
- Rozvoj závazku mezi partnery je spjat s představením partnera rodině a přátelům, loajalitou a plánováním společné budoucnosti.

12 SOUHRN

V diplomové práci se zabýváme navazováním dlouhodobých partnerských vztahů skrze sociální sítě. Práci rozdělujeme na teoretickou a empirickou část.

Teoretická část je tematicky rozdělena do čtyř hlavních kapitol. V první kapitole definujeme dlouhodobé partnerské vztahy s důrazem na partnerské vztahy v mladé dospělosti, na které se tato práce zaměřuje. Dlouhodobé partnerské vztahy vymezujeme jako sdílení života dvou jedinců, které je provázeno blízkostí, přitažlivostí, sdílením intimity a vědomím určité míry odpovědnosti (Hartl & Hartlová, 2015). Blíže rozebíráme také specifika partnerských vztahů, jako je důvěra, intimita a spokojenost.

Druhá kapitola pojednává o seznamování v kontextu internetové komunikace. Internetová komunikace je totiž klíčová pro zprostředkování vztahu mezi potenciálními partnery. V kapitole uvádíme specifika internetové komunikace, jako je například online disinhibiční efekt, jež vyjadřuje odložení zábran, překonání ostychu a napomáhá otevřené a uvolněné komunikaci (Suler, 2004). Zabýváme se také jazykovými proměnami v komunikaci a způsobem komunikace generace Y, do které spadají dnešní mladí dospělí.

Kapitola třetí se zaměřuje na psychologické aspekty online seznamování, především na motivaci k online seznamování, věkové a odlišnostmi, odlišnostmi mezi muži a ženami, sebe prezentaci a vliv atraktivity. Na psychologické aspekty opět poukazujeme z hlediska generace Y a uvádíme také strategie přenosu vztahu z online do reálného prostředí.

Poslední kapitola teoretické části shrnuje výzkumy v oblasti seznamování online se zaměřením na seznamování skrze mobilní seznamovací aplikace. Uvedenými výzkumy se snažíme čtenáři přiblížit motivy k užívání seznamovacích platforem a proměnné, jež mají za následek rozvoj emocionální intimity mezi potenciálními partnery. Uvedme, že klíčová je atraktivita, pozitivní vlastnosti partnera, vysoká intenzita textové komunikace, sdílení společných zájmů a společná témata, o kterých mohou partneři hovořit (Machfudz et al., 2021; Dai & Robbins, 2001).

Empirická část práce pojednává o výzkumném záměru práce a výsledcích výzkumu. Pro výzkumný záměr diplomové práce byl zvolen kvalitativní design. Cílem práce byla deskripce navazování dlouhodobých partnerských vztahů v prostředí sociálních sítí. Práce si

dále kladla za cíl prozkoumat společná témata a faktory, jež mají vliv na vytvoření intimity mezi potenciálními partnery, převod vztahu do reálného prostředí a rozvoj dlouhodobého partnerského vztahu. Data byla získávána polostrukturovanými rozhovory. Respondenti do výzkumu byli vybíráni záměrným výběrem dle stanovených kritérií výběru a dále dle míry blízkosti a intimity ve vztahu, kterou jsme měřili pomocí škály IOS (Aron et al., 1992). K následným rozhovorům byli pozváni respondenti, kteří hodnotili překrytí, tj. vnímanou blízkost vztahu jako silně se překrývající, velmi silně se překrývající a nejvíce se překrývající. Před samotnými rozhovory byl realizován jeden zkušební rozhovor, který se zaměřoval na vyzkoušení celého postupu. Tento rozhovor nebyl zařazen do analýzy.

Rozhovory s respondenty probíhaly buďto osobně na Katedře psychologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého nebo online skrze platformu Google Meet v měsíci listopadu, prosinci a lednu akademického roku 2021/2022. Doba trvání rozhovoru se pohybovala od 1 do 1,5 hodiny. Celkově se do výzkumu přihlásilo 18 respondentů, po vyhodnocení škály IOS měřící blízkost a intimitu ve vztahu bylo vybráno deset respondentů k realizaci rozhovoru. Do konečné analýzy bylo zařazeno osm rozhovorů. Výzkumný soubor zahrnuje čtyři muže a čtyři ženy ve věku 25–30 let.

Získaná data byla doslovně přepsána do textové podoby a analyzována metodou interpretativní fenomenologické analýzy, formou tužka – papír. U jednotlivých rozhovorů probíhalo kódování a následné hledání nadřazených témat. Vzhledem k individuální povaze prožité zkušenosti každého respondenta jsme data prezentovali formou případových studií doplněných o přímá vyjádření. V další fázi jsme popsali společná témata vyskytující se napříč případovými studii.

Z analýzy vzešlo šest základních témat, v jejichž rámci popisujeme faktory navázání a rozvoje dlouhodobého partnerského vztahu v prostředí sociálních sítí. Témata se vztahují ke třem základním fázím online seznamování – fázi utváření profilu, fázi vzájemné online interakce partnerů a fázi přenosu vztahu do reálného prostředí.

Fáze utváření profilu v sobě zahrnuje téma *sebeprezentace reálného já*. Všichni respondenti uvedli, že se na seznamovací platformě i v následné komunikaci s partnerem prezentovali reálně a upřímně.

Ve fázi vzájemné komunikace se objevují témata *pozitivní vnímání potenciálního partnera, intenzivní komunikace, důvěrnost a otevřenost komunikace*. Vliv na pozitivní vnímání partnera měla fyzická atraktivita, společný zájem, názorová a postojová podobnost,

sociodemografická blízkost, stejný humor, otevřenost a smysluplnost komunikace. Intenzivní komunikace zahrnovala vysokou frekvenci komunikace, rozšiřování komunikačních kanálů a forem komunikace, reciprocitu komunikace, vyjadřování pocitů a emocí v komunikaci a vhodný styl komunikace. Na rozvoji emocionální intimity, díky které docházelo k přání partnerů potkat se v reálném prostředí, se podílela důvěrnost a otevřenost komunikace. Respondenti uváděli, že v komunikaci docházelo k odložení zábran, sdílení osobních a intimních témat a vzájemnému sebe-odhalení. S rozvojem intimity mezi partnery docházelo k ukončení nebo upozadění ostatních kontaktů na seznamovacích platformách.

Fáze přenosu vztahu do reálného prostředí obsahuje témata *potvrzení sympatií a intimity, závazek*. Na potvrzení vzájemných sympatií partnerů při prvním osobním setkání měla vliv shoda mezi očekáváním, jaký partner bude a tím, jaký doopravdy byl. Rozvoj závazku mezi partnery byl spjat s představením partnera rodině a přátelům, loajalitou a plánováním společné budoucnosti.

Jsme si vědomi toho, že náš výzkum přináší řadu omezení a limitů. Vytknout bychom měli především nejednotnost provedení rozhovorů, tedy kombinaci osobních rozhovorů a online rozhovorů. Samotná metoda zpracování dat IPA zkoumá subjektivní zkušenost respondentů, proto nelze výsledky práce plně zobecňovat. Výsledky nelze zobecnit také z důvodu velikosti našeho výzkumného souboru. Ačkoliv je pro metodu IPA osm respondentů adekvátní vzorek, větší výzkumný soubor by přinesl větší podložení zkoumaného fenoménu. Je také nutné podotknout, že v rámci analýzy rozhovorů se vyčlenila další témata, která však vzhledem k výzkumným cílům práce nejsou ve výsledcích prezentována. Dalším limitem práce je působení osobnosti výzkumníka na respondenty, které u kvalitativního výzkumu nelze plně potlačit.

Přínosy práce spatřujeme v rozšíření povědomí o procesu navazování dlouhodobých partnerských vztahů v online prostředí. Zjištěné poznatky mohou v praxi posloužit partnerským poradenským psychologům či jiným odborníkům, jež se zabývají mezilidskými vztahy. Závěrem uvedme, že téma navazování dlouhodobých vztahů skrze sociální síť je velmi široké a tato práce jej pokrývá pouze z části. Budeme rádi, když práce poslouží jako podklad k dalšímu bádání.

Literatura

- Abramova, O., Baumann, A., Krasnova, H., & Buxmann, P. (2016). Gender differences in online dating: what do we know so far? A systematic literature review. In 2016 49th *Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)* (s. 3858-3867). IEEE.
- Albury, K., & Byron, P. (2016). Safe on my phone? Same-sex attracted young people's negotiations of intimacy, visibility, and risk on digital hook-up apps. *Social Media+ Society*, 2(4), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2056305116672887>
- Alexopoulos, C., Timmermans, E., & McNallie, J. (2020). Swiping more, committing less: Unraveling the links among dating app use, dating app success, and intention to commit infidelity. *Computers in Human Behavior*, 102, 172-180. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.009>
- Aron, A., Aron, E. N., & Smollan, D. (1992). Inclusion of other in the self scale and the structure of interpersonal closeness. *Journal of personality and social psychology*, 63(4), 596-612. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.4.596>
- Aron, A., Norman, C. C., & Aron, E. N. (2001). Shared self-expanding activities as a means of maintaining and enhancing close romantic relationships. In *Close romantic relationships* (s. 55-74). Psychology Press.
- Aube, J., & Koestner, R. (1995). Gender characteristics and relationship adjustment: Another look at similarity-complementarity hypotheses. *Journal of Personality*, 63(4), 879-904. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1995.tb00319.x>
- Banmen, J., & Maki-Banmen, K. (2009). *Práce s páry s použitím transformační systemické terapie podle Virginie Satirové*. Institut V. Satirové v ČR.
- Bauman, Z. (2013). *Tekutá láska*. Academia.
- Bauman, Z. (2020). *Tekutá modernita*. Portál.
- Bernhard, L. A. (2002). Sexuality and sexual health care for women. *Clinical Obstetrics and Gynecology*, 45(4), 1089-1098.
- Blackhart, G. C., Fitzpatrick, J., & Williamson, J. (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in human behavior*, 33, 113-118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.022>
- Blossfeld, H. P., & Schmitz, A. (2011). Introduction to the special issue 'Online dating: social innovation and a tool for research on partnership formation'. *Zeitschrift für Familienforschung*, 23(3), 263-266.

- Bonilla-Zorita, G., Griffiths, M. D., & Kuss, D. J. (2021). Online dating and problematic use: A systematic review. *International journal of mental health and addiction*, 19(6), 2245-2278. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00318-9>
- Brand, R. J., Bonatsos, A., D’Orazio, R., & DeShong, H. (2012). What is beautiful is good, even online: Correlations between photo attractiveness and text attractiveness in men’s online dating profiles. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 166-170. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.023>
- Brehm, S. S., Kassin, S., & Fein, S. (2005). *Social psychology* (6. vydání). Houghton Mifflin.
- Breslow, A. S., Sandil, R., Brewster, M. E., Parent, M. C., Chan, A., Yucel, A., Bensmiller, & N., Glaeser, E. (2020). Adonis on the apps: Online objectification, self-esteem, and sexual minority men. *Psychology of Men & Masculinities*, 21(1), 25. <http://dx.doi.org/10.1037/men0000202>
- Brons, A., Liefbroer, A. C., & Ganzeboom, H. B. (2021). Parental socioeconomic status and the timing of first marriage: What is the role of unmarried cohabitation? Results from a cross-national comparison. *Demographic Research*, 45, 469-516. <https://doi.org/10.4054/DemRes.2021.45.15>
- Brown, S. (2000). The Effect of Union Type on Psychological Well-Being: Depression Among Cohabitors Versus Marrieds. *Journal of Health and Social Behavior*, 41(3), 241-255. <https://doi.org/10.2307/2676319>
- Castro, Á., & Barrada, J. R. (2020). Dating apps and their sociodemographic and psychosocial correlates: A systematic review. *International journal of environmental research and public health*, 17(18), 6500. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186500>
- Clemens, C., Atkin, D., & Krishnan, A. (2015). The influence of biological and personality traits on gratifications obtained through online dating websites. *Computers in Human Behavior*, 49, 120-129. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.058>
- Coduto, K. D., Lee-Won, R. J., & Baek, Y. M. (2020). Swiping for trouble: Problematic dating application use among psychosocially distraught individuals and the paths to negative outcomes. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(1), 212-232. <https://doi.org/10.1177/0265407519861153>
- Combes, B. (2008). The Net Generation: Tech-savvy or lost in virtual space?. In *IASL Annual Conference Proceedings* (s.1-17). International Association of School Librarianship. <https://doi.org/10.29173/iasl7966>
- Conner, C. T. (2019). The gay gayze: Expressions of inequality on Grindr. *The Sociological Quarterly*, 60(3), 397-419. <https://doi.org/10.1080/00380253.2018.1533394>

- Couch, D., & Liamputtong, P. (2008). Online dating and mating: The use of the internet to meet sexual partners. *Qualitative Health Research*, 18(2), 268-279. <https://doi.org/10.1177/1049732307312832>
- Couch, L. L., & Jones, W. H. (1997). Measuring levels of trust. *Journal of research in personality*, 31(3), 319-336. <https://doi.org/10.1006/jrpe.1997.2186>
- Curry, D. (2022). *Dating app revenue and usage statistics*. Získáno 21. 2. 2022 z: <https://www.businessofapps.com/data/dating-app-market/>
- D'Angelo, J. D., & Toma, C. L. (2017). There are plenty of fish in the sea: the effects of choice overload and reversibility on online daters' satisfaction with selected partners. *Media Psychology*, 20(1), 1–27. <http://dx.doi.org/10.1080/15213269.2015.1121827>
- Dai, M., & Robbins, R. (2021). Exploring the influences of profile perceptions and different pick-up lines on dating outcomes on tinder: An online experiment. *Computers in human behavior*, 117. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106667>
- David, G., & Cambre, C. (2016). Screened intimacies: Tinder and the swipe logic. *Social media+ society*, 2(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305116641976>
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure*. Sage.
- Derlega, V. J., & Berg, J. H. (1987). *Self-disclosure: Theory, research, and therapy*. Springer Science & Business Media.
- Diamond, L. M. (2004). Emerging perspectives on distinctions between romantic love and sexual desire. *Current directions in psychological science*, 13(3), 116-119. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2004.00287.x>
- Divínová, R. (2005). *Cybersex: forma internetové komunikace*. Triton.
- Dorman, S. M. (2000). Implications of growing up digital. Review of Tapscott's Growing up digital. *The Journal of School Health*, 70(10), 420-422. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1746-1561.2000.tb07232.x>
- Drouin, M., Miller, D. A., Dibble, J. L. (2014). Ignore your partners' current Facebook friends; beware the ones they add! *Computers in Human Behavior* 35, 483–488. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.032>
- Dryer, D. C., & Horowitz, L. M. (1997). When do opposites attract? Interpersonal complementarity versus similarity. *Journal of personality and social psychology*, 72(3), 592-603. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.72.3.592>
- Dush, C. M. K., & Amato, P. R. (2005). Consequences of Relationship Status and Quality for Subjective Well-being. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22(5), 607-627. <https://doi.org/10.1177/0265407505056438>

- Eastwick, P. W., Keneski, E., Morgan, T. A., McDonald, M. A., & Huang, S. A. (2018). What do short-term and long-term relationships look like? Building the relationship coordination and strategic timing (ReCAST) model. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(5), 747-781. <http://dx.doi.org/10.1037/xge0000428>
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Erikson, E. H. (2002). *Dětství a společnost*. Argo.
- Fauré, C. (2015). *Jak přežít nevěru: a zůstat spolu*. Portál.
- Festinger, L., Pepitone, A., & Newcomb, T. (1952). Some consequences of deindividuation in a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47(2), 382-389. <https://doi.org/10.1037/h0057906>
- Fielder, R. L., Walsh, J. L., Carey, K. B., & Carey, M. P. (2013). Predictors of sexual hookups: A theory-based, prospective study of first-year college women. *Archives of Sexual Behavior*, 42(8), 1425-1441. <https://doi.org/10.1007/s10508-013-0106-0>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3-66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Fiore, A. T., Taylor, L. S., Zhong, X., Mendelsohn, G. A., & Cheshire, C. (2010). Who's right and who writes: People, profiles, contacts, and replies in online dating. In 2010 43rd *Hawaii International Conference on System Sciences* (s. 1-10). IEEE.
- Fischer, B., & Herbert, C. (2021). Emoji as Affective Symbols: Affective judgments of emoji, emoticons and human faces varying in emotional content. *Frontiers in Psychology*, 12, Článek 1019. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.645173>
- Frejhart, B. K., Sears, M. A., & Meston, C. M. (2020). Relational and Interpersonal Predictors of Sexual Satisfaction. *Current Sexual Health Reports*, 12, 136-142. <https://doi.org/10.1007/s11930-020-00260-w>
- Fromm, E. (2015). *Umění milovat*. Portál.
- Gane, M. (2005). Gender differences in online dating: An investigation of vulnerability and deception. In *Annual meeting* (s. 1-13). American Sociological Association
- Gerlach, K. C. (2021). *Romantic Relationships and Well-being in an Era of Online Dating: How Commitment and Satisfaction in Relationships are Associated with Well-being* [Bakalářská diplomová práce, University of Twente]. Informační systém University of Twente. <http://essay.utwente.nl/86640/>

- Giddens, A. (2010). *Důsledky modernity* (3. vydání). Sociologické nakladatelství.
- Groom, C. J., & Pennebaker, J. W. (2005). The language of love: Sex, sexual orientation, and language use in online personal advertisements. *Sex roles: A Journal of Research*, 52(7-8), 447-461. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-3711-0>
- Gudelunas, D. (2012). There's an app for that: The uses and gratifications of online social networks for gay men. *Sexuality & Culture*, 16(4), 347-365. <https://doi.org/10.1007/s12119-012-9127-4>
- Hall, J. A., Park, N., Song, H., & Cody, M. J. (2010). Strategic misrepresentation in online dating: The effects of gender, self-monitoring, and personality traits. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(1), 117-135. <https://doi.org/10.1177/0265407509349633>
- Hance, M. A., Blackhark, G., & Dew, M. (2018). Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of online dating sites. *Journal of Social Psychology*, 168(4), 421-429. <https://doi.org/10.1080/00224545.2017.1389684>
- Hancock, J. T., Toma, C., & Ellison, N. (2007). The truth about lying in online dating profiles. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems* (s. 449-452). Association for Computer Machinery.
- Hartl, P., & Hartlová, H. (2015). *Psychologický slovník* (3. vydání). Portál.
- Haubertová, D., & Slaměnik, I. (2013). Intimita jako jeden ze základních znaků těsných vztahů. *Psychologie pro praxi*, 48, 9-23.
- Heller, P. E., & Wood, B. (1998). The process of intimacy: similarity, understanding and gender. *Journal of Marital and Family Therapy*, 24(3), 273-288. <https://doi.org/10.1111/j.1752-0606.1998.tb01085.x>
- Hewstone, M., & Stroebe, W. (2006). *Sociální psychologie*. Portál.
- Hladíková, V. (2018). Transformation of Thinking and Education under the Influence of Internet Communication. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 8(1), 99-103.
- Holmes, J. G., & Rempel, J. K. (1989). Trust in close relationships. In C. Hendrick (Ed.) *Close Relationships: Review of personality and social psychology* (10. vydání, s. 187-220). Sage.
- Homans, G. C. (1961). *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. Harcourt, Brace and World, Inc.
- Hooff, J. V. (2019). Swipe right? Tinder, commitment and the commercialisation of intimate life. In *Romantic Relationships in a Time of 'Cold Intimacies'* (s. 109-127). Palgrave Macmillan.

- Horská, B., Lásková, A., & Ptáček, L. (2010). *Internet jako cesta pomoci: internetové poradenství pro pomáhající profese*. Sociologické nakladatelství.
- Champagne, E. (2008). Girlfriend in a comma: Romancing on the internet. *New Media & Society*, 10(1), 159-166. <https://doi.org/10.1177/1461444807085383>
- Chan, E. T., & Tang, M. J. (2022). Self-Presentation and Social Anxiety on Facebook. In 6th *International Congress on Information and Communication Technology* (s. 29-39). Springer.
- Chin, K. Eldelstein, R. S., & Vernon, P. A. (2019). Attached to dating apps: Attachment orientations and preferences for dating apps. *Mobile Media and Communication*, 7(1), 41-59. <https://doi.org/10.1177/2050157918770696>
- Choi, E. P., Wong, J. Y., Lo, H. H., Wong, W., Chio, J. H., & Fong, D. Y. (2017). Association between using smartphone dating applications and alcohol and recreational drug use in conjunction with sexual activities in college students. *Substance Use & Misuse*, 52(4), 422-428. <https://doi.org/10.1080/10826084.2016.1233566>
- Jin, S. V., & Martin, C. (2015). “A Match Made... Online?” The Effects of User-Generated Online Dater Profile Types (Free-Spirited Versus Uptight) on Other Users' Perception of Trustworthiness, Interpersonal Attraction, and Personality. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(6), 320-327. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0564>
- Joinson, A. N. (2007). Disinhibition and the Internet. In J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications* (s. 75–92). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-012369425-6/50023-0>
- Kalmbach, D. A., Ciesla, J. A., Janata, J. W., & Kingsberg, S. A. (2015). The validation of the female sexual function index, male sexual function index, and profile of female sexual function for use in healthy young adults. *Archives of sexual behavior*, 44(6), 1651-1662. <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0334-y>
- Kaspersky Daily (2021). *Love in an algorithmic age*. Získáno 2. 2. 2022 z: <https://www.kaspersky.com/blog/dating-report-2021/>
- Kaye, L. K., Wall, H. J., & Malone, S. A. (2016). “Turn that frown upside-down”: A contextual account of emoticon usage on different virtual platforms. *Computers in Human Behavior*, 60, 463–467. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.088>
- Kelley, H. H. (1979). *Personal relationships: Their structures and processes*. Hillsdale, Lawrence Erlbaum.
- Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. John Wiley & Sons.

- Kisilevich, S., & Last, M. (2010). Exploring gender differences in member profiles of an online dating site across 35 countries. In *Analysis of Social Media and Ubiquitous Data* (s. 57-78). Springer.
- Kopecký, K. (2007). *Moderní trendy v e-komunikaci*. Hanex.
- Koutná Kostínková, J., & Čermák, I. (2013). Interpretativní fenomenologická analýza. In T. Řiháček, I. Čermák, R. Hytych, a kol. (2013). *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy k analýze textu*. Masarykova univerzita.
- Kramer, R. M. (1999). Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions. *Annual review of psychology*, 50(1), 569-598. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.50.1.569>
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?. *American psychologist*, 53(9), 1017-1031. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.53.9.1017>
- Kulikova, T. I., Maliy, D. V., Stepanova, N. A., & Filippova, S. A. (2018). Internet Communication as a Factor of Psychological Challenges among Student Youth. *European Journal of Contemporary Education*, 7(3), 521–530.
- Kuric, J. (2001). *Ontogenetická psychologie*. Akademické nakladatelství CERM.
- Lai, C. Y., & Yang, H. L. (2016). Determinants and consequences of Facebook feature use. *New Media & Society*, 18(7), 1310-1330. <https://doi.org/10.1177/1461444814555959>
- Langmeier, J., & Krejčířová, D. (2006). *Vývojová psychologie*. Grada.
- Lantagne, A., & Furman, W. (2017). Romantic relationship development: The interplay between age and relationship length. *Developmental Psychology*, 53(9), 1738–1749. <https://doi.org/10.1037/dev0000363>
- Lawson, H. M., & Leck, K. (2006). Dynamics of internet dating. *Social Science Computer Review*, 24(2), 189-208. <https://doi.org/10.1177/0894439305283402>
- Lawson, H. M., & Leck, K. (2013). Dating on the Internet. In *The Routledge Companion to Digital Consumption* (s. 200-212). Routledge.
- Le Bon, G. (1997). *Psychologie davu*. Kra. (Původně vydáno 1895)
- Lehnart, J., Neyer, F. J., & Eccles, J. (2010). Long-term effects of social investment: The case of partnering in young adulthood. *Journal of Personality*, 78, 639–669. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00629.x>

- Lo, S. K., Hsieh, A. Y., & Chiu, Y. P. (2013). Contradictory deceptive behavior in online dating. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1755-1762. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.010>
- Luo, S., & Zhang, G. (2009). What leads to romantic attraction: Similarity, reciprocity, security, or beauty? Evidence from a speed-dating study. *Journal of personality*, 77(4), 933-964. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2009.00570.x>
- Madden, M., Lenhart, A. Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., & Beaton, M. (2013). Teens, Social Media, and Privacy. *Pew Research Center*, 21(1055), 2-86. Získáno 28. 2. 2022 z: <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>
- Machfudz, F. S., Boer, R. F., & Wongso, N. (2021). Cyberintimacy Involvement on Building Emotional Intimacy in Close Relationship on Indonesian Tinder Users. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 256-264. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v6i2.557>
- Matějková, E. (2009). *Řešíme partnerské problémy*. Grada.
- Morgan, J. (2008) Blogs, wikis increase fund firms' collaboration. *Money Management Executive*, 16(44), 1-8.
- Musil, J. (2003). *Elektronická média v informační společnosti*. Votobia.
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of abnormal child psychology*, 43(8), 1427-1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Novák, T. (2013). *Pozitivně na manželství*. Grada.
- Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). Is it age or IT: First steps toward understanding the net generation. *Educating the net generation*, 2(1-2), 1-20.
- Orosz, G., Tóth-Király, I., Bőthe, B., & Melher, D. (2016). Too many swipes for today: The development of the Problematic Tinder Use Scale (PTUS). *Journal of Behavioral Addictions*, 5(3), 518-523. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.016>
- Parisi, L., & Comunello, F. (2020). Dating in the time of “relational filter bubbles”: Exploring imaginaries, perceptions and tactics of Italian dating app users. *The Communication Review*, 23(1), 66-89. <https://doi.org/10.1080/10714421.2019.1704111>
- Park, Y., Impett, E. A., & MacDonald, G. (2021). Singles' sexual satisfaction is associated with more satisfaction with singlehood and less interest in marriage. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 47(5), 741-752. <https://doi.org/10.1177/0146167220942361>

- Perrett, D., Penton-Voak, I. S., Little, A. C., Tiddeman, B. P., Burt, D. M., Schmidt, N., Oxley, R., Kinloch, N., & Barrett, L. (2002). Facial attractiveness judgements reflect learning of parental age characteristics. *Proceedings of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 269(1494), 873-880. <https://doi.org/10.1098/rspb.2002.1971>
- Potarca, G. (2020). The demography of swiping right. An overview of couples who met through dating apps in Switzerland. *PloS One*, 15(12), Článek e0243733. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243733>
- Prager, K. J., & Roberts, L. (2004). Deep Intimate Connection: Self and Intimacy in Couple Relationships. In Mashek, D. & Aron, A. (Eds.) *The Handbook on Closeness and Intimacy* (s. 53-70). Lawrence-Erlbaum.
- Praško, J. (2005). *Asertivita v partnerství*. Grada.
- Pronk, T. M., & Denissen, J. J. (2020) A Rejection Mind-set: Choice Overload in Online Dating. *Social Psychological and Personality Science* 11(3), 388–396. <https://doi.org/10.1177/1948550619866189>
- Ramirez Jr., A., & Wang, Z. (2008). When online meets offline: An expectancy violations theory perspective on modality switching. *Journal of Communication*, 58(1), 20–39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00372.x>
- Ramirez, A., Sumner, E. M., Fleuriet, C., & Cole, M. (2015). When online dating partners meet offline: The effect of modality switching on relational communication between online daters. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(1), 99-114. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12101>
- Ramirez, Jr., A., & Zhang, S. (2007). When online meets offline: The effect of modality switching on relational communication. *Communication Monographs*, 74(3), 287–310. <https://doi.org/10.1080/03637750701543493>
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80-101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Ranzini, G., Rosenbaum, J. E., & Tybur, J. M. (2022). Assortative (online) dating: Insights into partner choice from an experimental dating app. *Computers in Human Behavior*, 127, 1-7, Článek 107039. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107039>
- Raslie, H. (2021). Gen Y and Gen Z Communication Style. *Studies of Applied Economics*, 39(1), 1-18. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i1.4268>

- Reese-Weber, M. (2015). Intimacy, communication, and aggressive behaviors: Variations by phases of romantic relationship development. *Personal Relationships*, 22(2), 204–215. <https://doi.org/10.1111/pere.12074>
- Reis, H. T., & Patrick, B. C. (1996). Attachment and intimacy: Component processes. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (s. 523–563). The Guilford Press.
- Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in close relationships. *Journal of personality and social psychology*, 49(1), 95-112. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.1.95>
- Rusbult, C. E. (1983). A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual involvements. *Journal of personality and social psychology*, 45(1), 101-117. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.1.101>
- Rusbult, C. E., & Buunk, B. P. (1993). Commitment processes in close relationships: An interdependence analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10(2), 175-204. <https://doi.org/10.1177/026540759301000202>
- Rusbult, C. E., Martz, J. M., & Agnew, C. R. (1998). The Investment Model Scale: Measuring Commitment Level, Satisfaction Level, Quality of Alternatives, and Investment Size. *Personal Relationships*, 5(4), 357-387. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.1998.tb00177.x>
- Rusbult, C. E., Agnew, C. R., & Arriaga, X. B. (2012). The investment model of commitment processes In Van Lange P. M., Kruglanski A. W., Higgins E. (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (2. vydání, s. 218–231).
- Sharabi, L. L., & Timmermans, E. (2021). Why settle when there are plenty of fish in the sea? Rusbult's investment model applied to online dating. *New Media & Society*, 23(10), 2926-2946. <https://doi.org/10.1177/1461444820937660>
- Schaaij, J. G. (2021). *Romantic Relationships and Well-Being: Differences in Commitment and Well-Being between Online vs. Traditionally Initiated Romantic Relationships* [Bakalářská diplomová práce, University of Twente]. Informační systém University of Twente. http://essay.utwente.nl/86673/1/Schaaij_BA_BMS.pdf
- Scharlott, B. W., & Christ, W. G. (1995). Overcoming relationship-initiation barriers: The impact of a computer-dating system on sex role, shyness, and appearance inhibitions. *Computers in Human Behavior*, 11(2), 191-204.

- Scheinbaum, A. C., & Zinkhan, G. (2004). Romance and the Internet: The E-Mergence of Edating. *Advances in Consumer Research*, 31, 153-157.
- Siibak, A. (2015). Constructing the self through the photo selection-visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1), 1-10, Článek 2009061501.
- Simpson, J. A., Rholes, W. S., & Nelligan, J. S. (1992). Support seeking and support giving within couples in an anxiety-provoking situation: The role of attachment styles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(3), 434–446. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.3.434>
- Sitařová., P. (2020). *Navození interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci*. [Bakalářská diplomová práce, Univerzita Palackého v Olomouci]. Theses.cz. https://theses.cz/id/d37d0q/BP_Sitaov.pdf
- Sís, J. (2012). *Moderní metody komunikace a posilování partnerské spolupráce*. Univerzita Palackého v Olomouci.
- Slaměník, I. (2011). *Emoce a interpersonální vztahy*. Grada.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research*. Sage.
- Sobotka, T., & Toulemon, L. (2008). Changing family and partnership behaviour: Common trends and persistent diversity across Europe. *Demographic research*, 19(6), 85-138.
- Sokolová, M. (2018). *Online seznamování jako trend 21. století*. [Magisterská diplomová práce, Masarykova univerzita]. Informační systém Masarykovy univerzity. https://is.muni.cz/th/rl59g/DP_Sokolova_Marketa_427760.pdf
- Sprecher, S., & Hendrick, S. S. (2004). Self-disclosure in intimate relationships: Associations with individual and relationship characteristics over time. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 857-877. <https://doi.org/10.1521/jscp.23.6.857.54803>
- Stampler, L. (2014). *Inside Tinder: Meet the guys who turned dating into an addiction*. Získáno 21. 2. 2022 z: <https://time.com/4837/tinder-meet-the-guys-who-turned-dating-into-an-addiction/>
- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological review*, 93(2), 119-135. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.93.2.119>
- Sternberg, R. J., & Grajek, S. (1984). The nature of love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(2), 312-329. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.2.312>

- Strubel, J., & Petrie, T. A. (2017). Love me Tinder: Body image and psychosocial functioning among men and women. *Body image*, 21, 34-38. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.02.006>
- Subramaniam, V., & Razak, N. A. (2014). Examining language usage and patterns in online conversation: communication gap among generation Y and baby boomers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 118, 468-474. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.064>
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & behavior*, 7(3), 321-326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Suler, J. (2004). *The Psychology of Cyberspace*. Získáno 19. 1. 2022 z: <https://truecenterpublishing.com/psyber/disinhibit.html>
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and informatics*, 34(1), 67-78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Sumter, S. R., & Vandenbosch, L. (2019). Dating gone mobile: Demographic and personality-based correlates of using smartphone-based dating applications among emerging adults. *New media & society*, 21(3), 655-673. <https://doi.org/10.1177/1461444818804773>
- Svobodová, D. (2010). *Specifické prvky jazykové ekonomie v současné elektronické komunikaci*. Pdf OU.
- Ševčíková, A. (2014). *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Grada.
- Šmahaj, J. (2014). *Kyberšikana jako společenský problém: Cyberbullying as a social problem*. Univerzita Palackého v Olomouci.
- Šmahel, D. (2003). *Psychologie a internet*. Triton.
- Thorová, K. (2015). *Vývojová psychologie: Proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Portál.
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *The Information Society*, 34(2), 59-70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
- Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017). To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual differences perspective to Tinder use and motives. *Personality and Individual Differences*, 110(1), 74-79. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.026>
- Trepte, S., & Reinecke, L. (2011). *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*. Springer Science & Business Media.
- Vágnerová, M. (2007). *Vývojová psychologie II.: dospělost a stáří*. Karolinum

- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online daters. *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 849-852. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9941>
- Valkenburg, P. M., Sumter, S. R., & Peter, J. (2011). Gender differences in online and offline self-disclosure in pre-adolescence and adolescence. *British Journal of Developmental Psychology*, 29(2), 253–269. <https://doi.org/10.1348/2044-835X.002001>
- Van De Wiele, C., & Tong, S. T. (2014). Breaking boundaries: The uses & gratifications of Grindr. In *Proceedings of the 2014 ACM international joint conference on pervasive and ubiquitous computing* (s. 619-630). Association for Computer Machinery. <https://doi.org/10.1145/2632048.2636070>
- Vannier, S. A., & O'Sullivan, L. F. (2010). Sex without desire: Characteristics of occasions of sexual compliance in young adults' committed relationships. *Journal of sex research*, 47(5), 429-439. <https://doi.org/10.1080/00224490903132051>
- Vybíral, Z. (2009). *Psychologie komunikace*. Portál.
- Výrost, J., & Slaměnik I. (2008). *Sociální psychologie* (2. vydání), Grada.
- Wallace, P. (2015). *The psychology of the Internet*. Cambridge University Press.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538–2557. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.05.002>
- Weigel, M. (2017). *Labor of love: The invention of dating*. Farrar, Straus and Giroux.
- Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2006). *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. Palgrave Macmillan.
- Wildermuth, S. M. (2004). The effects of stigmatizing discourse on the quality of on-line relationships. *CyberPsychology & Behavior*, 7(1), 73-84. <https://doi.org/10.1089/109493104322820147>
- Winch, R. F. (1955). The theory of complementary needs in mate-selection: Final results on the test of the general hypothesis. *American Sociological Review*, 20(5), 552-555. <https://doi.org/10.2307/2092563>
- Won, J., & Seo, D. (2017). Relationship Between Self-disclosure and Cyberbullying on SNSs. In *European, Mediterranean, and Middle Eastern Conference on Information Systems* (s. 154-172). Springer.
- Wright, E. J., White, K. M., & Obst, P. L. (2018). Facebook false self-presentation behaviors and negative mental health. *Cyberpsychology, Behavior and Social Network*, 21(1), 40-49. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0647>

- Wu, P. L., & Chiou, W. B. (2009). More options lead to more searching and worse choices in finding partners for romantic relationships online: an experimental study. *CyberPsychology & Behavior* 12(3), 315–318. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0182>
- Wu, X., Wang, Z., Zhang, H., Yuan, P., Yu, Q., Zhou, Z., & Zhao, Q. (2021). Effects of Internet Language Related to COVID-19 on Mental Health in College Students: The Mediating Effect of Cognitive Flexibility. *Frontiers in Psychology*, 12, Článek 600268. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.600268>
- Yeo, T. E. D., & Fung, T. H. (2018). “Mr Right Now”: Temporality of relationship formation on gay mobile dating apps. *Mobile Media & Communication*, 6(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/2050157917718601>

ABSTRAKT MAGISTERSKÉ PRÁCE

Název práce: Láska online: Sociální sítě při navazování dlouhodobých partnerských vztahů

Autor práce: Bc. Pavlína Sitařová

Vedoucí práce: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Počet stran a znaků: 113, 188 634

Počet příloh: 4

Počet titulů použité literatury: 169

Abstrakt:

Předmětem magisterské práce je deskripce navazování dlouhodobých partnerských vztahů skrze sociální sítě u mladých dospělých. Důraz je kladen na prozkoumání společných témat a faktorů, které mají vliv na vytvoření intimity mezi potenciálními partnery, převod vztahu do reálného prostředí a rozvoj dlouhodobého vztahu. Výzkumný soubor tvoří osm respondentů (čtyři ženy a čtyři muži). Jedná se o kvalitativní výzkumný design. Respondenti do výzkumu byli vybráni záměrným výběrem dle stanovených kritérií a na základě výsledků ze škály IOS. Data byla získána pomocí polostrukturovaných rozhovorů a zpracována metodou interpretativní fenomenologické analýzy.

Výsledky ukazují, že respondenti se na seznamovacích platformách prezentují upřímně. Na pozitivní vnímání potenciálního partnera má vliv atraktivita, postojová a hodnotová podobnost a sociodemografická blízkost. Pro rozvoj emocionální intimity je klíčová intenzivní online komunikace mezi potenciálními partnery a otevřené sdílení důvěrných témat. S rozvojem intimity dochází k ukončení ostatních kontaktů na seznamovacích platformách. Na potvrzení sympatií při osobním setkání má vliv shoda mezi očekáváním, jaký partner bude a tím jaký opravdu je. Rozvoj závazku přichází s představením partnerů rodině a přátelům a plánováním společné budoucnosti.

Klíčová slova: seznamování online, mobilní seznamovací aplikace, sebe-odhalení, dlouhodobé partnerské vztahy, Tinder

ABSTRACT OF THESIS

Title: Love online: Social networks in establishing long-term relationships

Author: Bc. Pavlína Sitařová

Supervisor: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Number of pages and characters: 113, 188 634

Number of appendices: 4

Number of references: 169

Abstract:

The subject of master's thesis is a description of the establishment of long-term partner relationships through social networks of young adults. It focuses on exploring common themes and factors which influence the establishment of intimacy between potential partners, the transfer of the relationship to a real-world setting, and the development of a long-term relationship. The research sample consists of eight respondents (four female and four male). Thesis is based on a qualitative research design. The respondents for the research were selected by purposive sampling according to a set criteria and based on the results of the IOS scale. The data was collected through semi-structured interviews and processed by using the method of interpretative phenomenological analysis.

The results show that respondents present themselves honestly on dating platforms. Positive perception of a potential partner is influenced by attractiveness, similarity of mindset and values, and social-demographic proximity. In developing emotional intimacy intense online communication between potential partners and open sharing of intimate topics is crucial. Development of intimacy is followed by termination of other contacts on dating platforms. Confirmation of affections in a face-to-face encounter is partially determined by whether the expectations of what a partner will be like and who they actually are match. The development of commitment comes with introducing partners to family and friends together with planning shared future.

Key words: online dating, mobile dating apps, self-disclosure, long-term relationships, Tinder

Přílohy

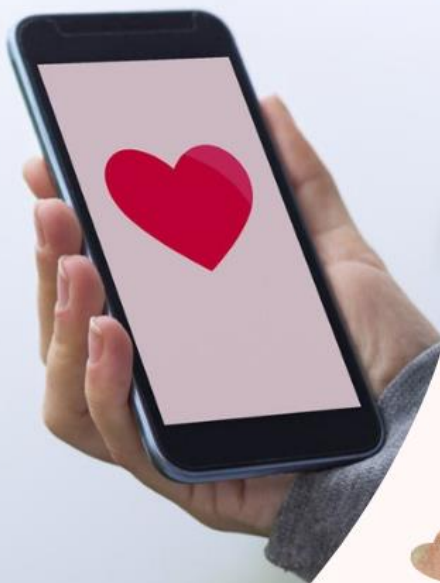
Seznam příloh:

1. Leták k náboru respondentů
2. Informovaný souhlas s účastí na výzkumu
3. Schéma polostrukturovaného rozhovoru
4. Online formulář zahrnující škálu IOS

Příloha č. 1: Leták k náboru respondentů



Katedra
psychologie



ZÚČASTNI SE PSYCHOLOGICKÉ
STUDIE

LÁSKA ONLINE

PODMÍNKY ZAŘAZENÍ DO VÝZKUMU:

- věk 25-30 let
- se svým partnerem ses seznámil/a online (seznamovací aplikace, sociální sítě)
- společně jste alespoň 1 měsíc interagovali pouze online
- došlo k přenesení vztahu do reálného prostředí (vídáte se fyzicky)
- jste spolu alespoň 1 rok
- plánujete společnou budoucnost

web: onlinelaska.webnode.cz kontakt: onlinelaska@seznam.cz

Příloha č. 2: Informovaný souhlas s účastí na výzkumu

Název práce: Sociální sítě při utváření dlouhodobých vztahů

Autorka práce: Bc. Pavlína Sitařová

Vedoucí práce: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Termín a místo realizace rozhovoru:

Cílem magisterské diplomové práce „**Sociální sítě při utváření dlouhodobých vztahů**“ je deskripce procesu navazování a utváření dlouhodobých partnerských vztahů v prostředí sociálních sítí. Vaše účast na tomto rozhovoru je zcela **dobrovolná**. Není Vaší povinností odpovědět na všechny otázky, naopak, je zcela na Vás, jaké informace a zkušenosti v rozhovoru sdělíte. Máte právo kdykoliv **odstoupit** z výzkumu bez udání důvodu. Pro potřeby analýzy se rozhovor s Vámi bude nahrávat. Nahrávání může být na Vaši žádost **kdykoliv přerušeno**. Celý rozhovor bude přepsán do textové podoby.

- Souhlasím s dobrovolnou účastí ve studii a se zařazením poskytnutých údajů do výzkumu, uchováním dat v databázi a jejich zpracováním. Byl/a jsem informována o účelu rozhovoru a cílech výzkumné studie. Jsem si vědom/a, že mohu kdykoliv odstoupit.
- Souhlasím s pořízením audio záznamu rozhovoru pro potřeby analýzy rozhovoru. S nahrávkami bude nakládáno v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, a nařízením Evropského parlamentu č. 2016/679 ve znění pozdějších předpisů.
- Souhlasím se zveřejněním odpovědí v rámci publikace výzkumu v diplomové práci a prezentace výzkumu na konferencích a v článku.
- Souhlasím, aby byl rozhovor pro potřeby výzkumného zpracování použit bez zvláštních úprav, jako celek a jako interní materiál ho netřeba anonymizovat. V případě, že jeho části budou citovány v publikovaných materiálech budou má data anonymizována.

Získané materiály budou bezpečně uchovány pouze po dobu nezbytně nutnou a poté smazány. K materiálům budou mít přístup pouze výzkumníci.

Dne:v

Jméno a příjmení:

E-mail:

Podpis:

V případě jakýchkoliv dotazů mě kontaktujte na e-mail: onlinelaska@seznam.cz

Více informací najdete na webu: <https://onlinelaska.webnode.cz>

Příloha č. 3: Schéma polostrukturovaného rozhovoru

Způsob seznámení, faktické údaje

1. Kde jste se seznámili?
2. Jak dlouho jste společně s partnerem?
3. Kdy jste se seznámili? Kolik vám bylo let a kolik vám je nyní?

Zkušenost s online seznamováním

4. Měl/a jste již před tím zkušenost s online seznamováním?
5. Proč jste se rozhodl/a jít na tuhle seznamku/chat/aplikaci?
6. Měl/a jste od toho nějaká očekávání? Byly naplněny?
7. Jaká jsou podle vás pozitiva a negativa seznamování online?

Sebeprezentace, očekávání od potenciálního partnera

8. Vzpomenete si, jak vypadal váš profil? Co vše na něm bylo?
 - Popište prosím svoji sebeprezentaci na této síti.
 - Je něco, co jste neuvedl/a upřímně?
9. Popište mi prosím, jak to celé začalo.
10. Kdo koho kontaktoval jako první?
11. Co ovlivňuje, že někomu napíšete (začnete s někým komunikovat online)?
12. Je ještě něco dalšího, co rozhodnutí k započetí komunikace ovlivňuje?
13. Co Vás konkrétně zaujalo na vašem partnerovi/partnerce, že jste se dal/a do společné komunikace?
14. Zaujalo Vás něco konkrétně na jeho/jejím profilu (fotka, vtipná hláška)?

Online komunikace

15. Kde jste si psali/interagovali na počátku?
16. Rozšiřovali se „místa“, kde jste si psali/ kde jste interagovali?
17. Dali jste si kontakt i na jiné sociální sítě? Pokud ano, na jaké a po jaké době?
18. Jaké způsoby komunikace jste používali (vyjmenujte prosím všechny – chat, hovor, videohovor, hlasové zprávy)?
19. Jaký způsob komunikace byl pro vás nejpříjemnější?
20. Měnilo se to postupem času?
21. Kolik času jste společnou komunikací denně trávili?
22. Na co jste při komunikaci kladli důraz (co bylo důležité – tempo, téma, styl komunikace)?
23. Co pro vás bylo v komunikaci důležité u druhého partnera?
24. Jak jste v komunikaci na dálku vyjadřovali své emoce? Využívali jste smajlíky?

Témata v konverzaci

25. Popište prosím, o čem jste si společně psali/povídali?

26. Jak se témata měnila postupem času? Po jaké zhruba době? Záleží vám na čase, nebo také na intenzitě textování?
27. Jak se měnila důvěrnost komunikace?
28. Došlo i na intimnější témata?
29. Bylo vám komfortní svěřovat intimnosti po chatu?
30. Jaký obsah se v komunikaci ještě objevoval?

Přenos vztahu do reálného prostředí

31. V internetové komunikaci máme tendence si partnera idealizovat, utvářet si ho na základě našich postojů, přání a přesvědčení. Když se na to podíváte zpětně, máte pocit, že jste to dělal/a? Pokud ano, v čem konkrétně?
32. Když se teď vrátíte do doby, kdy jste svého partnera ještě osobně neznal/a, jak jste si ho tenkrát představoval/a (po fyzické i osobnostní stránce)?
33. Sešly se tyto představy s realitou? Kde jsou rozdíly?
34. Jaký byl první dojem, když jste partnera/partnerku potkal/a?
35. Kdy jste začal/a pociťovat, že se chcete potkat v reálném prostředí?
36. Co to ovlivňovalo?
37. Jak jste dali druhému najevo, že se chcete vidět? Jak to dal druhý najevo vám?
38. V případě, že jste vyzval/a partnerku/partnera ven vy, chtěl/a jste to opravdu takhle, nebo jste toužil/a potom, aby vás pozval/a on/ona ven dřív?
39. Za jak dlouho po seznámení jste se rozhodli potkat v reálném prostředí?
40. Co to ovlivnilo/co bylo to, proč jste se pro to rozhodli?
41. Preferujete se poznat nejprve skrze vzdálené formy komunikace a až pak naživo, nebo opačně? Proč to tak máte?

Vytvoření závazku

42. Byl/a jste v té době v jiném vztahu?
43. Měl/a jste „rozjetých“ více vztahů (konverzací)?
44. S kolika lidmi jste si průběžně psal/a na seznamovací platformě?
45. Jak jste poznali, že spolu s partnerem/partnerkou chodíte?
46. Kdy jste začal/a vnímat vztah jako závazný/vážný?
47. Co pro vás znamená začít vnímat vztah jako závazný?
48. Kdy jste ukončili ostatní kontakty (pokud nějaké byly)?
49. Jak společně trávíte čas?
50. Kdy jste o vašem vztahu řekli svým přátelům, známým? Kdy jste je seznámili?
51. Kdy jste seznámili svého partnera s rodinou?
52. Kdy Vás seznámil partner se svými přáteli a rodiči?

53. Je něco, co bys na závěr ještě doplnil/a?
54. Je nějaká otázka, ke které byste se chtěl/a ještě vrátit?

Příloha č. 4: Online formulář zahrnující škálu IOS

Sociální sítě při navazování dlouhodobých partnerských vztahů

Dobrý den, jmenuji se Pavlína Sitařová a studuji psychologii na Univerzitě Palackého v Olomouci. V rámci magisterské diplomové práce budu zkoumat mechanismus utváření dlouhodobých vztahů na sociálních sítích. Pod pojmem sociální sítě si v tomto kontextu můžeme představit seznamovací aplikace (Tinder, Badoo, eDarling), Instagram, Facebook, chatovací místnosti apod. Cílem práce je deskripce vzniku a vývoje vztahu vzniklého online, přenos vztahu do reálného prostředí a také identifikace proměnných, které mají vliv na udržení tohoto vztahu .

Přihlaste se do [Googlu](#), abyste mohli uložit dosavadní postup. [Další informace](#)

***Povinné pole**

Kritéria pro zapojení do výzkumu

- věk 25-30 let
- se svým partnerem jste se seznámili ve věkové hranici 24-30 let
- se svým partnerem jste se seznámili online (seznamovací portál/aplikace, sociální sítě)
- společně jste alespoň 1 měsíc interagovali pouze online
- došlo k přenesení vztahu do reálného prostředí (vidáte se fyzicky)
- jste spolu alespoň 1 rok
- plánujete společnou budoucnost

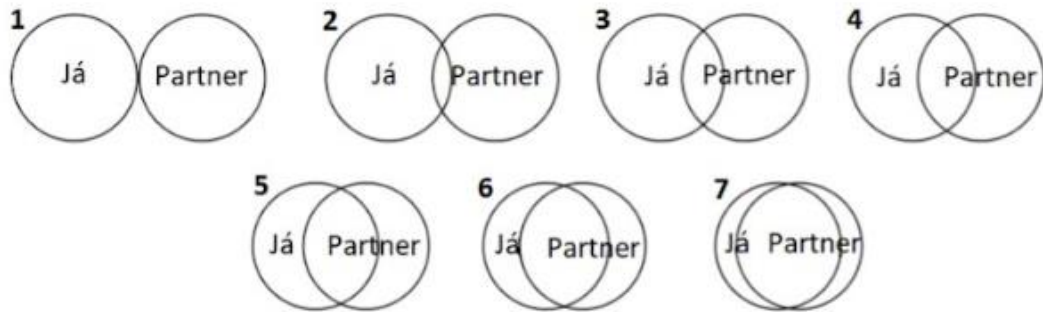
Splňuje následující kritéria? *

Ano

Ne

Škála IOS

Vyberte takový pár kružnic, jejichž překrytí nejlépe vyjadřuje váš vztah s partnerem.



- Možnost 1
- Možnost 2
- Možnost 3
- Možnost 4
- Možnost 5
- Možnost 6
- Možnost 7