



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra společenských věd

Diplomová práce

# **Tinder a další seznamovací aplikace aneb proč dnes hledáme partnera on-line**

Vypracovala: Bc. Barbora Stuhlová

Vedoucí práce: Mgr. Marek Šebeš, PhD.

České Budějovice 2017

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice 26. 4. 2017

.....

*Barbora Stuhlová*

## **Poděkování**

Mé poděkování patří Mgr. Marku Šebešovi, Ph.D., za odborné vedení, trpělivost, ochotu a nespočet přínosných rad, které mi v průběhu zpracování diplomové práce věnoval. Také děkuji příjemným a vstřícným respondentům, kteří našli čas a odvahu hovořit se mnou o zkušenostech a pocitech spojených se seznamováním v on-line prostoru. V neposlední řadě patří poděkování mé rodině a přátelům za veškerou podporu, kterou mi během studií věnovali.

## **Anotace**

Tato diplomová práce se zabývá problematikou užívání seznamovacích aplikací mladými lidmi žijícími na území České republiky a jejich postoji k partnerským vztahům. Úvodní část je věnována teoretickým poznatkům a základním pojmům spojených se seznamováním v on-line prostoru. První polovina teoretické části seznamuje čtenáře s různými pohledy na partnerské vztahy a jejich základními stavebními pilíři na základě psychologických teorií. V souvislosti se zmíněnými atributy jsou v další části rozvedeny teorie věnující se proměnám v partnerských vztazích současnosti. Část věnovaná mileniálům a jejich charakteristice, tedy generaci Y, tvoří samostatnou kapitolu. Druhá polovina teoretické části přibližuje čtenáři seznamování v on-line prostoru, jeho vývoj a dosavadní výzkumy. Zároveň zahrnuje téma komunikace on-line či prezentaci uživatelů seznamovacích webových stránek či aplikací v on-line prostoru. V neposlední řadě čtenáře seznamuje s aplikacemi Tinder a Grindr, jejichž uživateli byli moji respondenti. Praktická část je věnována samotnému výzkumu, jehož hlavním úkolem bylo zjistit, jakou roli hrají seznamovací aplikace při navazování partnerských vztahů v životě mladého jedince. Pomocí polostrukturovaného rozhovoru byla odhalena uživatelská činnost respondentů, zkušenost a postoje vzhledem k seznamovacím aplikacím. Zároveň výzkum v závěru ukazuje názory respondentů na samotné partnerské vztahy.

**Klíčová slova:** Grindr, komunikace v on-line prostoru, partnerství, sebereprezentace, seznamovací aplikace, Tinder, výzkum on-line seznamování.

## **Annotation**

This thesis deals with the problematics of usage of dating applications between young people of the Czech republic and their views on partnerships. The introduction is dedicated to theoretical findings and basic terminology related with on-line dating. The first half of the theoretical part introduces the reader to different views on partnerships and their core pillars based on psychological theories. In connection with these attributes, the second part of the thesis concentrates on theories dealing with transformations in present relationships. Separate chapter is devoted to millennials - known as generation Y. Second part of the theoretical part brings the reader closer to understanding how meeting and getting acquainted with someone works in the cyber world. It analyses its evolution and existing research on the topic. At the same time it deals with communication and self-presentation of users on dating applications and dating websites. Last but not least the reader is acquainted with on-line dating applications Tinder and Grindr, whose users were my respondents. The practical part is dedicated to the research itself, whose main task was to determine the role the dating applications play in establishing relationships in a young persons life. User activity of respondents as well as their experience and attitude towards dating application was revealed using a semi-structured interview. At the same time the research shows the views and opinions of the respondents on partnership itself.

**Key words:** communication in cyber world, dating applications, Grindr, on-line dating research, partnership, self-presentation, Tround.

# OBSAH

ÚVOD.....	8
TEORETICKÁ ČÁST .....	10
1 PARTNERSKÝ VZTAH.....	10
1.1 Láska a intimita .....	11
2 PROMĚNA VZTAHŮ VE 21. STOLETÍ.....	14
2.1 Transformace intimity .....	14
2.2 Láska jako investice.....	15
2.3 Gender a vztahy.....	17
3 MILENÍALOVÉ A JEJICH PRIORITY .....	20
4 SEZNAMOVÁNÍ ON-LINE .....	23
4.1 Komunikace on-line .....	27
4.2 Sebe prezentace .....	29
4.3 Přitažlivost ve vztazích on-line.....	31
5 SEZNAMOVACÍ APLIKACE .....	33
5.1 Tinder.....	33
5.1.1 Dosavadní výzkumy.....	37
5.2 Grindr .....	41
PRAKTICKÁ ČÁST .....	43
6 METODOLOGICKÁ ČÁST .....	43
6.1 Výzkumná strategie.....	43
6.2 Design kvalitativního výzkumu.....	45
6.3 Validita a reliabilita otázek.....	45
6.4 Cíl výzkumu a výzkumné otázky.....	47
6.5 Metoda výzkumu .....	48
6.5.1 Předvýzkum .....	48
6.5.2 Výběr respondentů.....	48
6.5.3 Polostrukturovaný rozhovor .....	49
6.5.4 Analýza výzkumu .....	51
6.5.5 Etika výzkumu.....	51
7 EMPIRICKÁ ČÁST.....	53
7.1 Charakteristika respondentů a okolnosti výzkumu.....	53
7.2 Výsledky výzkumu .....	57
7.2.1 Uživatelská činnost .....	57

7.2.2 Seznamování on-line .....	73
7.2.3 Prezentace v on-line prostoru pro seznámení.....	79
7.2.4 Partnerské vztahy současnosti a jejich hodnoty.....	83
8 ZÁVĚR.....	85
9 SEZNAM ZDROJŮ.....	87
10 SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ .....	94
11 SEZNAM PŘÍLOH .....	95
12 PŘÍLOHY .....	96

## ÚVOD

Partnerstvím se myslí spojení dvou lidí, kteří sdílí společné myšlenky, radosti, starosti a plány. Pod náporem možností, které dnešní svět mladým lidem nabízí, jsem se rozhodla zjistit, jestli ještě vůbec touží po klasickém dlouhodobém spojení s jedním člověkem. Hlavně mě však zajímalo, zda se taková osoba dá nalézt prostřednictvím aplikace, kterou si stáhnou do telefonu.

V roce 2013 přivedli do světa mobilních aplikací dva američtí studenti seznamovací aplikaci pod názvem Tinder, původně zamýšlenou jako experiment v univerzitním prostředí. Již pár let fungovala podobná aplikace Grindr určená pro queer komunitu a také seznamovací aplikace Badoo. Především díky jednoduchosti v užívání a vizuální atraktivitě zažila seznamovací aplikace Tinder během krátké doby obrovský nárůst uživatelů a rozšířila se po celém světě. Aplikace postupně získávala také svoji pověst. Častou reakcí, kterou jsem slyšela při rozhovorech o Tinderu, byl dotaz, zda se jedná o tu „aplikaci na sex“. Vzhledem k tomu, že ji ale používalo dost lidí z mého blízkého okolí, kteří takové aktivity neprovozovali, začala jsem se zajímat o to, k čemu tedy reálně aplikace Tinder a zároveň i Grindr slouží a jaká je skutečně motivace uživatelů pro seznamování tímto způsobem.

Během mé práce se postupně čím dál více ukazovalo, jak úzce využívání seznamovacích aplikací souvisí se světem technologií, ve kterém se dnes pohybujeme. Především generace, v jejímž mládí se začaly rozvíjet a rychle rozšiřovat chytré telefony, tablety a notebooky, vnímá on-line svět téměř stejně přirozeně jako svět off-line. Není tedy vůbec obtížné ani zvláštní stáhnout si do telefonu kromě sociálních sítí, jako je Facebook nebo Twitter, také Instagram nebo třeba Tinder. Uživatelská činnost je velmi snadná a vizuálně příjemná, tudíž dostatečně zajímavá pro generaci Y, tzv. mileniály, pro které je obrazový a fotografický obsah zásadní. Vzhledem k tomu, že jsem mezi uživateli aplikace spatřovala velmi rozdílné povahy a osobnosti, rozhodla jsem se zjistit, co všechno je spojuje. Právě diverzita uživatelů seznamovacích aplikací pro mě byla velmi zajímavým úkazem.

Dalším aspektem, který se otevřel v souvislosti se zkoumanou problematikou, byla otázka, nakolik boří seznamovací aplikace a fluktuace tváří a osobností v on-line



prostoru naši intimitu a chuť ke stálému partnerství s jedním člověkem. Rezonování skutečnosti jsem ucítila při čtení úvah mého oblíbeného sociologa Zykmunda Baumana, který spatřoval mimo jiné vinu špatné komunikace ve vztazích mezi lidmi právě v tom, jak se chováme v on-line prostoru. Zároveň naše jednání ve vztahu k technice a věcem přirovnával k netrpělivosti a nestálosti v partnerských vztazích. Chtěla jsem se dozvědět, nakolik spolu zmíněné věci souvisí a zda je tomu skutečně tak, jak Bauman ve svém díle *Tekutá láska* (2013) deklaruje.

Teoretickou část své práce jsem věnovala třem základním aspektům vzhledem k výše uvedenému, a sice zodpovězení otázky, co je vlastně partnerský vztah, a na jakých pilířích by měl dobrý vztah, dle teorií odborníků z řad psychologů, stát. Nezbytnou částí se staly proměny dnešních vztahů očima Zykmunda Baumana (2013) a Antonyho Giddense (2003, 2012), jejichž prostřednictvím jsem nastínila, k jakým změnám dochází v postmoderním partnerství. Samostatnou kapitolu vytvořily informace o generaci Y, tedy mileniálech, kterých se týká můj výzkum a zároveň se jedná o nejrozšířenější skupinu uživatelů seznamovacích aplikací. Podstatné pro mou práci bylo charakterizovat generaci a zjistit, jaké jsou jejich priority, především pak směrem ke vztahům. Třetí a zcela zásadní částí byla teoretická východiska a výzkumy týkající se samotného seznamování on-line. Zahrnula jsem základní aspekty seznamování v on-line prostoru, aby si nezúčastněný čtenář mohl představit, v čem takové aktivity tkví. Jednalo se o prezentaci účastníků on-line seznamování, specifické rysy komunikace a samozřejmě samotné funkce aplikací. Dále jsem se věnovala výzkumům, jež byly v dané oblasti provedeny, a stručně jsem uvedla vývoj seznamování v on-line prostoru.

Praktická část již patřila samotnému kvalitativnímu výzkumu. Ten probíhal formou polostrukturovaných rozhovorů s třinácti respondenty. Svým výzkumem jsem se snažila především zjistit, jakou roli hrají seznamovací aplikace při navazování partnerských vztahů v životě mladého jedince. Výsledky výzkumu jsem rozdělila do čtyř základních kapitol, jež byly podrobně rozebrány ve svých podkapitolách. Jednalo se o samotnou uživatelskou činnost respondenta, názory na seznamování on-line, sebeprezentaci a vnímání ostatních uživatelů v prostředí aplikace a v neposlední řadě názor respondentů na partnerské vztahy současnosti a jejich hodnoty.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 PARTNERSKÝ VZTAH

Podle Lovasové (2005) každý na světě touží po lásce. Tím, že na jedince ze všech možných směrů sálá touha po šťastné lásce, touží také každý člověk přirozeně po tom milovat a být milován. A to v souvislosti s tím, že je člověk spojen s láskou od svého počátku a celý život je v její bezprostřední blízkosti. Ať už se jedná o rodinnou lásku a později lásku mezi dvěma lidmi ve škole nebo na pracovišti, tak i v konfrontaci s kulturou, filmy, pohádkami apod. Děti vnímají už od malička intenzivně mateřskou lásku a v rozrostlé rodině mohou už v dětství zažívat také žárlivost, pokud mají dojem, že se jim matka dostatečně nevěnuje. V dalším období svého života děti reagují na oblibenost či neoblibenost ve školním prostředí a snaží se postupně zalíbit těm, kteří jsou jim sympatičtí. Období puberty poté začíná být příznačné pro hledání partnera či partnerky. Dospělost přináší další rozměr pojmu láska, kdy se jedinec rozhoduje o tom, zda zůstane sám či založí rodinu. Láska dle Lovasové dává životu smysl.

Tavel (2008) uvádí, že existuje několik teorií vysvětlujících partnerské vztahy:

### Teorie ekonomická

Teorie ekonomická se zakládá na tom, že člověk vyhodnocuje své náklady a výnosy vyplývající z partnerských interakcí. Potenciální partner je přitažlivý na základě pozitivního zisku, který jedinci přináší. Zisky se odečítají od nákladů a odměn, mezi které patří například láska, stimulace, peníze nebo realizace. Naproti tomu mezi náklady lze zařadit čas, peníze, úsilí, určité omezení se apod. Tavel (2008) uvádí, že automaticky porovnáváme zisky z jednoho vztahu se zisky z jiných vztahů.

### Teorie učení

Teorie učení vysvětluje principy přitažlivosti na základě klasického a operantního podmiňování. Nejdůležitější jsou v případě teorie učení podmíněné emoční reakce a následky interpersonálního chování. Vztah definují výsledky uspokojení základních lidských potřeb pod vlivem druhé osoby (jídlo, sex, láska, bezpečí apod.).

Podle teorie učení je vztah schopný života, pokud jsou partneři propojeni skrze příjemné podněty a společné životní zážitky a společnými silami vytváří šťastné domácí klima

(vztah se rozpadá, když jsou spojeni nepříjemnými zážitky, jako je nezaměstnanost, chudoba apod.), partneři se vzájemně stimulují příjemnými podněty, jako je společná komunikace, interakce, sex, dárky (vztah se rozpadá, když podobné podněty chybí a přichází stereotypní jednání, anebo když jeden či oba partneři způsobují negativní podněty).

### Kognitivní teorie

Kognitivní teorie neboli teorie rovnováhy je založena na tom, že jsou lidé ve svých sympatiích či antipatiích k druhým lidem stálí nebo alespoň usilují o „kognitivní stálost“ a jsou neustále motivováni k rovnovážným vztahům.

### Evoluční teorie

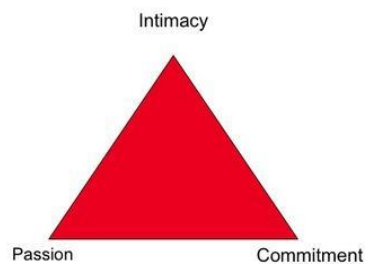
Sociobiologičtí teoretikové pracují na objasnění přitažlivosti ve vztazích na základě připodobnění k funkci v jejich evolučním přežívání. Podle jednotlivých teorií se předpokládá, že přátelství vzniklo na základě zajištění vyšší bezpečnosti a k účinnějšímu lovu ve skupině a v širším kmeni. Vazby mezi mužem a ženou vznikly samozřejmě za účelem narození mláďete a následně účelově ke kooperaci při péči o něj. Tavel (2008) však ve své knize uvádí, že pouta náklonnosti a soudržnosti se vyvíjela přirozeným výběrem, protože jedině rodičům, kteří společně pracovali na udržení domácnosti, se podařilo mít víc dětí. Teorie vede k tomu, že nevěra byla výhodná pro obě pohlaví. Samec předává geny, samice produkuje jen určité množství vajíček, ale investuje do nich více. Sociobiologičtí teoretikové uvádějí, že se pravděpodobně párové vazby u lidí vytvořily právě na tak dlouhou dobu, jaká je potřeba k péči o bezbranná lidská mláďata. Objevují se protichůdné evoluční tendence: na jednu stranu touhy po vytvoření vazeb, ale na druhou stranu chuť k podvádění. Protichůdnost, která se v teoriích zrcadlí, může vysvětlovat problémy s udržením intimních vazeb. (Tavel, 2008)

## **1.1 Láska a intimita**

Trojúhelníkovou teorii lásky vypracoval R. J. Sternberg (1986). Významný americký psycholog tvrdí, že je láska složená ze tří základních pilířů, které lze postavit do rovnostranného trojúhelníku. Mezi tyto tři pilíře patří intimita, vášně a rozhodnutí neboli závazek ke vztahu. Intimita je dle Sternberga důležitá pro udržení pouta mezi dvěma partnery, neboť obsahuje otevřenost, pocit blízkosti, štěstí, porozumění,

emocionální podporu a dostatečné ocenění druhého partnera, intimní komunikaci a společné souznění v zásadních životních otázkách. Sternberg (1986) uvádí, že se nemusí objevit v daném vztahu všechny tyto zásady, ale musí být především silnější než ve vztazích s ostatními jedinci. Intimita vytváří společné jádro všech láskyplných vztahů a její podstatou jsou emoce. Vášeň představuje motivaci, která je založena na vysoké psychické stimulaci. Impulzem pro tuto stimulaci je fyzická přitažlivost a sexuální touha. Sexuální touha je zásadní složkou u romantické lásky, ale nevyskytuje se například u lásky mateřské. Stimulem však v otázce vášně nemusí být pouze erotika. Může se jednat také o touhu ocenění, submise či dominance. Důležité je, že Sternberg spojuje vášeň a intimitu jako spolu úzce související pilíře, které se mohou vzájemně ovlivňovat a postupně během vztahu přecházet jeden do druhého. Především v pojetí takovém, že vášeň pomůže partnerský vztah vyvolat a dostatečně rozvinutá intimita jej pak udrží při životě. Třetím bodem trojúhelníku je nezbytné rozhodnutí, jež musí jedinec udělat pro vstup do vztahu. Sternberg dělí rozhodnutí na krátkodobé, které znamená, že máme někoho rádi, a dlouhodobé, že se rozhodneme s ním lásku zachovat a rozvíjet.

**Obrázek č. 1:** Trojúhelníková teorie lásky



Zdroj: Sternberg [online]. ([www.robertjsternberg.com/love](http://www.robertjsternberg.com/love))

Slezáčková (2012) vychází ve své psychologii také z Reise a Gableové (2007), kteří uvádějí jako tři hlavní pilíře úspěšného mezilidského vztahu intimitu, náklonnost a společnou zábavu. Intimitu definují jako potřebu někam patřit a mít s někým vztah. Partneri by podle jejich úvah měli pěstovat vzájemnou náklonnost, ocenění a obdiv, čas pro sebe, zajímat se o sebe při běžných rituálech jako loučení nebo setkávání se.

Jednoduše by se daly tyto úvahy shrnout jako společné sdílení radostí a starostí, které život přináší. Různí psychologové se tedy shodují, že intimita je zásadní složkou pro stavbu mezilidských a partnerských vztahů.

Podle Aleny Slezáčkové (2012) je partnerská láska proměnlivý stav, jež se postupně během času mění a prochází různými fázemi. Na začátku je partnerská láska ovlivněna průvodním okouzlením a vzrušením z něčeho nového a neznámého. Postupně vášeň ztrácí na intenzitě a přechází ve zralou a klidnou partnerskou vyrovnanost, kdy v ideálním případě jeden druhému důvěřuje, svěřuje se s radostmi a strastmi svého života, společně tvoří a zažívá tak skutečnou intimitu. Slezáčková (2012) vychází také z významného psychologa Ericha Fromma, který uvádí ve svých teoriích termín deficitní láska. Deficitní láskou je označován stav mysli, kdy hledáme partnera, který by uspokojil naše potřeby, a představy o tom, jaký má být vztah.

## 2 PROMĚNA VZTAHŮ VE 21. STOLETÍ

Významní světoví sociologové se zabývají proměnami, kterými prochází rodinné a partnerské vztahy na přelomu 20. a 21. století.

### 2.1 Transformace intimacy

Anthony Giddens (2003) rozvíjí teorii o změnách v intimitě a vztazích mezi lidmi. Stěžejní je důvěra, kterou jedinec potřebuje k utváření komunikace a poznávání sebe samého. Důvěru, kterou nám dříve dávala tradiční náboženství, dnes v moderních abstraktních systémech přenášíme do neosobních principů, jež se nám však vracejí pouze náhodně. Jedinci musí vynaložit mnohem větší úsilí, aby dokázali, že jsou důvěryhodní – stojí mezi důvěrou v osoby a systém. Transformace intimacy proti sobě postavila tradiční řády a neosobnost moderního sociálního světa. Roussel (1992) vidí největší problémy postmoderních partnerských vztahů v tom, že nestojí na základech společně sdílené intimacy. Partnerské vztahy nejsou pevné a jejich trvání je spíše přechodné a nestabilní. Současné nastavení vztahů přináší jedincům větší míru svobody a tolerance. Roussel (1992) paradox dnešních vztahů spatřuje už v tom, že jsou zamilovaní schopni vztahu pouze na základě toho, že vnímají reálně hned od začátku možný konec. Touha po svobodě je příliš silná.

Giddens (2003) vychází mimo jiné z Horkheimera (1974), který tvrdí, že v organizovaném kapitalismu přesouvá společnost osobní styky do sekce koníčků či maličností ve volném čase. Přátelství a intimita hrají v životě jedince stále menší úlohu. Dále hovoří o pospolitosti, která dříve souvisela s tíhnutím k určitému místu, jež bylo pro život jedince stěžejní. Dnes jedinec snadno a rychle opouští místo, kde zrovna žije. Místa už se mu nezdají být tak zvláštní nebo jedinečná. Naopak je dokáže snadno zaměnit. Podobné to je ve vztahu k příbuzenstvu, které v minulosti hrálo větší roli v životě jedince. Přátelství mezi lidmi bylo v předmoderním světě pro jedince velmi důležitou součástí bytí. Doplňovalo pospolitě a příbuzenské vztahy a nahrazovalo zdroje, na které rodina nestačila. Upřímnost byla ceněna jako jedna z největších hodnot v mezilidských vztazích. Abstraktní systémy spojené s modernitou mění povahu přátelství. *„Opakem slova přítel už není nepřítel, dokonce ani cizinec, je to spíše známý, kolega nebo někdo, koho neznám. Průvodním jevem tohoto přechodu je nahrazování cti*

*loajalitou, která nemá jinou oporu než osobní náklonnost, a upřímnosti tím, co můžeme nazvat autenticita: požadavkem otevřenosti a dobrých úmyslů toho druhého.*“ (Giddens, 2003, s. 108)

Důvěru, kterou začínáme postrádat, získáváme přes vzájemný proces sebeotevírání. Potřebujeme k tomu určitou sílu emocí, kterou lze získat ve spojitosti se sexualitou, proto se jedním z ohnisek pro vznik důvěry čím dál více stávají erotické vztahy. Lawrence Stone (1977), z něhož Giddens (2003) vychází, nazval nově vznikající étos romantické lásky tzv. afektivním individualismem. Vysvětluje jej tak, že je pro nás láska to nejvíc na světě a my hledáme pouze úplně ideálního ojedinelého člověka. Naprosto se poddáváme osobním emocím bez ohledu na to, jak absurdní je naše jednání pro okolní svět. Erotické vztahy nám slouží k postupnému objevování, na němž následně stavíme intimitu vztahu k milované osobě. Neustále se podrobujeme zkoumání druhých i sebe samých.

## **2.2 Láska jako investice**

Zygmund Bauman (2013) ve svém díle *Tekutá láska* přistupuje k současným mezilidským vztahům velmi skepticky a tvrdí, že jedinec žijící v dnešní době funguje bez pout k lidem okolo sebe, ale i k sobě samému. Podle Baumana absence těchto pout vede k problému se sebeprosazením a sebedefinováním ve světě. Jedinec navazuje snadno a volně vztahy a se stejnou lehkostí je také opouští. *„Lidé si místo usilovnější snahy dosáhnout vysokých standardů lásky raději tyto standardy snížili. Výsledkem je značné rozšíření zkušeností, které se slovem láska popisují. Jako o „milování“ se mluví dokonce o vztazích na jednu noc.*“ (Bauman, 2013, s. 18) Bauman hovoří o nejistotě, kterou s sebou zmíněný způsob setkávání se přináší. Vztah a lásku přirovnává ke konzumnímu zboží. Touha, která v nás oproti lásce roste, vede k tomu, že chceme druhého člověka vlastnit a ovládat. Na druhou stranu však nejsme schopni zavázat se ke vztahu hlouběji. Pokud je vztah, stejně jako jakékoliv jiné zboží, nefunkční, podle Baumana jej raději vyměníme. Vztah vnímáme jako investici, kterou můžeme přerušit ve chvíli, kdy se nám přestává vyplácet. Příkladem takového vztahu jsou například rodiny a páry žijící každý ve své domácnosti. Bauman vedle sebe staví touhu a lásku, které se vznikem vztahu a se sebou vzájemně souvisí. Touhu popisuje jako kritický bod pro trvalejší navázání vztahů, protože vyzývá k povrchnímu zkoumání, obeznámení

se s novým subjektem a ve chvíli poznání k rychlému upuštění a přesunutí pozornosti jiným směrem. Výsledek situace taktéž přirovnává ke konzumnímu chování. „*Spotřební zboží je lákavé. Odpad odpuzuje. Po touze přichází na řadu odvoz odpadků. (...) Ve své podstatě je touha nutkáním k destrukci.*“ (Bauman, 2013, s. 22) Láska má na rozdíl od touhy podle Baumana za cíl vlastnit druhého člověka. Ačkoliv i lásku shledává jako hrozbu pro druhý objekt, věří, že pokud se s ní uvědoměle pracuje, roste se svými akvizicemi a má funkci sebezáchovnou. Vztah je ale pro člověka stejně nejistý jako svoboda a ve chvíli, kdy tato nejistota přeroste určitou mez, mají partneři sklon chovat se nekonstruktivně. Jednání má většinou za následek jeden ze dvou pólů – naprosté podřízení se partnerovi či naopak absolutní moc. Pokud se vztah dostane do krize, většinou se podle Baumana (2013) dnes rozpadá právě proto, že se společnost nenamáhá s opravami nejen věcí, ale i vztahů a raději v takové situaci svůj zájem přeneseme jiným směrem. Souvisí to samozřejmě i s jednoduchostí a povrchností chatové komunikace, na kterou Bauman naráží. Přestože jsme schopni skrze sms zprávy a chaty vypovědět druhé straně cokoli z našeho osobního života, nebereme konverzaci jako závaznou a ve chvíli, kdy nás přestane komunikační partner zajímat, jednoduše ji ukončíme. „*Přestaňte mluvit – a jste ze vztahu venku. Ticho rovná se vyloučení.*“ (Bauman, 2013, s. 44) Paní doktorka Iva Stuchlíková (2002) uvádí, že je důležité soustředit se na to, aby komunikace ve vztahu fungovala a neustupovala pod náporu stereotypu a zvyku do pozadí partnerského vztahu. Není důležité, zda se jedná o prostor on-line nebo off-line. Partneři by měli být schopni otevřeně hovořit a zajímat se jeden o druhého, což Bauman v dnešní společnosti nevidí. Naproti tomu Anthony Giddens (2012) nevidí realitu tak negativně jako Bauman. Proměnu v setrvačnosti vztahů současné společnosti opírá o sexuální podmíněnost a změny v sexuálním chování jedinců. Podle Giddense zde vznikají nové alternativy soužití, které jsou v dnešní tekutější společnosti nevyhnutelné. Svoje názory dokládá nárůstem rozvodovosti, vznikem nevlastních rodin, fungováním různých komunit, nesezdaným soužitím tzv. na psí knížku či registrovaným partnerstvím homosexuálních párů. V některých evropských zemích legislativa pokročila také směrem k legalizaci adopce dětí homosexuálními páry. (Giddens, 2012)



## 2.3 Gender a vztahy

Změny postavení žen v současné společnosti mohou vytvářet problémy v partnerských vztazích. Rostoucí emancipace a samostatnost žen vede ke změnám rolí v klasickém moderním pracovním, ale i rodinném modelu. Ženy zastávají mužské role a muži naopak ženské. Podle některých názorů je možné, že se jedinci v těchto změnách těžko orientují a mají problémy s nalezením svého postavení ve zmíněných alternativách. Dříve byla sociální role muže a ženy v rodině jasně vymezena. Děti stereotypy svých rodičů přebíraly a automaticky pokračovaly v jejich dodržování. „(...)muži ani ženy neuvažovali o životě v dimenzích spokojenost nebo nespokojenost, ale brali život takový, jaký byl, plnili role a povinnosti s nimi spojené zcela samozřejmě.“ (Rašticová, Hašková, 2002, s. 97)

Anthony Giddens (2012) popisuje proměnu dnešních heterosexuálních i homosexuálních vztahů také v genderových souvislostech. Ženy prošly v posledních desetiletích dlouhou cestou k otevřené sexualitě. Ta jim však slouží k projekci tzv. romanci jako hrdinské výpravě. Giddens ve své úvaze vychází z výzkumu, který prováděla Sharon Thompsonová (In: Giddens, 2012) ve druhé polovině osmdesátých let. Výzkum byl zacílen na hodnoty, postoje a sexuální chování sto padesáti amerických teenagerů. Zásadní byl rozdíl ve vyprávění sexuálních zážitků ze stran mužů a žen. Zatímco muži sdělovali spíše kusé sexuální zážitky, dívky dokázaly hodiny rozprávět o jejich projekci sexuálního zážitku do dalšího průběhu vztahu. Jejich vyprávění bylo velmi strhující a ve většině případů již nazkoušeno z předchozích komunikací s vrstevnicemi. Rozdíl tedy v myšlení ženy probíhá tam, kde se dříve sexuální zážitky odkládaly na dobu, až vznikne mezi dvěma lidmi vztah. Dnes už vnímají sex jako možný prostředek k dosažení delšího intimního vztahu. Jak však říká Giddens (2012, s. 60): „*Sex s novým partnerem může znamenat počátek vysněného osudového setkání – ale velmi pravděpodobně také ne.*“ Přestože provází ženy při jejich sexuálním poprvé stále obavy s tím, zda se jedná o vhodný čas, místo apod., nevnímají už tolik, zda se jedná o jejich vysněného prince na bílém koni. Spíše zlomový moment v jejich intimním životě vidí jako novou cestu k vlastní angažovanosti a aktivní přístup k věcem ve vlastní budoucnosti. „*Dívky nemusejí bojovat o sexuální svobody: tuto svobodu už mají. Jejich problém spočívá v tom, jak z ní učinit něco smysluplného tváří v tvář postojům mužů (...). Dívky se tím dostávají do pozice hlavních sociálních*

*experimentátorů.*“ (Giddens, 2012, s. 62) Podle výzkumu Thompsonové (In: Giddens, 2012) a z příběhů jejích respondentů je evidentní, že se ženy nachází v určité rozpolcenosti. Na jedné straně v sobě stále mají zlomky komplexu romantické lásky, na straně druhé aktivně pracují na získání praktické kontroly nad svými životy. Ženy počítají s tím, že budou celý svůj život pracovat, usilují o vybudování kariéry a o nastavení samostatnosti, která jim zůstane například v situaci, kdy budou bez partnera. Zároveň však mluví o tom, že touží po ideálním vztahu, ve kterém je bude někdo milovat a opečovávat stejně jako ony jej. Ačkoliv se ženy mohou dnes osamostatnit tak, že odejdou od rodičů do vlastního bydlení, většina nad takovým odchodem uvažuje v souvislosti se vznikem nového partnerského vztahu. Paradox dnešní touhy po manželství v myslích žen je v tom, že ho vnímají jako prostředek k větší míře autonomie. Pokud dnes ženy nemluví o manželství, je to proto, že se aktivně podílejí na reorganizaci, kterou nyní intimní vztahy procházejí. Bauman (2013) si však nemyslí, že by se ženy úspěšně osvobodily od domáckosti. Spíše staré ideály aplikují do nově vznikajících vztahů.

Důležitým termínem, který Giddens (2012) vyzdvihuje a kterému se ve své knize *Tekutá láska* věnuje také Bauman (2013), je tzv. čistý vztah. Čistý vztah slouží lidem, kteří do něj vstupují pro vztah samotný a pro všechny výhody, které jim dané spojení nabízí. Čistý vztah je výsledkem změn, kterými prochází v oblasti intimity současná společnost. Sex byl dříve spojen výhradně se svazkem manželským. Dnes bývá součástí také čistého vztahu.

Zásadní je rozpor mezi romantickou a spolu plynoucí láskou, tedy čistým vztahem. Idea romantické lásky se hrouští pod tlakem sexuální emancipace a autonomie žen. Romantická láska je závislá na projekci jednoho do druhého, pro kterou jsou stěžejní rozdíly mezi maskulinitou a feminitou, jež se poté definují jako antiteze. Romantická láska tedy stojí na milostné vášni, vzájemné přitažlivosti a následném připoutání se. Naproti tomu plynoucí láska je podmíněná genderovou vyvážeností. Jedná se o aktivní a podmiňovanou lásku. Díky ní ustupujeme od hledání „té pravé osoby“ a obracíme se spíše k hledání „toho pravého vztahu“. Romantická láska byla mocensky nesouměrná. Ženin úděl často spadal do domáckého poddanství. Naproti tomu ve spolu plynoucí lásce jsou role vyrovnané. Čím více jsou role vyrovnané, tím více se pár přibližuje čistému vztahu. Romantická láska také vymezovala sexuální vztah striktně exkluzivně

na dva jedince. U spolu plynoucí lásky tomu tak nemusí nutně být. Zásadní je domluva obou partnerů na tom, jak si vztah představují. Láska se rozvíjí jen natolik, nakolik jsou oba ochotni podělit se s druhým o svůj osobní a intimní život. Giddens (2012) zároveň zdůrazňuje, že všechny zmíněné atributy se vztahují na heterosexuální, ale i na homosexuální vztahy.

### 3 MILENIÁLOVÉ A JEJICH PRIORITY

Reeves a Oh (2007) definují termínem mileniálové nebo také generace Y, internetová generace či Google generace současné dospívající a mladé dospělé narozené mezi lety 1981-2000, kteří jsou nástupci generace X (1965-1980). Většina autorů se ale shoduje, že generace mileniálů je narozena po roce 1982.

**Tabulka č. 1: Označení generací**

Source	Labels				
Howe and Strauss (2000)	Silent Generation (1925–1943)	Boom Generation (1943–1960)	13th Generation (1961–1981)	Millennial Generation (1982–2000)	—
Lancaster and Stillman (2002)	Traditionalists (1900–1945)	Baby Boomers (1946–1964)	Generation Xers (1965–1980)	Millennial Generation; Echo Boomer; Generation Y; Baby Busters; Generation Next (1981–1999)	—
Martin and Tulgan (2002)	Silent Generation (1925–1942)	Baby Boomers (1946–1960)	Generation X (1965–1977)	Millennials (1978–2000)	—
Oblinger and Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947–1964)	Gen-Xers (1965–1980)	Gen-Y; NetGen; Millennials (1981–1995)	Post-Millennials (1995–present)
Tapscott (1998)	—	Baby Boom Generation (1946–1964)	Generation X (1965–1975)	Digital Generation (1976–2000)	—
Zemke et al. (2000)	Veterans (1922–1943)	Baby Boomers (1943–1960)	Gen-Xers (1960–1980)	Nexters (1980–1999)	—

296

Zdroj: Reeves, Oh, 2014, s. 296

Jak dokazuje přiložená tabulka, některá označení a časová vymezení se mohou u různých autorů lišit. Není možné ale aplikovat dané období na české a slovenské prostředí, neboť jejich vývoj ovlivnil totalitní režim a vývoj generací nešel souběžně se západními zeměmi. (Strauss, Howe, 1991) Důležité je, že vymezení generace není závislé přímo na věku společnosti, při rozdělení generací je rozhodující kontext doby při dospívání, příslušnost k určité sociální a kulturní vrstvě během dospívání, sdílené podobné hodnoty a priority v daném věku. Příslušnost ke generaci mileniálů je determinována především rozšířením osobních počítačů a internetu v osmdesátých a devadesátých letech. V našem prostředí docházelo k rozšíření, díky vlivu politické situace ve 20. století, až o něco později. Charakteristické rysy generace mileniálů jsou především tyto: vyznačují se značným používáním informačních technologií ve formě tabletů, chytrých telefonů s Androidem či iPhone, osobních počítačů, notebooků, Maců apod. Práce s těmito stroji je pro ně součástí každého dne a považují je za nezbytné

k jejich rozvoji, práci, vzdělávání se, vyhledávání informací, ale i ke stahování her, hudby, filmů a komunikaci s okolím, v čemž jejich využívání kooperuje také s navazováním různých on-line a posléze v některých případech i off-line vztahů, ať už se jedná o chatovací místnosti, seznamovací webové stránky nebo společné on-line hry. Mileniálové jsou zvyklí na permanentní připojení k wi-fi a internetu, které jim umožňuje spojení se svými vrstevníky a zároveň se stává toto prostředí také součástí jejich práce. Na internetu vyhledávají informace a zároveň nové vytvářejí. Specifickou vlastností mileniálů je multitasking. Znamená to, že jsou schopni úspěšně pracovat najednou na více různých úkolech a flexibilně přecházet mezi činnostmi on-line a off-line, což je jeden z jejich hlavních znaků. Naprosto běžným přístupem k životu u mileniálů je, že stírají pracovní prostředí s prostředím volného času a tyto dva dříve rozdílné světy míchají do sebe. Přirozené pro ně bývá, když mají své povinnosti do práce či školy plnit doma či v kavárnách, naproti tomu jim přijde normální v práci nebo při přednáškách sledovat zábavná videa či komunikovat s přáteli. Díky tomu, že mají mileniálové neustálý přístup k informacím a odpovědím na jejich otázky, bývají celkově netrpělivější. Očekávají od svého okolí rychlé reakce tak, jako to znají z používání internetu. Zmíněná vlastnost zároveň souvisí s tím, že jsou zvyklí být stále s někým v kontaktu. Mezi další specifické rysy, které bývají uváděny, patří experimentování založené na sebedůvěře v osobní schopnosti. Experimentování se zakládá na touze po nových zážitcích, informacích a přátelstvích. Mileniálové se raději a snáze učí skrze praktické činnosti. Díky jejich roztěkanosti jim dělá problémy delší poslouchání či pozorování objektu. V souvislosti s touto vlastností mileniálové raději využívají vizuální pozornost, kterou spíše věnují obrázkům, fotografiím, grafům a videím než psanému textu nebo poslechu. Mileniálové jsou zvyklí na neustálé sdílení sebe samých, informací a postřehů s okolním světem.

Petr Horký v článku v časopisu Respekt (Respekt.cz, 2016 [online]) vychází při pohledu na generaci mileniálů z výzkumu pracovní agentury Manpower, který byl proveden mezi 19 tisíci mladými pracujícími lidmi ve 25 zemích. Posun v životní filozofii oproti generaci X je spatřován v tom, že se skupina mileniálů netěší na důchod a z velké části si představuje, že bude pracovat i po 65. roce života. Mileniálové jsou v člancích prezentováni jako líní mladí lidé bez zájmu. Výsledky výzkumu však pohled vyvrací, neboť tvrdí, že respondenti uvedli v 73 procentech případů, že pracují více než 40 hodin týdně, čtvrtina dokonce více než 50 hodin. Zároveň však často plánují, že si během

svého pracovního života udělají delší pauzu, kterou věnují regeneraci, cestování, popřípadě u žen času pro rodinu. „Autoři průzkumu *Manpower* mluví o tom, že mýtus/obraz šplhání na kariérní žebřík střídá nový obraz – střídavých kariérních vln. Mileniál projde jedním zaměstnáním, opustí ho, dá si pauzu, odjede na cestu do Indie nebo stráví rok jako dobrovolník na farmě, pak chytne další vlnu.“ Respekt.cz, 2016 [online])

Petra Kyjonková ve svém článku pro Lidovky.cz (Byznys.lidovky.cz, 2010 [online]) vychází z jiného výzkumu týkajícího se Generace Y, tedy mileniálů. Její článek vychází z výzkumu ve vědeckém časopise *Journal of Management* a také popisuje tuto generaci podobně, tedy jako generaci bez smyslu k náročnější práci. Jedná se o mladé lidi, kteří si myslí, že je o ně velký zájem, ale přitom práci vnímají jen jako prostředek k získání peněz na živobytí. Zmiňuje, že u mileniálů klesá touha najít si práci, která by měla nějaký vyšší smysl. Zároveň reaguje na další výzkumy (Association of Graduate Recruiters), které tvrdí, že mají dnešní absolventi příliš vysoké sebevědomí na to, kolik jsou ochotni věnovat případné práci.

## 4 SEZNAMOVÁNÍ ON-LINE

„On-line“ vztahy fungovaly už po telegrafu. Provozovala je jen úzká komunita – lidé, kterým se vzkazy diktovaly. Takže se nejednalo o příliš intimní vztahy, ale i přesto vznikala silná pouta, na základě kterých se později lidé potkali. Dokonce vyšly na základě zkušeností zmíněných jedinců knížky *Úskalí lásky na drátě*, *Telegrafická romance* atd. (Ben-Ze'ev, 2004) Seznamování a setkávání se prostřednictvím informačních technologií zaznamenalo svůj počátek již v polovině šedesátých let dvacátého století. Hardey (2002) uvádí informace o záznamech z prvních provedených pokusů, při kterých výpočetní technologie porovnávaly a kompletovaly údaje získané od jednotlivých účastníků výzkumu na základě informací z dotazníků, jež respondenti vyplnili. Vědecké párování související s využitím počítačů se rychle rozšířilo, avšak validita těchto výzkumů nebyla příliš dobrá. V souvislosti se seznamováním skrze média lze uvést také boom, který prodělal v osmdesátých letech tzv. video-dating (videoseznamování) sloužící k setkávání se s potenciálními přáteli či partnery. Video-dating měl některé specifické rysy dnešních seznamovacích on-line portálů a aplikací. Uživatel si vytvořil profil, vložil pár fotografií a poskytl krátký nahrávaný rozhovor. Výběr potenciálního protějšku probíhal ve třech fázích. Uživatel si prohlédl profily ostatních a vybral ty, kteří mu byli sympatičtí. U těchto uživatelů poté dostal k dispozici video nahrávku, na základě které se rozhodl, zda touží po osobním setkání s jednotlivými jedinci. (Woll, Cozby, 1987 In: Finkel a kol., 2012)

Párování prostřednictvím počítače zmiňuje ve své knize nejen Hardey (2002) ale také Finkel (2012), který podrobně popisuje pokus, jež proběhl na Standfordské univerzitě už v roce 1959. Studenti matematiky vytvořili projekt pod názvem „*Happy Families Planning Services*“ (Finkel a kol., 2012, s. 10) Na základě programu IBM 650 se podařilo spárovat 49 žen a mužů. Do programu byly vloženy údaje z dotazníků, které vyplnili respondenti. Jednalo se o základní informace, např. věk, váha, výška, charakterové rysy, zájmy apod.<sup>1</sup> Počítač na základě nejvyšší shody v uvedených údajích spároval účastníky. Přesto, že se respondenti často shodovali ve velké části svých odpovědí, osobní seznámení vedlo k vysoké rozdílnosti a celkové neúspěšnosti projektu. Pokus přinesl jeden úspěch v podobě manželství. (Gillmor, 2007 In: Finkel a kol., 2012)

---

<sup>1</sup> Uživatelé dnešních seznamovacích aplikací používají shodné filtry. Mezi ty nejzákladnější patří věk a národnost.

První polovina 90. let přinesla rychlé šíření internetu, který se stal celosvětově přístupný po vzniku World Wide Webu v roce 1993. Souvisí tak se vznikem lehce využívaných webových prohlížečů na přelomu let 1993 a 1994. Rozšíření internetu přineslo úplně nový svět bořící veškeré bariéry spojené s místem pohybu, věkem, socioekonomickým statutem, etnikem, inteligencí apod. Přestože kyberprostor představuje novou zónu pro experimentování s identitami, virtuálními komunitami, on-line vztahy nebo sexuálními setkáními, začíná být brzo on-line prostor nahlížen i negativně, neboť kritika vnímá problematiku mezi povahou on-line identity a off-line identity. Jedná se o jednu z hlavních otázek v problematice užívání internetu. (Macek, 2013)

Postupně rozšířená dostupnost počítačů a internetu s sebou přinesla také novou generaci uživatelů využívajících seznamování on-line. Finkel (2012) ve své práci rozděluje tři fáze, kterými prochází generace on-line seznamování. Jedná se o internetové inzeráty, seznamky stojící na algoritmech a nejnovější část, která souvisí s aplikacemi v mobilních zařízeních. V současné době jsou také aplikace založené na vyhledávání prostřednictvím algoritmů. První velký rozvoj je zároveň spojovaný s rokem 1995, kdy společnost Match.com spustila webové stránky on-line osobních reklam. Woll a Young (1989) se shodují v tom, že rozvoj on-line seznamování podpořila v 90. letech především expanze života singles a jejich speciální požadavky v navazování intimního života.

Aaron Ben-Ze'ev (2004) uvádí, že podle jedné komplexní studie z USA v roce 1994 činily ženy pouze 5 % uživatelů chatu na internetu. V on-line prostředí totiž rozdíl v genderu nejsou podstatné, protože si člověk může zvolit pohlaví. *„Už pět měsíců si užívám chat roomy pro lesbičky a prezentuji se jako třicátnice, lesbička, matka živitelka. Mám fotografie velmi atraktivní mladé ženy, které sdílím. Jsem ženatý muž ve středních letech. Tohle byl nejsilnější zážitek mého života. Internet skutečně může zamíchat genderem.“* (Ben-Ze'ev, 2004, s. 6)

Internet je skvělým místem pro udržení vztahů pro lidi, kteří jsou znevýhodněni fyzicky, psychicky, působí asexuálním dojmem, jsou příliš stydliví, asociální atd. Lidé na internetu podle Ben-Ze'eva (2004) mnohem snáze lžou. Všichni muži tvrdí, že mají velké přirození a o víkendu chodí pomáhat svým starým rodičům. Mezi důležité složky pro atraktivitu romantické lásky na internetu patří neomezená představitivost, protože během konverzace se můžeme popisovat, jak chceme. Dále interaktivita, díky které si



člověk pouze nepředstavuje veškeré aktivity, ale skutečně spolupracuje s druhým a zároveň mu společná komunikace umožňuje popustit volnou uzdu fantazii. Mezi další výhody on-line vztahů patří stálá dostupnost, neboť v postmoderní společnosti 21. století máme přístup k internetu téměř všude a přihlášení je jednoduché a levné. Zároveň je výhodou anonymita, díky které odpadají společenské normy. Lidé se cítí bezpečněji a volněji, co se týká projevení svých tužeb a chůce. Díky pocitu soukromí jsou lidé intimnější a více se otevírají a to činí internetové vztahy lákavými. Ben-Ze'ev (2004) uvádí ve své knize základních šest protikladů obsažených v on-line vztazích: vzdálenost a blízkost, strohá a bohatá komunikace, anonymita a zároveň velká otevřenost, upřímnost a zároveň klamání, kontinuita a nekontinuita, minimální fyzická investice a značná psychická investice.

Většina výzkumů věnujících se on-line datingu (seznamování v on-line prostoru, randění) vychází z výzkumů Aarona Smithe, který společně Maevem Duggan vytvořil v roce 2013 rozsáhlou studii zabývající se seznamováním v on-line prostoru. (Smith, Duggan, 2013) Ve zmíněném roce byla aplikace Tinder teprve rok na trhu, ale aplikace Grindr a Badoo už pár let fungovaly. Výzkum se tedy věnuje spíše seznamovacím stránkám, přesto však mapuje zčásti i seznamování přes aplikace v chytrých telefonech. Tabulka, kterou jsem si dovolila z daného výzkumu použít, prezentuje demografické rozptření uživatelů seznamovacích on-line cest ve Spojených státech v roce 2013.

**Tabulka č. 2: Demografické rozptření uživatelů**

<b>The demographics of online daters</b>		<b>% who have used online dating sites or apps</b>
<i>The % of American adults in each group who have used online dating sites or apps</i>		
<b>All adults (n=2,252)</b>		<b>11%</b>
a	Men (n=1,029)	13 <sup>b</sup>
b	Women (n=1,223)	9
<b>Race/ethnicity</b>		
a	White, Non-Hispanic (n=1,571)	11
b	Black, Non-Hispanic (n=252)	12
c	Hispanic (n=249)	8
<b>Age</b>		
a	18-24(n=243)	10 <sup>f</sup>
b	25-34(n=284)	22 <sup>adef</sup>
c	35-44(n=292)	17 <sup>adef</sup>
d	45-54(n=377)	8 <sup>f</sup>
e	55-64(n=426)	6 <sup>f</sup>
f	65+ (n=570)	3
<b>Education attainment</b>		
a	No high school diploma (n=168)	7
b	High school grad (n=630)	7
c	Some College (n=588)	15 <sup>ab</sup>
d	College + (n=834)	12 <sup>ab</sup>
<b>Household income</b>		
a	Less than \$30,000/yr (n=580)	12
b	\$30,000-\$49,999 (n=374)	12
c	\$50,000-\$74,999 (n=298)	16 <sup>d</sup>
d	\$75,000+ (n=582)	9
<b>Urbanity</b>		
a	Urban (n=763)	13 <sup>c</sup>
b	Suburban (n=1,037)	11 <sup>c</sup>
c	Rural (n=450)	6
<p>Source: Pew Research Center's Internet &amp; American Life Project Spring Tracking Survey, April 17 – May 19, 2013. N=2,252 adults ages 18+. Interviews were conducted in English and Spanish and on landline and cell phones. Margin of error for results based on all adults is +/- 2.3 percentage points.</p> <p>Note: Percentages marked with a superscript letter (e.g., <sup>a</sup>) indicate a statistically significant difference between that row and the row designated by that superscript letter, among categories of each demographic characteristic (e.g. age).</p>		

Zdroj: Smith, Duggan, 2013 [online]

Tabulka ukazuje, že seznámení přes on-line stránku nebo aplikaci volili v roce 2013 spíše muži. Uživatelé byli nejčastěji ve věku od 25 do 34 let a poté až do 44 let. Zároveň výzkum ukázal, že se jedná o lidi s vyšším vzděláním, tedy o středoškolsky nebo vysokoškolsky vzdělané uživatele. Výzkumu se zúčastnilo 2 252 respondentů starších osmnácti let.

## 4.1 Komunikace on-line

Značná část komunikace a interakce mezi lidmi se v uplynulých dvou desetiletích přenesla do on-line prostoru. Jedním z dělení on-line komunikace je na synchronní a asynchronní. Zmíněné dělení uvádí ve své knize *The psychology on the Internet* Wallace (1999), z něhož vychází autorka Radana Divínová (2005), která se věnuje problematice kybersexu. Synchronní komunikace zahrnuje především e-mailovou komunikaci a není nutné, aby oba její účastníci nutně v konkrétní chvíli seděli u počítače. Naproti tomu pod asynchronní komunikaci řadíme různé chaty, diskuzní fóra, hlasové či video konference. Jedinec si vybírá komunikaci, jež jemu samotnému z různých důvodů a hledisek více vyhovuje. Přestože se vlivem internetu komunikace velmi urychlila a lze díky němu využívat i vizuální a zvukový prostor, stále zůstává v preferencích uživatelů komunikace písemná. Textová komunikace umožňuje nejsnáze prezentaci sebe samých tak, jak si v dané situaci představujeme. Suler ([online]) rozděluje specifika textové komunikace v kyberprostoru do několika kategorií na: subjektivní zážitek z komunikace, tvorba zprávy, čas a tempo on-line komunikace, ukládání zpráv, absence neverbálních klíčů a stimulací. Co se týká samotného zážitku z komunikace, je důležité, aby měl jedince vyvinutý cit pro psaní. Pokud si myslí, že má, nebo opravdu má problém se slohem, vybírá si spíše stručnou chatovou komunikaci před zdoluhavými e-maily. Určitý druh lidské empatie nám slouží k tomu, abychom poznali významy a nálady skryté mezi řádky v komunikaci. Účastníci komunikace často projektují do textového spojení reálný vztah a reagují podle chování protějšku on-line. Sledují změny v projevech a reagují na ně. Pokud nedostanou odpověď, snaží se rozklíčovat, proč se tak stalo. Příjemné pro ně také může být, že se reálně vidí jako součást vztahu, který navázali on-line – vidí se na monitoru. Textová komunikace jim umožňuje být více upřímnými a cítit se druhému paradoxně blíže, než kdyby se s ním setkali tváří v tvář. K interpretaci komunikace slouží jako pomoc vizuální podoba zpráv. Vkládání různých citací, obrázků, smajlíků, velkých písmen apod. pomáhá čtenáři pochopit rozpoložení a náladu druhého člověka. Podstatná je také rychlost reakcí a četnost jednání on-line. Na jednu stranu umožňuje účastníkovi komunikace si jasně a racionálně rozmyslet, co chce říci, na druhou stranu může s časovou prodlevou změnit to, co vlastně chtěl původně říci. *„Možnost kdykoliv poslat vzkaz či zprávu vytváří příjemný pocit, že spojení s oním člověkem je tu pořád nebo dokonce, že ten druhý je*

*'všudypřítomný'*“ (Divínová, 2005, s. 48) Dodávám však, že může také naopak vyvolat velmi negativní pocity a otázky, proč druhý neodpovídá. Ukládání komunikace slouží k tomu, aby účastníci komunikace některé informace nezapomněli či mohli později dokázat, že bylo něco řečeno, slíbeno apod. Uložená komunikace může udržovat kontinuitu vztahu. Zároveň může být různými způsoby interpretována v návaznosti na situace a nálady, ve kterých se účastníci aktuálně nachází. Hlavní věci, která textové komunikaci chybí, jsou neverbální klíče a stimulační. Některé složky reálné komunikace se do on-line komunikace nedají přenést nebo to jde velmi těžko. Například ironie a sarkasmus se dají těžko přenést. Neverbální složka v podobě mimiky, tónu hlasu, naladění a podobně může být nahrazena pouze smajlíky, velkými písmeny či interpunkčními znaménky. To bohužel často nestačí a komunikace se tak stává omezenou, nejasnou či dvojnásobnou. Na základě toho může docházet k nedorozuměním a projekcím. Zásadní se při on-line komunikaci stává dojem, který o sobě utváříme. Je nespočet vlivů, které působí na vznik dojmu, jež si o nás ostatní udělají. Podle naší psané formy je usuzováno o tom, jaký máme charakter. Rychlost reakcí, způsoby vyjadřování, tvorba pauz atd., to vše má vliv na to, jak působíme on-line. Image si vytváříme i volbou přezdivek a jmen. Wallace (1999) uvádí, že dvě nejdůležitější kategorie při formování dojmu o nás jsou věk a pohlaví. Dotaz směřující k těmto informacím patří v komunikaci k jednomu z prvních.

Podle průzkumů, které taktéž dokládá Wallace (1999), se v on-line komunikaci jevíme rezervovanější, chladnější a logičtější. Souvisí to s tím, že nereagujeme spontánně na každou větu tak, jako při běžné komunikaci tváří v tvář. Účastníci komunikace nevidí, zda příkyvujeme nebo jinak reagujeme na to, co píšou. On-line komunikace nám slouží nejen k tomu, abychom si udělali obrázek o druhých. Zároveň je nám dobrým sluhou v tom, jak prezentovat druhým nás. Informace o nás a taktiku komunikace měníme podle konkrétního kontextu a motivace.

Vnímání sebe sama je paradoxně v on-line komunikaci mnohem silnější než vnímání okolí. Sebepojetí je utvářeno dvěma různými postupy – vnitřně a z vnějšku. Snažíme se reagovat na to, jak nás vnímají druzí, a přizpůsobit se tomu, jak chceme, aby nás vnímali. Přitom to, jak chceme vypadat a působit, je mnohem více rozvinuto než při komunikaci tváří v tvář. Výzkumu psychosociálních aspektů v on-line komunikaci se věnovali Dušková s Vaculíkem (2002). „*Většina jejich respondentů uvedla, že na*

*Internetu komunikuje jinak než ve světě reálném, příčina čehož byla spatřována v menší obavě ze sankcí, v anonymitě a v touze být někým jiným. Ve srovnání s f2f komunikací se ta na Internetu respondentům jeví jako otevřenější, uvolněnější, méně formální, ale také ironičtější, agresivnější a bezohlednější.” (Divínová, 2005, s. 53)*

Pokud nemá aktér komunikace představu o tom, jak jeho partner reaguje neverbálně a v rámci paralingválních projevů, projektuje si do komunikace svoje vlastní představy o tom druhém. Pokud jsou tendence k představám vysoké, může docházet k různým změnám ve významech psané zprávy a zároveň tak ke komplikacím v komunikaci a k nedorozuměním.

Přestože se on-line vztahy často berou jako pomíjivé a nepříliš pevné, je jisté, že si účastníci selektují případné protějšky a vybírají si podle určitých rysů, které jim jsou sympatické. Pokud nemají uživatelé k dispozici fotografie protějšku, je nahrazena fyzická atraktivita atraktivitou myšlenkovou. Důležitá je samozřejmě frekvence setkávání a konverzace on-line či otevřenost v komunikaci. Wallace (1999) hovoří o tzv. principu spirály: pokud cítím, že mě má druhý rád, mám ho také rád a jsem na něj milý, on mi to pak oplácí a tak pořád dokola. Tím se vztahy na internetu prohlubují. Rozvoj vztahu v kyberprostoru může časem vést buď k osobnímu setkání s protějškem, nebo k tomu, že se aktéři nikdy osobně nesetkají. Někteří uživatelé internetových seznamek, chatů apod. ani netouží po tom, aby jejich internetové vztahy časem přerostly v reálný intimní vztah. On-line prostředí jim zajišťuje větší soukromí, svobodu a bezpečí. Suler ([online]) hovoří také o tom, že v některých případech vzniká tzv. dvojitý vztah, pokud se partnerská komunikace liší v on-line a off-line vztahu. Negativně shledává, pokud partneři nejsou schopni tváří v tvář komunikovat o zásadnějších či intimnějších tématech a řeší podstatné věci při komunikaci přes internet.

## **4.2 Sebe prezentace**

Výzkum Whittyové (2008) ukázal, že někteří lidé prezentují svoji osobu cíleně určitým způsobem, aby dosáhli dojmu, který si předem stanovili. Whittyová si pro svůj výzkum zvolila třicet žen a třicet mužů, s nimiž při podrobném rozhovoru analyzovala internetové profily na seznamovacích aplikacích. Společnými silami se snažili analyzovat, z jakého důvodu respondenti zvolili určité fotografie a napsali dané osobní

informace. Zároveň bylo zjišťováno, co považují respondenti za atraktivní na profilech potenciálních protějšků. Podle Hancocka a Toma (2009) i výše uvedené Whittyové (2008) je zásadní součástí uživatelského profilu na on-line seznamkách fotografie. Ve vědeckém výzkumu Rosena a kol. (2008) většina respondentů odpověděla, že požaduje, aby u profilu potenciálního protějšku byla fotografie zveřejněna. Lidé využívající on-line seznamky se při prezentaci osobních fotografií soustředí na rovnováhu mezi potřebou vypadat dostatečně atraktivně pro potenciální partnery a přitom nezměnit příliš svůj skutečný vzhled, neboť by si přidělali starost v situaci, kdy by se měli s druhým uživatelem setkat v off-line prostředí. Tato skutečnost samozřejmě závisí na otázce, co daný jedinec v on-line prostoru hledá. Větší starost s otázkou atraktivity versus skutečnosti budou mít ti, kteří si hledají partnera i do off-line prostředí. Zásadní rozdíl mezi on-line a off-line seznamováním je podle Whittyové (2008) v tom, že při seznamování on-line se jedinci soustředí více na fyzický vzhled. Ke stejným závěrům došel i výzkum Vaculíka a Hudečka (2005).

Ellison (2006) uvádí, že komunikace přes internet se záměrem nalezení partnera pro život nebo sexuálního partnera otevírá prostor novému světu, ve kterém využíváme možnosti prozkoumání všech možných způsobů prezentování se ostatním. On-line seznamování nám ukazuje měnící se kulturní normy a aspekty vztahů mezi lidmi. V souvislosti s tím také ukazuje naše chování on-line, jako třeba důraz, který klademe na tvorbu dojmu nebo další sebeprezentační strategie. On-line sebeprezentace obvykle zahrnuje kompromis mezi tím, co je pro nás příznivé, aby uživatel o sobě sdělil (společensky uznávané aspekty), a tím, co by mohl sdělit (limitované pravdou). (Tom, Hancock, 2010) Z výzkumu vyplývá, že uživatelé, kteří jdou na první setkání v off-line prostoru s potenciálním partnerem, se chovají takovým způsobem, o jakém si myslí, že po něm daný jedinec touží. Usuzují tak z dosavadní společné konverzace v on-line prostředí. Snaží se souznět s jeho prioritami, postoji, hodnotami a jako chameleoni přikrášlují svou podstatu na základě toho, jak si myslí, že budou vypadat v tom nejlepším světle. V jejich chování nehraje žádnou roli to, že potenciálního partnera ještě vůbec neznají.

Uživatelé se správě svého obrazu věnují poměrně hodně, ale jejich přístup se mění na základě motivace, kterou na dané seznamce či aplikaci mají. Jedná se o cíl, který svým užíváním sledují. Jinou prezentaci pravděpodobně zvolí, pokud hledají dlouhodobý

vztah. Ti se dle studií zaměří na to, aby působili svým zevnějškem i komunikací co nejrealističtěji. Naproti tomu uživatelé, kteří hledají pouze krátkodobou známost, nebudou tolik řešit klamavou reklamu a s větším klidem si realitu upraví, aby přilákali co největší množství zájemců o svou osobu. (Whitty, 2007)

Tom a Hancock ve své studii z roku 2010 tvrdí, že jedinci experimentují se svou sebe prezentací a sledují, jak na okolí působí jednotlivé fotografie a varianty profilů. Zároveň uvádějí, že klamání se u seznamovacích inzerátů objevuje často, ale na druhou stranu se nejedná o nějaké závratné změny. Uživatelé si spíše upravují fotografie různými filtry a zdůrazňují svoje kladné vlastnosti tak, aby působili co nejlépe.

### **4.3 Přitažlivost ve vztazích on-line**

V souvislosti s úvahami, které uživatelé seznamovacích stránek a aplikací v on-line prostředí vedou nad svou sebe prezentací, je také nasnadě zjistit, co považují obecně za atraktivní u ostatních uživatelů, potenciálních partnerů. Značná část výzkumů ukazuje, že pro lidi, kteří si v on-line i off-line prostředí hledají partnera pro vážný vztah, je důležitá fyzická atraktivita, protože atraktivní lidé jsou vnímáni pro partnery jako úspěšnější po všech stránkách. (Gangestad, Scheyd, 2005; Singh, 2004) Důvody k vyzdvihování atraktivnějších jedinců jsou zdůrazněny i různými evolučními teoriemi (např. teorie dobrých genů, teorie rodičovských investic). Ty přicházejí s tím, že lidské charakteristiky typu fyzická atraktivita jsou indikátory zdraví, lepších genů, reprodukčních schopností a komplexní kvality prostředí, ve kterém se jedinec vyvíjí. (Buss, Schmitt, 1993)

Fyzická atraktivita je sice obecně preferovanou hodnotou u potenciálních partnerů, přesto výzkum, který udělali Lynn a Bolig (1985), naznačuje, že míra vnímání důležitosti fyzické atraktivity se genderově liší. Teorie výběru potenciálního partnera říká, že fyzická atraktivita je více ukazatelem zdraví a plodnosti u ženského pohlaví. A proto muži touží po takových partnerkách a váží si jejich atraktivity častěji a zásadněji, než se tomu děje v případě, kdy si žena vybírá muže. Lynn a Bolig (1985) úvahu také potvrdili ve své studii, při které se ukázalo, že muži věnují mnohem více času pátráním v novinových inzerátech po informacích o ženské fyzické kráse a atraktivitě, naproti tomu ženy na sebe poutají pozornost popisováním své fyzické atraktivity, krásy a tvaru těla. Hanušová, Hellebrandová a Lovasová (2005, s. 42) ale

tvrdí, že zamilovanost vzniká na základě všech smyslových vjemů: „*Nejdříve přicházejí ke slovu smysly, v první řadě zrak (povšimneme si očí, vlasů, postavy dotyčného jedince) a takřka současně se aktivuje sluch. Sbírá akustické informace, např. zda je jeho/její hlas jemný, příjemný, jeho/její smích srdečný. Velkou měrou se na navození okamžitých sympatií podílí čich. Spíše než vůně parfému je rozhodující specifický pach, který každý člověk chtě nechtě vylučuje, a který je jakousi obdobou zvířecích feromonů.*“ Vzhledem k tomu, že on-line prostředí nabízí uživateli pouze první vjem, je možné vnímat seznámení a zamilovanost pouze povrchem.



## 5 SEZNAMOVACÍ APLIKACE

Jak jsem již zmínila v kapitole seznamování on-line, Finkel (2012) rozlišuje tři základní generace související s rozvojem seznamování v on-line prostoru. Třetí generaci spojujeme s rokem 2008 a obdobím poté, co společnost Apple představila App Store, což je obchod pro nakupování aplikací značky Apple, a s nástupem druhé verze iPhoneu. Situace umožnila vývojářům vytvořit a představit nové softwarové programy pro seznamování, které může využít jakýkoliv uživatel chytrého telefonu. Mezi první aplikace založené na lokaci uživatele, tedy na geografické vzdálenosti případných partnerů či přátel, patřila například aplikace Zoosk nebo Badoo. Aplikace využívá GPS navigaci a uživatel nacházející se na určitém místě v aplikaci sleduje profily uživatelů, kteří se pohybují v jeho okolí. Již data z roku 2011 svědčí o tom, že je seznamování skrze aplikace velmi populární, aplikaci Badoo podle těchto dat celosvětově používalo 130 miliónů uživatelů. Podobně jako u dalších populárních aplikací lze Badoo stáhnout do chytrého telefonu zdarma a uživatel si poté může zaplatit rozšiřující verze s nadstandardními funkcemi. Podle magazínu Wired je velké množství lidí, kteří skutečně placenou službu využívají a přispívají tak k ocenění společnosti na trhu. Dalším způsobem financování chodu aplikací jsou samozřejmě reklamy, jež uživatel stahuje společně s aplikací.

### 5.1 Tinder

Seznamovací aplikace Tinder vznikla v září roku 2012 na University of Southern California, kde dva studenti Sead Rad a Justin Mateen představili pilotní verzi tzv. mobilního dohazování. Aplikace nazvaná Tinder se během týdne rozšířila od počátečních 300 k 1000 uživatelům. Už v roce 2014 byl Tinder vyvinut ve 24 jazycích a vygeneroval miliardu propojení, zároveň zaznamenával 800 milionů swipe denně. (News.com.au, 2014 [online]) Zakladatel aplikace Justin Mateen sám uvedl, že úspěch aplikace vidí především v tom, že jsou chytré mobilní telefony (smarthphony) všudypřítomné a tudíž je možné využívat aplikace 24 hodin denně na jakémkoliv místě, kde se uživatel připojí k internetu. The Huffington Post (2013 [online]) doplnil Mateena v tom, že se chytré telefony staly prodloužením toho, kdo jsme a zároveň dnes představují náš nejintimnější majetek, se kterým trávíme velkou část svého volného času. Zakladatelům se skutečně podařilo dostat jejich přání a stali se jednou z hlavních

společností, na kterou se single lidé po celém světě obrací při hledání potenciálního partnera. Od roku 2014 je Tinder považován za nejrychleji se rozšiřující aplikaci pro seznamování se ve Spojených státech. (Baxter a Cashmore, 2013)

Tinder nabízí oproti Badoo a dalším předešlým aplikacím inovativní design a umožňuje uživatelům chytrých telefonů Apple a Android propojení s lidmi mladšími padesáti let, kteří se pohybují v geografické blízkosti nastavené filtrem uživatele. Potenciální partneři samozřejmě používají také software pro stanovení polohy. Jak uvádí Emson (2013), výhodou z bezpečnostních důvodů je, že se uživatel může na aplikaci Tinder zaregistrovat pouze prostřednictvím svého Facebook profilu. Vznik falešných profilů se tedy díky této funkci eliminuje. Na druhou stranu nevýhodu mohou uživatelé spatřovat v tom, že si při nedostatečném zabezpečení sociální sítě Facebook přetáhne aplikace Tinder více dat, než by mohlo být žádoucí, a uveřejní tak ostatním uživatelům více ze soukromí daného jedince. Zároveň tak klesá anonymita užívání aplikace. Někteří uživatelé se připojují podobným způsobem k aplikaci Instagram, aby mohli ostatním uživatelům poskytnout více svých fotografií. Aplikace Tinder totiž poskytuje maximálně šest fotografií, které si uživatel buď nahraje ze svých osobních dat v mobilním telefonu, nebo si je automaticky vybere aplikace Tinder ze sociální sítě Facebook. Dále si každý uživatel může v „Nastavení“ aplikace přizpůsobit požadovaný věk, pohlaví a blízkost potenciálních partnerů. Zároveň můžete upravovat svůj profil, tedy nastavit svůj věk, jméno a případně napsat až 500 slov sám o sobě. Pořízení aplikace i s nastavením do telefonu trvá pár minut a je to velmi snadné. (Datingsitesreviews.com, 2017 [online])

Tinder funguje na základě působení fotografií a umožňuje uživatelům filtrovat potenciální komunikační partnery přes série profilů, na které reagují buď odmítnutím (swipe left), nebo přijetím (swipe right). Hodnotí tak další single uživatele nacházející se v on-line prostoru Tinderu. Pokud se oba uživatelé vzájemně ohodnotí posunutím vpravo (swipe right), objeví se jim na obrazovce telefonu shoda (match). Propojení umožní uživatelům soukromou konverzaci v chatu aplikace. Seznam propojení se uživatelům ukládá do paměti aplikace a oni mohou kdykoliv zahájit komunikaci s uživatelem, se kterým se propojili v minulosti. Uživatelé mohou mít stovky rozhovorů současně, než se rozhodnou potkat někoho z on-line partnerů individuálně tváří v tvář v off-line prostředí. Aplikace je přístupná po celý den přes smartphone zařízení

a uživatel potřebuje pouze wi-fi připojení. Uživatelé tak mohou pouhými dotyky prstů hledat pomocí Tinderu romantická propojení na základě svých vizuálních individuálních preferencí. Jak uvádí Bosker (2013), někteří uživatelé byli schopni nalézt si prostřednictvím aplikace dlouhodobé partnerství či manželský svazek, ale zároveň zdůrazňuje, že aplikace svádí k povrchnosti, kdy uživatelé jen hodnotí atraktivitu druhých na základě předložených fotografií. Pro jednoduchost užívání není podle něj divu, že pohodlí Tinderu vyvolalo řadu alternativních uživatelských záměrů, včetně příležitostného sexu. Stejně zdůrazňuje, že Tinder nebere v úvahu Facebookové informace o vztazích, takže se uživateli snadno ztratí zadaní či vdaní a ženatí uživatelé, kterým Tinder přináší snadný způsob podvádění partnera. Není ojedinělým případem, že se na Tinderu potkají partneři z reálného života.<sup>2</sup> Zakladatel aplikace Tinder Mateen při prezentaci aplikace zdůrazňuje ještě jednu výhodu, a to že uživatel nemusí sedět při on-line randění doma v soukromí před počítačem, ale může jej používat kdekoliv při sociálních aktivitách, např. v baru, parku, ve škole apod. Tudíž podle jeho názoru z uživatelů nevznikají asociální osoby zavírající se doma.

Tinder postupně rozšiřuje standardní služby spojené s užíváním aplikace. Na podzim roku 2015 přibyla funkce pod názvem super-like, díky které může dát uživatel najevo, že se mu protějšek líbí více než většina ostatních. V roce 2015 byla aplikace také rozšířena o služby Tinder plus, jež je na rozdíl od základní verze aplikace placený. Plus zahrnuje především funkce Passport a Undo. Díky aplikaci Passport se rozšířil dosavadní prostor pro seznámení nad původních 160 km a uživatel se tak může nově seznámit s lidmi po celém světě. Díky funkci Undo může uživatel vrátit zpět, pokud někoho nechtěně odebral ze svých propojení. Podle Petra Horkého (Respekt.cz, 2017 [online]) také před půl rokem vznikla nová tajná verze aplikace Tinder pro bohaté a slavné. Jedná se o elitní aplikaci, která nese název Tinder Select, a mohou ji používat pouze „vybraní“ jedinci, kteří dostanou pozvánku. Pozvánku údajně rozesílají přímo autoři aplikace těm uživatelům, kteří jsou nejúspěšnější mezi uživateli Tinderu nebo mají významný sociální statut. Není jasné, jakým způsobem se o zmíněném statutu rozhoduje, ale údajní uživatelé vykazují společné rysy: jsou bohatí a úspěšní. Spekuluje se také o tom, zda nejsou vybíráni na základě tzv. Elo skóre (Fastcompany.com,

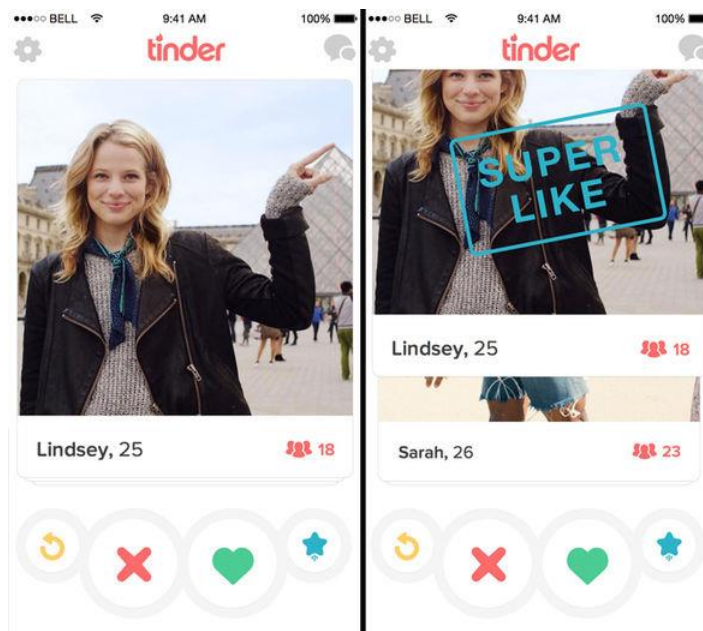
---

<sup>2</sup> Tak tomu bylo při sociálním experimentu moderátorky Rádia Wave Terezy Nvotové v díle „Bára, 33“ ([online]) při rozhlasovém pořadu Zhasni!.

2016 [online]), které se každému postupně vytváří při používání Tinderu, a na základě ratingu, jež určuje úspěšnost daného jedince v seznamování se přes aplikaci. Pokud uživatelé budou více přemýšlet nad svou úspěšností v propojeních a komunikaci než nad cílem získání partnera, bude pravděpodobně brzy aplikace vnímána více jako hra než jako on-line randění. Situaci vystihl v roce 2013 článek z Huffington Post (2013 [online]), který citoval student Cornell University, který sdílel podobný postoj: „Lidé si nemyslím, že Tinder vnímají jak on-line dating, spíš si myslí, že to je jako hra (...). Myslí, že to je jako soutěž krásy.” (James, 2015, s. 15)

Hospodářské noviny uvedly, že v roce 2015 používalo aplikaci v České republice přes sto tisíc lidí a počet rostl o 2,5 % denně. Aktuální přesná čísla nejsou k dispozici. Podle dat uvedených na oficiálních stránkách aplikace Tinder dochází celosvětově denně k 1,6 miliardám swipe aktivit, k 26 milionům propojení denně a doposud došlo k 20 miliardám propojení on-line. (GoTinder.com [online]) Google doplňuje, že k 12. dubnu 2017 došlo ke 50 000 000-100 000 000 instalacím aplikace. (Buzinga.com.au, 2017 [online]; Play.Google.com [online])

**Obrázek č. 2:** Tinder

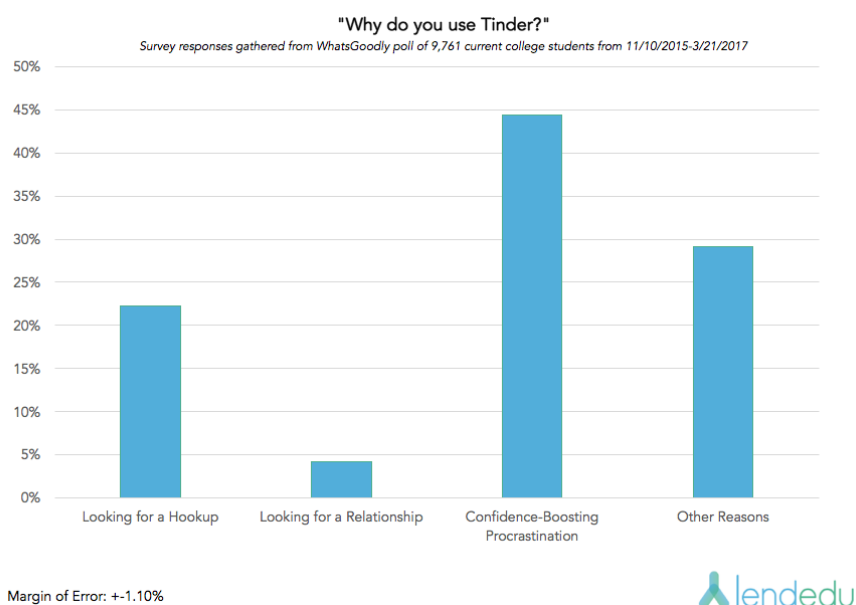


Zdroj: Play.Google.com. *Tinder*. [online]

### 5.1.1 Dosavadní výzkumy

Společnost LendEDU, která zajišťuje studentské půjčky, se dotázala 9 761 univerzitních studentů, kteří jsou vnímáni ve Spojených státech jako generace mileniálů, proč používají seznamovací geolokační aplikaci Tinder. Celkem 72 % studentů přiznalo, že Tinder použilo nebo dosud používá k navázání komunikace. Z těchto uvedených uživatelů však 44 % dotázaných řeklo, že Tinder někdy použili jenom z důvodu, aby si zvýšili sebevědomí. Konkrétně zmíněné jednání označili jako určitý druh prokrastinace, který zároveň uživateli pomůže se zvýšením sebevědomí.

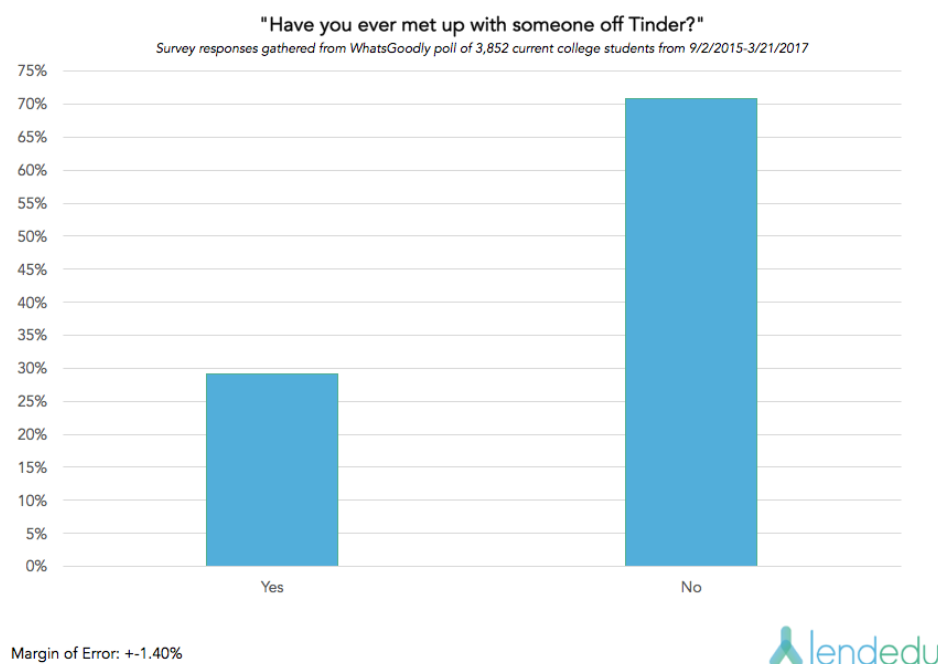
**Graf č. 1:** Proč používáte Tinder?



Zdroj: Lendedu.com, 2017 [online]

Zajímavé je, že zároveň přes 70 % studentů během výzkumu tvrdilo, že se v závěru nikdy s nikým z aplikace nesešli v off-line prostředí.

## Graf č. 2: Setkání v off-line prostředí díky Tinderu.

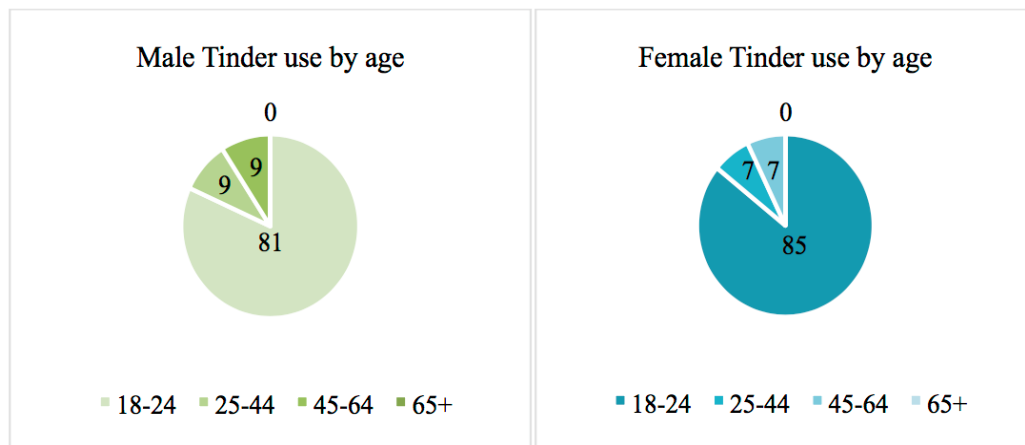


Zdroj: Lendedu.com, 2017 [online]

Výsledky výzkumu byly prezentovány jako odklon od stereotypní představy, že uživatelé Tinder mají za účelem rychlého setkání kvůli sexuálnímu styku. Pouze 22 % uživatelů říká, že používá aplikaci Tinder z důvodu nalezení krátkodobého milostného spojení. Podle některých odborníků lidé, kteří se rozhodnou zaplatit měsíční poplatek k použití seznamovací aplikace nebo webové stránky, uvažují vážně o nalezení vztahu v on-line prostředí. Zmíněná částka činí podle Consumer Reports (Consumerreports.org, 2017 [online]) obvykle kolem 60 dolarů za měsíc. Společnost LendEDU se ve své rétorice vůči seznamovací aplikaci Tinder rozchází s autory aplikace, neboť ti tvrdí, že celkem 80 % uživatelů hledá přes aplikaci smysluplný vztah. Smith a Duggan (2013) ve své studii uvedli, že z jejich zkoumaného vzorku, který činil 380 respondentů, používá Tinder 7 % žen, z nichž největší skupinou byly uživatelky mezi 18-24 rokem života. Jednalo se o 85 % uživatelék. Zároveň z uvedeného počtu respondentů 5 % mužů používá Tinder, z nichž 81 % je ve věku 18-24 let. Jak ve svém článku píše Dredge (TheGuardian.com, 2014) neboť z jeho zprávy vyšlo, že 50 % uživatelů aplikace Tinder je ve věku 18-24 let. Smith a Duggan (2013) však

uvedli, že dospělí ve věku 25-34 let byli identifikováni jako primární demografická skupina pro on-line randění. Při interpretaci dat je však třeba mít na paměti, že výzkum probíhal v roce 2013, kdy seznamovací aplikace Tinder byla na trhu pouhý rok.

**Graf č. 3:** Znázornění poměru věkových skupin užívajících aplikaci Tinder ve Spojených státech v roce 2013



Zdroj: James, 2015, s. 29

Ve studii Loes Ligtenberg (2015), která proběhla v roce 2015, se objevil velmi rychlý posun vnímání seznamovací aplikace. Přestože Aaron Smith (2013) vnímal ve svém výzkumu seznamovací aplikaci Tinder jako jednu z možností a teprve začínající záležitost, Ligtenberg ve svém výzkumu zaznamenal, že se už v roce 2015 jednalo o zastaralejší záležitost. Uvádí, že už seznamování přes aplikaci Tinder není tak trendy a ztrácí tzv. new feel, tedy už není tak atraktivní jako super moderní nová záležitost. Ligtenberg (2015) mapuje ve své studii motivaci k používání seznamovací aplikace Tinder. Ze svých zjištění uvedl 10 různých motivací, mezi které patří nová společnost, intimita, zvýšení sebevědomí, nezávazný sex, vzrušení, „zabití času“ (passing time), cool nový trend, sledování, zábava, relax. Přičemž mezi všemi zmíněnými motivacemi byla nová společnost uvedena jako nejméně důležitá. Dále ani intimita a nezávazný sex se neprojevily jako vysoké motivace pro zapojení se do užívání aplikace Tinder, a to hned z několika důvodů: na začátku měla aplikace pověst prostředníka pro nezávazný sex (Freeman, 2014), za druhé: nejméně polovina respondentů byla na Tinder rande a z nich zhruba 17 % se přiznalo, že se zúčastnilo nezávazného sexu na

Tinder rande, takže to znamená, že i když uživatelé Tinderu úmyslně nechodí na rande, protože hledají lehce dostupný sex, často to k němu přesto vede.

V článku z roku 2014 zakladatel Tinderu Justin Mateen (The Guardian, 2014) řekl, že se Tinder rozrostl tak rychle, protože byl zpočátku nasazen mezi vysokoškolské studenty ve Spojených státech, neboť tato skupina byla považována společensky za velmi vlivnou. Mateen celou věc okomentoval tak, že když je mladý člověk na střední škole, chce být jako ti starší na vysoké škole a na druhou stranu spousta dospělých závidí život studentům na vysokých školách, proto zkouší podobné věci jako oni. Zároveň konstatoval, že se Tinder rozšiřuje do všech věkových kategorií. Původně bylo 90 % uživatelů ve věku 18 až 24 let, tedy mezi studenty. V roce 2014, kdy článek vyšel, už bylo pouze 51 % uživatelů v dané věkové skupině, 7 % ve věku 13-17 let, 32 % ve věku 25-32 let, 6,5 % ve věku 35-44 let a zbytek jsou lidé nad 45 let.

Jessica L. James (2015) provedla v roce 2015 na Texas State University v rámci své studijní práce kvantitativní výzkum o užívání aplikace Tinder. On-line dotazování o 30 otázkách vygenerovalo náhodný vzorek 578 respondentů, z nichž 38 odpovídalo na otázky spojené s jejich užíváním aplikace Tinder pro uvedený výzkum Jessicy L. Jamesové.

Dotazník vyplnilo celkem 65 % žen a 35 % mužů. Překvapivého výsledku se dočkala ve věkovém rozmezí respondentů. Zatímco ženy nejčastěji vyplnily dotazník ve věku 18-24 let, muži byli ve věku 45-64 let. To bylo pro Jamesovou velmi překvapivé, protože nejvíc e-mailů s dotazníkem bylo zasláno univerzitním studentům ve státě Texas, který má zhruba 4500 studentů, a 2000 e-mailů bylo zasláno zaměstnancům fakulty, a to je právě zmíněná věková skupina mezi 45-64 lety. Podle jejího výzkumu lidé nejčastěji využívají aplikaci Tinder proto, aby si mohli kontrolovat svá propojení s jinými lidmi a tudíž jim tedy aplikace slouží ke zvyšování sebevědomí. Druhým častým důvodem bylo setkávání se s novými lidmi. Respondenti uváděli, že se jedná o snazší způsob, než jít někam do baru. Poté byly uváděny i další důvody, včetně preference komunikace on-line než face to face nebo sexu. Co se týká hledání vážného vztahu nebo romantické lásky, tak tyto důvody byly uváděny jako nejméně časté. Dále z výsledků vyplynulo, že většina respondentů nebere aplikaci Tinder nijak vážně a spíše ji vnímá jako nezávaznou on-line hru. Zajímavé byly výsledky následujících tří otázek.



První otázka se týkala toho, zda si respondent stáhl aplikace k tomu, aby si našel nezávazný sex. Odpovědi na otázku daly vyšší průměrný souhlas u mužů než u žen. Celkem 15 žen s touto větou silně nesouhlasilo a 5 mužů s ní silně souhlasilo. Ve druhé otázce se ptala, zdali uživatelé dávají ostatním swipe right, aby si při případných propojeních zvýšili sebevědomí. Celkem 21 žen silně nesouhlasilo, zatímco 6 mužů nebylo rozhodnuto nebo silně souhlasilo, což znamená to, že muži si na Tinderu spíše zvyšují sebevědomí. Poslední z těchto otázek zjišťovala, zda si respondenti myslí, že je on-line randění pro zoufalce. Celkem 26 žen silně nesouhlasilo, zatímco muži odpovídali širším spektrem: 5 respondentů nesouhlasilo, nebo silně nesouhlasilo, 4 nebyli rozhodnuti a dva buď souhlasili, nebo silně souhlasili.

## 5.2 Grindr

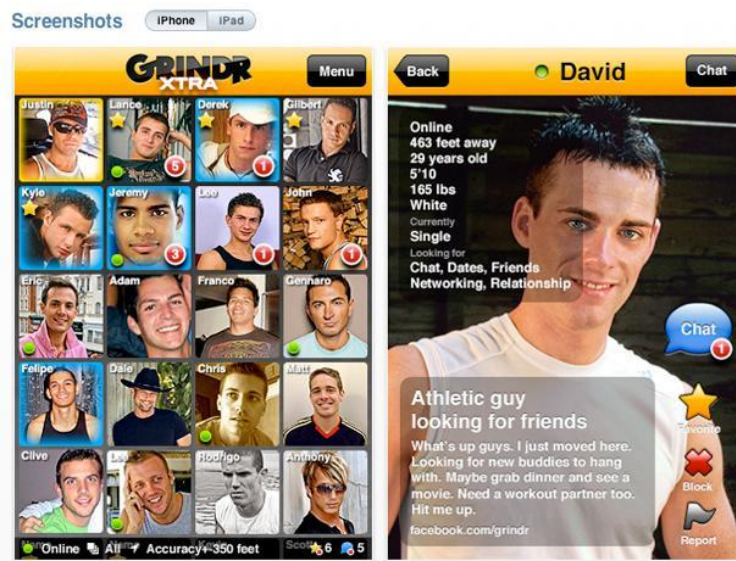
Geolokační aplikace Grindr (Grindr.com [online]) vznikla v roce 2009 a od té doby se rozšířila do 234 zemí a teritorií světa. Aplikace je využívána queer, bisexuální a transsexuální komunitou. Grindr se stal průkopníkem v pravém slova smyslu. Jednalo se o vůbec první gay geolokační aplikaci, která byla zavedena ke stažení v iTunes App Store. Aplikace se dočkala kladných recenzí v okruhu queer společenství a do roku 2012 dosáhla 4 milionů uživatelů ve 192 zemích s 1,1 miliony uživateli on-line denně. Společnost Grindr na svých webových stránkách uvádí, že je v současnosti rozšířena až do 234 zemí světa a používají ji přibližně tři miliony aktivních uživatelů denně. Jedná se vůbec o první aplikaci, která využívá polohu GPS a poskytuje tak uživatelům přehled o potenciálních partnerech v jejich blízkosti. Uvádí se, že právě díky snadnému pohybu uživatele a přehledu o tom, kdo se objevuje v okolí, dosáhl Grindr mezi queer komunitou takové popularity. Zároveň Grindr zčásti přesunul koncentraci hledání partnera pro sexuální zážitek z gay barů do on-line prostoru aplikace. (Mowlabocus, 2010; Woo, 2013)

Na rozdíl od Tinderu není nutné propojovat aplikaci Grindr se sociální sítí Facebook. Stačí, když si uživatel aplikaci stáhne, zadá svůj e-mail, datum narození, zadá heslo a přejde na službu určování polohy pobytu. Poté uživatel nahraje fotku a vybere název zobrazení. Zároveň lze o sobě napsat krátký informační popis. Grindr má také oproti Tinderu navíc sekci tzv. „Statistik“. Mezi standardní popis patří výška, váha, etnikum, tělesný typ, rodinný status či informace o tom, co daný jedinec konkrétně na aplikaci

hledá. Uživatelé ale mohou uveřejnit i intimnější informace o své osobě, jako například jaké polohy při sexu preferují nebo jaké zvláštnosti je zajímají či definují. Sekce „Sexuální zdraví“ umožňuje uživatelům informovat ostatní o pohlavních nemocech, jejich stavu HIV a datu, kdy byli naposledy testováni.

Uživatel si může filtrovat potenciální partnery v okolí ve dvou základních skupinách, a to na „Můj typ“ nebo „Online právě teď“. Sekce „Můj typ“ nabízí uživateli základní filtr profilů, který je přístupný každému, anebo prémiový filtr, který je pouze pro předplatitele. Také uživatelé Grindr si mohou zaplatit verzi Grindr Xtra, jež jim kromě speciálního balíčku profilů zaručuje také aplikaci bez reklam. (Datingsitesreviews.com, 2017)

Obrázek č. 3: Grindr



Zdroj: Vanityfair.com, 2011 [online]

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 6 METODOLOGICKÁ ČÁST

V této kapitole se věnuji metodologickému zázemí mého výzkumu a zvolené strategii. V jednotlivých podkapitolách pojednávám o validitě a reliabilitě výzkumu, specifikuji daný výzkumný problém a kontext, definuji cíle mého bádání. Věnuji se charakteristice kvalitativního výzkumu, popisuji výběr respondentů, dále představuji techniku sběru dat a fáze procesu jejich zpracování, analyzování a interpretování. Vzhledem k tomu, že se jedná o téma, které značným způsobem vstupuje do soukromí zúčastněných respondentů, uzavírám celou kapitolu etickými aspekty výzkumu.

### 6.1 Výzkumná strategie

Metodologický přístup, který slouží k řešení výzkumné otázky, se nazývá výzkumnou strategií. Dle Hendla (2005) rozlišujeme dva hlavní přístupy k výzkumnému zkoumání v sociálních vědách, a sice kvantitativní a kvalitativní výzkumné strategie. Vzhledem k tématu a objektu mého zkoumání, tedy používání seznamovacích aplikací, především Tinderu, k nalezení vztahů, ať už přátelských, partnerských, či milostných, jsem si zvolila kvalitativní výzkumnou strategii. Kvalitativní výzkum jsem si vybrala ze dvou hlavních důvodů. Po důkladném prostudování charakteristik kvantitativního a kvalitativního přístupu k výzkumu jsem usoudila, že kvalitativní postup je mnohem vhodnější a perspektivnější směrem k výstupu mého bádání oproti výzkumu kvantitativnímu. Zároveň jsem toužila znovu využít kvalitativního zkoumání v praxi, neboť jsem se k němu uchýlila již ve své bakalářské práci a shledala jsem jej jako vhodné nejen pro téma, ale také pro mě. Cením si možnosti setkat se s respondenty, navázat důvěrný kontakt a dozvědět se co nejvíce informací prospěšných pro zkoumání problematiky, jež zatím u nás nebyla důkladně probádána.

Důvod pro volbu kvalitativní strategie vidím především v tom, že ji mohu použít v případě, kdy hledám podstatu zkušeností respondentů se zkoumanými jevy, což je základní úkol mé práce. Jak jsem již zmínila výše, důležitost kvalitativního přístupu tkví především v získávání hlubších informací, které spolehlivě ukazují motivaci k určitému jednání a celkový pohled na zkoumanou oblast očima respondentů – v mém případě to, jak mladí lidé využívají seznamovací aplikace, za jakým účelem a k čemu jejich jednání

vede. Podstata kvalitativního výzkumu obsahuje široko rozprostřený sběr dat bez stanovení základních proměnných v počátcích bádání. Zároveň výzkumník nestanovuje předem žádnou hypotézu a výzkumný projekt není závislý na teorii, která byla již dříve stanovena. Velké výhody kvalitativního výzkumu spatřuji v možnosti jít v daném problému do hloubky a dotazovat se respondenta na další podrobnosti spojené s tématem a konkrétními odpověďmi. Cílem kvalitativního výzkumu je podle Dismana (2000, s. 286) „*vytváření nových hypotéz, nového porozumění, vytváření teorie.*“ Během takového zkoumání dochází k rovnosti výzkumníka a zkoumaného respondenta. Výsledkem bádání bývá velké množství dat, které následně musí výzkumník co nejlépe analyzovat a interpretovat. Výsledkem procesu je formulování nové hypotézy a teorie. Podle Strausse a Corbinové (1999, s. 11) „*metody kvalitativního přístupu používáme k odhalení a porozumění tomu, co je podstatou jevů, o nichž toho ještě moc nevíme. Mohou být také použity k získání nových a neotřelých názorů na jevy, o nichž už něco víme.*“ Výzkumník by však měl zároveň myslet na to, že hypotézy a teorie vycházející z kvalitativního výzkumu nemůže zobecňovat. Vždy jsou podle Švaříčka a Šedřové platné pouze pro vzorek, na kterém výsledná data získal. Autoři upozorňují na to, že by se měl v každém případě výzkumník vyvarovat jakýchkoliv zobecňujících výroků a tvrzení. (Švaříček, Šedřová, 2014)

Logika u kvalitativních výzkumů je induktivní. Induktivní metodu využívám také já ve své empirické části diplomové práce, neboť jsem nejdříve nasbírala velké množství dat na základě svých rozhovorů s respondenty a následně jsem pátrala po pravidelnostech i nepravidelnostech v těchto datech. Dále jsem se snažila interpretovat jejich význam a některé uvedené informace zobecnit vzhledem ke vzorku respondentů, který jsem pro svůj výzkum využila. Hendl (2008) v souvislosti se zmíněným přístupem uvádí nevýhodu, kterou je, že výsledky zkoumání může ovlivňovat soubor našich subjektivních dojmů a tím pádem nemůžeme dostatečně zobecnit informace a přenést je do jiného prostředí. Kvalitativní výzkum však tuto nevýhodu kompenzuje podrobným vhledem do prostředí zkoumané skupiny či jedince a nabídne nám v ideálním případě podrobné informace o zkoumaném subjektu v souvislosti s tématem. Kvalitativní výzkum nám umožňuje navrhnout teorie, studovat procesy i reagovat na místní podmínky.

## 6.2 Design kvalitativního výzkumu

Mezistupněm mezi kvalitativním výzkumem a samotnou výzkumnou metodou, kterou jsem si zvolila ve formě polostrukturovaného rozhovoru, je design výzkumu. Nejvhodněji se pro účel mé práce jeví tzv. zakotvená teorie neboli grounded theory. Jedná se o strategii a zároveň způsob analýzy získaných dat pro výslednou teorii vycházející z výzkumu. Přestože se ve zkoumaném prostředí pohybuji, snažila jsem se držet základních principů zakotvené teorie a přistupovala jsem ke sběru dat bez předpojatosti. Základním úkolem a cílem výzkumu je generovat novou teorii. Důležitým specifikem daného postupu, který mi vzhledem k procesu mého zkoumání vyhovoval, je, že výzkumník vstupuje do zkoumaných vod určitým způsobem „s prázdnou“ a nechává, ať se díky sbíraným datům vynoří informace, které jsou v dané oblasti zásadní. Mezi základní procedury zakotvené teorie patří tyto etapy, jichž jsem se během své práce držela: *„sběr dat směřující k teoretické nasycenosti kódů, kódování materiálu směřující k vytvoření základních kategorií – proměnných budoucí teorie a konstruování teorie jako sady tvrzení o vztazích mezi kategoriemi – proměnnými.“* (Švaříček, Šedřová, 2014, s. 87) Během procesu zakotvené teorie jsem procházela třemi fázemi analýzy dat. Již během sbírání dat při vedení rozhovorů jsem si zapisovala společné motivy a sledovala jejich specifikaci a opakování. Zmíněným přístupem jsem získávala tzv. koncepty a teorie, jež jsem mohla poté nadále rozvíjet při podrobnější interpretaci nasbíraných dat. Ve chvíli, kdy se v tematických rámcích opakující se teorie naplnily, zastavila jsem realizaci svého výzkumu v terénu a začala s podrobnou analýzou přepsaných rozhovorů. Smyslem zakotvené teorie totiž není postihnout vzorku určité populace, nýbrž charakteristika problému, který jsem se rozhodla zkoumat. Celý proces je založen na indukčním přístupu a tím jsem se samozřejmě řídila, tudíž jsem nasbíraná data řadila postupně od obecných po nejobecnější rámce.

## 6.3 Validita a reliabilita otázek

Dle Švaříčka a Šedřové (2014) validita v kvantitativním přístupu platí pro tvrzení, argument či užití procedury. Dokazujeme tak, že jsme změřili to, co jsme si k měření určili. Naproti tomu v kvalitativním výzkumu dokazujeme pravdivost a platnost celého výzkumného procesu.

*„Atribut pravdivý znamená, že nálezy reprezentují jevy, ke kterým odkazují, atribut platný znamená, že zjištěné nálezy jsou podepřeny důkazy. Pravdivost je kritérium, jež odděluje dobrý výzkum od špatného, a to vždy s ohledem na vědeckou komunitu.“* (Švaříček a Šedřová, 2014, s. 31) Podle Silvermana (2005) je základem zkoumání v kvalitativním výzkumu validita, tedy platnost sesbíraných informací vzhledem ke zkoumané skutečnosti. Disman (2002) upozorňuje především na to, že validní měření je teprve takové, pokud měříme přesně to, co jsme původně zamýšleli měřit. Volná forma otázek a slabá standardizace kvalitativního výzkumu přináší podle Dismana vysokou validitu, ale také nízkou reliabilitu.

Rubin a Rubinová (2005) doporučují právě v souvislosti s nízkou reliabilitou, kterou kvalitativní výzkum přináší, nahradit kritérium spolehlivosti kritériem správnosti a pečlivosti. Správnost neboli přesnost kvalitativního výzkumu znamená, že výzkumník nikdy nesmí používat strategii „domýšlení si“ či „doplňování“ dat. Pro pravdivé zpracování výzkumu smí používat jen čistě informace, které získal od respondentů a neměl by jim během rozhovorů říkat své názory či myšlenky. Autoři proto doporučují udělat revizi přepisu rozhovoru. Pečlivost znamená, že by měl být výzkumník schopný dokázat svůj výběr respondentů či celkový postup při sestavování obrazu studované reality do jedné teorie.

Jak upozorňují Švaříček a Šedřová (2014), kromě pravdivosti můžeme sledovat také kritérium pochopení, které je zvláště v souvislosti s mou zkoumanou otázkou nezanedbatelné. Pochopení by mělo dle jejich názoru vyjadřovat více konstruktivistické a sociálně konstruktivistické pozadí kvalitativního přístupu, tedy: *„My, jakožto badatelé jsme součástí světa, který zkoumáme, a proto je vysoce spekulativní, jak je možné dosáhnout absolutní objektivity.“* (Švaříček a Šedřová, 2014, s. 31) Zmíněnou realitu považuji ve svém přístupu jako zásadní a přesto, že jsem se tématu seznamování on-line věnovala na základě vlastních zkušeností se seznamovacími aplikacemi a nacházím se ve stejném prostředí jako moji respondenti, jsem se snažila analyzovat data co nejobjektivněji.

## 6.4 Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Cílem mého výzkumu je zjistit, jakou sociální roli hrají nová média, konkrétně populární seznamovací aplikace, v životě mladého člověka žijícího v České republice. Seznamovací aplikace Tinder funguje na základě neanonymního on-line prostředí založeného na geolokaci uživatele. Aplikace je často prezentována jako prostor pro hledání rychlých a nárazových sexuálních zkušeností. Ve svém výzkumu se věnuji tomu, abych zjistila, zda se jedná o skutečnou podstatu užívání aplikací, či zda společnost nahlíží na seznamování přes aplikace stereotypně a ve skutečnosti hrají v životě jedince odlišnou roli.

Seznamovací aplikace spojují jedince do virtuálního prostoru, kde virtuální vrstvy a fyzický vzhled ovlivňují vzájemnou viditelnost všech uživatelů a zároveň může na základě vzájemného napětí mezi uživateli docházet k tvorbě různých strategií při volbě vlastní sebe prezentace.

Výzkumný problém jsem zahrнула do několika výzkumných otázek, jež jsem si stanovila před samotným započítím výzkumného šetření.

Všechny stanovené otázky, i následné spontánní podotázky, zahrnuje základní výzkumná otázka, která v případě mé práce zní: **Jakou roli hrají seznamovací aplikace při navazování partnerských vztahů v životě mladého jedince?**

Zároveň přikládám další otázky spojené s okruhy dotýkající se tématu, které pro mě byly během bádání a dotazování stěžejní:

- Jaké mají čeští uživatelé zkušenosti se seznamováním v prostředí seznamovacích sociálních aplikací?
- Jak uživatelé řídí svou sebe prezentaci (identitu a identifikovatelnost) v prostředí seznamovacích sociálních aplikací a jak na ně působí prezentace potenciálních partnerů?
- Jaký smysl vidí respondenti v používání seznamovacích aplikací?
- Jaké hodnoty jsou pro dnešní mladé lidi nosné v partnerských vztazích?

Tato práce si klade za cíl porozumět všem důležitým aspektům zkoumaného jevu „vliv seznamovacích aplikací na partnerské vztahy současného jedince“ a propojit je do vzájemných vztahů.

## **6.5 Metoda výzkumu**

Tato kapitola je věnována představení pozadí výzkumných metod, které jsem použila v praxi během svého bádání. Následující kapitoly jsou věnovány specifikaci výběru respondentů, způsobu získávání dat, přípravě a uplatnění polostrukturovaného hloubkového rozhovoru pro sběr dat a v neposlední řadě dodržení etických podmínek pro spolehlivý a pravdivý výzkum.

### **6.5.1 Předvýzkum**

Jen zdánlivě nepodstatnou součástí mého metodologického postupu je předvýzkum, který se mi podařilo provést již před samotným výzkumem. Téma Tinder je mezi mladými lidmi žijícími v Praze aktuální a aplikace je celkově velmi rozšířena. Stojí v těsném závěsu za Instagramem a dalšími sociálními sítěmi. Díky tomu, že se pohybuji ve zkoumaném prostředí a mám kolem sebe uživatele - přátele, podařilo se mi vést hodně neoficiálních rozhovorů na toto téma ještě před sestavením výzkumných otázek. Rozhovory vedené s těmito lidmi mi pomohly k utřídění myšlenek a sestavení výzkumných otázek.

### **6.5.2 Výběr respondentů**

V rámci svého výzkumu jsem se zaměřila převážně na heterosexuální mladé lidi žijící ve velkých městech v České republice. Především se pak jednalo o obyvatele Prahy, neboť je zde aplikace Tinder velmi rozšířená a zároveň zde žijí, tudíž z důvodu časové dostupnosti byla tato volba nejrozumnější. Podařilo se mi také vyzpovídat dva respondenty aktuálně žijící v Českých Budějovicích. Jeden z těchto respondentů však používal aplikaci především při svém cestování po světě a v době, kdy žil v Praze, takže se jeho výpověď na České Budějovice nevztahuje. Pro účely svého výzkumu jsem nerozlišovala sexualitu, ale nakonec se mi podařilo získat jednoho homosexuálního uživatele. Neshledávám v tom ale žádný zásadní problém pro výsledek, neboť stěžejní pro mě byly informace o tom, jakým způsobem aplikace využívají mladí lidé a jakou roli v životě pro ně hraje seznamování tímto způsobem. Přesto musím říci, že se



v rozhovoru s homosexuálním respondentem odráží často zmíněná hypotéza, že jsou homosexuálové přístupnější volnějším partnerskému i sexuálnímu kontaktu.

Získávání respondentů probíhalo od prosince roku 2016 do února roku 2017 s tím, že se mi nakonec podařilo setkání se třinácti lidmi, z nichž bylo šest žen a sedm mužů. S oslovenými respondenty jsem poté provedla hloubkových rozhovor, který trval zhruba půl až tři čtvrtě hodiny. Scházeli jsme se většinou v kavárnách, které respondenti znali a bylo to pro ně tudíž příjemné místo k rozhovoru.

Respondenty jsem se rozhodla oslovit různými způsoby. Ze začátku jsem samozřejmě oslovila uživatele z mého okolí, o kterých jsem věděla, že seznamovací aplikace používají. Následně jsem zkoušela některé respondenty „sesbírat“ přímo v jejich prostředí, tedy na Tinderu. Vzhledem k tomu, že jsem sama uživatelkou aplikace, nebylo pro mě složité navázat kontakt touto cestou. Nakonec se mi však nepodařilo reálně uskutečnit rozhovor s někým z mých komunikačních partnerů z Tinderu. Většinu respondentů se mi podařilo získat přes sociální stránku Facebook. Celkem třikrát jsem napsala na tzv. zed' informaci o tom, že dělám výzkum na toto téma a jaké jsou podmínky. Pokaždé se mi ozval někdo, kdo přislíbil rozhovor. Výhodou celého výzkumu bylo, že se uživatelé, se kterými jsem se setkala, naprosto nestyděli za to, že aplikaci využívají a nebáli se mi napsat ani veřejně na stránce Facebook. V neposlední řadě jsem část respondentů získala klasickou metodou „sněhové koule“, kdy mi respondenti doporučovali další uživatele Tinderu a tím pádem se „nabalovali“ další účastníci výzkumu – odtud metafora sněhové koule. (Miovský, 2003) Na tuto metodu jsem částečně spoléhala, neboť jsem ji znala už od vzniku mé bakalářské práce.

Důležitým sdělením pro celý výsledek mé diplomové práce je, že čtyři moji respondenti měli v době rozhovoru stálého partnera, kterého si našli na seznamovací aplikaci Tinder.

### **6.5.3 Polostrukturovaný rozhovor**

Pro svůj výzkum jsem si zvolila kvalitativní strategii formou polostrukturovaného rozhovoru, neboli rozhovory s pomocí shodného návodu pro všechny případy. Hendl (2008) ve své knize uvádí, že se jedná o proces získávání dat touto metodou jako střední cestou mezi neformálním a přísně strukturovaným rozhovorem, jež se vyznačuje definovaným účelem, určitou osnovou a velkou pružností celého procesu získávání informací. Výhodou výzkumníka je, že může flexibilně reagovat na situaci, které vzniká

během rozhovoru. Nejenže může změnit volbu slov a formulací v otázkách. Zároveň smí některé již nevhodné otázky vypustit či naopak doplnit rozhovor o ty, které se ke konkrétnímu případu respondenta hodí. Tento typ získávání dat formou rozhovoru má svůj základ v tematických okruzích, kterých se výzkumník drží a dotazuje se tak, aby se k tématu dozvěděl co nejvíce informací. Při použití metody polostrukturovaného kvalitativního rozhovoru je nutný základní postup ve formě tvorby návodu k rozhovoru, vedení rozhovoru, zaznamenávání dat a nakonec dochází k celkovému vyhodnocení.

Délka rozhovorů se pohybovala kolem půl hodiny. Některé rozhovory byly delší, dva rozhovory byly poměrně krátké, a to z důvodu, že respondenti nevyužívali aplikace příliš dlouho a tudíž neměli hlubší vhled do dané problematiky. Přesto vnímám rozhovory s nimi jako velmi přínosné a rozhodně v rámci některých informací velmi nosné pro celkový výsledek výzkumu.

Otázky jsem rozřadila do tří zásadních okruhů, ale během rozhovoru se mi většinou podařilo měnit jejich pořadí, neboť jsem improvizací reagovala na informace, které mi respondent sděloval, a snažila se, aby měl rozhovor příjemný spád. Nechtěla jsem, aby se respondenti ve svých vyjádřeních opakovali nebo měli dojem, že je nějaká otázka zásadnější než jiná. Ze začátku rozhovoru jsme se většinou bavili o konkrétním využívání aplikací. Jednalo se o otázky se spíše praktickým rázem, abych si mohla udělat obrázek o tom, s jakým uživatelem právě hovořím. Následně jsme se přesunuli k osobnějším zkušenostem a prožívání respondenta spojeným se zážitky z Tinderu a setkávání se s lidmi, které potkali na aplikaci. Ke konci rozhovoru jsme se věnovali prezentaci uživatelů na seznamovacích aplikacích. V tomto ohledu panovala u respondentů asi největší shoda ve smyslu toho, co se jim na fotkách nelíbí. Nezanedbatelnou pro mě byla úplně poslední část, a sice když jsem se respondentů ptala, zda touží po trvalém partnerském vztahu a jaké vlastnosti a hodnoty by případně tento vztah měl mít. Odpovědi vždy jednoznačně uzavřely záměry a jednání respondentů ve vztahu k jednání na seznamovacích aplikacích a zároveň jsem díky tomu mohla jasně posoudit, v jakých případech má seznamovací aplikace reálné užití a jaké představy mají o hodnotách a prioritách dnešní mileniálové ve vztazích.

Rozhovory jsem nahrávala na diktafon do mého telefonu. Rozhovorům při opětovném přehrání bylo dobře rozumět, přestože jsme se setkávali na poměrně rušných místech. Při přepisování jsem se snažila nechávat rozhovory v autentické podobě a neměnit je do

tvaru spisovné češtiny. Zároveň jsem omezila přepis vycpávkových slov (např. hele, no, víš co, jako, jakoby...).

#### **6.5.4 Analýza výzkumu**

Analýza dat proběhla v rámci mého výzkumu ve dvou základních fázích. Poté, co jsem provedla transkripci jednotlivých rozhovorů, jsem si texty vytiskla a barevně vyznačila vyjádření a informace, které se napříč nasbíranými daty shodovaly. Zároveň jsem jinou barvou vyznačila informace, jež se zásadním způsobem rozcházely. Poté jsem se rozhodla udělat zvlášť dokumenty, ve kterých byly jen odpovědi k určitým otázkám a okruhům od všech dotazovaných. Dále jsem u každé otázky vyznačila nejzásadnější vyjádření, která byla nosná vzhledem k celkovému vyznění nasbíraných informací.

Nakonec jsem se rozhodla procházet znovu zvlášť co nejvíce podrobně každý rozhovor v součinnosti s poslechem rozhovorů tak, aby neunikly žádné motivy. Srovnávání a zpracování jsem provedla na základě otevřeného kódování, jehož podstatou je rozdělení informací na jednotky, z nichž se poté stává významový celek. Těmto jednotkám byl přidělen kód a výsledné kódy byly následně systematicky kategorizovány. Kódování jsem prováděla především ručně pomocí zvýrazňování úseků textu.

#### **6.5.5 Etika výzkumu**

Jakýkoliv výzkum si žádá dostatečné dodržování etických pravidel, zvlášť pokud se jedná o zkoumání osobního a intimního života respondentů, uživatelů seznamovacích aplikací. Ať už se v jejich motivaci ukrývá jakýkoliv záměr, je třeba plně respektovat jejich soukromí a vážit si času, energie a koneckonců odvahy, které vkládají pro výsledek výzkumu. Základem každého mého rozhovoru bylo dostatečné informování účastníka o účelu sbírání informací. Respondentům jsem zaručila anonymitu a zdůraznila, že pokud nebudou chtít, nemusí na žádnou z mých otázek odpovídat. Žádný z respondentů, který se účastnil mých rozhovorů, nebyl nezletilý, tudíž nebyl důvod kontaktovat zákonného zástupce o písemný souhlas s realizací rozhovoru. Vzhledem k velmi vstřícnému a otevřenému jednání respondentů nebyl v žádném případě nutný aktivní souhlas, tedy formulář s podpisem. Ve všech případech došlo k ústní dohodě a respondenti mají přístup k nahrávkám, které jsem pořídila. Hendl (2008) zmiňuje jako jeden z hlavních atributů etických zásad emoční bezpečí

respondenta. Během rozhovorů jsem se snažila otázky rozdělit tak, aby intimnější témata nastoupila až v době, kdy jsem si získala dotazovaného důvěru a byl již zcela uvolněn vzhledem k vnějším podmínkám i celé situaci. V souvislosti se zmíněným musím s potěšením říci, že respondenti neměli nikdy problémy hovořit o svých zkušenostech a zážitcích s užíváním aplikací a s otevřeností mi odpovídali i na otázku spojenou s jejich hodnotami v partnerských vztazích, byť často opakovali, že se jedná o otázku komplikovanou. Přestože rozhovory probíhaly v kavárnách, kde bylo poměrně rušno, nedělalo dotazovaným problémy otevřeně se rozpovídat ke všem otázkám. V tomto ohledu si velmi vážím jejich přístupu.

## 7 EMPIRICKÁ ČÁST

Následující kapitola přináší interpretaci výzkumu, která reaguje na analýzu sesbíraných dat. Metodologie analýzy je popsána v předchozí části. Charakteristickým rysem kvalitativního výzkumu je subjektivní pohled výzkumníka, který více či méně ovlivňuje vznik tvůrčího procesu. Není to však pouze subjektivita výzkumníka, svou zásadní roli hrají individuální typy respondentů. Jedná se o jejich charakter, temperament, další osobnostní rysy, zkušenosti a stavy, ve kterých se během výzkumu nacházeli. Považuji za důležité představit předem čtenáři stručně všech třináct respondentů a pozadí sběru dat.

### 7.1 Charakteristika respondentů a okolnosti výzkumu

V této části čtenáři představuji realizaci celého výzkumu a stručné charakteristiky jednotlivých respondentů. Přestože jsou popisy jednotlivých aktérů opravdu základní, myslím si, že mohou pomoci k lepšímu pochopení následujících výpovědí a přiblíží do značné míry uživatele, se kterými jsem se setkala.

Období realizace samotného výzkumu by se dalo rozdělit na tři základní fáze, které probíhaly v období od ledna 2017 do března 2017. Nejprve jsem si připravila výzkumné otázky, jež jsem prověřila při nezávazném rozhovoru se svými přáteli užívajícími aplikaci Tinder. Následně jsem začala se sháněním respondentů pro rozhovor. Již v prosinci, když jsem se rozhodla pro realizaci kvalitativního výzkumu, jsem si udělala malý průzkum na sociální síti Facebook, abych věděla, jaký bude zájem o rozhovory. Realizovala jsem jej tak, že jsem napsala informaci o výzkumu na tzv. zed' sociální sítě.

Zmíněná aktivita měla skvělé výsledky. Během krátkého období reagovalo asi pět lidí a postupně se přidávali další. Bohužel byli někteří z těchto lidí z Brna nebo Pardubic a já jsem v dohledné době neplánovala cestu do zmíněných destinací. Přesto mě velmi potěšilo a zároveň uklidnilo, že je dostatek uživatelů seznamovacích aplikací, kteří se nebojí a nestydí o své činnosti hovořit. Nakonec jsem přes „inzerát“ na Facebooku získala celkem sedm respondentů, z nichž čtyři se ozvali sami a tři reagovali na základě toho, že je na výzkum upozornil jejich přítel nebo přítelkyně, kteří si avízo přečetli na mém profilu. Tři kamarády jsem oslovila sama a tři mi byli doporučeni respondenty, se kterými jsem již rozhovor realizovala. Tak byl uplatněn princip tzv. sněhové koule,

o kterém hovořím výše. Již na tomto procesu lze, dle mého názoru, demonstrovat, že uživatelé seznamovacích aplikací jsou také aktivními uživateli sociálních sítí. Tato myšlenka se potvrzuje i ve výsledcích mého výzkumu. Během svého výzkumu jsem se snažila udržet naprostou konzistentnost v přístupu sbírání dat, přestože jsem měla často pocit, že už mám dostatek informací k některým motivům.

Informace o vypovídající hodnotě zvoleného vzorku respondentů a dalších aspektech mého výběru jsem předložila již v metodologické části. Nyní přejdu k typovému vymezení všech účastníků. Jména, pod nimiž jsou zde uvedeni, jsou samozřejmě z etických důvodů fiktivní.

**Karolína – respondentka č. 1:** Karolína je pětadvacetiletá heterosexuální žena žijící v centru Prahy, která se do města přistěhovala před dvěma lety. Karolína se nyní živí jako asistentka nákupčího v obchodě s oblečením a má za sebou studium ekonomie, které po roce ukončila. V období realizace rozhovoru byla Karolína zadaná a svého partnera si našla na základě seznamovací aplikace Tinder.

**Lukáš – respondent č. 2:** Lukáš je sedmadvacetiletý homosexuální muž žijící na předměstí Prahy. V současné době se živí jako manažer u jednoho nadnárodního obchodního řetězce a zároveň studuje na soukromé vysoké škole. Během rozhovoru jsem se dozvěděla mnoho informací o užívání seznamovacích aplikací jak jím samotným, tak komunitou gayů. Lukáš byl v době realizace rozhovoru po rozchodu s partnerem, se kterým žil několik let. Hovořil především o užívání aplikace Grindr.

**Jaromír – respondent č. 3:** Jaromír je dvaatřicetiletý heterosexuální muž žijící na předměstí Prahy a zároveň nejstarší respondent v mém výzkumu. Jedná se o muže, se kterým jsem se já osobně seznámila před půl rokem na Tinderu. Poté jsme byli pouze ve spojení na sociální síti Facebook a Jaromír zareagoval na mou výzvu k rozhovorům. Jaromír se živí jako copywriter u jedné větší marketingové společnosti. Jaromír je svobodný a hovořil o užívání seznamovací aplikace Tinder.

**Oldřich – respondent č. 4:** Oldřich je devětadvacetiletý heterosexuální muž žijící v Českých Budějovicích. Oldřich má vysokoškolské vzdělání. Má malou společnost s kamarády, která se věnuje social business. V Českých Budějovicích žije teprve krátce, a to jeden měsíc. Předtím dva roky cestoval a ještě předtím žil v Praze, kde si poprvé stáhl do svého telefonu seznamovací aplikaci Tinder. Rozhodl se tak po rozchodu se

svou tehdejší přítelkyní, následně aplikaci ale používal především při svých zahraničních cestách. Rozhovor s Oldřichem mi doporučila moje známá, která se o výzkumu dozvěděla z Facebooku. Zároveň se jedná o Oldřichovu přítelkyni. Neseznámili se na Tinderu.

**Marta – respondentka č. 5:** Marta je šestadvacetiletá heterosexuální žena, která žije v Českých Budějovicích. V současné době studuje humanitní obor na magisterském stupni vysoké školy. Zároveň pracuje jako osoba samostatně výdělečně činná v oblasti divadelního a hudebního umění. Díky svým aktivitám má kolem sebe spoustu známých a přátel, tudíž dokázala hovořit i o dalších uživatelích Tinderu ze svého okolí. Marta začínala v době našeho rozhovoru partnerský vztah. Svého přítele nepotkala na Tinderu. O výzkumu se dozvěděla prostřednictvím sociální sítě Facebook.

**Dana – respondentka č. 6:** Dana je osmadvacetiletá heterosexuální žena žijící v centru Prahy. Dana má vysokoškolské magisterské vzdělání a žije jako produkční. Vzhledem ke svému vzdělání a profesi se pohybuje mezi stále stejnou skupinou lidí – umělců, což ji dle jejích slov donutilo k užívání seznamovací aplikace Tinder. Dana si na seznamovací aplikaci našla partnera, se kterým v současné době žije. Respondentka se o výzkumu dozvěděla na sociální síti Facebook a kontaktovala mě.

**Milan – respondent č. 7:** Milan je devětadvacetiletý heterosexuální muž žijící v centru Prahy. Milan se žije jako fotograf pro společnost s nemovitostmi a zároveň studuje doktorský studijní program v oboru humanitních studií. Milan je svobodný a přes seznamovací aplikaci si nikdy partnera nenašel. Milan byl schopný na základě této zkušenosti hovořit o proměně aplikace během posledních dvou let.

**Ilona – respondentka č. 8:** Ilona je sedmadvacetiletá heterosexuální žena žijící v centru Prahy. Ilona pracuje jako manažerka v obchodě s oblečením a do Prahy se přestěhovala před dvěma lety z Brna. Ilona má vysokoškolské magisterské vzdělání. Ilona je zasnoubená a svého partnera našla na seznamovací aplikaci Tinder, kterou užívala celkem půl roku. Díky Iloně jsem získala také dalšího respondenta, jímž je Tadeáš, její snoubenec.

**Tadeáš – respondent č. 9:** Tadeáš je sedmadvacetiletý heterosexuální muž žijící v centru Prahy. V současné době studuje doktorát na právnické fakultě a již se také žije studovanou profesí. Tadeáš si stáhl aplikaci Tinder po rozchodu s tehdejší přítelkyní

a používal ji především během svého pobytu na studijním programu Erasmus v Portugalsku. Svoji současnou snoubenku potkal na seznamovací aplikaci Tinder v krátkém mezidobí, které strávil v České republice.

**Viola – respondentka č. 10:** Viola je dvaadvacetiletá heterosexuální žena žijící na periférii města Prahy. Viola je studentkou vysoké školy na fakultě umění a designu. Ve svém volném čase si přivydělává jako brigádnice. Viola používá seznamovací aplikaci Tinder poměrně krátce, ale už se setkala s více lidmi. Violu mi k rozhovoru doporučil kamarád, který si přečetl mou výzvu na Facebooku a dal mi na ni kontakt. Viola byla v době našeho rozhovoru svobodná a bez závazků.

**Marek – respondent č. 11:** Marek je pětadvacetiletý heterosexuální muž žijící ve vsi kousek od Prahy. Marek má středoškolské vzdělání s maturitou a živí se jako uber řidič<sup>3</sup>. Marek hned na začátku svého rozhovoru zdůraznil, že je velmi extrovertní a otevřený. Podobně aktivní byl i jeho přístup k seznamovací aplikaci Tinder, kterou dlouhodobě užívá pro navazování krátkodobých známostí. Marek je svobodný a k rozhovoru jsem získala kontakt na základě doporučení respondenta Milana.

**Nina – respondentka č. 12:** Nina je devatenáctiletá heterosexuální žena žijící v centru Prahy a zároveň je nejmladší respondentka. Nina je studentkou střední školy, kterou čeká v letošním roce závěrečná maturitní zkouška. Nina se nikdy nesešla s nikým, s kým se seznámila na aplikaci Tinder. Respondentka mi umožnila pohled na uživatelskou činnost středoškolských studentů. Nina je v současné době svobodná. Aplikaci Tinder si stáhla v době, kdy měla stálého přítele.

**Jitka – respondentka č. 13:** Jitka je jednatřicetiletá heterosexuální žena žijící v centru Prahy. Jitka má vysokoškolské magisterské vzdělání a pracuje v neziskovém sektoru. Jitka mi poskytla nejkratší rozhovor, neboť byla uživatelkou seznamovací sítě Tinder jen velmi krátkou dobu. Jitku mi pro rozhovor doporučil kamarád, který si přečetl mou výzvu na sociální síti Facebook.

---

<sup>3</sup> Uber Technologies Inc. je americká nadnárodní dopravní a mobilní společnost umožňující objednáni přepravy osobním automobilem. Sídlí v San Franciscu v Kalifornii. Pracuje na vývoji, nabízení a provozování mobilní aplikace Uber, která umožňuje spotřebitelům s chytrým telefonem zadávat žádosti o jízdu, jež jsou následně předávány řidičům zapojeným do sítě Uber, kteří využívají svá vlastní auta. (Wiki)



## 7.2 Výsledky výzkumu

### 7.2.1 Uživatelská činnost

Během svého výzkumu jsem se snažila zmapovat uživatelskou činnost respondentů, díky které lze jasněji analyzovat, jakou roli hrají seznamovací aplikace v životě jedince. Základní parametry a okruhy, které našly v této kapitole své místo, se týkaly motivace uživatele ke stažení a užívání seznamovací aplikace. Následně mě zajímala role, kterou aplikace v životě respondenta sehrála, jaká měl zkoumaný očekávání od používání a jak se případně rozcházela nebo nerozcházela s jeho dosavadními zkušenostmi.

#### 7.2.1.1 Motivace

Přestože se důvody ke stažení seznamovací aplikace u respondentů částečně různily, opakujícím se motivem v oblasti důvodů stahování seznamovací aplikace, většinou Tinderu, byla čistá zvědavost respondenta spojená s tím, že se o možnosti využívání dozvěděl ze svého okolí. Často jim byla aplikace doporučena kamarádem nebo kamarádkou, kteří už ji z různých důvodů využívali. Mezi všemi respondenty panoval názor, že se jedná o známou záležitost, kterou není nutné mladým lidem v současné době představovat, což konec konců hlásá i autor aplikace Justin Mateen, který tvrdí, že záměrem bylo aplikaci rozšířit především mezi mladé lidi, kteří jsou inspirací pro ostatní, ať už se jedná o stejnou demografickou vrstvu nebo odlišnou.

**Marek:** „*Vlastně jenom Tinder. Vybral jsem si ho proto, že je nejdostupnější a mezi lidma nejvíc oblíbenej. Stáhnul jsem si ho na doporučení kamaráda.*“

**Oldřich:** „*Vybral jsem si Tinder, protože jsem slyšel, že je fakt dobrej a fakt jsem nechtěl nějakou echt seznamku.*“

**Marta:** „*Já jsem to viděla u nějakýho kamaráda a strašně se mi líbilo, jak se tam dá zaškrtnout Ten se mi líbí, ten se mi nelíbí, ten se mi líbí...*“

Milan hned v první odpovědi reagoval tím, že je seznamovací aplikace Tinder vlastně zastaralá záležitost, neboť do Čech přišla před dvěma lety a to byla, dle jeho názoru, nejzajímavější a nejperspektivnější pro možnosti seznámení.

**Milan:** „Zkoušel jsem jenom Tinder. Mně to dohodil kamarád, že je to srandovní, asi dva roky zpátky. Tak jsem to vyzkoušel. To se ještě šířilo spíš mezi cizincema a mezi Čechama to moc známý nebylo.“

**Ilna:** „Ze začátku jsem byla spíš takovej průzkumník, protože člověk tak jako zkouší, co vůbec jako ta aplikace obnáší, protože slovo Tinder slyšel asi každěj.“

**Tadeáš:** „Stáhl jsem si to, protože jsem měl spolubydlící, která na Tinderu žila celej svůj život.“

Jak jsem již zmínila výše, hlavní motivací téměř všech respondentů byla čistá zvědavost, která se spojila s chutí seznámit se s někým novým a vystoupit ze sociálního kruhu, ve kterém se běžně respondenti pohybují. Jednalo se skutečně o zásadní důvod, kdy respondenti svorně uváděli, že chtěli potkat kohokoliv nového a zažít nový sociální kontakt, což se trochu rozchází s dosavadními výsledky výzkumů, které byly na toto téma realizovány. Například ve výzkumu, který provedl Ligtenberg a mapoval v něm motivaci k užívání seznamovací aplikace Tinder, se sice objevilo, že respondenti hledají nějakou novou společnost, jednalo se však o nejméně zásadní důvod ze všech uvedených.

**Karolína:** „No, celkově nějaký nový známosti, nový kamarády, protože jsem se přestěhovala tady do Prahy. Takže prostě celkově nový známosti. Nejen partnerský známosti.“

**Lukáš:** „Využívám to proto, že je to seznámení, setkání někoho, s kým chceš trávit čas, ať už jakýmkoliv způsobem.“

**Nina:** „Mě to začalo zajímat, jaký lidi tam teda jsou... Jaká by byla konverzace s člověkem, se kterým nemám vůbec nic společného.“

K rozhodnutí je dovedly různé okolnosti, a přestože si na začátku stahovali často aplikaci velmi spontánně, časem začali více uvažovat nad tím, co hledají a podle toho uzpůsobovali svoje jednání v rámci on-line prostoru. Často respondenti zmiňovali, že iniciativa přišla také ve spojení s nějakou větší životní změnou, například

se přestěhovali do jiného města či země nebo se po delší době rozešli se svým partnerem.

**Viola:** „Hlavně jsem se chtěla seznámit s novějma lidma, protože jsem teď byla v takový fázi, kdy jsem se ani moc neseznamovala a chtěla jsem zase jakože chodit s někým ven a vídat se.“

**Ilna:** „Potřebovala jsem se se prostě spojit s nějakějma lidma, zažít nějakěj sociální kontakt. Byla jsem sama doma, protože jsem měla sádku na noze. V té době jsem v Praze byla ani ne půl roku a rozešli jsme se s přítelem asi po třech letech, tak jsem se cejtěla prostě hrozně sama.“

**Oldřich:** „Začal jsem to řešit nějak předtím, když jsem bydlel v Praze a skončil můj dlouholetý vztah. Zároveň s tím jsem začal cestovat, a tak jsem to využil k tomu, že jsem si chtěl takhle v těch místech najít nějaký známý a kámoše.“

Řada respondentů si pochvalovala, že jim aplikace pomáhá, pokud jsou stydlivější či jim není zrovna blízké seznamování na veřejnosti. Většina z nich není zvyklá oslovovat lidi na ulici a na baru. Podobné důvody se objevily i ve výzkumu studentky Jessicy Jamesové (2015), ve kterém respondenti uváděli, že je snazší seznámit se přes aplikaci, než jít někam do baru. V mém výzkumu respondenti uváděli, že se jim líbí skutečnost, že spojení na seznamovací aplikaci odbourává prvotní ostych a obavu z toho, zda se druhému člověku líbí či ne, a jakým způsobem případně zareaguje, když jej oslovíte. Tuto výhodu chválil samozřejmě i gay Lukáš, který uvedl, že na ulici je někdy těžké poznat ty, kteří jsou stejné orientace. V souvislosti s oslovováním potenciálního partnera jsou na tom tedy homosexuální i heterosexuální jedinci stejně.

**Jaromír:** „Zároveň taky proto, že si přijdu lehce introvertní, tak si nemyslím, že je to pro mě to pravý ořechový jít někam na bar a oslovit nějakou sličnou spanilou pannu a pozvat ji na drink.“

**Ilna:** „A potom i to následný setkání, protože už víš, že ten člověk o tebe alespoň trochu zájem má, protože jinak by se s tebou asi nescházel, takže nedochází k takovému faux pas, jako když osloví slečnu v kavárně a ona ho odmítne.“

**Karolína:** „Málokdy se stane, že bychom se potkali na ulici nebo v obchodě, podali si ruce a seznámili se. Takhle to nefunguje. Většinou to poznáš, když je ti někdo sympatickej, třeba se pravidelně potkáváte na ulici, ale málokdy se stane, aby člověk za tebou přišel a řekl ti, ať s ním jdeš ven. My jsme to tak měli s tím klukem, co se s ním teď vídám a seznámila jsem se s ním na Tinderu. Potkávali jsme se už v Brně.“

Tuto výhodu chválil samozřejmě i gay Lukáš, který uvedl, že na ulici je někdy těžké poznat ty, kteří jsou stejné orientace. V souvislosti s oslovováním potenciálního partnera jsou na tom tedy homosexuální i heterosexuální jedinci stejně.

**Lukáš:** „U mě je ten pohled pořád definující mou orientací. Já se nemůžu na ulici jen tak na někoho usmát a dát mu číslo, protože bych taky mohl dostat pěkně přes hubu.“

Jeden z důvodů k rozhodnutí hledat nový sociální kontakt přes seznamovací aplikace byla také specifická doba, kdy uživatelé uváděli, že tráví velmi mnoho času v práci a nemají tak prostor k setkávání se ve veřejném prostoru a navazování kontaktu způsobem osobního setkání v prostředí kaváren, parků či divadel. Pokud si večer někam vyrazí, chtějí věnovat čas svým přátelům nebo se soustředit na program, který si naplánovali.

**Jaromír:** „Stáhnul jsem si to z více důvodů, jeden z nich je samozřejmě ten časový. Člověk je prostě celý den do půl sedmý v práci, a když přijde domů, tak má chuť tak maximálně si lehnout na gauč a umřít pomalu.“

**Jitka:** „Já jsem to používala asi z nějaký zvědavosti, která převládá a asi jako šance potkat někoho jinýho, protože spoustu času trávím v práci a nemám asi úplně příležitosti potkat nové lidi, potenciální partnery.“

Respondenti se často shodovali, že je v počátcích užívání bavila především funkčnost aplikace Tinder, která tkví v jednoduchosti užívání a velké fluktuaci neznámých tváří, které jim tzv. projdou pod rukama. Líbilo se jim, že mohou poměrně rychle reagovat na sympatii či antipatii anebo případně celou činností jenom „zabíjet čas“.

**Ilna:** „Každý si myslí, že je to jen na seznamování, ale on se tím dá taky docela slušně zabíjet čas, když člověk neví, co s ním.“

Značnou část respondentů zaujalo, že aplikace funguje jako hra, kterou mohou ze svého mobilního telefonu provozovat kdekoliv. Už když respondenti zmiňovali svoje „swipování“, bylo znát, že aktivitu většinou neberou nijak vážně a vnímají to spíše zábavně. Dá se předpokládat, že sympatie spojená s aplikací v telefonu je respondentům blízká, neboť jsou generací mileniálů, kteří považují techniku ve svém životě za nezbytnou a jsou zvyklí reagovat na různé vjemy neustále skrze své chytré telefony. Zároveň jsou stimulováni především vizuálně a aplikace je svým vzhledem na toto hledisko připravena.

**Nina:** „Upřímně, on se do toho pak člověk dostane. Třeba když jsem byla doma, tak místo abych si pustila film, tak jsem si dala skleničku a zaswipovala jsem si. Trochu to připomínalo pokémony nebo tak něco takovýho.“

**Karolína:** „Zábavný byly asi ty srdíčka, že můžeš dávat a vyskakujou ti tam ty shody. Víš, mě baví taková ta chvilka překvápka, kdy se ti tam ta shoda naklikne, že se sobě líbíte (smích).“

**Marta:** „Ze začátku jsem to vůbec nebrala vážně, brala jsem to spíš jako hru.“

Tady už panuje mnohem zásadnější shoda s tím, co bylo zatím v daném ohledu zjištěno, neboť v dosavadních uvedených výzkumech se často objevovalo, že jedním z častých důvodů je určitý druh prokrastinace spojený se zvyšováním sebevědomí jedince. Výsledek se objevil například ve výsledcích společnosti LendEDU. Důvody spojené s prokrastinací se objevovaly i ve výzkumu týkajícího se motivace Ligtenberga, kdy respondenti uváděli, že s aplikací „zabíjí čas“, zvyšují si sebevědomí, relaxují a zažívají zábavu.

**Marek:** „Je to možná spíš taková zábava, jako že když člověk má volno, tak si tak nějak odkliká. Je to spíš takovej relax.“

Spíše výjimku tvořila respondentka Dana, která se již od začátku svého užívání rozhodla s vážným přístupem hledat přes Tinder případného partnera a podle toho také přistupovala k práci s aplikací. Jak sama několikrát uvedla, dala si jasné parametry pro určení toho, kdo ji zajímá a s kým by chtěla mít případné propojení jak v rámci Tinderu, tak případně do budoucna. Možná právě díky jejímu zodpovědnému přístupu nakonec našla na Tinderu poměrně rychle partnera. Již třetí muž, kterého na základě seznámení přes Tinder potkala, je její současný partner. Uživatelé, kteří na aplikaci hledají vážný vztah, jsou spíše výjimkou i v dosavadních výzkumech, které byly na tuto tematiku uvedeny. Hledání romantické lásky se v odpovědích objevovalo nejméně často. (James, 2015; LendEDU, 2015)

**Dana:** „*Já si myslím, že jsem měla na Tinder hrozně velký vnitřní kritéria a pro mě to byl opravdu způsob, kdy jsem se chtěla seznámit s někým novým a opravdu si najít vztah. Rozhodně ne najít chlapa na jednu noc nebo si udělat dobře, kolik mám matchů. Takže já jsem hodně filtrovala to množství kluků, kterým jsem dávala swipe right a který mě nějak zaujali a tím, že jsem jich dávala míň, tak to bylo zákonitě i míň matchů. Ale na druhou stranu myslím, že kvalitativně mnohem víc odpovídali nějakým mým představám.*“

### 7.2.1.2 Role aplikace v životě uživatele

Většina respondentů aplikaci nepoužívá dlouhodobě a spíše se k jejímu užití obrací nárazově v souvislosti s vnějšími vlivy, které na ně působí. Někteří mají během této doby aplikaci v telefonu staženou, jiní ji odstraňují a pak znovu stahují. Jejich uchýlení se ke „swipování“, konverzaci on-line a případné realizaci schůzek závisí na tom, zda jsou zrovna svobodní, mají větší množství práce, potřebují nějakou změnu či se nudí.

**Jaromír:** „*Takže je to velice nárazový. Víceméně, když mám chuť jednou za čas, tak se tomu věnuju.*“

**Karolína:** „*A vysledovala jsem na sobě, že jsem si ho vždycky založila a zrušila. To se mi vždycky stalo po nějaký jakoby velký akci, na kterou jsem šla s takovým očekáváním, že se tam s někým seznámím a vlastně se to jakoby nikdy nepovedlo. A druhý den, když*

*mi z toho bylo smutno a chtěla jsem prostě nějaký ten nový kontakt, tak jsem si v morální kocovině zoufale založila tuhle aplikaci.“*

**Marek:** *„Já už jsem to jednou předtím měl nainstalovaný, ale pak jsem to chvíli nepoužíval.“*

**Ilona:** *„To spíš já jsem měla během toho roku takový vlny. Jako jo, Tinder je skvělejší a pak zase ne, vždyť je to nesmysl, tak jsem si ho odinstalovala, pak zase vždyť to bylo fajn, tak jsem si ho zase nainstalovala a tak pořád dokola. Asi třeba třikrát nebo čtyřikrát tohle kolečko.“*

Aktivita každopádně u respondentů klesá nebo mizí v souvislosti s navázáním nového vztahu nebo při setkání s někým, kdo je velmi zajímavý. Pouze respondentka Nina a respondent Lukáš používali aplikaci také v období, kdy měli partnerský vztah. Během aktivního užívání se respondenti shodovali v tom, že denně stráví s aplikací průměrně patnáct minut a maximálně hodinu svého času, závisí to na jejich denním programu. Většina přirovnávala užívání aplikace k užívání jiných sociálních sítí na internetu, ať už budeme mluvit o Facebooku, Instagramu či pravidelném odpovídání na e-maily. Respondentům přišlo naprosto přirozené používat aplikaci v telefonu stejně jako další dorozumívací kanály typu Messenger, Facebook nebo Instagram. Tím, že je generace mileniálů zvyklá na neustálé připojení k internetu, může si dovolit kdykoliv a kdekoliv sledovat propojení s ostatními lidmi, ať už na Tinderu nebo na Facebooku.

**Viola:** *„Jakože to zapnu, podívám se, jestli někdo nepsal třeba jako z těch propojení, co tam vznikly, tak maximálně 15 minut denně.“*

**Karolína:** *„To prostě, když přijdu domů... ale přiznám se, že byly takový chvílky, když jsem kolikrát šla už z práce domů, když si tam psala zrovna s někým zajímavým a fakt jsem jakoby spěchala a hned jsem zapínala tablet, abych si s tím člověkem mohla napsat. Ale jako v průměru? Půl hodiny až hodina denně...“*

Pokud měli respondenti v daný den více času nebo vyloženě náladu na Tinder, dokázali „swipováním“ strávit i delší čas. To platilo také v případech, kdy měli na Tinderu

navázaný kontakt s někým, kdo je obzvláště zajímavý a bavil. Neustále se odpovědi točily kolem typických znaků současné generace mileniálů.

**Marta:** „Musím jako říct, že asi fakt jsem pak na tom každé den seděla, protože jsem tam měla jednoho oblíbeného kluka, se kterým jsem si psala fakt jako furt. Pak jsme ale přešli na Whats up.“

**Jana:** „Já jsem vůbec takovej závislák na telefonech a aplikacích, takže hodně času... Už ty první dny byly náročný, protože jsem tam byla hodně času. Nedokážu říct kolik, ale dost. Jaké já jsem s tím mobilem pořád, jakože každou chvíli checkuju, co tam mám.“

**Ilona:** „Určitě jsem to používala každý den. Celkem bych řekla, že to fungovalo jako Facebook. Já jsem si zvykla ráno kouknout na Facebook nebo Messenger, Tinder, jestli někdo nenapsal. Během dne v práci u sebe telefon nemám. Pak při obědové pauze zase Facebook, maily, Tinder... A večer to stejný. Člověk to bral jako součást taky těch sociálních sítí. Někdy večer jsem třeba v posteli na tom klidně mohla strávit i hodinu, buď jsem klikala doprava nebo doleva, nebo jsem si s někým psala.“

Někteří respondenti také zmínili, že se jedná o tzv. záchodovou činnost. Slyšela jsem to od více lidí, se kterými jsem se o užívání seznamovacích aplikací bavila. Respondenti uvedli, že se prohlížení aplikace věnují při svých aktivitách na toaletě, aby si tak zkrátily dlouhou chvíli.

**Jaromír:** „Jakože asi to bude znít dost nechutně, ale já to mám třeba místo knížky na záchodě. Takže tam si třeba ty tři minuty swipuju a pak to dám zase pryč.“

Speciální skupinku respondentů tvoří v mém výzkumu Lukáš, Tadeáš a Oldřich, neboť díky svému cestování ocenili na seznamovacích aplikacích především geolokační funkci. Ta jim slouží k tomu, aby se seznámili s někým přímo v místě, na kterém se zrovna nacházeli během svých cest. Geolokační funkci samozřejmě využívali všichni respondenti, avšak u těchto tří byla rozhodující v užívání. Ostatní respondenti ji brali jako přidanou hodnotu k dalším výhodám, jež jim aplikace přinášejí. Zajímavé bylo



rozlišení úspěšnosti užívání u Tadeáše a Oldřicha, protože každý využíval aplikaci v jiné zemi a na jiném kontinentu. Rozdíly v používání v těchto místech byly diametrální. Oldřich si využívání aplikace v Asii velmi pochvaloval, jelikož se setkal s úspěchem místních dívek. Uvedl, že měl spoustu propojení a ženy mu samy psaly.

**Oldřich:** „*No ale já přes to fakt nehledal nějakou perspektivní partnerku a měl jsem celkem velkej úspěch, protože jsem v tý době cestoval v Asii. Tak tam jsem měl takovou zkušenost, že naopak tomu, že v Čechách musí psát chlap trilionu holek, aby se mu nějaká ozvala, ale tam jak jsi cizinec a ještě k tomu bílej, tak jsi asi takovej zajímavěj pro ně asi, takže tam to funguje úplně naopak, oni píšou tobě, ty si vybíráš. Takže to bylo snazší se seznámit.*“

Naproti tomu Tadeáš zmínil, že mu seznamovací aplikace při používání v Portugalsku přivodila depresi, neboť bylo prakticky nemožné mít úspěch u místní dívky. Pokud se mu podařilo s někým na studijním pobytu Erasmus seznámit, jednalo se vždy o cizinky, které tam taktéž byly ze studijních důvodů. Jednalo se většinou o dívky ze Slovenska, Polska či Německa.

**Tadeáš:** „*Protože třeba v tom Portu je ten Tinder skoro nepoužitelnej. Ne, že by se tam nepoužíval, ale je tam skoro nemožný dostat ten match od místní holky.*“

Lukáš využívá nejraději aplikaci při svých služební cestách, kdy mu slouží ke zpestření dlouhých volných večerů.

**Lukáš:** „*Grindr má výhodu, že je celosvětovej, že se na něj můžeš připojit kdekoliv a kdykoliv. Závislost je na pozici, na který zrovna seš. Takže moje uživatelská činnost je celkem činorodá (smích). Grindr užívám vyloženě, když jsem třeba v Bratislavě nebo do Krakova jedu zejtra, tak na zpříjemnění večera na služební cestě.*“

Slovo jednoduchost bylo během rozhovorů s respondenty ohýbáno několika různými směry. Rozhodně se většina uživatelů shodla, že se jedná o jednoduchý způsob seznámení se s kýmkoliv a užívání aplikace je taktéž velmi jednoduché. Člověk, který je schopen pracovat s chytrým telefonem, nemá, dle jejich slov, s používáním žádné problémy. Opět jsme u generace mileniálů, kteří nemají s používáním techniky žádné problémy a je pro ně důležité, aby věci kolem nich fungovaly rychle a flexibilně.

**Jaromír:** „Takže přišlo mi, že vlastně ten Tinder je velice snadnej způsob, jak sehnat někoho zajímavýho, že jo?“

**Ilna:** „Vybrala jsem si to proto, že v době chytrých telefonů je to ta nejjednodušší varianta. Myslím si, že není nic jednoduššího, než si rozsvítit telefon. Dělá to každý z nás za jakýmkoliv účelem, tak proč by to nemělo být třeba za účelem stáhnutí Tinderu.“

Mileniálové nemají rádi čekání, proto se jim líbí, že si během pár minut stáhnou do telefonu aplikaci a během několika dalších minut mohou mít propojení s neznámým člověkem, poté je jen na nich, jestli vznikne další komunikace a jak se rozvine.

**Lukáš:** „Důležitý je, že je to jednoduchý, i pro heterosexuály. Ta práce, kterou potřebuješ k tomu se s někým seznámit, je minimální. Je to anonymní, rychlý, jednoduchý, minimum našich sil to stojí. A je to dostupný, hlavně!“

Pokud však prostřednictvím seznamovací aplikace hledá uživatel něco více konkrétního, ať už je to cokoliv, práce se komplikuje. Mezi cíli, které si uživatelé aplikací stanovují, mohou být partneři pro vztah, sexuální partneři či přátelé. Úspěšnost nalezení toho, co hledají, se u respondentů liší. Co se však týká celého procesu seznámení od momentu, kdy dá uživatel někomu srdíčko, přes spojení, kdy je mu obliba oplacena, přes případnou konverzaci až po reálné setkání, uvedli všichni respondenti velmi malou úspěšnost.

**Marek:** „Třeba tak pět holek denně se se mnou propojí. A pak každý napíšu, jak se má nebo nějaký takový kraviny. Odpoví podle mě tak nějak 100 %, ale k další konverzaci už pak nedojde. Je pak hodně malý procento těch, se kterými se člověk ve výsledku fyzicky potká. To je jedna až dvě holky tejdně.“

**Viola:** „Těch propojení mohlo být tak 50-60, nevím přesně, pak jsem jich dost zrušila, ale to psaní se taky pak různí. Oni taky ne všichni napíšu, že jo? Do týhle doby jsem se potkala se šesti klukama a v neděli mám domluvenou další schůzku.“

Tzv. „matchů“, tedy propojení během svého užívání většinou získali desítky, z těch už se však kontaktovali jen s pár lidmi a většina konverzací časem z různých důvodů skončila. Mezi tyto důvody patří nedostatečné porozumění, nudná konverzace, málo času na psaní zpráv, abstraktní představa o tom, kdo je na druhé straně, nabytý program obou účastníků konverzace, do kterého je těžké vtěsnat schůzku či nárazové přerušení komunikace druhé strany. Každopádně ze všech propojení dojde většinou jen k nízkému množství schůzek.

**Lukáš:** *„Největší problém sociálních sítí je, že ten proces od prvního kontaktu, když si poprvé napíšeme, přes nějaký chatování až k tomu reálnému setkání, jestli ta úspěšnost je někde kolem 30 %, asi tak. To je prostě daný tím, že mě se třeba potom zprotiví ten člověk, tak už se s ním potkat nechci... nebo naopak. Těch 30 % je taková úspěšnost setkávání, a aby to vůbec pokračovalo dál, tak tam už jsme na minimu. Takovejch 10 %.“*

**Milan:** *„Psal jsem si tam s třiceti holkama jako opravdu nějak víc a potkal jsem se s jednou holkou. Spojení jsem měl asi se čtyři sta padesáti holkama. Takže furt s většinou jsme si nepsali, potkal jsem se jen s jednou, protože spousta z nich neodpoví nebo odpoví, ale ta konverzace nikam nevede.“*

Většina respondentů se shodla v tom, že přestože se jedná o jednoduchý způsob uživatelské činnosti a kontaktování nových osob, nakonec se život s aplikací stává náročným. Zároveň lze paradox spatřovat v tom, že i když si respondenti pořídili aplikaci za účelem úspory času, nakonec shledali, že je to celkově časově velmi náročná činnost a během poměrně krátké doby se jí přestávají aktivně věnovat, protože je nebaví nebo jim spíše otravuje život. Uživatel musí myslet na to, že by měl v blízké době odpovědět do konverzací, komunikace bývá téměř vždy ze začátku plytká a tedy nudná. Zároveň svou roli hraje, že o osobě na druhé straně nemají reálnou představu, resp. jejich představa je vykonstruovaná na základě toho, co vyčetli v konverzaci a jak na ně zapůsobí fotografie. Nemají ji však spojenou se situací v reálném životě a tudíž se k ní také nepoutají. Když je delší dobu odmlka v komunikaci, je těžké znovu navázat tam, kde účastníci komunikace skončili. Proto jsou někteří respondenti po určité době užívání spíše otrávení a od „swipování“ upouští.

**Karolína:** „...mě to hrozně omezuje vlastně v tom reálném životě, když to tak řeknu. Prostě furt bejt na tom a furt si s někým psát... Mně to prostě nějak bere energii svým způsobem. Nejsem v tom moc aktivní a nemám ráda svěřovat se nějak víc po telefonu cizímu člověku.“

**Dana:** „...ale pak mě to přestalo bavit, protože mi to začalo přicházet pořád stejný.“

Problém s přerušovanou komunikací on-line uvádí také Radana Divínová (2005), která píše o tom, jak je příjemné, když je někdo neustále na druhé straně a reaguje, pokud však z ničeho nic neodpovídá, je to pro druhého účastníka komunikace většinou rána. Na jednoduchost a povrchnost chatové komunikace naráží také Bauman (2013), který říká, že jsme sice schopni člověku na druhé straně vypovědět spoustu osobních věcí, ale zároveň to nebereme závažně a ve chvíli, kdy jedna strana ochladne, komunikace prostě končí. Tady posouváme podle Baumana naše hranice intimity. Proto jsou někteří respondenti po určité době užívání spíše otrávení a od „swipování“ upouští.

**Nina:** „Mě to pak přestalo bavit, protože ono je to totiž hrozně časově náročný, přestože se to nezdá. Trvá to, je to dlouhý a takový jakoby nucený.“

„Mně třeba přišla takhle ta notifikace ve škole, tak jsem to swipla a pak jsem na to úplně zapomněla, no a když delší dobu neodepíšeš, tak to vypadá, že nemáš zájem. To není, jako když se ti líbí kluk a napíše ti, to na to myslíš furt – za hodinu, zítra... ale tady, jak si to nemáš s kým spojit, nemáš tu reálnou představu a osobní zkušenost a nějaký ty emoce, je to prostě nějaký profil někde, tak to hrozně rychle vypustíš.“

### 7.2.1.3 Očekávání a zkušenosti

Respondenti během svých výpovědí uváděli, že od seznamovací aplikace neměli od začátku žádná očekávání. Přestože si ji pořídili za účelem potkání nových lidí, nečekali, že by jim reálně mohla cesta on-line hledání přivést nová silná sociální pouta do života. Zároveň se snažili obrnit proti zklamání, které mohlo být s neúspěšnou uživatelskou činností spojeno. Pokud si vytvářeli nějaká očekávání, tak vždy v souvislosti s konkrétní osobou, kterou na seznamovací síti potkali. Bylo to spojeno

s tím, že si ji na základě fotografií, vyjadřování, prezentace atd. nějak představovali a vytvářeli si k ní specifický vztah. Často však při setkání docházelo k určitému zklamání. Nejednalo se o to, že by se potkali s úplně jiným člověkem. Spíše osoba působila odlišným dojmem, než pod jakým si ji respondenti původně představovali, měla určité projevy chování a temperamentu, které jim neseděly, měla odlišný smysl pro humor či pouze nepřeskočila pověstná jiskra. Někteří respondenti si mezi lidmi, se kterými se přes aplikaci setkali, našli kamaráda a celkem čtyřem se podařilo najít si přes aplikaci partnera na delší vztah.

**Viola:** *„Ono to pak fakt hodně záleží na sympatiích. S někým jsem se třeba viděla jednou a pak už jsme se víc neviděli a s někým jsem se viděla třikrát a plánujeme další schůzky.“*

**Dana:** *„U nikoho jsem ale nebyla tak zklamaná, že by psal jinej člověk, než tam přišel. Samozřejmě to bylo do určitý míry plytký, ale to je prostě každý první rande.“*

**Ilna:** *„Pak přišla taková fáze rozčarování z toho, že ty lidi někdy nejsou tak takový, jaký si člověk představuje, že jsou nebo jací se zdají být na základě toho psaní on-line.“*

Postoje respondentů dokládají analýzu komunikace on-line, kterou ve své knize Cybersex – forma internetové komunikace uvádí Radana Divínová (2005). Ta říká, že hlavními věcmi, které nám v textové komunikaci chybí, jsou neverbální klíče a stimulace. Tak jako v následující výpovědi vystihuje respondentka Marta, některé složky reálné komunikace se do off-line prostoru přenést nedají, a proto si často uživatelé aplikace vytváří irelevantní představu o tom, kdo si s nimi píše. Problém tedy nebývá až tak často ve vzhledu potenciálního partnera. Spíše si dostatečně z písemné konverzace nepředstavíme, jaký je člověk během reálného jednání, a pak jsme zklamáni.

**Marta:** *„Tak mě to pak docela odradilo, protože je sice hezký, že se tam seznámíš, ale nemůžeš těm lidem prostě věřit, protože se přes sociální sítě chovají prostě jinak. No a stejně tak ten kluk, se kterým jsem se sešla v Praze, teda resp. ten první. Na psaní byl super, ale pak jsme ve finále zjistili, že každéj máme úplně jinej styl humoru a že si vlastně nemáme co říct.“*

*„A hlavně ten člověk tam má nějaký fotky, nějak působí a ty ho pak vidíš a on vypadá úplně jinak nebo nemá příjemnej hlas, že jo. Prostě jako se může objevit spoustu věcí, který ti pak na tom člověku začnou vadit, třeba má divnou chůzi nebo dělá cokoli jinýho divně.“*

**Milan:** *„Vždyť stejně na těch fotkách vypadají vždycky nějak jinak a hlavně nepoznáš z toho řeč těla a skoro vlastně nic z toho nepoznáš. Je to furt hrozně naslepo se s někým potkat, i když jsou tam ty fotky.“*

Výpovědi respondentů zároveň potvrdily, že pro navázání hlubších sympatií je potřeba více než jen vizuální představy o potenciálním partnerovi tak, jak to uvádí ve své studii Lovasová (2005).

**Lukáš:** *„Můžeš si to celý vysnit, ale pak se potkáte a ono to prostě nefunguje.“*

**Karolína:** *„Hele, byli takoví lidi, se kterýma jsem si vlastně psala a říkala jsem si to je super, my si máme tolik co říct, to bude fajn. Pak jsme se viděli v reálu a vlastně to bylo takový divný. Neměli jsme si co říct a nebylo mi příjemně v jeho společnosti.“*

Respondenti uvedli, že jejich snaha byla většinou taková, aby se s protějškem co nejdříve setkali osobně a nevytvářeli si příliš dlouho představy o tom, s kým si píší. Samozřejmě pokud aplikaci používali za účelem osobního setkání.

**Oldřich:** *„Většinou jsem se snažil tu druhou osobu poznat, protože mi přijde trochu debilní hned napsat, jestli půjde ven. A taky nechci jít ven s každým, že jo.“*

Nejčastěji si chtěli psát pár dní a pak už konverzaci směřovat k domluvě místa a času setkání. Podle jejich slov bylo strategické druhého člověka alespoň částečně poznat, aby měli představu, zda si rozumí a měli na co navázat konverzaci během setkání.

**Dana:** *„Vlastně jsem si taky říkala, že jsem si nechtěla s někým psát třeba dva měsíce, než jsem se s ním potkala, protože to první setkání tě pak může vyvést z omylu. Takže třeba po tejdnu psaní jsem se s nima potkala, ale vždycky jen jednou.“*

**Tadeáš:** „Záleželo na typu člověka, ale většinou jsme si psali tak dva dny, než jsme se rozhodli pro setkání. Neprobíhalo nějaký větší psaní, než jsme se potkali. Směřoval jsem to spíš k tomu setkání. Taky proč ne?“

Respondenti se shodli na tom, že čekali od Tinderu více zaměření na sexuální aktivity. Obecné povědomí a pověst seznamovacích aplikací je podle nich směřující k sexu, ale během užívání zjistili, že to tak nefunguje. Přestože většina během svého používání aplikace dostala nabídku na sex, jednalo se spíše o marginální úkaz. Vyjádření respondentů by se dala interpretovat tak, že lidé na Tinderu hledají ledasco, ale spíše se v množství lidí hledajících vztah najde pár takových, kteří hledají primárně sex, než naopak. Výpovědi tedy opět souhlasí s výsledky všech výzkumů, které jsem ve své práci zmínila, neboť autoři uváděli, že hledání rychlého a nárazového sexu nebylo častou motivací uživatelů, kteří se zúčastnili jejich výzkumů. (LendEDU, 2017; Ligtenberg, 2015; James, 2015)

**Jitka:** „Myslím, že to lidi většinou vnímají spíš jako aplikaci na sex, že to lidi moc nevnímají jako seznamku, kde by mohly vznikat nějaký dlouhodobý vztahy.“

**Nina:** „Tak jako moje očekávání byly takový, že mi každéj druhej pošle dick pick, což jsem pak jako zjistila, že není vůbec realita. Krom nějakých Argentinců mi nikdo na féra neřekl, že mu jde jen o sex a prostě nic víc.“

Respondent Marek si dokonce stěžoval na to, že začal seznamovací aplikaci Tinder užívat na základě společenské reklamy, která hovořila o snadné dostupnosti nárazových fyzických setkání s uživateli. Marek však záhy zjistil, že není tak snadné milenku nalézt a většina žen na Tinderu chce randit. Uživatel Lukáš, který používá seznamovací aplikaci Grindr, jako jediný hledá prostřednictvím aplikace občas jenom sex, není tomu však zdaleka ve všech případech jeho užívání aplikace.

**Marek:** „Ono mezi lidmi je takový obecný povědomí o tom, že je to aplikace na sex, kde někoho seženeš rychle na noc a tak jsem to slyšel i od ostatních, ale ve finále si myslím, že to tak snadný není, že je to jako když kluk potká holku v metru – taky se musí snažit. Kdybych chtěl jen dostat holku do postele během jednoho, dvou dnů, tak to není tak

*snadný. Jakože ty holky si chtějí i docela psát a pak třeba i randit, než kluka pustěj do postele, takže je to takový...“*

**Dana:** *„...a to jakej tip lidí se tam vyskytuje, že to jsou vzdělaný všechno lidi, se zájmem a že vlastně určitě se tam najdou lidi, kteří jsou tam jenom kvůli sexu anebo i třeba na nějaký pravidelný varianty, ale na druhou stranu si myslím, že je tam velký množství kluků, který by se nebránili vztahu, kdyby jim ta holka byla nějak sympatická.“*

Především respondenti, kteří během své uživatelské činnosti měnili místo svého pobytu, zdůrazňovali pozitivní aspekt geolokace, díky které může člověk snadno poznat nové lidi v místě, do kterého se právě přemístil. Skutečnost jsem zmínila již výše. Zároveň mi respondentka Dana, která si na Tinderu našla partnera, jenž je zároveň cizincem žijícím v Praze, sdělila, že také cizinci u nás používají seznamovací aplikace především k nalezení nových přátel a kontaktů. Ve skrze pozitivní zkušenosti s cizinci na Tinderu má také respondentka Viola, jež shledala pozitivní aspekt také v tom, že si díky komunikaci s nimi procvičí a vylepší anglický jazyk.

**Dana:** *„A třeba u těch cizinců, tak ti tam hledají i kamarády a úplně jako neřeší, jestli z toho pak bude vztah nebo ne...“*

**Viola:** *„Teď ale zjišťuju, že je to dobrý třeba i pro komunikaci v angličtině. Já jsem ji málo používala, vlastně jenom ve škole nebo při sledování filmů a teď právě zjišťuju, že tam je hodně cizinců, kteří žijí a pracují v Praze a je to dobrý i pro můj vývoj angličtiny, když se s nima bavím. Takže je to zase jiná poloha toho, jak si to představuju.“*

Celkově je ale vztah k cizincům na Tinderu u respondentů ambivalentní, protože některým uživatelům vadí, že jich je především v centru města na Tinderu více než českých uživatelů.

**Milan:** *„No a ta jedna, tak ta byla z Ruska a chtěla se vidět ona, že tady byla jen na týden a tak to byl spíš takový turistický pokus. Občas se tam teď podívám, ale už moc ne, protože už je tam hrozně moc lidí a tady v Praze je tam hodně turistů. Takže než se*



*proklikáš turistama, tak to hrozně trvá, než se dostaneš k lidem, co tady žijou a to hrozně zahlcuje tu aplikaci.“*

### **7.2.2 Seznamování on-line**

V další části rozhovorů jsem se respondentů vyptávala na jejich obecnější postoje k užívání seznamovacích aplikací. Samozřejmě jejich názory úzce souvisely se zkušenostmi, které doposud posbírali. Každopádně ale při svých odpovědích vycházeli také z obecného povědomí a toho, co o aplikaci vědí od svých přátel a známých. Zajímalo mě, zda by na základě svého uvažování o seznamování on-line doporučili aplikaci dalším lidem a co by případně sdělili pro kvalitní představu nového uživatele, než by začal používat aplikaci.

Druhá polovina kapitoly je věnována tomu, zda respondenti vnímají seznamovací aplikaci jako nezbytnou součást dnešní doby. Jestli si myslí, že je důležité, aby se mladí lidé seznamovali ve 21. století on-line, co je k tomu vede a jestli se to týká všech nebo jen určité skupiny.

#### **7.2.2.1 Klady**

Vzhledem k tomu, že i respondenti raději při svém odpovídání začínali s klady, tak také já přistupuji ve své práci s tím, že prvně seznámím čtenáře s tím, co uživatelé shledávali jako pozitivní na užívání seznamovacích aplikací. V podstatě všechny uvedené důvody korespondují s tím, co bylo zmíněno již výše v souvislosti s konkrétními zkušenostmi respondentů. Respondenti uváděli, že se jedná o docela zábavnou společenskou hru. Pozitivní dle jejich názoru bylo, že má Tinder nastavený algoritmus, podle kterého vyhledává na základě shodných parametrů uživateli potenciální partnery. Nina si například účel algoritmu vyzkoušela, když se zajímala hlavně o Asiaty. Souvislost v tomto případě opět vnímám s tím, jakými znaky se vyznačují mileniálové.

**Nina:** *„Hodně si tam najdeš i svoje, protože je tam nastavenej algoritmus, ktorej ti pak hází podobný lidi, což jsem zjistila, když jsem hledala ty Asiaty.“*

**Jaromír:** „Největší výhoda Tinderu je, že je prostě bleskurychlý a je to dobrý v tom, že za tebe vyřeší určitým algoritmem tu základní vizuální jiskru. Samozřejmě na druhou stranu je to hrozně pofidérní, protože jsou to jenom fotky, že jo.“

Co se týká kladů v užívání seznamovacích aplikací, respondenti se shodovali, že uživatel nikde jinde nepotká v krátkém čase tolik nových lidí a nedostane tolik šancí k seznámení. Je už pak hlavně na něm, jak se s celou záležitostí vyrovná.

**Nina:** „Je to dobrý způsob, jak potkat hodně rychle hodně nových lidí.“

**Lukáš:** „Máš dosah, který bys normálně neměl, můžeš tam potkat lidi, který bys normálně nepotkal.“

Velkou výhodu zároveň viděli v tom, že seznámení on-line odbourá zábrany a stydlivější jedinci nemusí mít strach z odmítnutí. Líbilo se jim, že uživatel nedostane zprávu o tom, že ho odmítl někdo, kdo se mu líbil, a tudíž nezažije pocit po odmítnutí. Může maximálně doufat nebo čekat, zda se mu v některých případech objeví propojení a poté, zda dojde ke komunikaci, kterou však může vlastním přičiněním zavést.

**Milan:** „Mělo by to zjednodušit seznámení s člověkem, že když už se teda potkáte, tak už oba víte, o co jde a nemělo by to být takové trapné přešlapování na místě nebo tak.“

**Ilna:** „Kolikrát jsem od těch kluků slyšela, že jsou příliš stydlivý, aby někoho sbalili někde venku. Strašně moc věcí to ulehčí, protože ty lidi se stydí a je těžký slyšet odmítnutí.“

#### **7.2.2.2 Zápory**

V podstatě všichni respondenti, až na Milana, uvedli, že by potenciálního nového uživatele od seznamovací aplikace neodrazovali. Důležitý je, dle jejich názoru, individuální přístup, který si člověk zvolí a s jakými očekáváními do procesu vstupuje. Mezi uvedenými záporami se nejčastěji objevovala konzumnost, neboť uživatel si vybírá partnery pouze na základě pár fotek, na které se mnohdy ani moc nesoustředí a jen tak je zkouší na základě prvního dojmu. Přístup pak působí velmi povrchně, protože je

těžké vědět na základě fotek, s kým by si člověk při osobním setkání rozuměl. Velké množství uživatelů je sice příjemné pro vybírání, zároveň ale negativní z důvodu neustálého přebírání a hledání nových tváří, což respondenti také shledávali jako nevýhodu užívání seznamovacích aplikací. Často se v odpovědích objevovalo také to, že aplikace bere uživateli čas a odvádí hodně jeho pozornost od reality.

**Nina:** „*A je to hrozně, ale fakt šíleně konzumní. Malej hrudník, blond'atý vlasty... to neswipneš! I já jsem to tak vnímala. Byli tam jako kluci, který určitě mohli být fajn, milý, třeba měli hezkýho psa, ale stejně jsem swipla doleva, protože prostě je to jenom o tom, jak vypadáš nebo jaký auto máš (smích).*“

**Lukáš:** „*Pak je výhodou, že si můžeš samozřejmě vybrat, což je ale na druhou stranu i nevýhoda, protože prostě přebíráš.*“

Setkáváme se zde s Baumanovým pohledem (2013) na dnešní konzumní jednání mladých lidí, které se přenáší do mezilidských vztahů.

**Dana:** „*Zápor je jasnej. Každěj ti řekne, že na základě čtyř nebo pěti fotek nemůžeš odhadnout osobnost. Jako samozřejmě může se stát, že ti z fotky neseď, nedáš mu to a pak v reálu by tě okouzlit.*“

**Tadeáš:** „*Řekl bych mu, že je to jako když si jde koupit boty, prvně jde k výkladní skříni, dívá se, jestli se mu tam vůbec nějaký líbí. Pokud ano, jde teprve dovnitř a vyzkouší si je. Na tom je to celý postavený, na takovým řeckně povrchním přístupu, kdy člověk na základě nějakýho vzhledu vyselektuje lidi, se kterými by měl zájem se setkat a pak se uvidí, jestli ta sympatie podle vzhledu je i z druhý strany.*“

### 7.2.2.3 Bezpečnost při užívání

Vzhledem k tomu, že se uživatelé během seznamování potkávají se zcela neznámými lidmi, se kterými se původně kontaktují víceméně anonymně, zajímaly mě jejich názory na bezpečí spojené se seznamovacími aplikacemi. Bylo znát, že především ženy nad tímto tématem přemýšlí ve chvílích, kdy si domlouvají schůzky. Na druhou stranu, když jsem se ptala na záporny užívání aplikací, nikdo sám od sebe o bezpečnosti nemluvil.

Musela jsem se konkrétně doptat. Nikdo z respondentů neměl vyloženě negativní zkušenost. Občas se přihodilo, že na setkání dorazil člověk, který měl zvláštní, řekněme nestandardní chování, ale nikdy nedošlo k psychickému či fyzickému násilí nebo stalkingu.

**Milan:** „*U holek to může být občas docela nebezpečné, ale na druhou stranu, když jsem se s nimi bavil, tak šly většinou někam, kde byl dostatek lidí, koncerty a tak.*“

**Dana:** „*Nebezpečí u setkání jsem se dost bála, takže jsem byla opatrná. Takže jsem nikdy nikomu neřekla, kde bydlím a co studuju. Takže jsem si tyhle věci nedávala ani do žádného popisku. Zároveň ty první schůzky jsem chtěla v kavárnách a na místech, kde bylo hodně lidí.*“

Respondenti a respondentky se shodli, že pokud jsou dodržovaná určitá bezpečnostní pravidla, tedy scházet se na veřejných místech, neuvádět osobní informace a být celkově ostražitý při komunikaci, dá se říci, že se jedná o bezpečnou činnost.

**Ilona:** „*To je samozřejmě důležitý, ta stránka bezpečí, já jsem se teda setkávala na místech, kde je víc lidí. To znamená kavárny, hospody, bary nebo třeba na Náplavce, vprostřed náměstí. Místo srazu jsem vymýšlela většinou já a dávala jsem místa, která znám.*“

#### 7.2.2.4 Záležitost doby

Respondenti se většinou osobně seznamují s dalšími lidmi a potenciálními partnery přes společné známé a přátele. Typickým prostředím je hospoda, park nebo práce. Jedná se tedy o místa, která navštěvují naprosto běžně, ale spoléhají se spíše na to, že je někdo s někým zajímavým seznámí, než aby sami oslovovali nové sympatické lidi. Část respondentů se na čas uchýlila k myšlence, že se seznámí hlavně přes aplikaci a tím pádem na to daní uživatelé spoléhali.

**Marek:** „*Na seznamování v reálu prostě musím mít náladu, musím se na to cítit a může to pak probíhat kdekoliv. Nespoléhám se určitě jen na appku.*“

**Viola:** „*No, teďka jsem se seznamovala hlavně v nové škole nebo práci. Jinak se všemi mými bývalými kluky jsme se znali už od školy. Rozhodně ne, že bychom se seznámili někde na ulici nebo v baru. Já teda teďka využívám jenom tu aplikaci.*“

Nedá se říci, že by to byla většina, spíše polovina na aplikaci spoléhala a polovina to brala jako doplněk k osobnímu seznamování při různých společenských situacích. Ti, kteří spoléhali na aplikaci, měli především dojem, že už nemají možnost ve svém okolí potkat někoho nového. Dělal jim problém vystoupit se svého sociálního prostředí a z okruhu svých přátel.

**Karolína:** „*Ne, nespolečám se jen na aplikace, mně to je vždycky jakoby nepříjemný a mám s tím spojený výčitky.*“

**Jaromír:** „*Jako jasně, člověk se tak nějak namlsá toho, jak je to jednoduchý a ono je i pro mě příjemnější si vlastně i s tím člověkem třeba předtím chvíli psát, než ho poznám osobně.*“

**Marta:** „*Měla jsem dost nutkání si zadat normálně profil někam na seznamku a zkusit to tak, protože jinak je to pro mě dost těžký a já hlavně potřebuju toho člověka docela jako znát, než si s ním něco začnu a to je prostě těžký, protože tady v Budějčích už všechny znám.*“

Seznamovací aplikace jsou rozhodně mezi respondenty vnímány jako neodmyslitelná součást dnešní doby a vývoje společnosti. Vnímají jejich existenci stejně samozřejmou jako existenci Instagramu nebo Facebooku. Respondenti uváděli, že se jedná o lidi aktivní na sociálních sítích. V odpovědích se shodovali, že se jedná o přirozený pokrok, který nelze zastavit a nejen jejich věková vrstva, ale i věková skupina jejich rodičů a příbuzných má pro seznamování on-line pochopení a podporuje to nebo se minimálně zajímá o okolnosti a funkčnost. Respondenti také uvedli, že uživatele většinou spojuje věk a technické schopnosti, tedy umění pracovat se smartphonem nebo iPhonem. Jednoznačně se projevilo vnímání a definování generace mileniálů, kteří berou chytré telefony jako samozřejmost patřící k životu. Zároveň uživatele specifikovali jako aktivní svobodné a nezadané lidi, kteří chodí do práce nebo studují a mají minimálně

středoškolské vzdělání, spíše vysokoškolské. Sami nehodnotí jakékoliv aktivity uživatelů na seznamovacích aplikacích otevřeně negativně. Mají pochopení i pro reakce z řad okolí, které jsou občas nechápavé nebo negativní. Jedná se však pouze ojedinělé případy. Veskrze z rozhovorů vyplynulo, že jsou seznamovací aplikace dočasnou součástí telefonů mladých aktivních lidí v České republice. Pouze respondentka Karolína uvedla, že jí je užívání chytrých telefonů a aplikací vlastně nesympatické a setkává se zároveň s větším množstvím negativních reakcí z řad svých kamarádů, kteří si myslí, že se skrze seznámení přes aplikace šíří především pohlavní nemoci.

**Nina:** „*Mají nějaký to nutkání prezentovat svůj sociální život a zároveň jsou dostatečně zručný, aby mohli obsluhovat tyhle aplikace.*“

**Viola:** „*O těch lidech si myslím, že jsou stejní jako já, že se chtějí seznámit nebo teda některý mít jenom sex nebo chtějí mít někoho na psaní nebo udržování nějaký komunikace skrz telefony. Myslím si, že v dnešní internetový době je to úplně normální a přirozený.*“

**Lukáš:** „*Já si myslím, že to k dnešní společnosti patří. Máme málo času, trávíme ho hodně v práci a ten volnej čas prostě musíme využívat efektivněji.*“

**Jaromír:** „*Pochopitelně člověk, kterej to používá, tak musí být alespoň trochu smartphone schopnej, takže tam nepotkáš takovej ten typ lidí, co technice moc nefanděj. Hele, já právě naprosto chápu to, že spousta mladých lidí ten čas prostě nemá a to, že využívají výdobytky nejnovějších technologií je vlastně v pořádku.*“

Zajímavé je, že i přes dnešní gender představy o společnosti a emancipaci mladých žen vyplynulo z výzkumu, že se i do jejich jednání a chování na Tinderu promítají určité zažití vzorce chování. Ženy uvedly, že čekají, až muž napíše první a v některých případech také na to, až je pozve na schůzku. Neberou tedy kromě ohodnocení kladně protějšku iniciativu do svých rukou a jednají jako dámy, které potřebují, aby muž vzal jednání do svých rukou a dobýval je. Zde by byl možná Antony Giddens překvapen, že ženy, i když se nachází v prostoru on-line, stále myslí na určité společenské vzorce a líbí se jim, když muži plní určité předpoklady.

**Viola:** „Když si nějak začneme psát, což teda já první nepíšu, musí napsat ten kluk potom, co se spárujeme.“

**Ilona:** „To bylo různý, protože já jsem nikdy nenavrhovala setkání jako první, takže to záviselo na tom klukovi.“

### 7.2.3 Prezentace v on-line prostoru pro seznámení

Jednou ze základních perspektiv, kterou nelze opomenout při pohledu na dnešní život na seznamovacích aplikacích, je osobní prezentace účastníků v prostoru. Je to vlastně ten nejdůležitější aspekt jednání uživatele v rámci aplikace, protože od toho, jak zapůsobí na ostatní uživatele, se odvíjí další seznamovací úspěšnost nebo neúspěšnost.

#### 7.2.3.1 Sebe prezentace

Povídala jsem si s respondenty o tom, jak vypadají nebo vypadaly jejich profily na seznamovacích aplikacích a na základě jakých pohnutek se rozhodli pro volbu fotografií a případných popisků. Jak se dalo očekávat, respondenti se snažili vybrat ze svých alb takové fotografie, na kterých se sami sobě líbí a jsou spokojeni s tím, jak se na fotografiích prezentují. Ambivalentní vztah se objevil vzhledem k selfie fotkám, které respondenti neměli většinou v oblíbě, ale stejně nějakou takovou fotografií pořídili, protože to souzní s tím, co je dnes moderní. Jinak byl jejich výběr často spojen s propojením aplikace se sítí Facebook, ze které vytáhli potřebné fotografie. Zároveň je vybírali také podle toho, aby fotografie měly nějakou větší výpovědní hodnotu a mohly případnému partnerovi sdělit, co mají rádi, co dělají ve svém volném čase a kým si myslí, že jsou. Respondenti do profilu většinou uvedli věk a někteří také krátký popis, který měl být originální a nepříliš soukromý. Pokud se seznamovali s cizinci, uvedli, v jakých místech se pohybují a jakými jazyky hovoří.

**Karolína:** „Nechci tam mít samý selfiečka, aby si nemysleli, že jsem sebestředná. Chce to tam mít fotku, která tě nějak vystihuje, znázorňuje... Prostě co tě baví, co máš ráda.“

**Lukáš:** „To, co píšu o sobě, to se snažím psát co nejzajímavěji z jednoho prostýho důvodu – ten člověk mě stejně pozná. Ty fotky jsou trochu stylizační, protože všichni

známe ty trendy, že musíš mít čepici nebo selfie nebo fotku u zrcadla, takže to obměňuju podle toho, co je trendy.“

**Jaromír:** „Já se tam snažím být podobně divnej, jako jsem potom v reálu, aby ty ženy nebyly příliš šokovány mou pofidérní povahou. Většinou tam mám zahalený obličej a napsáno, že mám rád sci-fi a historii a černej humor a tak, takže víceméně říkám pravdu.“

Přesně to, co uvedla Whittyová (2007) ve výsledcích při výzkumu sebe prezentace na on-line seznamkách, odpovídali i moji respondenti. Při výběru fotografií oscilovali mezi potřebou vypadat dostatečně atraktivně pro potenciální partnery a přitom nezměnit příliš svůj skutečný vzhled. Počítali samozřejmě s tím, že pokud by o svém vzhledu lhali, neuspěli by při osobní schůzce. Naproti tomu ale toužili působit atraktivně, aby si získali pozornost.

**Oldřich:** „Snažil jsem se být co nejvíc zajímavěj. Žádněj popisek tam nemám, protože mě nenapadlo nic hlubokýho. Fotky jsem tam dal různý, takovej průřez toho, co jsem kdy dělal. Dal jsem tam fotku s gepardem, kterej je vedle mě, pak nějaký z hor a tak prostě. Chtěl jsem vzbudit nějakěj zájem.“

**Marta:** „Já jsem tam měla fotku v plavkách, takže jsem docela rozhodla o svojí sebe prezentaci (smích). Jsem měla takovou hezkou. To byla jedna moje hezká fotka v plavkách za celej život, tak jsem ji tam dala. O sobě jsem tam něco psala, ale už nevím, co to bylo. Něco ve smyslu – mám ráda život, hudbu, hraju na saxofon.“

**Dana:** „Tak samozřejmě člověk chce vypadat dobře, snažila jsem se vybrat fotky, o kterých jsem si myslela, že mi to tam fakt jako sluší a taky jsem chtěla, abych tam byla já... Nechtěla jsem tam dát pět selfie a každý z jinýho úhlu, ale chtěla jsem dát taky nějaký záminky třeba k začátku konverzace. A ten popisek jsem měla takovej trochu nic neříkající, ale zase takovej, aby se na něj dalo navázat. Takže jsem tam napsala, že mám ráda filmy Woodyho Allena a tulipány.“



### 7.2.3.2 Atraktivita

V souvislosti s prezentací uživatelů bylo také zajímavé zjistit, co je vlastně pro respondenty atraktivní a jací lidé se jim on-line líbí. Zásadní byly samozřejmě fotografie, především pak první fotografie, protože někteří neměli tendenci profil procházet podrobně a „swipovali“ poměrně rychle. Znamená to, že se o zájmu či nezájmu rozhodli během několika málo sekund. Respondenti často zmiňovali, že u nich vítězí v rozhodovacím procesu především originalita, ať už na fotografiích nebo v popisu. Pokud najdou mezi sebou a druhým uživatelem nějaké společné rysy nebo zájmy, je to velké pozitivum navrch. Zároveň ale přiznávali, že to je skutečně velmi povrchní záležitost a jejich rozhodnutí bylo stejně postaveno na tom, jak se jim fyzicky daný člověk líbil. Hlavním filtrem byl věk a místo pobytu.

**Karolína:** *„Tak zaráží mě určitě taková ta úvodka svalnatýho břicha – ty mě hodně rozsekávaj, nebo ty, co tam mají fotky s manželkou, třeba ve svatebních šatech. Upřímně jako, když je ošklivej, tak mu to srdíčko prostě nedám a kolikrát si připadám fakt povrchně, když tam je prostě kluk, kterej má na sobě nějaký hrozný boty nebo něco a já si řeknu, že je to hrozně nevkusný a dám mu křížek.“*

**Viola:** *„Co nechci vidět? Takový ty svalouše před zrcadlem, ani tam žádný takový nemám. Ani třeba ty, co stojej před autem nebo co jsou v nějakým baru s nějakou holkou.“*

Respondenti se shodli, že je odrazuje typ lidí, na kterých je znát, že o sebe příliš dbají a mají se nepřirozeně moc rádi. U žen i mužů se jedná o ten typ, kdy je jedinec málo oblečen, ukazuje svoje tělo, prsa. Pokud je dívka hodně nalíčená a má zveřejněny jen selfie fotky z tzv. duck facem, tedy vyšpulenými ústy, je to pro respondenty odpuzující. Pro dámy uživatelky jsou zase odpuzující fotky z posilovny nebo před drahými auty. Stále je ale rozhodujícím faktorem vzhled a celková vizáž.

**Tadeáš:** *„Tak samozřejmě, pokud tam byl duck face, tak jasně ne.“*

**Ilona:** *„Neměla jsem ráda takový ty, na kterých je vidět, že se mají moc rádi. Já jako nemám ráda přehnaný sebevědomí. Tady ty machýrkovský fotky mě odrazovaly. Jako ti*

*tam dá fotku, kde je do půl těla nahej s činkou v ruce, nahoněný svaly, tak to teda rovnou ne.“*

V souvislosti s tím, co je pro respondenty atraktivní on-line a tím, jak si vybírají potenciální partnery, jsem se ptala, zda si myslí, že by v realitě všedního dne na ulici vybrali toho stejného člověka, jako označili srdíčkem na seznamovací aplikaci. Respondenti reagovali spontánně, že ne, ale postupně při hlubších úvahách zdůraznili tři základní souvislosti s vyřčeným „ne“. Jde o to, že fyzicky by se jim pravděpodobně líbily ty samé osoby, ale háček tkví v tom, že by si je nedovolili z různých důvodů oslovit. Většinou hlavně proto, že na seznamovací aplikaci mají víc kuráže oslovit i osoby, na které si ve skutečnosti myslí, že nemají. Off-line prostředí dodává uživatelům sebevědomí a odstraňuje strach z odmítnutí.

**Lukáš:** *„Přes tu aplikaci si často dovolím i na lidi, na který jen když se podíváš, tak ti spadne čelist a máš pocit, že celý tvoje tělo volá, že ho chce. Tak takovýho člověka bych asi jen tak neoslovil.“*

Zároveň také zmínili, že osoba v reálné situaci může vysílat úplně jiné signály a nemusí mezi dvěma jedinci vůbec vzniknout chemie, která je dle jejich slov důležitá. Jak několik uživatelů zdůraznilo, z fotek se nedá vyčíst, jak se člověk vyjadřuje, jakou má řeč těla a jak voní. Proto by si podle vzhledu vybrali ty samé lidi, ale podle dalších indicií možná vůbec ne.

**Karolína:** *„Takhle na tebe ten člověk působí jenom skrz fotky, takže víš co... Na fotce se ti líbí, v reálu pak taky, ale tam potom taky musí působit ještě takový to charisma.“*

**Jaromír:** *„Já jsem jedinec, pro kterýho je hrozně důležitá taková ta poctivá fyzická chemie a tu zatím z toho internetu nezjistíš.“*

**Milan:** *„Jo, to jako jo, ale je to právě tím, že v reálu hodnotím lidi třeba podle řeči těla a dalších věcí, jak mluví a tak.“*

#### 7.2.4 Partnerské vztahy současnosti a jejich hodnoty

Lovasová (2005) tvrdí, že po lásce touží každý, protože je součástí našeho života. Partnerský vztah společně s rodinou je naplněním bytí člověka. Tavel (2007) je pragmatičtější a věnuje se složkám, které se ve vztahu nezbytně v různé míře promítají. Pojem, který je neoddělitelně spojen se slovem láska, je intimita. Přestože ji každý psycholog definuje trochu jinak, všichni se shodnou na tom, že patří k lásce a partnerskému vztahu. Sternberg (1986) uvádí, že dalšími dvěma pilíři vztahu jsou vášeň a samotné rozhodnutí k tomu s konkrétním člověkem sdílet svůj život. Slezáčková (2012) hovoří o intimitě, vzájemné náklonnosti a zábavě. Složky, které podle jejího názoru utváří kvalitní mezilidský vztah. Erich Fromm definuje naše touhy termínem deficitní láska, tedy že hledáme toho, kdo uspokojí naše potřeby. Bauman však vnímá současné vztahy negativně a ve svém díle *Tekutá láska* (2013) rozvedl dnešní neschopnost intimity, hluboké lásky a porozumění. Zajímalo mě, jaký názor na danou otázku mají moji respondenti. Celou dobu jsme se v podstatě pohybovali kolem otázky vztahu. Proto jsem se rozhodla ukončit celý rozhovor zdánlivě nesouvisejícími otázkami s aplikacemi, zavedla jsem tedy řeč na partnerské vztahy. Zajímalo mě, zda respondenti touží po dlouhodobém vztahu a jaký by měl vlastně být. Jejich odpovědi v podstatě přinesly představu o intimitě ve vztazích generace mileniálů. Všichni z nich více či méně touží po vztahu s jedním ideálním partnerem. Někteří jsou již připraveni nebo se v takovém vztahu nachází, ostatní tomu nechávají volný průběh. Žádný z respondentů se definitivně nerozhodl pro život single a všichni měli poměrně ucelené představy o tom, jak by měl jejich budoucí partner a vztah vypadat.

**Ilona:** „*Já jsem vždycky byla člověk, kterej hledá trvalej vztah. Ten trvalej vztah pro mě má vlastně největší hodnotu, protože jsem ochotná se tomu člověku úplně oddat a to samé čekám od něho. Takže tam musí být vzájemná důvěra. Prostě aby se nebál toho založit rodinu, byl zodpovědněj, abych se o něj dokázala opřít v každý situaci. Člověk, kterej mi dává úplně všechno, nemám s ním strach, dokáže mě finančně zabezpečit, bezmezně mě miluje. Chce se mnou žít a mít se mnou rodinu a potkala jsem ho na Tinderu.*“

Zásadními hodnotami, které by ve vztazích neměly chybět, jsou podle nich tolerance, porozumění a důvěra. Touha po velké míře tolerance potvrzují také Rousellovy úvahy o partnerských vztazích, on totiž tvrdí, že jsou založeny na vysoké míře svobody. Také se často objevovala zmínka o přirozenosti, což mě trochu zarazilo. Otázkou tedy je, zda seznámení on-line nenutí respondenty k počátečním přetvářkám i při setkání v off-line prostoru, jako to na základě svého výzkumu uvádí Tom a Hancock (2009).

**Karolína:** *„Asi toužím po trvalém vztahu. Mělo by to být hezké, přirozené a bez nějakých očekávání. Asi to slovo přirozeně, poslední dobou pro mě znamená nejvíc. Všechno to vyplývá přirozeným způsobem a před tím druhým člověkem si nemusíš na nic hrát.“*

## 8 ZÁVĚR

Téma diplomové práce „Tinder a další seznamovací aplikace aneb proč dnes hledáme partnera on-line“ jsem si vybrala z důvodu zoufalství, které ve mně rostlo po roce stráveném v hlavním městě České republiky, Praze. Dojem, který zanechávala společnost, se kterou jsem se setkávala, byl sice velmi otevřený a sdílný, ale na druhou stranu také individualistický a emancipovaný. Zrychlenost života ve městě se promítala do (ne)vztahů, které jsem měla možnost sledovat zpovzdálí nebo zažívat na vlastní kůži. Fluktuace partnerů, milenců i přátel je u mladých lidí žijících ve velkoměstě na denním pořádku. Alespoň takový dojem jsem nabyla po pár měsících. Zároveň jsem vysledovala, že lidé existují ve dvou dimenzích, té reálné a té, kterou vytváří sociální síť. Také jsem se nechala strhnout vlnou Facebooku, Instagramu a posléze i Tinderu. Nikdy jsem však nevěřila, že uživatelé seznamovací aplikace skutečně hledají partnera. Zdálo se mi nereálné najít si vyhovující osobu on-line, dokud se kolem mne nezačaly objevovat páry, které se střetly původně ve virtuálním prostoru. Tyto vztahy se rozpadaly, ale zároveň i některé zůstávaly tak, jak tomu běžně bývá. Začalo mě více zajímat, jak to vlastně funguje a co tedy lidé skutečně hledají. Myslela jsem si, že jim chybí čas na partnerství, ale nakonec i ten si musí udělat pro komunikaci v on-line prostoru a následně pro člověka, který se jim líbí. Myslela jsem si, že se bojí intimity, ale mnohdy byli lidé, se kterými jsem si psala a posléze se s nimi setkala, sdílnější, než by bylo nutné. Proto jsem se rozhodla prozkoumat samotnou uživatelskou činnost a motivaci mladých lidí, kteří žijí především v Praze. Výsledky výzkumu přinesly následující poznatky. Většina respondentů se rozhodla pro seznamovací aplikaci z důvodu potřeby vyzkoušet něco nového a vystoupit ze svého sociálního prostředí. Jejich záměrem bylo experimentovat nebo do svého života přivést nové zajímavé lidi. Někteří uvažovali nad možností najít si skrze tento druh seznamování partnera, ale ve většině případů na to nespolehali. Přesto se to některým podařilo a našli si touto cestou svou lásku. Mezi respondenty se našli i tací, kteří zkusili aplikaci na hledání sexuálního partnera. Jednalo se však o marginální jev. Výsledky výzkumu tedy nepotvrdili společenské povědomí o seznamovací aplikaci Tinder jako prostředku pro rychle a snadno dostupný sex. Uživatelé se v podstatě shodli v tom, že se jedná o zcela normální záležitost v postmoderní společnosti. Často se objevoval názor, že je užívání, minimálně ze začátku, velmi zábavné a uživatel si rychle přivykne jako na jinou on-line

hru. Zároveň však velká část respondentů uvedla, že byla uživatelem aplikace jen určitý čas, většinou v rádech měsíců. Po čase pro ně přestala být aplikace zajímavá, brala jim příliš času nebo si našli partnera, ať už v on-line, nebo i off-line prostoru, a tak aplikaci vymazali. Někteří se k ní postupem času občas vrací, aby si zpestřili život. Ukázalo se, že hlavním negativním rysem aplikace je, že uživatelé mají sklon k povrchnímu a konzumnímu vnímání potenciálních partnerů. Reagují pouze na fotografie, na kterých se všichni snaží vypadat co nejlépe nebo alespoň zajímavě. Přestože dle zkušeností respondentů většina uživatelů při sebe prezentaci vyloženě nelže, stejně často dochází ke zklamání nebo rozčarování při osobním setkání. Vliv má především nedostatečná možnost přenesení charakteru osobnosti do on-line prostoru. Nelze z komunikace vyčíst, jak se člověk chová a působí v reálném prostředí. Navíc většina respondentů uvedla, že je velmi důležitá chemie mezi dvěma partnery, kterou nelze na základě komunikace v mobilním telefonu poznat.

Chtěla jsem se také dozvědět, jaké hodnoty dnešní mileniálové nesou a co je pro ně v životě důležité, především jsem se zajímala o priority ve vztahu k partnerství. V mém rozhovoru se jednalo o poslední otázku, která uzavírala kruh, v němž jsme se více či méně během povídání s respondenty pohybovali. Bylo nezbytné zjistit, kam vlastně jejich záměry směřují a v čem tkví jejich hodnoty. Všichni respondenti nakonec přiznali, že dříve či později po vztahu touží a jmenovali v souvislosti s ním hodnoty, které by měl podle jejich názoru zdravý vztah mít. Většina z nich touží po toleranci a vzájemném porozumění. Někteří respondenti vyzdvihli hodnotu rodinnou, jiní přemýšleli více individuálně, přesto uvedli, že vztah je důležitá věc. Věřím tedy, přes veškerou úctu k sociologii Zykmunda Baumana a jeho úvahám o dnešní tekuté lásce mezi lidmi, že nejsme ztraceni a základní mezilidské a partnerské vztahy pořád platí, i když dnes občas k jejich nalezení slouží technika.

## 9 SEZNAM ZDROJŮ

### Knižní:

BAUMAN, Z. *Tekutá láska: o křehkosti lidských pout*. Praha: Academia, 2013. 156 s. ISBN 978-80-200-2270-7.

BUSS, D., M.; SCHMITT, D., P. *Social strategies theory: An evolutionary perspective on human mating*. Psychological Review, 1993.

DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 978-80-246-0139-7.

DIVÍNOVÁ, R. *Cybersex: forma internetové komunikace*. Praha: Triton, 2005. 168 s. ISBN 80-7254-636-8.

DUŠKOVÁ, M.; VACULÍK, M. *Psychologické aspekty on-line komunikace prostřednictvím internetu na tzv. chatech*. Československá psychologie, Praha: AV ČR, 2002, roč. 46, č. 1, s. 55-63. ISSN 0009-062X.

GIDDENS, A. *Důsledky modernity*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. 158 s. ISBN 80-86429-15-6.

GIDDENS, A. *Proměna intimity: sexualita, láska a erotika v moderních společnostech*. Praha: Portál, 2012. 216 s. ISBN 978-80-262-0175-5.

GREENBERG, H., E.; WEBER, K. *How Millennial Youth Are Taking Over America And Changing Our World Forever. GENERATION WE*. Emeryville, CA: Pachatusan, 2008. 257 s. ISBN-13: 978-0-9820931-0-8.

HANCOCK, J., T.; TOMA, C., L. *Putting your best face forward: The accuracy of online dating photographs*. Journal of Communication, 2009, 59, s. 367-386.

HENDL, J. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-485-4.

HORKHEIMER, M. *Critique of Instrumental Reason*. New York: Seabury Press, 1974. 94 s. ISBN-13: 978-1781680230.

KUBÁTOVÁ, J.; KUKELKOVÁ, A. *Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y: příklad České republiky a Francie*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. 128 s. ISBN 978-802-4439-617.

LOVASOVÁ, L. *Láska a partnerství*. In: Sborník studií. Praha: Sdružení Linka Bezpečí, 2005. 31 s.

MACEK, J. *Poznámky ke studiím nových médií*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2013. 199 s. ISBN 978-802-1065-284.

McMAHON, M.; POSPISIL, R. *Laptops for a digital lifestyle: Millennial students and wireless mobile technologies*. Tugun: Ascilite, 2005, s. 421-431.

MIOVSKÝ, M. *Příručka k provádění výběru metodou sněžové koule (snowball sampling)*. 1. vyd. Praha: Úřad vlády České republiky, 2003. 108 s. ISBN 80-867-3408-0.

MOWLABOCUS, S. *Gaydar culture: gay men, technology and embodiment in the Digital Age*. Burlington, VT: Ashgate, 2010.

RAŠTICOVÁ, M.; HAŠKOVÁ, H. *Rodina a/nebo profese? Role ženy z pohledu mužů a žen více generací*. In: Plaňava I., Pilát M. eds. *Děti, mládež a rodiny v období transformace*. Brno: Barrister & Principal, 2002. ISBN 80-86598-36-5.

ROSEN, L., D.; CHEEVER, N., A.; CUMMINGS, C.; FELT, J. *The impact of emotionality and self-disclosure on online dating versus traditional dating*. *Computers in Human Behavior*, 2008, 24, s. 2124–2157.

ROUSSEL, L. *Sociální status milostného citu*. *Sociologický obzor*: 1992, č. 1, s. 12-18.

RUBIN, H., J.; RUBIN, I. *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. 2. vyd. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 2005. ISBN 0761920749.

SILVERMAN, D. *Doing qualitative research: a practical handbook*. 2. vyd. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 2005. ISBN 1412901979.

REEVES, C, T.; OH, E. *Generational Differences*. In: *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. New York: Springer Science+Business Media, 2014, s. 295-303.

SLEZÁČKOVÁ, A. *Průvodce pozitivní psychologií: nové přístupy, aktuální poznatky, praktické aplikace*. Praha: Grada, 2012. 304 s. ISBN 978-80-247-3507-8.

STONE, L. *The Family, Sex and Marriage in England 1500-1800*. London: Harper & Row, 1977. 282 s. ISBN 978-1-59740-989-6.

STRAUSS, A., L.; CORBIN, J. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce, 1999. ISBN 80-85834-60-x.

STRAUSS, W.; HOWE, N. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Quill, 1991. 544 s. ISBN 0-688-11912-3.

STUHLÍKOVÁ, I. *Základy psychologie emocí*. Praha: Portál, 2002. 232 s. ISBN 978-80-7367-282-9.

ŠVAŘÍČEK, R.; ŠEĐOVÁ, K. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. 2. vyd. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-262-0644-6.

TAVEL, P. *Vybrané kapitoly ze sociální psychologie*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2007. 132 s. ISBN 978-80-244-1658-8.



VACULÍK, M.; HUDEČEK, T. *Vývoj partnerských vztahů vzniknuvších v prostředí internetu*. Československá psychologie: časopis pro psychologickou teorii a praxi. 2005, 49(2), 157-174. ISSN 0009-062x.

VÝROST, J.; SLAMĚNÍK, I. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008. 416 s. ISBN 978-80-247-1428-8.

WALLACE, M., P. *The Psychology on the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 257 s. ISBN-13: 978-0521797092.

WOLL, S., B.; YOUNG, P. *Looking for Mr. or Ms. Right: Self-presentation in video dating*. Journal of Marriage and the Family, 1989.

WOO, J. *Meet Grindr: how one app changed the way we connect*. Canada: Jaime Woo, 2013. ISBN 9780991870202.

#### **Internetové:**

BOSKER, B. *Why Tinder Has Us Addicted: The Dating App Gives You Mind-Reading Powers*. The Huffington Post. 9. 4. 2013. [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/2013/04/09/tinder-dating-app\\_n\\_3044472.html](http://www.huffingtonpost.com/2013/04/09/tinder-dating-app_n_3044472.html)

Buzinga.com.au. HARDING, R. *15 Lessons On Mobile App Development From Top 100 Mobile Apps*. 9. 2. 2017. [online]. [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <http://www.buzinga.com.au/buzz/15-mobile-app-development-lessons/>

Byznys.ihned.cz. FILIPOVÁ, L. *Seznamku Tinder používá přes 100 tisíc Čechů. Řeší, jak by vydělala*. 1. 3. 2015. [online]. [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-63614970-seznamku-tinder-pouziva-pres-100-tisic-cechu-resi-jak-by-vydelala>

Byznys.lidovky.cz. KYJONKOVÁ, P. *Představa mladé generace o životě: Hodně peněz a málo práce*. 11. 3. 2010. [online]. [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/predstava-mlade-generace-o-zivote-hodne-penez-a-malo-prace-pmk-/moje-penize.aspx?c=A100311\\_151100\\_moje-penize\\_abc](http://byznys.lidovky.cz/predstava-mlade-generace-o-zivote-hodne-penez-a-malo-prace-pmk-/moje-penize.aspx?c=A100311_151100_moje-penize_abc)

Consumerreports.org. MELTZER, M. *Find Love for Less: Cheap Date Ideas. Dating can cost a fortune, so check out these fun ways to limit your expenses*. 14. 2. 2017. [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: <http://www.consumerreports.org/dating-relationships/cheap-date-ideas/>

Datingsitesreviews.com. *Grindr Review*. 27. 3. 2017. [online]. [cit. 2017-03-28]. Dostupné z: <http://www.datingsitesreviews.com/staticpages/index.php?page=grindr>

Datingsitesreviews.com. *Tinder Review*. 22. 3. 2017. [online]. [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: <http://www.datingsitesreviews.com/staticpages/index.php?page=tinder-reviews>

ELLISON, N., B.; HEINO, R., D.; GIBBS, J., L. *Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment*. *Journal of Computer Mediated Communication*, 2006, roč. 11, č. 2, s. 415–441. Dostupné z: <https://pdfs.semanticscholar.org/563a/b0e16f28ea0a4323a340e19f862eaed979f2.pdf>

EMSON, R. *Tinder: Finding Traction On Campuses, IAC's New Dating App Makes It Easy To Break The Ice*. *TechCrunch*. 3. 1. 2013. [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2013/01/03/tinder-finding-traction-on-campuses-hatch-labs-new-dating-app-makes-it-easy-to-break-the-ice/>

Fastcompany.com. CARR, A. *I Found Out My Secret Internal Tinder Rating And Now I Wish I Haden't*. 1. 11. 2016. [online]. [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: <https://www.fastcompany.com/3054871/whats-your-tinder-score-inside-the-apps-internal-ranking-system>

FINKEL, J. E.; EASTWICK, W. P.; KARNEY, R., B.; REIS, T., H.; SPRECHER, S. *Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science*. *Psychological Science in the Public Interest*, 2012, 13(1), s. 3-66. Dostupné z: <https://pdfs.semanticscholar.org/1125/05a1d86fb960b571cd6fd843a50e68830ad6.pdf>

FINKEL, J., E.; EASTWICK, W., P.; KARNEY, R., B.; REIS, T., H.; SPRECHER, S. *Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science*. *Psychological Science in the Public Interest*. 2012 [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.psychologicalscience.org/publications/journals/pspi/online-dating.html#.WPuBGYVOKP8>

GANGESTAD, S., W.; SCHEYD, G., J. *The evolution of human physical attractiveness*. *Annual Review of Anthropology*, 2005, 35, s. 523-548. Dostupné z: <http://annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.anthro.33.070203.143733>

GILLMOR, C., S. *Stanford, the IBM 650, and the First Trials of Computer Date Matching*. *IEEE Annals of the History of Computing*. Volume: 29, Issue: 1, Jan.-March 2007. ISSN 1058-6180. Dostupné z: <http://ieeexplore.ieee.org/document/4211741/>

GoTinder.com. *About Tinder*. [online]. [cit. 2017-03-14]. Dostupné z: <https://www.gotinder.com/press>

Grindr.com. *Grindr. About*. [online]. [cit. 2017-04-22]. Dostupné z: <https://www.grindr.com/about/>

HANUŠOVÁ, J.; HELLEBRANDOVÁ, K.; LOVASOVÁ, L. *Děti a jejich problémy*. In: *Sborník studií*. Praha: Sdružení Linka Bezpečí, 2005. 144 s. ISBN 80–239–4482–7. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1378729855.pdf>

- HARDEY, M. *Life beyond the screen: embodiment and identity through the internet*. The Sociological Review. 2002, 50(4): 570-585. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/store/10.1111/1467-954X.00399/asset/1467-954X.00399.pdf?v=1&t=j1pduff8&s=cc481404b342f3f04b13b5a0b405e437a7203497>
- JAMES, J., L. *Mobile Dating in the Digital Age: Computer-mediated Communication and Relationship Building on Tinder*. Texas State University, 2015. Dostupné z: <https://digital.library.txstate.edu/bitstream/handle/10877/5529/JAMES-THESIS-2015.pdf?sequence=1>
- Kariéra.ihned.cz. REZLEROVÁ, J. *Příchod generace Y na trh práce*. 2. 6. 2009. [online]. [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://kariera.ihned.cz/c1-37310860-prichod-generace-y-na-trh-prace>
- Lendedu.com. BROWN, M. *Is Tinder a Match for Millennials?* 22. 3. 2017. [online]. [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://lendedu.com/blog/tinder-match-millennials/>
- LIGTENBERG, L. *Tinder, the App That is Setting the Dating Scene on Fire: A Uses and Gratifications Perspective*. University of Amsterdam, 2015. Dostupné z: <http://scriptiesonline.uba.uva.nl/document/605982>
- LYNN, M.; BOLIG, R. *Personal advertisements: Sources of data about relationships*. Journal of Social and Personal Relationships, 1985, 2(3), 377-383. Dostupné z: <http://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1330&context=articles>
- New.com.au. *The real story behind hugely successful dating app Tinder*. 17. 3. 2014. [online]. [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://www.news.com.au/finance/business/the-real-story-behind-hugely-successful-dating-app-tinder/news-story/81c7d4587ea0d7f6f7aea7e20dcd4027>
- Play.Google.com. *Tinder*. [online]. [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tinder&hl=cs>
- Respekt.cz. HORKÝ, P. *Mileniálové nejsou líni, ale pracují jen z povinnosti*. 16. 6. 2016. [online]. [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/spolecnost/milencialove-nejsou-lini-ale-pracuji-jen-z-povinnosti>
- Respekt.cz. HORKÝ, P. *Tinder má tajnou verzi: pro slavné a bohaté*. 9. 3. 2017. [online]. [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/denni-menu/tinder-ma-tajnou-verzi-pro-slavne-a-bohate>
- SINGH, D. *Mating strategies of young women: Role of physical attractiveness*. Journal of Sex Research, 2004, 41, s. 43-54. Dostupné z: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15216423>
- SlideShare.net. BEN-ZE'EV, A. *Love Online: Emotions on the Internet*. New York: Cambridge University Press, 2004. 275 s. ISBN-13 978-0-521-83296-0. Dostupné z:

<https://www.slideshare.net/sianpu/love-online-emotions-on-the-internet-0521832969-aaron-ben-zeev-2004>

SMITH, A.; DUGGAN, M. Online Dating & Relationships. 21. 10. 2013. [online]. [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/online-dating-relationships/>

SMITH, A.; DUGGAN, M. *Part 2: Dating Apps and Online Dating Sites*. 21. 10. 2013. [online]. [cit. 2017-03-08]. Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/part-2-dating-apps-and-online-dating-sites/>

STERNBERG, J., R. *A Triangular Theory of Love*. Psychological Review 1986, Vol. 93, No. 2, s. 119-135. ISSN 0033-295X. Dostupné z: [http://pzacad.pitzer.edu/~dmoore/psych199/1986\\_sternberg\\_trianglelove.pdf](http://pzacad.pitzer.edu/~dmoore/psych199/1986_sternberg_trianglelove.pdf)

STERNBERG, J., R. *Duplex Theory of Love: Triangular Theory of Love and Theory of Love as a Story*. [online]. [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.robertjsternberg.com/love/>

SULER, J. The Psychology of cyberspace. [online]. [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>

Team.badoo.com. *World's Largest Meeting Network Passes 130m User Milestone*. 3. 11. 2011. [online]. [cit. 2017-03-15]. Dostupné z: <https://team.badoo.com/press/39/>

TheGuardian.com. BAXTER, H.; CASHMORE, P. *Tinder: The Shallowest Dating App Ever?* 23. 11. 2013. [online]. [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2013/nov/23/tinder-shallowest-dating-app-ever>

TheGuardian.com. DREDGE, S. *Tinder: the 'painfully honest' dating app with wider social ambitions*. 24. 2. 2014. [online]. [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2014/feb/24/tinder-dating-app-social-networks>

Time.com. CALFAS, J. *Here's the real reason why millennials use tinder*. 27. 3. 2017. [online]. [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <http://time.com/money/4713971/tinder-millennials-dating-apps/>

Vanityfair.com. KAPP, M. *Grindr: Welcome to the World's Biggest, Scariest Gay Bar*. 27. 5. 2011. [online]. [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://www.vanityfair.com/news/2011/05/grindr-201105>

WHITTY, M., T. *Revealing the 'real' me, searching for the 'actual' you: Presentations of self on an internet dating site.* Computers in Human Behavior. 2007. [online]. [cit. 2017-03-15]. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563207001215>

Zhasnipodcast.cz. *Bára*, 33. [online]. [cit. 2017-04-05]. Dostupné z: <https://www.zhasnipodcast.cz/>

## 10 SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: Trojúhelníková teorie lásky.....	12
Obrázek č. 2: Tinder.....	36
Obrázek č. 3: Grindr.....	42
Tabulka č. 1: Označení generací.....	20
Tabulka č. 2: Demografické rozptření uživatelů.....	26
Graf č. 1: Proč používáte Tinder?.....	37
Graf č. 2: Setkání v off-line prostředí díky Tinderu.....	38
Graf č. 3: Znázornění poměru věkových skupin užívajících aplikaci Tinder ve Spojených státech v roce 2013.....	39

## 11 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník k praktické části.....	96
Příloha 2: Třináct audio nahrávek rozhovorů s respondenty.....	97

## 12 PŘÍLOHY

### **Příloha 1: Dotazník k praktické části**

*ZVO - Jakou roli hrají seznamovací aplikace při navazování partnerských vztahů v životě mladého jedince?*

#### **SVO1: Jaká je Vaše uživatelská činnost?**

- TO1 - Jaké seznamovací aplikace využíváte a proč zrovna tyto?
- TO2 - Koho nebo co on-line hledáte?
- TO3 - Proč Vás napadlo aplikaci využívat?
- TO4 - Jak byste popsal svou uživatelskou činnost?
- TO5 - Jak probíhají Vaše seznámení přes aplikaci?
- TO6 - Používáte aplikace nárazově nebo jsou součástí Vašeho života?
- TO7 - Kolik času s aplikací trávíte?
- TO8 - Jaká byla Vaše očekávání a jaké jsou zkušenosti?

#### **SVO2: Co si myslíte o seznamování přes aplikaci?**

- TO9 - V čem vidíte klady seznamování přes aplikaci?
- TO10 - V čem vidíte zápory seznamování přes aplikaci?
- TO11 - Jak vypadá Vaše seznamování v off-line prostoru?
- TO12 - Spoléháte se jen na on-line seznamování?
- TO13 - Myslíte si, že seznamovací aplikace využívá jen určitá skupina lidí?
- TO14 - Jací jsou podle Vás lidé, kteří seznamovací aplikace používají?
- TO15 - Jak Vaše okolí vnímá, že se seznamujete přes aplikaci?

#### **SVO3: Jak vypadá Vaše sebe prezentace na aplikaci a podle čeho si vybíráte potenciálního partnera?**

- TO16 - Jak rozhodujete o své sebe prezentaci?
- TO17 - Co ovlivní to, komu dáte swipe right a komu swipe left?
- TO18 - Vybíráte si přes aplikaci jiné lidi, než by Vás zaujali a oslovil/a byste je v off-line prostředí?

#### **SVO4: Jaký je Váš postoj k současným partnerským vztahům?**

- TO19 - Toužíte po trvalém partnerském vztahu?
- TO20 - Jaký by měl ideálně podle Vás být?



**Příloha č. 2: Třináct audio nahrávek rozhovorů s respondenty**

Viz přiložené CD.