

Univerzita Hradec Králové  
Filozofická fakulta

Bakalářská práce

2024

Barbora Červená

Univerzita Hradec Králové

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

**Upřímnost mladých dospělých při seznamování online**

Bakalářská práce

Autor:

Studijní program:

Forma studia:

Vedoucí práce:

Barbora Červená

B0314A250008 Sociologie

prezenční

RNDr. Mgr. Lucie Vítková, Ph.D.

Hradec Králové, 2024



## Zadání bakalářské práce

**Autor:** Barbora Červená

**Studium:** F21BP0078

**Studijní program:** B0314A250008 Sociologie

**Studijní obor:**

**Název bakalářské práce:** **Upřímnost mladých dospělých při seznamování online**

**Název bakalářské práce AJ:** The honesty of young adults when dating online

### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Bakalářská práce se bude zaměřovat na online seznamování, konkrétně na významnost upřímnosti při seznamování online. V teoretické části bude věnována pozornost tématu seznamování, navazování vztahů a seznamovacím platformám. Zároveň, jelikož bude tato bakalářská práce specifikovaná na osoby v období mladé dospělosti, bude v teoretické části popsána také charakteristika mladých dospělých. Empirická část bude založena na výsledcích z kvalitativního šetření formou hloubkových rozhovorů z důvodu poskytnutí detailnějšího porozumění respondentům.

Ansari, A. a Klinenberg, E. (2015). *Modern Romance*. New York: Penguin Press.

Ben-Ze'ev, A. (2004). *Love online. Emotions on the Internet*. Cambridge: University Press.

Možný, I. (2002). *Sociologie rodiny*. Praha: Slon.

Šmahel, D. (2003). *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton. Psychologická setkávání.

Topinková, R. a Šetinová, M. (2020). Věková homofilie na české online seznamce. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 56(4), 447-470. doi: 10.13060/csr.2020.014

**Zadávací pracoviště:** Katedra sociologie,  
Filozofická fakulta

**Vedoucí práce:** RNDr. Mgr. Lucie Vítková, Ph.D.

**Datum zadání závěrečné práce:** 19.4.2023

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala pod vedením vedoucí bakalářské práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne .....

Podpis autorky

## Anotace

ČERVENÁ, Barbora (2024). *Upřímnost mladých dospělých při seznamování online*. Hradec Králové: Filozofická fakulta, Univerzita Hradec Králové, 57 s. Bakalářská práce

Bakalářská práce se zaměřuje na seznamování online u mladých dospělých a na významnost upřímnosti během tohoto procesu. Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část. Teoretická část představuje charakteristiku fáze mladé dospělosti, přiblížení tématu hledání partnera a online seznamování. V rámci těchto témat je řešena významnost upřímnosti. Praktická část je založena na výsledcích kvalitativního výzkumu formou hloubkových rozhovorů. Cílem výzkumu je seznámit se se zkušeností respondentů s online seznamováním, jaká kritéria respondenti mají při hledání partnera a jak vnímají komunikaci online. V rámci tématu upřímnosti je zkoumáno, jakou mají respondenti zkušenost s neupřímností při seznamování online.

Klíčová slova: seznamování, online, sebe prezentace, upřímnost, komunikace

## Annotation

ČERVENÁ, Barbora (2024). *The honesty of young adults when dating online*. Hradec Králové: Philosophical Faculty, University of Hradec Králové, 2023, 57 pp. Bachelor thesis.

This bachelor thesis focuses on online dating among young adults and the importance of honesty during this process. The thesis is divided into theoretical and empirical parts. The theoretical part presents the characteristics of the young adulthood phase, introducing the topic of partner search and online dating. Within these topics, the importance of honesty is addressed. The practical part is based on the results of qualitative research in the form of in-depth interviews. The aim of the research is to learn about the respondents' experiences with online dating, what criteria respondents have when looking for a partner and how they perceive online communication. The theme of honesty explores respondents' experiences of dishonesty when dating online and what they think is the most common reason for dishonesty.

Keywords: dating, communication, honesty, online, self-presentation

## Poděkování

Ráda bych vyjádřila svou upřímnou vděčnost mé vedoucí bakalářské práce RNDr. Mgr. Lucii Vítkové, Ph.D. za její cenné rady, trpělivost a podporu během celého procesu psaní. A jejíž odborné znalosti a vstřícnost přispěly k úspěšnému dokončení této práce.

# Obsah

ÚVOD .....	8
TEORETICKÁ ČÁST .....	10
1. OBDOBÍ MLADÉ DOSPĚLOSTI .....	10
2. HLEDÁNÍ PARTNERA .....	12
2.1. HISTORIE HLEDÁNÍ PARTNERA ONLINE .....	13
2.2. CHARAKTERISTIKA ONLINE SEZNAMEK .....	15
2.3. OSLOVENÍ POTENCIÁLNÍHO PARTNERA .....	17
2.4. HOMOFILIE PŘI SEZNAMOVÁNÍ .....	18
2.4.1. Socio-ekonomický status a životní způsob .....	20
2.4.2. Vzdělání .....	20
2.4.3. Věk .....	20
2.4.4. Homofilie v online seznamování .....	21
2.5. UPŘÍMNOST .....	23
2.6. VÝHODY A NEVÝHODY ONLINE SEZNAMOVÁNÍ .....	25
3. SEBEPREZENTACE .....	28
3.1. STRUKTURA A FUNKCE PROFILU NA ONLINE SEZNAMKÁCH .....	30
3.2. PODSTATA VOLBY FOTOGRAFIÍ NA PROFIL .....	31
3.3. OFFLINE SETKÁNÍ OSOB SEZNÁMENÝCH ONLINE .....	33
4. KOMUNIKACE ONLINE .....	34
4.1. PODSTATA KONTEXTOVÝCH MODALIT BĚHEM KOMUNIKACE .....	36
4.2. KOMPARACE OFFLINE A ONLINE KOMUNIKACE .....	37
4.3. NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE ONLINE .....	38
EMPIRICKÁ ČÁST .....	40
1. CÍL VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ A VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	40
2. METODOLOGIE .....	40
3. PŘEHLED VÝSLEDKŮ VÝZKUMU .....	42
ZÁVĚR .....	58
SEZNAM LITERATURY .....	60



## Úvod

Tato bakalářská práce si klade za cíl prozkoumat fenomén upřímnosti mladých dospělých při seznamování se prostřednictvím online seznamek. Toto téma jsem si zvolila z důvodu, že mi je velice blízké. Já sama mám zkušenost s online seznamováním a jsem aktivní na online seznamkách. Také mám ale zkušenost s neupřímností v tomto procesu a stále více si všímám, jak je upřímnost podstatná, a naopak neupřímnost častá. V současnosti, kdy internet a sociální média hrají klíčovou roli ve společenském životě, se formy mezilidské interakce dramaticky proměnily. V minulosti bylo seznamování většinou omezeno na fyzické setkávání v rámci komunit nebo prostřednictvím sdílení zájmů a aktivit. Nicméně s nástupem internetu a online platforem se tento proces rozšířil a transformoval. Jednou z oblastí, která podstoupila významný posun, je právě seznamování. Online seznamky se staly běžným nástrojem pro navazování nových vztahů, a to nejen mezi mladými dospělými, ale i mezi lidmi všech věkových skupin.

Proč se lidé obrací k online seznamování? Je to kvůli nedostatku příležitostí k setkávání v offline světě nebo snad touze najít partnerský vztah bez ohledu na geografickou vzdálenost? Bez ohledu na motivaci, fakt zůstává takový, že online seznamování představuje jedinečnou platformu pro vzájemnou interakci a navazování mezilidských vztahů.

Nicméně, otázka upřímnosti a autenticity v online seznamování zůstává stále aktuální a diskutovaná. S rozvojem internetu a sociálních médií se stala prezentace sebe sama čím dál složitější. Můžeme skutečně věřit tomu, co ostatní na těchto seznamkách prezentují? A co vlastně znamená být upřímný při online seznamování? Velmi výstižně se na toto téma vyjádřil jeden z respondentů, který se zúčastnil výzkumu: Jakub: „To bude rozhodně, že je tam spousta prostoru pro lhaní, a i když Vám někdo tvrdí něco, nemusí tomu tak hned být. To mě na tom vadí asi nejvíc, no, že toho člověka nevidíte, píšete si normální zprávy prostě s někým, koho jste v životě neviděli, je to docela zvláštní.“

První část se nejdříve zaměřuje na celkový proces seznamování, jak tento proces vypadal v minulosti a jeho vývoj. V rámci tohoto se otevřelo i téma online seznamování, jako je vysvětlení procesu, jak tento proces probíhá a vypadá, také ale téma homofilie, a tedy jakého partnera k sobě lidé hledají. Zaměřuje se primárně ale na různé aspekty upřímnosti, včetně prezentace vlastní osobnosti online. S upřímností online úzce souvisí komunikace online, kterou se bakalářská práce také zabývá. Konkrétně se zabývá způsoby, jakými jednotlivci komunikují a interagují na těchto platformách,

komparací komunikace online a offline, projevováním emocí online a neverbální komunikací v online prostředí.

Druhou, empirickou, část práce, tvoří metodologie výzkumu a šest výzkumných otázek, které zkoumal kvalitativní výzkum pomocí hloubkového rozhovoru o pěti okruzích otázek: zkušenost s online seznamováním, komparace online a offline seznamování, sebe prezentace online a profil, upřímnost při online seznamování a komunikace v procesu online seznamování. Nakonec jsou reflektovány a diskutovány výsledky výzkumu.

Závěr obsahuje zhodnocení a reflexe výzkumu. Také zmínění návrhů, které by byly příhodné pro vylepšení výzkumu a celkovému snížení nedostatků. Tato práce se tak snaží přispět k hlubšímu porozumění dynamiky a roli upřímnosti v kontextu online seznamování mladých dospělých a k posílení reflexe a uvědomění si této problematiky.

## Teoretická část

### 1. Období mladé dospělosti

Počátek dospělosti není v naší společnosti jednoznačně vymezen nějakým specifickým mezníkem či rituálem, který by tuto zásadní změnu potvrzoval. Jediným, alespoň přibližně takto definovatelným faktorem je dosažení právní dospělosti, zletilosti. Primárně je dospělost určena biologicky, její dosažení je vázáno na zrání neboli na věk. Psychosociální vymezení dospělosti je složitější, protože nebývá časově jednoznačně lokalizována a nemá v jednotlivých oblastech stejné tempo. Za nejvýznamnější psychické znaky dospělosti lze považovat samostatnost, relativní svobodu vlastního rozhodování a chování, spojenou se zodpovědností ve vztahu k druhým lidem a za svá rozhodnutí a činy. Také je s dospělostí spojováno vyšší sebevědomí a sebedůvěra (Vágnerová, 2000, s. 301). Dospělost přináší změny v mnoha oblastech života. Jednou z hlavních je osamostatnění se od původní rodiny a přijetí vlastní nezávislosti. To zahrnuje i proměnu vztahu s rodiči, který se stává klidnějším a vyváženým. Dospělý člověk se také bez problémů přizpůsobuje novým sociálním rolím a navazuje nové mezilidské vztahy. Přátelství s vrstevníky z adolescentního období si zachovává svůj význam. Sexuální zralost je dosažena také ve smyslu přijetí sexuální aktivity jako reprodukčního procesu a prostředku k zplazení potomstva. Dospělost je rovněž charakterizována ekonomickou samostatností, kdy jedinec prokazuje svou soběstačnost v profesní roli (Vágnerová, 2000, s. 302).

Mladá dospělost zahrnuje období od 20 do 35 let. Dosažení dospělosti signalizuje ochota přijmout a schopnost zvládnout určité vývojové úkoly jako profesní roli, stabilní partnerství a rodičovství. Je to období mnoha sociálních proměn, typickou značnou četností nových zážitků a zkušeností. Mladý člověk je otevřen přijetí nových rolí, které chápe jako předpoklad získání nezbytných zkušeností i sebepotvrzení. Rozhodnutí v rané dospělosti mají své důsledky i pro následující vývojové fáze, protože nastartují změny, které mohou být nezvratné. Závažnost volby v rané dospělosti je značná, avšak většina mladých je chráněna svou nezkušeností, optimismem a atraktivitou nových zážitků. Jen sporadicky bývá obava z důsledků vlastního jednání tak silná, že je nakonec pro jakoukoli volbu na překážku (Vágnerová, 2000, s. 304).

Co se týče partnerství a celkových procesů hledání partnera, navazování partnerských vztahů a případného manželství, je mladá dospělost období života, kdy lidé toto vše začínají nejvíce řešit a navazují vážnější partnerské vztahy, manželství či přemýšlí nad dětmi. Toto je docíleno nejen dovršenou samostatností a také dospělostí. Jak již bylo zmíněno, lidé se v tomto období života osamostatní od rodičů, mají již svá zaměstnání a nabývají potřeby tento „nový“ život s někým sdílet

již na vážnější úrovni. Vážnější úroveň je v tomto smyslu myšleno, že mladí dospělí si uvědomují, že teď přišel jejich čas a jsou v té fázi života, kdy by měli začít přemýšlet více do budoucnosti. Pravděpodobně toto pramení také z menšího nátlaku společností na jedince, kdy lidé vidí, že ostatní v jejich věkové kategorii, respektive ve stejné fázi života, se usazují, mají dlouhodobého partnera, vstupují do manželství či dokonce zakládají rodiny. Tento fakt vyvine na jedince jistým způsobem tlak, domnívá se, že se to od něj také očekává a tím více usiluje o tento vývoj i v jeho životě. Rozmohlo se ale jisté všeobecné očekávání, které tu je v rámci partnerských vztahů již od počátku, kdy lidé tyto vztahy začali navazovat. Lidé jsou všeobecně přesvědčeni, a jistým způsobem je jim to tak i prezentováno, že každá osoba na této planetě má svou osudovou spřízněnou duši, která je ideálním partnerem, s nímž by měli sdílet zbytek svého života. Tento člověk jim je prezentován jako pro ně dokonalý, maximálně s pár malými chybami, které ale budou irelevantní v porovnání s ostatním. Pravděpodobně z tohoto důvodu je stále více mladých lidí, kteří nejsou s někým v partnerském vztahu, či dokonce ve sňatku. Zprvé mají lidé tedy větší tendence ostatní odsoudit kvůli maličkostem, protože si řeknou, že přeci něco takového by nedělala/neřekla jejich spřízněná duše. Zadruhé mají lidé pocit, že tato osoba na ně někde čeká a ve chvíli, kdy to bude souzené, se poznají. Takže mladí lidé začínají více čekat nežli konat a odsuzovat potenciální partnery dříve, než je pořádně poznají, což jsou další důvody, proč si mladí dospělí dávají se sňatkem tolik na čas.

V České republice průměrný věk během prvního sňatku stále stoupá, v roce 2022 to u žen bylo 30,3 let a u mužů dokonce 32,5 let. Od roku 1991 toto číslo jde skoro každý rok nahoru u obou pohlaví, ale od roku 2009 skoky nejsou již tak radikální a číslo stoupá pouze v řádkách jedné, maximálně dvou, desetin (Český statistický úřad, 2022). V posledních dvaceti letech se lidé začínají více soustředit na svou kariéru, zážitky a celkové užití svého života, dokud se usadí s partnerem a začnou rodinu. Z tohoto důvodu stále stoupá nejen průměrný věk při prvním sňatku, ale také počet svobodných v období mladé dospělosti. Průměrně 83 % mužů ve věkovém rozmezí 20–35 let bylo svobodných, svobodných žen je v porovnání s muži průměrně méně a to necelých 73 %. Jelikož tato data hovoří o sňatcích, nelze je přímo reflektovat k tématu partnerských vztahů, protože je možné, že tyto procenta obou pohlaví jsou vedena jako svobodná, ale nemusí být přímo single. Ve statistice jsou totiž i lidé, co žijí s partnerem, mají děti, pouze nejsou ve sňatku, vedeni jako svobodní. Z čehož vyplývá, že svobodný a single není to samé.

Single je z angličtiny přejaté a dnes již běžné označení člověka, který žije sám, bez partnera, ať už na základě vlastního svobodného rozhodnutí nebo pod vlivem okolností, že je v daném okamžiku nezadaný a nemá (nebo nechce mít) žádný vztah, např. po rozvodu. Pojem single nemá v češtině svůj

přesný ekvivalent (Single, n.d.). Singles hledají potenciální partnery, se kterými by svou situaci mohli změnit. Někteří více aktivně, jiní tolik ne. Od poloviny 20. století se objevil nový způsob, jak se singles mohou seznamovat. Fyzická blízkost již nehraje tak dominantní roli v procesu seznamování, protože se lidé mohou seznámit i bez toho, aby se fyzicky potkali. V posledních patnácti letech se ale vyvinul nový trend, který zjednodušuje hledání potenciálních partnerů jako nikdy nic předtím.

## 2. Hledání partnera

Hledání partnera je sociální aktivita, která je blízká naprosto každému. Ať mluvíme o započetí, a tedy seznamování, či jako již o probíhajícím procesu. Ale co přesně takové hledání partnera vůbec je a co znamená? Také je důležité si na začátku této kapitoly vysvětlit v rámci seznamování pojmy jako seznamování, namlouvání, „randění“, či dokonce „chození“. Seznamování je tedy první fáze v procesu hledání partnera, kdy se potenciální partneři seznamují a navzájem poznávají. Po seznamování přichází fáze „randění“, či, jak se používalo dříve, namlouvání. Toto je fáze, kdy se tyto dva potenciální partneři stále poznávají, ale již více do hloubky a začínají také spolu chodit na různé schůzky, kterým se nazývá „rande“. Tato fáze je poměrně brána jako vážnější a lidé již předpokládají od druhého alespoň minimální loajalitu a věrnost i přesto, že toto je stále fáze před partnerským vztahem a lidé mají právo se scházet s ostatními. Pokud je tato fáze úspěšná, přichází již na poslední fázi, která je partnerský vztah neboli „chození“.

Každé hledání partnera začíná tedy nejdříve procesem seznámení. Lidé hledají své potenciální partnery, aktivně či pasivně, offline či online. Pokud je seznámení úspěšné, dochází na druhou část, již zmíněné „randění“. Hledání partnera definujeme jako formu namlouvání, která zahrnuje společenské aktivity mezi dvěma lidmi, kteří hodnotí možnost prohloubení vztahu v průběhu času. Takový vývoj vztahu může mít podobu volně definovaných fází, které se nevyznačují záměrnými rozhodnutími, ale různými kroky, které pár podniká (Manning a Smock, 2005). Na „randění“ a pozdější „chození“ tak lze nahlížet jako na rituální činnosti, které zahrnují více úkonů se základním symbolickým významem, jež se v průběhu času v různých formách opakují, jak vztah postupuje ve vážnosti (Baxter a Bullis, 1986), nebo se přerušuje (King a Christensen, 1983).

V posledním desetiletí se silně rozšiřuje trend seznamování se s potenciálními partnery online. Seznamování online je způsob navázání romantického vztahu na internetu tím, že poskytnete informace o sobě nebo odpovíte na informace někoho jiného (Online Dating, 2024). Seznamování online ve většině případech přechází po určité době k scházení se i v offline prostředí, viz výše.

## 2.1. Historie hledání partnera online

Například přes společné známé, rodinu apod. Podle Stephanie Coontz, byl záměr hledání partnera, a později i manželství, vytvoření pouta mezi dvěma rodinami – šlo o dosažení jistoty – finanční, společenské i osobní, o vytvoření podmínek, které umožňovaly přežití a reprodukci (Ansari a Klinenberg, 2015, s. 22). Mít více "vajec v košíku" ve světě hledání partnera není v naší současné kultuře ničím neobvyklým, ale v minulosti tomu tak nebylo. Nichi Hodgson (2017) vysvětluje, že do roku 1870 ženy nemohly udržet majetek, peníze nebo zboží, které zdědily po svatbě, dokud nebyl přijat zákon, který to změnil. Musely vše odevzdat svému manželovi, takže bylo důležité, aby se provdaly za člověka, který by neroztratil jejich rodinné jmění. Bohužel, v minulosti byla pro mladé dámy a pány stanovena přísná pravidla pro dvoření. Chtěli-li navštívit dům dámy, kterou si chtěli získat, museli si nejprve vzít navštívenku a být pozváni služebnictvem, přičemž souhlas rodiny byl zásadní.

Nicméně, i přes tyto společenské normy hrála láska stále důležitou roli. Pokud někdo někomu řekl, že je do něj bláznivě zamilovaný, a on měl podobné sociální postavení a trochu peněz, pak to obecně bylo považováno za přijatelné. Pokud se jim podařilo domluvit si schůzku, bylo nezbytné mít doprovod. Obvykle se jednalo o člena rodiny, jako je matka nebo teta, který je na schůzku doprovázel a dohlížel na to, aby proběhlo vše v souladu se společenskými normami, a aby si zachovali svou slušnost (Hodgson, 2017). Je však důležité zmínit, že tato nezbytnost doprovodu se týkala spíše výše postavených lidí ve společnosti, například šlechty.

S příchodem první světové války se však začaly objevovat nové zvyklosti v rámci hledání partnera. Nejenže si lidé začínali vybírat partnery spíše na základě fyzické blízkosti, nikoli již za záměrem spojení rodin, ale také se "systém garde" začal hroutit. Jedním z důvodů bylo, že ženy začaly pracovat, což zvýšilo jejich nezávislost. Důležitým faktorem bylo také to, že ženy začaly cestovat samy, například na kole či vlakem, což jim umožnilo snadněji se setkávat s potenciálními partnery. Tato nová svoboda vedla k rozvoji prázdninových románků (Hodgson, 2017). Lidé začali postupně stále více hledat partnera pro štěstí a lásku, člověka, kterého budou milovat. Andrew J. Cherlin tvrdí, že z tohoto důvodu lidé ukončují vztahy mnohem dříve, protože naše očekávání jsou vysoká (Ansari a Klinenberg, 2015, s. 25). A také proto se lidé v dnešní době mnohem déle nezávazně vídají ve smyslu chození na schůzky a podobně a hledají tu osobu, se kterou se chtějí usadit.

Jako zásadní změnu v rámci hledání partnera je možné brát vznik fenoménu seznamování se online. Nejdříve to ale seznamování online nebylo, jelikož seznamování se s potenciálními partnery přes inzeráty započalo již před vznikem a rozvojem internetu a celkového prostředí online. Hotový boom seznamek odstartoval po vzniku Československa v roce 1918. Tehdy začal vycházet i specializovaný seznamovací časopis Štěstěna a příslušné rubriky nesměly chybět prakticky v žádných novinách (Nebeský, 2021). Inzeráty byly velmi stručné, zpravidla do padesáti slov, a v jejich čele byl tučný titulek, který se snažil upoutat pozornost lidí. Po vložení inzerátu zájemce zavolal a zanechal vzkaz ve schránce dané osoby. Osoba, která inzerát zadala, procházela vzkazy a kontaktovala osoby, které ji zaujaly. Bez fotografií a s tak malým množstvím informací, z nichž by se dalo vycházet, mohlo být hledání lásky prostřednictvím seznamek frustrující zkušeností (Ansari a Klinenberg, 2015, s. 74).

Později se seznamování přes inzeráty v rubrikách vyvinuly k video seznamkám. Tento nový způsob seznamování se na dálku byl lidmi více vítán, protože poskytovala nezadaným dynamičtější představu o ostatních uživatelích těchto video seznamek. Princip byl takový, že lidé poslali žádost o přihlášení k určité seznamce, byli pozváni do malého studia, kde před malým štábem měli za úkol sami sebe krátce představit na kameru. Tyto videozáznamy se nahrály na VHS kazety, které uživatelům chodily poštou, aby z pohodlí domova mohli poznat ostatní uživatele. Pokud se jim někdo zalíbil, mohli se spojit telefonicky a domluvit na schůzce (Ansari a Klinenberg, 2015, s. 76).

Od roku 1965 do roku 1990 se osobní inzeráty v tištěné podobě a video seznamky stále objevovaly. V 60. letech 20. století se také objevily první online seznamovací služby, které souvisejí s rozšířením využívání počítačů. Lidé byli požádáni, aby o sobě vyplnili dlouhý dotazník, který počítač zpracoval pomocí primitivního algoritmu. Počítač přišel s dvěma uživateli, kteří jsou teoreticky kompatibilní a těmto dvou byla nabídnuta schůzka, na které by se mohli seznámit. Tento koncept seznamování online se ale neuchytil, primárně z důvodu nedůvěry lidí k počítačům. Kdy lidé byli schopni najít si partnera i bez pomoci elektroniky po celou dobu a najednou by odpovědí na zdlouhavé hledání partnera byl počítač a celkově elektronika.

V devadesátých letech 20. století se počítače stávaly populárnějšími. Bylo možné se seznámit přes AOL a Craigslist a další online chaty a fóra. Tyto webové stránky nevznikly za účelem seznámit potenciální partnery, pouze je to jeden z jejich možných využití. Toto byl velký posun v online seznamování, ale postrádají možnost specifikovat to, co uživatelé hledají a chtějí u svého potenciálního partnera (Matthews, 2024). Roku 1995 ale vznikla oficiální první online seznamka Match.com. Online seznamka je webová stránka nebo aplikace, která umožňuje lidem najít a představit se novým osobním

kontaktům přes internet, obvykle s cílem navázat osobní, romantické nebo sexuální vztahy (Chiluwa a Samoilenko, 2019). Match.com vše potřebné již nabízelo. Na oficiálních stránkách Match.com je možné najít pod záložkou „About Match.com“ následující: Na Match.com dáváme nezadaným možnost vyjádřit se prostřednictvím různých volných sekcí psaní. Profily mohou obsahovat až 26 fotografií a vybrané preference týkající se hledané osoby. Kliknutím myši si členové mohou okamžitě prohlédnout fotografie a přečíst si o potenciálních protějšcích ve svém okolí. Match.com si také uvědomuje důležitost soukromí a integrity. Veškerá komunikace mezi členy na Match.com probíhá prostřednictvím "anonymní" e-mailové sítě. Jména a kontaktní údaje všech našich členů jsou důvěrné, dokud se člen osobně nerozhodne sdílet tyto informace s potenciálním protějškem. A abychom pomohli zajistit integritu naší komunity, každý profil a fotografie jsou před zveřejněním na webu prověřeny naším týmem péče o zákazníky z hlediska vhodnosti. (About Match.com, 2024). Tento princip sdílí většina online seznamek a Match.com je do současnosti jednou z nejvyužívanějších. Také po vzniku Match.com začaly vznikat seznamky pro určitý okruh lidí. Například v roce 1997 byla založena online seznamka zvaná JDate, která se zaměřuje na single Židy nebo Grindr z roku 2009, který je pro homosexuály.

Postupem času začaly vznikat i další online seznamky. Mezi ty neznámější patří například Badoo, který vznikl v roce 2006, Tinder a Hinge z roku 2012 nebo Bumble z roku 2014. I přesto, že 20 % Američanů do 30 let je ve vztahu s někým, koho poznali online (McClain a Gelles-Watnick, 2023, s. 7), v České republice to je přibližně 20 % napříč všemi věkovými kategoriemi i u párů ve věku 25–34 let (Seznamování a randění v době internetu, 2023), ne vždy téma online seznamek bylo tak vítané a mají určité sociální stigma, kdy se lidé někdy bojí přiznat, že se seznámili se svým partnerem online. Obávají se, že použití internetové stránky znamená, že nebyli dostatečně atraktivní nebo žádoucí, aby se seznámili tradiční cestou, ale v posledních letech se zdá, že tato obava klesá (Ansari a Klinenberg, 2015, s. 86).

## **2.2. Charakteristika online seznamek**

Jak ale takové online seznamky fungují? Srdcem každé seznamovací aplikace je její algoritmus pro zvýšení pravděpodobnosti úspěšného seznámení dvou konkrétních uživatelů. Algoritmus je zodpovědný za párování uživatelů na základě jejich preferencí a chování. To může zahrnovat například věk, polohu, zájmy a koníčky. Bere v úvahu informace poskytnuté uživatelem a také jeho aktivitu v aplikaci, například počet shod a zpráv, které si vyměnil.



Algoritmus využívá kombinaci strojového učení a analýzy dat, aby mohl předpovídat, s kým si uživatel bude pravděpodobně rozumět. Čím více dat má algoritmus k dispozici, tím lepší jsou jeho předpovědi. Proto mnoho seznamovacích aplikací nabádá uživatele, aby své profily vyplnili co nejúplněji. Kromě toho seznamovací aplikace využívají ke zdokonalení svých algoritmů pro vyhledávání protějšků také údaje o chování, jako jsou vzorce swipování a zasílání zpráv uživatelem. Pokud má například uživatel tendenci swipovat doprava na lidi s určitým typem zaměstnání nebo úrovní vzdělání, algoritmus může tyto informace využít k tomu, aby v budoucnu navrhoval podobné shody (U, 2023). Slovo swipovat vzniklo z anglického slova „swipe“, které znamená posunutí prstem. Jelikož je toto slovní spojení poměrně nešikovné, začalo se používat i u nás swipovat. V souvislosti s online seznamkami se toto sloveso využívá v případě, že se někomu uživatel na zobrazeném profilu zalíbil a má tedy dvě možnosti. Přejet prstem doprava pro znamení, že má zájem se seznámit, nebo prstem doleva v případě, že je tomu přesně naopak (Ptáček, 2015).

Po nalezení shody aplikace usnadňuje komunikaci mezi oběma uživateli. Shoda, tak zvaný match, je oznámení, které uživatel obdrží, pokud swipne doleva druhého uživatele, který ho také swipl doleva. Víceméně znamená, že se uživatelé navzájem sobě líbí a jen v případě této shody spolu mohou komunikovat, třeba si napsat zprávu. To může probíhat prostřednictvím zpráv v aplikaci, videohovoru nebo dalších funkcí. Některé seznamovací aplikace také nabízejí možnost sdílet další informace, například profily na sociálních sítích nebo odkazy na jiné webové stránky, aby se uživatelé mohli lépe poznat. To může být užitečné pro uživatele, kteří si chtějí ověřit, že osoba, s níž hovoří, je tím, za koho se vydává, nebo pro lidi, kteří se chtějí o svém potenciálním protějšku dozvědět více před osobním setkáním.

Kromě rozsáhlé nabídky potenciálních partnerů a komunikace nabízí mnoho seznamovacích aplikací také další funkce, které uživatelům pomáhají najít ten správný protějšek. Mohou mezi ně patřit například funkce "boost", které uživatelům umožňují větší zviditelnění v aplikaci, nebo funkce "superlike", které uživatelům umožňují dát najevo, že je někdo obzvláště zaujal. Některé aplikace také nabízejí možnost, aby se uživatelé účastnili virtuálních akcí nebo aktivit, což může být pro lidi skvělý způsob, jak se seznámit s novými lidmi v bezpečném a kontrolovaném prostředí (U, 2023).

Tento princip je u většiny seznamek stejný, pouze některé z nich mají určité další funkce. Například Badoo poskytuje uživatelům statistický graf o počtu ostatních uživatelů, kterým se zalíbil jejich profil a swipli doprava za každý den. Seznamka Bumble to má ale trochu více odlišné než ostatní seznamky. Je totiž první aplikace, kde jako první píšou pouze ženy. V případě heterosexuálních vztahů má žena

24 hodin na to, aby udělala první krok, a muž má 24 hodin na odpověď, jinak spojení vyprší (How Does Bumble Work, 2023).

Naprogramované algoritmy jsou bezpochyby v rámci online seznamování užitečné, protože pomáhají najít cestu k potenciálně kompatibilním partnerům. Ale i tvůrci, kteří je používají, uznávají, že zdaleka nejsou dokonalé. V roce 2012 publikoval tým pěti profesorů psychologie pod vedením Eliho Finkela z Northwestern University v časopise *Psychological Science in the Public Interest*, článek, ve kterém tvrdí, že žádný algoritmus nedokáže předem předpovědět, zda dva lidé budou tvořit dobrý pár. "Žádné přesvědčivé důkazy nepodporují, že matematické algoritmy fungují." Úkol, který si stránky stanovily – vybrat partnery, kteří jsou jedinečně kompatibilní – je podle nich "prakticky nemožné" (Finkel et al., 2012). Americká antropoložka Helen Fisher se zabývá tématem seznamování a hledání partnera. Fisher v rozhovoru pro *Rutgers Global* (2018) zmínila, že jediný skutečný algoritmus je Váš mozek a když se s někým setkáte offline, usmíváte se, nasloucháte a snažíte se zaujmout stejně jako vždycky předtím. Fisher tímto vyjádřila, že algoritmy, které online seznamky mají, aby pomohli uživatelům najít partnera, nejsou rozhodující a podstatné, protože i přes seznámení online se lidé budou scházet offline a až algoritmy offline, které má každý individuální, rozhodnou, zda toto konkrétní seznámení bylo úspěšné.

### **2.3. Oslovení potenciálního partnera**

Od principu, jak online seznamky fungují, se odvíjí prvotní oslovení potenciálních partnerů. Aby se lidé navzájem oslovili na ulici či v kavárně, se moc nestává. A pokud ano, většinou to je stylem „Mohu poprosit o tvoje číslo/Instagram?“. Takže i přesto, že prvotní oslovení proběhlo offline, ve většině případech vývoj tohoto vztahu pokračuje online. Navíc v roce 2010 pouze 10 % mladých dospělých použilo textové zprávy k prvnímu pozvání na rande, zatímco v roce 2013 to bylo již 32 % (Ansari a Klinenberg, 2015, s. 35). Také je stále aktuální stereotyp, že by první oslovení měli iniciovat muži. Více jak 80 % žen čeká na zprávu od muže, nežli aby se ozvaly samy. S tímto stereotypem ale nekoresponduje online seznamka Bumble a přesto je jedna z nejvyužívanějších.

Na online seznamce je první krok shoda, jak bylo již zmíněno. Po shodě si můžou uživatelé navzájem napsat anebo zavolat i přes videohovor. Všechny zmíněné seznamky nabízí tyto tři možnosti až na Tinder. Tinder neposkytuje svým uživatelům si zavolat jinak než přes videohovor. Ale stále více lidí začíná preferovat psaní zpráv přes volání.

## 2.4. Homofilie při seznamování

Již od začátku, kdy se začaly více zkoumat romantické vztahy a celkový proces hledání partnera, se řeší, zda vrána k vráně sedá, či protiklady se přitahují. S tímto souvisí dva pojmy, které jsou si velmi podobné, ale jejich význam se lehce liší: homofilie a homogamie. Homofilie je tendence jednotlivců mít kladné či neutrální vztahy s lidmi, kteří jsou si společensky podobní v sociálně důležitých sférách. Dnes se však obvykle používá pro označení pozorovatelné tendence chování, jejíž příčinou může být preference, ale také příležitost (Homophily, n.d.). Homogamie je pojem, který se již týká pouze partnerských vztahů. Vyjadřuje, že lidé mají tendenci navazovat vztahy a manželství s lidmi, kteří mají stejné, sociální, kulturní, etnické a náboženské zázemí, či sdílejí podobné životní zkušenosti, zájmy nebo přesvědčení (Sosa, 2023). Jinými slovy, homofilie předchází homogamii. Jak homogamie vlastně vzniká? Obecně máme pro vzorce homogamního chování k dispozici tři potenciální vysvětlení neboli mechanismy (Kalmijn, 1998). Prvním je fyzická blízkost podobných partnerů, například díky seznámení ve škole nebo skrz další instituce, tedy tak zvané strukturální faktory. Seznámit se lze jen s tím, koho reálně potkáváte. Druhým jsou individuální faktory, tedy preference jednotlivce pro vztah s partnerem, který mu je podobný. S takovým partnerem se lépe navazuje konverzace i vychovávají děti. Třetí mechanismus je sociální, tedy vliv sociálních skupin na jednotlivce. Skupiny mají vlastní zájem na udržení koheze komunity skrz manželství jejich příslušníků. Předmětem akademické diskuse nadále je, zda má jeden z těchto mechanismů primární roli, případně jaké je jejich vzájemné působení (Mazáková Šetinová, 2023).

Bude mít nový způsob navazování vztahů dopad na tradiční struktury výběrového párování, které dlouhodobě pozorujeme v offline světě? V online seznamování nyní existují dva myšlenkové proudy, které se zabírají výsledky párování online s ohledem na podobnost. Jeden z nich tvrdí, že vzhledem k velkému množství potenciálních partnerů budou jeho výsledkem více rozmanité páry, jelikož se zde mohou seznámit lidé, kteří by se jinak nejspíše nikdy nesetkali (Rosenfeld a Thomas, 2012). Druhý proud očekává přesný opak, jelikož seznamování na internetu často umožňuje filtrování uživatelů podle určitých představ. Za předpokladu, že lidé na osobní úrovni preferují kontakt s partnery, kteří se jim podobají, k nárůstu diverzity docházet nebude. Uživatele, kteří se od nich výrazně liší nebo jiným způsobem nesplňují jejich představy, zkrátka odfiltrují (Potarca, 2017).

S tématem hledání partnera je také úzce spjat sňatkový trh, což je metaforický sociální prostor, který úzce souvisí s hledáním partnera a navazování partnerských vztahů. Dle Iva Možného, který se tímto tématem zabýval ve svém díle Sociologie rodiny (2002), je sňatkový trh metafora pro skutečnost, že

v každé společnosti existuje sociální prostor, v němž dochází k setkávání, vzájemnému oceňování, zvažování a vyřídování párů, které potenciálně směřují k manželství. O účastnících sňatkového trhu se předpokládá, že mají limitované informace o užtku, jenž jim poplyne ze získání potenciálního protějšku, neboť zejména jejich informace o jejich či jeho charakteristikách bývají neúplné. Účastníci sňatkového trhu si obvykle neberou hned prvního potenciálního partnera, na kterého přijdou, ale snaží se nejprve o něm něco více dovědět, a zároveň se nepřestávají rozhlížet po lepší partii. Vyhledávání samo však spotřebovává čas, úsilí a jiné vzácné zdroje (Becker, 1981).

Ne však všechny páry chtějí dojít až k manželství a z tohoto důvodu vznikl pojem dating pool, který se využívá spíše v anglické literatuře, protože v doslovném překladu tento pojem znamená „randící bazén“, což je poměrně nesmyslné. Dating pool představuje to samé jako sňatkový trh, pouze je tam rozdíl, že cíl lidí nemusí být hned manželství, ale pouze nalezení partnera. Z tohoto důvodu je pojem dating pool příhodnější v rámci této bakalářské práce, jelikož se zabývá tématem hledání partnera, nikoli tématem manželství.

Od vzniku internetu a kdy se lidé začali seznamovat s potenciálními partnery také online, vznikl nový metaforický prostor. Není definován tím, co lidé hledají, jako to je u sňatkového trhu a dating poolu, jelikož online, lidé hledají jak partnery do potenciálního sňatku, tak i čistě do partnerského vztahu. Online seznamování má ale vliv na změny na sňatkovém trhu i v dating poolu. Dříve byla fyzická vzdálenost jedním z hlavních faktorů bránících lidem v hledání partnera. Nicméně s nástupem online seznamování se rozšiřuje počet potenciálních partnerů dostupných pro uživatele v jejich okolí. Tradiční role přátel, rodiny a kolegů jako prostředníků při seznamování postupně ztrácí na důležitosti, zatímco online seznamovací platformy umožňují lidem navazovat kontakty bez ohledu na jejich sociální okruh či geografickou vzdálenost. Rosenfeld a Thomas (2012) dokonce uvádějí, že 74 % vztahů vytvořených na základě online seznamování se rozvinulo mezi lidmi, kteří neměli žádné společné vazby.

Jedním z nejčastějších faktorů, které ovlivňují míru homogamních párů je fyzická blízkost. Vztahy jsou nejjednodušeji navázány s lidmi, které potkáváme pravidelně. Mezi nejčastější místa seznámení již dlouhou dobu patří škola, práce a přátelské skupiny, tedy místa, která se vyznačují velkou mírou homogenity a kde lidé tráví většinu svého bdělého času. Podobné strukturální faktory podporují výběrové párování bez ohledu na jednotlivcovy preference. Lidé musí svůj protějšek vybírat z jednotlivců, kteří jsou k dispozici. Díky seznamování přes internet by ale strukturální faktory mohly hypoteticky zeslábnout (Rosenfeld a Thomas, 2012).

#### 2.4.1. Socio-ekonomický status a životní způsob

Nikdo nechce díky svému manželství klesnout statusem, a proto lidé hledají partnera s co nejvyšším příjmovým potenciálem, protože po sňatku se jejich zdroje zkombinují. Kulturní zdroje jako hodnoty, společný jazyk nebo postoje nejsou na rozdíl od těch ekonomických zdrojů při výběru partnera založené na maximalizaci, ale na podobnosti. Lidé preferují kulturně podobné partnery, protože s lidmi ze stejného kulturního prostředí je snadnější komunikace, trávení volného času i výchova dětí (Kalmijn, 1994). Maximalizace ekonomických zdrojů a preference pro podobnost v kulturních aspektech však v konečném důsledku vedou k homogamii na sňatkovém trhu. Bohatí lidé se párují spolu a ti chudší na sebe zbudou (Kalmijn, 1998).

#### 2.4.2. Vzdělání

I přesto, že vzdělání zapadá do okruhu socio-ekonomických aspektů, je tak specifické a dominantní, že je zmíněno samostatně. Preference ve vztazích také ukazují tendenci k homogamii ve vzdělání. Nielsen a Svarer (2009) zjistili, že respondenti nejen preferují partnera s podobným vzděláním, ale také mají tendenci vyhledávat partnery, kteří navštěvovali stejnou vzdělávací instituci. Tento jev spojuje homogamii ve vzdělání s principem prosté blízkosti. Homogamie ve vzdělání je v současnosti stále častější, zejména díky rostoucím příležitostem pro ženy ve vzdělávání, což ovlivňuje míru homogamie (Schwartz, 2013). Absolutní míra vzdělanostní homogamie například v USA roste právě z tohoto důvodu. Česká data ale ukazují, že trend homogamie je za poslední tři dekády spíše stabilní a homogamních je necelých 60 % svazků (Katrňák, 2008).

#### 2.4.3. Věk

Věk je jedním z hlavních důležitých faktorů, který ovlivňuje, jak se lidé chovají, jaké mají názory a hodnoty a jak se sociálně angažují. Lidé často navazují vztahy s lidmi ve stejném věku, protože mají podobné zkušenosti a čelí podobným problémům. Věková homogamie studie ukazují, že věk hraje důležitou roli ve vztazích. Věkový rozdíl mezi partnery ovlivňuje povahu vztahu. Partneři stejného věku mají tendenci být si kulturně a názorově blíže, sdílet podobné představy o rodinném životě a mít rovnocenný vztah. Pokud jsou partneři různého věku, mluvíme o věkové heterogamii. Tradiční věková heterogamie znamená, že muž je starší než žena, zatímco netradiční věková heterogamie znamená, že žena je starší než muž (Fučík, 2006, s. 722).

Schaefer (2012, s. 1271–1295) prezentuje mechanismus formování homofilie, který je založen na teorii směny. Podle této koncepce lidé usilují o kontakt s co nejatraktivnějšími a nejvíce žádoucími protějšky, bez ohledu na svou vlastní atraktivitu. Avšak, tito potenciální partneři jim nemusí vzájemně odpovídat, což vede k non-reciprocitě. S cílem zlepšit své šance na pozitivní reakci začínají jedinci postupně přizpůsobovat své chování na základě reakcí od protějšků. Tento proces by měl nakonec posilovat homofilii, protože nejatraktivnější jedinci si vybírají partnery, kteří jsou jim podobní a kteří jsou také žádoucí. V důsledku toho jsou méně atraktivní jedinci vzájemně odkázáni na sebe.

#### 2.4.4. Homofilie v online seznamování

Schaeferovo koncept homofilie jako procesu ovlivněného nedokonalou vzájemností se zdá být aplikovatelný i na online seznamování. V této situaci by hlavním faktorem homofilie mohlo být, zda uživatel reaguje na první zprávu, kterou obdrží, a tento proces by se měl opakovat s každou další výměnou zpráv mezi uživateli. Tímto způsobem by mělo ubývat heterogamních spojení ve prospěch homogamních spojení, protože atraktivnější jedinci by si pravděpodobně vybrali podobně atraktivní partnery a těm méně atraktivním by neodpověděli nebo by konverzace skončila dříve, než by došlo k osobnímu setkání. Méně atraktivní uživatelé by tedy měli tendenci se spojit mezi sebou.

Fiore a Donath (2005), jedna z prvních a nejcitovanějších studií o online seznamování, provedli analýzu dyadických interakcí přibližně 65 000 heterosexuálních uživatelů online seznamovacího systému v USA ukázala, že navzdory těmto rozdílům uživatelé systému hledali lidi, kteří se jim podobají, mnohem častěji, než by předpovídala náhoda, stejně jako v offline světě. Preference uživatelů byly nejsilněji shodné při hledání atributů souvisejících s životním průběhem, jako je rodinná historie a to, zda člověk chce mít děti, ale také vykazovali významnou homofilii v oblasti vlastní tělesné stavby, fyzické atraktivity a kuřáckých návyků. Nejvyšší hodnoty dosáhla etnika a rasa, užívání alkoholu a samozřejmě, rodinný stav. Všechny tyto charakteristiky více jak polovina uživatelů označila jako rozhodující.

Při online seznamování se ženám dostává mnohem více pozornosti než mužům. Zakladatel OkCupid, Christian Rudder (2014), ilustruje tento výrazný rozdíl v pozornosti – Dokonce i muž na nejvyšším stupni atraktivity sotva obdrží tolik zpráv, kolik jich dostanou téměř všechny ženy. Na seznamovacích platformách častěji muži iniciují první kontakt, zatímco ženy častěji čekají na oslovení. Tyto rozdíly jsou interpretovány jako důsledek vyššího zastoupení mužů na těchto platformách a genderové normy,

kteřá sugeruje, že žena by měla počkat na iniciativu muže. Také na to ale může mít dopad, že jsou mnohem vybíravější než muži. Rudder (2014) zmínil, že pouze jeden ze šesti je "nadprůměrný" v absolutním smyslu. Přitažlivost není něco, co by se takto běžně kvantifikovalo, takže to uvedl do známějšího kontextu: přeložte tento děj na IQ a máte svět, kde si ženy myslí, že 58 procent mužů má poškozený mozek.

Lidé při online seznamování mají tendenci odmítat ostatní kvůli maličkostem, se kterými nesouhlasí, přestože při interakci tváří v tvář by krásnou ženu/pohledného muže rozhodně neodmítli jen proto, že podporuje jiný hokejový tým – nabízí se nám více romantických možností než kdykoli předtím, a to zjevně mění celý náš přístup k hledání potenciálního partnera (Ansari a Klinenberg, 2015, s.90).

S postupujícím věkem se u obou pohlaví snižuje počet možných partnerů, neboť se část mužů a žen stává zadanými. Stárnutí však nezpůsobuje ztrátu atraktivity u mužů; naopak, čím jsou starší, tím častěji disponují úspěchem a majetkem, což může zaujmout mladší ženy. Na druhou stranu s věkem ženy obvykle čelí menšímu zájmu, protože mají k dispozici omezenější výběr partnerů. Zahraniční studie zaměřené na online seznamování naznačují, že muži často preferují mladší ženy a méně často vybírají starší. To znamená, že výhody, které by mohly ženy mít na online seznamkách, neplatí vždy a všude. Starší ženy tak mohou mít omezenější možnosti a často jsou nuceny přijímat více nabídek k seznámení než mladší ženy. Dřívější studie také naznačují, že mladé ženy obvykle nemají zájem o mladší muže, na rozdíl od starších žen, které jsou otevřené vztahům s mladšími partnery. Toto se shoduje s výsledky studií týkajících se uzavřených manželství, které ukazují, že s věkem se zvyšuje pravděpodobnost, že si lidé vyberou partnera odlišného věku. (Fučík, 2006; Možný, 2002; Rudder, 2014).

Téma podstaty věku při seznamování online zkoumaly i Topinková a Šetinová (2020). Pro článek, který napsaly pro Sociologický časopis, analyzovaly, jak jsou na tom čeští uživatelé online seznamky. Muži vykazují silné preference pro mladší ženy. Pro muže všech věkových kategorií jsou ženy do třiceti let primární věkovou kategorií, kterou kontaktují. U žen tak jednoznačný trend není viditelný. Ženy pod třicet let preferovaly muže ze stejné věkové kategorie, nicméně s každým rokem života narůstala preference pro starší muže. Ženy nad třicet let potom jasně preferovaly muže nad třicet let oproti mužům do třiceti let. Nejvíce atraktivními nejsou paradoxně nejmladší ženy, byť se jim dostává značné pozornosti. Zájem stoupá cca do 26–28 let a poté začíná prudce klesat. Podobný, ale zdaleka ne tak dramatický trend pozorovaly také u mužů. I tak ovšem nejstarší ženy dostávají stále více pozvánek k seznámení než muži v jakékoliv věkové kategorii. Ačkoliv se v sociálních vědách často

udává, že atraktivita mužů s věkem neklesá a jsou stále atraktivní i pro mladé ženy, nic takového na našich datech nepozorujeme. Naopak, pravděpodobnost úspěchu starších mužů u mladších žen je minimální. Jak ovšem udává Hamplová, Hampl a Weidnerová (2017), čeští muži „odkvétají“ dříve, jelikož se o sebe příliš nestarají, může se tedy jednat o specifikum České republiky (Topinková a Šetinová, 2020, s. 467).

## 2.5. Upřímnost

Je známo, že upřímnost patří mezi základní kameny navazování vztahů a celkového udržení těchto vztahů. V souladu s analýzou, kterou uskutečnily Topinková a Šetinová ohledně věkové homofilie (2020), nebo analýzou vědců Fiore a Donath (2005), kteří se zabývali i jinými atributy, například kouření cigaret, vzdělání, zda má ten druhý domácího mazlíčka či dítě, které vyvolají homofilii nebo již homogamii – „kuřák hledá kuřáka“. Je zřejmé, že homofilie a homogamie také stojí na jistých preferencích, které má každý, pokud hovoříme o volbě partnera. Schaefer (2012) přišel s teorií směny, která se týká pouze fyzických atributů potenciálních partnerů. Je možné ale tuto teorii uplatnit i na ty charakteristické atributy, které lidi mají?

Je logické, že lidé, například kteří si užívají častého alkoholu, budou hledat partnera, který to bude mít stejně či podobně. Je to ale tím, že opravdu někoho takového hledají anebo na ně „zbude“, protože člověk, který alkohol nepožívá, nebude chtít navazovat vztah, kdo ano? Schaeferova teorie směny (2012), pokud je možné ji aplikovat i jinam než jen na atraktivitu, říká, že tito lidé se opravdu nehledají, pouze ti, kteří to nemají alespoň podobně, je odmítli a byli „natlačeni“ k těm, kteří to podobně mají. To ale ani trochu není v souladu s tím, co zjistili svou analýzou Fiore a Donath (2005). Ti jasně prokázali, že lidé mají své určité preference a očekávání, co se týče potenciálních partnerů a dle toho hledají a vybírají. Například více jak 81,2 % uživatelů odpovědělo, že je pro ně podstatné, aby byl ten druhý stejné rasy.

Tyto dvě analýzy, kdy jedna je v menším rozporu té druhé, je možné brát i v potaz, když se řeší téma upřímnosti během seznamování s potenciálními partnery. Lidé totiž očekávají, že když někdo například aktivně sportuje a věnuje se nějakému sportu, bude k sobě chtít partnera/partnerku, která se sportu bude také věnovat. Tyto dedukce a teorie vedou lidi k neupřímnosti. Lidé jsou poháněni myšlenkou, že více okouzlí a budou vypadat zajímavěji před tím druhým.



Většinou chceme všichni působit pozitivním dojmem a při setkání s potenciálním partnerem může na prvním dojmu velmi záležet. Kdysi dávno jsme museli potenciální partnery vyhledávat prostřednictvím osobních, nefiltrovaných interakcí – s výjimkou schůzek naslepo. Dnes nám technologie umožňují utvářet naši osobnost a identitu, když si s potenciálními partnery povídáme prostřednictvím různých virtuálních kanálů. Témata, u kterých nejčastěji přeháníme nebo přímo lžeme, jsou věk, vztahový status a fyzické atributy včetně váhy (zde mají ženy tendenci falšovat pravdu), výšky (zde mají naopak muži tendenci falšovat pravdu) a fyzických rysů (pomocí starších nebo vyretušovaných fotografií). Překrucujeme pravdu nebo selektivně prezentujeme informace, abychom vypadali atraktivněji pro typy partnerů, které se snažíme zaujmout (Degges-White, 2020).

Jeffrey T. Hancock, Catalina Toma a Nicole Ellison (2007) se toto téma rozhodli řešit ve své studii. Pozvali si vzorek uživatelů online seznamek a zeptali se na jejich výšku, váhu a věk. Později tato data komparovali s reálnými daty. Museli je tedy změřit, zvážit a vypůjčit si občanský nebo řidičský průkaz a zjistit datum narození. Zjistili, že přibližně osm z deseti (81 %) účastníků lhalo alespoň v jedné z hodnocených proměnných. Nejčastěji se lhalo o váze, následovala výška a nejméně věk. Rozsah klamání byl však obvykle malý, průměrné odchylky mezi profilovými a pozorovanými charakteristikami činily pouze 1,1 % u pozorované výšky uživatele, 5,6 % u hmotnosti a 1,5 % u věku. Mnohé z těchto podvodů by bylo obtížné odhalit tvář v tvář.

Přestože velká většina pozorovaných podvodů byla nepatrná, vyskytlo se několik extrémních lží včetně třicentimetrové lži o výšce, 35kilogramové lži o váze, která se vyskytla v několika případech a lež o věku, který činil rozdíl 11 let. To může být jeden z důvodů, proč se lidé domnívají, že lhaní je na online seznamkách tak rozšířené, zejména proto, že tyto extrémní lži jsou pravděpodobněji neprokouknuté. V souladu s předpoklady, že jak muži, tak ženy by měli být neupřímní, aby zlepšili to, co potenciální partneři považují za přitažlivé, muži systematicky nadhodnocovali svou výšku, zatímco ženy důsledně podhodnocovaly svou hmotnost. Překvapivě bylo lhaní související s věkem minimální a nelišilo se podle pohlaví. Tento výsledek může odrážet skutečnost, že věk je stabilní charakteristikou, kterou nelze změnit. Naproti tomu váha i výška mohou kolísat (Hancock et al., 2007). I přesto, že tato studie byla provedena v roce 2007, je zřejmé, že stále koresponduje s dnešními daty a myšlenkou, kterou sepsala Suzanne Degges-White v roce 2020.

## 2.6. Výhody a nevýhody online seznamování

Online seznamování má, stejně jako všechno, své výhody a nevýhody. Zda je více výhod či nevýhod, není možné určit, jelikož je to silně individuální, a ne každý je vnímá dominantně nebo je nevnímá třeba vůbec. Zahraniční studie Anderson, Vogels a Turner (2020) zjistila, že přibližně polovina uživatelů online seznamovacích platform má spíše pozitivní zkušenosti s online seznamováním, avšak existují jednotlivci, kteří svou zkušenost vnímají negativně. Přitom je důležité poznamenat, že charakter těchto zkušeností se liší v závislosti na různých demografických faktorech. Například uživatelé s vyšším dosaženým vzděláním, mají vyšší pravděpodobnost pozitivních zkušeností (63 %), zatímco ti s nižší úrovní vzdělání nebo maturitou vykazují nižší podíl pozitivních zkušeností (47 %).

Největší výhodou online seznamování je samozřejmě rozmanitost a neomezenost. Online seznamování poskytuje svým uživatelům velmi širokou nabídku zaregistrovaných partnerů, se kterými by neměli minimální, či dokonce žádnou, šanci se v offline světě potkat; bydlí daleko, povolání v jiném oboru, nenavštěvují stejné podniky a tak dále. Také je to velmi příhodné pro lidi, kteří hledají nějaký určitý typ partnera, například když hledají partnera senioři, Křesťani, Židé či dokonce lidé testováni pozitivní na pohlavní nemoci.

Další výhodou je určitě pohodlnost a dostupnost. V offline světě musí lidé například jít do společnosti, aby se s někým seznámili. Na online seznamování je velkou výhodou, že uživatelé mohou hledat a seznamovat se s ostatními z pohodlí domova, nemusí tolik dbát na vzhledu a oblečení, protože na svém profilu má již své fotografie, kdy samozřejmě každý přidá ty fotografie, kde vypadá nejvíce atraktivní. Také je méně stresující, jelikož se převážně komunikuje přes zprávy, mají lidé spoustu času na vymyšlení dobré a zajímavé odpovědi. Každý má navíc své tempo během seznamování. Někteří vyžadují schůzku co nejdříve a někteří naopak dávají přednost několikanásobnému psaní zpráv (popřípadě volání) a schůzka přijde na řadu později. Takto to tedy mají ve velké většině ženy, jednak z důvodu, že jsou opatrné, mají strach o své bezpečí, sejit se s někým neznámým může být někdy velmi nebezpečná situace. A také jsou vybíravější, chtějí si toho druhého více „proklepnout“.

V dnešní době tedy není hledání partnera již tak jednoznačně rozděleno na offline a online, přesněji tomu tak není po vzniku a rozšíření mobilních telefonů. V podstatě každý má dnes mobilní telefon. Komunikace s ostatními nikdy nebyla snazší. Potenciální partneři, kteří se seznámili offline, například v práci či v zábavním podniku, se dále seznamují spíše online přes textové zprávy či volání. Také se lidé mohou seznámit online, ale nemusí to být vyloženě aplikace či webová stránka, která vznikla za

účelem hledání a navazování partnerských vztahů. Stále více se rozšiřují sociální sítě jako Instagram, Facebook či X (dříve Twitter) a je logicky možné seznámit i na těchto online platformách. Takže to, že se takřka nepřetržitě mohou potenciální partneři seznamovat přes textové zprávy, i když jsou v práci a nemají čas na schůzku, neplatí jako výhoda již jen pro seznamování online ale i offline.

I přesto, že lidé bývají v určitých směrech jiní online, nežli jsou offline, tak je též výhodné, že mohou lidé druhého pořádně poznat i na dálku, jeho záliby, návyky nebo i jeho komunikační schopnosti. A to vše bez toho, aniž by tomu museli čelit naživo a po případně se necítit příliš komfortně, pokud se člověku něco protiví či dokonce hnuší. Například, pokud se online seznamují kuřák a nekuřák a kuřák oznámí, že vykouří denně například dvacet cigaret, nekuřák bude reagovat jinak, bude více odvážný a pravděpodobně oznámí, že mu to není příjemné, kdyby se toto ale dozvěděl při schůzce a naživo s tím, že by mu to nebylo oznámeno, ale na vlastní oči by to vyzoroval, pravděpodobně by mu to bylo ještě více nepříjemné, ale napřímo by to úplně neřekl, spíše jen naznačil.

Nejčastější udávanou nevýhodou je nejistota. Do schůzky offline uživatelé nevědí, zda komunikují s tím člověkem, který o sobě ten druhý tvrdí, že je. Lidé mohou lhát v podstatě o všem, i fotografie na profilu mohou být ukradené. Základní statistiky z průzkumů na téma lhaní při online seznamování:

- Celkem 53 % amerických účastníků přiznalo, že ve svém profilu na seznamce lhalo [Anderson, 2016].
- 43 % mužů bylo obětmi žen, které neuváděly informace či fotky takové, jaká je realita. U žen to je „pouze“ 28 % (Dante, 2018). Toto podporuje informaci zmíněnou výše; ženy jsou opatrnější a méně důvěřivé.
- Přes 50 % uživatelů lže o svém rodinném stavu – tvrdí, že jsou single, i když tomu tak není (Matthews, 2022).
- 40 % mužů přiznalo, že lhali, či lžou, o svých financích (Anderson, 2016).
- Nejčastější neupřímnost žen pramenila z nespokojenosti s vzhledem, ať už lhaní o váze, fotografie z doby, kdy byly mladší, či fotografie úplně jiné ženy a tak dále (Anderson, 2016).

Z těchto statistik vyplývá, že více jak polovina uživatelů online seznámek nebyla upřímná minimálně jednou, kdy k této neupřímnosti mají větší tendence ženy. Muži o sobě falšují informace především v kontextu financí na rozdíl od žen, jejichž neupřímnost se nejčastěji týká zevnějšku.

I přesto, že rozmanitost a neomezenost jsou zmíněny jako výhody online seznamování, má to i své nevýhody. V minulosti, kdy se lidé seznamovali offline a byli tedy omezeni fyzickou blízkostí, neměli

lidé tolik potenciálních partnerů na dosah ruky, jako je tomu dnes. Což může být i na jednu stranu velmi neprospěšné, protože lidé začnou přebírat. Jelikož vědí, že mají přístup k nespočet možným potenciálním partnerům, hledají někoho v podstatě dokonalého. Jakmile někdo najde na druhém sebemenší chybu, na navázání vážnějšího vztahu nedojde, jelikož lidé vědí, že na ně na trhu čeká dalších extrémní množství potenciálních partnerů, kteří možná už tuto chybu mít nebudou. I přesto, že by tato malá chyba zůstala prakticky bezvýznamná, po silnějším a intenzivnějším poznání navzájem, v počátku seznamování je rozhodující. Z tohoto důvodu je do jisté míry i tato dostupnost potenciálních partnerů nevýhodou. Uživatelé online seznamek si navzájem nedávají takovou šanci, jakou by si v offline světě pravděpodobně dali.

Další nevýhodou online seznamování je, že se z hledání partnera stane taková, do jisté míry, opakující se a nevzrušující záležitost. Pokud ženě napíší denně přibližně tři muži, kteří navíc jako první zprávu napíší tu nejvíce používanou při zahájení konverzace „Ahoj, jak se máš?“, stane se z toho opravdu nezajímavá a neuspokojivá příležitost seznámit se s někým novým, ať je potenciální partner sebeatraktivnější (Ansari, Klinenberg, 2015, s. 48). Samozřejmě, postupem času každá konverzace nabývá jiné dynamiky a později se již může stát zajímavou, a dokonce se navzájem sobě mohou zalíbit. Ale odpovídat denně na ty stejné zprávy, denně vyprávět druhým, jak se máte a co děláte, může být opravdu unavující a odstrašující.

Neupřímnost během seznamování je častá. Většina lidí se chce druhým zalíbit a zaujmout. Ale není to jediný způsob, jak si můžete udělat nesprávný obrázek o druhém. Neupřímnost je totiž záměrný čin, když je někdo neupřímný, je si toho vědom a sám se tak rozhodl. Zatímco jsou tu i charakteristiky, o kterých lidé nemluví, nebo si jich ani nemusí být vědomi. Není možné člověka poznat online tak, jak ho poznáte offline. Například jak se člověk chová ve společnosti, zda je slušně vychovaný. Online jsou vše jen slova, ale činy kolikrát řeknou více.

Online seznamování je dobrý způsob, jak se mohou seznámit lidé, kteří jsou introvertní a nechodí tolik do společnosti. Bohužel se ale tato stydlivost může přenést i do prostoru online seznamování, kdy si lidé nekonečně dopisují zprávy a nikdy spolu nezajdou na schůzku. Protože ani jeden z nich nemá odvahu toho druhého někam pozvat. Nespočet „párů“ s dobrým potenciálem na vážný vztah na tomto ztroskotá. Toto ale nemusí být jen záležitost introvertních lidí. Je časté, že lidé vypadají jinak než na fotkách. Takže většinu lidí napadne, co když se druhému nebudou líbit offline, a proto schůzku co nejvíce oddalují.

### 3. Sebe prezentace

To, jak sami sebe lidé vnímají, se projevuje v tom, jak se prezentují ostatním. Sebe prezentace je proces strategického skrývání nebo odhalování osobních informací s cílem ovlivnit vnímání druhých (Human et al., 2012). Každodenně se angažujeme v tomto procesu z různých důvodů. Ačkoliv se lidé občas v procesu sebe prezentace snaží záměrně manipulovat s jinými, obecně cílem je udělat dobrý dojem a zůstat přitom autentičtí. Vzhledem k tomu, že sebe prezentace pomáhá splnit naše potřeby spojené s dosažením cílů, budováním vztahů a formováním identity, můžeme utrpět značnou ztrátu, pokud bychom byli odhaleni při úmyslném zkreslování naší osobnosti. Sebe prezentace má dva druhy: Vnější a vnitřní. Vnější sebe prezentace se týká fyzických atributů a vzhledu člověka, vnitřní naopak chování, charakteru, zvyků a podobně.

Sebe prezentace v online prostředí je záměrná činnost, kdy jednotlivci zveřejňují informace na internetu s úmyslem ovlivnit dojmy, které si o nich tvoří online komunita. Internetové platformy jako osobní webové stránky, blogy a sociální sítě usnadňují tento proces. Dřívější výzkumy ukázaly, že obsah online sebe prezentace je formován různými vnějšími a vnitřními faktory. Navíc se ukázalo, že sebe prezentace v online prostředí může ovlivnit vnímání sebe sama (Lang, 2012). Lidé na internetu často prezentují verzi sami sebe, která zdůrazňuje jejich pozitivní stránky a minimalizuje nebo skrývá jejich slabiny (Stănculescu, 2011). Zarghooni (2007) přinesl nový koncept, který nazval oddělenou sebe prezentací. Tento koncept popisuje rozdělení vnímání sebe sama na dvě roviny – offline já a online já, způsobené rozdílem mezi tím, jak jedinec prezentuje sebe sama v reálném světě a online prostředí. Jak totiž zmínil David Šmahel (2002), se svou sebe prezentací online se můžeme pokusit ztotožnit a domnívat se, že vyjadřuje naši celou osobnost – reálnou identitu – ale online sebe prezentace může být pouze blízka té naší reálné, nikdy s ní nemůže být totožná. V prostředí internetu a online seznamek se nenachází jedinec jako fyzický subjekt, ale zachází se zde pouze s reprezentacemi sebe sama, je to svým způsobem pouze shluk digitálních dat, který obsahuje informace jako naše jméno, věk, zaměstnání a například záliby. Tyto informace o sobě mají uživatelé online seznamek na svém profilu a později svou sebe prezentací již ovlivňují v konverzaci s ostatními uživateli. Do své online prezentace uživatelé „vkládají“ části svého myšlení a pocitů – je to však vědomé jen z části – toto tvoří fantazie, představy, nevědomé tendence, přání a komplexy. Což později způsobí, že tato online sebe prezentace se stává samotnou osobností, která může někdy vystupovat nezávisle na vůli a vědomí uživatelů (Šmahel, 2002, s. 40).

Internet méně podporuje flexibilitu osobnosti – častým jevem je, že pokud se nám ve online prostředí někdo znelíbí, máme tendenci ze vztahu jednoduše utéct, zatímco v reálném prostředí bychom spíše setrvali, byť jen krátkodobě a proti své vůli. Tato flexibilita osobnosti chybí primárně z důvodu rozdělení rolí. V reálném životě zaujímáme mnoho oddělených rolí, které jsou ale propojeny naším fyzickým já – není možné se fyzicky izolovat od svých odlišných rolí, pakliže se tyto role odehrávají v jednom fyzickém prostoru. A naše online osobnosti a sebe prezentace ale nejsou prostorově propojeny a mohou tyto já více být izolované a oddělené, často srovnávané s disociativní poruchou identity (Šmahel, 2002, s. 47-48).

Disociativní porucha identity je stav, kdy je přítomno dvě a více osobností v jednom těle. Tyto osobnosti tělo i ovládají a je to spojováno se ztrátou paměti a zapomětlivostí. Samozřejmě sebe prezentace online není brána jako patologický jev, pouze je k této poruše přirovnávána. Ale také to nelze brát jako přirozené rozdělení rolí, jak je známo z offline světa. V offline světě, jak již bylo zmíněno, se lidé prezentují jistým způsobem, hlavně z důvodu jejich účasti a významu ve společnosti. V online prostředí něco jako společnost neexistuje, a proto sebe prezentace online je čistě ovlivněná tím, jak lidé chtějí působit a kým chtějí být. Zvláště pokud je to zkonkretizováno na téma sebe prezentace během hledání partnera. Na online seznamkách je mnohem snazší s jedním potenciálním partnerem být například komunikativní a společenská, ale druhému oznámit, že jste introvertní a tichá osoba.

Zde je ale problém se sebe prezentací při seznamování online. V jeden určitý okamžik se bude muset přenést do offline světa a sloučit se s tou, kterou mají lidé offline, aby mohlo dojít na navázání partnerského vztahu či ukončení tohoto „randění“. Z tohoto důvodu, pokud lidé seriózně hledají partnera online, nejjednodušší je mít sebe prezentaci online a offline co nejvíce identickou. Předchází tak nepříjemným situacím a možnému odmítnutí. Na toto téma se vyjádřila i Elizabeth Reid (1998), která zmiňuje, že mnoho členů online komunit popisuje, jak jejich vnímání světa a sebe sama bylo narušeno v důsledku dlouhodobého zapojení do online prostředí. Tyto osoby často popisují, že se staly emocionálně a sociálně znevýhodněnými, s pocitem, že nemohou důvěřovat nikomu a že všechno online může být lež a iluze. Tento pocit nejistoty a nedůvěry je často způsobený výraznou anonymitou internetu.

### 3.1. Struktura a funkce profilu na online seznamkách

Celkové seznamování online přes online seznamky stojí na profilech, které si lidé tvoří. Je to jediný způsob, jak se spojit s ostatními uživateli a je potřeba, aby o člověku jeho profil alespoň něco řekl. Například mnoho lidí si založí profil, ale místo fotek sebe tam nahraje černé fotky, kde není nic vidět. Je logické, že tento profil moc shod mít nebude. Co je ale klíčem k lákavému a zajímavému profilu?

Nejprve je podstatné zmínit, že profil na online seznamkách nezaložíte bez vyplnění jména, data narození, e-mailu či telefonního čísla, pohlaví a co člověk hledá. Je to jednoduchý způsob, jak zjistit, zda je člověku minimálně 18 let. S tím, že mnoho uživatelům stále nedovršilo 18 roku života a datum narození si vymyslí. Po schválení e-mailu nebo telefonního čísla se seznamky ptají na sexualitu, zaměstnání nebo školu. S tím, že ani jedna tato informace není povinná, je možné odpovědět „Prefer not to say“, neboli „Nechci odpovídat“. Jako předposlední krok je člověku ukázána široká nabídka zálib a ten si je povinen vybrat minimálně tři, maximálně pět. Poslední krok jsou fotografie, které jsou pravděpodobně to nejdůležitější. Podstatu správné volby fotografií rozeberu zvlášť, jelikož je to obsáhlejší a nejpodstatnější část profilu. Po nahrání fotek je uživatel „vpuštěn“ na seznamku. V tuto chvíli má profil hotový maximálně z 20 %, což seznamka uživatelům oznamuje. Samozřejmě od této části to má každá online seznamka víceméně jinak, zaměřím se tedy na tu nejvíce využívanou, a tou je Tinder. Tato online seznamka nedávno prošla velkou aktualizací, kdy je v nabídce mnoho dalších informací, co o sobě uživatel může napsat, či vyplnit, na svém profilu. Jako první jsou samozřejmě fotografie a pod nimi jsou různé okruhy informací. Tyto okruhy jsou: „O mně“, kde má uživatel volnou ruku a může o sobě napsat cokoliv. Tomuto okruhu se říká „bio“, zkratka od slova biografie. Toto volné textové pole uživatelé využívají, aby se představili, a nejen na online seznamkách. Je to možné zahlídnout i na sociálních sítích a podobně. Pod „biem“ jsou zájmy, které si uživatelé vyplňují během zakládání profilu. Následuje výška, vztahové cíle neboli to, co uživatel hledá, je možné si vybrat ze šesti možností, od „Dlouhodobý vztah“ po „Krátkodobá zábava“ a „Pořád ještě nevím“ a jazyky, které uživatel umí. Po jazycích jsou dva velké okruhy informací, „Víc o mně“ a „Životní styl“. V okruhu „Víc o mně“ je možné vyplnit například zvěrokruh, vzdělání, rodinné plány, a i dokonce očkování proti covidu nebo komunikační styl. Okruh „Životní styl“ obsahuje prostor, pro vyplnění například zda má uživatel mazlíčka, jak často kouří a cvičí, či jaké má spací návyky. Níže je otázka na pracovní pozici a u jaké společnosti, škola a místo bydliště. Jako poslední nabízí Tinder možnost spojit svůj profil s profilem na Instagramu, což poskytne ostatním uživatelům vidět více fotografií, což může člověku napomoci lépe poznat, zda je to opravdu on, či využívá fotografie někoho jiného. Nebo je také profil spojit s profilem na Spotify, což je aplikace, kde lidé poslouchají hudbu. Díky spojení svého

profilu na Tinderu s profilem na Spotify ostatní uživatelé uvidí, co uživatel poslouchá za hudbu a může reakce na tuto informaci být obsahem první zprávy a oslovení druhého.

Takto vypadá celý profil uživatelů Tinderu. Pokud ale toto všechno o sobě vyplní, stále nebudou mít profil hotový ze 100 %. Online seznamky mají funkci „ověření fotek“. Tato funkce slouží k tomu, aby se zabránilo lidem tvořit profily s cizími fotografiemi. Ověření fotek probíhá způsobem, že uživatelé jsou vyzváni, aby si vyfotili obličej přímo v online seznamce s určitým specifickým gestem. Například s rukou v pěst nebo svisle vedle obličeje. Tuto fotografii online seznamka počítačem porovná s fotografiemi, které uživatel nahrál na svůj profil a ověření mu schválí. Toto ověření samozřejmě vidí ostatní uživatelé, ale jelikož není povinné, je naprosto jednoduché založit si falešný profil a jednoduše toto ověření neuskutečnit. Také většina online sezonek nabízí možnost výběru potenciálních partnerů. Konkrétně v jakém věkovém a vzdálenostním rozhraní uživatel hledá partnera. Když si například uživatel zvolí, že hledá partnera mezi 25 a 35 roky a měl by bydlet maximálně 50 km daleko, aplikace vyfiltruje uživatele, kteří těmto kritériím neodpovídají a nebudou se zobrazovat.

Všechny tyto funkce a možnosti jsou ale samozřejmě měnitelné a uživatel si je může měnit kdykoli chce a kolikrát chce. Pouze jméno, věk a pohlaví jsou konstantní. Online seznamky také nabízejí za příplatek různé další funkce, které nemají uživatelé s profilem zadarmo. Například že může napsat zprávu naprosto každému, nemusí čekat na shodu, nebo vidí každého uživatele, který mu dal „like“ a nemusí se tedy proklikávat těmi, kteří mu ho nedali. Také tito uživatelé vidí, zda si někdo již zobrazil jejich zprávu. A mnohé další funkce, které bezplatná verze nemá. Tyto placené verze jsou ale poměrně drahé (je to otázka několika tisíc s platností na rok) a z tohoto důvodu téměř všichni uživatelé se drží spíše té bezplatné verze.

### **3.2. Podstata volby fotografií na profil**

Online seznamování se odvíjí od profilu, atraktivitě a fotografií uživatele, primárně z důvodu, že uživatelům jiný vjem v první chvíli není poskytnut a nezbyvá jim nic jiného než se navzájem odsoudit na základě míry atraktivity hned v první okamžik. Toto je pravděpodobně největší nedostatek, který online seznamky mají. Ale také s ním nejde nic udělat. Protože i přesto, že se hovoří o online seznamování jako o povrchním, jelikož se lidé navzájem kontaktují na základě přitažlivosti a fotografií, je to tak moc odlišné od offline seznámení? Však když se lidé osloví například v nějakém podniku nebo na ulici, také je pobídne atraktivita či přitažlivost druhého, nikoli to, jaký má charakter.



Z jakého důvodu se tedy na online seznamování hledí jako na povrchní, jestliže funguje na stejném principu jako seznamování offline?

Protože online seznamování je vyloženě známo pro to, že se lidé navzájem soudí dle vzhledu. Je to všem jasné, uživatelé vidí například tři fotografie jiného uživatele a hned ví, zda je chce poznat či ne. I lidé, kteří online seznamky nevyužívají vědí, že toto je jejich princip. Offline seznamování tento princip do jisté míry sdílí, ale není to na očích, je to více v podvědomí a také se o tom tak nemluví. Z tohoto důvodu offline seznamování působí více skutečně a hloubkově. Ale po zamyšlení více dopodrobna, je zřejmé, že online a offline seznámení nejsou od sebe tolik rozdílná, jak se na první pohled může zdát. Online seznámení jednou pravděpodobně přejde do offline prostředí. Offline seznámení jednou bude také pokračovat online, jak je již zmíněno výše.

Fotografie je to, na čem profily uživatelů stojí. Pokud nejsou fotografie, nebudou pravděpodobně ani shody, konverzace, schůzky a celkově, potenciální partneři. Jedna z největších online sezonek, eHarmony, to vysvětluje takto: „Na čem záleží více než na čemkoli jiném, když jde o váš online seznamovací profil? Jedno slovo: fotografie. Fotografie mohou drasticky zvýšit vaše šance na získání více komunikace a schůzek. Nebo také ne.“ Samotné fotografie na profilech zvyšují šance na komunikaci až devětkrát. Proto je doporučeno uživatelům využívat fotografie jako hlavní prostředek pro vyjádření své osobnosti, zájmů, oblíbených aktivit, cestování a životního stylu.

Jaké fotografie jsou ale ty správné? Christian Rudder, spoluzakladatel online seznamky OkCupid, vydal článek (2010), ve kterém řeší analýzu fotografií na profilech uživatelů online sezonek. Ukázalo se, že úspěšnost fotografie ovlivňují tři aspekty:

1. Výraz v obličeji – zda se uživatel usmívá, flirtuje, směje nebo se netváří nijak
2. Kontext fotky – držení alkoholu v ruce, chování zvířete či dítěte, zda je pořízena vevnitř či venku, jsou přítomni další lidé
3. Kůže – kolik uživatel ukazuje kůže, je vidět celý obličej, má vidět vypracované svaly

Rudder vyvrátil domněnku všech, že fotografie, kde se lidé usmívají, jsou nejméně úspěšnější. Nebylo tomu tak u žen ani u mužů. U žen byl úspěšnější spíše více flirtující výraz, zatímco u mužů to bývalo žádný úsměv a také žádný oční kontakt, pohled směřován bokem či dolů. Také zjistil, že nejčastěji ženy přidávají „selfie“ z vyššího úhlu. Kdy se telefon zvedne nad úroveň hlavy. Muži měli na profilu nejčastěji fotografie se zvířaty či polonazí. Stejně jako mužské polonahé snímky, u žen zvyšovaly úspěch snímky s větším výstřihem. Navíc se prokázalo, že nejvíce zpráv obdrží uživatel, který má na

svém profilu fotografie, na kterých dělá něco zajímavého. Nejméně úspěšné byly pro ženy snímky se zvířetem či při pití alkoholu. U mužů to bylo také pití alkoholu a snímky z cestování.

Roku 2017 podobnou analýzu uskutečnila online seznamka Hinge, která prokázala radikální změny od této analýzy z roku 2010. Například u obou pohlaví jsou nejúspěšnější fotografie pořízené během sportování nebo z nějakého večerního podniku. Na třetím místě je úsměv (Hosie, 2017). V roce 2010 úsměv na profilu dělal „neplechu“, dnes již tomu tak není, a naopak zvyšuje pravděpodobnost zalíbení u ostatních uživatelů. Nejméně úspěšné jsou fotografie se slunečními brýlemi, filtry či s druhým člověkem, který může působit jako bývalý partner.

Dříve pro ženy byly příhodnější snímky s flirtujícím výrazem a očním kontaktem. Pro muže žádný úsměv ani oční kontakt. Toto se poměrně změnilo. U žen je v dnešní době nejúspěšnější fotografie s vlasy sepnutými nahoře, úsměvem se zuby, pohledem směřovaným jinam a sama. U mužů to je oční kontakt, úsměv bez zubů a také stojící on sám. Tak zvané „selfie“ již není tak oblíbené, jako bylo dříve, dnes naopak je na škodu a lidé dávají přednost snímkům celého těla.

Z těchto dvou analýz vyplývá že, co je správné a účinné, se neustále mění. Je pravděpodobné, že tyto dvě analýzy mají takto odlišné výsledky z důvodu, že Christian Rudder analýzu provedl v době, kdy online seznamování nebylo tak časté, a lidé ho vnímali jako projev zoufalství a neschopnosti najít si partnera „normálně“. Co ale sdílí obě analýzy, a pravděpodobně to tak již bude vždycky, je ta podstata, kterou fotografie mají při online seznamování. I když jsou pořízeny během cestování s přáteli nebo doma v posteli, bez nich by online seznamování jednoduše nešlo.

### **3.3. Offline setkání osob seznámených online**

Všichni se snaží nalézt někoho, kdo je nadchne a poskytne jim pocit, že navázali opravdový vztah. Je možné dosáhnout této vysoké úrovně vzrušení a propojení na běžných, rutinních schůzkách, kterých se účastní? Existují poznatky v oblasti sociálních věd, které naznačují, že schůzky obohacené zajímavými aktivitami mohou přispět k většímu úspěchu v romantických vztazích. Zpočátku jsou lidé přitahováni fyzickým vzhledem a povrchními charakteristikami druhých, které mohou rychle rozpoznat. Nicméně to, co skutečně formuje citový vztah, jsou hlubší a unikátní vlastnosti partnera, které se často projeví až v průběhu dlouhodobého a zajímavého společného kontaktu (Ansari, Klinenberg, 2015).

LaTonya Washington zmiňuje (Tandon, 2023), že obecně není vhodné komunikovat přes seznamovací aplikaci déle než týden. Ale setkání s osobou, kterou jsme poznali online, může být velmi stresující událostí. Je klíčové si předem stanovit charakter setkání, aby nedošlo k nedorozuměním a pozdějšímu zklamání. Často se lidé dohodnou na setkání pomocí neformálních otázek typu "Nechceš někam zajít?" nebo "Chtěl by sis zajít na večeři?" a podobně, aby se explicitně neřeklo slovo "rande", což by mohlo druhého vystrašit, pokud by situaci nevnímal stejně či podobně. Po domluveném setkání se u většiny lidí objevuje úzkost ohledně vlastní prezentace a obrazu o sobě. Toto souvisí s jejich sebeúctou, sebevědomím a také tím, nakolik se odlišuje jejich online a offline sebeprezentace.

Sebekoncepce lze chápat jako způsob, jakým vnímáme sami sebe. Zahrnuje to, jak vnímáme svou vlastní atraktivitu, osobnostní vlastnosti a společenskou roli, a zda jsme s nimi spokojeni. Během setkání je tato sebekoncepce ovlivněna touhou zapůsobit na druhou osobu. Také hraje roli naše sebevědomí a sebejistota. Lidé s vysokým sebevědomím a sebejistotou mohou necítit tolik úzkosti, ale je přirozené, že při snaze udělat dobrý dojem nás napadne otázka, zda jsme pro druhou osobu to, co hledá, a zda jsme dostačující. Také je logické, že člověk, který se online prezentuje autenticky, bude méně nervózní než ten, kdo o sobě upravil některé informace a online se prezentuje odlišně, než jaký skutečně je.

## 4. Komunikace online

S příchodem internetu se lidem otevřel nový komunikační kanál. I když klasické dopisy mají stále velkou váhu, a to především z pohledu emočního, z praktického hlediska je převyšuje komunikace přes internet neboli on-line komunikace. Mezi nesporné přínosy internetové komunikace patří rychlost, finanční nenáročnost a nepřetržitá dostupnost (Online Komunikace, n.d.). On-line komunikace se dělí na základě prostředku, kterým jsou informace předávány:

- text = většina komunikace on-line – e-mail, chaty a tak dále
- obraz = posílání obrázků, web, videozáznamy
- zvuk = zasilání zvukových nahrávek, programy pro přenos hlasu
- multimédia = kombinace textu, obrazu a zvuku – web, „videokonference“

Toto dělení podává informaci o tom, které smysly jsou prostřednictvím online komunikace využívány (Šmahel, 2003).

Také se online komunikace dělí na asynchronní a synchronní komunikaci. S tím, že v tomto rozdělení jde o plynulost a kontinuitu. Synchronní komunikace představuje psaní zpráv, které se dostanou k druhé straně téměř okamžitě. Pod asynchronní jsou myšleny e-maily či diskusní fóra, na které lidé kolikrát odpovídají až v rádech hodin, dnů i týdnů. Dnes již toto rozdělení ale není tak jednoznačné, jelikož oznámení o přichozím e-mailu lidé přijde již i z mobilního telefonu, nemusí si sednout k počítači a otevřít svou e-mailovou schránku. Dnes je e-mail doručen adresátovi spěšně stejně jako textové zprávy, a to je důvod, proč je toto rozdělení online komunikace již víceméně neúčinné. Zvláště, když je možné si toto oznámení o textové zprávě i přichozím e-mailu jednoduše vypnout a tím se oba druhy komunikace stávají asynchronní jedním kliknutím.

Online seznamování by nebylo bez online komunikace možné uskutečnit. Online seznamky nabízí všechny druhy komunikace. Respektive většina online seznámk. Jediný Tinder nenabízí svým uživatelům možnost poslat si navzájem hlasovou zprávu či fotografii. Tyto dvě funkce Tinder odstranil poté, co si jeho uživatelé začali stěžovat, že jim chodí úchylné a nevyžádané hlasové zprávy a fotografie.

Nejčastější chybou při seznamování přes zprávy je například nejvíce ohraná první zpráva je jednoduché „Ahoj“ – tato zpráva naprosto nezaujme a také nerozvíjí žádnou konverzaci. Na tuto lidé mají tendenci odpovídat zpátky pouze totéž. Je to z důvodu, že jelikož není vidět žádná snaha odlišit se od ostatních a zaujmout, lidé odpoví stejným způsobem, aby se nezdáli příliš dychtiví a zoufalí; zůstali na stejné rovině. Další častou chybou je nekonečné dopisování. Každý, kdo hledá partnera online, v jeden okamžik bude chtít tento „vztah“ přesunout do offline světa. Čím déle dva lidé komunikují online předtím, nežli se vidí také offline, tím více informací o sobě zjistí, dozví se o druhém o jeho denních návycích a je tedy těžší později přijít na téma ke konverzaci, jakmile se tito dva lidé střetnou offline. Z pohledu bezpečnosti se také nedoporučuje scházet se po pár vyměněných zprávách. Měl by to být dostatek zpráv, aby se lidé alespoň povrchně poznali, zjistili, zda si rozumí a v tu chvíli by se měli domluvit na schůzku. Velká většina „párů“ na online seznamkách na offline schůzku nedojde, jednoduše z důvodu, že si vyčerpají veškerá témata a poté mají strach, že si navzájem nebudou mít co říct – na schůzku nikdy nedojde a později i toto dopisování ustane.

S tímto se pojí i další chyba, která stojí na tajemnosti druhého. Jelikož při online komunikaci nejsou lidem poskytnuty také informace z neverbální komunikace, vše stojí na konverzaci a slovech. Z tohoto důvodu je potřeba tato slova musí o druhém něco vypovídat, pokud je člověk příliš tajemný, nesdělí o sobě nic osobního a pouze si chce dopisovat, toto také nikam nevede. Zvláště ženy chtějí muže mírně

poznat, aby si byli jisté, že budoucí schůzka je bezpečná. Pokud bude muž příliš tajemný a nepustí ženu nahlídnout alespoň minimálně do svého života, na schůzku nikdy nedojde.

Co se týče komunikace, je také podstatné projevit zájem o druhého a nemluvit jen o sobě a svém životě. I přesto, že je toto víceméně lidský instinkt, jelikož chceme, aby druzí věděli, kdo jsme, máme tendence informovat druhého o sobě o všem možném, abychom ho také zaujali a dali mu pocit blízkosti a známého člověka. Také je ale podstatný zájem, bez kterého bude hledání partnera pravděpodobně vždy neúspěšné. Stejně jako je podstatné, aby druhý poznal nás, my musíme poznat druhého. Nejlépe, jak můžeme projevit zájem, jsou dotazy. Ptát se na cokoli a také se doptávat, pokud nám druhý něco sdělí. Pouhé odkývání či suchá odpověď není cesta, jak druhému ukázat, že máme zájem.

V neposlední řadě je též podstatná sebe prezentace. Při seznamování přes zprávy, když bereme v potaz způsob, nikoli obsah, sebe prezentace, hraje roli vnitřní sebe prezentace, která, jak jsem již zmínila, se týká převážně abstraktních atributů člověka. Obsahuje tedy také například gramatiku a pravopis. I přesto, že soudit ostatní dle toho, zda umí gramatiku, není rozhodně vhodné, a to z důvodu, že zda člověk umí gramatiku a pravopis nám nesdělí, jak moc je například druhý inteligentní nebo umí vést konverzaci. Vnitřní sebe prezentace zahrnuje také i zájem, který je zmíněn výše. Samozřejmě jsou tu další atributy, kterým by se člověk měl vyvarovat během seznamování online jako arogantnost, sobeckost a sexuální narážky, avšak těm by se lidé měli vyvarovat celkově, i při offline seznamování.

#### **4.1. Podstata kontextových modalit během komunikace**

Kontextové modality, jak je popisuje Vybíral (2000), jsou základním aspektem kontextu a situace komunikační interakce. Jestliže se mění komunikační situace, mění se i povaha samotné komunikace. Druhy kontextové modality jsou: časový rámeček, prostor a prostorové uspořádání, modalita významu, přítomnost emocí, vztahové proměnné, systémový rámeček a existence kontinuity rozhovoru

- Časový rámeček = V online komunikaci má člověk pocit zlepšených komunikačních schopností, protože má možnost více času na promyšlení odpovědi. Vzhledem k předpokladu, že protějšek je pravděpodobně angažován v jiných konverzacích, je v online prostředí tolerována delší doba mezi zprávami. Z výzkumu plyne, že zásadní rozdíl mezi komunikací v reálném světě a na internetu spočívá v tom, že většina online konverzací zůstává nedokončená, často jsou ukončeny dříve, než je téma dořešeno.

- Prostor a prostorové uspořádání = V online komunikaci chybí fyzický sdílený prostor, což nám často brání v určení, zda komunikujeme s reálnou osobou, a také nám brání v možnosti neverbální komunikace. Absence neverbálních signálů, jako je intonace nebo síla hlasu, může být nevýhodou, ale zároveň může poskytnout příležitost k účasti v diskusi pro lidi, kteří jsou příliš bojácny se prosadit.
- Modalita významu = Ve virtuální komunikaci častěji dochází k nedorozumění kvůli absenci neverbálních signálů, které obvykle pomáhají s porozuměním v reálné komunikaci. K vyjádření emocí se v online světě často používají smajlíci (emoji), což je pokus nahradit absenci neverbální komunikace.
- Přítomnost emocí = Emoční prožívání v online prostředí je ovlivňováno subjektivním vnímáním a prožíváním konkrétního jedince. Zpětná vazba v online komunikaci může být obtížná – například projev souhlasu "hmm" z reálné komunikace zde může být interpretován jinak. Je obtížné posoudit, ve kterém typu komunikace jsou emoce silněji přítomny, ale virtuální prostředí poskytuje anonymitu, což může vést k otevřenějšímu vyjádření citlivých či osobních témat.
- Vztahové proměnné = Komunikace je silně ovlivněna vztahem mezi komunikujícími. Ve virtuálním prostředí jsou například dominance, autorita a věk méně důležité.
- systémový rámec = Žádná mezilidská komunikace není izolovaná, ale je součástí širší komunikační sítě. V online prostředí je často narušen nebo změněn způsob, jakým se vyvíjí vztahový rámec, protože je možné komunikovat anonymně a soukromě.
- existence kontinuity rozhovoru = Kontinuita komunikace je důležitá. V online komunikaci je často menší kontinuita, což znamená, že rozhovory jsou fragmentované a obtížnější je udržet se na původním tématu.

## 4.2. Komparace offline a online komunikace

Narůstající počet studií o používání internetu naznačuje, že vytváření vztahů prostřednictvím komunikace pomocí počítače (online) se může lišit od vztahů budovaných tváří v tvář. (Sproull a Kiesler, 1986; Walther, 1996). Někteří poznamenávají, že komunikace online má omezenější emoční složku, protože chybí bohaté neverbální a prostorové signály přítomné při osobní interakci (Sproull & Kiesler, 1986). Argumentují, že hojnost interpersonálních a expresivních signálů při setkání tváří v tvář vede k pozitivnějším dojmům. Ostatní však tvrdí opak a naznačují, že redukce těchto signálů může skutečně zesílit vazbu mezi interagujícími (Walther, 1996).

Bradley M. Okdie (2011) a kolegové se rozhodli toto téma zkoumat. Konkrétně porovnání interakce tváří v tvář a online během seznamování a poznávání se navzájem s potenciálními přáteli i partnery. Analýza jim ukázala, že účastníci při komunikaci tváří v tvář vyjádřili silnější spojení s ostatními než ti, kteří komunikovali online. Tito účastníci také projevovali větší zalíbení v protějšku než ti, kteří interagovali přes internet. I když účastníci preferovali osobní setkání, uváděli, že je to náročnější než online komunikace. Zvláště při osobní interakci účastníci zaznamenali obtížnosti v nalézání témat pro rozhovor a měli pocit, že udržet konverzaci je obtížnější než při komunikaci prostřednictvím mobilního telefonu nebo počítače. Dále účastníci zdůraznili, že se cítí méně sebevědomě při osobní interakci než při komunikaci online.

Online kontakty se vyznačují větší anonymitou i větším sebeodhalením. Anonymita je spojena se skrýváním, což je v rozporu se sebeodhalováním. Větší anonymita však obvykle usnadňuje větší sebeodhalení a následně zvyšuje intimitu. Online kontakty zahrnují větší míru obelhávání i upřímnosti. V kyberprostoru je snazší uvádět klamné informace, protože je obtížnější kontrolovat jejich správnost. Větší sebeodhalení online je však spojeno s hlubší upřímností. Na rozdíl od offline komunikace se ta online může stát sporadickou, když se pro lidi stanou důležitějšími záležitostmi v jejich offline prostředí. Online romantické kontakty jsou kontinuální v tom smyslu, že je lze kdykoli navázat; podle toho mohou lidé předvídat další kontakt a myslet na něj častěji než v offline záležitostech (Ben-Ze'ev, 2004). Navíc online komunikace může udělat zázraky pro lidi, kteří jsou trochu stydliví nebo introvertní, protože pro ně může být náročné mluvit s někým osobně. Právě zvláště introvertních lidí se bude týkat silnější sebeodhalení a sebevědomí online, jestliže se nemusejí postavit přímo tváří v tvář osobě, se kterou hovoří (Online vs. Offline Communication, n.d.).

### **4.3. Neverbální komunikace online**

V offline prostředí komunikujeme pomocí pěti smyslů, přičemž sluch je základním prvkem pro osvojení jazyka. Jakmile zvládneme jazyk v jeho mluvené i psané formě, otevírá se nám možnost komunikovat i ve virtuálním prostoru. Jak již bylo zmíněno, neverbální komunikace je nedílnou součástí komunikace celkově. Díky ní se stává komunikace úplnou a je v offline prostředí brána jako ta nejpodstatnější. Naopak její absence v online komunikaci způsobuje vnímání online komunikace jako nekompletní.

Smyslové vnímání v komunikaci v digitálním prostředí: Sluch je klíčový pro pochopení emocí člověka, se kterým komunikujeme, protože tón hlasu může změnit význam toho, co říkáme. V online

komunikaci často chybí tento hlasový prvek, a lidé si ho doplňují prostřednictvím interpretace a projekce. I když je přenos hlasu během online komunikace možný, jako například při telefonování, není často využíván, z důvodu preference psaní zpráv, což je popsáno výše.

Zrak nám poskytuje důležité informace pro porozumění významu vět, jako jsou gesta, mimika, pohled očí a pozice těla, avšak v textové komunikaci jsou tyto prvky irelevantní. Emotikony jsou jediným prostředkem, kterým můžeme vyjádřit naše emoce a nahradit tak mimiku. I když jsou k dispozici videohovory, opět se nevyžívají často, a to ze stejného důvodu jako telefonování.

Hmat, jako je fyzický dotyk, je důležitou součástí mezilidské komunikace, avšak ve virtuálním světě jsou doteky možné pouze verbálně, což není totožné s fyzickým kontaktem, který může být důležitý zejména v partnerských vztazích. Čich a chuť nejsou v současnosti dostupné během virtuální komunikace, což znamená, že nelze zaznamenat žádné vůně nebo chutě.



## Empirická část

Tato část bakalářské práce se bude soustředit na definování cíle výzkumu a výzkumné otázky. Poté rozebere zvolenou strategii pro výzkum a metody sběru dat. Rovněž se zaměří na výběr respondentů a jejich charakteristiku.

### 1. Cíl výzkumného šetření a výzkumné otázky

Cílem výzkumu bylo přiblížit téma současného fenoménu mladých dospělých – seznamování se s potenciálními partnery online a významnost upřímnosti při tomto druhu seznamování. Záměrem bylo zjištění, jaká je celková zkušenost s online i offline seznamováním respondentů, jakým způsobem se lidé prezentují v tomto druhu seznamování, zda mají lidé tendence k sobě do páru hledat spíše podobného či protikladného partnera, téma komunikace s potenciálními partnery právě ve fázi seznamování a celková osobní upřímnost, či zkušenost s upřímností u ostatních uživatelů, ve všech těchto okruzích. Na základě takto stanoveného cíle byly vytvořeny tyto výzkumné otázky:

1. Jakou mají lidé zkušenost s online seznamováním?
2. Jak se lidé prezentují online?
3. Jaké jsou preference v hledání partnera – více podobností, více odlišností, nebo něco mezi tím?
4. Jakou mají lidé zkušenost s neupřímností při seznamování online?
5. Jaký je nejčastější důvod lidí k neupřímnosti při seznamování online?
6. Jak lidé vnímají komunikaci online?

### 2. Metodologie

Jelikož se výzkum zabýval tématem online seznamování poměrně detailně, bylo nejvhodnější vést výzkum kvalitativně. Kvalitativní výzkum nejvíce pomohl k porozumění názorům a zkušenostem uživatelů online seznamek do hloubky, protože dával respondentům mnohem větší možnost rozvést své odpovědi. Kdyby bylo téma zkoumáno kvantitativně, mohly by s nabízet pouze omezené otázky, u kterých by mohlo dojít k nepřesnosti a nepravdivosti odpovědí a snížila by se poté úroveň spolehlivosti výzkumu. Z tohoto důvodu byl výzkum veden formou polostrukturovaného rozhovoru. Tento způsob sběru dat jsem si zvolila, protože byl pro kvalitativní výzkum nejpřínosnější a díky rozhovoru bylo možné lépe porozumět respondentům a jejich odpovědím.

Výzkum byl realizován individuálně, aby se respondenti navzájem neovlivňovali, byli více upřímní a projevíli svůj skutečný názor. Typ rozhovoru jsem zvolila polostrukturovaný, protože k výzkumným otázkám byl nejpřínosnější. A to z důvodu, že před rozhovorem byly předem připraveny okruhy otázek, jež byly podávány respondentovi, ale mohly být doplněny i jinými, doplňujícími otázkami, které například pomohly lépe porozumět respondentovým odpovědím. Okruhů otázek bylo konkrétně pět, první stálo na zjištění, jak moc velkou zkušenost má respondent se seznamováním se online a jak je s ní spokojen. Druhá se zajímala o zkušenost s offline seznamováním respondenta a jeho porovnání s online seznamováním, třetí okruh byly otázky na téma profilu na online seznamkách, jak ho respondenti tvoří a jak sami sebe prezentují. Čtvrtý okruh obsahoval otázky na respondentovu upřímnost v procesu seznamování online, také jejich zkušenost u ostatních s neupřímností a celkový názor na toto téma. Pátý, a také poslední okruh, stojí na komunikaci při seznamování a porovnání online a offline komunikace v procesu seznamování. I přesto, že upřímnosti byl vyhrazen celý okruh, byl pohlídán její výskyt i v ostatních okruzích, zda ji sám respondent nezmíní i mimo její vyhrazený okruh, a aniž bych ji já sama, jako tazatelka, zmínila jako první a respondent by pouze navazoval na mou otázku.

Cílovou skupinou jsou lidé v období mladé dospělosti, kteří mají zkušenost s online seznamováním, jsou heterosexuální a jejich ekonomická aktivita nebyla brána v potaz. Jelikož cílem tohoto výzkumu nebyla komparace upřímnosti mužů a žen, výběr respondentů nestál na základě pohlaví a celkově byl výběr respondentů rozmanitý. Některé respondenty byli kontaktováni na online seznamce Tinder, někteří mě oslovili s ochotou zúčastnit se mého výzkumu po nabídce od mých přátel a rodiny a některé respondenty jsem již znala osobně dříve a oslovila je na základě mého vědění, že mají zkušenost s online seznamováním.

V rámci etické stránky výzkumu byly hlídány tři aspekty. S těmito aspekty byli seznámeni nejen respondenti, kteří se výzkumu zúčastnili, ale i ti potenciální, kterým byl výzkum pouze představován při hledání vhodných respondentů. Prvním a nejdůležitějším je samozřejmě anonymita. Veškeré konání s respondentem zůstalo anonymní a jeho skutečnou identitu zná pouze tazatelka. Dále byl kontrolován vzájemný respekt. V žádném případě nebyly projevovány názory tazatelky či tazatelčin nesouhlas s odpověďmi respondentů. Respondenti nebyli jakýmkoli způsobem ovlivňováni. Posledním aspektem je spravedlnost. Se všemi respondenty bylo jednáno stejně, bez ohledu na jejich pohlaví, věk, názory či zkušenosti.

Kódování rozhovorů bylo připravováno průběžně již během stále probíhajícího sběru dat. Kódování bylo otevřené, primárně z důvodu, že rozhovory byly vedeny polostrukturovaně a tedy byla příhodnější možnost kódy v průběhu kódování měnit a vytvářet. Kódování probíhalo v programu Maxqda. Průběžné kódování pomohlo k vylepšení rozhovorů a celkovému odstranění chyb, které by pozdější analýze mohly uškodit. Také program Maxqda poskytuje možnost vytvoření mapy kódů a celkově přehlednější informace o výsledcích výzkumu.

### 3. Přehled výsledků výzkumu

Bylo uskutečněno celkově sedm rozhovorů, čtyři se ženami a tři s muži. Věkové rozmezí respondentů od 22 do 27 let. Rozhovory se konaly v průběhu několika měsíců a respondenti se navzájem neznali. S tím, že dva respondenti jsou stále studenti. V rámci výzkumných otázek byl rozhovor kódován způsobem, aby každá výzkumná otázka měla alespoň jeden kód a všechny kódy měly výzkumnou otázku, pod kterou spadají. Aby byla zachována anonymita respondentů, v případě citace či zmínky respondentů mají respondenti přiděleno fiktivní jméno. Krátké představení respondentů, kteří se podíleli na mém výzkumu:

1. Nikola, 23 let, single, na online seznamkách je aktivní od jejích 17 let, partnerský vztah v období využívají online seznámek neměla
2. Michaela, 27 let, v partnerském vztahu s mužem, kterého nepoznala online, na online seznamkách byla aktivní necelý půl rok
3. Ondřej, 25 let, single, na online seznamkách je aktivní od 19 let, měl rok a půl dlouhý partnerský vztah se ženou, se kterou se seznámili online, v té době nebyl aktivní na online seznamkách a po jejich rozchodu se k online seznamování vrátil
4. Jana, 23 let, single, na online seznamkách byla aktivní od 18 let, měla tři partnerské vztahy s muži, které poznala online, kdy během vztahu s nimi aktivní na online seznamkách nebyla, má v plánu se vrátit k seznamování online
5. Tomáš, 22 let, v partnerském vztahu se ženou, kterou poznal online, již aktivní na online seznamkách není, byl aktivní rok a půl, důvodem k jeho založení profilu na online seznamce byl rozchod se ženou, se kterou byli v partnerském vztahu od puberty, neseznámili se online
6. Jakub, 24 let, v partnerském vztahu se ženou, kterou nepoznala online, aktivní na online seznamkách od 18 let, měl tříletý partnerský vztah se ženou, se kterou se poznali online, během

obou těchto vztahů je stále aktivní na online seznamkách, ale již ne za účelem seznamování s někým potenciálním

7. Veronika, 25 let, single, na online aktivní od 19 let, měla jeden půlroční partnerský vztah s mužem, kterého nepoznala online, během tohoto vztahu nebyla aktivní na online seznamkách

### **1. Jakou mají lidé zkušenost s online seznamováním?**

K této výzkumné otázce byl vytvořen celý okruh otázek, aby se docílilo co největšího pochopení a podchycení zkušenosti, kterou respondenti s online seznamováním mají. Samozřejmě všichni respondenti zkušenost se seznamováním online mají, ale pouze čtyři jsou stále aktivní, ostatní tři již profil na online seznamkách nemají. Všech sedm respondentů je, či bylo, aktivní na online seznamce Tinder. Pouze dva respondenti vyzkoušeli jinou a tou byla online seznamka Badoo. Co se týče spokojenosti s těmito online seznamkami, většina zmínila spokojenost s menšími výhradami, které ale nevnímají jako radikální: Nikola: „Noo, něco málo bych asi změnila, ale jsou to maličkosti, jinak bych na nich nebyla, kdyby mi vadilo víc větších věcí.“ Pouze dva respondenti zmínili naprostou spokojenost: Ondřej: „Jako jsem s tím tam ok, to nejpodstatnější tam je, nic se nemusí platit, když nechci, hezký holky tam jsou, víc nepotřebuju.“

Dalším tématem související s touto výzkumnou otázkou je offline schůzka uživatelů online seznánek. V teoretické části je zmíněna LaTonya Washington, která vysvětluje v rozhovoru pro *mybodygreen.com* (2023), že je podstatné, aby uživatelé spolu nekomunikovali online více jak týden a šli tedy na schůzku co nejdříve, ale zároveň se často stává, že uživatelé se na takové offline schůzce nedomluví a jednoduše se nikdy nestřetnou. V tomto výzkumu šlo na schůzku s někým, koho poznali online, šest ze sedmi respondentů. Michaela na otázku, zda se s někým sešla odpověděla, že ne, protože ji nikdo dostatečně nezaujal: Michaela: „Ne, vůbec se mi nechtělo, cítila jsem se fakt nekomfortně a nikdo mě tam nezaujal tolik, abych s ním někam šla.“ Toto by mohlo působit, že je to ovlivněno faktem, že Michaela ze všech respondentů na online seznamce byla aktivní nejkratší dobu, a to necelý půlrok. Není ale tomu tak, protože i respondenti, kteří jsou aktivní na online seznamkách víceméně od dovršené dospělosti, odpověděli, že na schůzky s někým, koho poznali online, příliš nechodí: Nikola: „Na schůzky chodím minimálně, muž mě musí hodně zaujmout, abych se nechala někam pozvat. Taky se o sebe bojím, že mě někam zatáhne.“ I přes pozdější doptávání, po jaké době se s druhým setkají, pouze jeden respondent zmínil, že co nejdříve je nejideálnější: Tomáš: „Když už jsem tam našel slečnu, se kterou jsem si rozuměl, tak jsem ji co nejdřív pozval ven, abych zjistil, jak si rozumíme i v reálu a jestli komunikuju opravdu s tím člověkem, který je na fotkách. Abych neztrácel čas.“ Pět ze šesti respondentů, kteří byli někdy na schůzce zprostředkované online také zmínili, že se cítili velmi

nervózní před danou schůzkou, nejčastěji z důvodu strachu, že se nebudou druhému líbit, či naopak přijde někdo, kdo nebude vypadat stejně jako na fotografiích na svém profilu. Nebo že většinu témat vyčerpali přes zprávy a teď offline bude konverzace stát: Nikola: "Vždycky jsem strašně nervózní, že to bude trapný anebo že se mu nebudu líbit, nesnáším to."

Tazatelka: „Však díky Vaším fotografiím, ostatní uživatelé vědí, jak vypadáte.“

Nikola: „Tojo, ale stejně si každéj toho druhýho nějak představuje v hlavě a já se vždycky bojím, že nebudu taková, jakou si mě představovali.“

Je možné si všimnout, že se již začala projevovat významnost upřímnosti a bez jakéhokoli zamýšlení, respondenti ji zmiňovali sami. Také u otázky na schůzky dva respondenti zmínili obavu o upřímnosti druhých: Ondřej: „Docela v pohodě, my kluci tohle moc neřešíme, jakože jo, když se mi ta holka líbí, tak jsem docela nervózní, ale spíš z toho, abychom si měli co říct, než třeba jestli se jí budu líbit já.“ \*pauza „Nebo se třeba bojím, že ta holka bude vypadat jinak než na fotkách. Jakože vim, že vzhled není všechno, ale když si s někým třeba tejdne píšu s tím, že vypadá tak nebo tak, tak mi je potom nepříjemná představa, že ten člověk vlastně vypadá jinak.“

Tazatelka: „Takže Vám jde spíše o ten pocit šoku a zrad, že k Vám druhá strana nebyla upřímná.“

Ondřej: „Rozhodně. Jakože nejde mi o to, že bych si řekl, že je hnusná, ale když si s tím člověkem píšete, tak si pak už začnete podvědomě představovat, jak by třeba vypadaly společný výlety, večery apod. a najednou zjistíte, že si představujete teda asi někoho jinýho.“

Pro hlubší porozumění, co přesně vedlo respondenty k seznamování online byla respondentům položena také otázka, jakou mají zkušenost se seznamováním offline. Zde se vyskytlo více variací odpovědí, dva respondenti odpověděli, že mají s offline seznamováním větší zkušenost než s tím online: Veronika: „Nejsem tam moc úspěšná, spíš se mi daří offline.“ Čtyři odpověděli, že mají online větší zkušenost: Jana: „Vlastně veškerá má zkušenost s kluky pramení z online prostředí, offline se mi nepodařilo zatím potkat vůbec nikoho.“ Jeden respondent zmínil, že nevnímá rozdíl: Jakub: „Jako jo, s pár holkama jsem se seznámil offline, i s touhle přítelkyní, já jakoby nestrádám při normálním seznamování, nemám s tím problém.“ Je důležité ale zmínit, že minimálně dva respondenti byli v dlouhodobém vztahu, z čehož pramení jejich menší zkušenost s offline seznamováním. Jelikož podobná situace byla předpokládána, bude důležité se doptat, zda tato zkušenost s offline seznamováním nějakým způsobem ovlivnila jejich rozhodnutí založit si profil na online seznamce. Ukázalo se, že i přesto, že většina respondentů měla malou zkušenost se seznamováním offline, více jak polovina (konkrétně čtyři) respondentů odpověděla, že tato jejich zkušenost, na jejich založení profilu na online seznamce, neměla nejmenší vliv: Ondřej: „Nee, to vůbec, jak říkám, já jsem takovej,

že když se mi někdo líbí, tak si za tím jdu. Když mi teda ta holka dává nějaký signály, nechodím random za holkama, co potkám na ulici. Takže to nemá se sebou nic společného, prostě jsem to chtěl zkusit a očividně to zkusím doted’.“ Naopak tři uznali, že tato zkušenost na ně jistý vliv měla: Nikola: „Ježiši, rozhodně. Ne teda asi na začátku, v těch sedmnácti jsem to brala spíš jako zábavu než že se reálně s někým seznámit, ale později už jsem si začla všímat, že mě třeba tolik neoslovují muži na ulici. Nebo nemám moc ráda kluby a bary, takže pro mě je opravdu těžký se někde seznámit.“ Jediný, kdo neodpověděl tak, jak by se dalo očekávat, je Tomáš, který zmínil, že má minimální zkušenost se seznamováním offline, ale také odpověděl, že tato zkušenost na jeho rozhodnutí neměla žádný vliv. Důvodem, jak jsem již jednou zmiňovala, byl dlouhodobý vztah, který měl víceméně od puberty a založení si profilu na online seznamce bral jako rozptýlení: Tomáš: „Ne, rozhodně neměl, já jsem se fakt chtěl rozptýlit jen od toho rozchodu.“

Jako poslední téma v rámci offline seznamování bylo, jaké respondenti shledají výhody a nevýhody na online seznamování oproti offline, aby se zjistilo, co je důvodem, který lidi vede k online seznamování, pokud to není neúspěch v seznamování offline. Nejčastěji jako výhoda online seznamování byla zmiňována neomezenost fyzickou blízkostí, konkrétně pět ze sedmi respondentů toto udalo jako hlavní výhodu online seznamování: Jana: „Asi největší výhoda je, že se můžu seznámit s muži, které bych normálně neměla šanci poznat, všichni tři moji ex jsou třeba hodinu/dvě cesty ode mě, takže potkat se normálně bez Tinderu by bylo hodně nepravděpodobné.“ Také je zajímavé, že pouze dva respondenti zmínili jako výhodu, že se mohou seznamovat s potenciálními partnery z pohodlí domova. Ukázalo se, že lidé jsou si vědomi, že online a offline seznamování již není naprosto něco odlišného a v jednu chvíli se tyto dva druhy seznamování prolnou. Také jako výhody online seznamování zmiňovali respondenti, že mohou poznávat potenciální partnery bez ohledu na fyzickou blízkost, či že nebývají tolik nervózní jako offline. Naopak největší nevýhodou online seznamování byl nejčastěji zmiňován mnohem větší prostor pro neupřímnost a lhaní: Jakub: „To bude rozhodně, že je tam spousta prostoru pro lhaní, a i když Vám někdo tvrdí něco, nemusí tomu tak hned být. To mě na tom vadí asi nejvíc, no, že toho člověka nevidíte, píšete si normální zprávy prostě s někým, koho jste v životě neviděli, je to docela zvláštní.“ Také zmiňovali jako nevýhodu velký pocit nejistoty, jelikož komunikace může být časem těžší.

## **2. Jak se lidé prezentují online?**

Sebeprezentace je v rámci tématu upřímnosti víceméně jediný prostředek k neupřímnosti uživatelů online seznámek. Respondentům nejdříve byla položena otázka, jak vypadá jejich profil na těchto seznamkách. S tím, že samozřejmě všichni respondenti měli naprostý základ, který je nutný, aby

uživatel měl přístup na tuto seznamku a mohl se seznamovat s ostatními uživateli. Základem je tedy myšleno jméno, věk, fotografie, sexualita, preference a co hledá. Fotografie mohou být jakékoli, uživatel nemusí nahrát na svůj profil fotografie jeho samotného, ale pro zvýšení pravděpodobnosti úspěchu při seznamování online je to v podstatě také nutné, aby ostatní uživatelé věděli, alespoň přibližně, jak uživatel vypadá a měli tedy poté větší motivaci mu dát „like“. Zde se respondenti dělili do tří táborů, kde jeden odpověděl, že má svůj profil v podstatě prázdný: Ondřej: „No ne nějak extra, prostě jsem tam dal svoji fotku, jméno a věk, a to je vše.“

Tazatelka: „Více jste svůj profil nevyplňoval?“

Ondřej: „Ne, vůbec jsem tam nic nedával, vlastně jen že rád sportuju a že hledám spíše něco vážnějšího.“ Tři respondenti k základu přidali několik dalších informací: Tomáš: „Jméno, věk, krátký bio, že rád sportuju, ale taky dost rád jim, nebo něco podobného. Pak jsem tam měl takový ty věci, co sám Tinder nabízí, jako je, jestli mam mazlíčky, jak často cvičím a že hledám spíše něco dlouhodobějšího.“ A tři respondenti odpověděli, že ve svém profilu vyplnili víceméně vše: Veronika: „Jméno a věk tam mam, samozřejmě. A takový ty základní informace, že hledám spíš něco vážného, že už pracuju, že moc necvičím a pět mých zájmů. Vlastně asi všechno, až na očkování proti covidu, to mi přijde jako nesmysl zmiňovat.“ Z tohoto vyplývá, že přístup k vytváření profilu je různorodý u každého uživatele i přesto, že je to jejich vizitka a jediný způsob, jak druhé uživatele zaujmout v první chvíli.

Profil a informace o sobě měnil v průběhu užívání online seznámek pouze jeden respondent, ostatní respondenti informace, které vyplnili na začátku, od té doby neměnili: Veronika: „Jojo, měním si to docela dost, i ty fotky tam dávám jiný, prostě to pravidelně aktualizuju.“ Důvodem bylo, aby respondentky profil byl co nejvíce aktuální a pravdivý. Šest respondentů tedy odpovědělo, že svůj profil neaktualizují, pouze bio a fotografie průběžně obměňují: Jakub: „Já ho měl celou dobu stejnej, jen jsem třeba jednou za čas změnil nějakou fotku, když jsem vyfotil lepší, pak si měnil bio třeba, ale jinak jsem to nechal stejný.“ Co se týče sebe prezentace při konverzaci s druhými, u té se již respondenti rozdělili na dva tábory více vyrovnaně. Tři zmínili, že svou sebe prezentaci nikdy nemění a jednají upřímně: Veronika: „Tyjo to asi ne, já se snažím být furt stejná a chovat se tak, jak bych se chovala a mluvila v reálu.“ Čtyři respondenti uznali, že svou sebe prezentaci mění ve smyslu, jak s druhým komunikují a na základě tématu, které řeší: Jana: „Jen třeba když jsem si všimla, že kluci se vyděsí, když do nich rejpu, protože jsem hodně urejpaná, tak to mírním a čekám, jestli ten kluk nebude taky rejpat a pak až začnu já.“ Z této otázky vyšlo zjištění, že i přesto, že většina respondentů zmínila, že online seznamování má velkou nevýhodu, a to je spousta prostoru pro neupřímnost, sami mění prezentaci svého charakteru podle toho, s kým zrovna komunikují. Konkrétně tři respondenti, kteří

zmínili jako největší nevýhodu online seznamování právě velký prostor pro neupřímnost a přetvářku, také v otázce na změny v sebe prezentaci uznali, že oni sami se občas prezentují odlišněji, než jací skutečně jsou.

V rámci osobní sebe prezentace byla respondentům položena také otázka, jak by se tedy měl uživatel sebe prezentovat. Tuto otázku jsem pokládala čistě se záměrem, abych zjistila, zda po potenciálním přiznání k neupřímné sebe prezentaci, budou respondenti zmiňovat upřímnost. Ukázalo se, že všech sedm respondentů zmínilo autenticitu a upřímnost. I přesto, že sami u minulé otázky uznali, že ne vždy jsou upřímní a sami sebou: Tomáš: „No rozhodně taková, jací jsou, nesnášel jsem, když mi holka psala, jak ji všichni říkají, že je hrozně vtipná třeba a pak na tom rande jsem házel vtipy víc já. Nebo když vypadala jinak než na fotkách, no prostě hrozný.“ Nebo Jana: „Tak nejhlavnější je, aby všichni byli sami sebou, nikdo si na nic nehrál a pak se už rozhodne, jestli to má potenciál i v reálu.“ Ale Jana také odpověděla, že mění svou prezentaci na základě toho, s kým zrovna komunikuje, viz citace výše. Dále respondenti zmiňovali například, aby se uživatelé prezentovali zajímavě a druzí měli motivaci je oslovit, či se snažili druhé poznat, a i později potkat v reálu na schůzce.

Jako poslední ohledně profilu a sebe prezentace byl dotaz, jaké fotografie uživatelé nejvíce ocení a naopak, které je odradí. Jak bylo již zmíněno v teoretické části, na toto téma byly provedeny dvě analýzy, jedna Christianem Rudderem (2010) a druhá online seznamkou Hinge (2017). Analýzy měly poměrně odlišné výsledky, kdy například v roce 2010 fotografie pořízené během cestování nebyly moc oblíbené a v roce 2017 byly již tyto fotografie nejvíce ceněné spolu s fotografiemi pořízenými během sportování. V tomto výzkumu pět ze sedmi respondentů zmínilo fotografie, které vnímají jako nejvíce přitažlivé a zajímavé, jsou fotografie z cestování či při sportu. Dokonce někteří respondenti zmínili pouze tento druh fotografií: Jana: „Rozhodně z cestování, já jezdím strašně ráda na výlety, takže když tam nějakou takovou fotku má, tak má rozhodně velké plus.“, Tomáš: „Jako já se budu opakovat, ale fakt miluju sport, takže když tam měla fotografie během sportování, tak to jsem byl vždycky rád, navíc ještě když to bylo třeba při plavání. To jsem neváhal a hned ji napsal, sportovci drží spolu.“ \*smích „Nebo třeba cestování a tak, prostě líbilo se mi, že jde vidět, že je aktivní.“ Jako další zmiňovali respondenti fotografie, kde je druhého vidět celé tělo anebo fotografie s mazlíčky.

Naopak Rudderova analýza zjistila, že uživatele nezaujmu, až dokonce odradí, fotografie, kde je druhý uživatel polonahý, či je v nějakém večerním podniku a drží v ruce alkohol. Analýza od seznamky Hinge naopak zjistila, že fotografie, kde druhý uživatel drží alkohol a je ve večerním podniku, jsou velmi oceňované z důvodu, že to prokazuje, jak se druhý umí bavit. V tomto výzkumu



pět ze sedmi respondentů zmínilo, že alkohol a večerní podniky nepůsobí lákavě na profilu uživatelů: Tomáš: „Tyjo asi z klubů anebo polonahý, to mě vůbec nelákalo. Do klubů chodím naprosto minimálně a když tam holka měla takhle ty fotky, jak pije, tak to pro mě nebylo moc atraktivní teda. A polonahý už vůbec, to, když má holka potřebu tam dát, tak tím u mě hned klesne.“ Dále respondenti zmiňovali, že nemají rádi fotografie, kde je právě druhý polonahý, s osobou druhého pohlaví, který byl mohl být bývalý partner anebo příliš upravené fotografie. Je podstatné si povšimnout, že tyto preference respondentů ohledně fotografií druhých pramení z celkových preferencí a kritérií, které mají u potenciálních partnerů. Respondenti, kteří rádi cestují, zmínili fotografie z cestování u druhých, protože je pro ně příjemné vidět, že druhý má stejnou oblibu v cestování. Naopak respondenti, kteří nepijí alkohol tedy zmínili, že je odradí fotografie, kde druhý uživatel alkohol drží v ruce: Ondřej: „Jo, to budou rozhodně fotky, kde pije. Já chodím pít minimálně a když tam bude mít fotku z nějaký party třeba, tak to není pro mě zrovna něco, čím by se měla chlubit, teda.“

V tomto okruhu se již projevovala významnost upřímnosti, převážně v oblasti fotografií a očekávání, jak by se uživatelé měli prezentovat. Tento okruh sloužil nejen k poznání, jak se respondenti sebezprezentují, ale také k připravení respondentů na otázku jejich upřímnosti. Aby upřímnost měli v povědomí, věděli, že o ní budeme mluvit a později v rozhovoru nebyli tedy zaskočení.

Také souvisí s upřímností, pouze ne tak zjevně, oslovení druhého. Na online seznamkám můžete jiného oslovit až poté, co o něj vyjádříte zájem, v tu chvíli přichází na řadu uživatelská upřímnost, zda se zachová upřímně a druhému napíše například první zprávu, či neupřímně a bude čekat, až se ozve druhý uživatel z důvodu zachování si nějaké tajemné „image“ nebo z pocitu strachu. V rámci výzkumu bylo zjištěno, že pouze dvě respondentky nikdy neposlaly první zprávu a vždy čekají, až se ozve ten druhý. Také se obě shodly na důvodu, který je zastavoval před touto iniciativou: Michaela: „Nee...to mi přišlo strašně zoufalý a chtěla jsem prostě vidět tu snahu. Hlavně muži rádi loví, takže ne, ani jednou jsem muži nenapsala první.“ I přesto, že cílem není komparace pohlaví, je zde vhodné zmínit, že pouze muži odpověděli, že oslovují druhé více, nežli druzí je. Zde byli muži doptáni, který důvod, si myslí, vede ženy k větší iniciativě: Jakub: „Tyjo jako já psal hodně první, to si pamatuju, ale samotnýho mě překvapovalo, kolik holek se ozvalo první, byla to příjemná změna.“

Tazatelka: „Co myslíte, že se změnilo, že ženy začínají oslovovat muže?“

Jakub: „Tyjo, to nevím, asi že se dost řeší, že my kluci rádi vidíme ten zájem a nemusíme psát furt první. Je to super, prostě.“ Všechny ženy, které odpověděly, že muže někdy oslovují první, udaly důvod jejich iniciativy obavu, že by se muž sám neozval, a tedy na seznámení by nikdy nedošlo: Jana: „Asi že se mi ten kluk fakt líbil a já se bála, že mi nenapíše. Nebo nevím, nepamatuju se.“

### 3. Jaké jsou preference v hledání partnera – více podobností, více odlišností, nebo něco mezi tím?

Prvně byli respondenti vyzváni, aby vyjmenovali kritéria, které mají, aby si sami utřídili a řekli, co vlastně hledají. A až poté byli dotázáni, zda mají pocit, že k sobě hledají spíše někoho podobného nebo protiklad, aby respondenti nebyli nějakým způsobem ovlivněni tím, co si myslí, že je od nich očekáváno, aby odpověděli. Na tuto otázku respondenti odpovídali velmi různorodě, ale nejčastěji, co bylo zmiňováno, byla aktivní životní styl a smysl pro humor: Michaela: „No tak charakterem je pro mě rozhodně důležitá inteligence, nedávám hloupý lidi. Taky aby byl vtipnej, kdyby byl až moc seriózní a nedokázal si dělat srandu z různých věcí, tak bych to taky nedala. Paaak... aby byl aktivní, nesnáším se jen tak válet a nic nedělat. Jo a empatie. Chci, aby mi byl oporou a nezajímal se jen o sebe.“ Také respondenti zmiňovali, aby byl druhý empatický, navzájem si rozuměli a jistá úroveň inteligence.

Při hledání partnera to není tak jednoznačné, zda hledáme protiklad, či někoho podobného, v některých ohledech může člověku vyhovovat rozdílnost druhého, v něčem dalších naopak to, jak jsou si navzájem podobní. Zda to takto vnímají i respondenti bylo zkoumáno otázkou, zda si myslí, že k sobě hledají protiklad nebo spíše někoho podobného. Respondenti tedy věděli přímo, na co je otázka mířena, ale měli také prostor odpovědět cokoliv, tedy že hledají buď protiklad, někoho podobného nebo „něco mezi“. Po zodpovězení minulé otázky ohledně jejich kritérií, se většina respondentů u otázky na téma hledání protikladu pozastavila a odpověděla, že k sobě hledají spíše někoho podobného: Tomáš: „Spíš úplně stejného člověka, proto jsem s \*jméno přítelkyně\*, protože máme většinu věcí stejně nastavených, naše názory se teda kolikrát trochu liší, ale zas v tom je sranda, ale jinak žeru, jak jsme stejný a jsem za to hrozně rád. Neumím si představit, že mám vedle sebe někoho, kdo se třeba rád hádá, neumí si ze sebe dělat srandu a chce furt chlastat, bych se zbláznil asi.“ Konkrétně čtyři respondenti odpověděli podobným způsobem, ostatní tři uznali, že „něco mezi“ by bylo nejideálnější: Veronika: „Asi jak v čem. Jakože co se týče zájmů, tak asi určitě někoho podobného, ale zase aby byl úplně stejný i povahově, to nevím, jak by šlo. Já jsem třeba hodně emociální a trpím často na úzkosti a neumím si představit, že žiju s partnerem, kterej to má stejně. Já bych radši někoho, kdo tohle vůbec nemá, a naopak mě respektuje, když chci čas pro sebe, nebo se mě snaží rozptýlit a rozveselit.“ Žádný respondent sám od sebe nezmínil, že je pro něj podstatný socio-ekonomický status potenciálního partnera. Na toto téma respondentů nebylo doptáváno, protože by respondentům nemuselo být příjemné o něm mluvit a mohlo by to vést k neupřímným odpovědím. Výzkum Nielsena a Svarera (2009) ukázal, že lidé mají tendence k homofilii i v kontextu vzdělání. Jelikož žádný z respondentů to nezmínil sám od sebe, muselo se jich na vzdělání doptat. Pouze jeden respondent zmínil, že preferuje

také, aby měl partner minimálně středoškolské vzdělání ukončené maturitou: Michaela: „Jako asi bych se tomu člověku nesmála, kdyby neměl maturitu třeba, ale já sama mám bakalářský studium za sebou, takže si neumím asi představit, že jsem ve vztahu s někým, kdo si oddělal pár let třeba na „učňáku“. Je mi jedno, co dělá za práci, ale to vzdělání, nevim, to trochu řeším, no. Furt to o tom člověku docela dost vypovídá.“ Jediná tato odpověď podporovala výsledky výzkumu Nielsena a Svarera (2009), zbylých šest tvrdilo opak: Jakub: „Tyjo, jako vzdělání já vůbec neřeším, však je to úplně jedno, spoustu chytrých lidí má jen „učňák“ a spoustu blbých lidí má vysokoškolský titul, zvlášť v dnešní době, kdy si ten titul můžou lidi i zaplatit, prostě ne, vzdělání mi je fakt fuk.“

Tazatelka: „A co kdyby slečna měla pouze dokončené základní vzdělání?“

Jakub: „Jako takhle, rozhodně bych to neřešil, kdyby se mi fakt líbila, šlo vidět, že v mozku nemá prázdno a je pracovitá. Kdyby to byl nějaký lempl línej, co sotva dodělal školu, a ještě chodí domu s minimálním platem, tak to ani náhodou. Ale jak říkám, to by mě spíš odradil ten její přístup než to, že má jen základku.“

Jako byla věková preference respondentů. V teoretické části jsou zmíněny Topinková a Mazáková Šetinová (2020), které se tímto tématem zabývaly. Zmínily, že muži dávají nejčasněji přednost mladším ženám, ale ženy to nemají tak jednoznačné. Mladší ženy jsou otevřeny vztahu se stejně starým mužem, čím je ale žena starší, tím více dává přednost starším mužům. Na mysli mám ženy stále v období mladé dospělosti, tedy do 35 let. U otázky na věkové preference se většina respondentů shodla: Ondřej: „Věk mi je asi někde jedno, mně hlavně záleží na tom, co má ta holka v hlavě.“, Nikola: „No, já si vždycky myslela, že chci někoho staršího, než jsem já, ale začínám si fakt uvědomovat, že věk je jen číslo a nic to neznamena. Poznala jsem spoustu kluků, co to měli víc srovnaný v hlavě než kdejaký „třicátník“.“ Topinková a Mazáková Šetinová (2020) také zmínily, že ženy, čím jsou starší, dávají větší přednost starším mužům. V mém výzkumu to není tak jednoznačné, primárně z důvodu, že Nikole je 23 let. Michaela, které je 27 let, již ale zmínila, že preferuje starší muže: Michaela: „Někoho staršího spíš, víc si s nima rozumím. A jsem starší sourozenec od single rodiče, takže jsem napůl musela vychovávat svého mladšího brácha, nechci vychovávat někoho dalšího, koho jsem neporodila \*smích.“ Zde se projevuje jistá změna pohledu na věk potenciálního partnera. Není zcela jednoznačně dané, z čeho tato změna pramení. Může se jednat o potřebu mít vedle sebe muže, který je starší a působí tedy dominantněji, jak to je například u Michaely, nebo může jít o fakt, že ženy v pokročilejší fázi mladé dospělosti vyrůstaly v době, kdy ženy stále hledaly převážně starší muže a mají to v sobě zabudované společností.

#### 4. Jakou mají lidé zkušenost s neupřímností při seznamování online?

K této výzkumné otázce bylo příhodné, aby byla zahrnuta nejen otázka, zda respondenti byli někdy neupřímní při seznamování online, ale zda také oni mají zkušenost s neupřímností od druhých. Pomáhá to nejen k silnějšímu porozumění a poznání úrovně neupřímnosti, ale také pomáhá respondentovi se strachem se otevřít a přiznat, zda upřímní byli nebo nebyli, pokud pozornost nebude upřena pouze na jejich upřímnost. Nejdříve respondentům položena otázka na zkušenost s neupřímností od ostatních, kdy nejčastěji bylo zmiňováno, že druhý nevypadal v reálu tak, jak na fotkách: Tomáš: „Jeežiš, tolikrát, nejen kvůli vzhledu, ale taky ohledně koníčků, povahy, no prostě stávalo se mi to často, ale nebylo to zas nic tak hrozného.“

Tazatelka: „Jak to myslíte?“

Tomáš: „No, jakože nebyly to žádné veliké věci, na fotkách byla byla hubená blondýna, přišla...nehubená blondýna, další mi tvrdila, jak chodí pravidelně do fitka, pak z ní vypadlo, že jsem to vlastně blbě pochopil, že tam chodila pravidelně v minulosti a teď už ne, jiná tvrdila, jak je strašně vtipná a pak to bylo total suchý a trapný a další si hrála na to, jak za sebe rozhodně nenechá někoho platit, že jí to přijde hrozně blbý a pak na mě vytáhla tu trapnou záminku, že si zapomněla peněženku. Třeba.“ Je zde nutné upřesnit, že všichni respondenti se setkali s neupřímností, všech sedm s někým, kdo vypadal jinak nežli na fotografiích, tři se setkali s člověkem, který jim zatajil, že již má partnerský vztah s někým jiným. Dále se zkušenost respondentů s neupřímností týkala například výšky, zájmů i zatajení užívání návykových látek: Nikola: „Dobře, zrovna nedávno jsem si začla psát s mužem, vše vypadalo ultra dobře, pak jsme ale zjistili, že máme jednoho společného kamaráda. Což by nebylo nic špatného, právě naopak, ale ten společnej kamarád mi řekl, že tento klučina aktivně užívá návykových látek, a ne těch slabších.“

Tazatelka: „Což, předpokládám, Vám ten muž neřekl.“

Nikola: „Ne, právě že vůbec, a ještě mi tvrdil, že z pití alkoholu a podobných srand už vyrostl.“

Poté, co respondenti odpověděli na otázku na neupřímnost jiných uživatelů, byla větší pravděpodobnost, že se rozmluví i o té své, což se opravdu stalo: Ondřej: „Tyjo, asi ne, buď to bylo něco total malýho, jakože třeba co právě dělám. Když jsem ležel na gauči a koukal na televizi, tak jsem řekl, že jsem venku třeba. Ale jinak asi ne, nic se mi nevybavuje. Ale vim, že moji kamarádi tam párkrát lhali.“

Tazatelka: „Mohu se zeptat ohledně čeho?“

Ondřej: „Tak jeden je docela malej, tak si přidal pár centimetrů s tím, že až se uvidí v reálu a ta holka zjistí, že kecal, tak to nebude už tolik řešit, protože ji zaujme tím, jak je. A jeden tam ze sebe dělal fakt borce, že má tohle a tohle auto, kolik má peněz, ale to bylo spíš ze srandy, nemyslím si, že se měl

někdy v plánu s těma holkama vidět.“ Zbylí respondenti zmiňovali například, že nebyli upřímní, co právě dělají, jak již zmiňoval i Ondřej v předešlé citaci, jedna respondentka uznala, že měla na svém profilu fotografie, které byly staré a neaktuální: Michaela: „Maximálně jsem říkala, že jsem z Prahy, i když nejsem, protože bydlím asi 5 min za Prahou a nechtělo se mi pokaždé vysvětlovat kde. Ale vim, že jsem u jedny věci lhala, no, ale jinak to nešlo.“

Tazatelka: „A můžu se zeptat v čem? Pokud Vám to je nepříjemné, samozřejmě to budu tolerovat a přejdeme dál.“

Michaela: „Nee, teď už to tolik neřeším, jako když jsem byla na Tinderu ještě, tak jsem si říkala, že to není dobrý nápad, když se s nima stejně budu muset někdy vidět, ale no..prostě jsem si tam dala fotky, které byly třeba 3 roky staré, kde jsem byla hubenější a i vlasy jsem měla jinak.“

Také bylo podstatné zjistit názor respondentů, ve kterém druhu seznamování si myslí, že je neupřímnost častější. Výsledky byly jednoznačné, pět respondentů odpovědělo, že v online prostředí je mnohem jednodušší být neupřímný při seznamování: Nikola: „Ummm...myslim, že asi u toho online, protože je to mnohem jednodušší. Vše se lépe zatají či upraví, když se to řeší online.“

Tazatelka: „Proč myslíte?“

Nikola: „Protože třeba když někdo kecá o svém vzhledu, v reálu si sami všimnete, jestli je svalnatej nebo ne. Přes zprávy to nepoznáte a člověk má větší prostor si přikrášlit, jak vypadá.“

Tazatelka: „Takže neupřímnost pouze o vzhledu je jednodušší při online seznamování?“

Nikola: „Nee, úplně všechna neupřímnost, úplně o všem, je jednodušší online. Ten vzhled byl příklad. V reálu vnímáte toho člověka jako reálnou osobu, jeho řeč těla, mimiku a podobně. Tohle v online prostředí nejde, samozřejmě, takže je to jednodušší.“ Všech pět respondentů odpovídalo tímto způsobem, odpovědi byly prakticky totožné. Zbylí dva respondenti odpověděli, že je příležitost k neupřímnosti při seznamování online a offline víceméně stejná: Tomáš: „To nedokážu posoudit, když nemám moc zkušeností se seznamováním v reálu. Ale jako zase si myslím, že to v reálu se fakt už neliší tolik od toho online, takže to nejde úplně říct. No nevím, když bych teda bral tu část, kdy si lidé nepíší, ale třeba se seznamují normálně, tak si myslím, že tam si člověk může vymýšlet úplně stejně, akorát stojí naproti němu a lže mu do obličeje, no.“

Tazatelka: „Takže myslíte, že příležitost k neupřímnosti je stejná v obou situacích.“

Tomáš: „Jako jo, malej rozdíl tam je, že můžete třeba lhát o tom vzhledu, ale jinak když člověk chce lhát, najde si vždycky způsob.“

Z tohoto tedy vyplývá, že neupřímnost je velmi častá záležitost při seznamování online a na základě odpovědí respondentů na poslední otázku je zřejmé, že uživatelé si jsou tímto vědomi. Z tohoto důvodu

se snaží co nejdříve „přesunout“ konverzaci na preferovanou sociální síť, například Instagram, kde je možnost větší validace, že druhý člověk je opravdu ten, za koho se vydává na svém profilu: Tomáš: „Je prostě podstatný co nejdřívejší přesvědčení, že ten druhý je opravdu ten, za koho se vydává. Jít třeba na Instagram nebo tak, kde má člověk víc fotek a druhý ho může lépe poznat i vzhledově, jeho život a tak.“ Zmiňují, že když komunikují přes sociální síť, mají pocit, že druhý není „zas tak cizí“: Veronika: „Já chci jít vždycky hlavně co nejdřív na Instagram, abych toho člověka víc poznala. Mám pak i pocit, že to není nějaký člověk, kterýho jsem nikdy neviděla a přijde mi víc skutečnej, což je divný, já vim, když si může založit i „fake“ profil na Instagramu, ale to už dělá málokdo, podle mě.“ Konkrétně čtyři respondenti zmínili „přesun“ konverzace na sociální síť Instagram, kdy jeden respondent dokonce přiznal, že ho odradilo, když jedna slečna „přesunout“ konverzaci na Instagram nechtěla: Jakub: „Jako já se vždycky ptal na ten Instagram hned, abych si tady s ní nevypisoval x dní a pak o ní zjistil buh ví co až venku. Jednou jsem dokonce udělal, to se Vám musím přiznat, že jsem se zeptal jedny holky na Instagram, že si můžeme psát tam. No ale ona mi řekla, že Instagram nemá. Mě to tak vyděsilo, že jsem se jí už neozval.“

Tazatelka: „Myslíte tedy, že to skutečně ona nebyla a pouze se za ní někdo na Tinderu vydával?“

Jakub: „Ne, to si nemyslim, já si fakt myslim, že to byla rozhodně ona, ale byly jí prostě sociální sítě jedno, nepotřebovala to, myslim, že mi to právě i psala jednou, ale mně to bylo fakt tak divný, že jsem se už neozval. V dnešní době, když mladej člověk nemá takhle sociální sítě, tak je to divný, i kdyby měla prázdněj profil na Instagramu, tam dvě fotky a sledovala se s dvaceti lidma, tak nemam problém, ale když ho nemá vůbec? Nevim, prostě mi to přišlo divný.“

U této výzkumné otázky bylo také příhodné zjistit, zda je upřímnost pro respondenty jedním z hlavních předpokladů pro úspěšné seznámení online, ale aby nedošlo na ovlivňování, byla jim položena otázka na obecné předpoklady, které vnímají respondenti jako podstatné, aby online seznamování bylo považováno za úspěšné s očekáváním, zda upřímnost zmíní sami. I přes to, že respondenti udávali neupřímnost jako největší nevýhodu online seznamování a sami se s ní setkali ve větší míře, pouze tři ze sedmi respondentů ji zmínili jako hlavní předpoklad k úspěšnému seznámení online: Jakub: „Se to podle mě tolik neliší od toho, co je klíčové při seznamování v reálu i, prostě aby si ti lidi sedli, měli snahu jeden druhého poznat a byli k sobě upřímní. Komunikovali.“

Tazatelka: „Napadne Vás něco, co se liší u toho online a offline seznamování? Co je více podstatné, když se lidé seznamují online, než když se seznamují offline?“

Jakub: „Asi co nejdřívejší přesvědčení, že ten druhý je opravdu ten, za koho se vydává. Jít třeba na Instagram nebo tak, kde má člověk víc fotek a druhý ho může lépe poznat i vzhledově, jeho život a tak.“ Nejvíce respondentů zmínilo jako hlavní předpoklad zajímavou konverzaci: Veronika: „No asi

co nejvíce se snažit, aby ta konverzace plynula, když probíhá jen přes zprávy a sejít se co nejdřív, aby se vědělo, jestli to funguje i v reálu. To je asi to nejpodstatnější podle mě.“ Dále respondenti zmiňovali například, aby druhý jevil zájem a celkově se snažil o rozvíjení konverzace a snahu o pozdější setkání v reálu.

Respondenti ve většině tedy upřímnost vnímají jako velmi podstatný aspekt, ale ne jako ten nejpodstatnější. Mnohem podstatnější byla pro respondenty uspokojující komunikace a určitý zájem projevený z druhé strany.

### **5. Jaký je nejčastější důvod lidí k neupřímnosti při seznamování online?**

Jak se zatím ukázalo, s neupřímností během seznamování online je to poměrně komplikovanější, než se může zdát. Respondenti zmiňovali, že by autenticita měla být hlavní aspekt profilu a sebe prezentace každého uživatele online seznamky, udávali častou neupřímnost jako největší nevýhodu online seznamování, později ale také respondenti uznali, že sami k ní mají občas tendence. Co je tedy dle respondentů příčina neupřímnosti v procesu online seznamování? Nejvíce bylo zmiňované nízké sebevědomí, nespokojenost sám se sebou a touha se druhému zalíbit. Tomáš, který jako jediný respondent tvrdil, že nikdy neupřímný během seznamování online nebyl, odpověděl na otázku ohledně důvodů neupřímnosti, že lidi pohání jejich „blbost, nesebevědomí a sobectví“: Tomáš: „To nevím, asi jejich blbost, nesebevědomí a sobectví, jinak si to nedokážu vysvětlit.“

Tazatelka: „Mohl byste to rozvést?“

Tomáš: „No tak blbost je jasná, tohle napadne fakt jen blbce, nespokojenost sám se sebou, že se upravují podle toho, koho chtějí zaujmout, to taky nepochopím, když s tím člověkem chtějí být, tak budou jako lhát celej ten vztah nebo? A pak je očividný, že myslí jen na sebe, nezajímají se, že tím ubližují ostatním a neřeší to. Hlavně že oni vypadají lákavě a zajímavě.“

Jana, která sama zmínila, že se občas prezentuje různorodě na základě toho, s kým zrovna komunikuje, aby se více zalíbila, odpověděla, že hlavní důvod k neupřímnosti shledá nízké sebevědomí: Jana: „Rozhodně nízký sebevědomí, když tam někdo dá svoje hubenější fotky, tvrdí o sobě, jak je vysokej, nebo bohatej, tak to pramení většinou z nějaký nespokojenosti se sebou.“

Tazatelka: „Takže aby se víc zalíbil?“

Jana: „Ano, to je asi jedinej důvod, co mě napadá, když nemyslím takový ty vtipálky, co si z toho celého dělaj srandu, nebo úchyly, které pohání jejich nečestné myšlenky.“ Dva respondenti mimo jiné také zmínili, že uživatele může vést k neupřímnosti uzavřenost. Respektive že některé informace o nich pro mě mohou být příliš osobní, či jim je nekomfortní o nich mluvit a z tohoto důvodu si nějaké informace o sobě pozmění: Nikola: „Třeba se za něco i stydí, nebo to je pro ně až moc osobní téma,

ne každý se dokáže o všem bavit online, a ještě s cizím člověkem.“ Při otázce, jak by se měli prezentovat lidé, kteří jsou například ve skutečnosti introvertní, odpovídali respondenti, že u těchto typů osobností je menší neupřímnost v sebe prezentaci pochopitelná, pokud vše vykomunikují: Ondřej: „No tak tihle lidi to mají těžké celkově, žejo, když moc nemluví, nemají moc sebevědomí a většinou jsou i nevýrazní, tak pro ně se seznámit s někým na randění je extrém těžký.“

Tazatelka: „Právě, proto by mě zajímalo, jak to mají udělat tito jedinci.“

Ondřej: „Fuuha, no... Tak předpokládám, že když je to takhle online, tak nejsou úplně tak uzavření jako „in real life“, takže asi se s ostatními bavit tak, jak je pro ně příjemný, ale rozhodně upozornit, že jsou ve skutečnosti vlastně docela uzavření a rádi tráví čas sami.“

Tazatelka: „Takže být upřímní a vše vykomunikovat.“

Ondřej: „Přesně, jak já rád říkám, komunikace je klíč.“ Tímto způsobem odpovědělo pět respondentů, dva zmínili, že by měli být takoví, jací jsou, i online: Tomáš: „No, s nima to je složitější, já chápu, že mají fakt těžký se seznámit, ale zase aby si online hráli na to, jak jsou společenský, to mi nepříjde v pohodě.“

Tazatelka: „Myslíte, že takoví lidé mají šanci se s někým seznámit? Pokud budou uzavření?“

Tomáš: „Jako asi mnohem menší než lidí, co uzavřený nejsou, ale nevím, prostě ať se baví normálně.“

Tazatelka: „Některým se ale neshoduje typ osobnosti online a offline, někdo může být introvert offline, ale online je velmi společenský a komunikativní. Nebo naopak, samozřejmě.“

Tomáš: „Jo ajo, mi nedošlo. Já to vnímám, že jsme vždycky všichni stejný furt. Ale jestli to takhle někdo má, teda, tak ať se tak chová, ale řekne to tomu druhému, aby věděl, že venku takhle komunikativní nebude.“

## **6. Jak lidé vnímají komunikaci online?**

Komunikace v procesu seznamování a „randění“ může být velmi stresující záležitostí, kdy lidé mohou být takovým způsobem nervózní, že nedokážou o určitých tématech mluvit offline. Například vyjádření zálibení v druhém je situace, kdy se lidé ostýchají a bojí, jelikož si nejsou jistí, zda to tak cítí i druhá strana. Vnímají tedy moji respondenti komunikaci online jako jednodušší nebo naopak? Zároveň stejně, jako to bylo u upřímnosti, nejdříve byla respondentům položena otázka, zda mají zkušenost s někým, pro koho byla/je komunikace online v procesu seznamování jednodušší. A až poté, jak to mají oni osobně. Pět ze sedmi respondentů zmínilo, že mají zkušenost s někým, pro koho komunikovat online bylo příjemnější a dokázal se více otevřít: Ondřej: „Jo rozhodně, holky tohle dělaj docela často, že online flirtují docela otevřeně a jakmile stojím před nimi naživo, tak se stydí a čekaj, až to udělám já všechno. Já s tímhle nemam problém, já jsem v pohodě řešit věci face to face i online, ale u holek si toho všímám dost. Dokud se nenapíjou \*smích.“ Dva odpověděli, že s takovým člověkem



zkušenost nemá: Jakub: „Asi ne, já rozmluvim každýho. Vždycky když jsem chtěl něco řešit, tak jsem to nakouzl a ona se přidala. Třeba osobní věci a tak, tak to jsem se vždycky rozmluvil první a ta holka se přidala.“

Tazatelka: „Takže se Vám nestalo, že například žena chtěla něco řešit online, ale offline se na to necítila?“

Jakub: „\*smích No, to já vlastně nevím, já, když jsem prostě viděl, že se o něčem chce bavit online, jsem se ji na to napřímo zeptal v reálu a nikdo mi nikdy neřekl, že by mu to vadilo, spíš bych řekl, že byly rádi, že jsem to vytáhl já a můžeme to tedy řešit, nebo si to prostě říct.“

Co se týče osobního názoru respondentů to bylo více rozmanité, nejvíce respondentů, konkrétně čtyři, odpovědělo, že oba druhy komunikace vnímají stejně: Nikola: „Noo... asi jak v čem, třeba říct poprvé někomu, že se Vám líbí, a ještě do očí, je opravdu stresující, takže online to je rozhodně jednodušší, ale zas v reálu to je hezčí. No nevím, pro mě jednodušší asi není, vnímám je asi úplně stejně, ale chápu, že pro některý lidi jednodušší určitě je, a to je v pohodě.“ Dva zmínili, že je pro ně komunikace online opravdu jednodušší: Michaela: „Noo, nebudu lhát, já sama to tak mam, teda. Pro mě je na jednu stránku trapný říkat druhému člověku něco třeba osobnějšího do očí. Nebo říct „promiň“? To bych nikdy nedala.“

Tazatelka: „Takže vážnější a osobnější věci je pro Vás jednodušší řešit online, je tomu tak i v seznamování a randění?“

Michaela: „Jo vlastně asi jo, když jsem se ještě seznamovala teda, tak i když jsem komunikativní a extrovertní, tak některý věci pro mě prostě byly lehčí řešit online.“ Pouze jeden respondent odpověděl, že je pro něj offline komunikace jednodušší: Veronika: „Já to tak určitě nemám, jakože nemám problém se seznámit na začátku přes pár zpráv, ale jakmile by to mělo být na hlubší úrovni, tak radši budu mít toho člověka před sebou.“

Zde byly výsledky překvapivé, primárně z důvodu, že v teoretické části je řešeno, že online komunikace je těžší a brána jako neúplná, protože její součástí není také neverbální komunikace. Z tohoto důvodu respondenti měli zodpovědět otázku, a to v jaké míře vnímají absenci neverbální komunikace při seznamování online. Aby nevznikaly nedorozumění, respondentům bylo pro jistotu prvně objasněno, co je myšleno neverbální komunikací. Zde odpovědělo pět ze sedmi respondentů, že absenci neverbální komunikace vnímají silně: Nikola: „No vidíte, to jsem zapomněla zmínit na začátku, jak jste se ptala na nevýhody online seznamování, ježiš. Tohle mi vadí fakt hodně, jak toho člověka prostě nevidíte, takže nemůžete získat informace i z jeho gest, mimiky nebo řeči těla, prostě máte jen písmena a můžete hádat, co tím ten druhý asi myslí.“ Z těchto pěti respondentů, čtyři

odpověděli na minulou otázku, že online i offline komunikaci vnímají stejně, pouze jeden z těchto pěti odpověděl, že je pro něj komunikace online jednodušší, konkrétně respondentka Jana. Proto Jana byla jako jediné na toto doptána: Tazatelka: „Dobře. Na minulou otázku jste ale odpověděla, že je pro Vás online komunikace jednodušší a teď jste zmínila, že absenci neverbální komunikace online velmi vnímáte.“

Jana: „Jako jo, trochu si to protirečí, ale i přesto, že mi ta neverbální komunikace fakt hodně chybí takhle online, tak i přesto to je pro mě online jednodušší. Já jsem hodně taková roztěkaná, takže když mě chce seriózně někdo poznat, a navíc se mi líbí? To bych nedala asi, radši budu bez neverbální komunikace než ho vyděsit mým žvatláním.“ A dva respondenti tedy zmínili, že absenci neverbální komunikace nevnímají v takové míře, aby jim chyběla: Tomáš: „Já tohle asi nějak neřešil, když se s tím nedá nic dělat. To je oběť toho, když je možnost se seznamovat na dálku. Stejně se jednou uvidí i v reálu a tam ta neverbální komunikace už přítomná bude, takže...“

Poslední dotaz na respondenty se týkal znovu výhod a nevýhod online seznamování, zda se změnil pohled respondentů na seznamování online a případně v čem. Čtyři respondenti zmínili, že je možné se seznamovat s lidmi ne na základě fyzické blízkosti: Jakub: „Asi se nic nezměnilo, já to už prostě tolik neřeším, jsem šťastně zadanej. Je ale skvělý, že se lidi můžou seznamovat už i takhle na dálku, už jen to je důvod, proč by to každý měl zkusit, jestli někoho hledá.“ Tři zmínili, že si teď mnohem více uvědomí, jak je snadné být neupřímní při online seznamování: Nikola: „Já už od začátku vnímám online seznamování jako to příjemnější. Není tak nervující a máte času, kolik chcete. Jediná nevýhoda je ta neupřímnost, kdy má člověk mnohem více prostoru pro hraní si na něco, co není a člověk to musí zjistit až v tom reálu. Teď si to uvědomuju mnohem víc.“ Také respondenti zmiňovali například, že si uvědomili, že online a offline seznamování se od sebe tolik neliší: Tomáš: „Asi že jsem fakt extrém vděčnej, že mám už \*jméno přítelkyně\* a nemusím tohle už řešit. A nevím, že v dnešní době už to není tak úplně rozdíl, jestli se lidi seznamují online nebo offline, jde jen o to první oslovení a pak vývoj je v podstatě totožný. Jen je prostě boží, že lidé se potkávají a seznamují, ať jsou odkudkoli, a to je rozhodně nejlepší výhoda, co online seznamování má.“

## Závěr

Tato bakalářská práce je zaměřena na upřímnost mladých dospělých při seznamování online, kdy se snažila porozumět různým aspektům tohoto procesu. Má výzkumná zjištění poskytují několik klíčových poznatků, které přispívají k hlubšímu porozumění dynamiky online seznamování a role upřímnosti v této oblasti.

Prvním významným poznatkem je, že online seznamování má pro mladé dospělé zásadní význam. Respondenti v mém výzkumu vyjádřili pozitivní pohled na online seznamování a celkovou spokojenost s online seznamkami primárně z důvodu, že jim umožňují navazovat nové vztahy bez jakéhokoli omezení. Zároveň jsem zaznamenala, že online seznamování již není možné vnímat jako čistě odlišný typ oproti seznamování offline, respondenti sami zdůraznili, že v průběhu celkového seznamování se tyto dva druhy prolínají, a tedy dříve stanovená hranice mezi online a offline seznamování již není tak zřejmá a radikální.

Druhým důležitým zjištěním je, že otázka upřímnosti je klíčovým faktorem v procesu online seznamování. Respondenti vyjádřili obavy ohledně nedostatečné autenticity a přesnosti informací prezentovaných na online seznamkách. Sdíleli své zkušenosti s neupřímností od druhých uživatelů. Ale také se sami přiznali k vlastní neupřímnosti při seznamování online. Dalším významným aspektem je sebe prezentace a profil online. Výzkum ukázal, že respondenti si příliš nezakládají na autentickém profilu, respektive ho příliš neaktualizují a nevyplňují celý. Vyplní o sobě spíše ty nejpodstatnější a nejzajímavější informace.

Nakonec, výzkum ukázal, že komunikace online při seznamování hraje klíčovou roli. Respondenti zdůraznili důležitost otevřené a upřímné komunikace při navazování nových kontaktů a rozvíjení vztahů. I přesto, že respondenti přiznali, že absenci neverbální komunikace online vnímají silně, nejvíce respondentů odpovědělo, že komunikace online a offline je pro ně obdobně náročná. Zmínili, že ale mají zkušenost s lidmi, pro které je komunikace online jednodušší a jsou více otevření online než offline.

Vzhledem k těmto zjištěním je důležité, aby online seznamky podporovaly prostředí, které posiluje upřímnost a autenticitu uživatelů. I přesto, že se s tímto online seznamky snaží pracovat a přichází stále s novými aktualizacemi, které snižují prostor pro neupřímnost, je pravděpodobné, že se online prostředí nikdy nepodaří zcela zabezpečit proti neupřímnosti. I při seznamování offline je totiž také

spoustu prostoru pro neupřímnost. Online mohou být lidé neupřímní i co se týče vzhledu, nebo celkově se vydávat za někoho jiného, ale i offline je spousta aspektů, ve kterých o sobě může být člověk neupřímný – charakter, chování, zájmy, zvyky apod. Z tohoto důvodu nelze očekávat takto silné zabezpečení online, když ho lidé nemají ani při seznamování offline.

Co se týče celkového zhodnocení mého výzkumu by se dalo říct, že byl úspěšný, ale s mnoha výhradami. Byl úspěšný v ohledu na výsledky, které byly zjištěny, korespondují s výzkumnými otázkami a přímo otázkám odpovídají. Také scénář byl postaven tak, že významnost upřímnosti se projevovala napříč všem okruhům otázek i přesto, že na upřímnost otázky nebyly mířeny, respondenti si sami uvědomovali její podstatu. Přesto, jsem rozpoznala, že během procesu sběru, kódování a analýzy dat jsou přítomny určité nedostatky, které by bylo vhodné vyřešit. Jednou z oblastí, kterou bych mohla zdokonalit, je rozšíření otázek týkajících se upřímnosti v rámci rozhovorů. Dále bych měla respondentům poskytnout více prostoru k vyjádření jejich obecného názoru na neupřímnost v online seznamování. Je očekávatelné, že jejich názor by nebyl pozitivní, ale otázka by byla, v jaké míře? A jak se jí pokouší předejít? V souvislosti s tématem hledání partnera jsem se přímo ptala respondentů, zda preferují protiklady nebo podobnosti. Tento přístup se však ukázal jako nevhodný, neboť by mohlo být vnímáno jako pokus o ovlivnění jejich odpovědi. Otázka by měla být více otevřená, aby respondenti měli prostor na svou odpověď a neměli pocit, že odpověď „něco mezi“ je nepřijatelná.

V závěru lze říct, že online seznamování je nedílnou součástí současného života mladých dospělých a otázka upřímnosti hraje klíčovou roli v tomto procesu. Doufám, že tyto výzkumné poznatky přispějí k lepšímu porozumění této problematice a poskytnou podněty pro další výzkum v oblasti online seznamování a upřímnosti v procesu online seznamování.

## Seznam literatury

Analytictech. (n.d.). *Homophily*. <http://www.analytictech.com/mgt780/topics/homophily.htm>

Anderson, M., Vogels, E.A., Turner, E. (2020) The Virtues and Downsides of Online Dating. *Pew Research Center*. [https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2020/02/PI\\_2020.02.06\\_online-dating\\_REPORT.pdf](https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2020/02/PI_2020.02.06_online-dating_REPORT.pdf)

Anderson, R. (2016, 6. října). The Ugly Truth About Online Dating. *Psychology Today*. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-mating-game/201609/the-ugly-truth-about-online-dating>

Ansari, A., Klinenberg, E. (2015). *Modern Romance*. New York: Penguin Press.

Baxter, L. A., Bullis, C. (1993). TURNING POINTS IN DEVELOPING ROMANTIC RELATIONSHIPS. *Human Communication Research*, 469–493. [https://scholar.google.com/scholar?cluster=6611455299521246314&hl=cs&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?cluster=6611455299521246314&hl=cs&as_sdt=0,5)

Becker, G.S. (1981) *A Treatise on the Family*. Harvard University Press, Cambridge.

Behavio. (2023). *Seznamování a randění v době internetu*. E-mailová komunikace, nepublikováno.

Ben-Ze'ev, A. (2004). *Love online. Emotions on the Internet*. Cambridge: University Press.

Cambridge Dictionary. (2024). *online dating*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/online-dating>

Co je to? Definice pojmu, termínu, hesla, výrazu, slova. (n.d.). *Single*. <https://cojeto.superia.cz/ruzne/single.php>

Český statistický úřad. (2022). *První sňatky podle věku ženicha a nevěsty*. <https://www.czso.cz/csu/czso/4-obyvatelstvo-71rmac5ttt>

Dante, N. (2018, 19. července). The number of people still being catfished will shock you. *Sugarcookie*. <https://sugarcookie.com/2018/07/catfishing/>

Degges-White, S. (2020, 12. února). Lies We Tell to Create False First Impressions. *Psychology Today.com*. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/lifetime-connections/202002/lies-we-tell-create-false-first-impressions>

Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Sage Journals*, 13(1). <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>

Fiore, A., Donath, J. (2005). Homophily in online dating: When do you like someone like yourself? Conference on Human Factors in Computing Systems - *Proceedings*. 1371-1374. 10.1145/1056808.1056919.

Fučík, P. (2006). Věková homogamie českých sňatků 1920-2000. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 42 (4): 719-740.

Hamplová, D., Hampl, P., Weidnerová, S., Loužek, M., Matějů, P. (2017). *Moc krásy: Pomáhá krása a atraktivita k životnímu úspěchu?* Karolinum.

Hancock, J. T., Toma, C., Ellison, N. B. (2007, 29. dubna). The truth about lying in online dating profiles. *Digital Library.org* <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1240624.1240697>

Hodgson, N. (2017, 26. ledna). *The Curious History of Dating*. Hachette UK.  
[http://books.google.ie/books?id=pU9yDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=the+curious+history+of+dating&hl=&cd=1&source=gbs\\_api](http://books.google.ie/books?id=pU9yDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=the+curious+history+of+dating&hl=&cd=1&source=gbs_api)

Hosie, R. (2017, 21. dubna). The dating app pictures that will get you the most right-swipes revealed. *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/life-style/love-sex/dating-app-hinge-pictures-most-right-swipes-men-women-love-relationships-a7694916.html>

Human, L., Biesanz, J., Parisotto, K., Dunn, E.. (2012). Your Best Self Helps Reveal Your True Self Positive Self-Presentation Leads to More Accurate Personality Impressions. *Social Psychological and Personality Science*. 3. 23-30. 10.1177/1948550611407689.

Chiluwa, I. E., Samoilenko, S. A. (2019, 28. června). *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*. IGI Global.  
[http://books.google.ie/books?id=LJGbDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Handbook+of+Research+on+Deception,+Fake+News,+and+Misinformation+Online&hl=&cd=1&source=gbs\\_api](http://books.google.ie/books?id=LJGbDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Handbook+of+Research+on+Deception,+Fake+News,+and+Misinformation+Online&hl=&cd=1&source=gbs_api)

Kalmijn, M. (1994). Assortative Mating by Cultural and Economic Occupational Status. *American Journal of Sociology*, 100(2), 422–452. <http://www.jstor.org/stable/2782075>

Kalmijn, M. (1998). Inter marriage and Homogamy: Causes, Patterns, Trends. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 395–421. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.395>

Katrňák, T. (2008). *Spříznění volbou? Homogamie a heterogamie manželských párů v České republice*. Praha: Slon.

King, C. E., Christensen, A. (1983). The relationship events scale: A Guttman scaling of progress in courtship. *Journal of Marriage and the Family*, 671-678.  
[https://scholar.google.com/scholar\\_lookup?journal=Journal+of+Marriage+and+the+Family&title=The+relationship+events+scale:+a+Guttman+scaling+of+progress+in+courtship&author=CE+King&author=A+Christensen&volume=45&publication\\_year=1983&pages=671-678&](https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=Journal+of+Marriage+and+the+Family&title=The+relationship+events+scale:+a+Guttman+scaling+of+progress+in+courtship&author=CE+King&author=A+Christensen&volume=45&publication_year=1983&pages=671-678&)

Lang, G. (2012, 1. ledna). Think Twice before You Post: The Impact of Online Self-Presentation on the Self-Concept. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2122809>

Manning, W. D., Smock, P. J. (2005). Measuring and modeling cohabitation: New perspectives from qualitative data. *Journal of marriage and family*, 67(4), 989-1002.  
[https://scholar.google.com/scholar\\_lookup?journal=Journal+of+Marriage+and+the+Family&title=M](https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=Journal+of+Marriage+and+the+Family&title=M)

[easuring+and+modeling+cohabitation:+new+perspectives+from+qualitative+data&author=WD+Manning&author=PJ+Smock&volume=67&publication\\_year=2005&pages=989-1002&](#)

Match. (n.d.). *About Match.com*. <https://www.match.com/help/aboutus.aspx>

Matthews, H. (2022, 19. července). 15 Statistics On Catfishing (And Ways To Avoid It). *DatingAdvice.com*. <https://www.datingadvice.com/online-dating/statistics-on-catfishing>

Matthews, H. (2024, 24. ledna). The History of Online Dating: A Timeline From Paper Ads to Websites. *DatingAdvice.com*. <https://www.datingadvice.com/online-dating/history-of-online-dating>

Mazáková Šetinová, M. (2023). *Seznamování přes internet. Dopad online seznamek na hledání partnera*. Praha : Nadace Nadání Josefa, Marie a Zdeňky Hlávkových.

McClain, C., Gelles-Watnick, R. (2023) From Looking for Love to Swiping the Field: Online Dating in the U.S. *Pew Research Center*. [https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2023/01/PI\\_2023.02.02\\_Online-Dating\\_FINAL.pdf](https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2023/01/PI_2023.02.02_Online-Dating_FINAL.pdf)

MorningCoach. (n.d). *Online vs. Offline Communication: Which Is Better?* <https://www.morningcoach.com/blog/online-vs-offline-communication-which-is-better>

Možný, I. (2002). *Sociologie rodiny*. Praha: Slon.

Nebeský, R. (2021, 4 září). Jak vypadaly seznamky minulosti? V inzerátech šlo o jiné věci než dnes. *Mix24.cz*. <https://www.mix24.cz/jak-vypadaly-seznamky-minulosti-v-inzeratech-slo-o-jine-veci-nez-dnes/>

Nebojte se Internetu. (n.d.). *On-line komunikace*. <https://www.nebojteseinternetu.cz/page/3416/on-line-komunikace/>

Nielsen, H. S., Svarer, M. (2009). Educational Homogamy: How Much Is Opportunities? *The Journal of Human Resources*, 44(4), 1066–1086. <http://www.jstor.org/stable/20648931>

Okdie, B. M., Guadagno, R. E., Bernieri, F. J., Geers, A. L., & McLarney-Vesotski, A. (2011). Getting to know you: Face-to-face versus online interactions. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 153–159. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.07.017>

Potarca, G. (2017). Does the internet affect assortative mating? Evidence from the U.S. and Germany. *Social Science Research*, 61, 278-297. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0049089X16303556?via%3Dihub>

Ptáček, M. (2015). Populární seznamovací aplikace Tinder spouští novou funkci „Super Like“; *CzechCrunch*. <https://cc.cz/popularni-seznamovaci-aplikace-tinder-spousti-funkci-super-like/>

Reid, E. (1998). The self and the Internet: Variations on the illusion of one self. In J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications*. Academic Press. 29–42.

ROAST. (2024, 31. ledna). *How Does Bumble Work: A Complete Overview of Features, Tips, and Tricks*. <https://roast.dating/blog/how-does-bumble-work>

Rosenfeld, M. J., Thomas, R. J. (2012). Searching for a mate: The rise of the internet as a social intermediary. *American Sociological Review*, 77(4), 523–547. <https://doi.org/10.1177/0003122412448050>

Rudder, Ch. (2010, 20. ledna). The 4 Big Myths of Profile Pictures. *OkTrends*. <https://gwern.net/doc/psychology/okcupid/the4bigmythsofprofilepictures.html>

Rudder, Ch. (2014, 9. září). *Dataclysm*. Crown. [http://books.google.ie/books?id=-xEcAAQBAJ&dq=dataclysm&hl=&cd=1&source=gbs\\_api](http://books.google.ie/books?id=-xEcAAQBAJ&dq=dataclysm&hl=&cd=1&source=gbs_api)

Rutgers Global. (2018). *Love in Any Language*. <https://global.rutgers.edu/sites/default/files/Documents/Transcripts/Episode%207%20Transcript.pdf>

Schaefer, D. R. (2012). Homophily Through Nonreciprocity: Results of an Experiment. *Social Forces*, 90 (4), 1271–1295, <https://doi.org/10.1093/sf/sos065>.

Schwartz, M. Verschik, A. (2013). *Successful Family Language Policy: Parents, Children and Educators in Interaction* (1-20). Springer.

Sosa, L. (2023, 21. listopadu). Homogamy | History, Definition & Examples. *Study.com*. <https://study.com/academy/lesson/homogamy-definition-theory-quiz.html>

Sproull, L., Kiesler, S. (1986). Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communications. *Management Science*, 32(11), 1492–1512. <http://www.jstor.org/stable/2631506>

Stănculescu, E. (2011, 1. ledna). ONLINE SELF-PRESENTATION FROM THE CYBER PSYCHOLOGY PERSPECTIVE. *ResearchGate*. [https://www.researchgate.net/publication/265982045\\_ONLINE\\_SELF-PRESENTATION\\_FROM\\_THE\\_CYBER\\_PSYCHOLOGY\\_PERSPECTIVE](https://www.researchgate.net/publication/265982045_ONLINE_SELF-PRESENTATION_FROM_THE_CYBER_PSYCHOLOGY_PERSPECTIVE)

Šmahel, D. (2002). *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton. Psychologická setkávání.

Tandon, N. (2023). 16 Fun, Flirty, & Deep Questions To Move From The Apps To An Actual Date. *Mindbodygreen*. <https://www.mindbodygreen.com/articles/questions-to-ask-on-dating-app>

Topinková, R., Šetinová, M. (2020). Věková homofilie na české online seznamce. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 56(4), 447–470. doi: 10.13060/csr.2020.014

U, W. (2023, 16. března). Unlocking the Secrets of Dating App Technology: How Matchmaking Algorithms and Features Work. *Woz U*. <https://woz-u.com/blog/unlocking-the-secrets-of-dating-app-technology-how-matchmaking-algorithms-and-features-work/>

Vágnerová, M. (2000). *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál.



Vybíral, Z. (2000, 1. ledna). *Psychologie lidské komunikace*. Portál.

Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>

Zarghooni, S. (2007). A Study of Self-Presentation in Light of Facebook. *Zenodo*.  
[https://web.archive.org/web/20240223223210/https://zenodo.org/records/10657623/files/zarghooni-2007-selfpresentation\\_on\\_facebook.pdf](https://web.archive.org/web/20240223223210/https://zenodo.org/records/10657623/files/zarghooni-2007-selfpresentation_on_facebook.pdf)