

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Studium humanitní vzdělanosti



Gender a praktiky používání online seznamovacích aplikací. Přehledová stat'

Hanna Sakalova

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Ludmila Maria Wladyniak, M.A., Ph.D.

Praha 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla jsem všechny použité zdroje a literaturu. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne

Hanna Sakalova

Poděkování:

Ráda bych poděkovala své vedoucí práce, profesorce Ludmile Marii Wladyniak, za její vedení, inspiraci a pomoc nejen po odborné, ale i morální stránce při psaní mé bakalářské práce.

Ráda bych také poděkovala své rodině za podporu a víru, kterou mi věnovala po celých 5 let mého bakalářského studia, a prostoru CAMP za skvělou kávu a studovnu, kde jsem napsala většinu své diplomové práce.

Abstract

Tato práce uvádí výzkumy zabývající se vlivem genderu na praktiky používání online seznamovacích aplikací. V dnešní době hrají digitální platformy čím dál tím větší roli v romantických a sociálních vztazích. Je proto důležité porozumět tomu, jak gender ovlivňuje všechny tyto praktiky. Tato práce má charakter přehledové studie. Na základě vybraných výzkumů publikovaných v období posledních deseti let se tento text snaží ukázat přehled dosavadních poznatků a shrnuje výsledky výzkumů v oblasti online seznamování a navazování romantických vztahů prostřednictvím online seznamovacích platform. Práce zkoumá, jak gender formuje a/nebo ovlivňuje nejen chování uživatelů, ale také jejich očekávání a zkušenosti. Například muži a ženy vykazují odlišné vzorce ve vytváření profilů, strategiích zasílání zpráv a kritériích pro výběr partnera. Studie také zdůrazňuje dopad společenských norem a genderových stereotypů na průběh online seznamování, což odhaluje, jak tyto faktory přispívají k rozdílným výsledkům v uživatelské spokojenosti a tvorbě vztahů.

Klíčová slova: gender, online seznamování, online seznamovací aplikace, sebe prezentace

Abstract

This thesis reviews research on the impact of gender on the use of online dating apps. Nowadays, digital platforms play an increasingly important role in romantic and social relationships. It is therefore important to understand how gender influences all these practices. This paper is a review study. Based on selected research published over the last ten years, the thesis seeks to show an overview of the existing knowledge and summarizes the results of research in the field of online dating and establishing romantic relationships through online dating platforms. The thesis not only examines how gender shapes and/or influences users' behaviour, but also their expectations and experiences. For example, men and women show different patterns in profile creation, messaging strategies, and partner selection criteria. The study also highlights the impact of social norms and gender stereotypes on the course of online dating, revealing how these factors contribute to different outcomes in user satisfaction and relationship formation.

Keywords: gender, online dating, online dating applications, self-representation

Obsah

1	Úvod	7
2	Proměny fenoménu párování.....	8
3	Přehled online seznamovacích aplikací.....	9
4	Genderové aspekty online seznamování	12
5	Metodologie.....	14
6	Přehled zvolených výzkumů.....	15
7	Přehledová tabulka empirických výzkumů	31
8	Závěr.....	35
	Vokabulář	37
	Bibliografie	38

1 Úvod

Dnešní komunikační prostředky procházejí neustálým vývojem, pronikají do nových oblastí lidského života a zásadně mění tradiční způsoby komunikace, společenské rituály a vzorce chování. Tento trend je dnes pozorovatelný téměř ve všech aspektech našich každodenních činností. Například nakupování potravin se postupně přesouvá do online prostředí, což má za následek stále rostoucí počet zákazníků v online supermarketech. Dokonce i tradiční kamenné prodejny umožňují pohodlné nakupování online z pohovky (“Navigating the market headwinds: The State of Grocery Retail 2022 Europe.” 2022). Pandemie koronaviru ovlivnila digitální transformaci v mnoha ohledech. Nejenže se nakupování oblečení online stalo běžnou praxí, digitální technologie pronikly i do oblasti romantických vztahů.

Podle průzkumu Pew Research Center provedeného 5.–17. července 2022 tři z deseti dospělých Američanů uvedli, že někdy použili seznamovací web nebo aplikaci. Tradiční romantické interakce procházejí proměnou. Tam, kde dříve navázání romantického vztahu spočívalo v osobním seznámení, mohou nyní prvním dojmu předcházet informace o potenciálním partnerovi uvedené na jeho profilu.

Tato práce zkoumá vyvíjející se prostředí online seznamovacích aplikací s konkrétním zaměřením na to, jak gender ovlivňuje praktiky a zkušenosti uživatelů. Studie zkoumá různé aspekty, jako jsou motivace, preference, sebeprezentace, interakce a výsledky, přičemž zdůrazňuje významné rozdíly mezi muži a ženami. Pochopením těchto genderových rozdílů si práce klade za cíl poskytnout vhled do širších souvislostí digitální transformace romantických vztahů.

Následující části textu se budou zabývat konkrétními způsoby, jimiž se muži a ženy liší v používání online seznamovacích technologií, a osvětlí jedinečné výzvy a příležitosti, kterým každé pohlaví čelí při hledání romantického spojení v digitálním věku.

2 Proměny fenoménu párování

Ve většině západních společností dnes převažuje individuální výběr partnera. To znamená, že mladí lidé si vybírají partnera či partnerku na základě romantické lásky. Z historického hlediska tomu tak nebylo vždy. Do 19. století v mnoha částech Evropy rozhodovala o sňatku buď rodina žadatelů o sňatek, nebo vesnická komunita jako skupina, takže šlo o kolektivní, nikoli individuální rozhodnutí.

Historicky mělo manželství spíše ekonomický a sociální význam než čistě romantický. Rodiny využívaly sňatky k posílení sociálních, ekonomických a politických vazeb. Výběr partnera byl tedy strategický a měl za cíl zabezpečit rodinu a její postavení ve společnosti. S postupem času a s nástupem industrializace, urbanizace a osvícenství začala romantická láska získávat na významu jako hlavní motivace pro sňatek.

Došlo však k rozhodujícímu vývoji funkce manželství a partnerství a také k vývoji různých konceptů partnerství. Dnes se již méně hovoří o smlouvě na celý život, spíše se stále častěji hovoří o partnerech v životní etapě. To znamená, že mnoho lidí nehledá partnera jen jednou, ale několikrát. Tento koncept odráží změnu v očekáváních a hodnotách spojených s partnerskými vztahy. Mnoho lidí dnes hledá partnera, který bude vyhovovat jejich aktuálním potřebám a životním cílům, což může vést ke změně partnera v průběhu života.

Nicméně hledání partnera je z různých důvodů stále složitější. Podle historiků reklamy se zvyk využívat masová média k uspořádání osobních vztahů prosadil v Anglii koncem 17. století a v polovině 18. století se stal módou i ve zbytku Evropy. Jednalo se o sňatkové inzeráty v příslušných rubrikách novin. To následně vedlo ke vzniku celé skupiny periodik, která zveřejňovala soukromé inzeráty na hledání partnera (Sampson, 1874: 476–490).

K využití technologických prostředků pro hledání partnera došlo nejprve na Harvardově univerzitě v roce 1965. Studenti Harvardu Jeff Tarr, Doug Cinsburg a David Crump přišli s inovativním řešením – využitím počítače pro párování. Jejich kolegové mohli po zaplacení příspěvku ve výši 3 dolarů vyplnit dotazník, v němž popsali sebe a své vytoužené partnery. Údaje se přenášely na děrné štítky, které pak zpracovával pětiletý počítač IBM 1401. Osobní „vzorek“ účastníka tvořilo pouze pět osob – tolik profilů porovnával dotazník každého jednotlivého účastníka. Výsledky byly vytištěny na tiskárně a poté rozeslány příjemcům (Operation Match booklet V and articles; 1965–1966). Experimentální projekt, který zahájila skupina podnikavých studentů, se ukázal jako úspěšný. Počet účastníků dosáhl sta tisíc osob.

3 Přehled online seznamovacích aplikací

Je vidět, že technologický pokrok umožňuje nové způsoby seznamování. Tak například šíření internetu umožnilo úplně novou éru seznamování, a sice seznamování online. První online seznamovací síť se objevila v roce 1995 ve Spojených státech a jmenovala se Match.com. Profily uživatelů představovaly objemné dotazníky s mnoha kolonkami k vyplnění a členství na této stránce bylo placené. Služba Match.com používala k porovnávání profilů primitivní algoritmus a v případě shody zájmů nabízela uživatelům profily ostatních uživatelů. V novém tisíciletí se na trhu online seznamek objevil významný hráč, společnost eHarmony, která funguje dodnes. Tvůrci eHarmony od samého počátku prezentovali své stránky jako místo pro seznámení nezadaných mužů a žen za účelem navázání dlouhodobých a vážných vztahů.

Online seznamování zažilo rychlý vývoj od začátku nového tisíciletí, kdy vznikly seznamky Ashley Madison, Plenty of Fish, OkCupid, Badoo, SeekingArrangement a desítky dalších podobných služeb. Konkurence na trhu začala být obrovská, firmy hledaly způsoby, jak vyniknout. Například ScientificMatch.com byla online seznamovací služba, kterou v prosinci 2007 založil Eric Holzle v Bostonu ve státě Massachusetts. Společnost používala proces skenování buněk z vnitřku úst členů na šest markerů imunity, aby jim pomohla najít vhodného partnera. Výsledky testů byly použity k přiřazení osob s doplňujícím se imunitním systémem (“ScientificMatch.com” 2007). Podobnou věcí se zabýval švýcarský startup GenePartner, založený v roce 2008. Ten se zaměřil na genetickou kompatibilitu: účastníkům bylo nabídnuto zakoupení domácího testu DNA. Zkumavky se slinami byly zaslány zpět společnosti k dekodování genomu. Po analýze systém vytvořil seznam polymorfismů (tj. mutací a dalších změn) v určitých oblastech DNA uživatele. Algoritmus tyto polymorfismy vzájemně koreloval a navrhl účastníkům ty partnery, z jejichž spojení by vzešlo nejzdravější potomstvo.

Vývoj online seznamování šel ruku v ruce s vývojem technologií. Nástup chytrých telefonů na platformách iOS a Android vedl ke přesunu seznamovacích platforem z webových stránek do chytrých telefonů. Ten byl podpořen dvěma faktory: masovým rozšířením GPS modulu a spuštěním obchodů s aplikacemi třetích stran App Store a Android Market (dnes Google Play). SKOUT se stala první sociální sítí a online seznamovací aplikací založenou na poloze (“Skout” 2007). Tím vznikla nová skupina seznamovacích platforem, a to LBRTD (Location- based real-time dating). Tak se označují online seznamovací služby, které aktualizují data v reálném čase a využívají geolokační technologie. Patří sem i aplikace

Tinder, která se trvale drží na nejvyšších příčkách, pokud jde o počet stažení uživateli systémů iOS a Android. Podle portálu Statista má v roce 2024 více než 4 403 000 stažení měsíčně.

Abychom mohli shrnout všechny druhy online seznamek, uvádíme zde výzkum Eliho J. Finkela, Paula W. Eastwicka a dalších, kteří třídí online seznamky do 14 kategorií. Jak je vidět v tabulce, seznamovacích aplikací je velké množství a jsou zaměřeny na různé typy uživatelů.

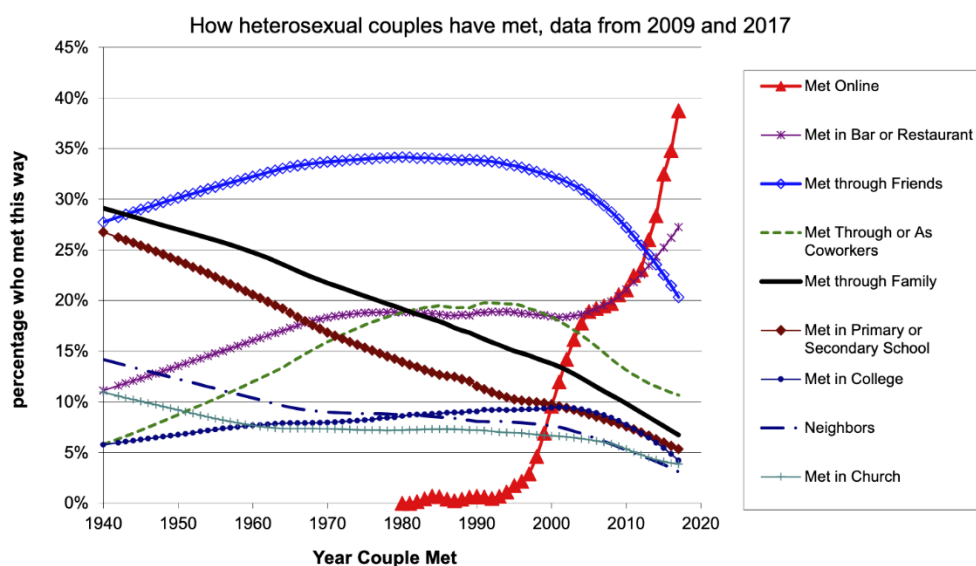
Tabulka 1 Typy amerických online seznamek a jejich charakteristické rysy

	Typ stránky	Charakteristický rys	Příklady stránek
1	Obecné stránky pro vlastní výběr	Uživatelé si prohlížejí profily široké škály partnerů.	Match, PlentyOfFish, OkCupid
2	Specializované stránky pro vlastní výběr	Uživatelé si prohlížejí profily partnerů z určité skupiny obyvatelstva.	JDate, Gay, SugarDaddie
3	Stránky zaměřené na účast rodiny/přátel	Rodina/přátelé uživatelů mohou stránky využívat k tomu, aby jim dělali prostředníka.	Kizmeet, HeartBroker
4	Stránky pro video seznamování	Uživatelé komunikují s partnery prostřednictvím webové kamery.	SpeedDate, Video dating, WooMe
5	Virtuální seznamky	Uživatelé si vytvoří avatara a jdou na virtuální rande v online prostředí.	OmniDate, Weopia, VirtualDateSpace
6	Stránky pro seznámení využívající vlastní vyjádření	Stránky využívají algoritmy k vytváření protějšků na základě údajů, které uživatelé sami uvedou.	eHarmony, Chemistry, PerfectMatch
7	Stránky pro hledání partnerů, které nepoužívají vlastní údaje	Stránky využívají algoritmy k vytváření shod na základě údajů, které nejsou uvedeny v jejich vlastních hlášeních.	GenePartner, ScientificMatch, FindYourFaceMate
8	Aplikace pro chytré telefony	Aplikace využívající GPS informují uživatele o partnerech v okolí.	Zoosk, Badoo, Grindr
9	Obecné stránky s osobní inzerčí	Uživatelé mohou inzerovat různé zboží a služby, včetně partnerů.	Craigslist, most newspaper sites
10	Sex nebo hookup stránky	Uživatelé se seznamují s partnery pro příležitostná sexuální setkání.	OnlineBootyCall, AdultFriendFinder, GetItOn
11	Infidelity sites	Uživatelé nebo partneři (nebo oba) se pokoušejí o mimomanželské vztahy.	AshleyMadison, IllicitEncounters, WaitingRoom
12	Stránky pro sjednávání	Uživatelé navrhují setkání se skupinou neznámých lidí.	Ignighter, Meetcha, GrubWithUs

	skupinových schůzek		
13	Sociální sítě	Uživatelé se mohou setkávat s přáteli přátel.	Facebook, MySpace, Friendster
14	Masivně multiplayerové online hry	Uživatelé se mohou setkávat s partnery pomocí avatarů v komplexním online prostředí.	SecondLife, TheSims, WorldOfWarcraft

Není divu, že se v Americe stalo online seznamování nejběžnějším způsobem seznamování s potenciálním partnerem. Podle výzkumu, který provedli Michael J. Rosenfeld, Thomas J. Reuben a Sonia Hausen, online seznamování překonalo po roce 2010 tradiční způsoby seznamování, jako jsou seznamování v baru nebo restauraci, seznámení přes přátele, v práci nebo ve škole. Téměř 40 % párů se seznámilo skrz online seznamovací platformy.

Graf 1. (“Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting” 2019)



4 Genderové aspekty online seznamování

Online seznamovací platformy se staly velmi populárními a miliony uživatelů po celém světě se na ně spoléhají při hledání partnerů a navazování romantických vztahů. V tom, jak muži a ženy tyto platformy používají, však existují pozoruhodné rozdíly, zejména pokud jde o jejich motivaci, preference, sebereprezentaci, navazování kontaktů a interakce.

Obě pohlaví se aktivně zapojují do online seznamovacích služeb pro hledání nových partnerů, navazují krátkodobé flirty nebo usilují o dlouhodobé vztahy. Ačkoli se statistiky používání mohou lišit podle zemí a věkových skupin, široké využívání těchto platform mužů i ženami naznačuje značný zájem o romantická spojení a interakce.

Použití evoluční teorie k vysvětlení rozdílů v chování a vnímání mezi muži a ženami je zvláště relevantní v souvislosti s randěním. Tato perspektiva, kterou Darwin původně formuloval jako teorii pohlavního výběru, zdůrazňuje význam reprodukčního úspěchu jako klíčového evolučního cíle. Muži i ženy se snaží maximalizovat svůj reprodukční úspěch, ale činí tak různými způsoby v důsledku rozdílné výše investic do rodičovství. Podle evoluční teorie mají jedinci, kteří nesou vyšší rodičovské investice do výchovy a péče o potomstvo, tendenci být při výběru partnerů selektivnější. Naopak jedinci s nižšími rodičovskými investicemi jsou méně selektivní, ale čelí větší konkurenci v přístupu k reprodukci. U mnoha živočišných druhů samice obvykle investují více do rodičovské péče, což je vede k větší vybíravosti při výběru partnera. Tato selektivita je dána potřebou samců, kteří mohou buď kompenzovat své nižší rodičovské investice, nebo k nim přímo přispívat. V důsledku toho samice při výběru partnera často upřednostňují vlastnosti, jako jsou materiální zdroje, výdělečný potenciál, sociální status, psychická podpora, ochrana, ctižádostivost a pracovitost (Buss). Muži, přestože se potýkají s nižšími rodičovskými investicemi, si také vybírají nákladné partnerky kvůli společenskému důrazu na monogamii, která ztotožňuje přístup k reprodukci s exkluzivním partnerstvím. Muži pravděpodobně upřednostňují vlastnosti, které u žen signalizují reprodukční zdatnost, jako jsou zdraví, dobré geny, fyzická atraktivita a mládí (Buss). Tyto vlastnosti jsou vnímány jako ukazatele schopnosti ženy úspěšně rodit a vychovávat potomky.

Empirické důkazy potvrzují existenci těchto evolučně podmíněných rozdílů v chování a vnímání mužů a žen v kontextu offline seznamování (Buss). Systematických důkazů týkajících se genderových rozdílů v moderním kontextu online seznamování je však málo. Rostoucí nezávislost žen a důraz na rovnost pohlaví ve vyspělých společnostech naznačují,

že tradiční rozdíly mohou být v oblasti online seznamování méně výrazné nebo mohou procházet transformací.

Souhrnně lze říci, že evoluční teorie nabízí robustní rámec pro pochopení genderových rozdílů ve výběru partnera, přičemž zdůrazňuje roli rodičovských investic a reprodukčního úspěchu. Zatímco tradiční vzorce jsou dobře zdokumentovány v offline prostředí, dopad moderních společenských změn na toto chování v kontextu online seznamování zůstává oblastí zralou pro další výzkum. Tento přehled bude zkoumat, do jaké míry se genderové rozdíly v online seznamování shodují s tradičními evolučními očekáváními nebo se od nich odchyľují, a to s ohledem na vliv současné společenské dynamiky. Ačkoli se řada studií zabývala různými aspekty online seznamovacích aplikací a zachytila řadu rozdílů mezi pohlavími, poznatky z těchto studií jsou roztržštěné a nepředstavují ucelený přehled současného výzkumu. Abychom tuto mezeru odstranili, provádíme v naší studii komplexní přehled existujících empirických výzkumů s cílem systematicky shrnout dostupné poznatky o genderových rozdílech v online seznamování.

5 Metodologie

Pro tuto bakalářskou práci jsem zvolila metodu přehledové stati. Přehledová stat' je metoda, která je vyhovující pro zpracovávání již existujících výzkumů a odborných prací. Typů přehledových studií je vícero. Jiří Mareš uvádí pět skupin podle zaměření přehledu, cíle přehledu, zvoleného přístupu, obsahu přehledu a uspořádání přehledu. Pro svou práci jsem si vybrala přehled smíšených studií. Tento typ je „shrnující přehled, který se opírá o rozsáhlejší soubor smíšených výzkumů na dané téma za zvolené časové období. Autor analyzuje jednotlivé výzkumné studie; sleduje, které kvantitativní a kvalitativní metody byly použity, jaký byl jejich vzájemný vztah a k jakým závěrům výzkumy dospěly“ (Mareš, 2013 s. 434).

Tématem této bakalářské práce je zkoumání, jakým způsobem gender formuje a ovlivňuje chování uživatelů, jejich očekávání a zkušenosti při používání online seznamovacích aplikací. Práce se zaměřuje na rozdíly mezi pohlavími při používání těchto aplikací.

Cílem práce je zpracovat a představit dosavadní poznatky týkající se genderových rozdílů při používání online seznamovacích aplikací za posledních deset let. Práce objasňuje, jak ženy a muži používají seznamovací aplikace, jaké jsou rozdíly v jejich motivaci, zkušenostech a praktikách používání.

Analyzováním těchto rozdílů se práce snaží objasnit, jak genderové faktory ovlivňují interakce a zkušenosti uživatelů online seznamovacích platforem. Tímto způsobem poskytne komplexní pohled na genderovou dynamiku v kontextu moderních digitálních technologií a sociálních interakcí.

6 Přehled zvolených výzkumů

1. Lopes, Milena & Vogel, Carl. (2019). Gender Differences in Online Dating Experiences.

Online seznamování způsobilo revoluci v tom, jak lidé navazují vztahy a příležitostná setkání. Mezi různými platformami vyniká Tinder, který výrazně ovlivnil prostředí seznamování. Výzkum, který provedli Milena R. Lopes a Carl Vogel se zabývá genderovými rozdíly ve zkušenostech online seznamování se zaměřením na aplikaci Tinder. Studie klade důraz na motivaci, zkušenosti a vnímání uživatelů a uživatelek a vrhá světlo na možné genderové předsudky v designu a uživatelském rozhraní aplikace.

Výzkum se zasazuje do širšího kontextu hookup kultury, která se vyznačuje příležitostnými sexuálními interakcemi bez závazku romantického vztahu. Předchozí studie zdůraznily, že muži mají větší pravděpodobnost, že budou mít prospěch z hookupů kvůli společenským normám a stigmatům obklopujícím příležitostný sex (s. 31), zatímco ženy často čelí jiným výzvám a očekáváním při těchto setkáních. Teoretický základ této studie zkoumá, jak se tyto genderově podmíněné zkušenosti projevují při používání online seznamovacích aplikací, jako je Tinder.

Metodologie

Studie využívá smíšený metodický přístup, který kombinuje kvalitativní a kvantitativní data získaná prostřednictvím strukturovaných rozhovorů s uživateli Tinderu. Vzorek se skládá z 54 účastníků mužského i ženského pohlaví ve věku od 20 do 52 let, kteří aspoň jednou použili Tinder pro hledání potenciálního partnera či partnerky (s. 35). Výzkum je zaměřen na explicitnější zkoumání genderové dynamiky se zřetelem na heterosexuální interakce. Sběr dat zahrnoval 16 otevřených otázek zaměřených na pochopení motivace, zkušeností a vnímání uživatelů. Odpovědi byly následně kódovány pro kvantitativní analýzu.

Motivace k používání online seznamovací aplikace Tinder

Studie odhalila výrazné rozdíly v motivacích k používání Tinderu mezi muži a ženami. Téměř polovina mužských účastníků uvedla, že aplikaci používá k hookupu, zatímco stejnou motivaci měla pouze čtvrtina účastnic. Některé další kategorie jsou specifické pro jednu nebo druhou skupinu. Například 12 % uživatelek uvedlo, že Tinder používají jako zábavu, zatímco žádný uživatel mužského pohlaví tento důvod nevedl. Kromě toho, že jako hlavní účel deklarovali seznamování, uživatelé mužského pohlaví také uvedli, že aplikaci používají ke zvýšení sebevědomí. Takto však neodpověděla žádná uživatelka (s. 38). Ženy častěji

používaly aplikaci Tinder pro navazování vztahů. Tento rozdíl poukazuje na základní genderové normy a očekávání týkající se příležitostného sexu a romantických závazků.

Zkušenosti

Zkušenosti žen na Tinderu byly často poznamenány urážlivým chováním a nedostatkem respektu. Přibližně třetina účastnic uvedla, že se setkala s urážlivým chováním, a mnoho z nich, 24 %, mělo pocit, že aplikace umožňuje příliš sexuální interakce, zatímco u mužů se to nestalo. Naproti tomu nepříjemné situace zažilo 28 % mužů, ale pouze 12 % žen. Některé odpovědi jako „prostituce“, „povrchní“, „ignorování“, „málo shod“, „vlastnosti“, „frustrace“ a „nechtěný sex“ se týkají výhradně mužských uživatelů, zatímco „urážlivé chování“, „příliš sexuální“, „pocit zranitelnosti“, „neosobní“ a „odmítnutí“ se týkají výhradně uživatelek (s. 40). Významný rozdíl mezi pohlavími se objevil ve vnímání respektu na Tinderu. Zatímco 65 % uživatelů mužského pohlaví se vždy cítilo respektováno, totéž uvedlo pouze 12 % uživatelek (s. 41). Tento rozdíl podtrhuje odlišnou sociální dynamiku a výzvy, kterým ženy v prostředí online seznávek čelí.

Závěr

Bez ohledu na omezení vzorku výzkum Lopesové a Vogela poskytuje cenné poznatky o genderových rozdílech ve zkušenostech s online seznamováním, zejména vrhá světlo na rozdíly v motivaci používání online seznamovacích platform představiteli opačných pohlaví a také upozorňuje na problémy, kterým čelí uživatelky aplikace Tinder. Identifikací těchto rozdílů a jejich základních příčin otevírá cestu k spravedlivějším a uživatelsky přívětivějším platformám pro online seznamování.

2. **Bruch, E. E., & Newman, M. E. J. (2018). Aspirational pursuit of mates in online dating markets. Science Advances, 4(8), eaap9815. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aap9815>**

Článek *Aspirativní hledání partnerů na online seznamovacích trzích* autorů Elizabeth E. Bruchové a M. E. J. Newmana (2018) publikovaný v časopise Science Advances, poskytuje komplexní analýzu chování při výběru partnera v prostředí online seznávek. Studie využívá rozsáhlá data z populární online seznamovací platformy a zkoumá, jak jednotlivci usilují o potenciální partnery, kteří jsou žádanější než oni sami, a důsledky takového aspiračního usilování. Tento přehled se zaměří na genderově specifické aspekty studie a zdůrazní klíčová zjištění týkající se toho, jak se muži a ženy liší ve svém chování a strategiích při online seznamování.

Metodologie

Studie je založena na údajích o zasílání zpráv z velké online seznamovací služby za období jednoho měsíce, které zahrnují interakce uživatelů ve čtyřech velkých amerických městech: New Yorku, Bostonu, Chicagu a Seattlu. Soubor dat obsahuje demografické informace a podrobné záznamy o zprávách uživatelů. Pro každé město byla vytvořena síť, jejíž body představují uživatele a směřované hrany představují první zprávu, která byla mezi nimi odeslána (s. 5). Žádoucnost byla měřena pomocí algoritmu založeného na PageRanku na směřované síti počátečních kontaktů (s. 5). Každému uživateli bylo přiřazeno skóre žádoucnosti na základě standardní rovnice PageRank, přičemž výpočty rychle konvergovaly na standardním stolním počítači. Tato metoda vychází z existující literatury o síťových mírách sociálního ranku a aplikuje ji na rozsáhlé populace online seznamek.

Rozdíly a podobnosti mezi pohlavími v chování při zasílání zpráv

Chování mužů: Studie zjistila, že muži častěji iniciují kontakt a posílají většinu (80 %) prvních zpráv. Muži obvykle oslovují ženy, které jsou žádanější než oni sami, přičemž průměrný rozdíl v žádanosti činí přibližně 25 % (s. 5).

Chování žen: Ženy dostávají výrazně více zpráv než muži, ale na zprávy reagují selektivně, jejich průměrná míra odpovědi je nižší než 20 %. Ženy mají také tendenci posílat zprávy mužům, kteří jsou žádanější, i když rozdíl v žádanosti je o něco menší než u mužů, v průměru kolem 23 % (s. 5).

Jak muži, tak ženy zaznamenávají nižší počet odpovědí, pokud posílají zprávy osobám, které jsou výrazně žádanější než oni sami. Pravděpodobnost obdržení odpovědi se snižuje s rostoucím rozdílem v žádanosti, což poukazuje na problémy spojené s aspiračními snahami. Navzdory nižší míře odpovědi obě pohlaví převážně kontaktují partnery, kteří jsou více žádoucí, což naznačuje rozšířený aspirační přístup při výběru partnera. Muži a ženy přizpůsobují své strategie zasílání zpráv na základě žádanosti svých potenciálních partnerů. Obě pohlaví mají tendenci psát delší zprávy žádanějším jedincům. Obsah se však liší. Ženy používají pozitivnější jazyk, když posílají zprávy žádanějším partnerům, zatímco u mužů je pozitivní jazyk méně výrazný. Úsilí vynaložené na tvorbu zpráv například delších a pozitivnějších nepřináší vždy lepší výsledky, neznamena vyšší počet odpovědí. Dokonce naopak, u mužů jsou pozitivnější zprávy spojeny s nižším počtem odpovědí, což naznačuje, že upřímnost nebo emocionální intenzita nemusejí být vždy příznivě vnímány žádanějšími partnerkami.

Žádoucí a demografické faktory

Studie také zkoumá, jak žádanost koreluje s demografickými atributy. Věk, etnický původ a úroveň vzdělání významně ovlivňují skóre žádanosti. Mladší ženy a starší muži jsou

obecně žádanější, přičemž vzdělání hraje podstatnější roli ve zvýšení žádanosti u mužů. Ženy dostávají celkově více zpráv než muži, rozložení pro obě skupiny vykazuje klasický „dlouhý chvost“ – většina lidí obdrží maximálně několik zpráv, ale malá část populace obdrží mnohem více zpráv. Nejoblíbenější osoba v našich čtyřech městech byla třicetiletá žena žijící v New Yorku, která obdržela během sledovaného období 1504 zpráv, což odpovídá jedné zprávě každých 30 minut ve dne i noci v průběhu celého měsíce (s. 1).

Genderové normy a sociální očekávání: Studie poukazuje na přetrvávající genderové normy v romantickém seznamování, kde muži jsou primárními iniciátory a ženy jsou selektivními respondenty. To odpovídá tradičnímu namlouvacímu chování, ale v digitálním kontextu.

Studie má několik omezení, prvním je kulturní kontext. Soubor dat je specifický pro USA, konkrétně pro americká velkoměsta. Zjištění se nedají aplikovat na jiné kulturní kontexty, kde se normy a chování při randění mohou lišit. Druhé omezení tkví v tom, že údaje pocházejí z období jednoho měsíce a chování se může v průběhu času vyvíjet pod vlivem změn ve společenských normách nebo funkcích platformy.

Závěr

Studie Bruchové a Newmana poskytuje podrobné zkoumání aspiračního hledání partnera v online seznamování a zdůrazňuje genderově specifické strategie a chování, které charakterizují digitální namlouvání. Díky kvantifikaci žádanosti a analýze vzorců zasílání zpráv nabízí výzkum cenné poznatky o složité dynamice online seznamovacích trhů. Genderové rozdíly a odlišné přístupy k tvorbě zpráv, jejich odesílání i k reakcím na ně zdůrazňují potřebu diferencovaného porozumění potřebám uživatelů různých pohlaví při navrhování a řízení online seznamovacích platform.

3. How gender role stereotypes affect attraction in an online dating scenario

Kelsey C. Chappetta*, Joan M. Barth

Studie se zabývá zásadní, avšak nedostatečně prozkoumanou oblastí sociologického výzkumu: vlivem stereotypů genderových rolí na romantickou přitažlivost v kontextu online seznamování. Vzhledem k rostoucímu rozšíření online seznamování tato studie nabízí aktuální pohled na to, jak se tradiční genderové role prolínají s moderními romantickými interakcemi. Studie zkoumá, jak kongruence genderových rolí a fyzická atraktivita ovlivňují romantický zájem vysokoškolských studentů používajících online seznamovací aplikace.

Metodologie

Vzorek studie tvoří 447 účastníků – 49,4 % žen a 50,6 % mužů (s. 740). Studie byla provedena online. Účastníci souhlasili a poskytli demografické údaje, aby bylo možné

porovnat profily podle pohlaví a etnického původu. Prohlíželi si čtyři seznamovací profily, které se lišily shodou genderových rolí a fyzickou atraktivitou, a hodnotili je pomocí Reysenovy škály sympatie a Campellova měřítka romantické přitažlivosti. Pořadí profilů bylo pevně stanoveno podle pohlaví, ale obrázky byly náhodné a vyvážené. Po zhlédnutí profilů účastníci odpovídali na otázku týkající se míry fyzické atraktivity.

Studie využívá experimentální metodologický přístup, k rozčlenění vlivu kongruence genderových rolí a fyzické atraktivity využívá design 2 x 2 x 2 (2 – Pohlaví účastníka: muž/žena; 2 – Pohlavní role profilu: shodná/neshodná; 2 – Atraktivita profilu: vysoká/průměrná) (s. 743). Použití mužských i ženských profilů s různou mírou atraktivity a shody s genderovými rolemi umožňuje komplexní analýzu pro účely výzkumu.

Byly testovány tři hypotézy:

Hypotéza 1 – muži i ženy budou dávat přednost atraktivním profilům před průměrnými profily, ale tento efekt bude větší u mužů než u žen.

Hypotéza 2 – muži a ženy budou dávat přednost genderově kongruentním profilům před inkongruentními.

Hypotéza 3 – zkoumala interaktivní účinky genderových rolí a fyzické atraktivity (s. 743).

Výsledky a klíčová zjištění

Hypotéza 1 byla částečně potvrzena, muži i ženy dávali přednost atraktivním profilům před průměrnými, přičemž u žen tomu bylo častěji, tudíž se potvrdil opak. V rozporu s hypotézou 2 obě pohlaví (častěji ženy) upřednostňovala profily nesouladné s genderovými rolemi. Hypotéza 3 se také nepotvrdila, nesoulad s genderovými rolemi nesnížil zájem o atraktivní profily, kongruence nezvýšila zájem o průměrné profily. Zjištění zpochybňují tradiční předpoklady o genderových rolích v romantické přitažlivosti. Na rozdíl od očekávání založených na teorii sociálních rolí muži i ženy preferovali profily neslučitelné s genderovými rolemi, což naznačuje posun ve společenských normách. Tato odchylka od očekávaných výsledků by mohla svědčit o vývoji postojů k genderovým rolím u mladších generací. Svou roli však může hrát i kontext studie online seznamování, protože tato platforma ze své podstaty umožňuje bezprostřednější hodnocení fyzické atraktivity a osobnostních rysů.

Závěr

Výsledky studie vybízejí k přehodnocení teorie sociálních rolí v kontextu současných romantických interakcí. Preference inkongruence genderových rolí naznačuje, že rigidní dodržování tradičních genderových rolí se může snižovat, a to zejména u mladší

a vzdělanější populace. Tento posun by mohl odrážet širší společenské změny směřující k genderové rovnosti a odbourávání stereotypních rolí.

4. **Tyson, Gareth & Perta, Vasile & Haddadi, Hamed & Seto, Michael. (2016). A first look at user activity on tinder. 461–466. 10.1109/ASONAM.2016.7752275.**

Tato práce podrobně zkoumá chování uživatelů populární mobilní seznamovací aplikace Tinder. Studie poukazuje na významné rozdíly v interakci mužů a žen s touto aplikací. K vyvození závěrů využívá kombinaci vybraných profilů a průzkumů mezi uživateli. Tento přehled shrnuje klíčová zjištění, metodologii a důsledky.

Studie odhalila výrazné rozdíly mezi uživateli Tinderu mužského a ženského pohlaví. Ženy mají tendenci být vysoce selektivní a rychle hromadit matchi, zatímco mužům se líbí větší počet profilů, ale dosahují menšího počtu matchu. Tato selektivita vede ke „smyčce zpětné vazby“, kdy muži jsou nuceni být méně vybíraví v naději na získání matchu, zatímco ženy jsou stále více vybíravé, protože vědí, že každý profil, který se jim líbí, pravděpodobně povede k získání matche (s. 1).

Výzkum zdůrazňuje význam charakteristik profilu, jako je počet fotografií či přítomnost životopisu. Pro muže platí, že více fotografií a dobře zpracovaný životopis výrazně zvyšují pravděpodobnost získání matchu od žen. Ženy naproti tomu dosahují vysoké míry matchu bez ohledu na tyto faktory, ale rovněž mají větší úspěch, pokud jejich profily obsahují více informací. Údaje z průzkumu ukazují i na různé záměry, které stojí za používáním Tinderu. Muži častěji vyhledávají příležitostná setkání, zatímco ženy mají tendenci hledat smysluplná spojení nebo jen procházet profily. Tento rozdíl v záměrech může přispívat k pozorovanému genderově odlišnému chování a výsledkům v aplikaci.

Pozoruhodné jsou časové vzorce aktivit uživatelů. Aktivita uživatelů Tinderu vykazuje jasné denní vzorce s vrcholy v době dojíždění do práce a večer. To naznačuje, že uživatelé se často připojují do aplikace, aby si ukrátili čas během dojíždění do práce nebo svůj volný čas.

Metodologie

Studie má za cíl odpovědět na dvě otázky: Jaký vliv má pohlaví na míru shody a zasílání zpráv u profilů na Tinderu? Jaké charakteristiky profilu jsou běžné v Tinderu a jaké charakteristiky mohou ovlivnit míru matchu a zasílání zpráv? (s. 1).

Autoři provedli měřicí kampaň a využívali vytvořené profily, které umístili v Londýně a New Yorku. Tyto profily byly použity ke sledování interakcí, jako jsou matchi a chování

při zasílání zpráv, u téměř půl milionu uživatelů (s. 1). Průzkum mezi uživateli navíc poskytl vhled do osobních motivací a strategií používání Tinderu.

Bylo vytvořeno čtrnáct profilů s různými charakteristikami, aby bylo možné testovat hypotézy o chování uživatelů. Byly použity jednoduché profily, které odrážejí charakteristiky „průměrného“ uživatele, jak je definován na základě předběžných měření. Cílem této metodiky bylo snížit počet proměnných, které by mohly potenciálně zkreslit výsledky. S ohledem na to byly profilové obrázky omezeny na jeden snímek, a to výhradně obličej a nebyly zahrnuty žádné životopisy. Snímky obličej byly použity proto, aby nebylo možno domýšlet si jakékoli další informace o uživateli (o vzdělání, příjmu apod.) např. na základě jeho oblečení či pozadí fotografie. Byly použity také výhradně obrázky představitelů europoidní rasy, aby se předešlo komplikacím, které přináší rasová homofilie (s. 3). Pro sběr dat byl použit software k automatické registraci profilů a zaznamenávání interakcí. Tento rozsáhlý sběr dat umožnil statistickou analýzu chování uživatelů.

Výsledky a klíčová zjištění

Práce potvrzuje stávající sociologické teorie o genderovém chování v romantickém kontextu. Širší strategie zalíbení mužů odpovídají teoriím o soutěživosti a diferenciaci při páření, zatímco selektivita žen odpovídá preferencím bezpečnosti a jistoty při výběru partnera. Studie vrhá světlo na to, jak digitální platformy, jako je Tinder, formují a posilují tradiční sociální chování. „Smyčka zpětné vazby“ pozorovaná v interakcích uživatelů zdůrazňuje, jak může technologie zesílit stávající sociální dynamiku, což může vést ke zvýšení genderových rozdílů ve výsledcích online seznamování. Významný vliv charakteristik profilu na úspěšnost seznamování poukazuje na důležitost sebe prezentace při digitálním seznamování, to podtrhuje roli konstrukce digitální identity v současných sociálních interakcích.

Závěr

Práce ukazuje, že mužští uživatelé mají tendenci lajkovat výrazně vyšší podíl profilů než uživatelky. Ženy však častěji zahajují konverzace, a to přesto, že mezi matchem a odesláním zprávy obvykle uběhne více času než u mužů. To naznačuje, že namísto předběžného filtrování potenciálních matchů prostřednictvím lajků, mnoho mužů lajkuje profily bez rozdílu a filtruje je až poté, co dojde k matchu. Toto chování může narušit účinnost algoritmu softwaru a způsobit frustraci. Kromě toho práce prostřednictvím kontrolovaných experimentů identifikuje specifické atributy, jako jsou životopisy a fotografie profilu, které zvyšují potenciál uživatele pro párování. Tyto informace mohou být pro uživatele Tinderu vodítkem, jak zlepšit míru online párování. Studie nabízí cenné

poznatky o dynamice online seznamování na Tinderu a poukazuje na významné rozdíly mezi pohlavími a důležitost profilových charakteristik. Přispívá k širšímu pochopení toho, jak digitální platformy ovlivňují sociální chování a interakce.

5. **Kreager, Derek A., Shannon E. Cavanagh, John Yen, and Mo Yu. “Where Have All the Good Men Gone?” Gendered Interactions in Online Dating.** *Journal of Marriage and Family* 76, no. 2 (2014): 387–410. <http://www.jstor.org/stable/24582782>.

Článek poskytuje komplexní analýzu genderového chování v kontextu online seznamování. Tato recenze zkoumá článek sociologickou optikou se zaměřením na pozorované genderové rozdíly v chování mužů a žen.

Metodologie

Studie využívá šestiměsíční data z online seznamovací platformy amerického středně velkého jihozápadního města, která zahrnují 8 259 mužů a 6 274 žen. Autoři zdůrazňují několik zásadních zjištění týkajících se genderově podmíněného chování v interakcích na online seznamkách.

Výsledky a klíčová zjištění

Muži výrazně častěji iniciují kontakt ve srovnání se ženami, přičemž poměr iniciování zpráv je 4:1 pro muže a ženy. Muži iniciátoři se obecně spojují s žádanějšími partnerkami než ti, kteří čekají, až budou kontaktováni. Naopak iniciátorky podobnou výhodu nevykazují, což naznačuje rozdílné strategické přístupy mezi pohlavími. Muži i ženy vykazují vertikální preference a zaměřují se na partnery, kteří jsou společensky žádanější než oni sami. Muži dávají přednost mladším, vyšším a méně vzdělaným ženám, zatímco ženy dávají přednost starším, vyšším mužům s vyšší úrovní vzdělání. To odráží tradiční genderové normy a společenská očekávání týkající se věku, výšky a dosaženého vzdělání. U kontaktů iniciovaných ženami je ve srovnání s kontakty iniciovanými muži pravděpodobnější, že dojde k opětování a následné komunikaci. Navzdory vyšší míře úspěšnosti posílají ženy výrazně méně zpráv než muži, což svědčí o opatrném přístupu.

Metriky společenské žádanosti ukazují, že ženy s postgraduálním vzděláním jsou hodnoceny jako méně atraktivní než jejich mužské protějšky s podobnou úrovní vzdělání, což podporuje představu dvojího metru pro úspěšné ženy.

Zjištění odhalují zakořeněné genderové normy ovlivňující chování při seznamování online. Muži mají tendenci projevovat asertivní chování tím, že častěji iniciují kontakt, což odráží společenská očekávání, že muži jsou v romantických vztazích pronásledovateli.

Opatrný přístup žen a nižší počet iniciovaných zpráv lze přičíst společenským normám, které trestají ženy za přílišnou průbojnost v romantickém kontextu.

Preference partnerů s vyšší společenskou žádaností navíc odpovídá konceptu asortativního párování, kdy jedinci vyhledávají partnery s podobnou nebo vyšší úrovní žádoucích vlastností. Studie však také zdůrazňuje přetrvávající genderové rozdíly v preferencích a výsledcích, kdy ženy čelí větším postihům za určité vlastnosti, jako je například vyšší úroveň vzdělání.

Ze sociologického hlediska mají tato zjištění několik důsledků:

Přestože online seznamovací platformy nabízejí nové možnosti navazování vztahů, stále odrážejí a posilují tradiční genderové normy. Muži a ženy dodržují společenská očekávání týkající se chování při námluvách, čímž upevňují stávající genderové role.

Penalizace žen za vyšší dosažené vzdělání a upřednostňování tradičních genderových rolí v oblasti atraktivity zdůrazňují přetrvávající dvojí standardy v oblasti romantické žádanosti. To může mít vliv na strategie sebeprezentace žen a jejich zkušenosti s online seznamováním.

Výsledky studie podporují teorii sociální výměny, která předpokládá, že se jednotlivci snaží maximalizovat své sociální odměny v romantických interakcích. Rozdíly mezi pohlavími v navazování kontaktů a preferencích naznačují odlišné strategie optimalizace žádanosti a míry opětování.

Závěr

Práce nabízí cenné poznatky o genderové dynamice online seznamování a ukazuje, jak tradiční genderové normy nadále ovlivňují moderní romantické interakce. Tato studie poskytuje základ pro další zkoumání toho, jak digitální platformy utvářejí a jsou utvářeny společenskými očekáváními ohledně genderu a vztahů.

6. Sumter, Sindy & Vandebosch, Laura & Ligtenberg, Loes. (2016). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. Telematics and Informatics. 34. 10.1016/j.tele.2016.04.009.

Tato práce zkoumá motivaci k používání Tinderu mezi dospívajícími ve věku 18–30 let v Nizozemsku. Práce je významná, protože vyplňuje mezeru v empirickém výzkumu týkajícím se důvodů, proč se tato demografická skupina zapojuje do používání Tinderu, populární seznamovací aplikace, která je často stigmatizována jako aplikace pro „balení“. S využitím teorie U&G (Uses and Gratifications) autorky identifikují a analyzují různé motivace a jejich vztah k demografickým proměnným, jako jsou věk a pohlaví, a offline důsledky těchto motivací.

Metodologie

Studie je založena na průřezovém výzkumném designu s využitím online průzkumu distribuovaného nizozemským dospívajícím. Průzkum obsahuje položky zaměřené na získání sociodemografických informací, na frekvenci používání Tinderu, offline setkání a specifické motivace pro používání Tinderu. Průzkumná faktorová analýza identifikuje šest primárních motivací: láska, příležitostný sex, snadná komunikace, potvrzení vlastní hodnoty, vzrušení ze vzrušení a trendovost.

Výsledky a klíčová zjištění

V rozporu s rozšířeným názorem, že Tinder se používá hlavně k příležitostnému sexu, studie zjistila, že motivace k lásce (hledání dlouhodobých vztahů) je silnější než motivace k příležitostnému sexu. Muži však uvádějí vyšší motivaci pro příležitostný sex než ženy, což odpovídá tradičním genderovým normám týkajícím se sexuálního chování. Tato motivace odráží upřednostňování online interakce před komunikací tváří v tvář zejména u mužů. Zajímavé je, že ti, kteří z tohoto důvodu používají Tinder, se s menší pravděpodobností setkávají se svými protějšky offline, což naznačuje závislost na aplikaci pro sociální interakci bez silného záměru přejít k setkání v reálném životě.

Uživatelé Tinderu hledají potvrzení své atraktivity a vlastní hodnoty prostřednictvím shod a interakcí v aplikaci. Tato psychosociální potřeba nevykazuje významné rozdíly mezi pohlavími, což naznačuje, že muži i ženy ve stejné míře hledají a oceňují potvrzení vlastní hodnoty ze strany Tinderu.

Vzrušení a novost spojené s používáním Tinderu jsou významnými motivacemi, přičemž muži vykazují vyšší tendenci vyhledávat vzrušení. Tyto motivace také korelují s rizikovým chováním offline, jako je například sex na jednu noc.

Studie poskytuje diferencovaný pohled na to, jak pohlaví ovlivňuje motivace k používání Tinderu. Muži častěji využívají Tinder kvůli příležitostnému sexu, snadné komunikaci a vzrušení ze vzrušení. Tato zjištění jsou v souladu s širší literaturou o genderových rozdílech v sexuálním chování a sociální interakci. Důraz na sexuální uspokojení a touhu po vzrušení u mužů poukazuje na přetrvávání tradičních genderových norem v kontextu digitálního seznamování.

Závěr

Práce *Love Me Tinder: Motivace mladých dospělých k používání seznamovací aplikace Tinder* poskytuje cenné poznatky o komplexních motivacích, které vedou k používání Tinderu mezi mladými dospělými. Tím, že studie zdůrazňuje rozdíly mezi pohlavími a mnohostrannou povahu těchto motivací, nabízí komplexnější pochopení toho, jak digitální

seznamovací aplikace zapadají do širšího prostředí vztahů a sociálních interakcí mladých dospělých. Tato práce podtrhuje potřebu pokračovat ve zkoumání chování v oblasti digitálního seznamování a jeho důsledků pro současnou romantickou a sexuální dynamiku.

7. Sharabi, Liesel & Dykstra-DeVette, Tiffany. (2018). "From First Email to First Date: Strategies for Initiating Relationships in Online Dating". *Journal of Social and Personal Relationships*. 36. 10.1177/0265407518822780.

Článek se zabývá nuancovanými strategiemi, které používají jedinci na online seznamkách k navazování vztahů. Významný aspekt této studie se zaměřuje na genderové rozdíly v těchto strategiích, což je obzvláště důležité pro oblast sociologie, která se prolíná s genderovými studii a digitální komunikací.

Metodologie

Autorky využily kvalitativní obsahovou analýzu přirozeně se vyskytujících e-mailových zpráv od 105 účastníků zapojených do online seznamování. Tento přístup zajistil ekologickou validitu tím, že zkoumal interakce v reálném světě spíše než hypotetické nebo laboratorní scénáře. Cílem studie bylo odpovědět na tři primární výzkumné otázky:

1. Jaké strategie používají lidé k navazování vztahů na online seznamkách?
2. Jaké rozdíly (pokud existují) existují ve strategiích, které muži a ženy používají k navazování vztahů na online seznamkách?
3. Jak souvisí strategie, které lidé používají k navazování vztahů na online seznamkách, s výsledkem prvního rande?

Tento přehled se zaměří na výzkumnou otázku 2 a zdůrazní rozdíly mezi pohlavími pozorované v iniciačních strategiích.

Výsledky a klíčová zjištění

Sharabiová a Dykstra-DeVetteová zakotvují svou analýzu v kontextu zavedených genderových norem, kdy se od mužů obvykle očekává, že budou v interakcích při seznamování projevovat agentní rysy (např. asertivitu) a od žen komunitní vlastnosti (např. submisivitu). Tyto tradiční normy ovlivňují chování a očekávání jak v prostředí komunikace tváří v tvář, tak v prostředí počítačem zprostředkované komunikace, jako je online seznamování.

Navzdory potenciálu počítačem zprostředkované komunikace vytvořit rovnostářštější komunikační prostředí díky absenci fyzických náznaků studie zjistila, že rozdíly mezi pohlavími přetrvávají. Muži výrazně častěji iniciovali první kontakt než ženy, přičemž 72,4 % mužů poslalo zprávu jako první ve srovnání s 19,7 % žen. Toto zjištění je v souladu s

předchozím výzkumem, který naznačuje, že muži jsou obecně aktivnější při navazování kontaktu v rámci seznamovacích scénářů.

Obsahová analýza odhalila výrazné rozdíly mezi pohlavími ve strategiích používaných k navázání vztahu:

1. Přímé a roztomile flirtující balící věty: Muži častěji používali přímé a roztomile flirtující balící věty. Přímé repliky zahrnovaly jasné vyjádření zájmu, zatímco roztomile repliky obsahovaly vtipné nebo hravé poznámky. To odpovídá tradiční roli mužů, kteří jsou při vyjadřování romantického zájmu asertivnější a přímočařejší.
2. Neobratné nabalovací fráze: Ty byly také častěji používány muži. Nevinné hlášky se vyznačují dvojsmyslností, která umožňuje věrohodné popření romantického zájmu. Tato strategie může být upřednostňována kvůli nižšímu riziku odmítnutí, které je s takovým nepřímým oslovením spojeno.
3. Zaznamenávání rozdílů: Ženy častěji používaly tuto strategii, která spočívá ve zdůrazňování rozdílů mezi nimi a jejich potenciálními partnery. To lze považovat za selektivní strategii, která ženám umožňuje účinněji vyřadit nevhodné protějšky. Vzhledem k tomu, že ženy často dostávají na seznamovacích platformách více zpráv, pomáhá tento přístup zvládat větší objem interakcí.
4. Alternativy vztahů: Tuto strategii používali jak muži, tak ženy, ale u žen byla nuancovanější. Ženy často uváděly nežádoucí minulé zkušenosti nebo nevhodné chování, se kterým se na platformě setkaly, což slouží k nastavení hranic a vyjasnění očekávání pro současné interakce.

Přetrvávající genderově podmíněné chování při online seznamování naznačuje, že tradiční genderové normy nadále formují interakce i v digitálním kontextu. Toto pozorování podporuje širší sociologické poznání, že genderové role jsou hluboce zakořeněné a odolné vůči změnám, a to i s nástupem nových komunikačních technologií.

Studie však také zaznamenala podobnosti v některých strategiích napříč pohlavími, jako je například používání taktik sebepodceňování a sebe prezentace. To naznačuje, že ačkoli jsou rozdíly mezi pohlavími výrazné, existují společné metody, které používají muži i ženy, aby se vypořádali s nejistotou při online seznamování.

Důsledky těchto zjištění jsou významné jak pro sociologickou teorii, tak pro praktické aplikace. Z teoretického hlediska studie přispívá k diskurzu o tom, jak se tradiční genderové role udržují a přizpůsobují v novém mediálním prostředí. Z praktického hlediska může pochopení této dynamiky sloužit jako podklad pro návrh seznamovacích platform, aby lépe

vyhovovaly potřebám a chování uživatelů, což může vést k úspěšnějším shodám a spokojenosti uživatelů.

Závěr

Studie Sharabiové a Dykstra-DeVetteové poskytuje cenné poznatky o genderové dynamice navazování vztahů na online seznamkách. Zdůrazněním přetrvávání tradičních genderových norem a specifických strategií používaných muži a ženami tento výzkum podtrhuje složitou souhru mezi genderem a digitální komunikací. Vzhledem k tomu, že popularita online seznamování stále roste, bude další výzkum v této oblasti zásadní pro lepší pochopení moderního navazování vztahů a vyvíjející se povahy genderových rolí v digitálním věku.

8. Cristina Sechi, Laura Vismara Gender differences in the relationship between attachment styles, self-esteem and online deception: A mediation model

Článek zkoumá složité vztahy mezi styly připoutání, sebeúctou a sklonem k online podvádění v romantickém kontextu. Zaměřením se na tyto proměnné si studie klade za cíl objasnit základní psychologické mechanismy, které podněcují podvodné chování při online seznamování, přičemž zdůrazňuje zprostředkující roli sebeúcty a moderující vliv pohlaví.

Metodologie

Studie využívá průřezový design s 272 italskými účastníky, přičemž využívá ověřená opatření pro styly připoutání (Revised Adult Attachment Scale), sebeúctu (Rosenberg Self-Esteem Scale) a online klamání (Modified Online Deception and Intimacy scale).

Výsledky a klíčová zjištění

Výsledky ukazují na významné rozdíly mezi pohlavími ve stylech připoutání a sebeúctě, nikoli však v online klamání. Konkrétně ženy vykazují vyšší úroveň úzkostné vazby, zatímco muži vykazují vyšší sebeúctu.

Studie ukazuje, že ženy ve srovnání s muži častěji vykazují úzkostné styly připoutání. Toto zjištění je v souladu s dřívější literaturou, která naznačuje, že ženy jsou citlivější na vztahové úzkosti v důsledku sociálních a evolučních tlaků, které kladou důraz na vztahové vazby a jejich udržování. Úzkostnou vazbu u žen lze přičíst zvýšené potřebě ujištění a strachu z opuštění, což může pramenit ze socializačních vzorců, které zdůrazňují vztahovou vzájemnou závislost.

Muži ve studii uváděli vyšší úroveň sebeúcty než ženy. Tento rozdíl může být ovlivněn společenskými normami a očekáváními, které mají na muže a ženy rozdílný vliv. Například muži jsou často socializováni k asertivitě a samostatnosti, což jsou vlastnosti, které pozitivně korelují se sebeúctou. Naopak ženy mohou zažívat větší společenskou kontrolu, pokud jde o fyzický vzhled a společenské role, což může podkopávat jejich sebeúctu.

Zajímavé je, že studie nezjistila žádné významné rozdíly mezi pohlavími v náchylnosti k online podvodům. Toto zjištění zpochybňuje některé předchozí výzkumy, které naznačovaly, že muži se častěji zapojují do podvodných praktik na internetu. Absence významných rozdílů mezi pohlavími v této studii by mohla být způsobena nuancovanou povahou online interakcí, kde muži i ženy mohou nacházet stejné příležitosti a motivace k tomu, aby se prezentovali klamavě a dosáhli tak požadovaných vztahových výsledků.

Mediační analýza ukazuje, že sebeúcta významně zprostředkovává vztah mezi styly připoutání a online klamáním. Konkrétně nízká sebeúcta, která je častější u osob s úzkostnou vazbou, zvyšuje pravděpodobnost online podvodu. Toto zjištění podtrhuje klíčovou roli sebeúcty při utváření online chování. Jedinci s nízkým sebevědomím se mohou uchýlit ke klamání jako k mechanismu zvládnání, aby prezentovali příznivější sebeobraz a zmírnili obavy z odmítnutí a nesouhlasu.

Ačkoli se studie primárně zaměřuje na úzkostnou vazbu, bere v úvahu také roli blízkosti a závislosti. Blízkost spojená s bezpečnou vazbou pozitivně koreluje se sebehodnocením, které následně snižuje sklon k online podvodům. Závislost však vykazuje slabší souvislost, což naznačuje, že potřeba spoléhat se na druhé nemusí nutně vést k podvodnému chování na internetu.

Metodologické úvahy

Charakter studijního vzorku (převážně italská vysokoškolská studenta) může omezovat zobecnitelnost zjištění. Kulturní faktory hrají ve stylech připoutání a sebeúctě významnou roli a chování pozorované v této kohortě se tak může lišit od chování v jiných kulturních nebo věkových skupinách. Budoucí studie by se měly zaměřit na rozmanitější vzorky, aby se zvýšila vnější platnost zjištění.

Průřezový charakter studie omezuje kauzální závěry. Longitudinální design by poskytl jasnější obraz o tom, jak styly připoutání a sebeúcta v průběhu času ovlivňují online podvody. Longitudinální údaje by navíc mohly pomoci pochopit potenciální obousměrné vlivy mezi těmito proměnnými.

Zjištění naznačují, že intervence zaměřené na posílení sebeúcty by mohly být účinné při snižování podvodného chování při online seznamování. Programy, které se zaměřují na budování sebeúcty a podporu bezpečných stylů připoutání, by mohly jednotlivcům pomoci zapojit se do online interakcí autentičtěji.

Vzhledem k rozdílům mezi pohlavími ve stylech připoutání a sebeúctě by mohly být účinnější přístupy přizpůsobené specifickým potřebám a problémům, kterým čelí muži

a ženy. Například intervence pro ženy by se mohly více zaměřit na zvládnání vztahových úzkostí a společenského tlaku souvisejícího se vzhledem a sebeúctou.

Závěr

Tato studie přináší cenné poznatky o psychologických základech online podvodů a zdůrazňuje rozhodující roli stylů připoutání a sebeúcty. Odhalením významných rozdílů mezi pohlavími a prokázáním zprostředkujícího vlivu sebeúcty výzkum prohlubuje naše chápání toho, jak jednotlivci navigují sebezprezentaci v kontextu online seznamování. Budoucí výzkum by měl vycházet z těchto zjištění a vyvinout diferencovanější a kulturně citlivější modely, které by dokázaly lépe předvídat a zmírňovat klamavé chování na internetu.

9. Do women and men click differently? Mobile devices mitigate gender differences in online dating Lior Fink *, Naama Ilany-Tzur, Hadar Yam, Svetlana Sokhina

Článek zkoumá, jak jsou rozdíly mezi pohlavími v hodnocení atraktivity ovlivněny zařazením verbálních informací vedle informací vizuálních do profilů na online seznamkách. Dále zkoumá, jak jsou tyto rozdíly ovlivněny používáním mobilních zařízení ve srovnání s osobními počítači (PC). Tento přehled hodnotí metodologii studie, její zjištění, teoretický přínos a důsledky se zaměřením na genderové rozdíly v kontextu sociologie.

Metodologie

Studie využívá online experiment zahrnující 172 účastníků rekrutovaných z Amazon Mechanical Turk (MTurk). Účastníci byli požádáni, aby posoudili atraktivitu profilů na online seznamkách pomocí mobilního zařízení nebo počítače. Profily byly manipulovány tak, aby obsahovaly buď pouze vizuální informace (fotografie), nebo vizuální i verbální informace (fotografie a textové popisy). Klíčovými analyzovanými proměnnými byly pohlaví uživatele, pohlaví profilu, zahrnutí verbálních informací a použité zařízení.

Experimentální design účinně řeší potenciální matoucí faktory náhodným rozdělením účastníků do podmínek a kontrolou různých individuálních proměnných a proměnných prostředí. Použití služby MTurk zajišťuje různorodý vzorek, i když nemusí dokonale reprezentovat obecnou populaci lidí, kteří používají online seznamovací aplikace. Rozhodnutí použít řízený experiment zvyšuje vnitřní validitu, což umožňuje jasné kauzální závěry o vlivu typu zařízení a prezentace informací na hodnocení atraktivity.

Výsledky a klíčová zjištění

Studie odhalila významné rozdíly mezi pohlavími v tom, jak verbální informace ovlivňují hodnocení atraktivity. Hodnocení atraktivity u žen se po zahrnutí slovních popisů

zvyšuje, zatímco u mužů se snižuje. Tento vzorec odpovídá modelu selektivity, který předpokládá, že ženy se zapojují do komplexnějšího zpracování informací než muži. Tyto rozdíly mezi pohlavími se však zmírňují, když účastníci používají mobilní zařízení místo osobních počítačů. Menší obrazovky a vyšší kognitivní zátěž spojená s mobilními zařízeními snižují význam slovních informací, což vede muže i ženy k tomu, že se více spoléhají na vizuální podněty.

Tento výzkum je podstatným příspěvkem k literatuře o online seznamování, genderových rozdílech a používání mobilních zařízení. Integrací modelu selektivity s teoriemi online chování a používání mobilních zařízení autoři poskytují diferencované pochopení toho, jak mohou charakteristiky zařízení ovlivňovat zpracování informací a rozhodování. Zjištění podporují hypotézu, že ženy jsou více ovlivněny verbálními informacemi v online profilech než muži, což je v souladu s tvrzením modelu selektivity, že ženy mají tendenci zpracovávat informace komplexněji.

Studie také rozšiřuje literaturu o používání mobilních zařízení tím, že ukazuje, že mobilní zařízení mohou zmírnit rozdíly mezi pohlavími ve zpracování informací. Tento poznatek je cenný vzhledem k rostoucí prevalenci používání mobilních zařízení pro online aktivity. Výsledky naznačují, že kognitivní omezení kladená mobilními zařízeními mohou vyrovnávat podmínky mezi pohlavími v kontextech, kde je vyžadováno podrobné zpracování informací.

Závěr

Studie *Kliknou ženy a muži jinak? Mobilní zařízení zmírňují rozdíly mezi pohlavími v online seznamování* nabízí významné poznatky o vzájemném působení pohlaví, zpracování informací a používání zařízení v kontextu online seznamování. Tím, že výzkum prokázal, že mobilní zařízení mohou zmírnit genderové rozdíly v hodnocení atraktivity, poukazuje na složité způsoby, jakými technologie formují lidské chování. Tato zjištění mají důležité důsledky jak pro teoretické porozumění, tak pro praktické aplikace při navrhování a používání platforem pro online seznamování.

7 Přehledová tabulka empirických výzkumů

Řadové číslo	Autor a rok vydání práce	Použitá metodologie výzkumu	Hlavní zjištění/nálezy
1.	Lopes, Milena & Vogel, Carl. (2019). Gender Differences in Online Dating Experiences.	Kombinace kvalitativních a kvantitativních dat získaná prostřednictvím strukturovaných rozhovorů s uživateli Tinderu.	Studie odhalila výrazné rozdíly v motivacích k používání Tinderu mezi muži a ženami. Téměř polovina mužských účastníků uvedla, že aplikaci používá k seznamování, zatímco stejnou motivaci měla pouze čtvrtina účastnic. Ženy častěji používaly aplikaci Tinder pro sociální interakci a navazování vztahů. Tento rozdíl poukazuje na základní genderové normy a očekávání týkající se příležitostného sexu a romantických závazků.
2.	Bruch, E. E., & Newman, M. E. J. (2018). Aspirational pursuit of mates in online dating markets.	Kvalitativní výzkum. Pro měření žádanosti byl použit algoritmus založený na PageRanku.	Muži iniciují kontakt častěji než ženy, posílají přibližně 80 % prvních zpráv. Ženy dostávají výrazně více zpráv než muži, ale reagují selektivně. Obě pohlaví mají tendenci oslovovat uživatele, kteří jsou žádanější než oni sami, ale zaznamenávají nižší počet odpovědí.
3.	Kelsey C. Chappetta, Joan M. Barth,	Experiment. Pro výzkum byla použita Reysenova škála	Zjištění zpochybňují tradiční předpoklady o genderových rolích v romantické přitažlivosti.

	How gender role stereotypes affect attraction in an online dating scenario.	sympatie a Campbellovo měřítko romantické přitažlivosti. Studie využívá experimentální design 2 x 2 x 2 k rozčlenění vlivu kongruence genderových rolí a fyzické atraktivity.	Na rozdíl od očekávání založených na teorii sociálních rolí muži i ženy preferovali profily neslučitelné s genderovými rolemi, což naznačuje posun ve společenských normách. Tato odchylka od očekávaných výsledků by mohla svědčit o vývoji postojů k genderovým rolím u mladších generací.
4.	Tyson, G., Perta, V. C., Haddadi, H., & Seto, M. C. (2016). A first look at user activity on Tinder. 461–466. https://doi.org/10.5555/3192424.3192510	Kvantitativní analýza. Experiment.	Práce ukazuje, že mužští uživatelé mají tendenci lajkovat výrazně vyšší podíl profilů než uživatelky. Ženy však častěji zahajují konverzace, a to i přesto, že mezi matchem a odesláním zprávy obvykle uběhne více času než u mužů. To naznačuje, že namísto předběžného filtrování potenciálních matchu prostřednictvím lajků mnoho mužů lajkuje profily bez rozdílu a filtruje je až poté, co dojde k matchu.
5.	Kreager, Derek A., Shannon E. Cavanagh, John Yen, and Mo Yu. “‘Where Have All the Good Men Gone?’ Gendered	Kvantitativní analýza.	Výsledky studie podporují teorii sociální výměny, která předpokládá, že se jednotlivci snaží maximalizovat své sociální odměny v romantických interakcích. Rozdíly mezi pohlavími v navazování

	Interactions in Online Dating.”		kontaktů a preferencích naznačují odlišné strategie optimalizace žádosti a míry opětování.
6.	Sumter, Sindy & Vandebosch, Laura & Ligtenberg, Loes. (2016). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder.	Kvantitativní výzkum. Průřezový design s využitím online průzkumu distribuovaného nizozemským dospívajícím.	Muži častěji využívají Tinder kvůli příležitostnému sexu, snadné komunikaci a vzrušení ze vzrušení. Tato zjištění jsou v souladu s širší literaturou o genderových rozdílech v sexuálním chování a sociální interakci. Důraz na sexuální uspokojení a touhu po vzrušení u mužů poukazuje na přetrvávání tradičních genderových norem v kontextu digitálního seznamování.
7.	Sharabi, Liesel & Dykstra-DeVette, Tiffany. (2018). "From First Email to First Date: Strategies for Initiating Relationships in Online Dating". Journal of Social and Personal Relationships. 36. 10.1177/0265407518822780.	Kvalitativní obsahová analýza.	Přetrvávající genderově podmíněné chování při online seznamování naznačuje, že tradiční genderové normy nadále formují interakce i v digitálním kontextu.

8.	Cristina Sechi, Laura Vismara, Gender differences in the relationship between attachment styles, self-esteem and online deception: A mediation model, Journal of Affective Disorders Reports, Volume 14, 2023, 100681, ISSN 2666- 9153, https://doi.org/10.1016/j.jadr.2023.100681 .	Kvantitativní výzkum. Průřezový design.	Tato studie přináší cenné poznatky o psychologických základech online podvodů a zdůrazňuje rozhodující roli stylů připoutání a sebeúcty. Odhalením významných rozdílů mezi pohlavími a prokázáním zprostředkujícího vlivu sebeúcty výzkum prohlubuje naše chápání toho, jak jednotlivci navigují sebezprezentaci v kontextu online seznamování.
9.	Do women and men click differently? Mobile devices mitigate gender differences in online dating Lior Fink, Naama Ilany-Tzur, Hadar Yam, Svetlana Sokhina	Experiment.	Studie odhalila významné rozdíly mezi pohlavími v tom, jak verbální informace ovlivňují hodnocení atraktivity. Hodnocení atraktivity u žen se po zahrnutí slovních popisů zvyšuje, zatímco u mužů se snižuje. Ženy jsou více ovlivněny verbálními informacemi v online profilech než muži, což je v souladu s tvrzením modelu selektivity, že ženy mají tendenci zpracovávat informace komplexněji.

8 Závěr

V závěru této přehledové studie jsme schopni shrnout několik důležitých poznatků týkajících se vlivu genderu na to, jak lidé používají online seznamovací aplikace. Podle analýzy je patrné, že gender má významnou roli ve formování chování, očekávání a zkušeností uživatelů těchto platforem.

Hlavní zjištění

1. Rozdíly v motivaci a chování: Výzkumy naznačují, že motivace mužů a žen k používání online seznamovacích aplikací se liší. Muži čím dál tím více používají tyto platformy k hledání příležitostného sexu a zlepšení své sebeúcty, zatímco ženy si častěji vybírají dlouhodobé partnerství a sociální interakce. Tato disproporce je důsledkem tradičně podaných genderových představ a očekávání ohledně sexuálních a romantických vztahů.
2. Sebe prezentace a interakce: Mezi muži a ženami existují také rozdíly v tom, jak prezentují sami sebe, a ve strategiích interakcí. Muži často tvoří přímé a občas neohrabané věty, zatímco ženy se častěji zaměřují na zdůrazňování svých rozdílů a stanovení hranic s cílem vyhnout se nepřiměřeným partnerům.
3. Dopad sociálních norem a stereotypů: Průzkumy naznačují, že online seznamování je silně ovlivňováno společenskými normami a genderovými stereotypy. Jedním z příkladů je to, že ženy mnohdy musí čelit většímu množství sociální kontroly a trestu za dosažení vysokoškolského vzdělávání. To pak ovlivňuje jejich sebehodnocení i chování během online seznamování.
4. Aspirační chování: Muži i ženy mají tendenci oslovovat partnery, kteří jsou atraktivnější než oni samotní, avšak ženy jsou selektivnější v odpovědích. Často se stává, že aspirující přístup vede k nižšímu množství odpovědí, což odhaluje obtíže spojené s hledáním partnerů na online platformách.
5. Technologický vliv: Podle výzkumů se také zdá, že používání mobilních zařízení může pomoci snižovat rozdíly mezi muži a ženami při zpracování informací. Mobilní zařízení mají větší vliv na uživatele pomocí vizuálních podnětů než prostřednictvím verbálních informací. To může přispět k vyrovnání genderových rozdílů ve hodnocení atraktivity potenciálních partnerů.

Doporučení pro budoucí výzkum a praxi

Je důležité pokračovat v analýze rozdílů mezi pohlavími v kontextu online seznamování a dalšího výzkumu, zejména s ohledem na kulturní a sociální faktory, které

mohou ovlivňovat chování uživatelů. Pro lepší pochopení dynamiky a vývoje těchto rozdílů by měly budoucí studie zahrnovat širší vzorky a dlouhodobé plánování.

V praxi je důležité, aby poskytovatelé online seznamovacích služeb věnovali pozornost genderovým dynamikám a upravili design a funkce platforem tak, aby podporovaly prostředí spravedlivého a uživatelsky přívětivější prostředí pro všechny uživatele. Intervenční strategie zaměřené na posílení sebeúcty a zlepšení sebe prezentace může být důležitým faktorem při hledání partnerů online, snižování množství negativních zkušeností a vylepšování úspěšnosti.

Tato práce se zaměřuje na genderové rozdíly v online seznamování a nabízí cenné poznatky pro budoucí výzkum a praxi ve společenských vztazích a digitálním světě. Pro dosažení pozitivnější uživatelské zkušenosti a vybudování romantických vztahů v digitálním věku je nezbytné těmto rozdílům porozumět.

Vokabulář

Location-based real-time dating (LBRTD) aplikace – mobilní aplikace, která je založena na porovnávání osob, jež se ve stejné chvíli nacházejí na stejném místě.

Hookup – je definován jako příležitostná sexuální interakce (která může, ale nemusí zahrnovat pohlavní styk) bez exkluzivity a závazku romantického vztahu (Armstrong, England, 2010).

Match – je definován jako shoda mezi dvěma uživateli Tinderu.

Bibliografie

- Anderson, M., E. A. Vogels, and E. Turner, 2020. "The Virtues and Downsides of Online Dating". *Pew Research Center*, February 6, 2020. <https://www.pewresearch.org/internet/2020/02/06/the-virtues-and-downsides-of-online-dating/>.
- Armstrong, E. A., England, P., and A. C. K. Fogarty. 2010. "Orgasm in college hookups and relationships". In *Families as they really are*, edited by B. Risman, 362–377. New York: W.W. Norton.
- Bogle, K. A. 2008. *Hooking up: Sex, dating, and relationships on campus*. New York: NYU Press
- Buss, D. M. 1989. "Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures." *Behavioral and Brain Sciences* 12, no. 1: 1–49.
- Ceci, L. 2024. "Most popular dating apps worldwide in February 2024, by number of monthly downloads." *Statista*, March 4, 2024. <https://www.statista.com/statistics/1200234/most-popular-dating-apps-worldwide-by-number-of-downloads/>
- Darwin, C. 1871. *The descent of man and selection in relation to sex*. London: J. Murray.
- David, G., and C. Cambre. 2016. Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society* 2, no. 2: 1–11.
- Delberghe, C., R. Herbert, F. Laizet, D. Läubli, J. A. Nyssens, B. Rastrollo, R. Vallöf, and T. Wachinger, eds. 2022. *The State of Grocery Retail 2022*. Illinois: McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20grocery%20europe%202022/navigating-the-market-headwinds-the-state-of-grocery-retail-2022-europe.pdf>
- Duguay, S. 2016. "Dressing Up Cinderella: Interrogating Authenticity Claims on the Mobile Dating App Tinder." *Information, Communication & Society* 20, no. 3: 351–367.
- Ellison, N., R. Heino, J. Gibbs. 2006. "Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment." *Journal of Computer-Mediated Communication* 11, no. 2: 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>.
- Finkel, E. J., P. W. Eastwick, B. R. Karney, H. T. Reis, and S. Sprecher. 2012. "Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science." *Psychological Science in the Public Interest* 13, no. 1: 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>.

- Genepartner. n.d. “The Science behind Genepartner.” Accessed December 1, 2015. <https://www.genepartner.com/index.php/science>.
- Rosenfeld, M. J., R. J. Thomas, and S. Hausen. 2019. “Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting.” *Proceedings of the National Academy of Sciences* 116, no. 36: 17753–17758. <https://doi.org/10.1073/pnas.1908630116>.
- Sampson, H. 1874. *History of Advertising From The Earliest Times*. London: Chatto and Windus.
- Sharabi, L. L., and J. P. Caughlin. 2017. “The Role of Friends in Online Dating.” *Journal of Social and Personal Relationships* 34, no. 6: 824–843.
- Smith, A., and M. Duggan. 2013. “Online Dating & Relationships“. *Pew Research Center*, October 21, 2013. <https://www.pewresearch.org/internet/2013/10/21/online-dating-relationships-2/>
- Tarr, J., D. Ginsburg, and D. Crump. 1966. *Operation Match*. Cambridge: Compatibility Research. <https://archive.computerhistory.org/resources/access/text/2020/12/102797880-05-01-acc.pdf>
- Wade, L. 2017. *American hookup: The new culture of sex on campus*. New York: W.W. Norton.
- “Skout.” 2007. Skout. <https://www.skout.com>.
- “ScientificMatch.com.” 2007. ScientificMatch.com. <https://web.archive.org/web/20110320034846/http://www.scientificmatch.com/aboutus.htm>.
- “Navigating the market headwinds: The State of Grocery Retail 2022 Europe..” 2022. <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20grocery%20europe%202022/navigating-the-market-headwinds-the-state-of-grocery-retail-2022-europe.pdf>.