

## INTIMITATEA MEDIATĂ DIGITAL: prezentări ale sinelui și decizii romantice. Un profil sociologic al Tinder.

OANA RUXANDRA CONSTANTIN, promoția 2019

**ABSTRACT** Cercetarea de față nuancează înțelegerea sociologică a comportamentelor romantice ale utilizatorilor Tinder. Am folosit ancheta sociologică pe bază de interviu și am urmărit să descopăr: Care sunt tipurile de prezentare a sinelui prin profilul de Tinder? Cum structurează respondenții deciziile romantice, prin formularea scopurilor și prin strategiile de răspuns folosite? În urma celor 12 interviuri cu 6 bărbați și 6 femei, cu vârste între 21 și 24 ani, care au folosit aplicația Tinder în București, am identificat o serie de strategii personale. Pornind de la teoria lui Goffman (2007), am identificat două strategii de prezentare a sinelui: profilul detaliat și profilul rudimentar. Pentru a analiza decizia romantică m-am raportat la distincția „satisfăcător” - „maximizator” inspirată de teoria lui Simon (1955). Am identificat strategia epuizării like-urilor în cazul satisfăcătorilor și strategia maximizării șanselor prin mesaje creative. Am definit dragostea mediată digital drept o dragoste lichidă, în termenii lui Bauman (2003). Astfel, surprind trei strategii orientate temporal: consolidarea dragostei lichide, re-lichifierea și serializarea prin experimentare. Intimitatea mediată digital trece prin mai multe stadii online până să se materializeze offline sub forma întâlnirilor față-în-față.

Cuvinte cheie: *Tinder, întâlniri online, prezentarea sinelui, validare, decizie romantică, dragoste lichidă.*

## INTRODUCERE

Aplicația Tinder este un spațiu social digital care mediază interacțiunea și întâlnirile dintre oameni. Tinder se diferențiază de alte aplicații de întâlniri romantice și sexuale (*online dating*)<sup>1</sup>, fiind **modelată sub forma jocului**. Pe Tinder, vulnerabilitatea specifică expunerii pe o piață matrimonială se diminuează considerabil – te prezinți altora fix așa cum îți dorești să fii perceput, și începi să selectezi prin *swipe* potențialii parteneri. **Validarea socială** vine prin potrivirile reciproce – en. *match-uri* pe care utilizatorul reușește să le aibă. Acestea sunt dovada palpabilă a faptului că este plăcut de cei de care este la rândul său interesat. Conform site-ului oficial, prezentă în peste 190 de țări, aplicația Tinder descrisă în cifre înseamnă 1,6 miliarde *swipe-uri* pe zi, 1 milion de întâlniri pe săptămână și 20 miliarde *match-uri* totale.

Tinder a fost lansat în 2012, iar scopul creatorilor a fost „să ofere o experiență de online dating care să fie diferită de toate celelalte.” (Aziz și Klinenberg, 2016: p. 134) Ceea ce a diferențiat inițial Tinder de site-urile de matrimoniale sau de online dating este faptul că dispune de o **interfață mult simplificată**, inducând experiența jocului: „miza era scăzută, ușor de utilizat și, dacă jucai bine jocul, puteai să agăți pe cineva în doar câteva ore – opusul unei căutări obositoare.” (Aziz și Klinenberg, 2016: p. 134)

Tinder nu este doar un mediator al dragostei moderne, ci reprezintă deopotrivă un **spațiu al interacțiunii sociale** în care se pot materializa relații de orice fel. Așa cum spune Mateen, unul din fondatori: „Nu am intenționat niciodată să fie o platformă de dating. Este o platformă pentru descoperire socială, care facilitează cunoașterea dintre doi oameni.” (Dredge, 2014) Chiar dacă scopul utilizatorului este găsirea unui partener intim, procesul nu presupune rigoarea unei căutări sistematice și nici o implicare emoțională crescută. Așa cum declara Rad, unul din fondatori pentru *Time*, „Nimeni nu intră pe Tinder ca să găsească pe cineva.” (Stamper, 2014)

### Cum funcționează Tinder

Caracteristica jocului se relevă în modul de funcționare al aplicației: după descărcarea și instalarea acesteia pe telefonul mobil, utilizatorul folosește datele din contul de Facebook pentru a își face un profil personal. Sunt importate automat date precum prenumele, vârsta și genul. Ulterior, acesta își poate importa fotografiile direct din contul de Facebook sau își poate alege altele din galeria telefonului. Celelalte detalii pe care le poate adăuga sunt locul de muncă, școala/universitatea. **Personalizarea profilului este relativ rudimentară** și diferită de alte aplicații sau site-uri de online dating, unde utilizatorul introduce criterii mai specifice ale preferințelor, care să îi furnizeze potențiali parteneri. În cazul Tinder, personalizarea profilului se reduce la alegerea fotografiilor și la posibilitatea adăugării unei descrieri. Utilizatorul poate alege maxim 6 fotografii<sup>2</sup> care să-i releve sinele în fața celorlalți.

Tinder este o **location based dating app**, adică funcționează pe baza locației utilizatorului, acestuia fiindu-i prezentați potențiali parteneri din proximitatea sa. Jocul începe

<sup>1</sup> Am ales adesea păstrarea numeroaselor expresii și cuvinte din limba engleză pe care utilizatorii români de Tinder le-au preluat ca atare, fără să fie traduse, precum „online dating”, „match” sau „swipe”. Sper ca astfel lucrarea să fie ușor de înțeles pentru un public mai larg și să păstreze atmosfera de comunicare specifică comunității utilizatorilor.

<sup>2</sup> Acest aspect a fost modificat ulterior, iar noua versiune actualizată permite 9 fotografii.

imediat, utilizatorului fiindu-i afișate profilurile altora prezenți pe o rază de la 2 la 161 de km, aspect ales de utilizator. Acesta poate alege vârsta persoanelor de care este interesat din intervalul 18 – 55+ ani. Manifestarea interesului pentru un alt utilizator se face prin *swipe right*, iar dezinteresul și continuarea căutării prin *swipe left*. Tinder presupune o **atracție mutuală între utilizatori: like-urile reciproce conduc la match** și la deschiderea chat-ului. Acest aspect înlătură din incertitudinea specifică relațiilor moderne. **Match-ul oferă validare fiind o dovadă a reciprocității interesului.**

### Obiectivul și întrebările cercetării

**Obiectivul** cercetării este identificarea tipurilor de strategii de prezentare a sinelui și de decizii romantice prin care utilizatorii navighează spațiul social al aplicației. Voi urmări de asemenea modul în care se organizează discursul utilizatorilor asupra scopurilor inițiale care i-au determinat să folosească aplicația. Consider că atât modul de funcționare al aplicației, cât și ceea ce își doresc utilizatorii să obțină prin Tinder modelează procesul de luare a deciziilor și selecția partenerilor potențiali. Mă aștept ca persoanele care folosesc Tinder în scopul întemeierii unei relații de durată să aibă un comportament diferit de utilizatorii care se angajează în jocul social propus de aplicație din alt tip de motive, precum experimentarea. Îmi propun să analizez **cum se realizează selecția și care sunt strategiile personale.**

**Întrebările de cercetare** la care îmi propun să răspund prin cercetarea de față sunt:

- Care sunt tipurile de **prezentare a sinelui** prin profilul de Tinder?
- Cum structurează respondenții **deciziile** romantice, prin formularea scopurilor și prin **strategiile** de răspuns folosite?

Personal, am ales această temă de cercetare în urma experienței proprii a utilizării aplicației Tinder, și mai ales, deoarece am observat că are o **relevanță** foarte mare pentru tinerii cu care interacționez. Aceștia sunt familiari cu aplicația și o au adesea instalată pe propriul telefon. Cred că studierea relațiilor dintre prezentarea sinelui, scopurile utilizării și strategiile utilizării reprezintă un prim pas în înțelegerea schimbărilor recente din dragostea modernă și fluidă. **Consider că tema de cercetare este relevantă pentru noțiunea de dragoste modernă.** Tinder nu este doar o altă variantă a serviciilor matrimoniale, ci este organizată ca un joc social în care indivizii se angajează pentru descoperirea unor noi experiențe și persoane.

## CADRUL TEORETIC

### Concepte

**Prezentarea sinelui** – Potrivit lui Goffman (1992) modul în care ne prezentăm celorlalți în viața socială depinde de contextul în care ne aflăm și de rolul pe care dorim să-l performăm. În acest caz, m-am raportat la Tinder ca la un spațiu unde utilizatorii performează diverse roluri, în funcție de ceea ce își doresc să obțină. Mediul aplicației este ideal pentru că utilizatorul poate proiecta acea imagine pe care o consideră favorabilă, folosind instrumentele aplicației: fotografii, descriere, detalii.

**Validarea** se leagă explicit de modul în care funcționează aplicația Tinder. Existența *match-ului* este o dovadă palpabilă că utilizatorul este plăcut de ceilalți. *Match-ul* este de fapt validarea profilului construit, deci o validare a sinelui prezentat pe scena Tinder. Algoritmul aplicației înlătură din insecuritatea și teama de a fi respins. Validarea este de asemenea un

concept abordat de Illouz (2015) – potrivit acesteia iubirea doare în momentul în care nu mai primim recunoaștere din partea celorlalți.

**Decizia romantică** se referă la modul în care oamenii își aleg partenerii pe Tinder: cum folosesc aceștia aplicația și la ce strategii apelează. Pentru a analiza decizia romantică m-am folosit de distincția satisfăcător – maximizator inspirată de teoria lui Simon (1955). Decizia de a da like pe Tinder poate fi o decizie elaborată, când se analizează fiecare profil în parte, sau poate fi o decizie bruscă, rezultată din modul în care aplicația funcționează. Tinder este ca un joc social unde alegerea spontană este încurajată.

**Dragostea fluidă** este un concept propus de Bauman (2003), și se referă la modul în care în modernitate stabilitatea relațiilor romantice s-a *fluidizat*, accentul fiind acum pus pe individualizare, independență și legături de scurtă durată. Pe Tinder utilizatorii pot căuta tocmai aceste legături de scurtă durată fără angajamente. Bauman spune că în procesul de fluidizare al dragostei intervine atât tehnologia, cât și tendința de a comodifica dragostea.

### Prezentarea sinelui și validarea acestuia

Abordarea dramaturgică formulată de Goffman, deși gândită inițial pentru interacțiunile față în față, poate fi aplicată și în cazul interacțiunilor mediate prin Tinder. **Utilizatorul de Tinder poate fi identificat cu ceea ce Goffman descrie ca performer** – implicat în actul său, el performează rolul dorit până când acesta se confundă cu realitatea. (Goffman, 2007: p. 45)

Dacă în interacțiunile față în față, scenografia include „amplasarea fizică și alte obiecte de fundal” (Goffman, 2007: p.50), **în cazul unui profil de Tinder, ea este reprezentată de fotografiile alese pentru proiectarea unei imagini a sinelui**, de descrierea prezentă sau nu. Aceste „părți scenice ale echipamentului expresiv” (Goffman, 2007: p. 51), depind de gradul de implicare al utilizatorului, cât și de intențiile sale.

Atunci când ceilalți interacționează cu un profil, **primul lucru pe care îl observă este fațada („front”)** construită de performer; prin ea individul se prezintă observatorilor (Goffman, 2007: p. 50). **Fațada poate fi modelată și reorganizată după dorința performerului. Ea este foarte importantă în conturarea deciziei celorlalți**, fiind în primă fază singura modalitate de a aduna informații despre performer. Goffman vorbește de asemenea despre tendința de a prezenta o imagine idealizată a sinelui (2007: p.63). În cazul profilului de Tinder, acest fapt se observă din modul în care **utilizatorii aleg să prezinte cea mai bună formă a sinelui**, respectiv fotografiile pe care le consideră cele mai reușite, dar care nu sunt întotdeauna o reflecție reală a realității.

În funcție de modul în care este alcătuit un profil de Tinder, **cei care interacționează cu acesta pot observa sau intui intențiile performer-ului**. Așa cum observă inițial Goffman, „informațiile despre un individ ajută la definirea unei situații și dau posibilitatea celorlalți să știe de la bun început ce așteaptă individul de la ei și ce pot aștepta, la rândul lor, de la el.” (Goffman, 2007: p. 29) Ceilalți utilizatori fie pot răspunde pozitiv profilului pe care îl au în față, validându-l prin like, sau negativ, trecând la următorul profil, respectiv următorul performer, având siguranța că spațiul Tinder oferă numeroase alte variante care să se plieze așteptărilor.

### Decizia romantică

Aplicația Tinder oferă utilizatorilor ei o abundență de opțiuni. La o primă vedere, acest aspect ar putea fi considerat un avantaj și un beneficiu – mai multe variante puse la dispoziție ducând în final la o alegere mai bună. Însă, procesul de luare a deciziilor a fost analizat de-a lungul timpului de diferiți cercetători care au adus dovezi pentru a sprijini ipoteza conform căreia **o abundență de variante nu conduce întotdeauna la rezultatul optim**, ci chiar îngreunează procesul decizional.

Potrivit lui Herbert Simon (1955), în mod ideal, o decizie corectă ar fi luată de un organism care își cunoaște foarte bine mediul și deține toate informațiile necesare. (Simon, 1955: p.99) Însă, când iau decizii în viața socială, indivizii utilizează mai degrabă o „**raționalitate aproximativă**” (Simon, 1955: p. 114). Conform lui Simon, **procesul decizional real al oamenilor este semnificativ simplificat în raport cu modelele ideale**, deoarece indivizii au mai degrabă „cunoștințe și abilități limitate” (Simon, 1955: p. 114). Deoarece **oamenii nu cunosc totalitatea alternativelor**, ei vor fi înclinați să selecteze „prima alternativă satisfăcătoare care este evaluată.” (Simon, 1955: p.110)

Modelul propus de Simon în anii '50 poate necesita reformulări sau chiar modificări odată ce digitalizarea și cultura aplicațiilor a pătruns în toate sferele vieții sociale. În acest context, mai este posibil ca individul să aibă un comportament satisficient și să aleagă prima variantă „suficient de bună” când este conștient că are la dispoziție o varietate de posibile alegeri? Cum poate acesta să se mulțumească cu o primă alegere rezonabilă fără să resimtă stresul și anxietatea produse de posibilitatea unei alegeri mai bune? În cazul Tinder-ului, multitudinea de posibilități îi pune pe utilizatori într-o situație dificilă.

Pornind de la conceptul de **comportament satisficient** (care urmărește satisfacerea mai degrabă decât optimizarea - en. satisficing), descris inițial de Simon (1956: p. 129), Schwartz propune unul complementar: **comportamentul maximizator. Cele două comportamente reprezintă modalitățile prin care individul se adaptează multitudinii de oportunități**. Așa cum este descris de Schwartz (2004: p. 77-78), comportamentul satisficient presupune „să te mulțumești cu ceva care este suficient de bun, și să nu te îngrijorezi în legătură cu posibilitatea că există ceva mai bun.” Maximizatorii sunt cei care „caută și acceptă doar cea mai bună variantă” (Schwartz, 2004: p. 77-78).

Schwartz nu sugerează că un număr mai mare de opțiuni este intrinsec un aspect negativ, presupunând deopotrivă „autonomie, control și liberare” (Schwartz, 2004: p. 2). Nevoia de exprimare a autonomiei poate fi una din motivațiile care îi face pe oameni să folosească aplicația Tinder. **În primă fază, mai multe posibilități presupun un control mai mare al utilizatorilor**, făcându-i pe aceștia să analizeze opțiunile dintr-o poziție de putere, care le permite totodată să fie selectivi.

Într-o cercetare din 2004, Schwartz a observat că **tipul de comportament al indivizilor față de luarea unei decizii le influențează nivelul de satisfacție cu alegerea făcută**. Cei care aleg să maximizeze tind să investească mai multe resurse în alegerea pe care urmează să o facă; resurse precum o mai bună informare, un timp mai îndelungat pentru cântărirea opțiunilor. Cei care se angajează într-un comportament satisficient, deși investesc mai puțin în decizie, oprindu-se din căutări „când găsesc un item care le atinge standardele” (Schwartz, 2004a: p. 3), sunt în final mai mulțumiți de decizia făcută.

În cazul aplicației Tinder, unde un nou profil, deci o nouă alternativă se află la doar un *swipe* distanță, **abordarea maximizatoare le este indusă utilizatorilor de modul în care aplicația funcționează**. Ușurința cu care alternativele devin disponibile face să nu fie nevoie de o căutare activă. Care ar mai fi satisfacția obținută din Tinder dacă un utilizator s-ar opri la primul *match* pe care îl obține? Siguranța posibilităților mai bune și mai interesante ar putea să îi dirijeze pe utilizatori către comportamentul maximizator.

Illouz analizează procesul de **decizie romantică** prin raportare la mijloacele oferite de internet. Aceasta observă că elemente precum vizualizarea, competitivitatea și maximizarea utilităților intervin în procesul decizional al utilizatorilor, care se autoidentifică drept „alegători” (Illouz, 2015: p. 246). **Vizualizarea se referă la faptul că „pe Internet piața este reală și concretă**, nu virtuală, tocmai fiindcă navigatorii pot chiar să *vizualizeze* oferta de parteneri și să-i compare între ei înaintea întâlnirii propriu-zise” (Illouz, 2015: p.244), în timp ce

competitivitatea și maximizarea utilităților confirmă înclinația către comportamentul maximizator.

Pornind de la abordarea economică a alegerii în dragoste, în care actorii se expun și concurează în piețe matrimoniale, Illouz propune un nou termen, acela de „arene sexuale” (Illouz, 2015: p. 77). **Mediul Tinder poate fi asemănat cu o arenă sexuală**, fiind un „spațiu social menit să faciliteze întâlnirea sexuală și romantică” (Illouz, 2015: p. 81). Acesta este totodată un spațiu care încurajează competitivitatea, utilizatorii concurând pentru „partenerii cei mai dezirabili din punct de vedere sexual, pentru acumularea de parteneri și în etalarea propriei lor atractivități.” (Illouz, 2015: p.317)

Resursele inegale se reflectă și în succesul sau insuccesul utilizatorilor pe Tinder. Putem considera că cei care dețin mai mult capital erotic, adică sunt mai dezirabili, vor fi cei care înregistrează mai multe beneficii, materializate în acest caz sub forma *match-urilor*, mesajelor și întâlnirilor. Așa cum este definit de Illouz, **prin capital erotic se înțelege un set de caracteristici „care provoacă altuia o reacție erotică.”** (Illouz, 2015: p.82).

Astfel, pe lângă cele trei tipuri de capital identificate inițial de Bourdieu (1986) – social, cultural și economic - mai există un capital, cel erotic, identificat de Illouz (2015). **Acesta poate fi convertit și instituționalizat într-un număr mare de întâlniri, respectiv *match-uri*.** Acumularea capitalului erotic înseamnă creșterea dezirabilității în arena sexuală. Deși individul poate folosi celelalte tipuri de capitaluri deja deținute, **valorificarea capitalului erotic se realizează performativ:** „se dobândește în timpul și prin interacțiunile cu alții.” (Illouz, 2015: p.168)

Hakim (2010) identifică importanța capitalului erotic în interacțiunile din viața cotidiană. Capitalul erotic descris de Hakim (2010) este un element multi-fațetat care cuprinde nu doar aspecte precum frumusețea, dar și atractivitatea sexuală, aptitudinile sociale – necesare interacțiunii, însuflețirea – en. *liveliness*, prezentarea socială și sexualitatea însăși. Capitalul erotic este un avantaj pentru femei, fiind „un factor cheie în schimbarea statusului femeii în societate și economie.” (Hakim, 2010: p. 512)

### **Dragostea fluidă**

În *Transformarea intimității*, Giddens (1992) argumentează că **sexualitatea a intrat într-un proces lung de modernizare**, care a dus la conturarea egalității între femei și bărbați pe planul intimității și relațiilor de dragoste. Așa cum o numește Giddens (1992) actuala sexualitate este o „**sexualitate plastică**” a cărei motivație nu mai este reproducerea. Relațiile astfel formate sunt „relații pure” (Giddens, 1992). Pentru utilizatorii Tinder, unul din scopuri este exercitarea autonomiei și a sexualității. Aceasta din urmă a devenit conform lui Giddens (1992: p.30), „maleabilă, deschisă spre a fi modelată”. **Sexualitatea aparține acum indivizilor, ea este o proprietate**, iar exprimarea ei devine o dovadă a autonomiei.

Tinder oferă un cadru de exercitare liberă a sexualității. Giddens (1992: p.13) observă că „femeile nu mai acceptă dominația sexuală masculină”. **Tinder presupune o egalitate între bărbați și femei**, acestea din urmă având posibilitatea să dorească aceleași lucruri precum bărbații. Aplicația oferă femeilor poziția de putere și un control mai mare, acestea nemaifiind abordate decât de cei față de care manifestă un inițial interes. În contextul „experimentelor sociale cotidiene” descrise de Giddens (1992: p. 13), **exercitarea sexualității nu mai reprezintă un fenomen destinat exclusiv bărbaților**, căci pe Tinder fiecare își exercită autonomia.

**Așa cum spune Bauman (2003), dragostea s-a transformat, chiar s-a lichefiat:** „forțele individualizării și ale schimbării sociale au lichefiat soliditatea și securitatea oferite în trecut de relațiile romantice și structurile familiale.” (Hobbs et al., 2017: p.272) Într-o

modernitate și o dragoste lichidă, legăturile se fluidizează de asemenea. **Bauman identifică diferența subtilă dintre simpla conexiune și legătură („bond”), aceasta din urmă implicând stabilitate.**

**În mediul online, conexiunile sunt create și dezlegate într-o manieră simplă**, căci indivizii se pot conecta cu oricine, și pot ulterior rupe legătura fără să sufere consecințele specifice legăturilor durabile. (Bauman, 2003: p. 62-63) Avantajele întâlnirilor mediate de internet țin de faptul că separarea este mai puțin riscantă – „instantanee, fără încurcături, fără a ține cont de pierderi sau regrete.” (Bauman, 2003: p. 65) Pe internet poți oricând să apeși *delete*. **Bauman observă de asemenea o reconfigurare a discursului despre dragoste. Standardele au fost scăzute** până în punctul în care multe experiențe sunt acum descrise prin termenul *dragoste*, rezervat în trecut unor experiențe privilegiate. Chiar și când vorbim de *one night stand*-uri, vorbim despre *a face dragoste*. (Bauman, 2003: p.5)

**Pentru Bauman, dragostea lichidă specifică modernității este una comodificată**, individualizată și instabilă, **opusă dragostei solide care oferea stabilitate** prin parteneriatele pe viață. Potrivit lui Bauman, „abundența bruscă și disponibilitatea aparentă a „experiențelor în dragoste” pot să hrănească convingerea că iubirea [...] este o abilitate de învățat și că stăpânirea abilității crește odată cu numărul de experiențe și asiduitatea exercițiului.” (Bauman, 2003: p.5) A trata experiența iubirii ca o abilitate care poate fi învățată prin exercițiu implică, așa cum observă Bauman (2003: p.5), iluzia unor experiențe din ce în ce mai satisfăcătoare. **Monogamia pe tot parcursul vieții este reinterpretată prin monogamia serială.**

Dragostea lichidă „neagă drepturile la legături de durată și angajamente.” (Bauman, 2003: 47) Bauman vorbește de *purificarea sexului*, un concept folosit inițial de Giddens (1992). **Prin *sexul pur* Bauman (2003: p.50) descrie relațiile sexuale fără angajamente de durată care îi permit individului să se retragă oricând fără să sufere consecințe.** Autorul aseamănă acest proces cu politica specifică marketing-ului care asigură consumatorii că vor primi banii înapoi dacă nu sunt satisfăcuți; garanția în acest caz este posibilitatea detașării.

În lucrarea sa privind dragostea modernă transformată prin tehnologiile digitale, Illouz (2015) observă că **transformarea intimității** a presupus pe lângă noua sexualitate plastică descrisă de Giddens (1992), și **o sexualitate serială**. Multitudinea de posibile alegeri le-a indus indivizilor dorința de experimentare. Stigmatul atașat Tinder, potrivit căruia acest spațiu este un furnizor de *one night stand*-uri poate fi explicat astfel: „sexualitatea serială este însoțită de detașare emoțională: [...] Un atașament emoțional serial ar fi extrem de costisitor.” (Illouz, 2015: p.147)

Așa cum observă Illouz, **marea problemă a relațiilor romantice moderne este nevoia constantă de recunoaștere (validare) din partea celorlalți.** Această nevoie este specifică dragostei moderne, „un teren al insecurității și incertitudinii” (Illouz, 2015: p. 172). Unul dintre aspectele care fac aplicația Tinder să fie atât de utilizată este faptul că spre deosebire de interacțiunile față în față care pot crea incertitudini, modul în care Tinder este construit, înlătură o parte a insecurității. Existența *match-ului* este un semn clar de interes reciproc.

Teama de respingere este factorul care face interacțiunile romantice atât de dificile în modernitate. În interacțiunile față în față „valoarea nu este cunoscută dinainte” (Illouz, 2015: p.174), fapt care duce la anxietate și teama de „invizibilitatea socială – o stare în care te simți socialmente nevrednic” (Honneth, (2003) citat de Illouz, 2015: p.174). **Interacțiunea mediată de aplicație reduce din anxietatea interacțiunii performative**, oferind un mediu relativ sigur individului. Cu toate acestea, insuccesul în cadrul aplicației, adică *match-uri* foarte puține, poate duce deopotrivă la apariția stării de invizibilitate socială.

O altă schimbare observată de Illouz se referă la **rolul tot mai important pe care autonomia îl joacă în relațiile romantice moderne.** Ambele sexe se preocupă de păstrarea

autonomiei, însă în cazul femeilor autonomia se manifestă prin imitarea comportamentului bărbaților. (Illouz, 2015: p.191-192). **Autonomia este relaționată cu recunoașterea:** în relațiile romantice individul trebuie să regleze tensiunea dintre „menținerea autonomiei și obținerea recunoașterii.” (Illouz, 2015: p.192). Utilizatorul de Tinder își exprimă autonomia prin comportamentul și atitudinea performate.

### **Noua scenă a dragostei**

**Tinder nu este doar o nouă formă a serviciilor matrimoniale.** Aspectele care diferențiază aplicațiile de online dating precum Tinder de site-urile de matrimoniale convenționale sunt dezbătute de Ansari și Klinenberg. Citându-l pe Slater (2013), Ansari și Klinenberg (2016) observă că algoritmul specific site-urilor de matrimoniale care furnizează potențiali parteneri pe baza preferințelor utilizatorului, este de cele mai multe ori supus erorilor specific umane: „tipul de partener de care oamenii se declarau interesați nu corespundea cu tipul de partener pe care îl căutau de fapt.” (Aziz și Klinenberg, 2016: p. 118) Se observă o lipsă de consecvență între atitudinile declarate ale persoanelor și comportamentul lor propriu-zis. **Pe Tinder, utilizatorii au mai multă libertate de alegere în fața algoritmilor.**

De asemenea, Aziz și Klinenberg, citând-o pe Fisher, observă că **aplicațiile de dating nu sunt explicit spațiul în care se desfășoară întâlnirea**, ci doar un mod prin care cunoști alți oameni. (Aziz și Klinenberg, 2016: p.130-131). **Întâlnirea propriu-zisă are loc în spațiile exterioare aplicației**, care deși i-a adus pe cei doi în același loc, nu mai influențează ulterior modul în care are loc întâlnirea. **O întâlnire rezultată din Tinder este asemănătoare cu schema mentală a unei întâlniri romantice obișnuite.** Din acest motiv, mi-am propus să observ interacțiunea din spațiul Tinder-ului, și nu întâlnirile rezultate.

### **Alte studii despre Tinder**

Tinder este subiectul unor studii de specialitate recente și tot mai numeroase. Ward (2017) a folosit ca metodă interviurile semi-structurate și a analizat modul în care utilizatorii Tinder gestionează impresia despre ei înșiși prin intermediul profilului personal. Cercetarea concluzionează că managementul, sau **gestionarea impresiei**, „**începe anterior interacțiunii față în față**, sau chiar anterior comunicării interpersonale” (Ward, 2017: p.1645). Conform lui Ward (2017: p. 1654), **utilizatorii profită de mediul controlat pe care Tinder îl oferă și se implică în „experimente”** care privesc auto-prezentarea pentru a obține mai multe beneficii, respectiv *match-uri*.

Motivațiile de a avea un cont de Tinder au fost studiate și printr-o abordare cantitativă de către Sumter et al. (2017). **Studiul pe bază de chestionar a infirmat concepția potrivit căreia Tinder este exclusiv o „arenă sexuală”**, concluzionând că „motivația găsirii dragostei a fost mai puternică decât motivația de a folosi Tinder pentru relații sexuale.” (Sumter et al., 2017: p.67). Totuși, conform studiului, Tinder este folosit pentru relații sexuale mai degrabă de bărbați, decât de femei. (Sumter et al., 2017: p.67)

Potrivit cercetării lui Newett et al. (2017), **Tinder poate fi considerat „un instrument pentru viața intimă” care nu este semnificativ diferit de modurile convenționale folosite.** Cercetarea aduce o nouă perspectivă potrivit căreia, deși în aparență sfere separate, online-ul și offline-ul se contopesc în sfera relațiilor romantice. (Newett et al., 2017: p.358) Cercetarea întărește argumentul conform căreia **Tinder sau alte aplicații de online dating nu sunt în realitate spațiul unde are loc întâlnirea propriu-zisă**, acestea fiind doar intermediari care permit utilizatorului să cunoască alți oameni: „acestea nu doar că au loc în medii fizice, dar sunt și asemănătoare cu cele stabilite prin interacțiuni față în față.” (Newett et al., 2017: p.355)



### **Aplicațiile de întâlniri online pot fi privite și prin lentila securității.**

Cercetarea lui Lutz și Ranzini (2017) privește preocupările utilizatorilor Tinder legate de securitate. Autorii arată că utilizatorii sunt mai preocupați de securitatea instituțională – care privește gestionarea datelor de către aplicație, decât de securitatea socială – care se leagă de siguranța față de ceilalți utilizatori. Stoicescu et al. (2019) privind prin aceeași lentilă, observă că utilizatorii împărtășesc celorlalți informații personale precum: locația geografică – în cazul aplicațiilor care folosesc proximitatea (precum Tinder), fotografiile – obligatorii construirii profilului, și interesele personale. Stoicescu et al. (2019) observă că acestea din urmă sunt cel mai puțin împărtășite, chiar și în cazul aplicațiilor precum OkCupid care funcționează pe baza lor.

Stoicescu et al. (2019) surprind faptul că aplicațiile de întâlniri online încep să țină cont de autonomia utilizatorilor; Tinder nu face recomandări în ce privește compatibilitatea, ci lasă decizia la latitudinea indivizilor. De exemplu, așa cum arată Rughiniș et al. (2015: p. 304), o aplicație destinată renunțării la fumat se bazează preponderent pe informațiile oferite de utilizatori pentru a personaliza interacțiunea dintre acesta și aplicație. Aplicațiile de întâlniri online renunță treptat la această nevoie de abundență a informațiilor, tocmai pentru a se diferenția de serviciile de matrimoniale, oferind mai multă autonomie.

## METODOLOGIE

Pentru a răspunde întrebărilor de cercetare **am folosit ca metodă ancheta sociologică pe bază de interviu**. Am ales tehnica interviului deoarece consider că analiza calitativă îmi va permite să obțin de la respondenți o serie de informații care altfel s-ar pierde printr-o abordare cantitativă. **Tehnica prin interviu prezintă de asemenea o serie de avantaje** identificate și de Chelcea (2001: p. 271), precum **flexibilitatea** – se pot discuta aspecte particulare ale situației persoanei, **răspunsuri spontane, studierea unor probleme mai complexe**, așa cum este cazul temei de față.

Am pornit de la premisa că fiecare utilizator de Tinder își concepe propria strategie de folosire a aplicației – pe care îmi propun să o identific – în funcție de ceea ce își dorește să obțină. De asemenea, consider că **metoda calitativă se pretează temei mele de cercetare** – motivațiile de a fi pe Tinder fiind legate de aspecte din viața personală a respondenților. Nu urmăresc să cuantific toate motivele existente pentru care oamenii aleg să folosească Tinder, ci să observ **modul în care scopurile personale se află în relație cu strategiile proprii de utilizare a aplicației**.

Am ales ca instrument de cercetare **ghidul de interviu semistrukturat**. Acesta îmi permite să modific discuția cu respondentul în funcție de situație, să cer anumite detalii și lămuriri care să întregesc povestea acestuia. Ghidul de interviu disponibil în Anexe **acoperă patru teme principale de discuție** care să ajute la structurarea informațiilor primite: instalarea aplicației și conturarea scopurilor, construirea profilului personal, comportamentul pe Tinder (evaluarea și strategiile de alegere a partenerilor – decizia romantică), valorificarea experienței Tinder pentru respondent. Pentru fiecare temă de discuție am formulat o serie de întrebări care să ghideze discuția cu respondentul și care să faciliteze strângerea informațiilor.

Având în vedere că ghidul este unul semi-structurat, ordinea întrebărilor a suferit modificări în funcție de cursul liber al discuției. În funcție de specificul fiecărui interviu, unele întrebări au fost omise când s-au dovedit a fi redundante, iar altele au fost adăugate pentru a clarifica răspunsurile interviuatului. Cu toate acestea, **temele de discuție s-au păstrat pentru fiecare din cele 12 interviuri**.

**Cercetarea include foști sau actuali utilizatori de Tinder care au folosit aplicația în București.** Lotul de respondenți este format din persoane tinere, deoarece am considerat că persoanele din această categorie de vârstă au un acces mai mare la acest tip de aplicații. Totodată, persoanele din această categorie acordă importanță diferențelor dintre o aplicație de dating și un site de matrimoniale. **Abordarea lor diferă de cea a persoanelor din alte categorii de vârstă;** mă aștept să întâlnesc o diversitate de motive pentru a fi activ pe Tinder. Am ales să observ **cum folosesc tinerii o aplicație de *online-dating* pentru a înțelege cum se modifică ideea de dragoste modernă** – cum se creează legăturile romantice mediate de tehnologie și cum schimbă aceasta din urmă decizia romantică.

M-am limitat la persoanele care au folosit Tinder în mediul urban, respectiv în București, în primul rând din rațiuni de conveniență. În al doilea rând, pentru că îl consider un mediu relevant, fiind **un spațiu social caracterizat de diversitate, unde utilizatorii pot întâlni persoane pe care nu ar avea altfel șansa să le întâlnească.** Aria de acoperire pe care o permite aplicația le dă șansa utilizatorilor să cunoască persoane care nu fac parte din grupurile și mediile pe care utilizatorul le frecventează în mod obișnuit.

**Lotul de respondenți este un lot de disponibilitate** – am vorbit cu persoane care au fost dispuse să participe la cercetare. Am selectat primii respondenți din rândul persoanelor despre care știam că folosesc aplicația. O parte din respondenți au fost identificați și incluși ulterior prin metoda bulgărelui de zăpadă, adică prin recomandările primite de la ceilalți intervievați. În total **am realizat 12 interviuri, cu 6 femei și 6 bărbați** cu vârste cuprinse între 21 și 24 de ani. Profilul respondenților este disponibil în Anexe. Numele respondenților au fost anonimizate și înlocuite cu prenume fictive. Durata interviurilor a variat, am avut interviuri de 25 de minute, dar și interviuri de 1 oră. Interviurile s-au desfășurat în interacțiuni personale directe, față în față, în spații neutre precum: camera de cămin, campus, parcuri, sau sediul facultății.

**Limitele metodologiei** abordate țin de faptul că cercetarea include un număr redus de cazuri, deci rezultatele nu pot fi generalizate. Acest aspect ține de resursele disponibile limitate. Cu toate acestea, bazându-mă pe asumția că indivizii au comportamente asemănătoare, este probabil ca strategiile și comportamentele identificate de mine să se regăsească în populația largă a utilizatorilor Tinder. O altă limită se leagă de acuratețea informațiilor oferite de respondenți, cercetarea mea bazându-se pe relatările și justificările oferite de aceștia în urma interacțiunii.

## REZULTATE

### Prezentarea sinelui prin profilul de Tinder

Profilul personal este fațada prin care utilizatorii se prezintă pe Tinder. În termenii lui Goffman (1992), prin această fațadă, performerii – utilizatorii, caută să gestioneze impresia celorlalți despre ei. În funcție de implicarea în construirea profilului, am identificat **două tipuri de utilizatori**: cei care își construiesc un profil cât mai detaliat și relevant, și cei care se rezumă la un profil rudimentar, în care nu investesc resurse.



Fotografie 1. Profil rudimentar – captură de ecran proprie

În primul caz, **imaginea proiectată poate fi una idealizată**, căci pe Tinder utilizatorii aleg fotografiile cele mai avantajoase, dar adaugă și alte detalii precum o descriere, contul de Instagram, melodiile preferate. În conformitate cu rezultatele obținute de Ward (2017), aceștia pot alege fotografiile în funcție de considerente proprii, sau în urma unei confirmări prealabile din partea celorlalți, cum este cazul lui Emil ale cărui fotografii au ajuns în contul de Tinder după ce au fost validate de niște alții semnificativi:

„În funcție de cum îmi plăcea o poză, o puneam acolo sau o schimbam cu alta. În funcție de... aprecieri pe care le primeai de la oameni.” (Emil)

Un alt exemplu de profil detaliat este al lui Răzvan. El și-a modelat profilul și în funcție de așteptările celorlalți: pe Tinder și-a pus o poză fără tricou pe care nu o consideră potrivită pentru alte platforme de socializare. Însă, consideră el, aceasta se încadrează în decorul, în *setting*-ul specific pe care îl implică Tinder. Când mi-a arătat profilul lui, s-a oprit asupra fotografiei în care apărea fără tricou:

„Nu mi se pare neapărat ostentativă. Pur și simplu nu aş pune-o pe Instagram că nu sunt genul. Da’ aicea, asta e target-ul, știi?” (Răzvan)

Răzvan este unul din respondenții care au investit foarte mult în formarea profilului: a postat șase fotografii, profesia, o descriere, precum și contul de Instagram. **Un profil detaliat trece prin mai multe modificări pe măsură ce scopurile inițiale se nuancează sau se**

**schimbă.** Răzvan a intervenit asupra profilului modelându-l pentru a atinge așteptările celorlalți, dar și pentru că își dorea să atragă o anumită audiență. Acesta explică cum și-a ales descrierea:

„Just because Immanuel Kant, doesn't mean I won't try, sau ceva de genul. Știi? Eram foarte optimist, dar funny [...] După aia mi-am pus o poezie, zic [...] stai mă frate nu mai vreau să mai atrag... superficiale din astea și mi-am pus o poezie” (Răzvan)

În funcție de modul în care este alcătuit un profil de Tinder, **cei care interacționează cu acesta pot observa sau intui intențiile performer-ului.** Georgiana analizează profilul celorlalți performeri raportându-se la ce intenții exprimă prin modul de afișare și respinge ceea ce nu se modelează scopurilor ei:

„Să nu fie cu pătrățele pozat în oglindă, pentru că e clar. Țsta mi se pare un semn clar că băiatu' respectiv își dorește un one night stand.” (Georgiana)

**Nu toți respondenții au manifestat același interes în construirea profilului.** Unii și-au creat mai degrabă un **profil rudimentar**, folosindu-se de caracteristicile Tinder care permit importarea fotografiilor direct din Facebook. **Profilul rudimentar este relaționat cu fie cu scopuri slab formulate sau de scurtă durată, fie cu ezitarea formării așteptărilor.** Ștefan, care a folosit Tinder pentru aventuri, nu a investit resurse în construirea profilului. În cazul său, motivația de a fi pe Tinder se reflectă și în superficialitatea și slaba investiție în construirea fațadei. Cu toate acestea, receptiv la ceea ce caută alți utilizatori, și-a adăugat în descriere înălțimea, caracteristică apreciată care i-ar spori șansele de a obține ceea ce își dorea:

„Nu, niciodată n-am investit prea mult în profilul ăla. De obicei nu prea investesc în profilele de pe rețelele de socializare. [...] Înălțime știu că am pus la... am văzut că se cere și... muzica pe care o ascult și cam atât.” (Ștefan)

Un alt profil rudimentar este al Alinei. Ea și-a adăugat doar cinci poze, investiția ei în construirea profilului fiind slabă. După spusele ei, nu și-a dorit să își personalizeze mai mult profilul pentru că nu era intenția ei să obțină altceva decât distracție din utilizarea aplicației. Asemenea Alinei, nici Ionela nu a pornit cu mari așteptări. Pentru Ionela, care și-a instalat aplicația doar pentru amuzament în primă fază, investiția în profil a fost de asemenea minimă:

„Profilul meu, după cum e ușor de dat seama, dacă eu mi-am făcut la mișto un astfel de profil, a fost destul de simplu. Adică față de cum își meșteresc alții... Deci în primul rând eu nu aveam nicio descriere la bio.” (Ionela)

**Am observat că respondenții care nu aveau scopuri foarte bine conturate, au avut de asemenea profiluri rudimentare.** Implicarea lor a fost slabă, însă cu toate acestea, ei s-au simțit validați de *match-urile* primite. *Match-ul* este o confirmare a calităților sinelui expus în profilul de Tinder, iar **utilizatorii simt această validare indiferent de gradul investiției în construirea profilului.** *Match-ul* devine dovada palpabilă a atractivității:

„Flatată! [...] Mă simt de parcă am câștigat. [...] Mă simt de parcă fac o colecție de oameni. Mă simt de parcă tre' să strâng cât mai mulți, vreau să strâng. Efectiv să fac match cu tot Tinderu'. Nu cu tot Tinderu', cu toți oamenii cu care vreau să fac match gen. Mă simt în primul rând validată.” (Olivia)

**„Validat” este un termen folosit chiar de către respondenți în relatările lor** despre sentimentul oferit de *match*. Așa cum arată Illouz (2015), iubirea doare în absența sentimentului de validare din partea celorlalți, iar acest aspect este surprins de Diana, care relatează modul în care o face să se simtă absența *match-ului*, a like-ului reciproc. Absența *match-ului* poate duce la starea de invizibilitate socială descrisă de Illouz (2015). În cazul Dianei, este vorba și de o investiție în crearea profilului, ea alegându-și pozele cu atenție:

„Validată. Și când nu făceam match... Întrebătoare, confuză. Oare de ce n-am dat match? Mai ales dacă-mi plăcea mie.” (Diana)

Confirmarea atracției mutuale poate fi pentru unii utilizatori un moment intens. Extazul specific jocului și sentimentul de validare reies din relatarea lui Sebastian despre momentul în care pe ecran apare în sfârșit *It's a match*:

„Inițial, mă copleșește așa un val de... de dopamină. Știi, cu... click-ul ăla de gratificare instantă: acum zic „Yes, mi-a dat like” [...] Îmi arde cămașa, încep să transpir... mă potolesc, închid Tinderu’ 10 minute. Și apoi revin.” (Sebastian)

Decizia romantică: formularea și schimbarea obiectivelor

Nu există un obiectiv unic sau dominant care să îl orienteze pe un individ să folosească Tinder. **Motivațiile inițiale se pot schimba pe parcursul utilizării, când utilizatorii devin mai experimentați** și obțin mai multă gratificare din *match-uri*, sau își pierd treptat interesul. Am observat un aspect interesant în prezentarea motivelor: la o primă vedere, pare că nimeni nu caută nimic pe Tinder. Nimeni nu are așteptări, conform relatărilor și justificărilor oferite de respondenți. Însă, pe parcursul interviurilor, au reieșit o serie de motivații: amuzament, curiozitate, nevoia de a cunoaște oameni noi, de a experimenta sexual, de a se distra, din plictiseală, la presiunea prietenilor, pentru a obține validare, pentru o relație.

De exemplu, **Ionela a tratat aplicația ca una de divertisment, aproape ca pe un joc**. Inițial, ea nu s-a raportat la Tinder ca la o aplicație de online dating, ci a reinterpretat-o în funcție de preferințele ei și ale grupului său de apartenență. Influențată de experiența unor alți semnificativi care foloseau aplicația, Ionela spune că inițial scopul ei a fost să se amuze. Ulterior, motivația s-a schimbat:

„Eu mi-am instalat aplicația plecând de la faptul că „uite râd și eu de...” cam urât, dar așa m-am gândit că râd și eu de fraierii ăștia care au descrieri caraghioase și poze și mai și.” (Ionela)

**Presiunea socială a grupului de apartenență** este de asemenea un factor important în decizia de a instala aplicația. Poveștile despre aplicație funcționează ca un stimulent pentru unii respondenți. **Aplicația, astfel validată de experiențele celorlalți**, devine mai atractivă și pentru respondenți, căci intervine curiozitatea de a experimenta direct:

„Și la un moment dat din pură plictiseală și un soi de *what if*, prietenu’ ăsta cu care eram, mi-a zis „Hai fă-ți Tinder”. Și cumva a fost click-ul pentru că aproximativ în perioada respectivă aveam cumva un fel de înclinație așa, zic „Bă, să încerc? Să nu încerc?” (Sebastian)

Motivațiile respondenților se pot schimba odată ce aceștia devin familiari cu aplicația. **Validarea prin *match* este un aspect important** care îi determină pe utilizatori să își schimbe așteptările inițiale. Așa cum rezumă Victor, care și-a instalat Tinder pentru a cunoaște persoane noi, ceea ce l-a păstrat activ pe Tinder a fost sentimentul controlului și validării pe care i-l oferea. Victor, deși nu mai folosește aplicația în prezent, aflându-se într-o relație stabilă, spune că încă are nevoie de validarea primită din Tinder, astfel că și-o reinstalează uneori, doar pentru a primi confirmarea că este plăcut.

„Te simți puternic. Găsești o listă de persoane și te gândești „Hm, pe care să o aleg? Este alegerea mea din atâtea persoane!” (Victor)

**O altă motivație ar fi aceea a unei experiențe sexuale**. Atât Olivia, Victor și Ștefan își doreau o astfel de experiență, deși acest aspect nu era scopul lor dominant. Însă, sunt și persoane precum Tiberiu, pentru care acest comportament ar fi fost contra principiilor sale. În cazul lui, Tinder-ul nu a funcționat ca un agent de influențare, el păstrându-și principiile și comportamentele pe care le aplică în viața reală:

„Măi, pot spune că într-o perioadă și eu aveam această intenție. Dar îmi încălcăm propriile principii. Și am zis să mă rezum doar la a ieși cu persoane și a le cunoaște mai

bine și dacă este ceva, să formeze o legătura mai de lungă durată decât un simplu one night stand.” (Tiberiu)

**Căutarea aventurilor sexuale nu este un scop foarte des invocat de respondenți.** El este mai degrabă o motivație secundară care se regăsește printre alte motive mai puternice, așa cum relatează și Victor. Pentru Ștefan însă, aventurile sexuale au fost o motivație mai puternică, astfel că nu a investit foarte mult în construirea profilului, și nici nu s-a implicat activ în conversații:

„Având în vedere că foloseam Tinderu’ mai mult pentru one night stand sau ceva... o aventură, eram un pic mai superficial.” (Ștefan)

### „Apare dragostea de unde nu te aștepți”

În conformitate cu rezultatele lui Sumter (2017), experiența Tinder poate rezulta în relații stabile. **Contrar cunoașterii comune, o parte din respondenți au folosit Tinder pentru a-și întemeia relații de lungă durată.** Modul în care se organizează discursul respondenților surprinde faptul că aceștia ezitau să își facă așteptări legate de Tinder, deși își doreau o relație. Cu toate că Tinder este privit ca un mediu neașteptat și chiar nepotrivit pentru începerea unei relații de durată, o parte din respondenți se află în relații stabile cu persoane cunoscute pe Tinder:

„Nu m-aș fi imaginat în situația asta vreodată. [...] Chiar apare dragostea de unde nu te aștepți.” (Ionela)

**Detășarea de motivații și așteptări** este o strategie pe care am întâlnit-o la respondenți. Aceștia tind să nu își formeze foarte clar scopurile de la început și se lasă prinși în fluxul jocului. Puțini respondenți pornesc de la o motivație clară, cum este cazul Ancăi, care știa de la început că își dorește o relație. Deși nu îl considera locul cel mai potrivit, ea și-a modelat comportamentul astfel încât să obțină ceea ce își dorea:

„Da, lăsam să se înțeleagă. [...] În capul meu asta era, să-mi găsesc o relație stabilă. Să am o relație stabilă. Eram conștientă de rolul pe care-l are Tinder, dar aveam credința aia că hai că poate nu e chiar așa. Hai că poate... poate e cineva ca mine care chiar caută o relație, dar caută pe Tinder, că nu are acces la alte spații sociale.” (Anca)

**Tinder este doar mediul intermediar în care două persoane se cunosc;** relația lor nu începe efectiv pe Tinder, căci cel mai adesea conversațiile care avansează sunt mutate de utilizatori pe alte platforme. Totuși, **ștergerea contului de Tinder de către partenerii care au decis să fie împreună este un moment de referință:** arată implicarea celor doi, fiind practic o confirmare a începerii relației serioase. După cum descrie chiar Anca, este un pas înainte normativ, pe care trebuie să îl facă ambii parteneri:

„I-am arătat că nu mai am aplicația și mi-a zis, zice: Te rog să-ți instalezi din nou aplicația și să ștergi contu’ efectiv. Mi-am instalat aplicația și mi-am șters contu’. Deci... a fost cute.” (Anca)

Interesant, Diana spune că ar schimba modul în care s-a cunoscut cu partenerul ei, dacă ar putea. **Respondenta nu a depășit conotația negativă atașată aplicației.** Deși nu primește reacții de dezaprobare din partea celorlalți, ci mai degrabă reacții de uimire, Diana se declară jenată de modul în care și-a întemeiat relația. Georgiana a reușit să treacă peste conotațiile negative atașate aplicației, odată ce relația ei a evoluat. Ea consideră că situația sa este un exemplu pentru cum Tinder poate fi un mediator pentru relații stabile, depinzând de cum alegi să îl folosești. Dacă la început se simțea asemenea Dianei, în prezent, stabilitatea relației de doi ani a înlăturat precauția ei inițială:

„La începutu' relației într-adevăr mi-era aiurea să spun și mi-era ciudat să spun... Am improvisat o poveste pentru cineva care m-a întrebat la un moment dat. [...] Acuma chiar nu mi-e nicio jenă să o spun. Acuma o spun așa, foarte mândră!” (Georgiana)

### **Strategii ale deciziei romantice: „satisficing” versus „maximizing”**

Indiferent de motivații, utilizatorii de Tinder își personalizează experiența în aplicație apelând la strategii și tactici creative. Am întâlnit atât comportamente tipice, așteptate, precum atenția la detalii și selectivitatea în cazul maximizatorilor, lipsa interesului în cazul unor utilizatori, dar și comportamente inventive relatate de respondenți. Respondenții abordează strategiile descrise mai jos uneori interșanjabil, în funcție de momentul în care folosesc aplicația și de experiența acumulată. O abordare nu o exclude automat pe cealaltă, căci uneori utilizatorii pot fi deopotrivă satisfăcători și maximizatori, în momente diferite.

#### **„Satisficing”: Strategia epuizării like-urilor**

**Această strategie aparține utilizatorilor cu un comportament satisficient.** Este utilizată mai degrabă de respondenții de sex masculin, însă am întâlnit-o și în relatările Oliviei. Strategia presupune epuizarea numărului de like-uri zilnice fără analiza profilurilor pentru care se oferă *swipe right*. Practic, respondenții se mulțumesc cu performerii care au manifestat interes pentru ei. Este o modalitate preferată pentru că economisește din timpul necesar analizării tuturor profilurilor și mai ales pentru că astfel se obțin mai multe *match-uri*:

„Am făcut asta. Dădeam like până rămâneam fără like-uri și apoi din cele care-mi dădeau și ele like și făceam match, le scoteam pe cere care nu-mi plăceau. Pentru că asta era în perioada în care nu mai aveam chef să stau să analizez fiecare profil și era... mai ușor. Scuteam timp.” (Victor)

**Strategia este urmată de obicei de filtrarea *match-urilor*.** Abia în acest moment utilizatorul devine selectiv, și fie îndepărtează profilurile care nu îi ating așteptările prin *unmatch*, fie le ignoră și nu inițiază conversații. Cei care apelează la această strategie, se angajează în selecția profilurilor abia după ce strâng un număr de *match-uri*. Este cazul lui Victor, dar și al lui Emil căruia îi este foarte ușor să scoată pe cineva din lista lui; pentru el, nu există consecințe:

„În momentu' în care se realizează un match, atunci, d-abia atunci o analizez. Dacă îmi place și merită, să rămână în lista mea, o păstrez, dacă nu, o scot.” (Emil)

Așa cum povestește Olivia, strategia pare inițial că te ajută să economisești timp. Și ea a făcut-o de câteva ori, dar apoi și-a dat seama că selecția pe care trebuie să o realizeze din *match-urile* primite este la fel de costisitoare ca timp și a renunțat la strategie, revenind la atenția oferită fiecărui profil în parte. Ea a abordat deopotrivă cele două strategii ale deciziei romantice identificate:

„Nu se mai termină like-urile și gen mă plictisiseam [...] Ok, hai că o să dau like-like-like, whatever. Dar, în general nu prea fac asta pentru că după tot eu tre' să vorbesc cu oamenii ăia dacă facem match, așa că... sau tot eu tre' să le dau unmatch, să fac curat în ei.” (Olivia)

#### **„Maximizing”: „Bună, ce faci?” nu funcționează**

Ward (2017) identifică o varietate de strategii de modelare a profilului pentru maximizarea șanselor de *match*. În relatările respondenților mei am observat de asemenea un comportament maximizator în ceea ce privește începerea conversației post-*match*. În această categorie am inclus fie **respondenții care își creează un mesaj standardizat** pe care îl trimit

ca prim mesaj de întâmpinare, **fie respondenții care compun un mesaj creativ care să se lege de detaliile din profilurile celorlalți**. Prima variantă este exemplificată de Răzvan astfel:

„Mi-am creat eu propriile mele replici. [...] În principiu, am avut două-trei... să zic, modele create de mine și după aceea le modificam în funcție de profil. [...] Când mă plictiseam sau nu răspundea, mai băgam un alt model [...]: „Băi, scuze că te deranjez, nu știu ce” ceva de genul, „Vrei să facem sex?” (Răzvan)

Răzvan și Emil au experimentat până au ajuns la formula de deschidere a conversației care funcționează cel mai bine. Răzvan și-a creat propriile mesaje, în timp ce Emil s-a bazat pe un mesaj găsit pe Instagram. Potrivit lui Emil, a avut mai mult succes când a trimis același mesaj tuturor *match-urilor*, decât atunci când începea conversația cu „Bună, ce faci?”. Mesajul standardizat maximizează șansele de continuare a conversațiilor:

„Am văzut un text la un moment dat [...]: On a scale of 1 to 10 you're a 9, and I'm the 1 you need.” (Emil)

Această formulă de salut aparent inofensivă, „Bună, ce faci?”, este cât se poate de detestată în spațiul Tinder. Cei care încep conversațiile în acest stil au foarte puține șanse de a primi un răspuns înapoi, după cum i s-a întâmplat și lui Emil. Cei care nu își formulează un mesaj standard se feresc de asemenea de banalul „Bună, ce faci?”, și folosesc detaliile din profilul celui alt pentru a crea un mesaj personalizat. Această abordare presupune re-analizarea profilului după *match*, deci o investiție mai mare:

„Nu încep cu „Bună, ce faci?” pentru că mi se pare groaznic de plictisitor [...] De obicei mă agăț de ceva pe care-l văd pe profilul lor.” (Olivia)

### **Strategii ale deciziei romantice: orizonturi temporale**

**Anumite strategii folosite de respondenți sunt parte din fenomenul social al dragostei lichide.** Am identificat trei orientări temporale dominante care intervin în procesul de consolidare al conexiunii mediate de Tinder. Lichiditatea este în sine un orizont temporal care presupune anumite etape. Cele trei momente care vor fi detaliate în continuare sunt: momentul consolidării realității create, re-lichefierea acesteia prin detașarea posibilă în online, și serializarea prin angajarea în experimente seriale efemere.

### **Consolidarea dragostei lichide: povestea se mută pe Facebook**

Primul moment este consolidarea dragostei lichide. În conformitate rezultatele lui Newett et al., (2017), Tinder este un spațiu intermediar; el nu este locul în care are efectiv loc întâlnirea și nici măcar locul unde e planificată. Dragostea lichidă începe să se solidifice când conversația se mută pe alte platforme, de asemenea online, dar care „imită mai bine realitatea” după spusele Dianei. Acestea sunt tot platforme online, dar cumva mai reale și mai acceptabile social decât Tinder. Cel mai adesea, conversația se mută pe Facebook, WhatsApp sau Instagram, acesta fiind de fapt și locul unde se planifică eventuala întâlnire. Am identificat patru motive principale pentru mutarea conversației:

În primul rând, este **dorința de a afla mai multe informații**. Atunci când crește interesul pentru o persoană, respondenții își doresc să îi observe comportamentul și pe alte platforme online, de unde pot aduna informații adiționale care nu se regăsesc în profilul de Tinder. Totodată, acesta este un mecanism de testare a informațiilor oferite de performer – sunt acestea reale și conforme cu realitatea, sau sunt idealizate în profilul de Tinder?

„Tocmai din dorința asta de a afla mai multe informații. Pentru că cumva Tinder-ul te... limitează. [...] Da' poate îți dă un răspuns care nu... să zicem nu te satisface, nu este suficient și cumva îți e jenă să întreb „Hei da', mai spune-mi”. Așa dacă ai Facebook-ul la îndemână vezi postări și poți să-ți faci o idee.” (Victor)

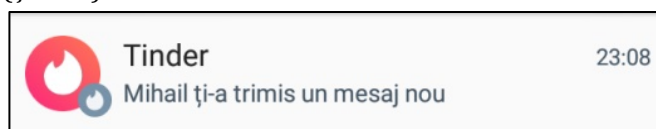


În al doilea rând, mutarea conversației din Tinder reprezintă **un pas înainte în relație; aceasta începe să se consolideze**. Când cei doi hotărăsc să vorbească în afara spațiului Tinder, aceștia își manifestă interesul unul pentru altul. Mutarea conversației este un pas așteptat pentru că denotă un interes clar: prin acest lucru îi permiți celuilalt să intre într-un spațiu mult mai personal decât Tinder. Sinele din platforme precum Facebook sau Instagram este mai real, mai veridic, după spusele respondenților. Acest pas este rezervat doar anumitor conversații privilegiate:

„E practic un fel de step în relația noastră deja. Adică, ok am trecut de pe Tinder pe altceva, deci deja e o trecere... deci e deja un interes.” (Olivia)

O altă motivație se leagă de **limitele aplicației**. Pare că modul în care e construit Tinder nu încurajează continuarea conversației în chat-ul deschis după *match*. Utilizatorii nu pot trimite fotografii în chat, trebuie să aibă locația activată de fiecare dată, iar uneori nu primesc notificări pentru mesajele noi. Aceste inconveniente tehnice îi determină pe utilizatori să treacă pe o aplicație diferită:

„Am început să vorbim pe Facebook sau Whatsapp sau altceva pentru că (Tinder) nu-ți permite să faci prea multe. I: De exemplu? Ș: Memes. I: Voiai să trimiți chestii. Ș: Da, exact!” (Ștefan)



Fotografie 2. Notificare mesaj - captură de ecran proprie

În ultimul rând, am observat de asemenea **apariția unui sentiment de rușine** – utilizatorii nu doreau să folosească aplicația în public, mai ales atunci când era vorba de o conversație lungă și activă, cu un schimb mare de mesaje. Sunetul distinct al notificărilor Tinder creează un disconfort utilizatorilor atunci când aceștia se află în public, în compania altora:

„Nu e o mândrie să folosești Tinder. E cumva rușinos și nu vrei să ai telefonu' pe masă și să primești notificare: ai primit un mesaj pe Tinder. [...] E enervant să știi că folosești aplicația.” (Diana)

### **Re-lichiefierea: „You can always press delete”**

**Un alt moment este re-lichiefierea dragostei**. Așa cum observă Bauman (2003) dragostea lichidă se manifestă prin conexiuni lipsite de implicare. **Pe Tinder, aceste conexiuni sunt atât de slabe încât ele pot fi rupte imediat, fără ca utilizatorii să sufere consecințele ruperii unei legături stabile**. Respondenții care folosesc această strategie fie *dau unmatched*, fie ignoră mesajele celorlalți, fără a simți vinovăție. Ei nu sunt responsabili de sentimentele celuilalt, iar odată ce trece entuziasmul obținerii *match-ului*, se raportează la acestea mai degrabă cu detașarea specifică conexiunilor descrise de Bauman:

„La multe, mă uit și dau unmatched, sincer. Nu știu, mă răzgândesc sau ceva de genu', știi?” (Răzvan)

**Respondenții descriu cum detașarea se realizează instantaneu**, fără consecințe. Detașarea este folosită în stadiile incipiente ale conexiunii pentru a evita complicațiile. Pentru că au acest instrument la îndemână (funcția *unmatch*), utilizatorii se poziționează într-o poziție de control în care pot alege pe cine să șteargă, cui să răspundă, când să termine o conversație, sau pe cine să ignore:

„Chiar la un moment dat primisem de la cineva foarte multe semne de întrebare. [...] Și le ignoram. [...] E ceva ce poți alege. Nu tre' să te simți chinuit să răspunzi atât timp cât ție nu-ți convine, nu-ți mai place, nu ești interesată.” (Alina)



Fotografie 3. Funcția *Unmatch* - captură de ecran proprie

La o primă vedere, această flexibilitate pare că este un beneficiu, însă așa cum subliniază Anca și Olivia, pe Tinder, odată ce alegi opțiunea *delete*, este definitiv; nu te mai poți întoarce la persoana căreia i-ai dat *swipe left* sau *unmatch*. Dragostea astfel lichefiată nu mai poate fi solidificată apoi. Aplicația nu îți permite să revii asupra deciziei, iar persoana este pierdută pentru totdeauna în spațiul digital:

„Pe de altă parte, dacă îți dai cineva *unmatch* sau dacă... le dai tu *unmatch*, după nu mai poți să vă găsiți reciproc niciodată și gen, de exemplu dacă vorbeai cu cineva și nu știi... v-ați supărat așa pe moment și după v-ați dat *unmatch*, gata. V-ați pierdut forever.” (Olivia)

### Experimente seriale efemere

În conformitate cu concluziile lui Ward (2017) relațiile respondenților au scos la iveală faptul că Tinder este un mediu care încurajează experimentarea. **Experimentele sunt efemere și nu urmăresc stabilirea unei legături, ci doar satisfacerea curiozității.** Pentru că implicarea este redusă, iar legăturile pot fi rupte oricând, eliminându-se stresul consecințelor, utilizatorii sunt deschiși să experimenteze. Răzvan, unul din respondenți, a încercat chiar varianta Premium care permite mai multe beneficii, precum schimbarea locației. Practic, acesta putea vizualiza profilurile unor persoane aflate la mii de kilometri distanță. Răzvan spune că s-a limitat la câteva *match-uri*, experimentul lui nu s-a dus mai departe, căci nu s-a angajat în conversații:

„Eu eram efectiv curios: Bă, cum arată... coreencele? [...] Și m-am dus în Coreea, am făcut și acolo niște *match-uri*. M-am dus după aia în toată lumea, [...] Și am vrut să văd, zic „Bă, româncele chiar, doar ele...” că am dat într-o zi de foarte multe poze din astea cu filtre idioate și zic „Bă da' doar noi facem prostia asta?” (Răzvan)

**Tinder este un mediu care încurajează explorarea și serializarea relațiilor prin experimentare.** Experimentele nu presupun efort din partea utilizatorilor. Tocmai pentru că este văzut ca un joc, și mai ales pentru că nu există urmări negative, o parte din respondenți au relatat că s-au angajat în astfel de experimente. Georgiana și-a modificat setările de căutare și a

inclus și femeile. Și alți respondenți au căutat parteneri de același sex doar pentru a vizualiza oferta Tinder, ei nefiind de fapt interesați. Georgiana a început conversații, dar nu a investit în ele, pentru că se îndepărtau de motivațiile ei:

„Mă cam plictisise să fie același lucru, am pus și pentru fete, să văd ce se întâmplă. [...] Vorbeam 2-3 mesaje și după aia le lăsam pentru că știam că ele urmăresc, sau mă gândeam că ele urmăresc altceva și nu... [...] nu era interesu' meu să se întâmple altceva. [...] Nu dădeam curs mai departe.” (Georgiana)



Fotografie 4. Schimbarea setărilor de căutare - captură de ecran proprie

Schimbarea preferințelor se face foarte ușor din setări. Unii au folosit Tinder și când se aflau în călătorii, în alte orașe sau chiar în afara țării, fiind curioși de ce ar putea întâlni într-un alt mediu. Investiția lor în acest caz era minimă pentru că **nu își doreau stabilirea unei legături de durată în alte orașe:**

„Am făcut asta când am fost în Cluj. Am dat și chiar m-am trezit cu foarte multe match-uri. [...] A fost un experiment mai mult. Am vrut să văd câte match-uri fac în alt oraș și chiar am făcut mai multe decât cele cumulate în câteva zile în București” (Tiberiu)

Tinder nu este un joc pe care utilizatorii îl joacă exclusiv singuri. Atunci când se află în compania altora, a intra pe Tinder devine o activitate distractivă. **Un alt experiment relatat de respondenți este folosirea aplicației ca mijloc de amuzament în grupul de apartenență** fără intenția continuării conversațiilor. Respondenții folosesc aplicația în compania prietenilor și chiar intră în spațiul personal al acestora, luând decizii în locul lor prin aplicație:

„Am mai schimbat telefonu' cu prietenele și... mai râdeam. Mai scriam mizerii una pe telefonu' celeilalte.” (Diana)

## CONCLUZII

În această cercetare mi-am propus să nuanțez înțelegerea sociologică a comportamentelor romantice ale utilizatorilor Tinder. Am folosit ancheta sociologică pe bază de interviu, iar privind înspre tinerii din București, am urmărit să aflu: Care sunt tipurile de **prezentare a sinelui** prin profilul de Tinder? Cum structurează respondenții **deciziile romantice**, prin formularea obiectivelor și prin strategiile de răspuns folosite? În urma celor 12 interviuri cu 6 bărbați și 6 femei, cu vârste cuprinse între 21 și 24 de ani, am identificat o serie de **strategii personale care structurează decizia romantică în funcție de scopurile urmărite** de utilizatori.

Pentru a răspunde la prima întrebare de cercetare, m-am raportat la perspectiva dramaturgică folosită de Goffman (2007) și am identificat **două strategii de prezentare a sinelui**. În primul rând este vorba despre utilizatorii care își construiesc un **profil de Tinder detaliat**. Aceștia se implică în alegerea fotografiilor, își adaugă o descriere personală și o modifică în funcție de reacțiile din partea celorlalți, fapt subliniat și de Ward (2017). Profilul lor trece de asemenea prin schimbări, odată ce scopurile inițiale se nuanțează sau se schimbă. În al doilea rând, este vorba despre utilizatorii care își construiesc un **profil rudimentar** în care nu investesc foarte mult, acest comportament fiind asociat și cu scopuri slab formulate. Indiferent ce strategie de prezentare a sinelui folosesc, respondenții au relatat că obțin validare prin *match-uri*. Validare nu este condiționată de investiția utilizatorilor.

În ceea ce privește cea de-a doua întrebare de cercetare, am identificat o varietate și flexibilitate a scopurilor și strategiilor. În ceea ce privește **formularea obiectivelor**, respondenții adesea declară că nu au un scop dominant. Desfășurarea interviurilor a condus la sublinierea unor interese mai concrete. Printre motivațiile utilizării Tinder relatate de respondenți se numără: distracția, curiozitate, nevoia de a cunoaște oameni noi, de a experimenta sexual, plictiseala, presiunea grupului de apartenență, obținerea validării, și întemeierea unei relații romantice de durată. Foarte rar se manifestă un scop unic dominant. Scopurile urmărite și implicit strategiile folosite se schimbă pe parcursul utilizării aplicației. Experiența Tinder poate rezulta într-o relație de durată, așa cum concluzionează și Sumter (2017).

Interesele respondenților corespund unor strategii specifice de utilizare. **Diferențiind orientarea spre „satisfăcător” de orientarea spre „maximizator”** inspirată de teoria lui Simon (1955), am identificat două strategii. Strategia epuizării like-urilor, observată în cazul satisfăcătorilor, presupune un efort mic din partea utilizatorilor, căci aceștia nu analizează profilurile și se mulțumesc cu *match-urile* rezultate. Strategia maximizatorilor se referă la utilizatorii care apelează la abordări creative pentru a obține ce își doresc. În această categorie intră atât respondenții care își construiesc un mesaj creativ standardizat pe care îl trimit tuturor *match-urilor* primite, cât și respondenții care evită de asemenea formula „Bună, ce faci?” și se folosesc de detaliile din profilul celuilalt pentru a formula un mesaj personalizat. Din relatările respondenților reiese că mesajul standardizat are cele mai multe șanse de reușită.

Am identificat **apariția a trei strategii orientate temporal**. Este vorba în primul rând de consolidarea dragostei lichide prin părăsirea spațiului Tinder. Consolidarea apare în momentul în care conversația inițiată pe Tinder se mută într-un alt mediu, de asemenea digital, dar care „imită mai bine realitatea”, după spusele unei respondente. Totuși, date fiind caracteristicile spațiului Tinder, relația poate fi întreruptă brusc, înainte să ajungă să se creeze o legătură stabilă. Acesta este momentul re-lichiefierii dragostei. Așa cum arată Bauman (2003), conexiunile sunt atât de slabe în mediul digital încât ele pot fi rupte oricând, în cazul Tinder prin funcția *unmatch*.

Pe Tinder interacțiunile dintre utilizatori pot fi efemere și fără consecințe, iar de aceea respondenții se angajează adesea în **serializarea relațiilor prin experimente efemere** precum: schimbarea criteriilor de căutare a potențialilor parteneri, folosirea aplicației în alte orașe fără intenția de a stabili legături, folosirea aplicației ca mijloc de amuzament în grupul de apartenență fără o intenție clară de continuare a conversației. Această înclinație către experimentare este observată și de Ward (2017). Cercetarea citată arată faptul că utilizatorii experimentează cu intenția de a-și maximiza șansele de *match* modificându-și profilul constant, însă, în cazul relațiilor respondenților mei a fost vorba despre experimente determinate de curiozitatea încurajată de posibilitatea ruperii conexiunilor.

Consider că prin datele obținute în urma interviurilor am găsit răspunsuri actuale și potrivite contextului pentru întrebările de cercetare care au ghidat cercetarea de față. **Am schițat un profil sociologic al aplicației de online dating Tinder**, în rândul tinerilor din Bucureștiul de azi, și am observat cum mediile digitale și online intervin și interacționează în modelarea intimității. Cercetarea de față a subliniat faptul că dragostea modernă mediată digital este o dragoste lichidă în care legăturile intime pot fi stabilite, dar și rupte oricând. Validarea obținută prin *match*, deși intensă, este de scurtă durată și deci insuficientă pentru consolidarea relației. Pentru ca acest lucru să se întâmple, legătura mediată de Tinder trebuie să treacă în alte sfere ale mediului online până să se concretizeze offline, adică într-o întâlnire față în față.

Consider că studierea aplicațiilor de întâlniri online este importantă pentru înțelegerea modului în care oamenii construiesc și redefinesc relațiile romantice fluidizate digital în societatea contemporană. Îmi propun să continui să cercetez contribuția interacțiunilor digitale în stabilirea relațiilor și a intimității emoționale și sexuale. În ceea ce privește **cercetarea viitoare**, consider că înțelegerea sociologică a aplicației Tinder poate fi îmbogățită și prin alte metode de cercetare. De exemplu, în cadrul studiilor de masterat sper să realizez o analiză de conținut a profilurilor utilizatorilor. Această abordare ar completa înțelegerea strategiilor de prezentare a sinelui prin intermediul aplicației, adăugând o nouă dimensiune studiului discursurilor respondenților din interviuri.

## BIBLIOGRAFIE

- Bauman, Z. (2003). *Liquid Love. On the Frailty of Human Bonds*. Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. În: (ed.) Szeman, I. și Kaposy, T. *Cultural Theory. An Anthology*. West Sussex, Blackwell Publishing, 81-94.
- Chelcea, S. (2001). Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative. București, Editura Economică.
- Dredge, S. (2014). Tinder: the 'painfully honest' dating app with wider social ambitions. *The Guardian*. [Online] Disponibil la: <https://www.theguardian.com/technology/2014/feb/24/tinder-dating-app-social-networks> [Accesat la data de 8 decembrie 2018].
- Giddens, A. (1992). *Transformarea intimității*. București, Editura Antet.
- Goffman, E. (2007). *Viața cotidiană ca spectacol*. București, Comunicare.ro.
- Hakim, C. (2010). Erotic capital. *European sociological review*, 26(5), 499-518.
- Hobbs, M., Owen, S., și Gerber, L. (2017). Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. *Journal of Sociology*, 53(2), 271-284.
- Illouz, E. (2015). *De ce iubirea doare – O explicație sociologică*. București, Editura Art.
- Lutz, C., și Ranzini, G. (2017). Where dating meets data: investigating social and institutional privacy concerns on Tinder. *Social Media+Society*, 3(1).
- Newett, L., Churchill, B. și Robards, B. (2017). Forming connections in the digital era: Tinder, a new tool in young Australian intimate life. *Journal of Sociology*, 54 (3), 346-361.

- Rughiniș, C., Rughiniș, R., și Matei, Ș. (2015). A touching app voice thinking about ethics of persuasive technology through an analysis of mobile smoking-cessation apps. *Ethics and Information Technology*, 17(4), 295-309.
- Schwartz, B. (2004a). The tyranny of Choice. *Scientific American*, 290 (4), 70-75.
- Schwartz, B. (2004). *The Paradox of Choice – Why More is Less*. New York, HarperCollins Publishers.
- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69 (1), 99–118.
- Simon, H. A. (1956). Rational Choice and the Structure of the Environment. *Psychological Review*, 63 (2), 129–138.
- Stampler, L. (2014). Inside Tinder: Meet the Guys Who Turned Dating Into an Addiction. *Time*. [Online] Disponibil la: <http://time.com/4837/tinder-meet-the-guys-who-turned-dating-into-an-addiction/> [Accesat la data de 8 decembrie 2018].
- Stoicescu, M., Matei, Ș. și Rughiniș, R. (2019). Sharing and Privacy in Dating App. *Prezentat la CSCS22: The 22nd International Conference on Control Systems and Computer Science*, București.
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., și Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67-78.
- Tinder. (s.a). *About Tinder*. [Online] Disponibil la: <https://www.gotinder.com/press> [Accesat la data de 9 decembrie 2018].
- Ward, J. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*, 20 (11), 1644-1659.

## ANEXE

### Profilul respondenților

Nr	Nume (fictiv)	Vârstă	Timp pe Tinder	Locația interviului	Durata interviului
1.	Ionela	22	1 lună	Sediul facultății	53 minute
2.	Anca	24	4 luni	Sediul facultății	43 minute
3.	Olivia	21	3 ani	Sediul facultății	69 minute
4.	Alina	22	4 luni	Sediul facultății	34 minute
5.	Diana	22	1 an	Cafenea	34 minute
6.	Georgiana	22	1 lună	Sediul facultății	30 minute
7.	Victor	21	7 luni	Cămin	31 minute
8.	Tiberiu	22	5 luni	Cămin	45 minute
9.	Răzvan	22	1 an	Parc	39 minute
10	Sebastian	21	6 luni	Cămin	74 minute
11	Ștefan	22	1 an	Parc	21 minute
12	Emil	21	2 ani	Cămin	24 minute

## Ghidul de interviu

### **Instalarea aplicației și conturarea scopurilor:**

1. Descrie-mi puțin cum arăta viața ta în momentul în care ți-ai instalat Tinder. Ce anume crezi că te-a determinat să o faci?
2. Știai că există și alte aplicații de dating? Ai folosit și altceva în afară de Tinder?
3. Prieteni de-ai tăi sau cunoștințe foloseau deja Tinder înainte să o instalezi? Ce îți povesteau ei despre Tinder?
4. Care sunt așteptările tale de la aplicație?
5. Din ce motive crezi că își instalează alți oameni Tinder?
6. Ce părere ai despre faptul că Tinder este văzută ca o aplicație unde utilizatorii caută exclusiv relații sexuale?
7. Crezi că o relație poate începe pe Tinder?
8. Ce părere ai despre modul în care funcționează aplicația?

### **Construirea profilului personal – prezentarea sinelui:**

1. Aplicația îți permite câteva criterii inițiale precum distanța, vârsta și genul partenerilor. Care au fost alegerile tale?
2. Ce detalii ai inclus în profilul tău? (Câte fotografii ți-ai pus? Ai adăugat și descriere? Ce alte detalii ai mai adăugat?)

### **Comportamentul pe Tinder – evaluarea și strategiile de alegere a partenerilor:**

1. Când te uiți la un profil de Tinder, ce vezi? La ce anume te uiți?
2. Cauți un anumit tip de persoană, o tipologie?
3. Descrie-mi un profil căruia tu i-ai oferit *swipe right/like*.
4. Cum ar arăta un profil căruia tu i-ai dat *swipe left*?
5. Când cunoști pe cineva în viața reală, ce anume ar putea să te atragă la persoana respectivă?
6. Cum te-ai simțit să ai atâtea profiluri din care să poți alege?
7. Cum te simți când faci *match* cu altcineva?
8. Ce se întâmplă după *match*? (Re-analizezi profilul persoanei? Abordezi persoanele imediat? Aștepti să fii abordat?)
9. Cum începe o conversație pe Tinder?
10. Arăți prin conversație motivația ta de a fi pe Tinder?
11. Când iese conversația din spațiul Tinder?
12. Care crezi că sunt limitele aplicației?
13. Simți că te afli în control când folosești aplicația?

### **Valorificarea experienței Tinder pentru respondent:**

1. Cum s-a schimbat modul în care folosești aplicația?
2. Ce înseamnă pentru tine a avea succes pe Tinder?
3. Consideri că timpul petrecut pe Tinder este timp pierdut?
4. Ce înseamnă/ce a însemnat pentru tine experiența Tinder?
5. Ce te-ar face/ce te-a făcut să dezinstalezi aplicația?
6. Ce te-ar face să reinstalezi aplicația? Din ce motive ai reveni la ea?