

Abstrakt

Ve výběru partnera se kromě principu homogamie (soběpodobnost) uplatňuje také imprinting-like efekt (podobnost partnera a rodiče opačného pohlaví). Mezi rodiči a partnery i mezi partnery samotnými byla nalezena podobnost v celé řadě charakteristik (např. věk, rysy ve tváři či osobnostní rysy). Hlavním cílem předložené práce bylo testovat, zda se lidé párují na základě soběpodobnosti a/nebo podobnosti s rodičem opačného pohlaví v temperamentu a zda by mohla mít podobnost dopad na partnerskou a sexuální spokojenost. Současně jsme testovali, jak souvisí temperament měřený pomocí dotazníku s jeho behaviorálním (psychomotorické tempo) a fyzickými markery (tělesná výška, váha a BMI). Studie se zúčastnilo celkem 91 respondentů (48 žen a 43 mužů), se svými partnery a rodiči opačného pohlaví. Všichni respondenti vyplnili dotazník EAS (Emotional, Activity and Sociability Survey) měřící temperament (emocionalitu, aktivitu, sociabilitu a stydlivost), poskytli nahrávku psychomotorického tempa (behaviorální marker temperamentu) a uvedli svoji výšku a váhu (fyzické markery temperamentu). Výsledky ukázaly, že oproti očekávání souvisí temperament měřený pomocí dotazníku s psychomotorickým tempem a fyzickými charakteristikami pouze slabě. Dále jsme zjistili, že se partneři vzájemně podobali pouze v jedné temperamentové dimenzi, a to v aktivitě. Homogamie mezi partnery byla nalezena také v tělesné váze. V případě imprinting-like efektu jsme zjistili pouze slabou korelaci v sociabilitě matky a partnerky, v případě otců a partnerů jsme našli negativní korelaci pro stydlivost. Žádné další významné výsledky nalezeny nebyly. Partnerská podobnost ani podobnost partnerů a rodičů neměla žádný vliv na partnerskou ani sexuální spokojenost. Výsledky tak naznačují, že v případě homogamie a imprinting-like efektu by se mohly významněji uplatňovat jiné než osobnostní charakteristiky (např. charakteristiky fyzické či socio-demografické). Budoucí výzkum by se měl zaměřit kromě skutečného výběru i na partnerské preference. Preference nejsou limitovány žádnými kompromisy, které jedinec ve skutečném výběru případně dělá (např. limit „partnerského trhu“, atd.), proto by mohly přispět k porozumění homogamie a imprinting-like efektu ve výběru partnera.

Klíčová slova: výběr partnera, asortativní párování, psychomotorické tempo, behaviorální markery temperamentu, fyzické markery temperamentu, partnerská spokojenost, sexuální spokojenost