

UNIVERZITA KARLOVA, FILOZOFICKÁ FAKULTA

KATEDRA SOCIOLOGIE

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Renáta Topinková

Homofilie ve výběrovém párování

Homophily in assortative mating

2018

Vedoucí práce: prof. PhDr. Dana Hamplová, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne

.....

Renáta Topinková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své práce Daně Hamplové, nejen za cennou zpětnou vazbu a konzultace v průběhu psaní práce, ale také za možnost se podílet na jejím projektu. Velký dík také patří Markétě Šetinové za poskytnutí dat k analýze a nápady v úvodní fázi psaní práce.

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá věkovou homogamií v prostředí české mobilní seznamovací aplikace. Vzorek obsahuje 10645 unikátních uživatelů, z čehož 6860 jsou muži a 3785 jsou ženy. Teoretická část práce reflektuje přístupy k výběru partnera online i offline. Užitou metodou je log-lineární modelování, které se běžně využívá při zkoumání sňatkové homogamie. Výsledky modelování ukazují preferenci mužů pro mladší ženy, a preference žen pro stejně staré či starší muže, než jsou ony samy. Jelikož je žen na seznamovací aplikaci výrazně méně, mohou si vybírat, a výsledné párování kontrolují skrz non-reciprocitu. Nejmladší ženy jsou kontaktovány muži všech věkových kategorií. Přestože muži preferují výrazně mladší partnerky, mají vyšší šance na úspěch u starších žen.

Klíčová slova: výběrové párování, homofilie, věková homogamie, heterogamie, online seznamování, seznamovací aplikace, log-lineární modelování, Česká republika

Abstract

The presented thesis explores age homogamy patterns in the environment of a Czech mobile dating application. The sample size is 10645 unique users, of which 6860 are men and 3785 are women. The theoretical part of this thesis reflects existing approaches to the mating process, both online and offline. Log-linear modeling revealed that men have a strong preference for younger women. Women, on the other hand, prefer men of the same age or slightly older than themselves. Since there are substantially fewer women than men on the app, women control the matching process by not responding (non-reciprocity). The youngest women receive most of the attention on the app as men of all ages contact them. Therefore, although men do prefer younger women, the odds of a successful match is higher when they contact older women.

Keywords: assortative mating, homophily, age homogamy, heterogamy, online dating, dating apps, log-linear models, Czechia

Obsah

1. Úvod	7
2. Tradiční a moderní výběr partnera	11
3. Teorie výběru partnera	13
3.1. Teorie racionální volby	13
3.2. Evoluční perspektiva	15
3.2.1. Atraktivita a věk	17
3.3. Matching hypothesis – sociální psychologie	19
3.3.1. Omezení při výběru partnera	21
3.4. Homofilie	22
3.4.1. Vysvětlení homofilie	22
4. Online seznamování	25
4.1. Motivace	26
4.2. Vnímání online seznamování	27
4.3. Autenticita online	27
4.4. Aplikace vs webové	28
4.5. Strategie kontaktování	29
5. Věková homofilie	31
5.1. Operacionalizace	31
5.2. Věková homogamie v České republice	32
6. Výzkumná část	34
6.1. Charakteristika seznamovací aplikace	34
6.2. Hypotézy	35
6.3. Deskriptivní charakteristiky datového souboru	36
6.4. Log-lineární modelování	47
6.4.1. Chybějící hodnoty	49
6.4.2. Model nezávislosti	52
6.4.3. Parametry	52
6.4.4. Modely	53
7. Závěr	63
Reference	65

1. Úvod

Zkoumání manželství, kohabitanace a homofilie byla věnována v sociologické literatuře značná pozornost. Nicméně, o samotném procesu výběru partnera máme poměrně málo informací. Při zkoumání sňatkové homogamie, tedy tendenci navazovat partnerské vztahy s lidmi, kteří jsou nám podobní, totiž často pracujeme s daty o již navázaných partnerstvích, což má svá omezení. Pokud nás tedy zajímá vzdělanostní či náboženská homogamie, často nevíme, zda si jedinci vybrali partnera, který by jim byl podobný, nebo došlo k vzájemnému ovlivnění (Šetinová, 2018). Jednoduše řečeno, nevíme, zda si katolíci berou katolíky nebo dochází k náboženské konverzi později. Podobně v případě vzdělání nevíme, zda si vysokoškolačka vzala vysokoškoláka, nebo motivovala svého středoškoláka k získání univerzitního diplomu. Jak vysvětluje Šetinová (2018), výsledek takového párování je stejný, nicméně mechanismus vzniku homofilie zcela odlišný. Navíc, využíváme-li dat z již navázaných partnerství, můžeme zkoumat pouze páry, které spolu vydržely. Proces seznamování a hledání partnera je však mnohem složitější. Dochází zde k velkému množství odmítnutí, zklamání, slepých uliček, či rozpadů potenciálních vztahů dříve, než mohly skutečně začít. Kromě toho, zdaleka ne všechny nově vzniklé páry spolu vydrží až do svatby či k sestěhování. To ovšem neznamená, že by zkoumání již navázaných partnerství bylo jediným přístupem k výzkumu sňatkových trhů. Existují studie, které se zabývají páry, které teprve vstupují do manželství a občas se vyskytují longitudinální studie, které zvažují i situaci před uzavřením sňatku. Ani tyto přístupy však nejsou dokonalé, nevíme totiž zda výběr partnera odráží partnerské preference nebo příležitosti k seznámení.

Vedle výzkumů sňatkové homogamie či homofilie existují také výzkumy, v nichž se snažíme zjistit preference jedinců přímým dotazováním, jaký by měl být jejich ideální partner. Problémem u těchto výzkumů je nejen sociální desirabilita, ale také fakt, že lidé jsou do značné míry iracionální a často nevědí, co přesně chtějí. Určitou roli ve finálním párování hraje také náhoda. Během života totiž potkáváme mnoho různých lidí, ale jen někteří z nich se pro nás stanou významnými (Blossfeld & Timm, 2003). Tradičně je velkým omezením naše sociální okolí, které určuje, jaké lidi můžeme potkat (Blossfeld & Timm, 2003; Katrňák, 2008; McPherson, Smith-Lovin, & Cook, 2001). Trávíme-li většinu svého času studiem na vysoké škole, je

velice pravděpodobné, že se zde také seznámíme, a že nám takový partner bude podobný vzděláním či socioekonomickým původem (Blossfeld & Timm, 2003).

Online seznamování nám v tomto ohledu dává k dispozici zcela nová data, která jsme dříve neměli k dispozici. Zásadní výhodou využívání dat pocházejících z online seznamovacích portálů či aplikací je, že se nespolehneme na výpovědi jedinců, ale sledujeme jejich reálné chování v prostředí online seznamovacího portálu či aplikace. Na jedné straně tedy víme, jaké uživatele sami kontaktují a zda jim tito uživatelé odpovídají. Na druhé straně máme informace o tom, jací uživatelé kontaktují je a zda se rozhodli jejich pozvánky k seznámení přijmout. Můžeme tedy říct, že tato data „nelžou“ (Stephens-Davidowitz, 2017). Navíc se s těmito daty nemusíme se trápit výše zmíněnými problémy, zda bylo kuře dříve než vejce, tedy zda homogamie byla před navázáním svazku přítomna či šlo o pozdější adaptaci, jelikož sledujeme proces párování v jeho zárodku (Šetinová, 2018).

Proč se vlastně v sociologii věnujeme tématům jako je homogamie, online seznamování či výběrové párování? Důvodem je potenciál posilovat existující společenské nerovnosti (Blossfeld & Timm, 2003; Katrňák, 2008). Šetinová (2018) tento potenciální dopad ilustruje tak, že pokud se vezmou dva bohatí jedinci, zvýší se rozdíl mezi nimi a chudým párem mnohem více, než kdyby se bohatí a chudí párovali náhodně. Vysoká míra homogamie pak může poukazovat na velkou uzavřenost skupin či rasové napětí. Věková homogamie pak odkazuje k uspořádání společnosti. Katrňák (2008) například uvádí, že ve společnosti, kde jsou ženy ekonomicky soběstačné a rozdíly mezi rolemi manželi jsou zanedbatelné, jsou sňatky spíše věkově homogamní. Naopak, ve společnostech, kde mají muži ekonomicky navrch a role manželů jsou jasně oddělené, muži preferují co nejmladší ženy a ženy preferují co nejstarší muže.

V online seznamování pak existují dva myšlenkové proudy, které se zaobírají výsledky párování online. Jeden z nich tvrdí, že vzhledem k velkému množství potenciálních partnerů budou jeho výsledkem více diverzní páry, jelikož se zde a zde mohou seznámit páry, které by se jinak nejspíše nikdy nesetkaly. Druhý proud očekává přesný opak, jelikož seznamování na internetu často umožňuje filtrování uživatelů podle určitých představ. Jelikož lidé preferují kontakt s lidmi, kteří se jim podobají, k nárůstu diverzity docházet nebude. Uživatelé, kteří se od nich výrazně

liší nebo jiným způsobem nespĺňují naše představy, zkrátka odfiltrují (Šetinová, 2018).

V následující práci se budeme zabývat věkovou homogamií, a to v prostředí české mobilní seznamovací aplikace. Lze předpokládat, že pokud bychom se respondentů ptali na preference partnerů určitého věku, respondenti by je nemuseli zodpovídat pravdivě či si své preference plně uvědomovat. Také je rozdíl mezi ideálním partnerem a partnerem, se kterým reálně můžeme navázat vztah. Jinak řečeno, pravděpodobně velké množství padesátníků by v ideálním případě mělo zájem o krásnou mladou ženu, nicméně jen pro minimum z nich je takový svazek dosažitelný. Díky zkoumání seznamovacích aplikací tak nejen víme, koho respondenti kontaktují, ale také kdo jim odpovídá a kdo nikoliv. Preference se zde mohou ukázat zřetelněji, jelikož uživatele seznamovacích aplikací či webových portálů kontakt velké množství protějšků s minimálními náklady či ztrátami (Kreager, Cavanagh, Yen, & Yu, 2014). Mohou si tak dovolit kontaktovat i uživatele, u nichž by jinak měli malé šance na úspěch.

V první části práce si vysvětlíme rozdíly mezi tradičním a moderním výběrem partnera. Poté se seznámíme s nejvýraznějšími teoriemi, které se snaží vysvětlit, podle čeho si partnera vybíráme. Konkrétně budeme hovořit o teorii racionální volby, která pochází z ekonomie a je spjata především se jménem Garyho S. Beckera. Dále se zaměříme na evoluční vysvětlení pocházející ze sociobiologie a také tzv. matching hypothesis, která má svůj původ v sociální psychologii. Ačkoliv jsme si již v úvodu řekli něco o homofilii, vrátíme se k ní v závěru třetího oddílu této práce, kde se podíváme na vysvětlení jejího vzniku.

Čtvrtý oddíl práce se věnuje specifikům online seznamování. Dotkneme se témat, jakými jsou motivace uživatelů se zaregistrovat na online seznamovacím portálu či aplikaci, zda na seznamkách všichni lžou a jsou zoufalí anebo jde o aktivitu, která je již víceméně normou. Také si řekneme, jaké jsou rozdíly mezi online seznamovacím webovým portálem a mobilní aplikací.

Pátým oddílem se pomalu přesouváme od teorie k empirii a řešíme některá úskalí operacionalizace věkové homogamie, která je ústředním tématem této práce. V rámci tohoto oddílu si také řekneme, jak je to s věkovou homogamií v České republice a jaký byl její historický vývoj.

Sedmý oddíl je již čistě empirický, jedná se totiž o výzkumnou část. Tento oddíl obsahuje deskriptivní charakteristiky našeho souboru, stručný úvod do log-lineárního modelování, popis transformací dat v kontingenčních tabulkách z důvodu chybějících hodnot, a nakonec samotné výsledky log-lineárních modelů. Všechny grafy a tabulky uvedené v práci pochází z dat poskytnutých seznamovací aplikací a jedná se o vlastní výpočty.

2. Tradiční a moderní výběr partnera

Ačkoliv máme v dnešní době tendenci vidět lásku jakožto prerekvizitu partnerského vztahu a manželství, nebylo tomu tak vždy. Po dlouhou dobu bylo manželství považováno za příliš důležité, než aby se dovolovalo něčemu tak vrtkavému a iracionálnímu jako je láska být jeho součástí. Milovat svou ženu či manžela bylo v mnoha společnostech dokonce odsuzováno, označováno za modlářství a společnost ohrožující (Coontz, 2006). V jiných společnostech bylo (a stále je) považováno za pozitivní, pokud se láska mezi manžely rozvinula buď po uzavření sňatku, nebo byla jen jedním z faktorů pro výběr partnera, ovšem zdaleka ne tím zásadním. Manželství původně sloužilo širší skupině a nebylo pouhým spojením dvou jedinců, ale především spojením dvou rodin. Manželství tak bylo zásadním prostředkem pro vytváření vazeb s ostatními kmeny či skupinami a zároveň snižování napětí mezi nimi, jelikož jeho výsledkem byly děti, které měly příbuzné v obou kmenech. Tímto způsobem skupiny získávaly spojení, rozšiřovali možnosti spolupráce a mohly si vyměňovat zdroje s jinými skupinami (Coontz, 2006, pp. 56–60).

Jak společnost bohatla, získalo manželství jinou podobu – pro elity se stalo způsobem akumulace kapitálu přes dědění majetku, prostředkem uzavírání politických aliancí, smluv či dokonce míru. Výběr partnera v dřívějších společnostech nezávisel pouze na dvou jedincích, potenciálním páru, ale také na rodičích, příbuzných, sousedech, církvi či státu. Manželství bylo primárně ekonomickou a politickou institucí. A jakožto takové určovalo očekávání spojená s láskou a manželstvím. Jak uvádí Coontz (2006), láska samozřejmě koexistovala i s přechozími představami o manželství. Lidé se zamilovávali, občas dokonce do svých manželů či manželek, trpěli či se snažili rebelovat vůči zavedeným pravidlům o tom, koho si smí či nesmí vzít. Ve většině případů ovšem potomci s výběrem rodičů souhlasili, jelikož předpokládali, že jim rodiče vyberou nejlepšího možného partnera. Takový výběr považovali za racionální a za případný nezdár manželství nesli odpovědnost právě rodiče (Katrňák, 2008).

Dnes bychom si jen těžko představili, že by o výběru partnera měli rozhodovat primárně naši příbuzní. Naopak, rodiče a širší příbuzenstvo se má do vztahu či manželství vměšovat co nejméně, manželé jsou povinovani na prvním místě jeden

druhému. Role partnera-manžela prošla radikálními změnami. Dnes od druhého očekáváme, že bude naším nejlepším přítelem, se kterým budeme sdílet své pocity a myšlenky, důvěrníkem, a milencem, který nejen, že nám bude věrný a my jemu, zároveň naplní všechny naše sexuální tužby (Coontz, 2006). Jedna osoba má tak naplnit funkce a potřeby, které dříve zastávalo větší množství lidí.

Moderní výběr partnera pak leží na bedrech jedinců, jež si přejí navázat romantický vztah. Ekonomické a politické důvody by podle některých teoretiků neměli hrát roli (Giddens, 2012). Teoreticky může navázat romantický vztah kdokoliv s kýmkoliv a kdekoliv, za předpokladu, že mezi jedinci existuje vzájemná náklonnost (Giddens, 2012; Katrňák, 2008). Bylo by ovšem unáhlené se domnívat, že se manželé v moderní společnosti zásadně liší ve svých charakteristikách. Jak uvádí Katrňák (2008, p. 26), partneri se příliš neliší od partnerů a partnerek, které by pro své potomky vybrali rodiče, pokud by volba i nadále ležela na jejich bedrech. Stále totiž platí, že si lidé nevybírají za partnera náhodně jakéhokoliv člověka, nýbrž preferují někoho, kdo jim je podobný (Hitsch, Hortaçsu, & Ariely, 2010b; Katrňák, 2008; McPherson et al., 2001). Tato podobnost může spočívat ve věku (Rosenfeld & Thomas, 2012), etniku (Hitsch et al., 2010b; Potarca & Mills, 2012; Rudder, 2014a), vzdělání (Kalmijn, 1998; Skopek, Schulz, & Blossfeld, 2011), fyzické atraktivitě (Hitsch et al., 2010b), tělesném typu či životním stylu, ať už jde o preferenci mít či nemít děti či kuřáctví (Fiore & Donath, 2005; Hitsch et al., 2010b) nebo sociální původ (Kalmijn, 1998). Skrz tyto preference, respektive homogamii, se i nadále reprodukuje sociální struktura, včetně sociálních nerovností (Blossfeld & Timm, 2003; Coontz, 2006; Katrňák, 2008).

3. Teorie výběru partnera

V sociologii existuje více než jedno teoretické vysvětlení procesu hledání partnera. Je důležité si uvědomit, že žádný z přístupů nevysvětluje celý proces, jelikož do hry vstupuje mnoho různých a často náhodných proměnných, které nelze postihnout. Spíše než komplexní vysvětlení pak teorie poskytují omezené vysvětlení určité části sňatkového chování (Možný, 2002). V následující části si představíme tři z těchto přístupů, konkrétně pak teorii racionální volby v pojetí Beckera a Oppenheimerové, vysvětlení biologickou podmíněností člověka (sociobiologie či evoluční psychologie) a matching hypothesis pocházející ze sociální psychologie.

3.1. Teorie racionální volby

Jedna z nejvlivnějších teorií vysvětlujících výběr partnera je teorie racionální volby pocházející z pole ekonomie, jež reprezentuje Gary Becker. V této perspektivě je manželství dobrovolným, oboustranně výhodným kontraktem mezi dvěma stranami – manželem a manželkou. Lidé do manželství vstupují, pokud je pro ně manželství výhodnější než být svobodný, tedy pokud výhody a užitek z manželství převáží výhody a užitek ze svobodného stavu. Pro jedince je manželství vždy výhodnější než být sám. Oba potenciální partneři se chovají racionálně – snaží se maximalizovat svůj užitek a minimalizovat ztráty. Muži a ženy soutěží s ostatními muži a ženami o potenciální partnery na „sňatkovém trhu“, přičemž tento trh je v rovnováze zajištěné neviditelnou rukou sňatkového trhu (Becker, 1973, 1998).

Výhodnost sňatku spočívá ve vzájemné závislosti partnerů způsobené specializací partnerů. Becker pracuje se společnou užitkovou funkcí, což znamená, že bere užitek rodiny jako celek a nepředpokládá, že by každý z partnerů měl svůj vlastní užitek. Díky specializaci partneři maximalizují společný užitek domácnosti, který závisí na statcích produkovaných domácností. Nejcennější komoditou, kterou může domácnost vyprodukovat, je pak podle Beckera (1973) dítě, a výběr partnera se řídí primárně snahou vyprodukovat co nejkvalitnějšího potomka. Čím vyšší je společný užitek domácnosti (závislý na specializaci), tím kvalitnější potomky pár má. Jeden z partnerů se specializuje na domácnost a „produkuje“ služby jako je péče o děti, přípravu jídla nebo lásku obecně. Zatímco druhý partner se orientuje na pracovní trh, rozvoj dovedností zde oceňovaných, a maximalizaci příjmů. Partneři

se tak snaží se získat služby, které lze koupit za peníze. Partneri tudíž směňují ekonomickou podporu za domácí práce, přičemž partner, jehož čas je méně cenný by měl zůstat v domácnosti. Jelikož jsou ženy tradičně socializovány do role v domácnosti, mají tím pádem lepší předpoklady se zaměřit na rozvoj specifického lidského kapitálu spojeného s touto rolí. Podobně muži jsou socializováni do budoucí role na pracovním trhu. V důsledku se tedy ženám vyplatí si najít bohatého muže a mužům mladou, plodnou ženu, která vládne dovednostmi užitečnými pro řízení chodu domácnosti

Partneri by měli být rozdílní v tržních vlastnostech, aby maximalizovali užitek pomocí specializace (Becker, 1973). Každý z nich by měl tímto způsobem získat to, čeho se mu nedostává. Nicméně v netržních vlastnostech (atraktivita, hodnoty, životní styl) by si měli být podobní. Na sňatkový trh vstupují dříve lidé, kteří jsou mladí, mají vysoké očekávané příjmy a přejí si mít co nejvíce dětí. Brzy se také vdávají či žení lidé, kteří nevěří, že by našli někoho lepšího, a lidé, kteří měli štěstí a našli ideálního partnera rychle. Lidé podle pak podle Beckera (1974) uzavírají sňatek, když vědí, že náklady spojené se snahou o nalezení lepšího partnera by byly natolik vysoké, že by převýšily zisk z nalezení potenciálně lepšího protějšku.

Beckerova teorie se neobešla bez kritické odezvy. Jedna z nejvýraznějších kritik pochází od Valerie Oppenheimer (1988), která své úvahy rozvíjí na základě modelu pracovního trhu. Jedním ze zásadních problémů Beckerova pojetí je podle Oppenheimer předpoklad, že potenciální partneri jsou schopni perfektně určit „hodnotu“ druhého. Oppenheimer ale argumentuje tím, že hledání partnera je provázenou velkou mírou nejistoty, jelikož je závislé nejen na současných kvalitách partnera, ale zároveň těch budoucích. Právě tato nejistota prodlužuje dobu hledání. Navíc, jelikož roste ekonomická nezávislost žen, zvyšuje se nejistota ohledně vlastností žen a lze předpokládat, že posňatková adaptace¹ bude méně úspěšná, jelikož oba partneri ekonomicky obstojí i bez manželství. Zásadním rozdílem od

¹ Pošňatkovou adaptací Oppenheimer rozumí proces socializace, v němž „*se upraví nepřesné odhady budoucích charakteristik.*“ (Oppenheimer, 1988, p. 565; překlad cit. dle Možný, 2002, p. 105)

Beckerova pojetí je pak to, že bohatí muži již nevyhledávají krásné mladé ženy, ale upřednostňují bohaté ženy, jelikož roste důležitost příjmu ženy.

Proces hledání partnera obsahuje také další problémy. Potenciální partnery potkáváme postupně a v náhodném pořadí, přičemž neznáme parametry populace potenciálních protějšků. Například tedy nevíme, kolik potenciálních partnerů v cílové populaci je a jaké jsou jejich charakteristiky. Hledání partnera s sebou také nese určité náklady a je časově omezené. Pokud potenciální protějšek odmítneme, je těžké se k němu po čase vrátit, jelikož už si mezitím mohl najít jiného partnera. A v neposlední řadě, zájem o vytvoření vztahu musí mít obě zúčastněné strany. V revidované formě teorie racionální volby je těžké vycházet z představy o nalezení ideálního partnera, jelikož lidé nemohou vědět všechny zásadní informace o druhých, včetně adekvátní predikce budoucích charakteristik a zároveň nemohou vědět, koho dalšího by mohli potkat, pokud by se rozhodli pokračovat v hledání. Konec hledání tak přichází ve chvíli, kdy nalezneme partnera, který je pro nás přijatelný, nikoliv však nutně ideální (Blossfeld & Timm, 2003, pp. 6–7).

3.2. Evoluční perspektiva

Na rozdíl od ekonomů sociobiologové a evoluční psychologové nevysvětlují výběr partnera pomocí tržních mechanismů, nýbrž jakožto součást reprodukční strategie. Muži a ženy mají jiné preference, protože jejich investice do rozmnožování jsou různé. Pro ženu je sex mnohem nákladnější a nebezpečnější investicí, jelikož nese případné nároky a rizika spojená s těhotenstvím, navíc na rozdíl od muže od svého těhotenství nemůže jen tak odejít a odpovědnost za dítě jí zůstává. Evoluce tak odměnila ženy, které preferovaly muže, kteří pro ně představovali zisk, nikoliv ztrátu. Přestože moderní antikoncepce změnila rizika neplánovaného těhotenství, sexuální psychologie lidí se vyvíjela miliony let a nemůže se jen tak vytratit přes noc (Buss, 1994). Ženy proto preferují muže, kteří disponují zdroji, které s nimi mohou a jsou ochotni sdílet. V moderní společnosti pak těmito zdroji nejčastěji myslíme zdroje ekonomické. Těmito zdroji může být i prospekt budoucích zdrojů – například student medicíny nemusí být bohatý nyní, nicméně se dá předpokládat, že jeho ekonomické postavení a status se po dokončení studií výraznělepší. Podle výzkumů je pro ženy ekonomické zabezpečení přibližně dvakrát důležitější než pro muže. Ačkoliv si můžeme představovat, že

takové smýšlení je spjaté s kapitalistickými společnostmi, Buss (1994) tyto preference našel ve třiceti sedmi kulturách na šesti kontinentech a pěti ostrovech; mezi kulturami praktikujícími polygynii i monogamii, mezi různými rasami a náboženstvími, od kapitalistických společností až po komunistické. Preference žen pro bohaté muže se tak zdá být univerzální.

Již jsme řekli, že muži a ženy mají odlišné preference. Na co se tedy zaměřují muži? Výzkumy ukazují, že pro muže je zásadní fyzická krása. Přestože se může zdát, že krása je vysoce individuální a každý z nás považuje za krásné něco jiného, napříč kulturami existuje určitá univerzální představa o kráse². Jedná se zejména o čistou pleť, zdravé zuby a vlasy, které signalizují zdraví. Dále relativní poměr mezi ženským pasem a boky (angl. orig *waist-to-hip ratio*), jenž je výborným prediktorem plodnosti ženy (Etcoff, 2000). Ženy se tedy orientují na bezpečí a ekonomické zabezpečení, aby sobě a potomkům zabezpečily pohodlný život, a muži se snaží nalézt takovou partnerku, která by s nimi nejen počala dítě, ale také jej byla schopná donosit (Buss, 1994). Pochopitelně to ovšem neznamená, že ženy hledají pouze bohaté muže a muži krásné ženy a žádné jiné charakteristiky již nejsou důležité. Také to neznamená, že by všechny kultury přikládali kráse či bohatství stejnou váhu (Buss, 1994).

Z hlediska odhadování potenciálního bohatství muže je věk důležitým ukazatelem. Status a bohatství totiž mají tendenci se hromadit s věkem – dvacetiletí muži mají průměrně nižší příjem než třicetiletí a třicátníci zase nižší než čtyřicátníci. U starších mužů se také snáze určuje jejich status a ekonomický potenciál, u mladších mužů jde spíše o odhad budoucího úspěchu. Jinak řečeno, u staršího partnera se již jeho potenciál realizoval (nebo naopak nezrealizoval), zatímco u mladého partnera mluvíme spíše o „možnostech“. Jako vodítka v tomto případě mohou sloužit mužovy vlastnosti, například ambice či zda tvrdě pracuje.

² Významnou kritičkou „univerzality krásy“ je Wolf (2015), podle které nic jako univerzální, objektivní standard krásy neexistuje. Wolf tvrdí, že představa, že muži musí chtít krásné ženy a ženy musí toužit po tom být krásné, zdůvodněná evoluční výhodou plodnosti krásných žen, je pouhý mýtus. Co je krásné a žádoucí je vždy předepisováno dobou, slouží ke kontrole žen a jeho nutnou součástí je soutěžení mezi ženami, které má za účel je rozdělovat. Nicméně z experimentálních studií víme, že člověk dokáže vyhodnotit atraktivitu obličeje za méně než vteřinu a už tříměsíční děti reagují na krásný obličej (přehled viz Hakim, 2011).

Ztráta zaměstnání, absence kariérních cílů nebo lenost jsou pro ženy důvody k rozchodu (Buss & Schmitt, 1993). Preference pro relativně starší muže ovšem nemusí být spojená pouze s rostoucími příjmy, roli také hrají jiné vlastnosti – vyzrálost, větší spolehlivost a stabilita. Přestože vrcholu v příjmech muži dosahují až kolem čtyřiceti až padesáti let, ženy preferují muže pouze o několik let starší než jsou ony samy, nikoliv však výrazně starší muže. Z pohledu sociobiologie může být důvodem, proč ženy odmítají výrazně starší muže, zvýšené riziko jejich úmrtí, v jehož případě by žena na potomky zůstala sama. Větší věkový rozdíl také zvyšuje riziko rozpadu svazku z důvodu nekompatibilních hodnot, norem, pohledů na svět a představách o rodinných rolích. Z těchto důvodů ženy preferují muže pouze o několik let starší než jsou ony samy a raději investují do mladšího perspektivního muže, který ještě nedosáhl vrcholu svého statusu či příjmů, oproti nejistému svazku s výrazně starším partnerem, který již dosáhl vyšších příjmů a sociálního statusu (Buss, 1994, p. 29).

3.2.1. Atraktivita a věk

Ani online seznamování nefunguje stejným způsobem pro muže a ženy. Rudder (2014b) na datech z OkCupid³ ukazuje, že ženy dostávají několikanásobně více zpráv než muži. Navíc, i podprůměrně atraktivní ženy dostávají více zpráv než ti nejatraktivnější muži⁴. Nicméně, u obou pohlaví je patrný rapidní zvýšení počtu zpráv odeslaných nejatraktivnějším uživatelům, respektive uživatelům v 90. percentilu atraktivity⁵. Více zpráv také dostávají ženy, které jsou atraktivní

³ OkCupid je seznamovací portál založený v USA v roce 2004. Podle údajů z roku 2013 využilo OkCupid od jeho založení přes třicet milionů uživatel, přičemž denně jeho služeb využívá přes milion unikátních uživatelů (Jacques, 2013). Svě uživatele páruje na základě algoritmu, který uživatelům ukazuje, nakolik se k sobě hodí. Algoritmus je založený jednak na otázkách, které uživatelé zodpovídají a zároveň označují, jaké odpovědi považují za přijatelné od potenciálních partnerů, a potom na základě aktivity uživatelů na seznamovacím portálu. Výsledky analýz popisuje jeden ze zakladatelů OkCupid, Christian Rudder, v knize *Dataclysm* (2014b).

⁴ Domnívat se ale, že většina mužů stojí v koutě a nemá možnost se seznámit, by bylo chybné. Ansari a Klinenberg (2015) poznamenávají, že ačkoliv počet zpráv obdržených muži je relativně nižší vůči zprávám, které obdrží ženy, i těmto mužům se dostane průměrně vyšší pozornosti online než offline.

⁵ Toto zjištění se ovšem neomezuje pouze na svět online seznamování. Z předchozích výzkumů víme, že krása je důležitá i mimo romantickou sféru, například při hledání zaměstnání. Krásní lidé jsou vnímáni jako chytřejší, kompetentnější a důvěryhodnější (Hakim, 2011).

„nekonvenčním“ způsobem. Tím myslíme, že v jejich hodnocení je značná variabilita – někteří muži je hodnotí jako velice atraktivní, zatímco jiní jako velice neatraktivní. Rudder (2014b) tuto skutečnost vysvětluje tím, že nejsou mužům lhostejné, jelikož se jim buď extrémně líbí, nebo je hodnotí extrémně negativně. Navíc si pak muži myslí, že mají u dané ženy vyšší šance, jelikož mají něco společného (například extravagantní tetování), nebo si uvědomují, že někteří muži budou tuto nekonvenčnost hodnotit negativně.

Stejně se liší atraktivita mužů a žen s ohledem na jejich věk. Během analýz dat z OkCupidu si Rudder (2014b) kladl otázku, v jakém věku jsou muži a ženy nejvíce atraktivní pro opačné pohlaví. Uživatelé měli ohodnotit atraktivitu protějšku, který vidí na fotografii. Vyhodnocovalo se tedy samotné hodnocení atraktivity osoby na fotografii, její věk a věk jejího hodnotitele, nikoliv jaký věk uživatelé tvrdí, že jim přijde nejvíce atraktivní. Výsledky ukázaly, že ženy pod třicet let hodnotí jako nejvíce atraktivní muže ve svém věku nebo o něco starší. Ženy starší třiceti let pak vnímají jakožto nejvíce atraktivní muže o trochu mladší, než jsou ony samy. Naopak, preference mužů se v čase nijak zásadně nemění, za nejvíce atraktivní považují ženy kolem dvaceti let. Rudder poznamenává, že *„představa padesátníka o tom, co je sexy, je téměř stejná jako představa studenta vysoké školy, alespoň dokud se díváme pouze na proměnnou věku. Když už, tak dvacátníci jsou ochotnější jít na rande se staršími ženami.“* (Rudder, 2014b, p. 36). Větší ochotu mladých mužů kontaktovat starší ženy pak vysvětluje fenoménem tzv. „cougars“, kdy starší ženy vyhledávají výrazně mladší ženy za účelem sexuálního uspokojení.

Ve společenských vědách se obvykle předpokládá, že stárnutí nesnižuje atraktivitu mužů, jelikož čím starší jsou, tím spíše budou také úspěšnější a bohatší, což přitahuje i mladé ženy (Fučík, 2006; Hakim, 2011; Možný, 2002; Rudder, 2014b). Naopak, ženy s přibývajícím věkem potenciální partnery ztrácejí. S vyšším věkem se oběma pohlavím snižuje počet potenciálních partnerů vzhledem k tomu, že se část mužů a žen ožení či vdá. Nicméně ženy čelí ještě dalšímu problému – časem ztratí mnoho možností k seznámení, protože připadají atraktivní menšímu množství mužů (Hakim, 2011; Rudder, 2014b). Podobně Hitsch a kolegové (2010b) na datech z online seznamovacího portálu ukazují, že muži systematicky penalizují starší ženy a preferují ženy stejně staré nebo mladší, zatímco ženy primárně

kontaktují stejně staré či o trochu starší muže než ony samy. Hitsch a kolegové udávají, že ženy výrazně nerozlišují mezi muži svého věku a muži staršími o 5–9 let, o muže starší o více než deset let či mladší však jeví nižší zájem⁶. Není ovšem jasné, zda se jedná o preferenci žen pro stejně starého či staršího partnera, nebo zda mladší muže nekontaktují, protože se domnívají, že u nich nemají šanci.

Je ovšem důležité poznamenat, že muži a ženy vyhodnocují atraktivitu odlišným způsobem. Muži se dokáží rychle rozhodnout, zda považují ženu za atraktivní či nikoliv a jejich hodnocení jsou konzistentní. Naopak, ženám trvá muže vyhodnotit delší dobu, jelikož se nezaměřují pouze na jeho fyzickou atraktivitu, ale svůj úsudek upravují podle dalších charakteristik, jakými jsou například socioekonomický status či představy, které si do daného muže projektují. V důsledku toho jsou hodnocení atraktivity mužů, hodnotí-li je ženy, mnohem méně konzistentní (Hakim, 2011).

3.3. Matching hypothesis – sociální psychologie

Matching hypothesis předpokládá, že při hledání potenciálního partnera preferujeme protějšky, které jsou stejně sociálně žádoucí jako jsme my sami⁷. V tomto pojetí lidé rozpoznají vlastní „hodnotu“ a vyberou si takové protějšky, které je, vzhledem k vlastní podobné míře desirability, budou považovat za atraktivní. Jedinci o svých možnostech párování uvažují realisticky, tudíž se snaží o partnera, kterého mohou skutečně získat, nikoliv o partnera, jakého by vnímali coby ideálního. Navíc, nejen, že budou mít zájem o podobně žádoucího partnera, také si s ním budou nejlépe rozumět (Walster, Aronson, Abrahams, & Rottman, 1966).

Přestože bývá matching hypothesis dodnes často citována, již v úvodním pokusu o její ověření se jí Walsterové a kolegům (1966) nepodařilo potvrdit. Ve svém

⁶ Rozptyl mezi 5 a 9 lety může být ovšem zavádějící, protože Hitsch a kolegové (2010b) pracovali s kategorizovaným věkem, nikoliv s přesným věkem uživatelů, jelikož uživatelé udávali svůj věk v pětiletých intervalech (31-35 let, 36-40 let, apod.). Někteří uživatelé mohli být tedy téměř stejně staří. O problematice využití kategorizovaného věku při měření věkové homofilie se budeme podrobně zmiňovat v oddíle Operacionalizace.

⁷ Sociální desirabilitou se u matching hypothesis rozumí zejména fyzická atraktivita (tak je měřena např. u Walster, Aronson, Abrahams, & Rottman, 1966), příjemné vystupování (angl. orig. „being personable“) a materiální zabezpečení. Jak poznamenává Taylor a kolektiv (2011), většina výzkumů snažící se ověřit matching hypothesis se ze spíše praktických než teoretických důvodů zabývala fyzickou atraktivitou.

sociálním experimentu vyzvali vysokoškolské studenty, aby se zúčastnili tanečního večera, pro který jim počítač vybere ideálního partnera. Za výběrem partnera ovšem nestál žádný složitý algoritmus – páry byly přiřazeny náhodně. Pokud by matching hypothesis platila, středně atraktivní studenti by si večer nejvíce užili se stejně atraktivními protějšky, neatraktivní studenti se stejně neatraktivními studenty, a s těmi by také měli zájem o další setkání. Závěry ovšem ukázaly něco zcela jiného. Jediné, co predikovalo spokojenost s vybraným partnerem a touhu se znovu setkat, byla atraktivita protějšku, nikoliv vlastní atraktivita. Dokonce se neprokázala ani korelace mezi tím, jestli se chce respondent sejit s vybraným partnerem, a zda se partner chce sejit s ním. S atraktivními muži a ženami se jejich protějšky chtěli sejit bez ohledu na vlastní atraktivitu i zájem protějšku.

V nedávné studii se Taylor a kolegové (2011) rozhodli otestovat matching hypothesis na datech z online seznamování. Na rozdíl od úvodní studie jejich operacionalizace sociální desirability obsahovala kromě fyzické atraktivity také jejich důvěryhodnost, zda mají příjemné vystupování a jsou milí, a dále psaný text, kde se respondenti představili. Stejně jako úvodní studie Walsterové a kolegů (1966) zjistili, že se respondenti snaží primárně kontaktovat více desirabilní protějšky. Respondenti s vyšším sebehodnocením (*self-worth*) se spíše snažili kontaktovat atraktivnější protějšky, zatímco respondenti s nižším sebehodnocením byli ochotnější se spojit s nepřiliš atraktivními protějšky. Nicméně, ani zde nemůžeme zde mluvit o preferenci, jelikož i respondenti s nízkou sebehodnotou se nejvíce zajímali o velice atraktivní partnery.

Když se ale podívali na reciprocitu kontaktů, ukázalo se, že atraktivní uživatelé spíše opětvují kontakty atraktivních uživatelů a méně atraktivní uživatelé se spíše spárují s méně atraktivními uživateli. Obecně tedy měli uživatelé vyšší šanci na odpověď od podobně atraktivních protějšků. Úvodní výběr koho kontaktovat nebyl založený na hledání podobně atraktivního partnera, jak předpokládá matching hypothesis, nicméně oboustranný zájem již vykazoval podobnost partnerů. Zajímavé ovšem je, že při zkoumání smyslu pro vlastní hodnotu a kontaktování populárních uživatelů (tj. uživatelů kteří byli často kontaktováni ostatními), se ukázalo, že ženy, které samy sebe hodnotily velice negativně, mnohem častěji kontaktovaly nepopulární muže. Naopak ženy, jež samy

sebe hodnotily velmi pozitivně, mnohem častěji kontaktovaly velmi populární muže a mnohem méně komunikovaly s nepopulárními muži. U mužů žádný takový efekt nebyl pozorován. Pro ženy tedy autoři našli určitou podporu pro matching hypothesis, kdy ženy, které se vnímají extrémně negativně, si vybírají partnery, kteří nejsou populární a naopak ženy, které se vnímají velice pozitivně, si vybírají populární muže.

3.3.1. Omezení při výběru partnera

Katrňák (2008) uvádí tři typy faktorů ovlivňujících (a především limitujících) výběr partnera či partnerky v moderní společnosti. Prvními faktory jsou faktory individuální. Pokud by výběr partnera záležel pouze na individuálních faktorech, měli by všichni muži a všechny ženy stejnou pravděpodobnost navázat vztah. Jak ale autor poznamenává, výběr partnera je podmiňován především dalšími dvěma faktory – strukturálními a sociálními.

Strukturální faktory vymezují, s jakými muži a ženami lze navázat romantický vztah, potažmo manželství. De facto jde o nabídku dostupných mužů a žen v okolí. Katrňák (2008) vysvětluje strukturální faktory na příkladu s vysokoškolačky a vysokoškolačkami. Pokud je na sňatkovém trhu více mužů-vysokoškoláků než žen-vysokoškolaček, a chtějí-li si muži-vysokoškoláci vzít ženy-vysokoškolačky, naráží na strukturální omezení, jelikož na některé z nich taková žena „nevyjde“. Část vysokoškoláků si tak bude muset vzít ženy s nižším vzděláním než vysokoškolským nebo zůstat svobodná. Stejně tak mohou být strukturálními omezeními nedostatek mužů v určité věkové kategorii, vyznávajících určité náboženství nebo v žijících v určité geografické vzdálenosti. Učebnicovým příkladem takového omezení je tradičně případ společnosti, v níž v důsledku války chybí ženiši. Tyto faktory jsou předem dané a nemůžeme je změnit (Katrňák, 2008). Do strukturálních omezení můžeme také zařadit sňatkovou tíseň, kdy lidé kvůli nepříznivým podmínkám vstup do romantického vztahu odkládají. Když se dodatečně rozhodnou svou partnerskou situaci změnit, musí volit více heterogamně, jelikož počet možných partnerů je již značně limitovaný (Fučík, 2006).

Třetím typem faktorů jsou sociální faktory. Tyto faktory reprezentují sociální rozdíly, které musí potenciální páry překonávat. Pokud je společnost například silně diferencovaná na základě příjmu či vzdělání, je pro jednotlivce složitější tyto rozdíly překročit. Pokud jsou ale rozdíly zanedbatelné a společnost jim nepřikládá důležitost, je kupříkladu pro někoho z nižší sociální vrstvy snazší si najít partnera z vyšší sociální vrstvy, nebo pro člověka se základním vzděláním si vzít vysokoškolačka. Podobně, pokud v dané společnosti nejsou věkové rozdíly považované za důležité, je snazší věkové kategorie překračovat.

3.4. Homofilie

Již v úvodu této práce jsme zmínili, že lidé zpravidla nenavazují vztahy, ať již romantické či přátelské, náhodně, nýbrž se řídí principy homofilie. Homofilie nám říká, že si nevybíráme přátele či partnery náhodně, nýbrž svět funguje podle principu „vrána k vráně sedá“. Tedy, že preferujeme kontakt s lidmi, kteří jsou nám v určitých vlastnostech a charakteristikách podobní. Například, že máme přátele, kteří jsou nám věkově blízko, protože takoví lidé řeší podobné problémy jako my, mají podobné hodnoty a sledují stejné seriály. Případně sdílí stejnou úroveň vzdělání, jsou stejného etnika nebo vyznávají podobný životní styl. Při hledání partnera může být takovým jednotícím prvkem například i preference, zda mít či nemít děti (Fiore & Donath, 2005). V následujícím oddílu si představíme hlavní přístupy k výzkumu a vzniku homofilie ve společnosti.

3.4.1. Vysvětlení homofilie

Ve výzkumu homofilie existují dva hlavní proudy, které vysvětlují její příčiny. Prvním z nich je homofilie na základě strukturálních omezení reálného světa. Jinak řečeno, určití lidé mají vyšší pravděpodobnost se setkat. Kupříkladu během studia na vysoké škole máme vyšší šanci se setkat s někým, kdo je nám podobný – také studuje vysokou školu, je v podobném věku a má podobný socioekonomický status (McPherson et al., 2001). Dále, existuje nějaký konečný počet mužů a žen v určitém věku s určitými vlastnostmi. Tato hypotéza může sice do jisté míry vysvětlovat seznamování v tradičních kontextech jakými jsou například je sousedství nebo škola, nicméně je problematické jí vysvětlovat seznamování online, kde by se měla strukturální omezení stírat (Rosenfeld & Thomas, 2012). Online seznamovací portály a aplikace zpravidla uživatelům umožňují procházet profily všech uživatelů,

tudíž by měly odrážet skutečné preference uživatelů, nikoliv důsledky strukturálních omezení. To samozřejmě neznamená, že tato omezení online zcela mizí, nicméně předpokládáme, že by mělo být snazší je překonat. Druhým proudem je homofilie založená na preferenci. Homofilie zaměřená na preferenci znamená, že preferujeme vztahy s podobnými lidmi, protože jsou více obohacující a mají nižší pravděpodobnost zániku (McPherson et al., 2001). V souvislosti s online seznamováním můžeme předpokládat, že vzhledem k výrazně většímu množství potenciálních partnerů by se měla preferenční homofilie posilovat.

Nicméně, Schaefer (2012) argumentuje, že obě tato vysvětlení jsou nedostatečná. Jejich problematičnost ilustruje na studii Hogue a Steinberga (1995) zabývající se homofilii mezi adolescenty trpícími depresemi. Adolescenti trpící depresemi se totiž výrazně častěji přátelí s ostatními adolescenty trpícími stejnými problémy. Schaefer (2012) argumentuje, že tito adolescenti nemusí preferovat homofilii ani být strukturálně omezeni. Spíše bývají pasivní a nezapojují se příliš do kolektivu, takže si je jejich vrstevníci nevyberou za přátele. V zásadě si tak „zbydou“ s ostatními adolescenty trpícími stejnými problémy. Podobně děti s problémy s agresí by preferovaly přátele, kteří těmito problémy netrpí, nicméně neagresivní děti spíše nebudou jejich zájem o přátelství opětovat (Snyder, Horsch, & Childs, 1997).

Na základě této úvahy Schaefer (2012) přednáší jiný mechanismus vzniku homofilie založený na teorii směny. V tomto pojetí se lidé snaží kontaktovat co nejvíce atraktivní a žádoucí protějšky, nezávisle na své vlastní atraktivitě. Nicméně, tyto protějšky jim nemusí odpovídat, hovoříme tedy o non-reciprocitě. V průběhu času lidé začnou uzpůsobovat své chování podle toho, jaké protějšky je kontaktují a jaké jim odpovídají. Tento proces by měl ve výsledku posilovat homofilii, jelikož nejatraktivnější lidé si z dostupných uživatelů vybírají ty, již jsou jim nejvíce podobní, tedy jsou podobně žádoucí. V důsledku toho si méně žádoucí jedinci navzájem zbydou. Homofilie v tomto proudu tedy vzniká skrz non-reciprocitu, díky které uživatelé posléze upravují strategie výběru partnera tak, aby zvýšili své šance na odpověď. Tento proces není založený ani na strukturálních omezeních, jelikož potenciál pro heterofilní vazby zde existuje, ani na preferenci, jelikož nikdo nepreferuje homofilii jako takovou a snahy jedinců nejsou horizontální (protože

jsou si podobní), nýbrž vertikální (protože mají zájem o jedince s „vysokou hodnotou“) (Schaefer, 2012, p. 1273).

Schaeferovo pojetí homofilie jakožto procesu ovlivněného non-reciprocitou coby endogenní silou, se zdá být adekvátní pro případ online seznamování. V tomto případě by hlavním mechanismem homofilie mělo být, zda uživatel odepíše na první obdrženou zprávu, přičemž tento proces by měl dále pokračovat s každou další zprávou, kterou si uživatelé vymění. Tímto způsobem by mělo ubývat heterogamních spojení ve prospěch homogamních spojení, jelikož atraktivnější uživatelé si zvolí podobně atraktivní protějšky a těm méně žádoucím neodpoví, případně konverzace skončí dříve, než by došlo k osobnímu setkání. Méně žádoucí uživatelé by pak měli zbýt navzájem.

4. Online seznamování

Ačkoliv se mnozí lidé stále domnívají, že online seznamování je spíše okrajovou záležitostí pro „zoufalé“ jedince, kteří se nedokážou seznámit jiným způsobem, opak je pravdou. Americký online seznamovací server OkCupid zprostředkovává kolem třiceti tisíc prvních schůzek každý den (Rudder, 2014b). Oblíbenost online seznamování se každým rokem zvyšuje, zvláště u mladších generací. Podíváme-li se na různé věkové skupiny, uvidíme, že mezi nejmladší věkovou skupinou (18-24 let) v roce 2015 seznamku vyzkoušelo 27 % mladých Američanů, což je téměř trojnásobně víc než v roce 2013. Podobně využila služeb seznamovacích portálů více než pětina uživatelů ve věku 25-34 a 35-44 let. Dále 41 % Američanů zná někoho, kdo využívá seznamky a 29 % zná někoho, kdo poznal svého manžela/ku či dlouhodobého partnera prostřednictvím online seznamovacího portálu (Smith, 2016). Kolik procent českých uživatelů internetu využívá, či někdy využilo, v posledních letech online seznamování bohužel nevíme. Zprávy z médií však naznačují, že se zájem o online seznamování zvyšuje i u nás (Syslová, 2011).

Mezi jedno z hlavních strukturálních omezení pro hledání partnera patřila po dlouhou dobu geografická vzdálenost. Výzkum ze 30. let z americké Filadelfie ukázal, že většina manželů od sebe před svatbou bydlela jen několik bloků (Bossard, 1932). Podobné výsledky ukazovala i data z venkovských oblastí, kde se ukázalo, že lidé z venkova sice cestují kvůli seznámení o něco dále než lidé z měst, nicméně jen tak daleko jak je nezbytně nutné a ani o krok dál (Ellsworth, 1948). Online seznamování limitace geografické blízkosti zásadně narušuje⁸ (Ansari & Klinenberg, 2015). Respektive, online seznamování rozšiřuje oblast potenciálních partnerů z lidí, které můžeme potkat ve svém bezprostředním okolí, na všechny uživatele v námi zvolené vzdálenosti či ve městě, kde bydlíme. Přestože se oblast hledání rozšiřuje, neznamená to, že geografická lokace pozbývá veškeré své důležitosti; cílem zůstává to samé, co dříve – sejít se tvář v tvář (Rosenfeld & Thomas, 2012).

⁸ Online seznamovací aplikace Tinder šla dokonce tak daleko, že svým platícím uživatelům umožňuje si změnit svojí lokaci, aby si mohli domluvit schůzky během dovolené v jiném městě či zemi ještě před svým příjezdem.

Dalším omezením offline seznamování je určitá závislost na našem okruhu přátel a známých. Tradičně byli hlavními prostředníky hledání partnera přátelé, rodina, známí či okolí našeho sousedství. Častým místem seznámení bylo také přes školu či práci (Ansari & Klinenberg, 2015). Všechny tyto metody seznámení samozřejmě fungují dodnes. Nicméně, online seznamování důležitost těchto způsobů do jisté oslabuje a umožňuje nám se seznamovat kdekoliv a kdykoliv, nezávisle na našem sociálním okruhu a společenskosti (Valkenburg & Peter, 2007). Důležitost existujících vazeb pro seznamování klesá a vztahy tak navazují lidé, kteří by se jinak nikdy nepotkali. Rosenfeld a Thomas (2012) dokonce uvádí, že 74 % vztahů vzniklých na základě online seznámení proběhlo mezi absolutními cizinci – tedy lidmi, mezi nimiž jinak neexistovala žádná společná vazba.

4.1. Motivace

Mezi hlavní důvody, proč využívat služeb online seznamování, patří snaha se seznámit s lidmi, kteří sdílí stejné zájmy, koníčky či hodnoty. Dále snaha najít dlouhodobého partnera, nebo naopak nezávazné seznámení bez nutnosti se vázat. Často udávaným důvodem je také časová vytíženost, která uživatelům ztěžuje seznámení tradičnějším způsobem (Smith & Duggan, 2013). Nicméně, jednou z motivací pro užívání online seznamování, zvláště aplikací, může být také touha po sebepotvrzení (Ward, 2017).

Vliv na zvýšení atraktivity hledání partnera prostřednictvím online seznamování může mít také redukce strachu z odmítnutí. Zaprvé, online seznamování eliminuje interakci tváří v tvář v době kontaktování protějšku. Zadruhé, online seznamování snižuje stigma z odmítnutí díky relativní anonymitě. Zatřetí, online seznamování poskytuje uživatelům alternativní vysvětlení neúspěchu, než je přímé odmítnutí. Takovým vysvětlením může být například, že si kontaktovaný protějšek zprávu nepřečetl, omylem zprávu smazal, nebo je neměl jak kontaktovat (Kreager et al., 2014). Začtvrté, online seznamování odbourává odmítnutí od protějšků, které již jsou zadané, jelikož participací na online seznamovacím portálu dávají jasně najevo, že jsou volné a chtějí se seznámit (Kreager et al., 2014; Rosenfeld & Thomas, 2012). Vzhledem k existenci specializovaných seznamovacích portálů pro

zadané, vdané a ženaté⁹ ovšem neplatí stoprocentně, že by se seznamovali pouze svobodní jedinci. Minimálně ovšem mohou uživatelé vědět, že ostatní mají zájem o seznámení.

4.2. Vnímaní online seznamování

Po dlouhou dobu bylo online seznamování do jisté míry stigmatizované. Online seznamování evokovalo představu zoufalých lidí, kteří nejsou dostatečně atraktivní nebo je „s nimi něco špatně“, a proto se nedokáží seznámit jiným, více tradičním způsobem (Ansari & Klinenberg, 2015). V průběhu času se ovšem pohled na online seznamování zlepšuje a stává se spíše normou než výjimkou (Šetinová, 2018). Podle dat z Pew Research Center z roku 2005 44 % Američanů souhlasilo s výrokem, že online seznamování je dobrý způsob, jak se seznámit. O osm let později již souhlasilo 59 %. Stejně tak zaznamenal 6 bodové zlepšení (ze 47 % na 53 %) výrok „online seznamování umožňuje lidem si najít lepšího partnera, protože se mohou seznámit s více lidmi“¹⁰ (Smith & Duggan, 2013). Méně lidí se také domnívá, že by byli uživatelé online seznamovacích portálů zoufalí (z 29 % v roce 2005 na 21 % v roce 2013). Částečné vysvětlení může spočívat v tom, že lidé začínají být zvyklí na online seznamování jakožto strategii pro hledání partnera ze svého okolí. Kupříkladu 41 % Američanů zná někoho, kdo hledal partnera online a 29 % zná někoho, kdo se seznámil se svým partnerem či manželem pomocí online seznamovacího portálu či aplikace (Smith, 2016). Zdá se tedy, že v průběhu času dochází k normalizaci internetu coby prostředníka při hledání lásky.

4.3. Autenticita online

Všeobecné rozšíření internetu a online komunikace s sebou nese obavy týkající se autenticity již od svých počátků. Otázka, do jaké míry můžeme věřit osobě na druhé straně obrazovky, že je skutečně tím, za koho se vydává, tak není ničím výjimečným. Skepticismus ohledně pravdivosti výpovědí a sebe prezentace online byl mnohokrát akcentován i v populární kultuře, například v pořadu americké televize MTV Catfish. Patří také do výuky základů bezpečnosti na internetu již na

⁹ Příkladem takového specializovaného seznamovacího portálu je americký AshleyMadison.com, jehož sloganem je: „*Life is short, have an affair*“. V českém prostředí existuje například VictoriaMilan.cz se sloganem „*Zažij zas vášeň – najdi si milence*“.

¹⁰ Původní znění výroku: „*Online dating allows people to find a better match for themselves because they can get to know a lot more people.*“ (Smith & Duggan, 2013)

základních školách. Přestože jsou tyto obavy často akcentovány, podle výzkumů online seznamování se nezdá, že by uživatelé seznamovacích portálů či aplikací účelově lhali. Spíše do jisté míry „ohýbají“ realitu. Dělají se o něco vyšší či hubenější (Hitsch, Hortaçsu, & Ariely, 2010a). Velmi časté je tak například zaokrouhlování výšky u mužů směrem nahoru, zvláště pokud jim chybí několik málo centimetrů do vytoužených 180cm (Rudder, 2010). Dalším častým zdrojem zkreslení je používání starších fotografií (Rudder, 2010, 2014b). Rudder (2014b) uvádí, že čím lépe fotografie vypadá, tím vyšší je pravděpodobnost, že je neaktuální. Ne proto, že by uživatelé chtěli ostatní oklamat, ale protože když už máme jednu dobrou fotografii, máme tendenci ji používat vždy a všude, po co nejdélejší dobu.

4.4. Aplikace vs webové

Ve světě online seznamování existují dvě hlavní možnosti, které uživatelé mají. Jednou z nich je registrace na webovém seznamovacím portálu nebo si stáhnout mobilní seznamovací aplikaci. Tyto dvě možnosti se samozřejmě vzájemně nevyklučují a část uživatelů využívá obou zároveň. Nicméně mezi nimi existují určité rozdíly. Uživatelé online seznamovacích aplikací i webových stránek jsou nejčastěji lidé ve věku dvaceti až čtyřiceti let. Vyšší pravděpodobnost využívat online seznamovacích služeb mají také lidé žijících ve městech či na předměstí. Z hlediska vzdělání máme nejvyšší šanci se zde setkat s vysokoškolačky a lidmi s vyššími příjmy než je průměr v populaci (Hitsch et al., 2010b; Smith & Duggan, 2013). V čem se tedy liší uživatelé online seznamovacích portálů od uživatelů mobilních online seznamovacích aplikací? Lidé, kteří hledají svůj protějšek pomocí mobilních aplikací, jsou v průměru mladší, mezi dvaceti a třiceti lety. Podle dat Pew Research Center z roku 2013 (Smith & Duggan, 2013), typický (medián) uživatel online seznamovacích portálů je 38 let starý, zatímco typický uživatel online seznamovacích aplikací je výrazně mladší, v mediánu 29 let starý. Jak ukážeme později v analytické části této práce, podobné věkové rozložení odpovídá i v českém prostředí, respektive odpovídá analyzované mobilní aplikaci.

Dalším rozdílem je určitá gamifikace mobilních seznamovacích aplikací. Gamifikaci lze definovat jako „užívání herních prvků v neherních kontextech“ (Deterding, Dixon, Khaled, & Nacke, 2011, p. 10). V případě online

seznamovacích aplikací tím myslíme, že se uživatelé při jejich používání cítí, jako by hráli hru. Ačkoliv může být složité si představit hledání lásky jakožto hru, v případě mobilních aplikací se k ní dá často přirovnat. Uživatelé vidí na obrazovce fotografie ostatních mužů a žen, přičemž „ten pravý“ může být jen kliknutí daleko. Navíc, v případě, že druhá strana o nás nemá zájem, je zde vždy někdo další, někdo nový, potenciálně lepší a zajímavější, s kým bychom se mohli seznámit. Cílem takové hry může být i samotné „sbírání“ úspěšných „propojení“ („*matches*“) s ostatními uživateli. Používání aplikace tak může být považováno za zábavu, která se dá často provozovat i kolektivně s přáteli, kdy si uživatelé navzájem posílají fotografie svých úspěšných „propojení“ s ostatními uživateli.

4.5. Strategie kontaktování

V souladu s homofilii přednesenou Schaeferem (2012), zjistili Kreager a kolegové (2014), že v prostředí online seznamování se muži i ženy snažili kontaktovat co nejatraktivnější protějšky nezávisle na vlastní atraktivitě. Uživatelé tedy nevykazovali preference pro homofilní partnery, ale naopak se snažili navázat kontakt s nejvíce žádoucími protějšky (stejný vzorec chování pozorovali také Hitsch et al., 2010b). Uživatelé, kteří dostávali velké množství zpráv, spíše kontaktovali velmi atraktivní uživatele. Tedy, uživatelé, kteří jsou atraktivní pro ostatní, si mohou vybírat a kontaktovat tak vysoce atraktivní protějšky. Nicméně, na rozdíl od Schaeferova (2012) laboratorního experimentu nenalezli Kreager a kolegové (2014) oporu pro změnu preferencí v čase na základě uvědomění si vlastní hodnoty. Méně žádoucí uživatelé, tedy uživatelé, kteří dostávali málo zpráv od ostatních, rozesílali mnoho zpráv různě atraktivním uživatelům ve snaze vyměnit kvalitu za kvantitu, samotné snahy o získání více žádoucího partnera se ovšem nevzdali. K homofilii tak docházelo výhradně skrz non-reciprocitu než kvůli změně strategie pramenící ze zkušenosti. Absence změny strategie kontaktování může být poplatná specifičnosti online seznamování, mezi jehož charakteristiky a půvab patří právě redukce strachu z odmítnutí a nákladů vynaložených na navázání kontaktu s více žádoucími partnery¹¹.

Výzkum ukázal také rozdíly ve strategiích mužů a žen. Zásadně se liší počet „spojení“, pozvánek či zpráv, které dostávají muži a ženy. Primárně kontaktují muži

¹¹ Více o této problematice viz oddíl 4.1.Motivace.

ženy, nikoliv ženy muže (Fiore & Donath, 2005; Hitsch et al., 2010b; Kreager et al., 2014; Rudder, 2014b). Posílání zpráv či jiných žádostí o seznámení online tak do značné míry replikuje reálný svět. Kreager a kolegové (2014) ve svém výzkumu vybraného online seznamovacího portálu uvádějí poměr 4:1, tedy na každou zprávu poslanou ženami připadají čtyři pozvánky zaslané muži. Téměř všechny ženy (98 %) dostaly alespoň jednu zprávu, oproti 18 % mužů, kteří nikdy nebyli kontaktováni. Ukazuje se tedy, že ženy spíše vyčkávají, než budou kontaktovány, zatímco muži volí opačnou strategii. Ovšem, pokud se již žena rozhodla navázat kontakt jako první, plynuly z toho pro ni zásadní výhody. Nejen, že byla vysoká pravděpodobnost, že muž bude její kontakt opětvovat (též Fiore & Donath, 2005), také se ukázalo, že spíše bude atraktivnější než ona sama, přičemž tento kontakt pokračoval i nadále, pravděpodobně až k seznámení tváří v tvář. U mužů se tento jev ale nevyskytoval, zřejmě proto, že aktivita ze strany mužů je považována za normu, výhoda tedy náležela pouze aktivním ženám.

5. Věková homofilie

5.1. Operacionalizace

V oddíle 2.4. jsme si vysvětlili, že homofilie obecně označuje tendenci jednotlivců interagovat s lidmi, kteří jsou jim podobní (McPherson et al., 2001). Specifickým případem homofilie je potom homogamie, která je tendencí si na základě těchto podobností vybírat partnera. Již v úvodu práce jsme zmiňovali, že tato podobnost může spočívat například ve vzdělání (Blossfeld & Timm, 2003; Skopek et al., 2011), kdy si vysokoškoláci berou vysokoškoláky, socioekonomickém statusu (Kalmijn, 1998), kdy si bohatí berou bohaté a chudí chudé, či náboženství, kdy si lidé berou vyznávající stejnou víru. My se ovšem v této práci budeme zabývat jiným typem homogamie, a to homogamií věkovou.

Na rozdíl od jiných typů homogamie, je operacionalizace věkové homogamie složitější. Zprvé, na rozdíl od jiných výzkumů používajících věk jakožto proměnnou, v případě homogamie nemůžeme věk sdružovat do ohraničených kategorií jako bychom to udělali kupříkladu při zkoumání vzdělanostní homogamie. Pokud bychom to totiž udělali, mohlo by se nám stát, že budeme za heterogamní považovat páry mezi nimiž je rozdíl jednoho roku věku jen proto, že jsou na hranici dvou kategorií. Například, kdybychom měli kategorii 20-25 a kategorii 26-30, bude se pár, kde je ženě dvacet pět let a muži dvacet šest let jevit jako heterogamní. Naopak, pár, v němž je jednomu z páru dvacet let a druhému dvacet pět let by byl považován za homogamní, přestože je mezi partnery pětiletý rozdíl. V důsledku těchto problémů v dalších částech této práce neslučujeme věky respondentů do širších kategorií a každý věk tvoří samostatnou kategorii.

Druhým problémem je otázka, kdy je ještě pár věkově homogamní a kdy již heterogamní. Ve většině společností je totiž v partnerském svazku tradičně muž o trochu starší než žena (Katrňák, 2008). Zatímco u vzdělanostní homogamie je homogamní takový vztah, kde mají oba partneři stejný stupeň dokončeného vzdělání, u věkové homogamie je takové vymezení problematické. Je tedy otázkou, zda zahrnout jako homogamní i některé svazky, v nichž je muž o určitý věkový rozdíl starší než žena, vzhledem k většinovým preferencím pohlaví, nebo považovat za homogamní pouze ty svazky, kde je věk partnerů totožný. Další otázkou zůstává, jak velký věkový rozdíl bychom ještě za homogamní považovali. Obvykle se ve

výzkumech za věkově homogamní považují svazky, kde je muž stejně starý až o dva až tři roky starší než jeho partnerka (Fučík, 2006; Katrňák, 2008). V rámci této diplomové práce ovšem považujeme za homogamní skutečně jen ty páry, které jsou stejně staré a leží tedy na diagonále.

5.2. Věková homogamie v České republice

Věkový rozdíl mezi manžely do jisté míry určuje povahu manželského vztahu. Jsou-li si manželé věkově blíže, můžeme předpokládat, že si budou blíže i kulturně a názorově. Tím myslíme, že budou sdílet podobné představy o rodinném životě, jejich vztah bude více egalitářský a v představách o genderových rolích si budou blíže (Katrňák, 2008). Věk totiž slouží jako „*proměnná v pozadí, která silně determinuje chování, názory, hodnoty a postoje i sociální jednání*“ (Fučík, 2006, p. 724), potažmo je tedy spojený i charakteristikami spojenými s intimní sférou. Pokud nejsou snoubenci stejně staří, hovoříme o věkové heterogamii. Fučík (2006) rozlišuje dva typy heterogamie: tradiční a netradiční. V případě tradiční věkové heterogamie je muž starší než žena, zatímco v případě netradiční věkové heterogamie je žena starší než muž.

Během 20. století se v západní Evropě věkový rozdíl mezi manžely snižoval. Česká republika tento vývoj od 50. let minulého století následuje a v průběhu času roste počet věkově homogamních sňatků i u nás. Většina sňatků je tradiční – muž je stejně starý nebo starší než žena (Fučík, 2006; Katrňák, 2008). Nejprudší snížení věkového rozdílu mezi českými snoubenci nastává mezi lety 1959 a 1970, nárůst ovšem nadále pokračuje až do roku 2000, kterým končí Fučíkova analýza (Fučík, 2006). Nicméně od roku 1965 pozvolna roste také podíl věkově netradičních manželství, v nichž je žena starší než muž. Od 90. let 20. století je tento nárůst ještě znatelnější, a počet netradičně heterogamních manželství roste na úkor tradičně heterogamních manželství (Katrňák, 2008).

V analýze českých sňatků Katrňák (2008) ukazuje, že sňatkový věk, tedy kdy muž či žena vstupuje do manželství, je důležitým ukazatelem pro věkovou homogamii a heterogamii. Muži i ženy vstupující do manželství brzy, tedy v nízkém sňatkovém věku, mají vyšší šanci uzavřít homogamní sňatek se stejně starým protějškem. Naopak, vstupují-li muži do manželství později, výrazně roste jejich šance na heterogamní manželství, v němž je muž starší než žena (tradiční heterogamie).

Starší ženy uzavírající sňatek mají také vyšší šance na heterogamní manželství, nicméně na rozdíl od mužů na heterogamii netradiční. Starší ženy mají tedy vyšší šance si vzít mladšího manžela. Nárůst šancí starších žen na netradiční heterogamii není ovšem zdaleka tak výrazný jako nárůst šancí starších mužů na mladé snoubenky. Přesto byl však mezi lety 1994 a 2004 nejčastější věkový rozdíl mezi snoubenci jeden rok. Je ovšem také patrný pozvolný pokles, jelikož zároveň roste počet sňatků s věkovou vzdáleností šesti a více let. Patrná je také interakce se vzděláním. Věková a vzdělanostní homogamie se vzájemně posilují, nejvyšší šanci na homogamní sňatek mají mladí, nikdy nesezdaní lidé s velmi nízkým nebo velmi vysokým vzděláním

Je ovšem důležité si uvědomit, že obě citované studie pracují s daty o uzavřených sňatcích. Ovšem značné množství, zvláště mladších, partnerů dnes žije v nesezdaném soužití. Je možné namítat, že data o nesezdaných partnerech se mohou lišit od těch, jež se rozhodli vstoupit do manželského svazku. Z výzkumů kupříkladu víme, že tito lidé častěji žijí ve velkých městech a mají v průměru vyšší vzdělání. Nicméně, Hamplová (2009) udává, že vzhledem k tomu, že se kohabitace stává stále rozšířenějším způsobem organizace rodinného života, výběr partnerů pro manželství a kohabitaci se přestává lišit.

6. Výzkumná část

6.1. Charakteristika seznamovací aplikace

K analýze byla použita anonymizovaná data z české seznamovací mobilní aplikace Pinkilin. Pinkilin funguje na českém trhu od roku 2016 a je k dispozici pouze pro mobilní telefony. Od svého založení byl stažen více než 50 000 užiteli. Krédem aplikace je „*date now, doubt later*“, což odkazuje k principu, na kterém se uživatelé seznamují. Algoritmus je poměrně jednoduchý: aplikace využívá GPS lokace, a jako první vždy nabízí uživatele, kteří jsou v našem nejbližším geografickém okolí. U každého uživatele, kterého nám aplikace nabídne, je třeba se rozhodnout, zda jej chceme kontaktovat či nikoliv. Pokud ano, vysílá aplikace pozvánku, a pokud je potenciálním partnerem přijata, otevírá se okénko chatu. Stejně tak, pokud se někdo rozhodne poslat pozvánku nám, okamžitě jí vidíme a rozhodujeme se, zda ji přijmout. Na rozdíl od mnoha jiných seznamovacích aplikací, je doba platnosti pozvánky omezena na 24 hodin od jejího odeslání – uživatelé se tedy musí rychle rozhodnout, zda se jim potenciální partner líbí nebo ne. Stejně tak pokud dostanou více pozvánek najednou, musí je vyhodnotit popořadě, nelze v nich listovat. Nicméně, jakmile dojde k propojení, žádný časový limit pro konverzaci již není.

Uživatelé vždy vidí křestní jméno, věk, fotografii a vzdálenost uživatele. Pokud si rozkliknou údaje o uživateli, mohou vidět více fotografií, popřípadě krátký popis, pokud se jej uživatel rozhodl vyplnit. Aplikace se spojuje s profilem na Facebooku, ke kterému ovšem ostatní uživatelé nemají přístup a zůstává tak neverejný. Odtud pocházejí jak fotografie, tak údaje o věku, pohlaví a jménu. Aplikace má také přístup ke geografické poloze uživatelů, podle níž jim zobrazuje potenciální partnery v okolí. Uživatelé si mohou nastavit věkové rozpětí uživatelů, které jim aplikace bude zobrazovat. Také lze nastavit sexuální orientaci, tedy zda bude aplikace zobrazovat partnery stejného pohlaví nebo jen partnery opačného pohlaví. Po otevření společné konverzace si uživatelé mohou vyměňovat textové zprávy, fotografie nebo si nasdílet svou geografickou lokaci.

Data byla získána po domluvě se správcem aplikace, kteří poskytli data již v anonymizované podobě, v níž je každý uživatel reprezentován unikátním kódem. Vzhledem k tomu, že si uživatelé vzájemně posílají pozvánku k seznámení, máme informace o tom, kdo koho kontaktuje, a zda byla pozvánka přijata či odmítnuta.

Zároveň známe věk a pohlaví uživatele, který pozvánku poslal a také věk a pohlaví uživatele, který pozvánku obdržel. Použita byla pouze data o online seznamování heterosexuálů, jelikož hledání partnera stejného pohlaví bylo spíše ojedinělé a nebylo by možné z něj vyvodit smysluplné závěry. Ovšem nevíme nic o fyzické atraktivitě uživatelů, a jelikož nemáme k dispozici časovou známku, nedokážeme určit, zda se jejich preference měnily v čase. Nejsme proto schopni posoudit Schaeferovo tvrzení o vlivu nonreciprocity na strategie kontaktování uživatelů, kdy by například starší muži kontaktující výrazně mladší ženy po opakovaných neúspěších zaměřili svou pozornost na partnerky bližší svému věku.

Je možné namítnout, že zkoumání online seznamovacích portálů či aplikací není vhodný způsob zkoumání preferencí pro výběr dlouhodobého partnera či potenciálního manžela, jelikož mnoho uživatelů může hledat pouze krátkodobý vztah či sexuální povyražení, nikoliv dlouhodobý závazek. Nicméně, Hitsch a kolegové (Hitsch et al., 2010a) ukazují, že preference pro hledání krátkodobé či dlouhodobé známosti se příliš neliší. Navíc, online seznamování nám umožňuje sledovat proces výběru partnera jako takový, nikoliv až samotný výsledek výběrového párování v podobě manželství či kohabitanace. Také nám umožňuje zkoumat skutečné chování, oproti deklarovaným preferencím. Jinak řečeno, víme, koho uživatelé skutečně kontaktují, nikoliv koho tvrdí, že by kontaktovali. Nevýhodou využití těchto dat je ovšem to, že nevíme, kolik a které páry se nakonec setkají tváří v tvář, utvoří dlouhodobé partnerství či se vezmou (Hitsch et al., 2010a).

6.2. Hypotézy

V návaznosti na poznatky z teoretické části formulujeme následující hypotézy:

H1: Muži dostávají mnohem menší počet pozvánek než ženy.

Hypotéza 1 vyplývá ze zahraničních studií, v nichž ženy dostávají více mnohonásobně větší množství pozvánek než muži (Fiore & Donath, 2005; Hitsch et al., 2010b; Kreager et al., 2014; Rudder, 2014).

H2: Pozvánky žen jsou mnohem častěji opěťované.

Jelikož bývá žen na seznamovacích aplikacích (i seznamovacích portálech) obecně méně než mužů, předpokládáme, že jejich pozvánky budou častěji

opětované. Tato hypotéza by tedy měla ověřit, zda ženy mají na online seznamovací aplikaci „navrch“, tedy jestli jsou to ony, kdo si může vybírat.

H3: Muži kontaktují mladší ženy. Ženy preferují muže stejně staré nebo o trochu starší než ony samy.

Výzkumy výběrového párování online i offline ukazují preferenci mužů pro stejně staré či mladší partnerky a preferenci žen pro partnery, kteří jsou o trochu starší než ony samy (Buss, 1994; Fiore & Donath, 2005; Katriňák, 2008; Kenrick, Keefe, Bryan, Barr, & Brown, 1995). V českém online seznamovacím prostředí na toto téma dosud nemáme data.

H4: Ačkoliv muži preferují výrazně mladší partnerky, k věkové homogamii dochází skrz nonreciprocitu. Tato nonreciprocita vychází z rozhodnutí žen, které si na tomto „trhu“ mohou vybírat.

Během testování homofilie na základě nonreciprocitu na online seznamovacím portálu Kreager a kolegové (2014) dospěli k závěru, že homofilie na základě atraktivity neprobíhá díky preferenci pro někoho nám podobného, ale díky tomu, že si méně atraktivní protějšky zbydou navzájem. Párování se tak z části řídí podle nejvíce desirabilních jedinců, kteří si vyberou podobně desirabilní protějšky, a méně desirabilním uživatelům už poté neodpovídají. V hypotéze 3 předpokládáme, že jelikož je žen na seznamovací aplikaci méně, jsou automaticky více desirabilní, a pokud muži preferují mladší ženy, pak jsou to právě ony, kdo rozhoduje o tom, jak bude vypadat výsledek párování. Jelikož se teoretické přístupy k výběrovému párování shodují na preferenci žen pro stejně staré či lehce starší partnery, předpokládáme, že právě taková situace bude výsledkem párování.

6.3. Deskriptivní charakteristiky datového souboru

Původní datový soubor obsahoval 10 737 unikátních uživatelů, kteří vyslali dohromady 199 581 pozvánek k seznámení. Nicméně, úvodní prostudování studovaného souboru objevilo několik extrémních pozorování z hlediska věku, kdy někteří uživatelé uváděli stáří 102 let. Obecně byl počet pozorování u věkově starších skupin nižší, rozhodli jsme se tedy z datového souboru vyloučit uživatele starší 55 let. Výsledkem tohoto rozhodnutí byla ztráta 91 uživatelů a 1885

pozváněk. Dále byla vyloučena data o homosexuálním kontaktování, jelikož jich bylo v souboru minimální množství (177 pozváněk celkem) a jejich analýza by tak byla problematická. Jednotkou zkoumání je v našem případě pozvánka zasláná mezi uživateli.

Výsledný soubor, po vyloučení zmíněných jednotek, obsahoval 10645 uživatelů, kteří vyslali celkem 197 519 pozváněk k seznámení. Z těchto uživatelů bylo 3785 (36%) žen a 6860 (64 %) mužů. Tato struktura není nijak neobvyklá. Prakticky na všech seznamovacích portálech a aplikacích dominují muži a podobnou strukturu uživatelů vykazuje například i známá mezinárodní seznamovací aplikace Tinder (McGrath, 2015). Podíváme-li se na věkovou strukturu podle pohlaví, je evidentní, že ženy na této seznamovací aplikaci jsou v průměru mladší než muži. Medián věku žen byl 24 let, zatímco medián mužů byl 28 let. Zdá se tedy, že ženy mizí ze sňatkového trhu dříve než muži, zatímco muži na něj vstupují později a zůstávají na něm déle.

Tabulka 1. Distribuce věku dle pohlaví.

Ženy – distribuce věku

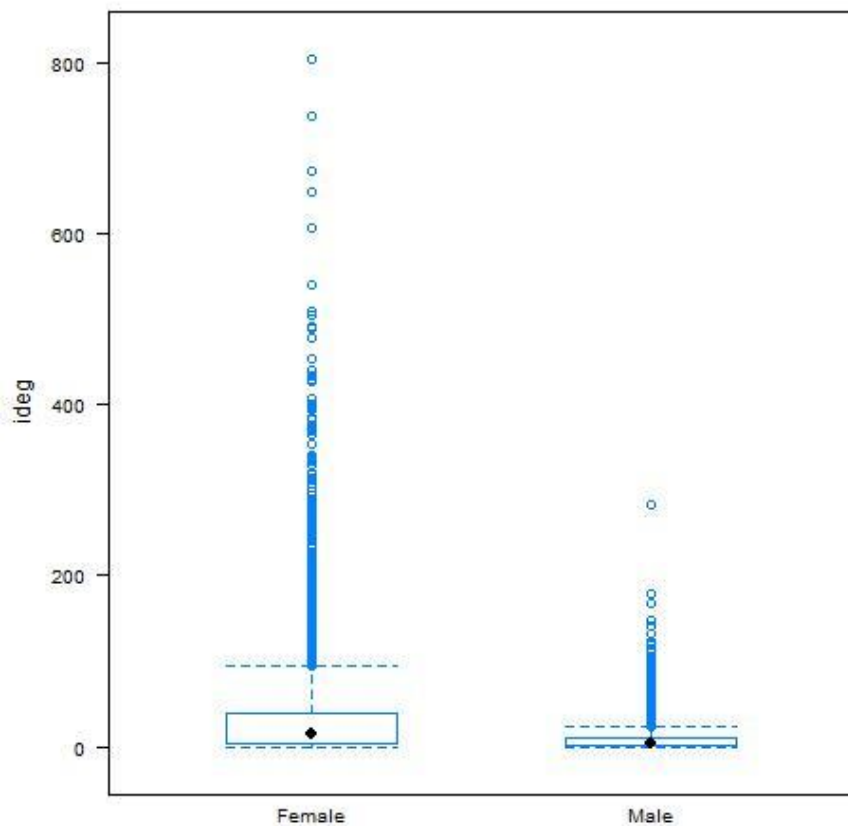
Min.	1st Qu.	Median	Mean	3rd Qu.	Max.
18.00	20.00	24.00	25.92	30.00	55.00

Muži – distribuce věku

<i>Min.</i>	1st Qu.	Median	Mean	3rd Qu.	Max.
<i>18.00</i>	24.00	28.00	28.82	32.00	55.00

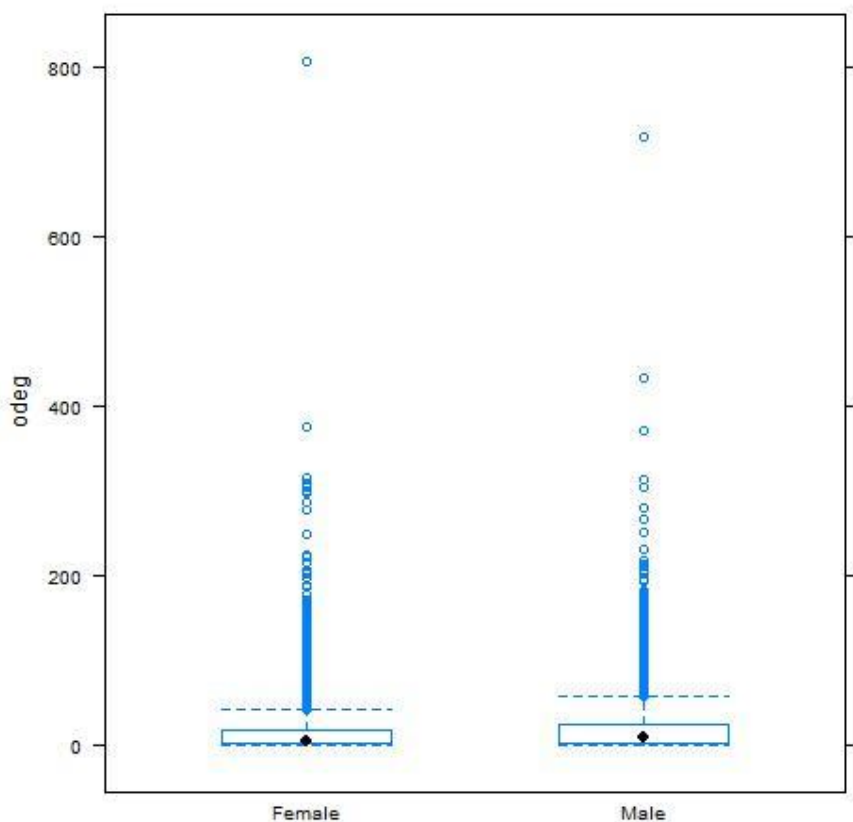
Výzkumy systematicky ukazují, že ženy dostávají několikanásobně větší počet pozváněk než muži, což se potvrzuje i na našich datech. Rozložení počtu pozváněk obdržených na sledované aplikaci zobrazuje graf 1. Medián obdržených pozváněk činil u žen 14 pozváněk, zatímco u mužů pouhé 4. Především se také zásadně liší rozptyl, kdy 50 % žen obdrželo mezi 4 a 40 pozváněk od mužů. U mužů bylo interkvartilové rozpětí (IQR) podstatně užší, mezi 1 a 10. To odpovídá předchozí literatuře, podle které ženy dostávají obecně větší množství pozváněk než muži nezávisle na atraktivitě, kdy i nepřiliš atraktivní ženy dostávají více pozváněk než nejatraktivnější muži (Rudder, 2014b).

Graf 1. Počet pozvánek obdržených ženami a muži.



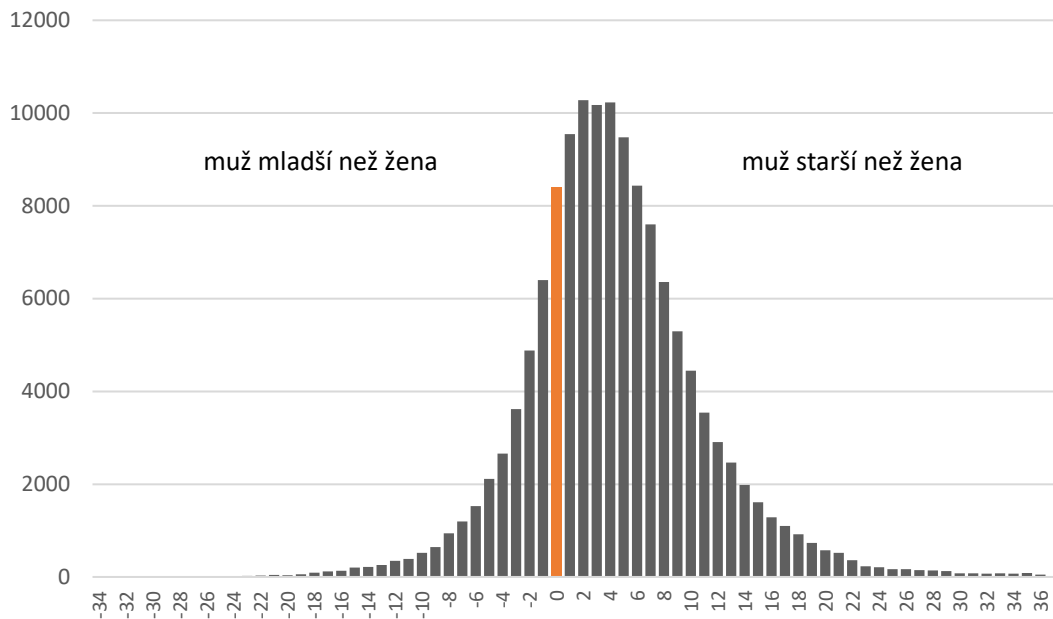
Pokud se podíváme na počet odeslaných pozvánek (graf 2.), že muži sice posílají více pozvánek než ženy, nicméně tento rozdíl není zdaleka tak dramatický jako v případě příchozích pozvánek. Median počtu pozvánek odeslaných muži ženám je 8, zatímco median pozvánek, jež odeslaly ženy mužům je 5. Tři-čtvrtě mužů odeslalo méně než 24 pozvánek, tři-čtvrtě žen pak poslalo méně než 17 pozvánek.

Graf 2. Počet pozvánek odeslaných ženami a muži.



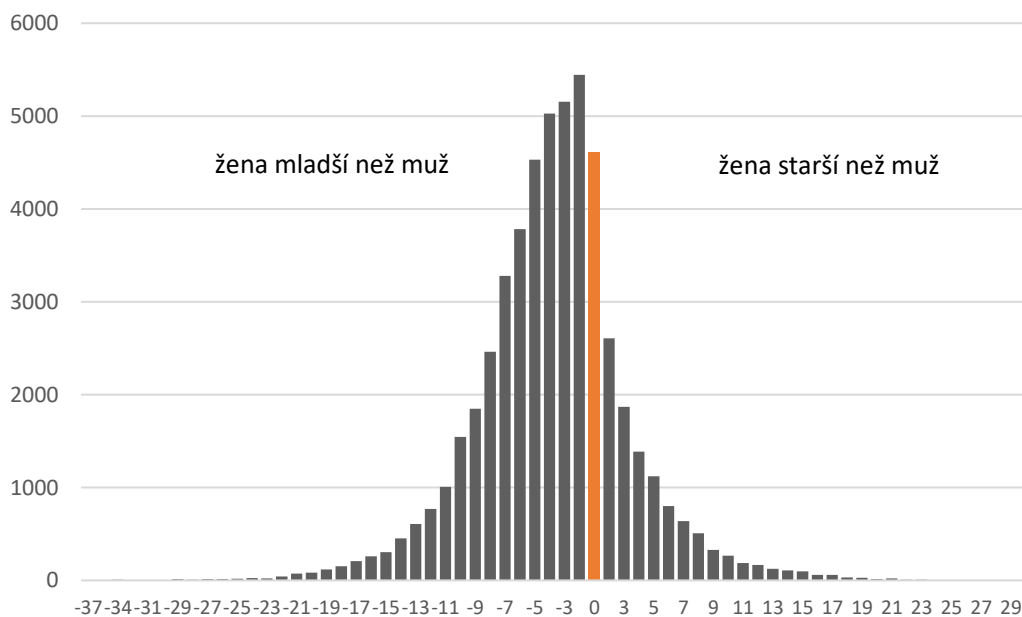
Pokud se podíváme na věkový rozdíl mezi kontaktovanými partnery, je zřejmé, že strategie mužů a žen se liší. Jelikož nejnižší věk, který v souboru máme je 18 let a nejvyšší 55 let, v extrému může nabýt maximálně -37 nebo +37. Muži mnohem častěji kontaktují ženy, které jsou mladší než oni sami (graf 3). Pouze čtvrtina pozvánek zaslaných muži směřovalo ke stejně starým nebo starším ženám. V medianu muži kontaktovaly o 4,3 roku mladší ženy. Je nutné podotknout, že počet přijatých i odeslaných pozvánek může být zkreslen délkou používání aplikace. Uživatelé, kteří používají aplikaci déle a častěji, spíše pošlou více pozvánek a více jich také dostanou, protože jejich profily uvidí více uživatelů. Naopak, je možné, že někteří uživatelé si aplikaci stáhli pouze ze zvědavosti a rychle ji opět smazali, tudíž odeslali méně pozvánek a méně jich také obdrželi. Jelikož nemáme data o délce používání aplikace, nejsme schopni tento vliv nijak zjistit či korigovat.

Graf 3. Rozdíl ve věku muže a ženy. n = 136 504



Naopak, strategie žen je podle věkového rozdílu opačná. Z grafu 4. vidíme, že distribuce kontaktů je sešikmená doleva. Ženy kontaktovaly především muže, kteří byli stejně staří jako ony samy. Celých 75 % pozvánek zaslaných ženami směřovalo ke stejně starým či starším mužům, než byly ony samy. Hodnota mediánu pro ženy byly kontakty o 2,8 roky staršího partnera.

Graf 4. Rozdíl ve věku ženy a muže. n = 61 015



Tabulka 2. znázorňuje, jak se uživatelé vzájemně kontaktují dle věku. První sloupec označuje věkovou kategorii uživatele, který pozvánku odeslal, nezávisle na pohlaví. Druhý sloupec udává průměrný věk žen, které muži v dané věkové kategorii kontaktovali. Třetí sloupec naopak reprezentuje průměrný věk mužů, které ženy v dané věkové kategorii kontaktovaly. První řádek tabulky nám tedy říká, že muži ve věku 18 let v průměru nejčastěji posílali pozvánky ženám ve věku 21,3 let, zatímco 18leté ženy posílaly pozvánky mužům, kterým bylo průměrně 24,7 let. Další sloupce v tabulce udáváme spíše pro kontrolu. Čtvrtý sloupec udává počet mužů v dané věkové kategorii, tedy v případě prvního řádku počet osmnáctiletých uživatelů-mužů. Pátý sloupec nám potom říká, kolik procent z uživatelů-mužů je v dané věkové kategorii. Můžeme tedy vyčíst, že osmnáctiletých mužů je ve vzorku celkem 91, což tvoří 1,33 % všech mužů, kteří ve sledované době používali seznamovací aplikaci. Analogicky sedmý a osmý sloupec udávají počet žen v dané věkové kategorii a procentuální zastoupení této kategorie mezi všemi ženami-uživatelkami.

Tabulka 2. Průměrné věky kontaktovaných mužů a žen dle věkových kategorií.

Věk odesílatele pozvánky	Průměrný věk ženy kontaktované mužem	Průměrný věk ženy kontaktované mužem	N mužů v kategorii	% mužů v kategorii	N žen v kategorii	% žen v kategorii
18	21,33	24,7	91	1,33%	365	9,64%
19	21,47	24,79	146	2,13%	332	8,77%
20	21,58	25,25	210	3,06%	296	7,82%
21	21,72	26	260	3,79%	270	7,13%
22	21,99	26,87	349	5,09%	223	5,89%
23	22,54	27,13	363	5,29%	199	5,26%
24	22,9	27,77	440	6,41%	242	6,39%
25	23,17	28,16	496	7,23%	223	5,89%
26	23,83	28,79	493	7,19%	208	5,50%
27	24,14	29,25	503	7,33%	198	5,23%
28	24,78	29,6	419	6,11%	147	3,88%

29	25,05	30,36	454	6,62%	122	3,22%
30	25,51	30,9	369	5,38%	150	3,96%
31	25,64	31,3	330	4,81%	95	2,51%
32	25,93	31,73	281	4,10%	98	2,59%
33	25,94	32,71	230	3,35%	84	2,22%
34	27,06	32,38	193	2,81%	76	2,01%
35	26,58	33,16	158	2,30%	47	1,24%
36	27,13	33,28	156	2,27%	64	1,69%
37	27,82	34,04	155	2,26%	48	1,27%
38	28,35	33,95	129	1,88%	37	0,98%
39	27,61	33,64	133	1,94%	41	1,08%
40	28,2	35,78	100	1,46%	42	1,11%
41	28,25	36,89	90	1,31%	29	0,77%
42	29,12	35,61	61	0,89%	25	0,66%
43	29,26	33,08	48	0,70%	20	0,53%
44	30,62	37,77	35	0,51%	22	0,58%
45	29,92	35,56	35	0,51%	19	0,50%
46	30,51	37,63	25	0,36%	11	0,29%
47	26,84	42,88	29	0,42%	13	0,34%
48	29,79	43,5	18	0,26%	12	0,32%
49	33,45	41,54	14	0,20%	5	0,13%
50	27,97	43,75	10	0,15%	4	0,11%
51	27,91	42,33	9	0,13%	3	0,08%
52	36,76	48	10	0,15%	5	0,13%
53	30,02	28,67	6	0,09%	3	0,08%
54	26,22	44,7	7	0,10%	5	0,13%
55	25,45	48	5	0,07%	2	0,05%

Z tabulky 2. je patrné, že s výjimkou nejmladších mužů, muži všech věkových kategorií průměrně kontaktují mladší ženy, a to především ženy do třiceti let. U žen vidíme jiný vzorec chování, kdy systematicky preferují partnera průměrně o několik let staršího než ony samy, přičemž změna nastává až u žen po třicítce, které začínají

kontaktovat mladší muže. Stejně výsledky pozoruje i Rudder (2014b) na amerických datech. U mužů i žen v nejstarších věkových kategoriích dostupných ve vzorku nelze uvádět žádné smysluplné závěry na základě průměrů, jelikož jejich zastoupení v rámci aplikace je velmi malé.

Průměry mohou být ovšem zavádějící. Pokud se podíváme na tabulku 3, která znázorňuje podíl mužů a žen do třiceti let a nad třicet let, kteří byli kontaktováni uživateli v každé věkové kategorii, vidíme, že i zde se vzorce kontaktování žen a mužů výrazně liší. Pro muže tvoří ženy do třiceti let velice atraktivní skupinu. Nezávisle na věku muže tvoří mladé ženy do třiceti let alespoň polovinu, nebo téměř polovinu jejich kontaktů. Preference nejen pro mladší ženy než jsou muži sami, ale především pro mladé ženy, tak zůstává i u nejstarších ročníků.

Naopak, u žen je patrný zlom po 29. roku věku, kdy začínají preferovat muže nad třicet let oproti mužům do třiceti let. Tato preference potom narůstá s každým rokem věku ženy, kdy ženy kontaktují mladé muže stále méně a méně. Oproti tomu mladé ženy výrazně preferují mladé muže do třiceti a muže nad třicet let kontaktují minimálně, avšak s přibývajícím věkem ženy narůstá také procento mužů nad třicet let, které kontaktují. Zatímco tedy čtyřicetiletí muži směřují 60 % pozvánek k ženám mladším třiceti let, čtyřicetileté ženy kontaktují muže do třiceti pouze v 17 % případů.

Tabulka 3. Procentuální zastoupení pozvánek mužů odeslaných ženám ve věku do třiceti let a nad třicet let (vlevo) a zastoupení pozvánek odeslaných ženami mužům ve věku do třiceti let a nad třicet let (vpravo).

		Věk ženy					Věk muže		
Věk muže		Do 30	Nad 30	Total	Věk ženy	Do 30	Nad 30	Total	
18		95,19	4,81	100	18	87,18	12,82	100	
19		94,7	5,3	100	19	88,47	11,53	100	
20		94,97	5,03	100	20	87,14	12,86	100	
21		95,73	4,27	100	21	83,69	16,31	100	
22		95,73	4,27	100	22	77,23	22,77	100	
23		93,69	6,31	100	23	74,95	25,05	100	
24		92,77	7,23	100	24	70,96	29,04	100	

25	91,98	8,02	100
26	90,19	9,81	100
27	88,85	11,15	100
28	84,87	15,13	100
29	83,83	16,17	100
30	79,93	20,07	100
31	77,99	22,01	100
32	76,34	23,66	100
33	75,1	24,9	100
34	68,1	31,9	100
35	69,37	30,63	100
36	67,09	32,91	100
37	62,13	37,87	100
38	59,07	40,93	100
39	63,71	36,29	100
40	59,43	40,57	100
41	60,4	39,6	100
42	58,33	41,67	100
43	58,21	41,79	100
44	46,35	53,65	100
45	53,78	46,22	100
46	51,2	48,8	100
47	69,17	30,83	100
48	59,49	40,51	100
49	44,07	55,93	100
50	65,06	34,94	100
51	67,98	32,02	100
52	26,74	73,26	100
53	61,74	38,26	100
54	74,17	25,83	100
55	77,46	22,54	100
Total	82,62	17,38	100

25	68,09	31,91	100
26	63,89	36,11	100
27	59,39	40,61	100
28	55,77	44,23	100
29	46,22	53,78	100
30	40,85	59,15	100
31	39	61	100
32	36,48	63,52	100
33	28,16	71,84	100
34	32,04	67,96	100
35	23,75	76,25	100
36	27,36	72,64	100
37	25,96	74,04	100
38	23,7	76,3	100
39	27,84	72,16	100
40	16,99	83,01	100
41	15,06	84,94	100
42	22,56	77,44	100
43	41,39	58,61	100
44	16,48	83,52	100
45	29,46	70,54	100
46	17,71	82,29	100
47	2,67	97,33	100
48	7,89	92,11	100
49	0	100	100
50+	5,66	94,34	100
Total	64,25	35,75	100

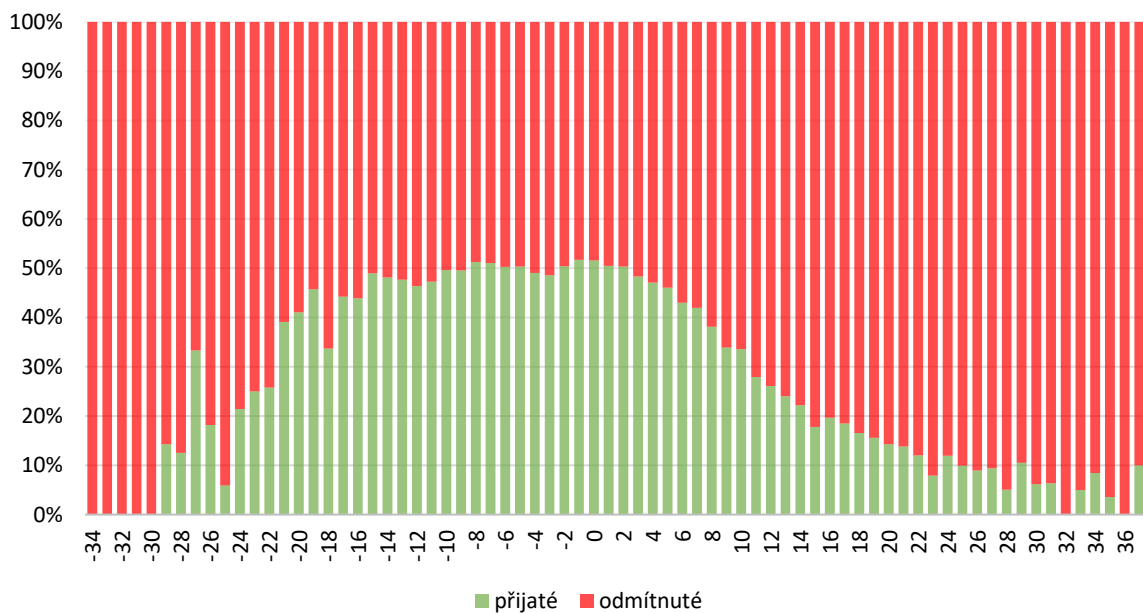
Nejen, že ženy dostávají výrazně více pozvánek než muži, mají také vyšší šanci, že budou jejich pozvánky přijaty. Pozvánky vyslané ženami byly opětovány v 96 % případů. Naopak, pozvánky vyslané muži byli zodpovězeny pouze ve 43 %, přičemž 57 % opětováno nebylo. Chceme-li zjistit, jaký je poměr šanci na opětovanou pozvánku pro muže a ženy, stačí si spočítat poměr šancí. Jelikož víme, že pozvánky žen jsou opětovány v 96 % a odmítnuty ve 4 %, jsme schopni si spočítat šanci pro ženy $0,96/0,4 = 2,4$. Analogicky, muži dostávají kladnou odpověď ve 43 % a negativní v 57 %, jejich šance jsou tedy $0,43/0,57 = 0,754$. Poměr šancí je tedy $2,4/0,754 = 3,18$. To znamená, že šance žen dostat odpověď na pozvánku jsou 3,18krát vyšší oproti šancím mužů na získání kladné odpovědi. Tyto výsledky jsou v souladu s naší první hypotézou – muži dostávají výrazně méně pozvánek než ženy, a jejich pozvánky jsou méně často opětovány. Na základě těchto výsledků se dá usoudit, že ženy mají v online seznamování značnou výhodu a jsou to ony, kdo si může z nabídek vybírat. K nonreciprocitě dochází ze strany žen, nikoliv ze strany mužů.

Na levé straně grafu 5, znázorněné negativními čísly, vidíme situaci, kdy je žena starší než muž. Na pravé straně naopak vidíme situaci, kdy je muž starší než žena. Ačkoliv se v sociologické literatuře často udává, že muži potenciální partnerky s přibývajícím věkem neztrácejí a ženy jsou přitahovány ke starším partnerům kvůli jejich bohatství a statusu, výsledky v grafu 5. ukazují opačný trend, kdy s přibývajícím věkovým rozdílem mezi partnery (kdy je muž výrazně starší) prudce ubývá kladných odpovědí na pozvánky k seznámení. Samozřejmě je také možné, se jedná o specifický případ starších mužů, které máme ve vzorku, kteří nemají dostatečný status či bohatství, tudíž je nemohou konsolidovat. Konsolidace zdrojů totiž funguje oběma směry, ukazuje nejen, čeho již muž dosáhl, ale také to, čeho nedosáhl. Naopak, vyšší věkový rozdíl ve prospěch ženy se zdá být menší překážkou v seznámení. Muži sice starší ženy kontaktují méně často¹², jak jsme viděli v přechozím grafu (graf 4), nicméně když už je kontaktovali, měli často téměř

¹² Pro ilustraci, muži kontaktovali o čtyři roky mladší ženy v 10228 případech, zatímco o čtyři roky starší partnerku již kontaktovali pouze 2659krát. Pokud se podíváme ještě dále, tak o deset let mladší partnerku kontaktovali muži 4448krát, zatímco o deset let starší partnerku pouze 518krát.

poloviční šanci na úspěch, což je více než průměr. Největší podíl přijatých pozvánek je potom v případě, že jsou partneři ve stejném věku či je žena o rok starší než muž (52 % kladných odpovědí). Vzhledem k tomu, že pozvánky žen se v 96 % setkají s odpovědí, nemá smysl vytvářet stejný graf pro ženy, jelikož jejich úspěšnost se i v případě velkých věkových rozdílů pohybuje kolem 90 %.

Graf 5. Poměr přijatých a odmítnutých pozvánek dle věkového rozdílu mezi partnery.

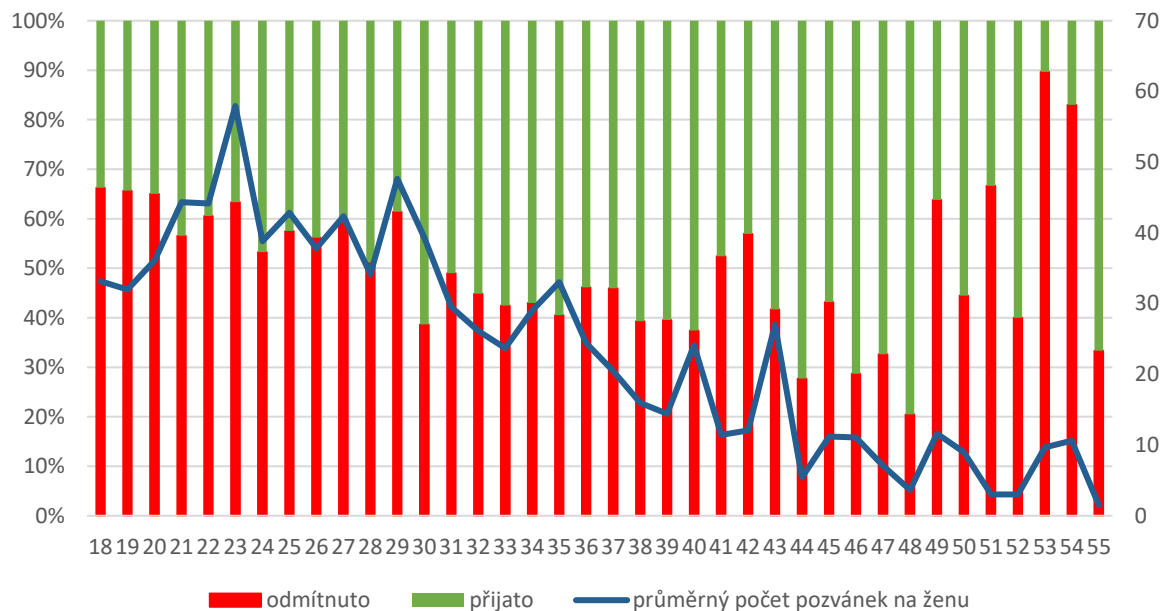


Pozn.: negativní hodnoty znázorňují situaci, kdy je muž mladší než žena (netradiční heterogamie). Pozitivní hodnoty znázorňují situaci, kdy je muž starší než žena (tradiční heterogamie).

Na grafu 6 vidíme, že průměrně nejvíce pozvánek (počet pozvánek ve věkové kategorii/počet žen v kategorii) dostávají ženy ve věku dvacet až třicet let, přičemž tyto ženy si také nejvíce vybírají. Podobný poměr přijetí a odmítnutí zpráv mají také starší ženy. Sloučíme-li ženy nad 49 let, uvidíme, že průměrně přijali pouze 33 % pozvánek, což je ještě méně než osmnáctileté uživatelky (34 %). Zdá se tedy, že mladší ženy si mohou více vybírat, protože dostávají nejvíce pozvánek. Starší ženy ovšem dostávají pozvánek relativně málo, tudíž je toto vysvětlení nepravděpodobné. Můžeme spekulovat, že vysoký poměr odmítnutí pozvánek, které starší ženy obdrží, je způsobeno tím, že naopak již není z čeho vybírat. Ačkoliv Možný (2002) anekdoticky poznamenává, že mezi tzv. „muži z druhé

ruky“, tedy muži, kteří již byli dříve ženatí, může šikovná hospodyňka najít poklad, mohou být tito muži již „přebrání“ a tedy neatraktivní pro potenciální partnerky.

Graf 6. Poměr přijetí a odmítnutí pozvánek obdržných ženami dle věku a průměrného počtu pozvánek na ženu.



Můžeme tedy shrnout naše výsledky následovně: Reciprocita je pro muže mnohem menší než pro ženy. Ačkoliv muži častěji kontaktují mladší ženy, mnohem vyšší šance mají u starších žen. Tyto ženy jim sice zprávy samy neposílají, ale je větší šance, že příchozí pozvánky přijmou než mladší ženy, které si mohou extrémně vybírat. Muži, kteří kontaktují výrazně starší partnerku, mají i přes vysoký věkový rozdíl výrazně vyšší šanci dostat na svou pozvánku odpověď než muži kontaktující výrazně mladší ženy. Dobrou šanci na odpověď mají muži také v případě, že kontaktují přiměřeně starší či mladší partnerky. U žen se aktivita, tedy pokud pošlou pozvánku jako první, zdá být výhodou, jelikož téměř všechny pozvánky žen jsou přijaty, bez ohledu na věkový rozdíl, svůj vlastní věk či věk příjemce pozvánky.

6.4. Log-lineární modelování

Jelikož náš datový soubor obsahuje mnohem více mužů než žen, a rozdílné počty těchto mužů a žen v rámci věkových kategorií, rozhodli jsme se použít log-lineární modelování. Tímto způsobem jsme schopni identifikovat, zda rozdíly v kontaktování žen muži a mužů ženami podle věku je způsobené skutečným

vzorcem chování, nebo pouze tím, že ženy v našem datovém souboru jsou mladší než muži – polovina žen je ve věku dvacet čtyři let a méně, zatímco u mužů je věk mediánu o čtyři roky vyšší (dvacet osm let a méně).

Log-lineární modely jsou určeny k modelování kontingenčních tabulek, jinak řečeno se s nimi analyzují vztahy mezi proměnnými v kontingenčních tabulkách. Na rozdíl od kontingenčních tabulek ovšem log-lineární modely pracují s šancemi (*odds*), nikoliv frekvencemi. Šance je zde pojímána jako „*poměr mezi frekvencí být v kategorii a frekvencí v dané kategorii nebýt*“ (Knoke & Burke, 1980, p. 9). Tuto šanci interpretujeme jako šanci (*odds*), že respondent spadne do této kategorie, a ne do jiné. Šance se pohybují od 0 do ∞ , přičemž hodnoty menší než 1 znamenají nižší šance a hodnoty větší než 1 vyšší šance. Pokud je poměr šancí 1, pak mezi zkoumanými proměnnými není vztah, jsou na sobě tedy nezávislé. Šance nejsou totéž co pravděpodobnosti, ale existuje mezi nimi vztah. Máme-li pravděpodobnost p , že daný jev nastane, a pravděpodobnost $1-p$, že jev nenastane, pak šance (*odds*) vyjádříme následovně:

$$odds = \frac{p}{1-p}$$

Upravíme-li tuto rovnici, získáme výpočet pro pravděpodobnost:

$$p = \frac{odds}{odds + 1}$$

Obecně lze tedy říci, že čím vyšší je šance na událost, tím vyšší je také její pravděpodobnost (Katrňák, 2008, p. 189). Zásadní výhodou poměru šancí je, že jsou neměnné vůči změnám počtu pozorování (změnám vzorku), změnám v řádkových četnostech i sloupcových četnostech. Powers a Xie (2008, pp. 97–99) tuto vlastnost demonstrují následovně:

Máme-li tabulku 2x2, kde f značí pozorované četnosti v řádcích a sloupcích:

	Sloupec 1	Sloupec 2
Řádek 1	f11	f12
Řádek 2	f21	f22

Pak výpočet poměru šancí vypadá následovně:

$$odds\ ratio = \frac{f_{11} f_{22}}{f_{12} f_{21}}$$

Změní-li se velikost vzorku o faktor c , pak se změní výpočet následovně:

$$odds\ ratio = \frac{cf_{11} cf_{22}}{cf_{12} cf_{21}} = \frac{f_{11} f_{22}}{f_{12} f_{21}}$$

Stejně tak změníme-li řádkové marginální četnosti o faktor c a sloupcové marginální četnosti o faktor d , dostaneme:

$$odds\ ratio = \frac{cf_{11} df_{22}}{cf_{12} df_{21}} = \frac{f_{11} f_{22}}{f_{12} f_{21}}$$

Poměr šancí je tedy neměnný vůči změnám v marginálních četnostech, jelikož tyto změny jsou převedeny do proporčních přírůstků či úbytků mezi řádky a sloupce. Právě tato vlastnost dělá z poměrů šancí vhodnou metodu pro studie, které se snaží odfiltrovat rozdíly v marginálních četnostech (Powers & Xie, 2008, p. 99).

Oproti logistické regresi nerozlišujeme mezi závisle a nezávisle proměnnou, všechny proměnné jsou považovány za „*response variables*“, jejichž vzájemný vztah zkoumáme (Knoke & Burke, 1980). Stejně jako v logistické regresi se snažíme nalézt model, který sedí co nejlépe na data. Jak dobře model data vysvětluje, určujeme podle toho, do jaké míry jsou si podobné četnosti odhadované modelem (očekávané četnosti) a skutečné četnosti (Knoke & Burke, 1980). Zároveň se snažíme o co nejúspěšnější model, tedy model s co nejméně parametry, který ale vysvětluje co nejvíce.

6.4.1. Chybějící hodnoty

Z důvodů značného počtu chybějících hodnot, které by byly problematické nejen pro výpočet chí kvadrátu v kontingenční tabulce, ale i následného výpočtu log-linearáních modelů, bylo potřeba udělat změny v obou souborech (pro muže i ženy). Původní tabulka měla rozměry 38 x 38, v níž byl každý věk (18 – 55) reprezentovaný samostatnou kategorií. Následující transformace uvádíme zvláště pro „model pro muže“, kdy muži kontaktují ženy, a „model pro ženy“, kdy ženy kontaktují muže.

V souboru pro muže jsme vytvořili samostatnou kategorii pro ženy 45-49 let a další samostatnou kategorii 50+, do které jsme sloučili ženy ve věku 50-55 let. Důvodem

tohoto sloučení byl značný počet missingů. Chybějící hodnoty v těchto věkových kategoriích mohou být dány dvěma důvody. Prvním z nich je, že muži se primárně snažili kontaktovat mladší partnerky, a proto neměli zájem tyto ženy kontaktovat. Druhým důvodem může být ovšem také malé zastoupení starších žen v seznamovací aplikaci, jelikož z věkového rozložení víme, že máme ve vzorku více mladších žen. Výsledná tabulka po uvedených transformacích má pro muže tedy rozměry 38 x 29 a vypadá následovně:

Tabulka 4. Tabulka kontaktů, muži kontaktují ženy.

Věk muže	Věk ženy																													Total	
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45-49	50+		
18	256	175	118	72	60	52	30	29	24	23	15	16	6	1	6	4	5	2	7	8	1	2				1			1		914
19	350	246	161	153	97	94	56	43	30	35	11	28	20	4	8	3	3	5	8	4	1	2	3	1	1	3			6	1	1377
20	704	622	468	377	250	287	159	134	75	83	57	48	44	20	21	8	11	14	11	10	6	4	8		2	5			7	2	3437
21	795	581	580	560	351	338	192	169	116	138	58	67	37	22	11	11	12	15	17	9	7	7	8	1	3	6	1		6	3	4121
22	1048	826	807	834	590	602	406	316	221	208	106	110	63	37	31	17	20	16	14	12	11	8	13	1	3	16	2		6	1	6345
23	1004	864	839	918	664	776	501	434	289	274	147	159	132	66	43	36	29	31	25	23	10	9	15	3	3	14	2		16	6	7332
24	936	861	847	951	779	861	647	500	412	345	163	188	162	80	75	29	43	34	42	25	12	16	17	4	6	20			15	4	8074
25	1129	1061	1042	1213	923	1074	900	833	551	525	243	269	238	112	97	65	73	34	65	35	21	27	31	6	12	18	1		8	8	10614
26	861	797	796	1042	883	1006	924	846	687	655	324	343	283	152	95	79	103	53	67	39	23	18	26	7	4	32	1		10	5	10161
27	823	748	794	953	812	983	838	839	683	721	420	400	356	153	114	95	94	59	56	33	19	28	43	9	15	30	3		18	6	10145
28	623	564	672	880	672	853	763	804	692	692	428	456	446	196	169	112	122	103	77	44	27	19	39	10	18	39	2		17	4	9543
29	648	614	662	799	694	895	795	898	771	848	495	546	528	211	194	129	175	79	87	56	31	34	43	19	18	33	7		20	8	10337
30	480	463	462	592	570	693	619	726	622	618	396	510	580	231	181	121	137	94	85	59	39	33	48	11	20	25	3		21	7	8447
31	403	391	404	506	465	596	536	614	478	517	345	421	512	210	180	153	150	95	88	47	29	28	44	12	7	26	4		14	3	7278
32	346	337	371	388	390	471	403	468	409	484	323	339	393	197	175	137	132	100	74	60	34	26	54	18	16	21	2		21	6	6195
33	336	259	328	334	297	381	331	382	317	392	257	306	348	168	177	134	149	78	70	28	29	20	38	16	11	10	2		14	8	522
34	177	159	207	214	212	234	237	286	249	322	216	264	284	171	162	125	140	101	92	59	29	37	41	9	8	21	3		17	2	4078
35	233	198	208	211	200	214	193	221	226	262	176	204	288	109	114	111	137	88	83	46	30	26	41	18	8	14	3		7	1	367
36	144	121	129	167	176	235	159	172	193	211	142	192	209	94	129	97	123	86	80	33	31	18	45	17	9	15	3		9	3	3042
37	122	119	99	109	117	147	115	133	122	168	98	170	195	72	96	84	93	81	74	49	28	28	51	15	11	19	7		19	3	2445
38	95	83	76	92	95	109	80	101	102	127	108	117	136	71	83	66	92	69	73	40	29	30	50	16	19	16	7		24		2006
39	146	144	159	179	134	170	138	160	161	170	124	176	176	126	92	89	113	76	87	58	37	32	78	20	15	23	8		27	3	2921
40	93	103	83	91	89	118	90	93	94	88	87	121	142	75	72	76	66	56	61	39	21	30	55	16	16	25	5		24	6	1935
41	61	55	66	58	73	65	68	73	68	101	70	90	101	58	67	39	40	40	40	33	17	28	37	11	10	12	4		17	2	1404
42	43	27	47	39	42	54	51	69	72	82	57	61	51	41	48	37	40	27	35	32	17	18	38	16	11	16	7		19	7	1104
43	24	26	21	40	44	39	36	53	52	81	38	53	52	29	25	36	24	26	36	16	13	17	29	10	5	11	8		23	4	871
44	29	14	24	20	17	14	7	18	24	31	17	26	25	25	17	22	19	21	24	19	10	8	23	13	7	14	10		19	3	520
45	23	19	26	21	12	24	16	17	22	30	20	19	9	15	18	14	15	16	18	13	8	11	26	8	6	12	10		12	3	463
46	12	10	12	8	6	9	7	13	15	24	13	20	14	12	7	10	9	17	11	10	1	5	9	6	8	4	1		15	3	291
47	48	48	52	40	33	29	23	30	27	32	14	30	20	17	22	19	15	10	9	12	2	4	10	7	3	8	3		15	5	587
48	11	10	13	8	11	16	10	13	12	15	6	16	11	5	4	5	3	6	8	4	1	3	9	3	4	8	3		13	6	237
49	4	6	2	3	3	7	3	6	2	4	6	6	6	2	1	3	1	2	6	3	1	3	2	3	4	5	3		13	8	118
50	16	16	12	18	12	15	16	8	12	16	9	12	10	5	10	6	4	2	6	7	3	2	7	7	5	3	1		6	3	249
51	14	6	11	11	11	9	9	7	13	13	10	7	5	5	2	5	2	2	6	4	2	3	4	5	1	2	1		8		178
52	2			1	4	3	2	3	1	3	1	1	2	1	1			3	4	5	1	3	10	4	5	4			14	5	86
53	8	5	10	4	5	8	7	7	2	7	5	3	2	1	3			2	1		2	2	6	3	4	4			9	5	115
54	41	30	33	30	25	27	13	18	14	17	10	9	7	2	5	5	8	5	11	6	6	2	8	4	4	4	1		14	1	360
55	10	11	47	31	26	22	15	16	7	19	7	9	9	6	8	7	4	5	6	4	1	1	4	3	1				5		284
Total	12098	10619	10688	11968	9844	1153	9395	9552	7867	8381	5024	5812	5901	2803	2563	199	2206	1553	1564	984	590	592	1013	332	302	540	119		529	145	136504

V souboru žen jsme museli udělat změn více. Zaprvé jsme stejně jako v souboru pro muže sloučili starší ženy do dvou kategorií, 45-49 a 50+, jelikož kontaktů, které posílaly, bylo málo a způsobovaly chybějící hodnoty napříč tabulkou. Zadruhé, objevilo se velké množství chybějících hodnot u mladších mužů ve věku 18-20, jelikož je ženy starší třiceti let kontaktovaly méně či vůbec. Důvodem je pravděpodobně preference žen pro stejně staré či starší partnery (Becker, 1973; Buss, 1994; Katrňák, 2008). Z tohoto důvodu jsme mladší muže ve věku 18, 19 a 20 sloučili do jedné kategorie nazvané „20 a méně“. Stejně tak jsme sloučili starší muže do dvou kategorií, 45-49 let a 50+, jelikož je ženy obecně méně kontaktovaly, a mladší ženy je často nekontaktovaly vůbec. Ačkoliv se v sociologii a sociální psychologii často udává, že atraktivita mužů s rostoucím věkem neklesá, naopak se

jejich zdroje konsolidují (např. Becker, 1973; Katrňák, 2008; Možný, 2002), v našem souboru se tato tendence vzhledem k počtu chybějících hodnot zdá být nepravděpodobná. Spíše se zdá, že ženy sice možná preferují starší partnery, nicméně pouze „přiměřeně starší“, jak uvádí Buss (1994). Výsledná tabulka souboru pro ženy po sloučení zmíněných kategorií má tedy rozměr 29 x 27 a vypadá následovně:

Tabulka 5. Tabulka kontaktů, ženy kontaktují muže.

Věk ženy	Věk muže																											
	20 a méně	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45-49	50+	Total
18	701	384	473	417	384	488	328	291	227	169	139	114	66	70	35	34	24	22	14	19	11	4	4	2	2	5	3	443
19	533	289	402	415	384	458	348	260	159	190	109	81	64	55	20	23	22	13	10	17	17	3	3	4		6	1	3886
20	377	285	404	365	412	493	334	286	242	198	136	90	55	57	32	25	24	14	11	21	19	4	2			6	5	3897
21	367	311	418	465	497	667	568	451	429	326	218	194	92	100	45	54	37	21	19	33	21	7	6	6	1	13	10	5376
22	166	158	264	329	373	452	407	352	318	285	215	158	128	93	60	50	51	28	32	28	28	11	5	9	3	9	7	4019
23	159	159	241	313	369	468	403	402	387	358	252	232	145	118	79	62	68	27	19	27	33	3	5	6		6	7	4348
24	99	82	180	219	364	502	509	460	429	413	316	269	179	155	101	77	65	35	25	33	35	7	9	12	3	9	3	459
25	61	64	127	183	268	425	469	419	431	415	324	274	215	124	94	83	59	28	30	44	24	9	5	9	2	10	7	4203
26	30	57	82	98	197	309	366	359	399	396	301	236	178	118	96	85	66	40	31	52	36	12	12	14	3	10	6	3589
27	43	43	59	104	153	239	300	354	374	463	296	234	212	167	133	103	84	59	35	49	25	10	7	22	5	13	4	359
28	31	26	41	68	91	141	189	259	282	273	200	205	152	119	96	69	70	45	35	44	30	5	9	11	2	13	6	2512
29	24	14	28	40	65	100	121	154	238	291	251	204	160	136	114	79	83	60	27	54	41	12	9	10		9	2	2326
30	31	25	24	75	101	156	185	242	342	400	415	365	289	228	189	205	134	120	64	90	78	34	20	26	7	16	9	387
31	4	11	11	30	37	67	91	78	115	118	114	133	114	99	103	54	49	31	29	52	34	22	9	7	6	18	5	1441
32	15	5	16	20	40	52	61	69	116	140	119	108	116	111	94	64	77	48	41	35	36	22	14	9	7	19	10	1464
33	4	1	7	14	12	38	51	61	71	77	70	114	101	89	86	80	59	52	41	46	45	18	8	12	9	18	9	1193
34	9	6	10	17	23	41	59	56	89	111	82	89	95	92	86	88	78	64	53	51	50	18	14	11	5	12	5	1314
35	5	6	3	8	17	19	26	33	65	51	69	73	89	58	69	68	70	61	52	46	35	18	7	9	8	12	4	981
36	7	6	2	9	16	33	37	24	47	54	56	59	52	41	52	61	51	38	48	45	42	22	14	14	6	19	4	859
37	9	1	5	8	14	12	21	14	26	38	42	31	36	16	36	31	25	27	28	34	28	18	16	9	8	27	10	570
38	1	2	3	4	5	10	17	9	18	22	29	23	15	19	23	22	29	23	23	26	17	10	12	6	4	9	3	384
39	4	4	6	3	8	12	15	21	10	20	20	24	21	13	22	20	14	18	27	16	16	20	9	8	5	11	3	370
40	2	2	4	4	9	14	14	17	27	20	32	32	35	26	34	29	41	41	35	65	47	30	22	20	13	37	13	665
41			1		1	4	2	3	7	7	3	6	8	12	5	11	9	9	12	12	9	6	8	8	5	11	7	166
42	1		1	1	2	4	1	4	11	5	7	1	6	9	4	5	4	9	14	7	13	4	6	1	1	6	6	133
43		2	7	8	11	9	20	20	31	29	18	20	15	4	10	6	10	12	12	11	24	6	9	8	4	19	6	331
44		1	1	2		1	1	3	2	4	1	4	1		2	3	3	6	7	6	6	2	3	8	7	16	1	91
45-49	5	4	4	8	7	5	4	7	11	5	9	7	12	8	14	3	6	14	22	24	25	13	18	21	9	60	39	364
50+				1	1			1			2		1	2			1				4	1	4	2	2	19	12	53
Total	2688	1948	2824	3228	3861	5219	4947	4709	4903	4878	3845	338	2652	2139	1734	1494	1313	965	796	987	829	351	269	284	127	438	207	61015

Jelikož i po zmíněných změnách v souboru zbývaly v souboru missingy, které by mohly narušit odhad parametrů v modelu, rozhodli jsme se nahradit chybějící hodnoty v souboru jejich rekódováním z 0 na 0.5. Podíváme-li se na předchozí tabulku, nemáme žádnou hodnotu v políčku, které označuje případy, kdy 44leté ženy kontaktují muže ve věku 18-20let. To znamená, že tyto ženy nikdy nekontaktovaly nejmladší muže. V tomto poli tedy měníme hodnotu z missingu na 0.5. Stejnou úpravu jsme provedli pro všechna ostatní pole, v nichž jsme měli missing. Výsledkem je změna 26 chybějících hodnot v souboru pro ženy a změna

22 chybějících hodnot v souboru pro muže. Tato transformace výsledky modelů nijak zásadně neovlivnila.

6.4.2. Model nezávislosti

Jako první testujeme model nezávislosti, který testuje hypotézu, že jsou na sobě řádkové a sloupcové proměnné nezávislé. Tuto hypotézu testujeme zvlášť pro případ, kdy muž kontaktuje ženu a pro případ, že žena kontaktuje muže. Vždy testujeme, zda je věk odesílatele pozvánky nezávislý na věku příjemce pozvánky, tedy nezávislost mezi řádkovými a sloupcovými četnostmi. Tuto hypotézu můžeme otestovat pomocí kontingenční tabulky.

Pearsonův chí kvadrát v obou datových souborech, jak pro muže, tak pro ženy, vyšel signifikantně, můžeme tedy hypotézu nezávislosti zamítnout. Můžeme tedy předpokládat, že způsob, kterým si muži a ženy vybírají partnery online, není náhodný. Pokud bychom se rozhodli přidat do modelu interakci mezi věkem odesílatele a příjemce pozvánky, dostali bychom saturovaný model, který by nám k objasnění vzorců hledání partnera nijak nepomohl. Z tohoto důvodu jsme se rozhodli pro konstrukci dalších modelů vytvořit parametry, které vysvětlujeme v následující podkapitole.

6.4.3. Parametry

Prvním parametrem je diagonála (*diag*). Kontakty, které se nalézají na diagonále, jsou věkově homogamní. Znamená to tedy, že věk muže je naprosto stejný jako věk ženy. Jelikož takové vymezení homogamie by mohlo být příliš striktní, je druhým parametrem tzv. „širší diagonála“ (*wdiag*), v níž jsou za homogamní považovány kontakty, kde jsou partneři stejně staří, o rok mladší či o rok starší. Jedná se tedy o diagonálu a jedno pole pod a nad ní.

Dalším parametrem je parametr kontaktů nad diagonálou (*abdiag*). Jedná se tedy o kontakty, kdy je odesílatel pozvánky mladší než její příjemce. V případě mužů jde tedy o netradiční heterogamii, kdy muž je mladší než žena. Naopak u žen jsou to tradičně heterogamní kontakty, kdy je žena mladší a muž starší. Opačným parametrem jsou kontakty pod diagonálou (*unddiag*). Pro muže jsou tyto kontakty tradičně heterogamní, jelikož muži jsou starší než ženy, které kontaktují. U žen naopak mluvíme o netradiční heterogamii, protože jejich partneři jsou mladší než ony samy.

6.4.4. Modely

Na základě parametrů definovaných v předchozím oddílu jsme spočítali následující log-lineární modely pro ženy, tedy modely pro případy, v nichž žena kontaktuje muže. Modelovanou proměnnou jsou vždy četnosti v políčkách tabulky (*_freq*). První model je model nezávislosti, druhý model je saturovaný model. Pro hodnocení vhodnosti modelu používáme Bayesiánské informační kritérium (*Bayesian information criterion*, dále *BIC*), nikoliv G^2 (*Likelihood-ratio chi-square statistics*). Důvodem pro neuzívání G^2 je, že je navrženo k hledání jakýchkoliv odchylek modelu od dat, přičemž přidání parametrů vždy vylepšuje jeho fit - u velkých souborů jakým je i ten náš je pak těžké rozeznat skutečná zlepšení modelu od nedůležitých. G^2 pak často zamítá přijatelné modely. Řešením těchto problémů předkládá právě BIC, které je na G^2 založené, ale penalizuje G^2 za stupně volnosti více v případě velkého datového souboru, než u malého¹³ (Powers & Xie, 2008). Model s nižším BIC je pak považován za lepší¹⁴.

Tabulka 6. Přehled log-lineárních modelů pro ženy.

Model	formula	df	BIC
Model 1	age_s + age_r	55	26976,23
Model 2	age_s##age_r	783	9155.918
Model 3	age_s + age_r + diag	56	25273.80
Model 4	age_s + age_r + wdiag	56	24445.61
Model 5	age_s + age_r + diag + undiag	57	20086.56
Model 6	age_s + age_r + diag + abdiag	57	19390.36
Model 7	age_s + age_r + abdiag	56	23702.47
Model 8	age_s + age_r + adiag	56	20136.37
Model 9	age_s + age_r + diag + undiag + abdiag	58	19397.02

Pozn.: BIC = Bayesiánské informační kritérium, age_s = věk ženy, age_r = věk muže, diag = diagonála, wdiag = širší diagonála, undiag = pole pod diagonálou, abdiag = pole nad diagonálou

Na základě BIC podrobněji interpretujeme model 6, který pracuje s parametrem diagonály (*diag*) a parametrem předpokládající, že se pozorování nachází nad diagonálou (*abdiag*). Ačkoliv je v tabulce udáváno pseudo R², v případě log-

¹³ $BIC = G^2 - DF \log_n$

¹⁴ Powers a Xie (2008) ovšem varují před mechanickým porovnáváním BIC, kdy jej považujeme za jediné vodítko, jelikož BIC je založené na odhadech.

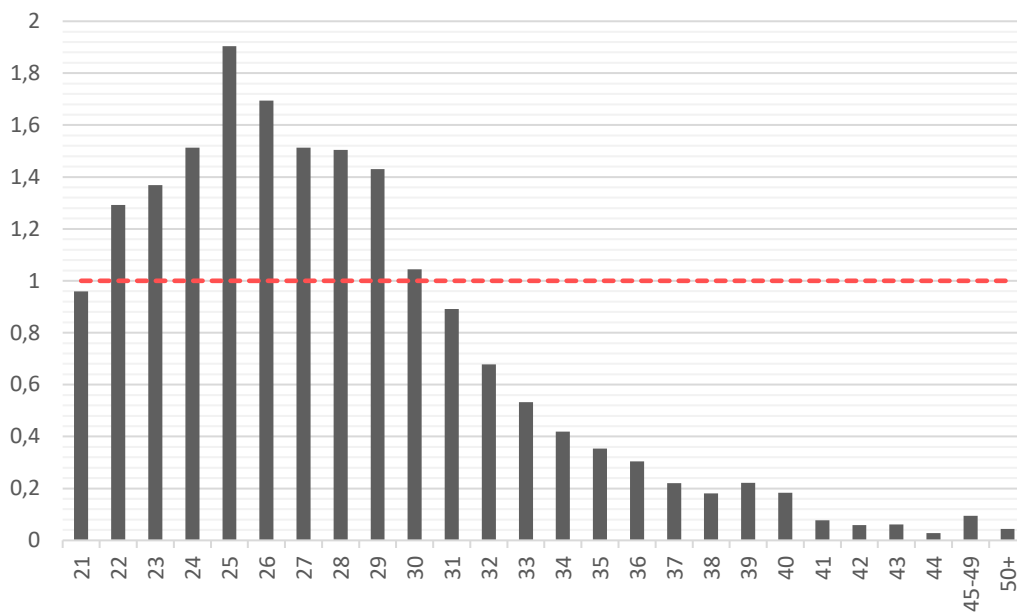
lineárního modelu jej nemůžeme interpretovat jako procentuální vyjádření nakolik náš model sedí na data. V modelu máme 783 „pozorování“, což v případě log-lineárního modelu znamená, že modelujeme celkem 783 políček tabulky¹⁵. Výsledky modelu modelu 6 pro případy, kdy ženy kontaktují muže, k nimž se vztahují následující odstavce a graf 7, jsou uvedeny v tabulce 7.

Referenční kategorií pro věk odesílatele (*age_s*) jsou kontakty odeslané ženami ve věku 18 let. Šance pro referenční kategorii je v log-lineárních modelech stanovena jako 1. Vidíme tak, že šance, že žena ve věku 19let odešle pozvánku je 0,87 šance, že odešle pozvánku o rok mladší žena. Naopak, šance dvacetiletých žen na odeslání pozvánky je 0,98. Jelikož je toto číslo velice blízko jedné, není p-hodnota signifikantní, což znamená, že ženy ve věku osmnácti a dvaceti let mají stejnou šanci na odeslání zprávy. Nicméně, ženy ve věku 21 až 30 let mají vyšší šanci odeslat pozvánku než osmnáctileté ženy, pro třicetileté ženy je tato šance dokonce téměř dvojnásobná (1,95). Oproti tomu pro ženy nad 31 let klesá šance, že by odeslaly pozvánku.

Druhou proměnnou je věk příjemce zprávy (*age_r*). V tomto případě jsou referenční kategorií pozvánky zaslané mužům ve věku 18–20 let, jelikož jsme kvůli missingů sloučili muže ve věku 18, 19 a 20 let. Jak vidíme, šance 21letých mužů na obdržení pozvánky je 0,95 a p-hodnota není signifikantní, 21letí muži mají tedy stejnou šanci na obdržení pozvánky jako muži ve věku 18-20 let. Šance na obdržení pozvánky se pak zvyšuje u mužů mezi 22 a 29 lety. Například muži ve věku 25 lety mají 1,85krát větší šanci být kontaktováni než nejmladší kategorie mužů. Muži ve věku třiceti let mají stejnou šanci být kontaktováni jako nejmladší muži, nicméně se zvyšujícím se věkem tyto šance klesají a starší muži mají nižší šanci být kontaktováni než mladší. Můžeme tedy říct, že oblíbené tvrzení sociálních věd o neklesající atraktivitě mužů s přibývajícím věkem v případě našich dat neplatí. Pro lepší přehlednost znázorníme šance v grafu 7.

¹⁵ Kontingenční tabulka modelu pro ženy má rozměr 27x29 polí, což nám dává 783 políček celkem. Slučování kategorií, které vedlo k rozměru finální tabulky je popsáno v oddíle 5.4.1. Chybějící hodnoty.

Graf 7. Šance mužů být kontaktováni ženami dle věku. Referenční kategorie = muži ve věku 18-20 let.



Pozn.: červená přerušovaná čára symbolizuje referenční skupinu, jejíž šance je rovna 1. Hodnoty pod touto čarou znamenají nižší šance na to být kontaktován, než mají muži ve věku 18-20let. Hodnoty nad touto čarou znamenají vyšší šanci být kontaktován než muži ve věku 18-20let.

Celkový trend kontaktování nám objasní poslední dva parametry, parametr diagonály a políček nad diagonálou. Referenční kategorie pro tento parametr je předpoklad, že pozorování nejsou na diagonále. Parametr diagonály má šanci 3,24, což znamená, že pozorování v naší tabulce má 3,24krát vyšší šanci být na diagonále než na ní nebýt. Tedy, že je 3,24krát vyšší šance, že ženy budou kontaktovat stejně starého muže, jako jsou ony samy, oproti tomu, aby kontaktovaly mladší či starší muže. Druhým parametrem je parametr polí nad diagonálou. Zde je referenční kategorií případ, že jsou všechna pozorování buď na diagonále, nebo pod ní (tedy že ženy kontaktují mladší muže, než jsou ony samy). Šance je 3,24, tím pádem můžeme říct, že šance, že budou ženy kontaktovat staršího muže než jsou ony samy, je 3,24 vyšší než že budou kontaktovat stejně starého či mladšího muže.

Tabulka 7. Výsledky log-lineárního modelu pro ženy.

Poisson regression Log likelihood = -9505.2828	Number of obs. =	783
	LR chi2(56) =	90588.80
	Prob > chi2 =	0.0000
	Pseudo R2 =	0.8265

_freq	IRR	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf.Interval]	
age_s						
19	0,877314	0,019282	-5,96	0,000	0,840325	0,915931
20	0,980678	0,021698	-0,88	0,378	0,939061	1,02414
21	1,402059	0,028837	16,43	0,000	1,346664	1,459733
22	1,086327	0,024021	3,74	0,000	1,040253	1,134441
23	1,236045	0,02693	9,73	0,000	1,184374	1,28997
24	1,380108	0,029887	14,88	0,000	1,322756	1,439946
25	1,350003	0,030173	13,43	0,000	1,292141	1,410456
26	1,261063	0,029643	9,87	0,000	1,204282	1,320521
27	1,376534	0,032764	13,43	0,000	1,313792	1,442272
28	1,048625	0,027821	1,79	0,074	0,99549	1,104595
29	1,065118	0,029311	2,29	0,022	1,009192	1,124143
30	1,951259	0,048052	27,15	0,000	1,859316	2,047748
31	0,784542	0,025582	-7,44	0,000	0,735971	0,836318
32	0,855336	0,027996	-4,77	0,000	0,802187	0,912006
33	0,738035	0,026029	-8,61	0,000	0,688742	0,790856
34	0,852323	0,029304	-4,65	0,000	0,796781	0,911737
35	0,66159	0,025231	-10,83	0,000	0,613941	0,712936
36	0,599368	0,024065	-12,75	0,000	0,554009	0,648441
37	0,409942	0,019285	-18,96	0,000	0,373835	0,449537
38	0,282472	0,015655	-22,81	0,000	0,253396	0,314884
39	0,277347	0,015641	-22,74	0,000	0,248326	0,309761
40	0,510397	0,022775	-15,07	0,000	0,467655	0,557046
41	0,131149	0,010544	-25,27	0,000	0,11203	0,153532
42	0,105424	0,009422	-25,17	0,000	0,088484	0,125607
43	0,263509	0,015627	-22,49	0,000	0,234594	0,295988
44	0,07404	0,007875	-24,47	0,000	0,060108	0,091202
45-49	0,29228	0,016672	-21,56	0,000	0,261364	0,326853
50+	0,04829	0,006355	-23,03	0,000	0,037312	0,062499
age_r						
21	0,959178	0,02951	-1,35	0,176	0,903048	1,018797
22	1,292642	0,036288	9,14	0,000	1,22344	1,365757

23	1,368796	0,037239	11,54	0,000	1,297721	1,443764
24	1,512856	0,039672	15,79	0,000	1,437065	1,592644
25	1,903498	0,047503	25,79	0,000	1,812635	1,998916
26	1,69483	0,042797	20,89	0,000	1,612992	1,780821
27	1,512938	0,038588	16,23	0,000	1,439166	1,590492
28	1,504241	0,038383	16	0,000	1,430862	1,581383
29	1,430909	0,036669	13,98	0,000	1,360815	1,504615
30	1,043889	0,027785	1,61	0,107	0,990827	1,099793
31	0,891103	0,024659	-4,17	0,000	0,844059	0,940768
32	0,677614	0,019764	-13,34	0,000	0,639963	0,717479
33	0,532559	0,01639	-20,47	0,000	0,501384	0,565672
34	0,419256	0,013648	-26,7	0,000	0,393342	0,446877
35	0,353308	0,01203	-30,56	0,000	0,3305	0,37769
36	0,304344	0,010789	-33,56	0,000	0,283916	0,326241
37	0,220848	0,008656	-38,53	0,000	0,204517	0,238483
38	0,180552	0,007574	-40,8	0,000	0,1663	0,196025
39	0,221889	0,008648	-38,63	0,000	0,20557	0,239503
40	0,183323	0,007586	-41	0,000	0,169041	0,198811
41	0,077304	0,004482	-44,15	0,000	0,068999	0,086608
42	0,059052	0,003841	-43,49	0,000	0,051983	0,067082
43	0,061951	0,003932	-43,82	0,000	0,054705	0,070157
44	0,028027	0,002549	-39,31	0,000	0,023451	0,033495
45-49	0,09432	0,00499	-44,63	0,000	0,08503	0,104624
50+	0,044511	0,003256	-42,54	0,000	0,038566	0,051372
1.diag	3,241185	0,053838	70,79	0,000	3,137363	3,348442
1.abdiag	3,24244	0,050111	76,11	0,000	3,145697	3,342158
_cons	62,62938	1,790898	144,68	0,000	59,21584	66,2397

Stejně jako u modelu pro ženy jsme pro model pro muže, tedy pro případy kdy muž kontaktuje ženu, spočítali log-lineární modely, přičemž prvním modelem je opět model nezávislosti a druhým modelem saturovaný model. Nejnižší BIC mají modely 5 a 6. Model 5 využívá parametru diagonály a parametru pozorování pod diagonálou. Model 6 pak využívá parametru diagonály a pozorování nad diagonálou. Stejně jako v případě modelu pro ženy vybíráme model 6 k podrobnější interpretaci¹⁶.

¹⁶ K podrobnější interpretaci bychom mohli samozřejmě vybrat i model 5, jelikož se jejich interpretace prakticky neliší.

Tabulka 8. Přehled log-lineárních modelů pro muže.

Model	formula	df	BIC
Model 1	age_s + age_r	66	31094.64
Model 2	age_s##age_r	1102	13470.52
Model 3	age_s + age_r + diag	67	30271.67
Model 4	age_s + age_r + wdiag	67	28653.15
Model 5	age_s + age_r + diag + undiag	68	22381.26
Model 6	age_s + age_r + diag + abdiag	68	22381.26
Model 7	age_s + age_r + abdiag	67	22395.43
Model 8	age_s + age_r + undiag	67	26485.67

Pozn.: BIC = Bayesiánské informační kritérium, age_s = věk muže, age_r = věk ženy, diag = diagonála, wdiag = širší diagonála, undiag = pole pod diagonálou, abdiag = pole nad diagonálou

V modelu pracujeme se 1 102 políčky tabulky¹⁷, model je signifikantní a pseudo R2 neinterpretujeme, jelikož se jedná o log-lineární model. Modelovanou proměnnou jsou opět četnosti v tabulce. Výsledky modelu modelu 6 pro případy, kdy muži kontaktují ženy, k nimž se vztahují následující odstavce a grafu 8, jsou uvedeny v tabulce 9.

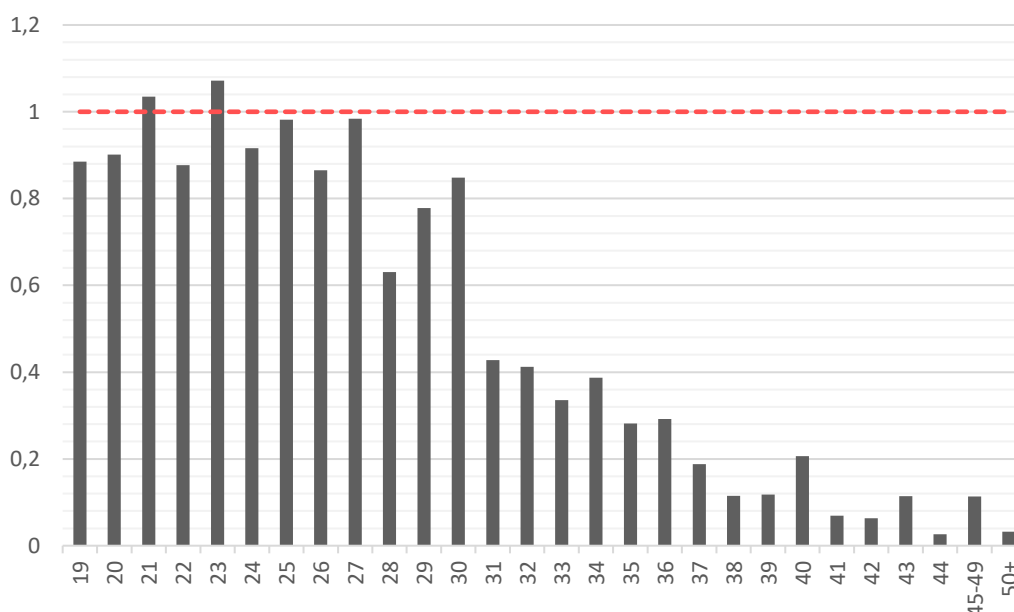
První proměnnou v modelu jsou kontakty odeslané muži v udávaných věkových kategoriích (*age_s*). Referenční skupinou, která má šanci rovnu 1, jsou kontakty odeslané muži ve věku 18 let. Jak vidíme, muži do 39 let mají vyšší šanci odeslat zprávu ženě, než mají muži ve věku 18 let. Jedinou výjimkou jsou muži ve věku 38 let, jejichž šance na odeslání zprávy jsou stejné jako osmnáctiletých mužů. Šance pětadvacetiletých mužů je oproti osmnáctiletým téměř sedminásobná (6,92). Vzhledem k distribuci věku mužů ve vzorku víme, že muži přicházejí na seznamovací aplikaci později, a jejich počty rostou až po dovršení dvacátého roku života. Naopak, muži starší 40 let mají šanci na odeslání pozvánky nižší než nejmladší muži. Pro ilustraci, šance 35letého muže odeslat pozvánku je 1,75krát vyšší oproti 18letému muži, ale šance 45 letého muže je 0,2krát nižší oproti

¹⁷ Kontingenční tabulka modelu pro muže má rozměr 38x29 polí, což nám dává 1102 políček celkem. Slučování kategorií, které vedlo k rozměru finální tabulky je popsáno v oddíle 6.4.1. Chybějící hodnoty.

18letému muži¹⁸. To může být způsobeno menším zastoupením starších mužů ve vzorku.

Druhou proměnnou jsou kontakty zaslané ženám v daných věkových kategoriích (age_r). Referenční skupinou, jejíž šance je rovna 1, jsou v tomto případě kontakty zaslané ženám ve věku 18 let. Jak vidíme na grafu 8, většina věkových kategorií je pod referenční čarou, která nám vyjadřuje šanci referenční skupiny, tedy kontaktů zaslaných ženám ve věku 18let. To znamená, že šance 18let být kontaktovány je vyšší než žen ve vyšším věku. Výjimkou jsou ženy ve věku 21 a 23 let, které mají mírně vyšší šanci (1,03 a 1,07), a ženy ve věku 25 a 27 let, které mají stejnou šanci být kontaktovány jako nejmladší ženy. Pro ženy nad třicet let potom šance dramaticky klesají.

Graf 8. Šance žen být kontaktovány muži dle věku. Referenční kategorie = ženy ve věku 18 let.



Pozn.: červená přerušovaná čára symbolizuje referenční skupinu, jejíž šance je rovna 1. Hodnoty pod touto čarou znamenají nižší šance na to být kontaktován, než mají ženy ve věku 18let. Hodnoty nad touto čarou znamenají vyšší šanci být kontaktován než ženy ve věku 18let.

Pro celkový trend kontaktování se musíme podívat na poslední dva parametry, tedy parametr diagonály a pozorování nad diagonálou. Jak vidíme, oba jsou signifikantní a menší než 1. Referenční skupinou pro diagonálu jsou pozorování, která nejsou na

¹⁸ Pro lepší představu lze šanci 0,2 muže ve věku 45 let kontaktovat ženu vyjádřit jakožto 16,6 % ze šance osmnáctiletého muže kontaktovat ženu.

diagonále. Jelikož je šance tohoto parametru rovna 0,94, můžeme říct, že šance mužů kontaktovat stejně starou ženu je 0,94krát nižší než jejich šance kontaktovat ženy rozdílného věku (nezávisle na tom, zda starší či mladší).

Druhým parametrem je parametr polí nad diagonálou. Zde je referenční kategorií případ, že jsou všechna pozorování buď na diagonále, nebo pod ní. V tomto případě muži kontaktují mladší ženy, než jsou oni sami. Šanci tudíž interpretujeme vůči tomuto předpokladu. Vidíme tedy, že šance mužů kontaktovat starší ženu než jsou oni sami, je 0,3krát nižší než kontaktovat mladší ženu. To koresponduje s našimi zjištěními z deskriptivní části této práce. Preference mužů pro mladší ženy, a to především pro ženy pod třicet let, tak zůstává patrná i po kontrole marginálních četností log-lineárním modelem.

Tabulka 9. Výsledky log-lineárního modelu pro muže.

Poisson regression	Number of obs = 1,102
	LR chi2(67) = 268735.42
	Prob > chi2 = 0.0000
	Pseudo R2 = 0.9246
Log likelihood = -10952.464	

_freq	IRR	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf.Interval]	
age_s						
19	1,3786	0,058798	7,53	0,000	1,268042	1,498793
20	3,17639	0,118324	31,03	0,000	2,952745	3,41698
21	3,50149	0,128386	34,18	0,000	3,258688	3,762384
22	5,03878	0,179243	45,46	0,000	4,699441	5,402628
23	5,4043	0,191093	47,72	0,000	5,042449	5,792121
24	5,5972	0,197501	48,81	0,000	5,223185	5,997992
25	6,92463	0,242101	55,35	0,000	6,466009	7,41577
26	6,29682	0,221204	52,38	0,000	5,87786	6,745651
27	5,95483	0,209813	50,64	0,000	5,557481	6,380587
28	5,4075	0,191605	47,63	0,000	5,044699	5,796382
29	5,63172	0,199371	48,82	0,000	5,254206	6,036354
30	4,41486	0,158085	41,47	0,000	4,115644	4,735832
31	3,72043	0,134578	36,32	0,000	3,465799	3,993778
32	3,10612	0,11356	31	0,000	2,891335	3,336865
33	2,57642	0,09539	25,56	0,000	2,396078	2,770328

34	1,97824	0,074756	18,05	0,000	1,837013	2,130318
35	1,75742	0,06713	14,76	0,000	1,630652	1,894043
36	1,43818	0,056041	9,33	0,000	1,332433	1,552321
37	1,14605	0,045864	3,41	0,001	1,059597	1,239565
38	0,93559	0,038494	-1,62	0,106	0,863105	1,014161
39	1,35515	0,053146	7,75	0,000	1,254886	1,463421
40	0,89013	0,036853	-2,81	0,005	0,820757	0,965376
41	0,64365	0,028141	-10,08	0,000	0,590793	0,701238
42	0,50475	0,023163	-14,9	0,000	0,461335	0,552254
43	0,39639	0,019212	-19,09	0,000	0,360465	0,435885
44	0,23631	0,01321	-25,81	0,000	0,211788	0,263676
45	0,20948	0,012147	-26,96	0,000	0,186975	0,234693
46	0,13161	0,008965	-29,77	0,000	0,115158	0,150403
47	0,26547	0,014314	-24,6	0,000	0,238849	0,295062
48	0,10718	0,007893	-30,33	0,000	0,092778	0,123826
49	0,05337	0,00525	-29,79	0,000	0,044007	0,064715
50	0,11247	0,008126	-30,24	0,000	0,097624	0,129583
51	0,08062	0,006651	-30,52	0,000	0,068583	0,094768
52	0,03975	0,004456	-28,77	0,000	0,031905	0,049512
53	0,05284	0,005218	-29,78	0,000	0,043545	0,064127
54	0,16259	0,01026	-28,79	0,000	0,143679	0,183999
55	0,12895	0,008846	-29,86	0,000	0,112723	0,147504
age_r						
19	0,88477	0,011768	-9,2	0,000	0,862006	0,90814
20	0,90118	0,011975	-7,83	0,000	0,878011	0,924957
21	1,0349	0,013378	2,65	0,008	1,00901	1,061457
22	0,87671	0,011965	-9,64	0,000	0,853569	0,900477
23	1,07159	0,014096	5,26	0,000	1,044316	1,099578
24	0,91581	0,012788	-6,3	0,000	0,891087	0,941222
25	0,98164	0,013778	-1,32	0,187	0,955007	1,00902
26	0,86491	0,012936	-9,7	0,000	0,839925	0,890643
27	0,98409	0,014635	-1,08	0,281	0,955817	1,013195
28	0,63032	0,011043	-26,34	0,000	0,609042	0,652338
29	0,77815	0,013199	-14,79	0,000	0,752705	0,804455
30	0,84805	0,014516	-9,63	0,000	0,82007	0,876981
31	0,42755	0,009447	-38,45	0,000	0,409432	0,446476
32	0,41226	0,009486	-38,51	0,000	0,394076	0,431273
33	0,33543	0,008547	-42,87	0,000	0,319087	0,352604
34	0,38713	0,009536	-38,52	0,000	0,368882	0,406278
35	0,28135	0,007978	-44,73	0,000	0,266137	0,297424
36	0,29179	0,008281	-43,4	0,000	0,276002	0,308478
37	0,18826	0,006486	-48,47	0,000	0,175967	0,20141

38	0,11512	0,004979	-49,99	0,000	0,10576	0,125299
39	0,11757	0,005084	-49,5	0,000	0,108013	0,127967
40	0,20625	0,007064	-46,1	0,000	0,192861	0,22057
41	0,06889	0,003893	-47,34	0,000	0,06167	0,076961
42	0,06345	0,00375	-46,65	0,000	0,056511	0,071245
43	0,11418	0,005166	-47,96	0,000	0,104487	0,124765
44	0,0261	0,002386	-39,87	0,000	0,021815	0,031218
45-49	0,11321	0,005175	-47,66	0,000	0,103514	0,123825
50+	0,03194	0,002673	-41,15	0,000	0,027107	0,037634
1.diag	0,94544	0,011593	-4,58	0,000	0,922988	0,968435
1.abdiag	0,37584	0,004194	-87,69	0,000	0,367712	0,384154
_cons	148,075	5,137796	144,04	0,000	138,3401	158,4954

7. Závěr

Výsledky naší práce tedy ukázaly některé trendy věkové homogamie a heterogamie v rámci online seznamovací aplikace. Obecně můžeme říct, že muži vykazují silné preference pro mladší ženy. Pro muže všech věkových kategorií jsou ženy do třiceti let primární věkovou kategorií, kterou kontaktují. Pro ženy tak jednoznačný trend nevidíme. Ženy pod třicet let preferovaly muže ze stejné věkové kategorie, nicméně s každým rokem života narůstala preference pro starší muže. Ženy nad třicet let potom jasně preferovaly muže nad třicet let oproti mužům do třiceti let.

Je evidentní, že nelehkou situaci mají na seznamovací aplikaci nejmladší muži. Zaprvé, na rozdíl od nejmladších žen nejsou považováni za nejvíce atraktivní a ženy je obecně méně kontaktují. Zadruhé, budeme-li předpokládat, že mají zájem o své vrstevnice, čelí velké konkurenci, jelikož o tyto ženy mají zájem i všichni ostatní muži. Mladé ženy tak ze sňatkového trhu mizí velice rychle. Stejně jako starší ženy měly složitější situaci i starší muži. Ačkoliv se v sociálních vědách často udává, že atraktivita mužů s věkem neklesá, a mají o ně zájem i mladší ženy, nic takového na našich datech nepozorujeme. Jak ovšem udává Hamplová, Hampl a Weidnerová (2017, p. 20) čeští muži „odkvétají“ dříve, jelikož se o sebe příliš nestarají.

Podíváme-li se na reciprocitu kontaktů, je evidentní, že čím je muž starší než žena, kterou kontaktuje, tím nižší šanci má, že žena jeho pozvání přijme. Nejmladší skupiny žen jsou totiž atraktivní pro muže všech věků a dostávají tak velký počet pozvánek, mezi nimiž si mohou vybírat. Ženy této skutečnosti využívají ve svůj prospěch a výsledné párování je tak buď homogamní, kdy jsou partneři stejně staří, nebo podobně staří, kdy jsou muži starší či mladší pouze o několik málo let než ženy. Tuto situaci teorie výběrového párování předjímají. Pozorujeme ovšem ještě jiný trend. Muži mají vyšší šanci na úspěch u starších žen, než jsou oni sami, a to i v případě velkých věkových rozdílů. Přestože starší ženy pozvánky mladším mužům posílaly jen minimálně, pokud od nich pozvánku obdržely, byla poměrně vysoká šance, že ji také přijmou. Existuje mnohem vyšší šance, že žena přijme pozvánku od výrazně mladšího partnera než od výrazně staršího. Tato zjištění korespondují s výsledky z české komerční sféry. Analýza dat z lide.cz (Novinky.cz, 2014), jednoho z velkých českých seznamovacích webových portálů, ukázala, že muži se primárně zaměřují na kontaktování mladších partnerek, přičemž toto

chování se se zvyšujícím věkem prohlubuje. Šance na úspěšný kontakt, tedy kontakt, který by byl opěťovaný, měli muži přitom spíše u starších žen, kterým buď zprávy neposílali, nebo jejich zprávy ignorovali.

Pokud ženy převzaly iniciativu a kontaktovaly muže jako první, získaly na tomto trhu zásadní výhodu, jelikož jejich pozvánky byly takřka vždy opěťované. Pro muže taková výhoda neplatila a byli úspěšní v méně než polovině případů. Nabízí se pro to dvě vysvětlení. Zaprvé, na seznamovacích portálech i aplikacích je téměř bez výjimky více mužů než žen. Druhým vysvětlením pak může být, že mužská iniciativa v seznamování je považována za normu, což je představa převažující i v tradičním, offline prostředí.

Předkládaná práce má ovšem i svá omezení. Prvním omezením je samozřejmě fakt, že se jedná o analýzu jedné vybrané české seznamovací aplikace, jejíž uživatelé mohou být něčím specifictí. Také data o starších uživatelích je nutné brát s rezervou, jelikož jich bylo ve vzorku málo. Další problémy vyvstávají ze samotné povahy seznamovacích aplikací a webových portálů. Nevíme totiž, které páry se sešly tváří v tvář, potažmo se staly páry v pravém slova smyslu. Nevíme ani, jak dlouho si psaly, z čehož bychom mohli alespoň částečně odhadnout, zda došlo k osobnímu setkání. Stejně tak nám chybí bližší informace o uživatelích a naše data tak mohou být zkreslena o intervenující proměnné, o nichž nemáme informace. Takovými proměnnými mohou být například atraktivita, vzdělání či příjem. Bylo by také zajímavé ověřit, zda se preference uživatelů, respektive jejich strategie kontaktování, mění v čase na základě zkušenosti s odmítnutím či naopak úspěchem u opačného pohlaví. Seznamovací aplikace, se kterou jsme pracovali, bohužel taková data neuvádí. Zde tedy zůstává značný prostor pro další analýzy.

Reference

- Ansari, A., & Klinenberg, E. (2015). *Modern romance*. New York: Penguin Books.
- Becker, G. S. (1973). A Theory of Marriage: Part I. *Journal of Political Economy*, 81(4), 813–846.
- Becker, G. S. (1974). A Theory of Marriage: Part II. *Marriage, Family, Human Capital, and Fertility*, 11–26.
- Becker, G. S. (1998). *A Treatise on the Family*. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press.
- Blossfeld, H.-P., & Timm, A. (Eds.). (2003). *Who marries whom? educational systems as marriage markets in modern societies* (Softcover repr. of the hardcover 1st ed). Dordrecht: Springer Science+Business Media.
- Bossard, J. H. (1932). Residential Propinquity as a Factor in Marriage Selection. *American Journal of Sociology*, 38(2), 219–224.
- Buss, D. M. (1994). *The evolution of desire: Strategies of human mating*. New York: BasicBooks.
- Buss, D. M., & Schmitt, D. P. (1993). Sexual strategies theory: an evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100(2), 204–232.
- Coontz, S. (2006). *Marriage, a history: how love conquered marriage*. New York, NY: Penguin Books.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining “gamification” (pp. 9–15). Presented at the Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments, Tampere, Finland: ACM Press.
<https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>

- Ellsworth, J. S. (1948). The Relationship of Population Density to Residential Proximity as a Factor in Marriage Selection. *American Sociological Review*, 13(4), 444–448. <https://doi.org/10.2307/2087238>
- Etcoff, N. L. (2000). *Survival of the prettiest: the science of beauty*. New York: Anchor Books.
- Fiore, A. T., & Donath, J. S. (2005). Homophily in online dating: when do you like someone like yourself? (p. 1371). ACM Press.
<https://doi.org/10.1145/1056808.1056919>
- Fučík, P. (2006). Věková homogamie českých sňatků 1920–2000. *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, 42(4), 719–740.
- Giddens, A. (2012). *Proměna intimacy: sexualita, láska a erotika v moderních společnostech*. Praha: Portál.
- Hakim, C. (2011). *Honey money: the power of erotic capital*. London: Allen Lane.
- Hamplova, D. (2009). Educational Homogamy Among Married and Unmarried Couples in Europe: Does Context Matter? *Journal of Family Issues*, 30(1), 28–52. <https://doi.org/10.1177/0192513X08324576>
- Hamplová, D., Hampl, P., & Weidnerová, S. (2017). Krása - mýtus, nebo realita? In P. Matějů, D. Hamplová, P. Hampl, M. Loužek, S. Weidnerová, P. Anýžová, & M. L. Smith, *Moc krásy* (pp. 15–20). Univerzita Karlova.
- Hitsch, G. J., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2010a). Matching and Sorting in Online Dating. *American Economic Review*, 100(1), 130–163.
<https://doi.org/10.1257/aer.100.1.130>

- Hitsch, G. J., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2010b). What makes you click?—Mate preferences in online dating. *Quantitative Marketing and Economics*, 8(4), 393–427. <https://doi.org/10.1007/s11129-010-9088-6>
- Hogue, A., & Steinberg, L. (1995). Homophily of Internalized Distress in Adolescent Peer Groups. *Developmental Psychology*, 31(6), 897–906.
- Jacques, T. (2013). OkCupid Information, Statistics, Facts and History - Dating Sites Reviews. Retrieved July 22, 2018, from <https://www.datingsitesreviews.com/staticpages/index.php?page=OkCupid-Statistics-Facts-History>
- Kalmijn, M. (1998). Intermarriage and Homogamy: Causes, Patterns, Trends. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 395–421. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.395>
- Katrňák, T. (2008). *Spříznění volbou? Homogamie a heterogamie manželských párů v České republice* (Vyd. 1). Praha: Sociologické Nakl.
- Kenrick, D. T., Keefe, R. C., Bryan, A., Barr, A., & Brown, S. (1995). Age preferences and mate choice among homosexuals and heterosexuals: A case for modular psychological mechanisms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(6), 1166–1172. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.6.1166>
- Knoke, D., & Burke, P. (1980). *Log-Linear Models*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States of America: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412984843>
- Kreager, D. A., Cavanagh, S. E., Yen, J., & Yu, M. (2014). “Where Have All the Good Men Gone?” Gendered Interactions in Online Dating. *Journal of Marriage and Family*, 76(2), 387–410. <https://doi.org/10.1111/jomf.12072>

- McGrath, F. (2015, April 24). Online Dating: What to Know About Tinder in 5 Charts. Retrieved June 7, 2018, from <https://blog.globalwebindex.com/trends/what-to-know-about-tinder/>
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415–444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Možný, I. (2002). *Sociologie rodiny*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Novinky.cz. (2014, September 3). Začarovaný trojúhelník: Muži chtějí na seznamkách mladší ženy, je však chtějí starší – Novinky.cz. Retrieved July 18, 2018, from <https://www.novinky.cz/muzi/345588-zacarovany-trojuhelnik-muzi-chteji-na-seznamkach-mladsi-zeny-je-vsak-chteji-starsi.html>
- Oppenheimer, V. K. (1988). A Theory of Marriage Timing. *American Journal of Sociology*, 94(3), 563–591. <https://doi.org/10.1086/229030>
- Potarca, G., & Mills, M. (2012). Racial Homophily and Exclusion in Online Dating Preferences: A Cross-national Comparison. Presented at the European Population Conference, Stockholm, Sweden.
- Powers, D. A., & Xie, Y. (2008). *Statistical methods for categorical data analysis* (2nd editon). Bingley: Emerald.
- Rosenfeld, M. J., & Thomas, R. J. (2012). Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary. *American Sociological Review*, 77(4), 523–547. <https://doi.org/10.1177/0003122412448050>
- Rudder. (2014a, September 10). Race and Attraction, 2009–2014. Retrieved June 1, 2018, from <https://theblog.okcupid.com/race-and-attraction-2009-2014-107dcbb4f060>

- Rudder, C. (2010, July 6). The Big Lies People Tell In Online Dating. Retrieved from <https://theblog.okcupid.com/the-big-lies-people-tell-in-online-dating-a9e3990d6ae2>
- Rudder, C. (2014b). *Dataclysm: who we are when we think no one's looking*. London: Fourth Estate.
- Schaefer, D. R. (2012). Homophily Through Nonreciprocity: Results of an Experiment. *Social Forces*, 90(4), 1271–1295.
<https://doi.org/10.1093/sf/sos065>
- Šetinová, M. (2018). Homogamie a internet: Pomáhají online seznamky rozumět výběrovému párování? *Naše Společnost*, 2018(1). (v tisku)
- Shaw Taylor, L., Fiore, A. T., Mendelsohn, G. A., & Cheshire, C. (2011). “Out of My League”: A Real-World Test of the Matching Hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(7), 942–954.
<https://doi.org/10.1177/0146167211409947>
- Skopek, J., Schulz, F., & Blossfeld, H.-P. (2011). Who Contacts Whom? Educational Homophily in Online Mate Selection. *European Sociological Review*, 27(2), 180–195. <https://doi.org/10.1093/esr/jcp068>
- Smith, A. (2016). 15% of American Adults Have Used Online Dating Sites or Mobile Dating Apps. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2016/02/11/15-percent-of-american-adults-have-used-online-dating-sites-or-mobile-dating-apps/>
- Smith, A., & Duggan, M. (2013, October 21). Online Dating & Relationships. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/online-dating-relationships/>

- Snyder, J., Horsch, E., & Childs, J. (1997). Peer relationships of young children: Affiliative choices and the shaping of aggressive behavior. *Journal of Clinical Child Psychology*, 26(2), 145–156.
https://doi.org/10.1207/s15374424jccp2602_3
- Stephens-Davidowitz, S. (2017). *Everybody lies: big data, new data, and what the Internet can tell us about who we really are* (First edition). New York, NY: Dey St., an imprint of William Morrow.
- Syslová, J. (2011). Třetina Čechů hledá partnera po síti, vyjde to každému pátému. *IDNES.Cz*. Retrieved from https://ona.idnes.cz/tretina-cechu-hleda-partnera-po-siti-vyjde-to-kazdemu-patemu-prd-/vztahy-sex.aspx?c=A110615_173819_vztahy-sex_abr
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Who Visits Online Dating Sites? Exploring Some Characteristics of Online Daters. *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 849–852. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9941>
- Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966). Importance of Physical Attractiveness in Dating Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(5), 508–516.
- Ward, J. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1644–1659. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1252412>
- Wolf, N. (2015). *The Beauty Myth: How images of beauty are used against women* (Vintage Classics). London: Vintage Publishing.