

# Dominacija, ugled i preuzimanje tuđe prostorne perspektive

---

**Malenica, Antea**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:048307>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-20**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



Sveučilište u Rijeci

Filozofski fakultet

Antea Malenica

**Dominacija, ugled i preuzimanje tuđe prostorne perspektive**

Diplomski rad

Rijeka, 2023.

Sveučilište u Rijeci  
Filozofski fakultet  
Diplomski studij psihologije

Antea Malenica

0009076677

**Dominacija, ugled i preuzimanje tuđe prostorne perspektive**

Diplomski rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Asmir Gračanin

Komentor: dr. sc. Edward Legg

Rijeka, 2023.

## **IZJAVA**

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam diplomski rad izradila samostalno, znanjem stečenim na Odsjeku za psihologiju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Rijeci, služeći se navedenim izvorima podataka i uz stručno vodstvo mentora izv. prof. dr. sc. Asmira Gračanina i komentora dr. sc. Edwarda Legga.

Rijeka, srpanj 2023.

## SAŽETAK

Ovo istraživanje je za cilj imalo ispitati odnos između motiva za moć, točnije za dominaciju i ugled i preuzimanja tuđe prostorne perspektive te istražiti moderatorski utjecaj neverbalnog iskaza dominantnosti druge osobe na navedeni odnos. Očekivalo se da će perspektivu druge osobe više preuzimati osobe s više izraženim motivom za ugled, kao i osobe s manje izraženim motivom za dominaciju. Uz to, očekivao se i moderatorski efekt dominantnosti modela u smjeru da će osobe manje motivirane dominacijom i ugledom u većoj mjeri preuzimati perspektivu dominantnih, naspram submisivnih modela. U analizama je sudjelovalo 460 ispitanika, 319 žena i 141 muškarac, u dobi od 18 do 34 godine. Istraživanje je provedeno *online*, a korištena je paradigma za ispitivanje preuzimanja perspektive koju su osmislile Tversky i Hard (2009) prema kojoj ispitanici promatraju fotografiju modela ispred kojeg se nalazi stol s dva objekta, a ispitanici trebaju opisati lokaciju predmeta na stolu. Mjereno je jesu li ispitanici odgovarali iz svoje ili iz perspektive modela na fotografiji. Manipuliralo se dominantnošću modela na fotografiji putem dominantnog ili submisivnog tjelesnog položaja. Uz to, mjerili su se motivi za dominaciju i ugled putem *Dominance, prestige and leadership* (DoPL) skale, prevedene na hrvatski jezik. Velika većina ispitanika je dala odgovor iz vlastite perspektive (80.4 %), dok je tek mali dio ispitanika preuzeo perspektivu modela (19.6 %). Rezultati su pokazali da nisu dobiveni efekti motiva za dominaciju i ugled na preuzimanje prostorne perspektive modela, kao ni glavni efekt neverbalnog iskaza dominantnosti modela. Budući da se rezultati razlikuju od pretpostavljenih, prilikom njihove interpretacije je potrebno uzeti u obzir sve potencijalne nedostatke provedenog istraživanja. Zaključno, potrebna su daljnja istraživanja koja bi implementirala više različitih metoda procjene dominacije i ugleda i načina ispitivanja preuzimanja perspektive te uključila ispitivanje potencijalnih moderatora kako bi se razjasnio odnos između moći i preuzimanja perspektive.

*Ključne riječi:* motivi za moć, dominacija, ugled, preuzimanje prostorne perspektive

## ABSTRACT

### **Dominance, prestige and spatial perspective-taking**

The aim of this study was to examine the relationship between motives for dominance and prestige and the adoption of other person's spatial perspective, as well as to explore the moderating influence of the nonverbal display of dominance by the other person on this relationship. It was expected that individuals with a stronger motive for prestige, as well as those with a weaker motive for dominance, would adopt the perspective of the other person to a greater extent. Additionally, it was expected that the dominance of the model would have a moderating effect, such that individuals less motivated by dominance and prestige would adopt the perspective of dominant models to a greater extent compared to submissive models. The study included 460 participants, 319 women and 141 men, aged 18 to 34 years. The study was conducted online, using a perspective-taking paradigm designed by Tversky and Hard (2009), in which participants viewed a photograph of a model standing in front of a table with two objects and were asked to describe the location of the objects on the table. The dependent variable was the perspective that the participants took while explaining the location and it was either their own perspective or the perspective of the model in the photograph. The dominance of the model in the photograph was manipulated through a dominant or submissive body posture. Additionally, motives for dominance and prestige were measured using the *Dominance, Prestige, and Leadership (DoPL)* scale translated into Croatian. The majority of participants responded from their own perspective (80.4 %), while only a small portion adopted the model's perspective (19.6 %). The results showed no effects of motives for dominance and prestige on the adoption of the model's spatial perspective, nor a moderating effect of the nonverbal expression of dominance by the model. Given that the results differ from the expected ones, it is necessary to consider all potential limitations of the conducted research during their interpretation. In conclusion, further research is needed to implement various methods for assessing dominance and prestige, and ways for measuring perspective-taking, as well as to include control of potential moderators in order to clarify the relationship between power and perspective-taking.

*Keywords:* motives for power, dominance, prestige, spatial perspective-taking

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
1.1. Društvene hijerarhije i socijalni utjecaj .....	1
1.2. Evolucija dominacije i ugleda .....	3
1.3. Karakteristike dominantnih i uglednih pojedinaca .....	4
1.4. Motiv za moć .....	5
1.5. Preuzimanje perspektive.....	6
1.6. Motiv za moći i preuzimanje perspektive.....	7
1.7. Neverbalno iskazivanje dominantnosti.....	10
1.8. Vlastiti motiv za moć, percepcija tuđe moći i preuzimanje perspektive .....	10
<b>2. CILJ, PROBLEMI I HIPOTEZE</b> .....	12
<b>3. METODA</b> .....	13
3.1. Ispitanici .....	13
3.2. Instrumentarij.....	13
3.3. Podražajni materijal .....	14
3.4. Postupak.....	15
<b>4. REZULTATI</b> .....	16
4.1. Efekt motiva za dominaciju i ugled na preuzimanje perspektive .....	18
4.2. Efekt dominantnosti modela na preuzimanje perspektive .....	19
4.3. Interakcijski efekt dominantnosti modela na odnos između motiva za dominaciju i ugled ispitanika i preuzimanja perspektive .....	19
<b>5. DISKUSIJA</b> .....	20
5.1. Efekti motiva za dominaciju i ugled na preuzimanje perspektive.....	20
5.2. Efekt dominantnosti modela na preuzimanje perspektive .....	23
5.3. Moderatorski efekt dominantnosti modela na odnos između motiva za moć i preuzimanja perspektive .....	23
5.4. Evaluacija metodologije i nedostaci istraživanja.....	24
5.5. Važnost istraživanja i preporuke za buduća istraživanja.....	28
<b>6. ZAKLJUČAK</b> .....	30
<b>7. LITERATURA</b> .....	31
<b>8. PRILOZI</b> .....	39

# 1. UVOD

## 1.1. Društvene hijerarhije i socijalni utjecaj

Ljudi su društvena bića i premda kooperacija i zajedništvo čine osnovu ljudskih socijalnih odnosa, život u grupi nužno podrazumijeva konflikte zbog različitih ciljeva i natjecanje za pristup vrijednim resursima (Cheng i Tracy, 2014). Zbog položaja na društvenim hijerarhijama ljudi imaju nejednak pristup resursima, a razlikuju se i u dobivenoj pažnji i kontroli koju imaju nad drugim ljudima (Magee i Galinsky, 2008). Hijerarhijske razlike definiraju se kao redoslijed pojedinaca na vrednovanoj društvenoj dimenziji (Magee i Galinsky, 2008), a čine univerzalno obilježje ljudskih grupa (Cheng i sur., 2013). Pojedinci visokog socijalnog ranga obično imaju disproporcionalni utjecaj unutar grupe, tako da se socijalni rang može definirati kao razina utjecaja koji osoba ima nad raspodjelom resursa, konfliktima i grupnim odlukama (Berger i sur., 1980). Suprotno tome, nisko rangirani pojedinci se moraju odreći tih pogodnosti u korist članova grupe višeg ranga i veće moći. Kao rezultat toga, visok socijalni rang se dovodi u vezu s većom reproduktivnom uspješnosti i dobrobiti pojedinca. Zato je jedan od najvažnijih izazova s kojima se ljudi susreću upravo postizanje visokog statusa (Fiske, 2010) i moći, a posjedovanje visokog statusnog položaja često se izjednačava s uspjehom u životu (de Waal-Andrews i sur., 2015). Dozvoljavajući visoko rangiranim pojedincima privilegirani utjecaj i pristup vrijednim resursima poput partnera i hrane, međusobno prihvaćeni hijerarhijski odnosi umanjuju konflikte, uspostavljaju red i pospješuju koordinaciju i kooperaciju među pojedincima u grupi (Berger i sur., 1980). Položaj na socijalnoj hijerarhiji se određuje s obzirom na mjeru u kojoj se pojedinca percipira kao da posjeduje atribute vezane za važne društvene dimenzije (npr. potencijal za prijatnu ili posjedovanje važnih i vrijednih vještina) (Suessenbach, 2018). Ova definicija naglašava dva važna stajališta. Prvo, rangiranje ne mora nužno ovisiti o stvarnom posjedovanju socijalno važnih atributa, već o percepciji tih istih atributa. Drugo, ljudi se ne rangiraju unutar samo jedne hijerarhije, već postoji niz hijerarhija na kojima isti pojedinac može biti drugačije rangiran budući da svaka hijerarhija može vrednovati različite atribute. Primjerice, osoba koja izgleda fizički prijeteće, ali je neinteligentna može biti visoko rangirana na hijerarhiji fizičke dominacije, ali nisko rangirana u terminima znanja i vještina. Prema tome, socijalne hijerarhije se mogu smatrati multidimenzionalnim konstruktom, dopuštajući pojedincu da bude nisko rangiran na jednoj, a visoko na drugoj (Suessenbach, 2018).



Istraživači u ovom području pretpostavljaju kako postoje dvije osnovne vrste hijerarhija, ali su podijeljeni između dva pristupa koji opisuju dihotomiju socijalnih hijerarhija, pristupa dominacije i ugleda (prestiza) te pristupa statusa i moći (Henrich i Gil-White, 2001; Magee i Galinsky, 2008). Razlikovanje između dominacije i ugleda je proizašlo iz evolucijske literature o socijalnim hijerarhijama i dijeli brojne zajedničke elemente s razlikom između moći i statusa u socijalnoj psihologiji (Maner, 2017). Iz evolucijske perspektive, dominacija i ugled predstavljaju strategije koje ljudi koriste za uspostavljanje položaja na društvenim hijerarhijama (Cheng i sur., 2013), dok se moć i status, sa stajališta socijalne psihologije, konceptualiziraju kao strukturalni elementi društvenih hijerarhija (Maner, 2017). S ciljem kategorizacije različitih vrsta hijerarhija, istraživači razlikuju dvije osnovne vrste utjecaja u hijerarhijama (Suessenbach, 2018). Prva vrsta se odnosi na moć ili dominaciju i opisuje svojstvo osobe, odnosno njenu sposobnost utjecaja na druge ili putem nagrada i kazni, u slučaju moći, ili putem prisile, u slučaju dominacije. Druga vrsta utjecaja vezana je uz ugled ili status, a uključuje dobrovoljno priklanjanje osobi zbog divljenja i poštovanja koje dobiva od strane drugih, kao što je to u slučaju statusa, te zbog specifičnih sposobnosti i znanja osobe u nekom cijenjenom području, što je specifično za ugled (Henrich i Gil-White, 2001; Magee i Galinsky, 2008; Suessenbach, 2018).

Dominacija se može opažati u dijadnim socijalnim odnosima koji se temelje na prisili, poput onih između policije i građana, nasilnika i žrtve ili šefa i zaposlenika, kao i u većim društvenim strukturama. Dominantne osobe uspješno usađuju strah kod podređenih, obično putem prijetnji koje su više psihološke nego fizičke (Cheng i Tracy, 2014). Na primjer, osobe s formalnom institucionalnom moći, poput poslodavaca, mogu izazvati strah kod podređenih prijeteći uskraćivanjem resursa. Podređeni odgovaraju tako što se pridržavaju zahtijeva dominantnih osoba kako bi sačuvali svoju dobrobit i resurse. Posljedično dominacija ostvaruje značajan društveni utjecaj ukorijenjen u prisilnoj poslušnosti. S druge strane, ugled podrazumijeva utjecaj koji je dobrovoljno dodijeljen pojedincima koji su prepoznati i poštovani zbog njihovih vještina, uspjeha ili znanja. U tom slučaju podređeni traže mišljenje i društvo uglednih pojedinaca kako bi dobili priliku naučiti njihove vještine i znanja. Dominacija i ugled, kao dvije odvojene strategije za postizanje visokog ranga, vezuju se uz karakteristike poput različitih profila ličnosti, emocionalnih mehanizama, obrazaca ponašanja, spoznaja i neuroendokrinih profila (Cheng i Tracy, 2014).

## 1.2. Evolucija dominacije i ugleda

S obzirom na sveprisutnu prirodu statusnih hijerarhija i na posljedice koje proizlaze iz položaja na hijerarhijama poput većeg pristupa resursima (npr. hrani ili potencijalnim partnerima), prirodna selekcija je trebala favorizirati mehanizme specijalizirane za uspostavljanje mjesta na društvenim hijerarhijama (van Vugt i Tybur, 2015). Henrich i Gil-White (2001) su predložili evolucijski model dualnih strategija koji razlikuje dvije glavne strategije za postizanje statusa u ljudskim društvima: dominaciju i ugled. Dominacija je filogenetski starija strategija koja je prisutna kod ljudi, ali i kod velikog broja primitivnijih životinjskih vrsta (Maner, 2017). Većina životinjskih hijerarhija se regulira putem dominacije na način da se viši socijalni rang postiže na temelju veličine, snage i sposobnosti zastrašivanja. U slučaju dominacije, visok socijalni status nije slobodno dodijeljen od strane drugih, već se on uzima na silu i održava korištenjem moći, straha, zastrašivanja i prisile (Waal-Andrews i sur., 2015). S druge strane, u slučaju ugleda, visok rang se dobrovoljno dodjeljuje u grupi (Henrich i Gil-White, 2001). Ugled uključuje iskazivanje vještina i znanja koje grupa cijeni, što zauzvrat donosi poštovanje, divljenje, i u konačnici, visok društveni položaj (Maner, 2017). Radi se o puno mlađoj strategiji koja se razvila kasnije u evoluciji i često se smatra jedinstvenom za ljudsku vrstu (van Vugt, 2006). Pojavila se u evolucijskoj povijesti kada su ljudi razvili sposobnost prikupljanja kulturnih informacija od drugih članova grupe. Napredovanjem ljudske kulture, prirodna selekcija je počela favorizirati selektivno usmjeravanje prema najспособnijim i najpametnijim članovima grupe i učenje od istih. Dakle, ovi selekcijski pritisci podržali su razvoj psiholoških mehanizama sposobnih razlikovati i rangirati pojedince prema dimenziji vještine, tako da se najkvalitetniji uzori, s najboljim stručnim znanjem, uzdižu na vrh hijerarhije (Cheng i Tracy, 2014).

U svom modelu, Henrich i Gil-White (2001) interakcije unutar hijerarhija smatraju razmjenama jer ugledni pojedinci dobivaju poštovanje unutar grupe, dok ostali dobivaju mogućnost za učenje socijalno važnih vještina i znanja. Ova je interakcija, potaknuta socijalnim učenjem, temeljno promijenila ljudske hijerarhije i društvo. Iako strategije dominacije i ugleda imaju sličan cilj koji se odnosi na penjanje društvenim hijerarhijama, one odražavaju potpuno različite obrasce ponašanja i izazivaju kvalitativno različite procese. Stoga Henrich i Gil-White (2001) smatraju kako se treba jasno naglasiti razlika između hijerarhija temeljenih na dominaciji i hijerarhija temeljenih na ugledu. Važno je naglasiti da su ove dvije strategije međusobno nezavisne (Cheng i sur., 2010; Cheng i sur., 2013). Obje su prisutne u modernom ljudskom društvu i vode do uzoraka ponašanja koji predstavljaju učinkovita sredstva na putu

do socijalnog utjecaja i mogu biti učinkovita čak i unutar iste društvene grupe. Drugim riječima, jedna osoba može povremeno koristiti strategiju ugleda, a povremeno dominacije, čak i unutar iste hijerarhije. Pretpostavlja se da ljudi posjeduju kapacitet za korištenje višestrukih strategija prilikom postizanja nekog adaptivnog cilja (Gangestad i Simpson, 2000), a koju će strategiju osoba koristiti ovisi o karakteristikama osobe, ali i aspektima društvenog konteksta (Kenrick i sur., 2003).

### **1.3. Karakteristike dominantnih i uglednih pojedinaca**

Teorijska razlika između pristupa dominacije, utemeljenog na strahu i zastrašivanju, te pristupa ugleda, koji se temelji na stjecanju poštovanja i divljenja, vodi do predviđanja da bi ove dvije strategije trebale biti podržane odvojenim psihološkim i ponašajnim obrascima koji omogućuju njihovim korisnicima da, u slučaju dominacije, učinkovito zastraše ili u slučaju ugleda, steknu poštovanje (Cheng i Tracy, 2014). Ugledne osobe percipiraju se kao izuzetno simpatične drugim članovima grupe, dok dominantne osobe nisu osobito omiljene (Cheng i sur., 2013), što se može povezati s njihovim načinima stjecanja ranga putem slobodne dodjele, odnosno putem prisile. Ljude koji pretežno koriste jednu od ove dvije strategije često karakteriziraju različite osobine ličnosti. Oni koji obično koriste dominaciju su relativno agresivni, neugodni, manipulativni te imaju izraženije crte tamne trijade (makijavelizam, narcizam i psihopatiju), dok su ljudi koji koriste strategiju ugleda ugodni, savjesni, samopouzdana, imaju izraženiju potrebu za pripadanjem, ali i strah od negativne evaluacije (Maner i Case, 2016; Cheng i sur., 2010; Semenya i Honey, 2015). Nadalje, druge prosocijalne osobine kao što su altruizam, kooperativnost, etičnost ili briga za opće dobro, pozitivno su povezane s ugledom, ali negativno s dominantnošću (Cheng i sur., 2010; Maner i Mead, 2010; Mead i Maner, 2012). Osim toga, dominacija i ugled se povezuju s različitim vrstama emocija. Dominacija se dovodi u vezu s osjećajima arogantnosti, superiornosti i uobraženosti, dok se ugled povezuje s osjećajem postignuća, ali bez osjećaja superiornosti ili arogancije (Cheng i sur., 2010). Ugledni pojedinci su skloni pokazivati društveno cijenjene kompetencije i vještine poput akademskog uspjeha, altruističnih ponašanja, socijalnih i intelektualnih vještina te sposobnosti davanja savjeta (Cheng i sur., 2010).

#### 1.4. Motiv za moć

Motiv za moć definira se kao trajna dispozicija ličnosti koja usmjerava, održava i pruža energiju za ponašanja usmjerena na postizanje utjecaja nad drugima te održavanje ugleda (McClelland, 1975). Eksplicitni motiv za moć je konceptualno heterogen, uključujući dominaciju nad drugima, stjecanje ugleda, vodstvo i pomaganje drugima (Schattke i Marion-Jetten, 2022). Zbog toga su Sussenbach i suradnici (2019) razvili taksonomiju koja se temelji na evolucijskom i socijalnom pristupu moći, a pretpostavlja da ljudi na vrhu socijalne hijerarhije mogu steći moć iz tri kvalitativno različita izvora, dominacije, ugleda i vodstva. Suessenbach i suradnici (2019) predlažu da se različiti temelji hijerarhijske diferencijacije mogu odražavati u različitim motivima u podlozi traženja društvenog ranga. Oni smatraju da je opći motiv za moć suviše heterogeno definiran ako se uzmu u obzir dokazi o postojanju potpuno različitih pristupa stjecanju društvenog položaja. Umjesto toga, Suessenbach i suradnici (2019) predlažu da bi se motiv za moć mogao bolje izraziti razlaganjem na više različitih motiva koji odražavaju raznolikost u strategijama postizanja društvenog položaja.

U svrhu mjerenja motiva vezanih za socijalnu hijerarhiju i diferencijaciju, Suessenbach i suradnici (2019) su konstruirali i validirali *DoPL (Dominance, Prestige, Leadership)* skalu koja se temelji na njihovom trofaktorskom modelu i mjeri tri motiva za moć: dominaciju, ugled i vodstvo. Motiv za dominaciju su definirali kao potrebu za utjecajem nad drugima protiv njihove volje, putem manipulacije, prijetnje ili prisile. Motiv za ugled definiran je kao potreba osobe da bude prepoznata i poštovana zbog svojih sposobnosti, postignuća i znanja, dok je motiv za vodstvo definiran u terminima potrebe za odgovornošću i utjecajem na druge, putem usmjeravanja i vođenja društvene grupe. Unutar ovih definicija, Suessenbach i suradnici (2019) su naglasili da se motivi dominacije i ugleda vezuju uz neformalne hijerarhijske strukture, dok je motiv za vodstvo povezan s formalnijim sustavima moći. Nadalje, autori su demonstrirali tek umjerenu međusobnu povezanost navedenih motiva i njihovu različitu predikciju rezultata na nizu psihometrijskih i bihevioralnih mjera. Budući da će se ovo istraživanje baviti samo motivima dominacije i ugleda, u nastavku će se navesti neki od korelata tih dviju skala. Skala dominacije pokazala je snažnu pozitivnu povezanost s verbalnom agresijom, umjerenu pozitivnu s ljutnjom i umjerenu negativnu povezanost s ugodnošću. S druge strane, skala ugleda pokazala je značajnu pozitivnu povezanost sa strahom od gubljenja ugleda, crtama ličnosti poput ekstraverzije i ugodnosti te motivima za pripadanje i eksplicitno postignuće. Pokazala je i umjerenu pozitivnu povezanost s ponašanjem pomaganja uključujući prosocijalno doniranje i prihvaćanje viših moralnih standarda.

## 1.5. Preuzimanje tuđe perspektive

Preuzimanje tuđe perspektive jedna je od temeljnih socijalnih vještina koja za svrhu ima formiranje i održavanje zdravih socijalnih odnosa (Piaget, 1932). Odnosi se na pojedinačvu sklonost prilagođavati se tuđem gledištu i zamišljati tuđe osjećaje, brige i percepcije (Galinsky i sur., 2006). Učinkovitost socijalnih interakcija uvelike ovisi o preuzimanju tuđe perspektive. Društvene interakcije podrazumijevaju reagiranje na tuđe ponašanje, bilo ono verbalno ili fizičko, a preuzimanje tuđe perspektive može utjecati na vlastita očekivanja o tome kako se treba ponašati u društvenim situacijama zbog razmatranja ponašanja drugih s njihove točke gledišta. Preuzimanje tuđe perspektive je neupitno učinkovita strategija u društvenim interakcijama i može se javiti spontano prilikom iščekivanja društvene interakcije (Tversky i Hard, 2009). Ona ima funkciju smanjivanja negativnih fenomena poput stereotipa i predrasuda, a ne dolazi s negativnim posljedicama (Galinsky i Moskowitz, 2000). Konceptualno i metodološki, preuzimanje perspektive se može svrstati u tri osnovne kategorije, perceptivno, socio-kognitivno i afektivno (Kurdek, 1978). Prilikom razmatranja percepcije druge osobe, pojedinac ponekad spontano preuzima prostornu perspektivu druge osobe. Takve situacije se događaju svakodnevno u komunikaciji s drugim ljudima. Primjerice, kada jedna osoba objašnjava drugoj gdje se nalazi neki predmet, često će preuzeti perspektivu druge osobe s ciljem olakšavanja prijenosa poruke i njene interpretacije. S obzirom da je vlastita perspektiva primarna i da preuzimanje tuđe perspektive zahtijeva značajan trud, postavlja se pitanje koji to faktori facilitiraju spontano preuzimanje perspektive druge osobe. Istraživanja koja ispituju prostorno rasuđivanje su pružila dokaze da prisutnost drugih osoba može promijeniti vlastiti pogled na prostornu lokaciju predmeta (Furlanetto i sur., 2013; Tversky i Hard, 2009; Zwickel i Müller, 2010).

U eksperimentalnoj paradigmi koju su osmislile Tversky i Hard (2009) ispitanici promatraju fotografiju dva predmeta na stolu. Kada se ispitanike upita da opišu lokaciju jednog predmeta naspram drugog, dominantan odgovor je opisivanje iz vlastite prostorne perspektive. Međutim, ako scena uključuje osobu, dio ispitanika spontano preuzima perspektivu druge osobe, opisujući lokaciju predmeta kao s lijeve ili desne strane promatrane osobe. Ovaj se efekt javlja iako ispitanici nisu bili u interakciji, niti su imali ikakvu komunikacijsku namjeru prema modelu s fotografije. Također, ovaj efekt je bio veći ukoliko je scena, ili postavljeno pitanje, impliciralo akciju modela prema predmetu. Nadalje, Tosi i suradnici (2020) su zaključili kako prikazana osoba ne mora pokazivati namjeru djelovanja kako bi došlo do većeg preuzimanja perspektive, već treba imati mogućnost za djelovanje i orijentaciju tijela drugačiju od

ispitanikove. Potencijalno objašnjenje dobivenih efekata je da ljudi preuzimaju perspektivu promatrane osobe kako bi bolje razumjeli njenu ulogu u interakciji s predmetima, odnosno njenu namjeru i potencijal za djelovanje (Tversky i Hard, 2009).

Još jedan zanimljiv nalaz u području prostornog preuzimanja tuđe perspektive je dobio Schober (1993) koji je u svom istraživanju pokazao da ljudi češće preuzimaju tuđu prostornu perspektivu kada govore zamišljenom sugovorniku i daju mu upute o lokaciji određenog objekta nego kada sudjeluju u interaktivnoj komunikaciji sa stvarnim sugovornikom. Moguće je da su osobe u komunikaciji s drugima više koristile vlastitu egocentričnu perspektivu bez da su se prilagođavale tuđoj zato što su imale priliku dobiti povratnu informaciju i provjeriti razumijevanje druge osobe o lokaciji traženog predmeta. Dakle, kada se ljudi nađu u situaciji u kojoj trebaju objasniti lokaciju nekih predmeta drugoj osobi, oni odlučuju hoće li govoriti iz vlastite perspektive ili će se prilagoditi perspektivi sugovornika. Pri tome se ne vode samo vlastitom egocentričnom perspektivom, relativnim položajem sugovornika i prirodom objekata koje opisuju, već uzimaju u obzir i povratnu informaciju sugovornika o razumijevanju, kao i način na koji njihov sugovornik prethodno opisivao lokacije predmeta (Schober, 1993). Još je mnogo faktora koji mogu utjecati na prostorno preuzimanje tuđe perspektive, a oni uključuju govornikovu sposobnost preuzimanja perspektive i mentalne rotacije, njihovu procjenu sugovornikovih znanja i sposobnosti (Schober, 1993), ali i željenu razinu pristojnosti prema sugovorniku s obzirom da se preuzimanje tuđe perspektive obično smatra pristojnijim odgovorom od korištenja vlastite (Brown i Levinson, 1987).

## **1.6. Motiv za moći i preuzimanje tuđe perspektive**

Socijalna moć, najčešće definirana u terminima posjedovanja kontrole nad ishodima i donošenja odluka (Keltner i sur., 2003), utječe na to kako osoba percipira svijet oko sebe i komunicira s drugima (Gordon i Chen, 2013). Visoko moćni pojedinci imaju veći utjecaj u socijalnim interakcijama pri čemu daju više naredbi, češće prekidaju druge u govoru i veća je vjerojatnost da će određivati temu razgovora (Hall i sur., 2005). S obzirom da visoko rangirani pojedinci imaju veću kontrolu i utjecaj nad funkcioniranjem grupe, preuzimanje tuđe perspektive kod ljudi na vrhu hijerarhije vjerojatno oblikuje grupne norme, moral, međuljudske odnose i prosocijalnost (Galinsky i sur., 2005; Parker i Axtell, 2001). Stoga je važno ispitati umanjuje li visoka moć preuzimanje tuđe perspektive ili ga pospješuje.

Nalazi istraživanja u ovom području najčešće govore o negativnom utjecaju moći na preuzimanje tuđe perspektive (Galinsky i sur., 2006; Tjosvold i Sagaria, 1978), što je u skladu s istraživanjima koja pokazuju da moć ljude oslobađa ovisnosti o drugima (Blader i sur., 2016). Ranija istraživanja pokazuju da moć smanjuje društvene i normativne pritiske i potrebu za pripadanjem (van Kleef i sur., 2008), povećava usmjerenost na sebe u društvenim interakcijama (Fiske, 2010; Galinsky i sur., 2006), povećava socijalnu udaljenost (Lammers i sur., 2012; Magee i Smith, 2013), te potiče akcije usmjerene na postizanje vlastitih želja i ciljeva (Galinsky i sur., 2003; Keltner i sur., 2003). Međutim, jedan od nedostataka prethodnih istraživanja je zanemarivanje različitih tipova ili motiva za moći, što može biti od ključne važnosti za odnos s preuzimanjem tuđe perspektive budući da se negativan efekt smanjuje ili čak izostaje ukoliko osoba visokog društvenog položaja pokazuje sklonost usmjeravanju na druge ljude. Moderatorski efekt usmjeravanja na druge u odnosu moći i preuzimanja tuđe perspektive potvrđuje istraživanje Gordona i Chena (2013) koje je pokazalo da se negativni efekt moći na preuzimanje perspektive među romantičnim partnerima smanjuje kod pojedinaca koji su usmjereniji na svoje partnere, ali i općenito na druge ljude. Sukladno tome, moguće je da moć ne vodi nužno do smanjenog preuzimanja perspektive, već taj efekt ovisi o ciljevima osobe koja posjeduje moć (Blader i sur., 2016).

Kao što je već navedeno, i dominacija i ugled dijele zajednički krajnji cilj koji predstavlja penjanje društvenom ljestvicom, ali ono što ih razlikuje je način postizanja tog cilja. Dominantni pojedinci ga nastoje postići izazivanjem straha kod drugih, dok ga ugledni pojedinci postižu prezentirajući svoja znanja i vještine kako bi kod drugih izazvali osjećaje poštovanja i divljenja. Čitav koncept ugleda se temelji na uvjerenju da će ih drugi ljudi prepoznati zbog njihove ekspertize, ugledati se na njih i postaviti ih bliže vrhu hijerarhije kako bi kasnije mogli od njih učiti i kopirati njihova ponašanja. Upravo je socijalno učenje od najsposobnijih članova društva jedan od razloga zašto bi ugledni pojedinci, naspram dominantnih, trebali imati više koristi od prosocijalnog ponašanja (Cheng i Tracy, 2014), koje se često dovodi u vezu s preuzimanjem tuđe perspektive (Shih i sur., 2009). Ako se ugledni pojedinac ponaša prosocijalno i time pridonosi grupi, veća je vjerojatnost da će se i drugi ponašati na isti način. Navedeno ide u korist uglednom pojedincu i povećava vjerojatnost tog ponašanja budući da tako privlači veći broj sljedbenika (Cheng i Tracy, 2014). Suprotno tome, ponašanja dominantnih osoba se ne kopiraju te bi njihovo iskazivanje prosocijalnog ponašanja ugrozilo njihovu sposobnost izazivanja straha.

Blader i suradnici (2016) su uspoređivali efekte moći, u terminima strukturalnog položaja, s efektima statusa, definiranog u smislu razine ugleda, poštovanja i divljenja koje pojedinac ima u očima drugih, na preuzimanje tuđe perspektive. Autori su proveli ukupno pet istraživanja koristeći različite eksperimentalne paradigme, operacionalizacije preuzimanja perspektive i manipulacije statusa i moći. Neke od metoda koje su koristili za procjenu preuzimanja tuđe perspektive uključuju spontano preuzimanje tuđe vizualne perspektive, prepoznavanje emocija kao afektivno preuzimanje perspektive te prilagođavanje tuđem stajalištu u simulaciji pregovora između dvije osobe. Njihova istraživanja su pokazala da visoki status pospješuje preuzimanje tuđe perspektive, dok ga visoka moć obično umanjuje. Naime, dodjela statusnog položaja ovisi o drugima, pa bi briga o održavanju vlastitog statusa trebala te osobe usmjeriti na druge osobe u njihovom okruženju i fokusirati ih na svoje partnere u interakciji (Blader i Chen, 2012; Blader i sur., 2016). Dakle, osobe visokog statusa ne samo da će biti oprezne pri praćenju procesa dodjele statusa, već će također posebno paziti na održavanje društvenih odnosa na način koji potiče održavanje poštovanja i ugleda koje dobivaju od drugih (Blader i Chen, 2014). Drugim riječima, nastojat će ispuniti očekivanja drugih na način da će iskazivati obzir i pažnju prema drugima i djelovati na način koji opravdava njihov visoki status (Blader i Chen, 2012). Suprotno tome, moć oslobađa ljude od društvenih i normativnih pritisaka te im omogućuje da usmjere svoju pažnju prema unutra, prema vlastitim ciljevima i sklonostima (Galinsky i sur., 2008; Keltner i sur., 2003). Blader i suradnici (2016) pretpostavljaju da cilj usmjeren na održavanje statusa stvara usmjerenost na druge koja leži u osnovi pozitivnog učinka statusa na preuzimanje perspektive. Također naglašavaju kako postoji značajna razlika između moći i statusa u smislu proksimalnih ciljeva koji djeluju na preuzimanje perspektive. Visoka moć ne izaziva ciljeve koji direktno povećavaju preuzimanje tuđe perspektive, već služi kao katalizator koji promovira ostvarivanje ciljeva i može utjecati na preuzimanje perspektive ako je to u skladu s ciljevima pojedinca.

Opisano razlikovanje između moći i statusa može se primijeniti i na distinkciju između dominacije i ugleda. S obzirom da ugled znatno više ovisi o socijalnom odobravanju od dominacije, pretpostavlja se da bi ugledni pojedinci bili motiviraniji njegovati svoju pozitivnu sliku u očima drugih i usmjeravati se na druge kako bi održali svoj socijalni položaj. Nadalje, Gilad i Maniaci (2022) su proveli niz istraživanja kojima su ispitali odnos između moći, dominantnosti i dva aspekta empatije, od kojih se jedan odnosi na preuzimanje tuđe perspektive. Nalazi njihovih istraživanja su pokazali da dominantnost predviđa smanjeno, a moć povećano preuzimanje perspektive i usmjerenost na druge. Međutim, kada je među prediktore uključen i



ugled, on se pokazao značajnim prediktorom, ali je efekt moći izgubio značajnost. Iz svega navedenog proizlazi pretpostavka da dominacija umanjuje, a ugled povećava preuzimanje tuđe perspektive.

### **1.7. Neverbalno iskazivanje dominantnosti**

Iskazivanje submisivnosti ili dominantnosti pomaže u ojačavanju i održavanju relativno stabilnih statusnih hijerarhija zato što pruža pojedincima mogućnost prepoznavanja vlastitog i tuđeg statusa kako bi se mogli ponašati prikladno svom statusnom položaju (Blaker i van Vugt, 2014). Govorom tijela ljudi uspješno komuniciraju dominantnost i submisivnost drugima, a potrebne su tek jednostavne promjene tjelesnog položaja za drugačiju percepciju nečije dominantnosti. Ono što razlikuje dominantne i submisivne poze je tjelesna ekspanzija, odnosno zauzimanje više ili manje fizičkog prostora (Burgoon i Dunbar, 2006; Tiedens i Fragale, 2003). Kada se ljudi rašire i zauzmu više prostora percipiraju se dominantnima, dok skupljene poze koje zauzimaju malo prostora drugi ljudi percipiraju submisivnima (Aries i sur., 1983; Gifford, 1991). Rašireni tjelesni položaj se može postići postavljanjem nogu prema van i ruku na bokove, dok se skupljeni položaj tijela postiže uvlačenjem udova, križanjem istih preko tijela i savijanjem torza prema unutra (Tiedens i Fragale, 2003).

### **1.8. Vlastiti motiv za moć, percepcija tuđe moći i preuzimanje tuđe perspektive**

Postavlja se pitanje ima li iskaz dominantnosti (ili moći) druge osobe efekta na to hoće li ljudi preuzimati njenu perspektivu ili ne. Nekoliko istraživanja upućuje na to da ljudi selektivno usmjeravaju pažnju prema pojedincima koji pokazuju znakove moći (Cheng i sur., 2013; Foulsham i sur., 2010; Maner i sur., 2008), te istovremeno demonstrira da se znakovi ugleda i dominantnosti mogu prilično brzo i točno procijeniti. Moguće je da je ova sposobnost oblikovana selekcijskim pritiscima kod podređenih pojedinaca za praćenje i sprječavanje napada dominantnih i za povećanje mogućnosti za stjecanje važnih kulturnih informacija od uglednih pojedinaca (Cheng i sur., 2013). Iako visoko moćni pojedinci dobivaju više socijalne pažnje od drugih, to ne mora nužno značiti da se njihova perspektiva češće preuzima te je čak i eksperimentalno pokazano da se u određenim situacijama radije preuzima emocionalna perspektiva manje moćnih pojedinaca (Quesque i sur., 2021). S obzirom da ljudi više simpatiziraju manje moćne pojedince, a onim moćnijima posvećuju više pažnje, moguće je da

iskaz dominantnosti osobe sam po sebi neće utjecati na preuzimanje perspektive, već da će taj efekt ovisiti o karakteristikama osobe koja preuzima perspektivu.

Nadalje, Holland i suradnici (2017) su demonstrirali da ljudi ponekad odvrćaju pogled od lica pojedinaca koji neverbalno iskazuju dominantnost, moguće kako bi signalizirali podređenost i izbjegli konflikt, ali da istovremeno više pažnje usmjeravaju na donji dio tijela dominantnih pojedinaca. Suprotno tome, prilikom promatranja submisivnog modela, pojedinci su iskazivali dominantniji odgovor, gledajući direktno u lice i gornji dio tijela modela. Ovi nalazi idu u prilog rezultatima istraživanja o neverbalnoj komplementarnosti koja pokazuju da ljudi često zauzimaju submisivan položaj ukoliko druga osoba iskazuje dominantan, raširen položaj tijela i obrnuto (Tiedens i Fragale, 2003). Uz to, istraživanje je pokazalo da je osobama bilo ugodnije u interakcijama ako su njihova ponašanja bila komplementarna, odnosno ako je jedna strana bila dominantna, a druga submisivna.

U kontekstu preuzimanja tuđe perspektive, može se pretpostaviti da je vlastita perspektiva dominantniji, a preuzimanje tuđe perspektive submisivniji odgovor, s obzirom da se ulaže značajan mentalan trud kako bi se osobi čija se perspektiva preuzima olakšalo razumijevanje. No, preostaje pitanje u kojim će situacijama ljudi odgovarati na komplementaran način, a u kojima ne. Lammers i suradnici (2012) su pokazali da moćni pojedinci, za razliku od manje moćnih, preferiraju samostalne aktivnosti jer su manje ovisni o drugima, što vodi do povećane socijalne udaljenosti između njih i partnera. Osim toga, pojedinci su istraživači predložili i demonstrirali da se osobe niske moći pažljivije usmjeravaju prema drugima kako bi se lakše snalazile u opasnijim društvenim okolinama, a posebice prema onima visoke moći, dok pojedinci visoke moći nisu motivirani pažljivo se usmjeravati prema drugima (Fiske, 1993; Ellyson i Dovidio, 1985; Keltner i sur., 2003). Dakle, pojedinci nižeg statusa ili moći se usmjeravaju prema onima koji kontroliraju ishode (Fiske i Dépret, 1996) što rade zato da bi prikupili vrijedne informacije o tome kako se ponašati i gdje usmjeriti pažnju s ciljem praćenja moguće prijetnje (Keltner i sur., 2003). Nadalje, ako se osobe s izraženim motivom za moć, bilo za dominaciju ili ugled, susretnu s pojedincem koji također iskazuje visoku moć, moguće je javljanje straha od gubitka moći ili želja za njenim održavanjem. To može izazvati averziju prema osobi i njihovoj mogućoj interakciji, smanjujući motivaciju za preuzimanje perspektive te osobe. Iako su rezultati istraživanja o usmjerenosti na druge u funkciji moći kontradiktorni, moguće je pretpostaviti da će iskaz dominantnosti druge osobe povećavati preuzimanje njene perspektive samo od strane pojedinaca koji su manje motivirani dominacijom ili ugledom.

## 2. CILJ, PROBLEMI I HIPOTEZE

Cilj ovog istraživanja je ispitati odnos motiva za dominaciju i ugled te preuzimanja perspektive modela, kao i moderatorsku ulogu iskaza dominantnosti (moći) modela u navedenom odnosu.

### Problemi:

- 1) Ispitati efekt motiva za dominaciju i ugled ispitanika na preuzimanje prostorne perspektive modela
- 2) Ispitati efekt dominantnosti modela na preuzimanje prostorne perspektive tog modela
- 3) Ispitati moderatorski efekt dominantnosti modela na odnos između motiva za dominaciju i ugled ispitanika i preuzimanja prostorne perspektive modela

### Hipoteze:

1.a) Očekuje se glavni efekt motiva za dominaciju ispitanika na preuzimanje prostorne perspektive promatrane osobe. Ispitanici s visokim motivom za dominaciju će u manjoj mjeri preuzimati perspektivu promatrane osobe od ispitanika s niskim motivom za dominaciju.

1.b) Očekuje se glavni efekt motiva za ugled na preuzimanje prostorne perspektive promatrane osobe. Ispitanici s visokim motivom za ugled će u većoj mjeri preuzimati perspektivu promatrane osobe od ispitanika s niskim motivom za ugled.

2) Ne očekuje se glavni efekt dominantnosti prikazane osobe na preuzimanje prostorne perspektive te osobe.

3.a) Očekuje se interakcijski efekt neverbalnog iskaza dominantnosti prikazane osobe na odnos između motiva za dominaciju ispitanika i preuzimanja perspektive promatrane osobe. Očekuje se da će osobe s niskim motivom za dominaciju u većoj mjeri preuzimati perspektivu promatrane osobe kada je prikazana osoba dominantna nego kada je prikazana osoba submisivna.

3.b) Očekuje se interakcijski efekt neverbalnog iskaza dominantnosti prikazane osobe na odnos između motiva za ugled ispitanika i preuzimanja perspektive promatrane osobe. Očekuje se da će osobe s niskim motivom za ugled u većoj mjeri preuzimati perspektivu promatrane osobe kada je prikazana osoba dominantna nego kada je prikazana osoba submisivna.

## 3. METODA

### 3.1. Ispitanici

U istraživanju su sudjelovali studenti psihologije Filozofskog fakulteta u Rijeci, a s ciljem prikupljanja što većeg broja ispitanika, oni su također i regrutirali ispitanike među svojim poznanicima te su za to bili nagrađeni eksperimentalnim bodovima. Dobna granica je bila postavljena na 35 godina kako bi svi ispitanici bili barem slične dobi kao i osobe koje su kasnije promatrali na fotografijama. Nakon što su izbačeni svi ispitanici koji nisu riješili upitnik do kraja ili oni koji nisu odgovarali dobnoj skupini do 35 godina, prikupljeno je ukupno 573 ispitanika, 396 žena i 177 muškaraca. Raspon dobi ispitanika bio je od 18 do 34 godine ( $M = 22.67$ ;  $SD = 3.10$ ). U uzorku je 1 % ispitanika završilo osnovnu školu kao najvišu razinu obrazovanja, 51.5 % ih je završilo srednju školu, 33.5 % preddiplomski studij, 12.4 % diplomski ili četverogodišnji integrirani studij dok je 1.6 % završilo poslijediplomski studij.

### 3.2. Instrumentarij

**Skala eksplicitnih motiva moći, dominantnosti, ugleda i vodstva** (Explicit power motives scale, dominance, prestige and leadership – DoPL; Suessenbach i sur., 2019)

Skala je namijenjena mjerenju motiva dominacije, ugleda i vodstva, a u istraživanju su se koristile dvije subskale, motiva dominacije i motiva ugleda. Postoje tri verzije skale koje se razlikuju po duljini, odnosno verzije s 4, 6 ili 10 čestica po subskali. U ovom istraživanju se koristila verzija s 10 čestica, koju su na hrvatski jezik preveli Šimek, Gračanin i Kardum (u izradi). Čestice su oblikovane kao izjave (ili ciljevi) na koje ispitanici odgovaraju pomoću skale Likertovog tipa sa 6 stupnjeva uz odgovore koji variraju od „Uopće se ne slažem“ do „U potpunosti se slažem“ ili od „Nije mi važno“ do „Iznimno mi je važno“. Primjer čestice za subskalu dominacije glasi: „Radije pokušavam kontrolirati druge nego što im dopuštam da kontroliraju mene“, dok je primjer čestice za subskalu ugleda: „Sretan/na sam kad mogu prezentirati svoja postignuća drugima“. U originalnom istraživanju autori skale izvještavaju o zadovoljavajućoj pouzdanosti obiju subskala ( $\alpha = .90$  za motiv dominacije i  $\alpha = .87$  za motiv ugleda), a dobivena je i zadovoljavajuća pouzdanost prevedene verzije skale ( $\alpha = .81$  za motiv dominacije i  $\alpha = .80$  za motiv ugleda). Ovo je istraživanje također potvrdilo zadovoljavajuću pouzdanost obiju subskala ( $\alpha = .84$  za motiv dominacije i  $\alpha = .85$  za motiv ugleda).

### 3.3. Podražajni materijal

U istraživanju su se koristile fotografije napravljene za potrebe ovog istraživanja koje prikazuju stol, na kojem se s jedne strane nalazi teniska loptica, a s druge strane boca te za stolom osobu u dominantnoj ili submisivnoj pozi. Fotografiranje je napravljeno s ukupno 12 modela, 6 muških i 6 ženskih, u dobi od 18 do 27 godina. Sve su osobe na fotografijama bile okrenute prema kameri, imale pogled usmjeren u kameru i neutralan izraz lica. Svaki je model fotografiran u 3 poze, dominantnoj, neutralnoj i submisivnoj. Dominantna poza uključuje uspravno držanje tijela s rukama na bokovima u takozvanoj „akimbo“ pozi. U neutralnoj pozi, modeli zauzimaju normalan, uspravan položaj s rukama opuštenim uz tijelo, dok submisivna poza uključuje pogrbljeno držanje tijela, ruke prekrizene i stisnute preko trbuha. Dakle, poze se razlikuju na dvjema dimenzijama, raširenosti (zauzimanju prostora) i otvorenosti (udovi prema van ili unutra), što je u skladu s prethodnim istraživanjima o neverbalnim iskazima dominantnosti i submisivnosti (Hall i sur., 2005; Holland i sur., 2017; Tiedens i Fragale, 2003).

S ciljem provjere uspješnosti manipulacije dominantnosti modela provedeno je pred-istraživanje kako bi se utvrdilo da se odabrane poze zaista percipiraju kao dominantne ili submisivne. U pilot istraživanju su se ispitanicima prezentirale slike po šest modela istog spola kao i ispitanikovog, u dominantnoj, submisivnoj ili neutralnoj pozi te se od ispitanika tražilo da na skali od 0 do 100 procijene dominantnost i submisivnost modela. Na istoj skali se mjerilo izražavaju li modeli pozitivne i negativne emocije budući da bi izraz lica kod svih modela trebao biti neutralan. Također se mjerila i neuobičajenost modela na način da se ispitalo doima li se netko od modela zbog određenih karakteristika neuobičajenim kako bi se, ukoliko postoje, takvi modeli izbacili iz daljnjeg istraživanja. Od početnih 6 modela su na kraju odabrana po 3 modela svakog spola čije su se dominantne i submisivne poze najviše razlikovale u željenom smjeru, a koji nisu pokazali nikakvo odstupanje po drugim mjerama (npr. percepciji visoko izraženih negativnih emocija). Fotografije su zatim uređene na način da se na njih umjetno dodao stol, te dva objekta, boca i teniska loptica. Za svaku fotografiju modela u određenoj pozi su napravljene po dvije slike, jedna na kojoj se loptica nalazila s lijeve strane, a boca s desne i obrnuto. Navedeno je napravljeno kako bi se postigla standardizacija i kako bi se mogao isključiti utjecaj položaja predmeta na stolu na preuzimanje perspektive, ukoliko on postoji. Na kraju su u glavnom dijelu istraživanja korištene ukupno 24 slike koje su prikazivale 6 modela, 3 ženska i 3 muška, u dominantnoj ili submisivnoj pozi te s traženim predmetom pozicioniranim s lijeve ili desne strane stola (Prilog 1.).

### 3.4. Postupak

Istraživanje se provodilo *online* te su mu ispitanici pristupali putem poveznice podijeljene od strane istraživača ili studenata koji su regrutirali ispitanike za istraživanje. Trajanje glavnog dijela istraživanja je bilo vrlo kratko, do 7 minuta. Ispitanici su dobili uputu kojom ih se zamolilo da iskreno odgovaraju na pitanja te im je zajamčena anonimnost. Nakon upute, ispitanici su informirani da prelaskom na iduću stranicu pristaju sudjelovati u istraživanju. Ispitanici su prvo odgovorili na nekoliko demografskih pitanja, uključujući dob, spol i razinu obrazovanja. Zatim su prelaskom na iduću stranicu ispunjavali upitnik motiva za moć, konkretno za dominaciju i ugled koji se sastojao od ukupno 20 čestica. U posljednjem dijelu istraživanja se svakom ispitaniku prezentirala po slučaju jedna fotografija jednog od modela koji je bio istog spola kao i ispitanik. Model je bio orijentiran prema ispitaniku i zauzimao ili dominantnu ili submisivnu pozu. Uz to, na fotografiji se ispred modela nalazio stol na kojem se s jedne strane nalazila teniska loptica, a s druge strane boca, pri čemu je položaj predmeta na stolu također bio randomiziran. Zadatak ispitanika bio je odgovoriti na postavljeno pitanje: „U odnosu na tenisku lopticu, gdje se nalazi boca?“. Mjerilo se jesu li ispitanici preuzeli perspektivu promatranog modela ili su odgovarali iz vlastite perspektive. Dakle, ako su ispitanici dali odgovor o položaju boce koji je odgovarao njihovom kutu gledanja (npr. „s moje lijeve strane“ ako je boca bila s lijeve strane gledajući prema fotografiji) to znači da su oni dali odgovor iz vlastite perspektive. S druge strane, ako su ispitanici dali odgovor koji je odgovarao gledištu osobe na fotografiji (npr. „s njegove desne strane“) to znači da su oni preuzeli perspektivu osobe na fotografiji. Svakoj osobi se prezentirala samo po jedna fotografija kako ne bi došlo do efekta transfera, odnosno do prenošenja efekta (ne)preuzimanja perspektive s prve fotografije i prvog modela na iduće. Zato se svakom idućem ispitaniku prezentirala jedna od fotografija po slučaju, s drugim modelom ili različitom pozom. Na samom kraju istraživanja ispitanicima se prikazala poruka zahvale za sudjelovanje u istraživanju te je naveden e-mail osobe koja je provodila istraživanje kako bi se ispitanici mogli javiti ukoliko bi imali pitanja.

## 4. REZULTATI

Podaci o perspektivi su kodirani na isti način kao što je učinjeno u istraživanju koje su provele Tversky i Hard (2009). Kada su ispitanici na pitanje o položaju boce davali odgovor iz vlastitog gledišta, perspektiva je kodirana kao *vlastita* (npr. „lijevo“, „lijevo od loptice“, „1 m desno na stolu“), a ukoliko su ispitanici davali odgovor iz gledišta modela na slici, onda je perspektiva kodirana kao *tuđa* (npr. „desno“, „njegovo desno“, „s gospodinove lijeve strane“). Odgovori ispitanika kojima je dana prostorna informacija o položaju boce bez specificiranja perspektive su kodirani kao *neutralna* perspektiva (npr. „pokraj“, „s druge strane stola“), te se nisu koristili u daljnjim analizama. Nekoliko je ispitanika u svojim odgovorima koristilo obje perspektive (npr. „moje lijevo, njegovo desno“) te je u navedenim slučajevima prva spomenuta perspektiva određivala kategoriju kodiranja. Zabilježeni odgovori su zatim konvertirani u jednu binarnu varijablu za analizu, pri čemu su odgovori iz vlastite perspektive kodirani brojem „0“, dok su odgovori iz tuđe perspektive kodirani brojem „1“. Nadalje, napravljene su još tri kategoričke varijable kojima se definirala dominantnost modela (dominantan ili submisivan model), različitost modela (3 muška i 3 ženska modela) te položaj boce (lijevo ili desno na stolu).

Velika je većina ispitanika, njih čak 370 (64.6 %), odgovarala iz vlastite perspektive, dok je manji broj ispitanika, njih ukupno 90 (15.7 %) odgovarao iz perspektive modela na fotografiji. Preostalih 113 ispitanika (19.7 %) je dalo neutralan odgovor bez specificiranja perspektive te se navedeni ispitanici nisu koristili u daljnjim analizama. Od preostalih ispitanika je 80.4 % odgovaralo iz vlastite, a 19.6 % iz tuđe perspektive. Skale motiva za dominaciju i motiva za ugled su pokazale značajnu međusobnu korelaciju ( $r = .22, p < .01$ ). Deskriptivni podaci za sve kontinuirane varijable koje su korištene u istraživanju su prikazani u Tablici 1.

Tablica 1. Deskriptivni podaci kontinuiranih varijabli korištenih u istraživanju ( $N=460$ )

	<i>M</i>	<i>SD</i>	Min.	Max.	Indeks simetričnosti	Indeks spljoštenosti
Dob	22.73	3.15	18	34	1.11	1.57
Motiv za dominaciju	24.72	7.81	10	58	0.86	0.94
Motiv za ugled	42.10	7.88	15	60	-0.47	0.47

Za ispitivanje glavnih i interakcijskih efekata motiva za dominaciju i ugled ispitanika i dominantnosti modela na preuzimanje perspektive modela je prvo planirana provedba dviju logističkih regresijskih analiza. Međutim, ustanovljeno je da ipak nisu zadovoljeni svi

preduvjeti za njihovo računanje jer nije prikupljen dovoljno velik broj ispitanika u svakoj kategoriji zavisne varijable. Budući da je velika većina ispitanika odgovarala iz vlastite perspektive, regresijskim modelom se uopće nije očekivalo da bi ispitanici mogli preuzeti tuđu perspektivu, pa samim time računanje logističke regresije gubi svoj smisao. Prema tome, za ispitivanje hipoteza istraživanja su upotrijebljene druge statističke analize uključujući analize varijance i hi-kvadrat. Zbog promjena u analizama je došlo do zamjene zavisnih i nezavisnih varijabli, te je pri tom preuzimanje perspektive postalo nezavisna, a motivi za dominaciju i ugled zavisna varijabla. U Tablici 2. su prikazane sve korištene statističke analize i ono što se njima ispitivalo s obzirom na probleme istraživanja i promjene u varijablama.

*Tablica 2. Korištene statističke analize i razlozi njihova korištenja*

ANCOVA	Ispitivanje efekta preuzimanja tuđe perspektive na motiv za dominaciju
ANCOVA	Ispitivanje efekta preuzimanja tuđe perspektive na motiv za ugled
Hi-kvadrat	Ispitivanje razlike u preuzimanju tuđe perspektive s obzirom na dominantnost modela
2 ANCOVA-e	Ispitivanje razlike u efektu preuzimanja tuđe perspektive na motiv za dominaciju s obzirom na dominantnost modela (interakcije)
2 ANCOVA-e	Ispitivanje razlike u efektu preuzimanja tuđe perspektive na motiv za ugled s obzirom na dominantnost modela (interakcije)

Kako bi se zadovoljio preduvjet za daljnje statističke analize, kontinuirane varijable korištene u istraživanju, uključujući motiv za dominaciju i ugled, trebaju biti normalno distribuirane. Formalni testovi za ispitivanje normalnosti distribucije poput Kolmogorov-Smirnov ili Shapiro-Wilk testa znaju biti vrlo nepouzdana kada je riječ o velikim uzorcima ispitanika (Kim, 2013). Normalnost distribucije se može ispitati i računanjem  $z$ -vrijednosti indeksa simetričnosti i spljoštenosti, međutim, kod velikih uzoraka često i manja odstupanja od normalnosti dovode do odbacivanja nul-hipoteze (Tabachnik i Fidel, 2013). Zato je kod uzoraka većih od 200 ispitanika bolje vizualno promotriti oblik distribucije i vrijednosti indeksa simetričnosti i spljoštenosti nego izračunavati njihovu značajnost (Field, 2009). Kim (2013) je, za uzorke veće od 300 ispitanika, preporučio da se apsolutne vrijednosti indeksa simetričnosti veće od 2 ili indeksa spljoštenosti veće od 7, koriste kao referentne vrijednosti za utvrđivanje značajnog odstupanja od normalnosti. Prema drugom kriteriju koji navode George i Mallery



(2010) navedene vrijednosti bi trebale biti u rasponu od -2 do 2. Uvidom u histograme i P-P prikaze utvrđeno je da su varijable normalno distribuirane uz manja odstupanja, pri čemu se kod ukupnog motiva za dominaciju javlja pozitivna, a kod ukupnog motiva za ugled negativna asimetrija. Nadalje, putem  $z$ -vrijednosti su provjereni ekstremi te je utvrđeno kako dva ispitanika imaju iznimno nizak rezultat motiva za ugled te kako tri ispitanika imaju iznimno visok rezultat motiva za dominaciju. Apsolutna  $z$ -vrijednost od 3.29 smatra se standardnom vrijednosti za prepoznavanje ekstrema (Tabachnik i Fidel, 2013). Dva ispitanika imala su  $z$ -vrijednost motiva za ugled u iznosu od -3.44, dok su tri ispitanika imala  $z$ -vrijednosti motiva za dominaciju u iznosima 3.36, 3.49 i 4.26. Navedeni ispitanici su zadržani u daljnjim analizama kako se njihovim izbacivanjem ne bi narušila valjanost podataka, ali je pri tom provjereno da njihovim izbacivanjem ne dolazi do promjene dobivenih rezultata. Izračunati su indeksi simetričnosti i spljoštenosti te su pokazali zadovoljavajuće vrijednosti za motiv za dominaciju ( $SK=0.86$ ,  $K=0.94$ ), kao i za motiv za ugled ( $SK=-0.47$ ,  $K=0.47$ ). Uz to, Tabachnik i Fidel (2013) navode kako kod velikih uzoraka manja odstupanja od normalnosti obično nisu dovoljna kako bi značajno utjecala na rezultate. S obzirom da zadovoljavaju kriterije, opravdano je korištenje parametrijskih analiza s ovim dvjema varijablama.

#### **4.1. Efekt motiva za dominaciju i ugled na preuzimanje tuđe perspektive**

Kako bi se ispitalo postoji li razlika u razini motiva za dominaciju i ugled kod osoba koje su odgovarale iz vlastite i osoba koje su odgovarale iz tuđe perspektive, uz kontrolu eksperimentalnih uvjeta, položaja boce na fotografiji i upotrebe različitih modela, korištene su dvije analize kovarijance (ANCOVA-e), jedna za dominaciju, a druga za ugled. S obzirom da su umjesto logističke regresije korištene analize kovarijance bilo je nužno zamijeniti zavisnu i nezavisnu varijablu, pa su stoga motivi za dominaciju i ugled korišteni kao zavisna varijabla, a preuzimanje perspektive kao nezavisna varijabla. Prvo je Levenovim testom utvrđeno da je preduvjet homogenosti varijance zadovoljen za varijablu motiva za dominaciju ( $F(1,458) = 0.00$ ;  $p > .05$ ), kao i za varijablu motiva za ugled ( $F(1,458) = 0.17$ ;  $p > .05$ ). Rezultati prve analize pokazuju da nije dobiven značajan glavni efekt preuzimanja perspektive na izraženost motiva za dominaciju, odnosno da se razlika u izraženosti motiva za dominaciju kod osoba koje su odgovarale iz vlastite i osoba koje su odgovarale iz tuđe perspektive nije pokazala statistički značajnom ( $F(1,452) = 0.92$ ;  $p > .05$ ;  $\eta^2 = 0.002$ ). Zatim je provedena druga analiza gdje se kao zavisna varijabla ispitivao motiv za ugled. Analizom nije utvrđen glavni efekt preuzimanja perspektive na izraženost motiva za ugled, odnosno nije utvrđena statistički značajna razlika u

izraženosti motiva za ugled kod osoba koje su odgovarale iz vlastite i osoba koje su odgovarale iz tuđe perspektive ( $F(1,452) = 0.04$ ;  $p > 0.05$ ;  $\eta^2 = 0.00$ ). Navedena analiza je ponovljena uz uvrštavanje dobi kao kovarijata kako bi se provjerilo dolazi li do promjene u traženom efektu uz kontrolu dobi, budući da je varijabla pokazala značajnu korelaciju sa zavisnom varijablom ( $r = -0.14$ ,  $p < .01$ ). Dob se u ovoj analizi pokazala značajnim prediktorom motiva za ugled ( $F(1,451) = 4.77$ ;  $p < .05$ ;  $\eta^2 = 0.01$ ) te je utvrđeno kako s porastom dobi dolazi do opadanja motiva za ugled. Nije utvrđena promjena u značajnosti efekta preuzimanja perspektive na izraženost motiva za ugled nakon uvođenja dobi u analizu.

#### **4.2. Efekt dominantnosti modela na preuzimanje tuđe perspektive**

Nadalje, Hi-kvadratom je ispitano postoji li razlika u preuzimanju perspektive s obzirom na neverbalni iskaz dominantnosti modela te je utvrđeno da ne postoji statistički značajna razlika, odnosno da su ispitanici podjednako često preuzimali perspektivu dominantnih, kao i submisivnih modela ( $\chi^2(1) = 1.753$ ;  $p > .05$ ).

#### **4.3. Moderatorski efekt dominantnosti modela na odnos između motiva za dominaciju i ugled ispitanika i preuzimanja perspektive**

Budući da korištenje logističke regresijske analize nije bilo moguće, a interakcija dominantnosti modela i motiva za dominaciju i ugled ispitanika na preuzimanje perspektive modela je vrlo važna, s ciljem njezinog ispitivanja je prvo uzorak ispitanika podijeljen u dvije grupe. Jednu grupu su činili ispitanici koji su bili izloženi modelu u dominantnoj pozi, dok su drugu grupu činili ispitanici koji su gledali fotografiju modela u submisivnoj pozi. Zatim su provedene dvije analize kovarijance te su se uspoređivali dobiveni efekti. Levenovim testovima je potvrđeno da podaci zadovoljavaju preduvjet homogenosti varijanci. Za provedbu ovih analiza uzorak je podijeljen na dva dijela, pa je stoga i razina značajnosti, tj.  $p$ -vrijednost smanjena za pola. Rezultati su pokazali da glavni efekt preuzimanja perspektive modela na izraženost motiva za dominaciju ispitanika nije značajan za ispitanike koji su bili izloženi dominantnom modelu ( $F(1,229) = 1.27$ ;  $p > .025$ ;  $\eta^2 = 0.006$ ), kao ni za one koji su bili izloženi submisivnom modelu ( $F(1,215) = 0.00$ ;  $p > .025$ ;  $\eta^2 = 0.00$ ). Isti postupak je ponovljen za ispitivanje interakcije dominantnosti modela i motiva za ugled na preuzimanje perspektive modela. Glavni efekt motiva za ugled na preuzimanje perspektive se opet nije pokazao značajnim ni za ispitanike izložene dominantnom modelu ( $F(1,229) = 0.00$ ;  $p > .025$ ;  $\eta^2 = 0.00$ ), kao ni za ispitanike izložene submisivnom modelu ( $F(1,215) = 0.04$ ;  $p > .025$ ;  $\eta^2 = 0.00$ ).

## 5. DISKUSIJA

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnos između motiva za dominaciju i ugled, dominantnosti druge osobe i preuzimanja njene perspektive. Nastojalo se istražiti utječu li motivi za dominaciju i ugled ispitanika na preuzimanje perspektive modela kojeg su promatrali na fotografiji. Također se nastojalo utvrditi utječe li dominantna ili submisivna poza prikazanog modela na vjerojatnost preuzimanja njegove perspektive. Drugim riječima, nastojalo se provjeriti imaju li osobe s visoko izraženim motivom za dominaciju (ili ugled) veću ili manju tendenciju za preuzimanjem tuđe prostorne perspektive od onih s nisko izraženim motivom dominacije (ili ugleda) te kako na navedeni odnos utječe dominantnost druge osobe, odnosno modela prikazanog na fotografiji. Interakcija je ovdje veoma zanimljiva zato što daje uvid u dinamiku odnosa između dvaju dominantnih ili submisivnih pojedinaca ili pak između jednog dominantnog i jednog submisivnog pojedinca.

### 5.1. Efekti motiva za dominaciju i ugled na preuzimanje perspektive

U rezultatima istraživanja nije dobiven značajan glavni efekt preuzimanja perspektive na izraženost motiva za dominaciju, što znači da su ispitanici, neovisno o izraženosti njihovog motiva za dominaciju, podjednako često preuzimali perspektivu druge osobe. Isto tako, nije utvrđen ni glavni efekt preuzimanja tuđe perspektive na izraženost motiva za ugled. Iako je problem ovog istraživanja bio ispitati efekte motiva za dominaciju i ugled na preuzimanje tuđe perspektive, zbog promjene u statističkim analizama je bilo nužno zamijeniti zavisnu i nezavisnu varijablu. Navedeni rezultati nisu u skladu s postavljenim hipotezama prema kojima su se očekivali značajni efekti za obje varijable. Pretpostavljalo se da će ispitanici s manje izraženim motivom za dominaciju i oni s više izraženim motivom za ugled češće preuzimati perspektivu druge osobe od ispitanika s više izraženom dominacijom i onih sa manje izraženim ugledom. Postavlja se pitanje zašto su navedeni efekti očekivani, ali nisu dobiveni. S obzirom da su istraživanja u literaturi koja se bave pitanjem različitih efekata dominacije i ugleda pojedinca na preuzimanje tuđe perspektive u kontekstu prostorne perspektive malobrojna, moguće je da su hipoteze pogrešno postavljene i da se jednostavno ne mogu potvrditi. Međutim, bilo bi sasvim pogrešno zaključiti da izostanak efekta u ovom istraživanju znači da efekt u stvarnosti uopće ne postoji. Moguće je da istraživani efekt u stvarnosti doista postoji, ali ga ovo istraživanje nije uspjelo detektirati zbog određenih metodoloških ili drugih nedostataka. Mnogo je faktora koji su mogli utjecati na istraživanje i koje treba uzeti u obzir prilikom procjene dobivenih rezultata. Kako bi se što bolje razumjeli rezultati dobiveni u ovom istraživanju, potrebno je detaljno razmotriti teorijsku podlogu u osnovi postavljenih hipoteza, zatim

metodologiju istraživanja uključujući mjerne instrumente za procjenu motiva za dominaciju i ugled, slike koje su se koristile kao podražajni materijal, ali i karakteristike uzorka ispitanika i ostale faktore koji su mogli utjecati na istraživanje.

Za početak, negativan efekt potrebe za dominaciju na preuzimanje tuđe prostorne perspektive se očekivao jer su rezultati prethodnih istraživanja ukazivali na to da visoka moć zaista smanjuje vjerojatnost spontanog preuzimanja tuđe perspektive (Galinsky i sur., 2006). Isto tako, Gilad i Maniaci (2022) su pokazali da se utjecaj osobnog osjećaja moći na prosocijalnost i preuzimanje perspektive, mjerene kratkim upitnikom, mijenja ovisno o tome kontrolira li se dominantnost ili se kontrolira ugled. Kada se kontrolirala dominantnost, moć je pozitivno utjecala na preuzimanje perspektive, a kada se kontrolirao ugled, moć nije utjecala ili je negativno utjecala na preuzimanje perspektive. Autori su objasnili da dominantnost općenito smanjuje sklonost usmjeravanja na druge ljude, a posjedovanje moći može umanjiti taj efekt povećavajući potrebu i motivaciju za usmjeravanjem na druge kako bi se i zadržala ta ista moć. Blader i suradnici (2016) su također potvrdili kako status, definiran u terminima razine poštovanja i ugleda koje pojedinac ima, za razliku od moći, utječe na češće preuzimanje perspektive. Potvrdili su i stabilnost navedenog efekta kroz pet različitih istraživanja koristeći se različitim paradigmama za ispitivanje preuzimanja perspektive i manipulacijama moći i statusa. Pri tom su autori, u jednom od istraživanja, koristili istu istraživačku paradigmu preuzimanja perspektive kao i u ovom istraživanju, a koju su osmislile Tversky i Hard (2009). Međutim, dok su se u ovom istraživanju mjerili motivi za dominaciju i ugled ispitanika, Blader i suradnici (2016) su eksperimentalno manipulirali visoku ili nisku moć i status tražeći od ispitanika da pismeno opišu situaciju u kojoj su osjećali da (ne)posjeduju visoku moć ili status. Postoji mogućnost da zbog opisane razlike u korištenoj metodologiji nisu uspješno replicirani rezultati istraživanja Bladera i suradnika (2016). Međutim, važno je naglasiti da postoji i određena razlika u konceptima koji su se ispitivali u ovom istraživanju i u onima koje su proveli Blader i suradnici (2016). Oni su uspoređivali efekte moći i statusa, dok se ovo istraživanje bavilo konceptima dominacije i statusa. Premda moć i dominacija te status i ugled dijele brojne zajedničke elemente, nije isključeno ni da je razlika između navedenih koncepata dovoljna da bi različito djelovala na preuzimanje perspektive. Nadalje, Blader i suradnici (2016) su moć i status u drugom istraživanju manipulirali dodjeljivanjem uloga, a u jednom istraživanju su otišli i korak dalje time što su odabrali ispitanike koji su već u stvarnom životu imali visok društveni rang te su manipulirali istaknutošću visoke moći, odnosno statusa. U tom su istraživanju ispitanike činili rukovoditelji poduzeća, a preuzimanje perspektive se mjerilo na zadatku

procjene izvedbe podređenih radnika. Upotrijebivši kontekst i sudionike istraživanja što sličnije stvarnom životu podigli su vanjsku valjanost istraživanja na vrlo visoku razinu.

Temeljem navedenih rezultata iz prethodnih istraživanja te teorijskih podataka iz literature se očekivalo da bi motiv za ugled, za razliku od motiva za dominaciju, mogao utjecati na povećano preuzimanje tuđe prostorne perspektive. Međutim, navedena očekivanja se nisu uspjela potvrditi provedenim istraživanjem, pa se samim time nisu uspjele ni odbaciti početne nul-hipoteze koje govore o tome da motivi za dominaciju i ugled nemaju efekta na preuzimanje tuđe prostorne perspektive.

Unatoč brojnim nalazima koji idu u prilog mišljenju da moć umanjuje preuzimanje perspektive, postoje i kontradiktorni empirijski nalazi koji tvrde upravo suprotno, pokazujući da odnos između moći i preuzimanja perspektive nije invarijantan (Galinsky i sur., 2016). Pri tom su Schmid Mast i suradnici (2009), koristeći se paradigmom prepoznavanja emocija, pokazali da su ispitanici kod kojih je induciran osjećaj visoke moći bili bolji u prepoznavanju tuđih osjećaja i misli od ispitanika kod kojih se poticao osjećaj niske moći. Ovi nalazi odgovaraju teorijskim pretpostavkama koje sugeriraju postojanje određenih moderatora koji djeluju na odnos između moći i preuzimanja perspektive. Usmjerenost na druge i određeni situacijski faktori utječu na to hoće li moć povećati ili smanjiti fokus na druge. Dakle, kada moć aktivira osjećaj odgovornosti za druge, onda ona može pozitivno djelovati na preuzimanje perspektive (Chen i sur., 2001; Overbeck i Park, 2001). Uz to, istraživanje koje je proveo Wang (2022) također naglašava važnost moderatora u odnosu između moći i preuzimanja perspektive. On je ispitivao utjecaj 3 različite vrste samopoštovanja na odnos između moći i preuzimanja perspektive te je identificirao moderatorski utjecaj sinkretičkog samopoštovanja, kao vrste samopoštovanja koja je jednako usmjerena i na sebe i na druge. Točnije, pokazao je da su osobe s višim sinkretičkim samopoštovanjem izvještavale o efikasnijem preuzimanju perspektive u slučaju visoke moći. Iz navedenih istraživanja proizlazi zaključak da je za ispitivanje odnosa između moći i pojedinih ishoda ključno prepoznati i kontrolirati moderatore koji mogu utjecati na smjer ispitivanog efekta. Budući da se u ovom istraživanju nisu ispitivali ni kontrolirali drugi moderatori osim eksperimentalnih uvjeta i neverbalnog iskaza dominantnosti modela, to može biti jedno od potencijalnih objašnjenja zašto efekti dominacije i ugleda na preuzimanje perspektive nisu dobiveni.

## **5.2. Efekt dominantnosti modela na preuzimanje perspektive**

Nadalje, rezultati ovog istraživanja pokazuju da nije dobiven efekt neverbalnog iskaza dominantnosti druge osobe na preuzimanje njene perspektive, što je u skladu s postavljenom hipotezom. Međutim, s obzirom da za ispitivanje ovog nalaza nije korišten Bayesijanski pristup zbog tehničkih nemogućnosti, već testiranje putem  $p$ -značajnosti, upitna je sigurnost ovog nalaza. Istraživanja koja se bave ovim utjecajem u literaturi su vrlo oskudna, a ona postojeća izvještavaju o kontradiktornim rezultatima, pa se stoga značajan efekt nije ni očekivao. S jedne strane postoje empirijski dokazi o tome da ljudi selektivno usmjeravaju više pažnje prema dominantnijim pojedincima (Cheng i sur., 2013; Maner i sur., 2008), dok je s druge strane pokazano da se ljudi više identificiraju s manje moćnim pojedincima, češće navijaju za njih i više ih simpatiziraju (Kim i sur., 2008; Vandello i sur., 2007). Uz to, Quesque i suradnici (2021) su pokazali da se češće preuzima emocionalna perspektiva manje moćnih pojedinaca, naspram onih moćnijih te su ponudili nekoliko mogućih objašnjenja dobivenog efekta. Činjenica da moćniji pojedinci dobivaju više socijalne pažnje ne mora nužno značiti da će se radije preuzeti njihova perspektiva, već je moguće da se ljudi prema njima usmjeravaju kako bi bolje razumjeli njihove namjere i motivacije u svrhu očekivanja i prilagođavanja njihovim idućim akcijama. Elaborirali su i mehanizme zbog kojih bi ljudi mogli više favorizirati manje moćne pojedince, usmjeravajući se na ljudsku osjetljivost na pravdu i nejednakost. Osjetljivost na nepravdu osobina je koja se kod ljudi javlja u veoma mladoj dobi, što je potvrdilo i istraživanje Thomasa i suradnika (2018) koji su pokazali da i vrlo mala djeca pokazuju veću preferenciju prema podređenim pojedincima naspram dominantnih pojedinaca koji se nameću korištenjem sile.

## **5.3. Moderatorski efekt dominantnosti modela na odnos između motiva za moć i preuzimanja perspektive**

Nalazi istraživanja nisu utvrdili postojanje moderatorskog efekta dominantnosti modela na odnos između motiva za dominaciju i ugled i preuzimanja perspektive modela. Dobiveni rezultat suprotan je očekivanjima prema kojima se očekivalo da će se češće preuzimati perspektiva dominantnijih modela, ali samo kod onih ispitanika čiji su motivi za moć manje izraženi. Jedan od glavnih razloga zašto se postojanje tog efekta očekivalo predstavljaju empirijski podaci o neverbalnoj komplementarnosti koji govore o tome da se ljudi osjećaju ugodnije ukoliko na dominantan stav druge osobe odgovaraju submisivno i obrnuto (Tiedens i Fragale, 2003). Kontraargumenti ovoj pretpostavci idu u smjeru teorije koju su postavili Keltner

i suradnici (2003) koja govori o tome da visoka moć aktivira tendencije približavanja zato što je povezana s više nagrada i slobode, dok se niska moć povezuje s više prijetnji, kazni i društvenih ograničenja te aktivira tendencije usmjerene inhibiciji. Postoji čitav niz istraživanja koja pružaju dokaze o ovoj teoriji (Anderson i Berdahl, 2002; Lammers i sur., 2010, Smith i Bargh, 2008). Ako analiziramo ponašanje preuzimanja perspektive, ono je više orijentirano pristupu negoli inhibiciji (Galinsky i Moskowitz, 2000). Prema tome, postoji mogućnost da osobe s manje izraženim motivima za moć, prilikom susreta s dominantnijim osobama, doživljavaju osjećaje straha i prijetnje, što može dovesti do inhibicije njihovog ponašanja, odnosno u ovom slučaju do ne preuzimanja tuđe perspektive.

#### **5.4. Evaluacija metodologije i nedostaci istraživanja**

U dosadašnjim istraživanjima efekta dominantnosti na preuzimanje tuđe perspektive su se koristile vrlo različite operacionalizacije varijabli, a samim time je i metodologija tih istraživanja veoma različita. U pojedinim istraživanjima su se koristili upitnici za procjenu dominantnosti i osjećaja moći (Galinsky i sur., 2006; Gilad i Maniaci, 2022), dok su se u drugim istraživanjima koristile eksperimentalne manipulacije kojima se inducirao osjećaj veće ili manje moći (ili statusa) (Blader i sur., 2016). Isto tako, postoji veoma velik broj načina za operacionalizaciju i mjerenje tako kompleksnog pojma kao što je preuzimanje perspektive. Pri tom su određeni istraživači procjenjivali sklonost preuzimanju tuđe perspektive koristeći se upitnicima (Gilad i Maniaci, 2022), dok su drugi mjerili stvarna ponašanja preuzimanja perspektive koristeći se eksperimentalnim metodama na način da su izazivali interakciju nekoliko ispitanika u laboratorijskim uvjetima (Blader i sur., 2016). Prema tome, moguće je da se zbog izbora postupaka, ispitanika i mjernih instrumenata nisu uspjeli replicirati rezultati dobiveni u sličnim istraživanjima iste tematike u kojima se koristila drugačija metodologija ili drugačiji uzorci ispitanika, čime je moglo doći do narušavanja vanjske valjanosti ovog istraživanja. U skladu s tim, ako vanjska valjanost ovog istraživanja nije zadovoljavajuća, onda ni generalizacija dobivenih rezultata na druge ljude ili situacije nije moguća.

U pogledu mjernih instrumenata, u ovom se istraživanju koristio upitnik za mjerenje motiva za moći kojeg su konstruirali Suessenbach i suradnici (2019). Točnije, iz navedenog upitnika koristile su se dvije subskale koje mjere motive za dominaciju i ugled. Postoji razlog zašto bi upotreba ovog upitnika u ovom istraživanju mogla biti problematična. Ovaj upitnik mjeri motivaciju ispitanika za dominantnim ili uglednim ponašanjima, pri čemu ostaje upitno

kolika je njihova stvarna dominacija ili ugled, odnosno moć ili status. Osobe koje žele ostvariti visok status ili ugledni položaj u društvu, ali to još nisu uspjele ostvariti su relativno manje zaokupljene svojim društvenim odnosima i više usmjerene ulaganju truda za postizanje visokog statusa, a samim time se smanjuje njihov fokus na preuzimanje perspektive (Blader i Chen, 2014). One su više usmjerene na pokazivanje svoje kompetencije i vrijednosti kolektivu (Anderson i Kilduff, 2009; Magee i Galinsky, 2008), umjesto na razumijevanje i iskazivanje obzira prema drugima (Blader i Chen, 2014). S obzirom da su ispitanike u ovom istraživanju činile osobe mlađe životne dobi, može se pretpostaviti da dio ispitanika s izraženim motivom za ugled još nije uspio ostvariti željeni položaj u društvu, što bi moglo utjecati na njihovu usmjerenost na druge i preuzimanje perspektive.

Što se tiče podražajnog materijala, u istraživanju su se koristile fotografije napravljene isključivo za potrebe ovog istraživanja. Fotografiranje je prvotno napravljeno s 12 modela, 6 muških i 6 ženskih koji su pozirali u trima različitim pozama, dominantnoj, neutralnoj i submisivnoj. Nakon provedenog predistraživanja je odabrano ukupno 6 modela, po 3 od svakog spola, čije su se dominantne i submisivne poze najviše razlikovale u željenom smjeru. Zatim su navedene fotografije uređene na način da se ispred modela na slici umjetno dodao stol te sa jedne strane stola boca, a s druge teniska loptica. Pri tom se kontrolirao položaj predmeta na stolu tako što su za svaku pozu napravljene po dvije slike, jedna na kojoj se boca nalazila lijevo, a teniska loptica desno i druga na kojoj je položaj predmeta bio obrnut. Ovim načinom uređivanja slika nastojala se postići standardizacija podražajnog materijala kako bi se varijable poput udaljenosti modela od stola i položaja predmeta na stolu držale konstantnima čime se omogućuje kontrola njihovog utjecaja na rezultate istraživanja. Međutim, u korist povećanja standardizacije podražajnog materijala je došlo do narušavanja njegove prirodnosti i realističnosti, odnosno ekološke valjanosti ovog istraživanja. Ekološka valjanost, kao jedna od vrsta vanjske valjanosti, je u suštini odnos između fenomena koji se javlja u stvarnom svijetu i ispitivanja tog istog fenomena u istraživačkim kontekstima (Schmuckler, 2001).

Još jedan mogući nedostatak korištenog podražajnog materijala se odnosi na način manipulacije dominantnosti modela na fotografijama. Dominantnost modela se manipulirala kroz različite poze na fotografijama, što ne može u potpunosti obuhvatiti složenu, višestruku prirodu dominantnosti, budući da na percepciju dominantnosti mogu utjecati brojni drugi čimbenici izvan same poze na fotografiji. Neki od tih čimbenika koji nisu bili korišteni u prikazu dominantnosti u ovom istraživanju, a mogu utjecati na percepciju nečije dominantnosti i visokog statusa uključuju interpersonalnu udaljenost, izražajnost lica, brzinu i glasnoću



govora, visinu tona glasa, dob (Hall i sur., 2005), ali i karakteristike poput formalnosti odjeće koju osoba nosi na sebi (Mast i Hall, 2004). Osim toga, prilikom fotografiranja modela se nije kontroliralo koliko su oni u stvarnosti dominantni ili submisivni, već se od njih tražilo da zauzmu unaprijed određenu dominantnu, odnosno submisivnu pozu, uz neutralan izraz lica. Prema tome, preporuke za poboljšanje podražajnog materijala se odnose na kontrolu osnovne razine dominantnosti modela i formalnosti njihove odjeće. Isto tako, dobro bi bilo koristiti multimodalne podražaje poput kratkih video prikaza, budući da dinamičko podraživanje više različitih osjetila u određenom smislenom kontekstu pridonosi boljoj ekološkoj valjanosti istraživanja (Walker-Andrews i Bahrick, 2001).

U kontekstu ekološke valjanosti, ovo istraživanje bi moglo imati još jednu slabu točku. Naime, istraživanje je provedeno putem *online* upitnika te se podražajem, odnosno fotografijom osobe za stolom, nastojala umjetno simulirati stvarna životna situacija u kojoj se dvoje ljudi nalaze u interakciji kako bi se ispitalo utječu li određene karakteristike sudionika te komunikacije na preuzimanje perspektive druge osobe. S obzirom da je stvorena situacija prilično umjetna i da ispitanici zapravo ne sudjeluju u pravoj interakciji s drugom osobom, već samo promatraju njenu sliku, pitanje je bi li se ispitanici ponašali na isti način kada bi se u prirodnom okruženju i stvarnoj interakciji s drugom osobom susreli sa situacijom u kojoj se otvara mogućnost preuzimanja nečije perspektive. Ovdje se nameće pitanje je li dizajn ovog istraživanja, odnosno metoda i način njegove provedbe zaista reprezentativan za stvarnu životnu situaciju u kojoj se dvoje ljudi nalazi u interakciji. Drugim riječima, upitno je izaziva li podražaj u ovom istraživanju iste ili barem slične doživljaje kod ispitanika kao što bi izazvala prava interakcija s drugom osobom. Samim time se povlači i pitanje predstavljaju li odgovori koje su ispitanici davali u ovom istraživanju njihovo prirodno ponašanje koje se istraživanjem nastoji ispitati. Sva ova pitanja dio su problema koji se odnosi na mogućnost narušene ekološke valjanosti ovog istraživanja.

Nadalje, zbog korištene istraživačke paradigme, preuzete od Tversky i Hard (2009) i prilagođene ovom istraživanju došlo je do isključivanja znatnog broja ispitanika iz analize. Dakle, ispitanicima je prezentirana fotografija osobe za stolom na kojem su se nalazila dva objekta uz pitanje „U odnosu na tenisku lopticu, gdje se nalazi boca?“ te su isključeni svi ispitanici koji su dali neutralan odgovor po pitanju perspektive, odnosno oni ispitanici koji nisu pružili informaciju o tome odgovaraju li iz vlastite perspektive ili iz perspektive osobe na fotografiji. Pri tome je isključeno približno 20 % od ukupnog broja ispitanika, što je manje od 30 % ispitanika koji su dali neutralan odgovor u originalnom istraživanju koje su provele

Tversky i Hard (2009), ali je ipak moglo utjecati na dobivene rezultate. Odgovori ispitanika koji su se koristili neutralnom perspektivom obično su uključivali opise poput „u ravnini s lopticom“, „nasuprot“, „ispred“, „iza“ i slično. Ispitanicima se u ovom slučaju nisu mogli dati već ponuđeni odgovori kako bi se izbjeglo davanje neutralne perspektive zato što bi se na taj način insinuirao željeni odgovor, a zapravo se tražio spontan i prirodan odgovor ispitanika. Međutim, možda se postavljeno pitanje moglo konstruirati na način da ispitanicima bude jasnije da se od njih traži da odrede stranu stola na kojoj se nalazi objekt čime bi se izbjeglo davanje odgovora neodređene perspektive, a bez sugeriranja određenog odgovora. U tom bi slučaju pitanje glasilo „U odnosu na tenisku lopticu, s koje strane stola se nalazi boca?“. Uz to, nakon isključivanja navedenih ispitanika iz analize, velika većina ispitanika, preko 80 %, je odgovarala iz vlastite perspektive, dok je tek mali dio ispitanika, nešto manje od 20 %, preuzeo perspektivu modela s fotografije. U istraživanju Tversky i Hard (2009) je 30 % ispitanika koristilo neutralnu perspektivu, približno 25 % je preuzelo perspektivu osobe na fotografiji, dok je preostali dio ispitanika dao odgovor iz vlastite perspektive. U njihovom je istraživanju, za razliku od ovog, manji broj ispitanika odgovorio iz vlastite perspektive, dok je veći broj ispitanika preuzeo perspektivu ili odgovorio iz neutralne perspektive. Autorice su argumentirale da je ispitanike na preuzimanje tuđe perspektive vjerojatno potakla želja za razumijevanjem i očekivanjem ponašanja osobe na fotografiji. Proporcija odgovora koje su ispitanici davali iz vlastite ili iz tuđe perspektive predstavlja razlog zbog kojeg je onemogućeno korištenje logističke regresije kao planirane statističke analize, pa su se morali koristiti druge statističke metode koje slabije odgovaraju tipu varijabli korištenih u istraživanju. Osim toga, obzirom da se u ovom istraživanju nastojalo provjeriti postoje li određene karakteristike ispitanika koje utječu na učestalost njihovog preuzimanja perspektive, a samo je mali dio ispitanika spontano preuzeo perspektivu druge osobe, potreban je jako velik broj ispitanika kako bi se pretpostavljeni efekt pokazao značajnim, što također može biti jedan od razloga zašto efekt u ovom istraživanju nije dosegao razinu značajnosti.

Među ostalima, u nedostatke ovog istraživanja mogu se ubrojiti i određene karakteristike uzorka ispitanika. Korišten je prigodan uzorak ispitanika, te su ga činile pretežno žene mlađe životne dobi koje možda nisu potpuno reprezentativne za širu populaciju, što može ograničiti generaliziranje rezultata na druge ljude i situacije. Faktori poput dobi, spola i kulturne pozadine mogli bi utjecati na motive za dominaciju i ugled, ali i na sposobnost preuzimanja perspektive, što također treba uzeti u obzir. Uz to, nedostatak istraživanja je i *online* način njegove provedbe, budući da se istraživanje provodilo putem *online* upitnika čime je

onemogućena kontrola ispitanika te je moguće da su za vrijeme njihova rješavanja upitnika neki drugi faktori, poput njihovog emocionalnog stanja ili prisutnosti drugih osoba u prostoriji, utjecali na odgovore koje su ispitanici davali.

### **5.5. Važnost istraživanja i preporuke za buduća istraživanja**

Postoji niz razloga koji upućuju na važnost istraživanja utjecaja moći na preuzimanje tuđe perspektive, a brojne su i praktične implikacije njihovih nalaza. Za početak, ona mogu pomoći u razumijevanju kako ljudi donose odluke i reagiraju na druge ljude i situacije u kojima se nalaze. Pored toga, razumijevanje učinaka moći na preuzimanje tuđe perspektive može imati praktične implikacije za širok raspon područja čak i izvan psihologije, a ta područja uključuju menadžment, politiku, pravni sustav i socijalni rad. Važnost ovakvih istraživanja očituje se u tome što podižu svijest o razlikama u percepciji i mogu potaknuti ljude na češće razmatranje tuđe perspektive, čak i kada se osobe razlikuju u moći ili poziciji. Preuzimanje perspektive, kao sposobnost razumijevanja tuđih misli, osjećaja i stajališta igra ključnu ulogu u poticanju empatije, kooperacije i razvijanju pozitivnih međuljudskih odnosa. Istraživanje kako motivi dominacije i ugleda djeluju na preuzimanje perspektive može pružiti važne uvide u čimbenike koji olakšavaju ili otežavaju razumijevanje i empatiju između pojedinaca i grupa ljudi. Isto tako, ova istraživanja mogu pridonijeti razvijanju strategija za bolje upravljanje sukobima i održavanje međuljudskih odnosa. Ispitivanje utjecaja dominacije i ugleda na preuzimanje perspektive može pomoći u identifikaciji potencijalnih prepreka uspješnoj komunikaciji, suradnji i rješavanju sukoba, čime bi se olakšalo i razvijanje intervencija i strategija usmjerenih smanjenju konflikata i poticanju skladnijih odnosa. Nadalje, motivi dominacije i ugleda oblikuju društvene hijerarhije te mogu doprinijeti održavanju nejednakosti i predrasuda. Zato istraživanja koja se bave društvenom dinamikom i odnosima moći u društvu mogu pridonijeti stvaranju boljih strategija za rješavanje društvenih problema i promicanju pravednosti i jednakosti. Naposljetku, znanje dobiveno iz ovakvih istraživanja olakšava razumijevanje procesa donošenja odluka kod pojedinaca na pozicijama moći i pomaže u prepoznavanju i otklanjanju mogućih pristranosti kako bi se razvili što sveobuhvatniji i uspješniji stilovi rukovodstva. Ukratko, istraživanje utjecaja motiva za moći na preuzimanje perspektive je ključno za razumijevanje društvene dinamike, poticanje empatije i razumijevanja drugih pojedinaca, smanjivanje konflikata, rješavanje predrasuda i nejednakosti te za poboljšanje rukovodstva i procesa donošenja odluka.

Buduća istraživanja u ovom području trebala bi uključiti veći i raznolikiji uzorak ispitanika te pokušati implementirati ispitivanje stvarnih životnih situacija koje bolje

obuhvaćaju kompleksnost preuzimanja tuđe perspektive. Dodatno, primjena eksperimentalnih manipulacija bi mogla pomoći u uspostavi uzročno-posljedičnih veza između motiva za moć i preuzimanja perspektive. Osim toga, longitudinalna istraživanja bi prikupljanjem podataka u različitim vremenskim točkama pomogla u razumijevanju kako promjene u motivima moći utječu na preuzimanje tuđe perspektive. Nadalje, ovo istraživanje naglašava važnost identifikacije potencijalnih medijatora i moderatora koji bi pomogli razjasniti temeljne mehanizme i uvjete koji oblikuju odnos između moći i preuzimanja perspektive. Uz moderatore odnosa poput usmjerenosti na druge i samopoštovanja koji su već prepoznati u prethodnim istraživanjima, buduća istraživanja mogla bi uključiti i faktore poput empatije, kulturnih normi, očekivanja ili emocionalnih stanja ispitanika. Isto tako, bilo bi korisno istražiti mijenja li se odnos između moći i preuzimanja tuđe perspektive kroz različite kontekste kao što su privatni osobni odnosi ili radno okruženje. Istraživanje kontekstualnih faktora bi pružilo jasniju sliku navedenog odnosa. Uz to, buduća istraživanja bi trebala implementirati više raznolikih eksperimentalnih paradigmi i načina operacionalizacije preuzimanja tuđe perspektive te uz mjerenje osnovne razine motiva dominacije i ugleda pojedinca primijeniti i eksperimentalne manipulacije navedenih varijabli kako bi se mogli usporediti efekti dobiveni različitim metodama čime bi se dobila sveobuhvatnija slika utjecaja motiva za moć na preuzimanje tuđe perspektive. Razmatranje ovih preporuka moglo bi unaprijediti razumijevanje kompleksnog odnosa između moći i preuzimanja tuđe perspektive te njegovih implikacija na različite aspekte ljudskog ponašanja.

## 6. ZAKLJUČAK

Odnos između moći i preuzimanja tuđe prostorne perspektive jedna je od novijih tema u istraživanjima unutar socijalne i evolucijske psihologije. Ovo istraživanje je otišlo korak dalje uključivši i procjenu moderatorskog utjecaja neverbalnog iskaza modela na odnos između motiva za moć i preuzimanja perspektive modela. Rezultati istraživanja nisu uspjeli potvrditi postavljene hipoteze. Očekivali su se značajni efekti motiva za dominaciju i ugled ispitanika na preuzimanje perspektive modela, s tim da se za ispitanike koji su motivirani dominacijom očekivalo da će rjeđe preuzimati tuđu perspektivu, dok se za ispitanike koji su motiviraniji ugledom očekivalo da će češće preuzimati perspektivu modela. Rezultati su pokazali da su ispitanici, neovisno o izraženosti njihovih motiva za moć, podjednako često preuzimali perspektivu modela. Moguće je da je provedeno istraživanje zakazalo u identifikaciji i kontroli moderatora ili medijatora ovog odnosa te bi se buduća istraživanja trebala usmjeriti na uključivanje faktora poput usmjerenosti na druge i samopoštovanja koji imaju potencijal za mijenjanje utjecaja moći na preuzimanje tuđe perspektive, ali i nekih drugih, neistraženih faktora poput empatije, kulturnih normi i očekivanja i emocionalnih stanja. Osim toga, ovo istraživanje je mjerilo motive za dominaciju i ugled ispitanika, a ne njihov stvarni hijerarhijski položaj što je također moglo utjecati na dobivene rezultate. Sljedeći nalaz dobiven u istraživanju pokazuje da dominantnost, odnosno submisivnost modela nije imala efekta na učestalost preuzimanja njihove perspektive, što je u skladu s postavljenom hipotezom. Premda dominantni pojedinci dobivaju više socijalne pažnje, ljudi često više favoriziraju i identificiraju se s podređenim pojedincima čime se naglašava ljudska osjetljivost na nepravdu i nejednakost. Posljednji nalaz nije potvrdio moderatorski utjecaj dominantnosti modela na odnos između motiva za moć i preuzimanja perspektive modela. Očekivalo se da će dominantnost modela moderirati navedeni odnos na način da će manje moćni pojedinci češće preuzimati perspektivu dominantnijih modela. Objašnjenje nalaza ide u smjeru bihevioralne inhibicije kod manje moćnih pojedinaca u susretu s onim moćnijima zbog izazivanja osjećaja straha. Međutim, provedeno istraživanje ima niz nedostataka zbog kojih treba biti oprezan s interpretacijom i generalizacijom dobivenih rezultata na druge ljude ili situacije. Najveći nedostatak ovog istraživanja predstavlja njegova niska ekološka valjanost zbog korištenja podražaja koji ne uspijeva obuhvatiti sve aspekte stvarne životne situacije i interakcije s drugom osobom. Zaključno, ovo istraživanje naglašava važnost korištenja više različitih metoda procjene i mjerenja motiva za moć i preuzimanja perspektive te prepoznavanja moderatora i medijatora odnosa kako bi se dobila što sveobuhvatnija slika utjecaja moći na preuzimanje perspektive.

## 7. LITERATURA

- Anderson, C. i Berdahl, J. L. (2002). The experience of power: Examining the effects of power on approach and inhibition tendencies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1362–1377. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1362>
- Anderson, C. i Kilduff, G. J. (2009). Why do dominant personalities attain influence in face-to-face groups? The competence-signaling effects of trait dominance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(2), 491–503. <https://doi.org/10.1037/a0014201>
- Aries, E., Gold, C. i Weigel, R. (1983). Dispositional and situational influences on dominance behavior in small groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(4), 779–786. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.4.779>
- Berger, J., Rosenholtz, S. J. i Zelditch, M. (1980). Status organizing processes. *Annual Review of Sociology*, 6, 479–508. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.06.080180.002403>
- Blader, S. L. i Chen, Y.-R. (2012). Differentiating the effects of status and power: A justice perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(5), 994–1014. <https://doi.org/10.1037/a0026651>
- Blader, S. L. i Chen, Y.-R. (2014). What's in a name? Status, power, and other forms of social hierarchy. U: J. T. Cheng, J. L. Tracy, i C. Anderson (Ur.), *The psychology of social status* (str. 71–95). Springer Science + Business Media. [https://doi.org/10.1007/978-1-4939-0867-7\\_4](https://doi.org/10.1007/978-1-4939-0867-7_4)
- Blader, S. L., Shirako, A. i Chen, Y.-R. (2016). Looking out from the top: Differential effects of status and power on perspective taking. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(6), 723–737. <https://doi.org/10.1177%2F0146167216636628>
- Blaker, N. M. i van Vugt, M. (2014). The status-size hypothesis: How cues of physical size and social status influence each other. U: J. T. Cheng, J. L. Tracy i C. Anderson (Ur.), *The psychology of social status* (str. 119–137). Springer Science + Business Media. [https://doi.org/10.1007/978-1-4939-0867-7\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-4939-0867-7_6)
- Brown, P. i Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Burgoon, J. K. i Dunbar, N. E. (2006). Nonverbal expressions of dominance and power in human relationships. U: V. Manusov i M. L. Patterson (Ur.), *The Sage handbook of nonverbal*

*communication* (str. 279–297). Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412976152.n15>

Chen, S., Lee-Chai, A. Y. i Bargh, J. A. (2001). Relationship orientation as a moderator of the effects of social power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(2), 173–187. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.2.173>

Cheng, J. T., Tracy, J. L. i Henrich, J. (2010). Pride, personality, and the evolutionary foundations of human social status. *Evolution and Human Behavior*, 31, 334–347. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2010.02.004>

Cheng, J. T. i Tracy, J. L. (2014). Toward a unified science of hierarchy: Dominance and prestige are two fundamental pathways to human social rank. U: J. T. Cheng, J. L. Tracy i C. Anderson (Ur.), *The psychology of social status* (str. 3–27). Springer Science + Business Media. [https://doi.org/10.1007/978-1-4939-0867-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-1-4939-0867-7_1)

Cheng, J. T., Tracy, J. L., Foulsham, T., Kingstone, A. i Henrich, J. (2013). Two ways to the top: Evidence that dominance and prestige are distinct yet viable avenues to social rank and influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(1), 103–125. <https://doi.org/10.1037/a0030398>

de Waal-Andrews, W., Gregg, A. P. i Lammers, J. (2015). When status is grabbed and when status is granted: Getting ahead in dominance and prestige hierarchies. *British Journal of Social Psychology*, 54, 445–464. <https://doi.org/10.1111/bjso.12093>

Ellyson, S. L. i Dovidio, J. F. (1985). *Power, dominance, and nonverbal behavior*. Springer-Verlag.

Field, A. (2009) *Discovering statistics using SPSS (3rd ed.)*. Sage Publications Ltd.

Fiske, S. T. (1993). Controlling other people: The impact of power on stereotyping. *American Psychologist*, 48, 621–628. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.48.6.621>

Fiske, S. T. i Dépret, E. (1996). Control, interdependence and power: Understanding social cognition in its social context. *European Review of Social Psychology*, 7(1), 31–61. <https://doi.org/10.1080/14792779443000094>

Fiske, S. T. (2010). Interpersonal stratification: Status, power, and subordination. U: S. T. Fiske, D. T. Gilbert i G. Lindzey (Ur.), *Handbook of social psychology* (pp. 941–982). John Wiley & Sons, Inc.. <https://doi.org/10.1002/9780470561119.socpsy002026>

- Foulsham, T., Cheng, J. T., Tracy, J. L., Henrich, J. i Kingstone, A. (2010). Gaze allocation in a dynamic situation: Effects of social status and speaking. *Cognition*, *117*(3), 319–331. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2010.09.003>
- Furlanetto, T., Cavallo, A., Manera, V., Tversky, B. i Becchio, C. (2013). Through your eyes: Incongruence of gaze and action increases spontaneous perspective taking. *Frontiers in Human Neuroscience*, *7*, 455. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2013.00455>
- Galinsky, A. D., Gruenfeld, D. H. i Magee, J. C. (2003). From power to action. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*(3), 453-466. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.3.453>
- Galinsky, A. D., Ku, G. i Wang, C. S. (2005). Perspective-taking and self-other overlap: Fostering social bonds and facilitating social coordination. *Group Processes and Intergroup Relations*, *8*(2), 109-124. <https://doi.org/10.1177/1368430205051060>
- Galinsky, A. D., Magee, J. C., Inesi, M. E. i Gruenfeld, D. H. (2006). Power and perspectives not taken. *Psychological Science*, *17*(12), 1068–1074. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01824.x>
- Galinsky, A. D., Magee, J. C., Gruenfeld, D. H, Whitson, J. A. i Liljenquist, K. A. (2008). Power reduces the press of the situation: Implications for creativity, conformity, and dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *95*(6), 1450–1466. <https://doi.org/10.1037/a0012633>
- Galinsky, A. D. i Moskowitz, G. B. (2000). Perspective-taking: Decreasing stereotype expression, stereotype accessibility, and in-group favoritism. *Journal of Personality and Social Psychology*, *78*(4), 708–724. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.4.708>
- Galinsky, A. D., Rucker, D. D. i Magee, J. C. (2016). Power and perspective-taking: A critical examination. *Journal of Experimental Social Psychology*, *67*, 91–92. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.12.002>
- Gangestad, S. W. i Simpson, J. A. (2000). The evolution of human mating: Trade-offs and strategic pluralism. *Behavioral and Brain Sciences*, *23*(4), 573-587. <https://doi.org/10.1017/S0140525X0000337X>
- George, D. i Mallery, P. (2010) *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference 17.0 update (10th ed.)*. Pearson.



- Gilad, C. i Maniaci, M. R. (2022). The push and pull of dominance and power: When dominance hurts, when power helps, and the potential role of other-focus. *Personality and Individual Differences*, 184, 111159. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111159>
- Gifford, R. (1991). Mapping non-verbal behavior on the interpersonal circle. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 279–288. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.2.279>
- Gordon, A. M. i Chen, S. (2013). Does power help or hurt? The moderating role of self–other focus on power and perspective-taking in romantic relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(8), 1097–1110. <https://doi.org/10.1177/0146167213490031>
- Hall, J. A., Coats, E. J. i LeBeau, L. S. (2005). Nonverbal behavior and the vertical dimension of social relations: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 131(6), 898–924. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.131.6.898>
- Henrich, J. i Gil-White, F. J. (2001). The evolution of prestige: Freely conferred deference as a mechanism for enhancing the benefits of cultural transmission. *Evolution and Human Behavior*, 22(3), 165–196. [https://doi.org/10.1016/S1090-5138\(00\)00071-4](https://doi.org/10.1016/S1090-5138(00)00071-4)
- Holland, E., Wolf, E. B., Looser, C. i Cuddy, A. (2017). Visual attention to powerful postures: People avert their gaze from nonverbal dominance displays. *Journal of Experimental Social Psychology*, 68, 60–67. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.05.001>
- Keltner, D., Gruenfeld, D. H. i Anderson, C. (2003). Power, approach, and inhibition. *Psychological Review*, 110(2), 265–284. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.110.2.265>
- Kenrick, D. T., Li, N. P. i Butner, J. (2003). Dynamical evolutionary psychology: Individual decision rules and emergent social norms. *Psychological Review*, 110(1), 3–28. [doi:10.1037/0033-295x.110.1.3](https://doi.org/10.1037/0033-295x.110.1.3)
- Kim H. Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 38(1), 52–54. <https://doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>
- Kim, J., Allison, S. T., Eylon, D., Goethals, G. R., Markus, M. J., Hindle, S. M. i McGuire, H. A. (2008). Rooting for (and then abandoning) the underdog. *Journal of Applied Social Psychology*, 38, 2550–2573. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2008.00403.x>

- Kurdek, L. A. (1978). Perspective taking as the cognitive basis of children's moral development: A review of the literature. *Merrill-Palmer Quarterly*, 24(1), 3–28. <http://www.jstor.org/stable/23084056>
- Lammers, J., Galinsky, A. D., Gordijn, E. H. i Otten, S. (2012). Power increases social distance. *Social Psychological and Personality Science*, 3(3), 282–290. <https://doi.org/10.1177/1948550611418679>
- Lammers, J., Stapel, D. A. i Galinsky, A. D. (2010). Power increases hypocrisy: Moralizing in reasoning, immorality in behavior. *Psychological Science*, 21(5), 737–744. <https://doi.org/10.1177/0956797610368810>
- Magee, J. C. i Galinsky, A. D. (2008). Social hierarchy: The self-reinforcing nature of power and status. *Academy of Management Annals*, 2, 351–398. <https://doi.org/10.1080/19416520802211628>
- Magee, J. C. i Smith, P. K. (2013). The social distance theory of power. *Personality and Social Psychology Review: An Official Journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc*, 17(2), 158–186. <https://doi.org/10.1177/1088868312472732>
- Maner, J. K. (2017). Dominance and prestige: A tale of two hierarchies. *Current Directions in Psychological Science* 26, 526-531. <https://doi.org/10.1177/0963721417714323>
- Maner, J. K. i Chase C. R. (2016). Dominance and prestige: Dual strategies for navigating social hierarchies. U: J. M. Olson i M. P. Zanna (Ur.), *Advances in experimental social psychology* (str. 129-180). Elsevier Academic Press. <https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2016.02.001>
- Maner, J. K., DeWall, C. N. i Gailliot, M. T. (2008). Selective attention to signs of success: social dominance and early stage interpersonal perception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(4), 488–501. <https://doi.org/10.1177/0146167207311910>
- Maner, J. K. i Mead, N. (2010). The essential tension between leadership and power: When leaders sacrifice group goals for the sake of self-interest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99, 482–497. <https://doi.org/10.1037/a0018559>
- Mast, M.S. i Hall, J.A. (2004). Who is the boss and who is not? Accuracy of judging status. *Journal of Nonverbal Behavior* 28, 145–165. <https://doi.org/10.1023/B:JONB.0000039647.94190.21>
- McClelland, D. C. (1975). *Power: The inner experience*. Irvington.

- Mead, N. L. i Maner, J. K. (2012). On keeping your enemies close: Powerful leaders seek proximity to ingroup power threats. *Journal of Personality and Social Psychology*, *102*, 576–591. <https://doi.org/10.1037/a0025755>
- Overbeck, J. R. i Park, B. (2001). When power does not corrupt: Superior individuation processes among powerful perceivers. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81*(4), 549–565. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.4.549>
- Parker, S. K. i Axtell, C. M. (2001). Seeing another viewpoint: Antecedents and outcomes of employee perspective taking. *Academy of Management Journal*, *44*(6), 1085–1100. <https://doi.org/10.2307/3069390>
- Piaget, J. (1932). *The moral judgment of the child*. Routledge & Kegan Paul.
- Quesque, F., Foncelle, A., Barat, E., Chabanat, E., Rossetti, Y. i Van der Henst, J. B. (2021). Sympathy for the underdog: People are inclined to adopt the emotional perspective of powerless (versus powerful) others. *Cognition & Emotion*, *35*(5), 902–917. <https://doi.org/10.1080/02699931.2021.1902282>
- Schattke, K. i Marion-Jetten, A. S. (2022). Distinguishing the explicit power motives: Relations with dark personality traits, work behavior, and leadership styles. *Zeitschrift für Psychologie*, *230*(4), 290–299. <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000481>
- Schmid Mast, M., Jonas, K. i Hall, J. A. (2009). Give a person power and he or she will show interpersonal sensitivity: The phenomenon and its why and when. *Journal of Personality and Social Psychology*, *97*(5), 835–850. <https://doi.org/10.1037/a0016234>
- Schmuckler, M. A. (2001). What is ecological validity? A dimensional analysis. *Infancy* *2*(4). [https://doi.org/10.1207/S15327078IN0204\\_02](https://doi.org/10.1207/S15327078IN0204_02)
- Schober, M. F. (1993). Spatial perspective-taking in conversation. *Cognition*, *47*(1), 1–24. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(93\)90060-9](https://doi.org/10.1016/0010-0277(93)90060-9)
- Semenyna, S. W. i Honey, P. L. (2015). Dominance styles mediate sex differences in Dark Triad traits. *Personality and Individual Differences*, *83*, 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.03.046>
- Shih, M., Wang, E., Trahan Bucher, A. i Stotzer, R. (2009). Perspective taking: Reducing prejudice towards general outgroups and specific individuals. *Group Processes & Intergroup Relations*, *12*(5), 565–577. <https://doi.org/10.1177/1368430209337463>

- Smith, P. K. i Bargh, J. A. (2008). Nonconscious effects of power on basic approach and avoidance tendencies. *Social Cognition*, 26(1), 1–24. <https://doi.org/10.1521/soco.2008.26.1.1>
- Suessenbach, F. (2018). *A study of distinct behavioural and cognitive correlates in favour of differentiating dominance, prestige, and leadership components in the explicit power motive*. [Neobjavljena doktorska disertacija] Univeristy of Edinburgh. <http://hdl.handle.net/1842/29604>
- Suessenbach, F., Loughnan, S., Schönbrodt, F. D. i Moore, A. B. (2019). The dominance, prestige, and leadership account of social power motives. *European Journal of Personality*, 33(1), 7–33. <https://doi.org/10.1002/per.2184>
- Tabachnick, B. G. i Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics (6th ed.)*. MA: Pearson.
- Tiedens, L. Z. i Fragale, A. R. (2003). Power moves: Complementarity in dominant and submissive nonverbal behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(3), 558–568. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.3.558>
- Tjosvold, D. i Sagaria, S. D. (1978). Effects of relative power on cognitive perspective-taking. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, 256–259. <https://doi.org/10.1177/014616727800400217>
- Tosi, A., Pickering, M. J. i Branigan, H. P. (2020). Speakers' use of agency and visual context in spatial descriptions. *Cognition*, 194, 104070. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2019.104070>
- Tversky, B. i Hard, B. M. (2009). Embodied and disembodied cognition: Spatial perspective-taking. *Cognition*, 110(1), 124–129. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2008.10.008>
- Vandello, J. A., Goldschmied, N. P. i Richards, D. A. (2007). The appeal of the underdog. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33(12), 1603–1616. <https://doi.org/10.1177/0146167207307488>
- van Kleef, G. A., Oveis, C., van der Lowe, I., LuoKogan, A., Goetz, J. i Keltner, D. (2008). Power, distress, and compassion: Turning a blind eye to the suffering of others. *Psychological Science*, 19, 1315–1322. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02241.x>
- Van Vugt, M. (2006). Evolutionary origins of leadership and followership. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 354–371. [https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1004\\_5](https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1004_5)

Van Vugt, M. i Tybur, J. M. (2016). The evolutionary foundations of hierarchy: Status, dominance, prestige, and leadership. U: D. M. Buss (Ur.), *Handbook of Evolutionary Psychology* (str. 788-809), John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119125563.evpsych232>

Walker-Andrews, A. S. i Bahrick, L. E. (2001). Perceiving the real world: Infants' detection of and memory for social information. *Infancy*, 2(4), 469–481. [https://doi.org/10.1207/S15327078IN0204\\_05](https://doi.org/10.1207/S15327078IN0204_05)

Wang, Y. (2020). When power increases perspective-taking: The moderating role of syncretic self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 166(7), 110207. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110207>

Zwicker, J. i Müller, H. J. (2010). Observing fearful faces leads to visuo-spatial perspective taking. *Cognition*, 117(1), 101–105. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2010.07.004>

## 8. PRILOZI

Prilog 1. Primjeri fotografija korištenih u glavnom dijelu istraživanja. Prikazani su primjeri dvaju različitih modela, jednog muškog i jednog ženskog, u dominantnoj i submisivnoj pozi.

