

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA PSIHOLOGIJU

Karlo Šimek

**DOMINACIJA, UGLED, MOĆ I
ZADOVOLJSTVO U ROMANTIČNIM
VEZAMA**

DOKTORSKI RAD

Rijeka, 2026.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA PSIHOLOGIJU

Karlo Šimek

**DOMINACIJA, UGLED, MOĆ I
ZADOVOLJSTVO U ROMANTIČNIM
VEZAMA**

DOKTORSKI RAD

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

Rijeka, 2026.

UNIVERSITY OF RIJEKA
FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY

Karlo Šimek

**DOMINANCE, PRESTIGE, POWER AND
SATISFACTION IN ROMANTIC
RELATIONSHIPS**

DOCTORAL THESIS

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

Rijeka, 2026.

SAŽETAK

Dominacija i ugled predstavljaju dva različita motiva za postizanje socijalne moći koji mogu imati učinak na zadovoljstvo u romantičnoj vezi. Motiv dominacije odnosi se na potrebu za prisiljavanjem i zastrašivanjem drugih radi postizanja poslušnosti, dok se motiv ugleda odnosi na potrebu za stjecanjem poštovanja i divljenja na temelju vlastitih vještina i znanja. Cilj ove doktorske disertacije bio je ispitati aktorske i partnerske učinke motiva dominacije i ugleda na zadovoljstvo u romantičnim vezama. U tu svrhu provedena su dva istraživanja: prvo na uzorku studenata ($N = 286$), primjenom eksperimentalne i upitničke metode te drugo na uzorku kohabitirajućih romantičnih parova ($N = 155$) primjenom upitničke metode.

U eksperimentalnom istraživanju ispitivale su se preferencije muškaraca i žena za dominantnije i uglednije partnere za kratkoročnu i dugoročnu vezu pomoću vinjeta. Nadalje, u prvom istraživanju ispitivala se povezanost dominacije i ugleda s percepcijom vlastite moći i ispitivalo se posreduje li percepcija vlastite moći odnos između dominacije i ugleda i vlastitog zadovoljstva u vezi. Osim toga, u prvom i drugom istraživanju analizirana je moderatorska uloga spola, tjelesne visine, samoprocjene tjelesne privlačnosti, financijskih resursa i stupnja obrazovanja (samo u drugom istraživanju) u odnosu između motiva dominacije i ugleda i osjećaja moći u vezi.

U drugom istraživanju ispitivani su aktorski i partnerski učinci motiva dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi, njihova povezanost s pozitivnim i negativnim emocijama te njihov odnos s osjećajem moći u vezi. Dodatno se ispitivala medijacijska uloga pozitivnih i negativnih emocija te osjećaja moći u odnosu između motiva dominacije i ugleda i zadovoljstva u vezi. Polazna pretpostavka bila je da će motiv dominacije imati negativnu partnersku vrijednost (nepoželjna karakteristika pojedinca za romantičnu vezu) i negativan učinak na zadovoljstvo u vezi, dok će motiv ugleda imati pozitivnu partnersku

vrijednost (poželjna karakteristika pojedinca za romantičnu vezu) i pozitivan učinak na zadovoljstvo u vezi.

Rezultati eksperimentalnog dijela istraživanja pokazali su da visoki motiv dominacije ima negativnu partnersku vrijednost, dok visoki motiv ugleda ima pozitivnu partnersku vrijednost kod muškaraca i žena, što je u skladu s prethodnim istraživanjima preferencija prema dominantnijim i uglednijim partnerima. Nadalje, rezultati upitničkog dijela prvog istraživanja pokazuju kako motivi dominacije i ugleda muškaraca i žena nisu povezani s njihovim osjećajem moći u vezi ni zadovoljstvom u vezi, a osjećaj njihove vlastite moći ne posreduje odnos između motiva dominacije i ugleda i zadovoljstva u vezi. Dodatno, osjećaj vlastite moći žena i muškaraca snažno je povezan s njihovim zadovoljstvom u vezi.

U drugom istraživanju utvrđeno je da motiv dominacije ima negativne aktorske i partnerske učinke na zadovoljstvo u vezi kod muškaraca, dok ti učinci nisu bili statistički značajni kod žena. Nadalje, negativne i pozitivne emocije posredovale su negativan odnos između motiva dominacije i zadovoljstva u vezi obaju spolova, što je u skladu s prethodnim nalazima o učincima dominacije na socijalne odnose. Osim toga, motiv ugleda nije bio pozitivno povezan s pozitivnim emocijama niti je pokazao značajne pozitivne aktorske ili partnerske učinke na zadovoljstvo u vezi. Kod žena je, međutim, utvrđen pozitivan aktorski učinak motiva ugleda na negativne emocije. Negativne emocije posredovale su negativne aktorske i partnerske učinke motiva ugleda na zadovoljstvo u vezi muškaraca i žena. Nadalje, ni motiv dominacije ni motiv ugleda nisu bili pozitivno povezani s osjećajem moći u vezi za oba spola. Aktorski i partnerski učinci osjećaja moći na zadovoljstvo u vezi bili su pozitivni kod žena, dok nisu bili statistički značajni kod muškaraca. Naposljetku, ni u prvom ni u drugom istraživanju nije utvrđena pretpostavljena moderatorska uloga spola, stupnja obrazovanja, financijskih resursa,

samoprocjene privlačnosti ni tjelesne visine u odnosu između motiva dominacije i ugleda i osjećaja moći u vezi. Sveukupno, nalazi istraživanja upućuju na to da motiv dominacije negativno djeluje na poželjnost partnera i zadovoljstvo vezom, dok motiv ugleda pozitivno doprinosi poželjnosti partnera, ali ne pokazuje značajan učinak na zadovoljstvo vezom.

Ključne riječi: dominacija, ugled, moć, zadovoljstvo, pozitivan afekt, negativan afekt, stupanj obrazovanja, tjelesna privlačnost, financijski resursi, tjelesna visina.

ABSTRACT

Dominance and prestige represent two distinct motives for attaining social power that may influence relationship satisfaction in romantic relationships. The dominance motive refers to the need to coerce and intimidate others in order to achieve compliance, whereas the prestige motive refers to the need to gain respect and admiration based on one's skills and knowledge. The aim of this doctoral dissertation was to examine the actor and partner effects of dominance and prestige motives on relationship satisfaction in romantic relationships. To this end, two studies were conducted: the first on a student sample ($N = 286$) using both experimental and questionnaires method, and the second on a sample of cohabiting romantic couples ($N = 155$) using questionnaires method.

The experimental study examined men's and women's preferences for more dominant and more prestigious partners in short-term and long-term relationships using vignette methodology. Furthermore, the first study investigated the associations between dominance and prestige motives and perceived relational power, as well as whether perceived relational power mediated the relationship between dominance and prestige motives and relationship satisfaction. In addition, both studies examined the moderating role of gender, height, self-perceived physical attractiveness, financial resources, and educational level (examined only in the second study) in the relationship between dominance and prestige motives and perceived relational power.

The second study examined the actor and partner effects of dominance and prestige motives on relationship satisfaction, their associations with positive and negative emotions, and their relationship with perceived relational power. Furthermore, the mediating role of positive and negative emotions and perceived relational power in the relationship between dominance and prestige motives and relationship satisfaction was examined. It was hypothesized that the dominance motive would have negative partner

value (i.e., an undesirable characteristic in a romantic partner) and a negative effect on relationship satisfaction, whereas the prestige motive would have positive partner value (i.e., a desirable characteristic in a romantic partner) and a positive effect on relationship satisfaction.

The findings of the experimental study showed that a high dominance motive had negative partner value, whereas a high prestige motive had positive partner value for both men and women, consistent with previous research on preferences for more dominant and prestigious partners. Furthermore, the results of the questionnaire part of the first study indicated that dominance and prestige motives were not associated with perceived relational power or relationship satisfaction among either men or women, and perceived relational power did not mediate the relationship between dominance and prestige motives and relationship satisfaction. However, perceived relational power was strongly associated with relationship satisfaction among both men and women.

The results of the second study showed that the dominance motive had negative actor and partner effects on relationship satisfaction among men, whereas these effects were not statistically significant among women. Moreover, positive and negative emotions mediated the negative association between the dominance motive and relationship satisfaction in both genders, consistent with previous findings on the effects of dominance on social relationships. In addition, the prestige motive was not positively associated with positive emotions and did not demonstrate significant positive actor or partner effects on relationship satisfaction. However, among women, the prestige motive showed a positive actor effect on negative emotions. Negative emotions mediated the negative actor and partner effects of the prestige motive on relationship satisfaction among both men and women. Furthermore, neither the dominance motive nor the prestige motive was positively associated with perceived relational power in either gender. Actor

and partner effects of perceived relational power on relationship satisfaction were positive among women but were not statistically significant among men. Finally, neither the first nor the second study found significant moderating effects of gender, educational level, financial resources, self-perceived attractiveness, or height in the relationship between dominance and prestige motives and perceived relational power in romantic relationships. Overall, research findings suggest that the dominance motive negatively affects partner desirability and relationship satisfaction, whereas the prestige motive positively contributes to partner desirability but does not have a significant effect on relationship satisfaction.

Keywords: dominance, prestige, sense of power, satisfaction, positive affect, negative affect, level of education, physical attractiveness, financial resources, physical height.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. PET VELIKIH FAKTORA LIČNOSTI I TRI PERSPEKTIVE O ODNOSU IZMEĐU CRTA LIČNOSTI I ZADOVOLJSTVA U ROMANTIČNOJ VEZI.....	3
1.2. DOMINACIJA I UGLED KAO MOTIVI I STRATEGIJE ZA POSTIZANJE SOCIJALNE I PARTNERSKE VRIJEDNOSTI	7
1.3. DOMINACIJA I UGLED KAO MOTIVI ZA POSTIZANJE VLASTITE MOĆI.....	12
1.4. ODNOS IZMEĐU MOĆI, SOCIJALNOG STATUSA I UTJECAJA	14
1.5. UČINCI MODERATORSKIH VARIJABLI NA ODNOS DOMINACIJE I UGLEDA S MOĆI.....	17
1.5.1. Moderatorski učinak spola i tjelesne visine na odnos dominacije i ugleda s moći.....	17
1.5.2. Moderatorski učinak tjelesne privlačnosti na odnos dominacije i ugleda s moći.....	21
1.5.3. Moderatorski učinak financijskih resursa na odnos motiva dominacije i ugleda s moći	23
1.5.4. Moderatorski učinak stupnja obrazovanja na povezanost dominacije i ugleda s moći	25
1.6. POVEZANOST DOMINACIJE S VLASTITIM I PARTNEROVIM NEGATIVNIM EMOCIJAMA I UGLEDA S VLASTITIM I PARTNEROVIM POZITIVNIM EMOCIJAMA I POVEZANOST DOMINACIJE I UGLEDA S PERCEPCIJOM VLASTITE MOĆI U VEZI.....	28
1.7. PREFERENCIJE PRI UPARIVANJU MUŠKARACA I ŽENA VEZANE UZ DOMINACIJU I UGLED	31
2. CILJ, PROBLEMI I HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	38
3. ISTRAŽIVANJE 1	42
3.1. METODA ISTRAŽIVANJA	42
<i>Sudionici</i>	42
<i>Mjerni instrumenti</i>	42
<i>Eksperimentalno testiranje preferencija za dominaciju i ugled</i>	44
<i>Postupak</i>	46
<i>Analiza podataka</i>	47
3.2. REZULTATI PRVOG ISTRAŽIVANJA	48
3.2.1. <i>Sociodemografski i deskriptivni podaci prvog istraživanja</i>	48
3.2.2. <i>Razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama prvog istraživanja</i>	49

3.2.3. Povezanost dominacije i ugleda s dobi, tjelesnom visinom, financijskim resursima, tjelesnom privlačnošću, percepcijom vlastite moći i zadovoljstvom u vezi	51
3.2.4. Preferencije muškaraca i žena za dominantnije i uglednije partnere.....	53
3.2.5. Učinak moderatorskih varijabli na odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći u vezi	59
3.3. RASPRAVA	60
4. ISTRAŽIVANJE 2	64
4.1. METODA DRUGOG ISTRAŽIVANJA	64
Sudionici.....	64
Mjerni instrumenti	64
Postupak.....	67
Analiza podataka	68
4.2. REZULTATI DRUGOG ISTRAŽIVANJA.....	71
4.2.1. Sociodemografski i deskriptivni podaci glavnih varijabli drugog istraživanja	71
4.2.2. Razlike između glavnih varijabli drugog istraživanja prema spolu.....	72
4.2.3. Povezanost između glavnih varijabli drugog istraživanja	74
4.2.4. Odnos dominacije i ugleda s pozitivnim i negativnim emocijama	82
4.2.5. Povezanost dominacije i ugleda s osjećajem moći i povezanost osjećaja moći sa zadovoljstvom u vezi	94
4.2.6. Povezanost dominacije i ugleda sa zadovoljstvom u vezi	100
4.2.7. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi	103
4.2.8. Interakcijski efekt socioekonomskog statusa, dominacije i ugleda na osjećaj moći	116
4.2.9. Interakcijski učinak tjelesne visine, tjelesne privlačnosti, dominacije i ugleda na osjećaj moći	127
4.3. RASPRAVA	137
5. OPĆA RASPRAVA.....	144
5.1. PREFERENCIJE MUŠKARACA I ŽENA PREMA DOMINANTNIJIM I UGLEDNIJIM PARTNERIMA U DUGOROČNIM I KRATKOROČNIM VEZAMA.....	146

5.2. POVEZANOST DOMINACIJE I UGLEDA S POZITIVNIM I NEGATIVNIM EMOCIJAMA I NJIHOVA POVEZANOST SA ZADOVOLJSTVOM U VEZI	150
5.3. POVEZANOST DOMINACIJE I UGLEDA S OSJEĆAJEM MOĆI I POVEZANOST OSJEĆAJA MOĆI SA ZADOVOLJSTVOM U VEZI	160
5.4. INTERAKCIJSKI EFEKTI STUPNJA OBRAZOVANJA, VISINE PRIMANJA, DOMINACIJE I UGLEDA NA OSJEĆAJ MOĆI	164
5.5. INTERAKCIJSKI EFEKTI TJELESNE VISINE, SAMOPROCJENE PRIVLAČNOSTI, DOMINACIJE I UGLEDA NA OSJEĆAJ MOĆI	169
5.6. METODOLOŠKA OGRANIČENJA I SMJERNICE ZA BUDUĆA ISTRAŽIVANJA.....	172
5.7. ZNANSTVENI I PRAKTIČNI DOPRINOSI ISTRAŽIVANJA	175
6. ZAKLJUČAK	179
7. POPIS LITERATURE	184
8. ILUSTRACIJE.....	225
8.1. POPIS TABLICA	225
8.2. POPIS SLIKA.....	229
9. PRILOZI	231
9.1. ČESTICE UZETE IZ SKALA MOTIVA DOMINACIJE I UGLEDA ZA KONSTRUKCIJU VINJETA.....	231
9.2. VINJETE S OPISOM MUŠKARACA I ŽENA	232

1. UVOD

Zadovoljstvo u romantičnoj vezi važan je resurs za dobrobit osobe u odrasloj dobi. Osobe koje su zadovoljne u dugoročnim romantičnim vezama doživljavaju manje stresa i imaju sretniji, zdraviji i dulji život (Fincham i Beach, 2010; Finkel, 2025; Schaffhuser i sur., 2014). Različite životne okolnosti i stresori mogu značajno djelovati na zadovoljstvo u romantičnim vezama, ali oni su često nepredvidljivi i periodični te se nećemo baviti njima, nego značajkama ličnosti koje su stabilnije i predvidljivije. Pet velikih crta ličnosti i njihova povezanost sa zadovoljstvom u vezi često su predmet istraživanja i utvrđeno je kako su niski neuroticizam te visoka ekstraverzija, ugodnost i savyjesnost pozitivno povezani sa zadovoljstvom u vezi za oba partnera dok je visoki neuroticizam negativno povezan sa zadovoljstvom u vezi za oba partnera, a otvorenost nije značajno povezana sa zadovoljstvom u vezi (Decuyper i sur., 2012; Heller i sur., 2004; Malouff i sur., 2010).

Istraživanje u sklopu ove doktorske disertacije usmjereno je na neistražene značajke ličnosti u romantičnim vezama, dominaciju i ugled (Cheng i sur., 2010, 2013; Henrich i Gil-White, 2001; Suessenbach i sur., 2018), na njihove učinke na zadovoljstvo u vezi i mehanizme njihova djelovanja na zadovoljstvo u vezi. Dominacija se najčešće povezuje s agresivnošću, niskom ugodnošću, narcizmom, manipulativnošću, ljutnjom i egoizmom (Ketterman i Maner, 2021; Liu i sur., 2021) te manjkom spremnosti na suradnju (Redhead i sur., 2018), stoga se može pretpostaviti kako dominacija ima uglavnom negativne učinke na interpersonalne odnose i da nije poželjna karakteristika partnera za dugoročnu vezu. Potreba za ugledom i strategije koje iz njega proizlaze povezane su sa savjesnosti, altruizmom, intimnosti, suradnjom i prosocijalnosti (Cheng i sur. 2010, 2013; Suessenbach i sur. 2018), stoga je pretpostavka da takve karakteristike djeluju pozitivno na zadovoljstvo u vezi za oba partnera i da su poželjne za dugoročnu vezu.

Cilj ove doktorske disertacije bio je ispitati kakvu ulogu imaju motivi dominacije i ugleda kao značajke osobe u ukupnoj partnerskoj vrijednosti u romantičnim vezama i kakav učinak imaju na zadovoljstvo u romantičnoj vezi za oba partnera. Dakle, cilj je bio ispitati aktorske i partnerske efekte motiva dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi. U ostatku teksta dalje će se radi jednostavnosti koristiti fraza partnerska vrijednost koja označava vrijednost motiva dominacije i ugleda kao dijela ukupne partnerske vrijednosti u romantičnim vezama. Stoga će se u ovom uvodnom dijelu izložiti teorije koje objašnjavaju povezanost između crta ličnosti i zadovoljstva u vezi i kratko će se izložiti metodologija istraživanja u partnerskim odnosima, tzv. model međuzavisnosti aktora i partnera (engl. Actor-Partner Interdependence Model; Kenny, 1996; Kenny i Ledermann, 2010). Nadalje, opisat će se koncepti dominacije i ugleda iz perspektive evolucijske psihologije i njihova moguća partnerska vrijednost.

Osim toga, analizirat će se povezanost dominacije i ugleda s negativnim i pozitivnim emocijama jer se može pretpostaviti da motiv dominacije dovodi do više negativnih emocija, a motiv ugleda do više pozitivnih emocija. Dodatno, analizirat će se povezanost motiva dominacije i ugleda sa zadovoljstvom i s osjećajem moći u romantičnoj vezi. Pretpostavili smo da motiv dominacije ima negativan učinak na zadovoljstvo u interpersonalnim odnosima, a da motiv ugleda ima pozitivan učinak na zadovoljstvo u interpersonalnim odnosima te možemo pretpostaviti da oba motiva imaju pozitivan učinak na osjećaj moći. Uz to, opisat će se povezanost dominacije i ugleda s potencijalnim moderatorskim varijablama: spolom, tjelesnom visinom, stupnjem obrazovanja, visinom primanja i samoprocjenom privlačnosti. Naime, pretpostavili smo da spol, tjelesna visina, stupanj obrazovanja, visina primanja i samoprocjena privlačnosti mogu povećavati ili smanjivati učinke motiva dominacije i ugleda na osjećaj moći.

Naposljetku, opisat će se preferencije muškaraca i žena za dominantnije i uglednije partnere i grafički prikazati teorijski model ovog istraživanja.

1.1. Pet velikih faktora ličnosti i tri perspektive o odnosu između crta ličnosti i zadovoljstva u romantičnoj vezi

Kao što je već rečeno osobe koje su zadovoljne u dugoročnim vezama imaju bolje mentalno i tjelesno zdravlje, tj. sretniji, zdraviji i dulji život (Gerlach i sur., 2018; Jardine i sur., 2022; Robles i sur., 2014). Važan čimbenik koji može doprinijeti zadovoljstvu u romantičnom odnosu je ličnost. Odnos između pet velikih crta ličnosti: ekstraverzije, ugodnosti, savjesnosti, neuroticizma i otvorenosti sa zadovoljstvom u romantičnim vezama relativno je dobro istražen. Visoki neuroticizam je jedan od najvažnijih prediktora nezadovoljstva u romantičnoj vezi i prediktor razvoda (Robins i sur., 2000; 2002). Viša ugodnost i savjesnost pozitivno su povezane sa zadovoljstvom u vezi (Decuyper i sur., 2012; Malouff i sur., 2010).

Odnos između ekstraverzije i otvorenosti prema iskustvima sa zadovoljstvom u vezi nije toliko jasan. Neka istraživanja našla su slabu, ali pozitivnu povezanost između ekstraverzije i zadovoljstva u vezi (Dyrenforth i sur., 2010; Malouff i sur., 2010). Rezultati istraživanja koji se tiču otvorenosti su mješoviti, neka istraživanja donose male ili negativne povezanosti sa zadovoljstvom u vezi ili nikakvu povezanost (Karney i Bradbury, 1995; Malouff i sur., 2010; Neyer i Voigt, 2004). Metaanaliza na 19 uzoraka koju su proveli Malouff i suradnici (2010) pokazuje kako postoji relativno jasna pozitivna povezanost između emocionalne stabilnosti (niskog neuroticizma), ugodnosti, savjesnosti, ekstraverzije i zadovoljstva u romantičnim vezama i time potvrđuju rezultate prijašnjih istraživanja.

Povezanost prije navedena četiri faktora ličnosti i zadovoljstva u vezi je prilično jasna, ali nisu uvijek jasni mehanizmi koji bi objasnili na koji način navedeni faktori pa i neki drugi kao što su npr. dominacija, ugled i moć doprinose zadovoljstvu ili nezadovoljstvu u romantičnim vezama. Postoje barem tri hipoteze koje mogu objasniti povezanost između različitih crta ličnosti i zadovoljstva u vezi: hipoteza sličnosti, hipoteza komplementarnosti i hipoteza socijalne razmjene (Schmitt, 2002).

Hipoteza sličnosti može se sažeti izrekom: „Svaka ptica svome jatu leti“. Hipoteza sličnosti (Hill i sur., 1976; Buss, 1984) pretpostavlja da sličnost između partnera u političkim i religioznim stavovima, interesima, obrazovanju, muško-ženskim ulogama i sl. dovodi do većeg zadovoljstva u vezi. Prema navedenoj hipotezi sličnost između partnera u romantičnoj vezi smanjuje neslaganja među njima što smanjuje broj negativnih emocija u vezi, stvara stabilnu okolinu i dovodi do većeg zadovoljstva (Decuyper i sur., 2012; Gaunt, 2006; Luo i Klohnen, 2005).

Hipoteza komplementarnosti može se sažeti u izreci: „Suprotnosti se privlače.“ Prema hipotezi komplementarnosti (Winch, 1954; 1967) partneri mogu biti komplementarni na jednoj osobini, npr. jedan je ekstravert, a drugi introvert ili jedan je dominantan, a drugi submisivan i sl. Winch tvrdi da će dvije osobe koje imaju različite, ali međuzavisne karakteristike koje se nadopunjuju privlačiti jedna drugu. Na taj način osobe bi zapravo odgovorile na potrebu koju ona druga ima što će dovesti do zadovoljstva u romantičnoj vezi jer će svaki partner zadovoljiti svoju potrebu (Dryer i Horowitz, 1997). Nekoga tko je dominantan više će privlačiti osoba koja je submisivna, a nekoga tko je pasivan više će privlačiti aktivna osoba. Iako hipoteza sličnosti i hipoteza komplementarnosti daju logična objašnjenja zašto se partneri privlače i zašto bi trebali biti zadovoljni u takvim vezama, te dvije hipoteze nisu dostatne za objašnjenje uparivanja muškaraca i žena ni ishoda u romantičnim vezama. Moguće je da se uparivanje događa

istovremeno po sličnosti u nekim osobinama (Buss, 1984; npr. crte ličnosti), po komplementarnosti u drugim osobinama (Wiggins i Trapnell, 1996; npr. davanje ljubavi i statusa sebi, a ne drugima) i po nekim osobinama koje više vrednuje samo jedan spol (Buss, 1989; npr. muškarci više vrednuju ljepotu, a žene više vrednuju financijske resurse ili sposobnosti potencijalnog partnera). Smatramo da je treća hipoteza koja se zove hipoteza socijalne razmjene prikladnija za razumijevanje i objašnjenje složenosti odnosa između crta ličnosti i zadovoljstva u interpersonalnim odnosima (Schmitt, 2002).

Hipoteza socijalne razmjene je sociološka i psihološka teorija koja proučava društveno ponašanje dviju strana u interakciji koje provode analizu troškova i koristi kako bi odredile rizike i dobrobiti u nekom odnosu (Blau, 1964; Emerson, 1976; Homans, 1958; Rusbult, 1983; Thibaut i Kelley, 1959). Teorija socijalne razmjene predlaže da se ovi izračuni troškova i koristi događaju u romantičnim vezama, prijateljstvima, profesionalnim odnosima i kratkotrajnim odnosima kao što je npr. razmjena riječi s kupcem na blagajni (Thibaut i Kelley, 1959). Teorija socijalne razmjene pretpostavlja da ako su troškovi veze veći od nagrada, kao npr. ako je u vezu uloženo puno truda ili novca, a nije uzvraćeno, tada će strana koja ima veće troškove nego koristi biti nezadovoljna i sklona prekinuti vezu. Romantična će veza biti zadovoljavajuća i ljudi će biti spremni ulagati u nju ako njihovi partneri posjeduju svojstva koja su socijalno vrijedna (npr. ljepota, novac ili dobrota) i koja su povezana s minimalnim troškovima za drugog partnera (Schmitt, 2002).

Kirsner i sur. (2003) predložili su evolucijski utemeljen ekonomski model koji spaja teoriju socijalne razmjene (Thibaut i Kelley, 1959; Cosmides i Tooby, 1992) i evolucijski pristup u određivanju vrijednosti partnera koja se sastoji u njegovoj genetskoj kvaliteti (Buss i Schmitt, 1993; Gangestad i Simpson, 2000). Prema ovom modelu prilikom odabira partnera nije važno uparivanje u nekim specifičnim sličnim ili

komplementarnim karakteristikama ličnosti, nego u ukupnoj kvaliteti partnera, tj. njegovoj partnerskoj vrijednosti koja može obuhvaćati različite značajke: psihičke, socijalne, tjelesne i materijalne i koje mogu biti specifične za muški i ženski spol. Dobar su primjer takve razmjene u spolno specifičnim i privlačnim karakteristikama muškarci koji imaju visok socijalni status i često ga razmjenjuju na način da pronalaze tjelesno privlačne partnerice (Udry i Eckland, 1984). Na taj način muškarci za nagradu dobivaju lijepe žene, a žene dobivaju visoko obrazovane muškarce s dobrim primanjima. Muškarci za razliku od žena više cijene ljepotu, a žene za razliku od muškaraca više cijene socijalni status. Teorija socijalne razmjene naglašava važnost nečije socijalne i partnerske vrijednosti, tj. koliko je vrijedno ono što netko može dati. Što je veća nečija socijalna i partnerska vrijednost, ta osoba ima veći potencijal da doprinese zadovoljstvu u romantičnim vezama za sebe i za partnera.

Evolucijski pristup u skladu je s teorijom socijalne razmjene jer pretpostavlja kako postoje urođeni mehanizmi procjene i integracije informacija po kojima ljudi procjenjuju koliko je nešto vrijedno, tj. dobro ili loše za njihov opstanak i reprodukciju te mogu donositi odluke i ponašati se na način koji povećava njihovu vjerojatnost opstanka (Sznycer, 2022). Teorija socijalne razmjene i evolucijski pristup za razliku od teorije sličnosti i teorije komplementarnosti imaju veću fleksibilnost i širu mogućnost objašnjenja različitih svojstava partnera i njihove povezanosti sa zadovoljstvom u romantičnim vezama. Zbog toga ovaj rad slijedi taj kombinirani teorijski pristup u procjeni partnerske vrijednosti i zadovoljstva u vezi.

1.2. Dominacija i ugled kao motivi i strategije za postizanje socijalne i partnerske vrijednosti

U novijoj se literaturi iz područja evolucijske psihologije ugled i dominacija koncipiraju kao dvije različite strategije kojima osoba dolazi do socijalnog statusa (Cheng i sur., 2010, 2013; Henrich i Gil-White, 2001), kao motivi za postizanje moći (Suessenbach i sur., 2018) i kao aspekti samopoimanja osobe (Körner i sur., 2022). Pod nazivom model dominacije i ugleda najčešće se podrazumijeva dualna strategija postizanja socijalnog ranga pomoću strategije dominacije ili strategije ugleda (Cheng i sur., 2013). Drugi model dominacije, ugleda i vodstva je model koji predstavlja različite motive zbog kojih osoba želi doći do socijalne moći (Suessenbach i sur., 2018). Iz motiva dominacije i ugleda proizlaze strategije dominacije i ugleda. Samopoimanje osobe o vlastitoj dominaciji ili ugledu odraz je njezine percepcije tj. vidi li sebe kao osobu koja prisiljava i zastrašuje druge ili vidi li sebe kao osobu koju drugi cijene i poštuju (Körner i sur., 2022). U ovom istraživanju koncipiramo dominaciju i ugled kao dva motiva za postizanje moći.

Motivi i strategije dominacije i ugleda imaju adaptivnu i socijalnu vrijednost. Istraživanja upućuju na to da ključnu ulogu u dodjeljivanju socijalnog statusa nekom pojedincu ima njegova želja i sposobnost stvaranja koristi za grupu. Članovi grupe moraju percipirati kako su ponašanja, sposobnosti, vještine ili znanja koja pokazuje pojedinac korisni za njihovu dobrobit (Durkee i sur., 2020). Pripadnici neke grupe moraju procijeniti tj. donijeti sud o vrijednosti, odnosno korisnosti pojedinca za članove grupe. Što je pojedinac korisniji za grupu, dobit će viši socijalni status.

Dominacija i ugled dvije su strategije pomoću kojih osoba može doći do socijalnog statusa i dva načina na koji može utjecati na druge ljude (Kakkar i Sivanathan, 2021), ali i značajke ličnosti koje utječu na procjenu njezine partnerske vrijednosti,

odnosno poželjnosti. Dominacija se temelji na prisili, zastrašivanju, agresiji, ucjeni, prijetnji i manipulaciji, a ugled se temelji na osobnim sposobnostima i postignućima kojima se drugi dive i cijene ih te zbog toga pokazuju poštovanje prema osobi koja ih posjeduje (Zeigler-Hill i McCabe, 2019). Ugled omogućava učenje od onih pojedinaca koji posjeduju znanja i vještine koji su važni i vrijedni za grupu, kao npr. pronalaženje hrane, znanja i vještine u liječenju, vještine lova, vještina izrade nastambi i predmeta, znanje više jezika, različita tehnička i informatička znanja i vještine itd. (Henrich i Gil-White, 2001). Na taj način grupa ima koristi od znanja i vještina pojedinca, a on zauzvrat dobiva poštovanje, položaj i utjecaj u grupi.

Kao što je ranije rečeno, dominacija je koncipirana kao strategija koja se više temelji na zastrašivanju i prisili, a poslušnost dominantnim pojedincima ne zasniva se na dobrovoljnom poštovanju, nego na strahu od mogućih posljedica ako se uđe u sukob s takvom osobom (Cheng i sur. 2010; 2013). Dominacija može također biti podloga za socijalno učenje. Drugi mogu učiti od dominantnih pojedinaca kako biti odlučan i pouzdan, kako kontrolirati druge i kako ih uvjeriti da priznaju njihov autoritet (Kakkar i Sivanathan, 2021). Ima autora koji na dominaciju gledaju kao na vrstu kompetencije i ugleda od koje imaju koristi i članovi grupe. Chapais (2015; 2017) smatra kako dominacija također predstavlja vrstu ugleda, tj. kompetencije te nije ograničena samo na dimenziju suparništva, nego ima komponentu suradnje. Odnosi koji se temelje na dominaciji daju mogućnost onima na najvišem položaju da pružaju različite pogodnosti onima koji su im podložni kao npr. učinkovitu zaštitu protiv agresora, podršku u sukobima i pristup ograničenim resursima (npr. partner ili hrana). Članovi grupe dodjeljuju status tjelesno snažnijim muškarcima zbog njihovih sposobnosti vodstva i usluga koje mogu pružiti kao npr. kažnjavanje „solo igrača“ i pregovaranje s drugim skupinama (Lukaszewski i sur., 2016). To znači da snažniji i dominantniji muškarci imaju

viši status i zbog svoje socijalne vrijednosti, a ne samo zbog toga što ih se drugi boje (Chapais, 2017; McAdams, 2017).

Osobe koje imaju izraženu crtu dominantnosti često utječu na ponašanje grupe jer se ponašaju na način zbog kojeg ih drugi percipiraju kao kompetentnije, npr. daju više odgovora na probleme, daju prve odgovore na probleme i pružaju informacije koje se tiču rješavanja problema (Cameron i Kilduff, 2009). Osim toga, pojedinci koji su socijalno dominantniji reagiraju brže na podražaje, donose brže odluke bez gubitka točnosti u usporedbi s nisko dominantnim pojedincima, a takav način reagiranja povezan je i s pojačanom moždanom aktivnošću kod visoko dominantnih muškaraca (da Cruz i sur., 2018). Dakle, dominacija i ugled, bilo da se radi o modelu socijalnih motiva za stjecanje moći (Suessenbach i sur., 2018) ili modelu dualne strategije za postizanje socijalnog ranga (Cheng i sur., 2013) mogu postati predmet vrednovanja drugih ljudi i odražavati socijalnu i partnersku vrijednost pojedinaca koji ih pokazuju.

Ljudi su skloni vrednovati stvari, događaje i osobe kao dobre, loše ili neutralne za njihovu dobrobit (Sznycer, 2022). Proces vrednovanja usmjerava odluke i ponašanja u odgovarajućem smjeru, tj. ljudi se odlučuju za ono što misle da će im koristiti, a izbjegavaju ono što misle da će im štetiti i ponašaju se u skladu s time. Ljudi na taj način procjenjuju i nečiju socijalnu i partnersku vrijednost, npr. nečiju tjelesnu ljepotu, financijske resurse, socijalni status i značajke ličnosti kako bi procijenili koliko je ta osoba poželjna za partnera. Bit partnerske vrijednosti sastoji se u procjeni koliko je neka osoba dobra, odnosno korisna za nečiju dobrobit ili štetna. Drugim riječima, nečija partnerska vrijednost iz evolucijske perspektive sastoji se u njegovoj vjerojatnosti da pomogne u prenošenju gena, tj. u njegovoj sposobnosti da promiče opstanak i reprodukciju procjenitelja. Stoga se može pretpostaviti da ljudi procjenjuju nečiju

dominaciju i nečiji ugled te da dominacija i ugled predstavljaju nečiju socijalnu i partnersku vrijednost.

Ljudi mogu procjenjivati nečiju potrebu za ugledom i dominacijom i posljedice tih potreba kao nešto što je za njih korisno i/ili štetno te im davati pozitivnu i/ili negativnu vrijednost. S jedne strane, poznavanje pozitivne ili negativne vrijednosti nečije dominacije ili ugleda omogućava pojedincima da donose odluke i planiraju svoje ponašanje npr. da žele biti u blizini uglednog pojedinca ili da žele izbjeći osobu koja pokazuje dominantna ponašanja. S druge strane, ugled i dominacija mogu biti od koristi za pojedinca koji ih pokazuje jer time može zadobiti veću vrijednost i imati veći utjecaj na druge, ali i ostali članovi grupe u različitim situacijama mogu profitirati od ugleda i dominacije pojedinca (npr. od uglednog člana naučiti vrijedne vještine, a od dominantnog člana dobiti zaštitu).

S obzirom na korist za pojedinca koji pokazuje dominaciju i ugled, takve mu karakteristike omogućavaju da postigne viši socijalni status, a to sa sobom donosi i privilegije (npr. lakši pristup resursima kao što je hrana ili potencijalnim partnerima) te omogućuje takvim osobama veći utjecaj na druge koji ih najčešće slušaju i pokazuju prema njima poštovanje ili poslušnost (Jiménez i Mesoudi, 2019; Lange i sur., 2018). Stjecanje višeg socijalnog položaja putem dominacije ili ugleda poželjno je za osobu koja želi utjecati na druge i povezano je s njezinim reproduktivnim uspjehom (Jiménez i Mesoudi, 2020). Različiti su razlozi koji pokreću ljude da žele viši socijalni status. On donosi mnoge pogodnosti kao što su: osjećaj autonomije, ugled u očima drugih i reproduktivni uspjeh (npr. veći broj mogućih partnera i potomaka; Mitchell i sur., 2019). Nadalje, viši socijalni status povećava vlastiti osjećaj kontrole, osjećaj samopoštovanja i omogućava pojedincima da se više oslanjaju na vlastite stavove, vrijednosti i ideje te ih čini manje ovisnim o drugim ljudima.

Dakle, dominacija i ugled, osim što su dvije strategije postizanja socijalnog statusa i dva motiva za postizanje moći, također predstavljaju nečiju socijalnu i partnersku vrijednost, tj. utječu na to koliko je osoba poželjna ili nepoželjna za grupu ili kao partner. Socijalna i partnerska vrijednost dominacije i ugleda ovise o kontekstu u kojem se pojavljuju i o spolu koji ih pokazuje. U kriznim vremenima i vremenima ugroze ljudi pokazuju preferencije za dominantnije vođe, a u mirnim vremenima za uglednije vođe (Kakkar i Sivanathan, 2017). Smatra se da su u vremenima kolektivne nesigurnosti ljudi motivirani smanjiti percipirano stanje niske osobne kontrole te traže dominantnog vođu kako bi ponovno uspostavili osjećaj osobne kontrole. Dominacija je više tipična za muškarce nego za žene od kojih se ne očekuje da pokazuju dominantna ponašanja (Jiménez i sur., 2021; Williams i Tiedens, 2016).

Ugled i dominacija nisu međusobno isključivi motivi, već su ortogonalne dimenzije pa tako neka osoba može biti motivirana koristiti obje strategije kako bi stekla moć dok druga osoba neće biti motivirana koristiti niti jednu strategiju (Cheng i sur., 2010, 2013). Osim toga, vrlo je vjerojatno da motivacija za korištenje dominacije ili ugleda ovisi o kontekstu u kojem je osoba. Neka osoba može biti motivirana u sportu koristiti dominaciju, a na radnom će mjestu koristiti ugled, što vjerojatno ovisi o kognitivnoj procjeni koliko pojedina motivacija može biti uspješna u specifičnom kontekstu. Aktivacija pojedinog motiva može ovisiti i o vanjskim pritiscima (npr. rad u kompetitivnoj ili opasnoj sredini) ili o prošlim iskustvima vezanim uz korištenje pojedinog motiva, tj. koliko je pojedini pokušaj ostvarivanja motiva bio općenito uspješan.

1.3. Dominacija i ugled kao motivi za postizanje vlastite moći

Opće je poznata činjenica da neke osobe u društvu imaju viši socijalni status, a time i veću moć da utječu na razmišljanje i ponašanje drugih ljudi. Moć shvaćamo kao posljedicu socijalnog statusa i sposobnost utjecaja pojedinca na druge ljude (Anderson i sur., 2012). Osobe koje postižu viši socijalni status i moć češće su za to motivirane, često su to oni pojedinci koji žele utjecati na druge ljude (Suessenbach i sur., 2018). Premda se smatra da je potreba za stjecanjem socijalnog statusa temeljni ljudski motiv, jačina potrebe za postizanjem socijalnog statusa varira između pojedinaca. Potreba za stjecanjem višeg socijalnog statusa povezana je s višim razinama testosterona, visokom razinom samopromatranja (svjesnost o socijalnim i interpersonalnim znakovima koji utječu na druge), apstraktnim načinom razmišljanja i orijentacijom prema dominaciji ili ugledu (Mitchell i sur., 2019).

Kao što je već prije navedeno Suessenbach i suradnici (2018) u svojim istraživanjima potvrđuju kako se dominacija i ugled mogu konceptualizirati kao dva motiva za stjecanje moći nad drugim ljudima. Prema njihovom modelu motivi za dominaciju i ugled, a oni dodaju i treći, motiv za vodstvo, predstavljaju različite motivacije za načine dolaska do moći. Motiv dominacije je potreba da se druge prisili ili zastraši kako bi bili poslušni, motiv ugleda je potreba da se od drugih zadobije poštovanje i divljenje, a motiv vodstva je potreba da se preuzme odgovornost za grupu i da ju se vodi prema nekom cilju. Premda se u ovom istraživanju mjerio i motiv vodstva, on neće ući u analizu podataka jer to nije predviđeno nacrtom istraživanja.

Motiv dominacije i motiv ugleda snažno su povezani s općom motivacijom za stjecanje socijalnog statusa i moći (Suessenbach i sur., 2018). U ovom istraživanju nećemo se izravno baviti statusom, nego motivima ugleda i dominacije koji dovode do statusa i posljedicama tih motiva, a to su moć i zadovoljstvo u vezi. Osim toga, dominacija i ugled

kao dva motiva za stjecanje moći podrazumijevaju i korištenje različitih strategija koje se očituju u različitim ponašanjima pomoću kojih osoba dolazi do moći. Od sada pa nadalje, kada se govori o dominaciji i ugledu podrazumijevaju se motivi za postizanje moći, osim ako nije naznačeno drugačije.

Prema mojim saznanjima, ne postoje istraživanja koja su se izravno bavila pitanjem kakav učinak dominacija i ugled kao dva motiva za stjecanje moći imaju na romantične veze, tj. na zadovoljstvo partnera u takvim vezama te stabilnost i dugotrajnost takvih veza. Osim toga, ne postoje istraživanja koja su proučavala koje emocionalne i ponašajne posljedice ova dva načina postizanja moći imaju na sudionike u romantičnim odnosima. Stoga smatramo da je važno istražiti i analizirati kakav učinak dominacija i ugled kao dva motiva za stjecanje moći imaju na percepciju vlastite moći u vezi i na zadovoljstvo u romantičnoj vezi za oba partnera.

U dijadnim vezama osobe svojim karakteristikama i ponašanjem utječu na vlastite ishode što nazivamo aktorski efekti i ishode partnera što nazivamo partnerski efekti (Kenny, 1996). Aktorski efekt je učinak neke karakteristike osobe na odgovor te osobe, npr. motiv za dominaciju neke osobe ima učinak na njezino vlastito zadovoljstvo u vezi. Partnerski efekt je učinak neke karakteristike osobe na odgovor partnera, npr. motiv za dominaciju neke osobe ima učinak i na zadovoljstvo partnera s kojim je ta osoba u vezi, a ne samo na njezino vlastito zadovoljstvo. Stoga nas u ovom istraživanju zanimaju aktorski i partnerski efekti dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi i na emocije muškaraca i žena u vezi.

U ovom će se istraživanju prikazati i testirati novi model koji analizira odnos dominacije i ugleda s vlastitom i partnerovom moći te vlastitim i partnerovim zadovoljstvom u vezi. Analizirat će se i statistički učinci moderatorskih varijabli: spola, tjelesne visine, stupnja obrazovanja, visine primanja i tjelesne privlačnosti na efekte

dominacije i ugleda na moć. Navedene moderatorske varijable predstavljaju potencijal za ostvarenje moći tj. mogu pomoći u ostvarenju motiva za dominaciju i ugled. Osim toga, istražiti će se i preferencije muškaraca i žena vezane uz dominaciju i ugled što nije predviđeno nacrtom, ali je važno za procjenu partnerske vrijednosti kod oba spola. Želimo utvrditi preferiraju li muškarci i žene uglednije ili dominantnije partnere i za koju vrstu veze, kratkotrajnu ili dugotrajnu.

1.4. Odnos između moći, socijalnog statusa i utjecaja

Istraživanje je usmjereno na određene strukturalne i objektivne dimenzije socijalne hijerarhije (kao npr. visina primanja i stupanj obrazovanja), ali i na percepciju osobe o tri važne dimenzije socijalne hijerarhije, tj. na potrebe osobe za dominacijom i ugledom i na percepciju osobe o vlastitoj moći u romantičnoj vezi. U predloženom modelu dominacija i ugled predstavljaju dva motiva za postizanje moći, a percepcija vlastite moći je mjera ostvarenih motiva ugleda i dominacije te neizravna mjera socijalnog statusa.

Premda se moć definira na različite načine kao npr. sposobnost kontrole vlastitih ili tuđih resursa bez socijalnog ometanja (Blader i Chen, 2014; Galinsky i sur., 2003), kao količina kontrole jednog člana dijade nad ishodima drugog člana dijade (Georgessen i Harris, 1998, 2000) ili kao sposobnost mijenjanja stanja drugih ljudi pomoću pružanja i uskraćivanja resursa ili kažnjavanja (Keltner i sur., 2003), za definiciju moći ključna je percepcija vlastite sposobnosti utjecanja tj. percipirana sposobnost pojedinca da utječe na nečije mišljenje i ponašanje. Na primjer, roditelji imaju kontrolu nad resursima djece kao što su hrana, sigurnost, stanovanje i donose odluke za svoju djecu, ali mnogi od njih percipiraju kako nemaju moć nad svojom djecom. U ovom istraživanju moć se definira i mjeri kao percepcija vlastite sposobnosti pojedinca da utječe na druge te može i ne mora

biti povezana sa sociostrukturnim varijablama kao što su npr. socijalni status i stupanj obrazovanja (Anderson i sur., 2012). Jedna od glavnih posljedica moći je socijalni utjecaj.

Pretpostavljamo kako bi partnerska vrijednost mogla proizlaziti iz višeg stupnja obrazovanja, iz raspolaganja većim finansijskim resursima ili iz tjelesne privlačnosti što može dovesti do veće moći i većeg utjecaja u romantičnoj vezi. Oni koji imaju moć, manje ovise o resursima drugih ljudi te lakše zadovoljavaju svoje vlastite potrebe i želje. Percepcija vlastite moći povezana je s pozitivnim emocijama, proaktivnošću, automatskom obradom informacija, usmjerenošću na nagrade i manjkom inhibicije u socijalnom ponašanju (Anderson i Berdahl, 2002). Nasuprot tome, percepcija vlastite nemoći povezana je s negativnim emocijama, usmjerenošću na kaznu ili prijetnju, kontroliranom obradom informacija i inhibicijom socijalnog ponašanja (Keltner i sur., 2003). Percepcija vlastite moći nije potpuno neovisna o promatračima, oni daju povratnu informaciju koliko su spremni poslušati i slijediti osobu koja pokazuje moć. Ako se drugi ne slažu da neka osoba ima moć, vjerojatno je neće biti spremni poslušati.

Za razliku od moći koja nije nužno ovisna o percepciji drugih, tj. može biti i samo subjektivna percepcija pojedinca, socijalni status je socijalno vrednovanje nečijeg položaja u društvu i njegovog utjecaja, a između ostalog obuhvaća obrazovanje, socioekonomski status i ulogu (posao) u društvu (Cheng i sur., 2014). Status možemo definirati kao indeks socijalne vrijednosti pojedinca ili grupe koju im pripisuje promatrač, stoga status ovisi o procjenjivanju drugih, tj. koliko je osoba socijalno utjecajna i vrijedna u očima drugih (Anderson i sur. 2001; Blader i Chen, 2014). Proces pomoću kojih promatrač subjektivno vrednuje položaj neke osobe u socijalnoj hijerarhiji čine glavni dio procesa dodjeljivanja statusa.

Iz svega navedenog proizlazi da osobe koje imaju viši socijalni status u vezi, mogu imati veću moć u partnerskoj vezi, a moć se shvaća kao vjerojatna posljedica

statusa. Osobe koje uživaju visoki socijalni status žele zadržati poštovanje i divljenje koje im pokazuju drugi pa su zbog toga pažljivije i usmjerenije na druge te se uglavnom ponašaju pristojno i uzorno prema drugima (Hadar i sur. 2025; Korndörfer i sur., 2015). Ugled koji smo konceptualizirali kao potrebu osobe da joj se drugi dive i da ju poštuju većinom se poklapa s iznesenim definicijama o socijalnom statusu jer i u ugledu i u socijalnom statusu ključnu ulogu imaju promatrači koji određuju je li netko vrijedan poštovanja i divljenja, odnosno promatrači određuju kolika je nečija socijalna vrijednost, tj. socijalni status.

Premda se moć u velikoj mjeri može poistovjetiti sa socijalnim statusom, tj. moć i status se često pojavljuju zajedno u istoj osobi, moć i status nisu identični i ne moraju se pojaviti zajedno unutar iste osobe (Carney, 2021). Ključna razlika između moći i socijalnog statusa je da moć uključuje percepciju sposobnosti utjecaja na nečija mišljenja i ponašanja koja ne mora biti izražena dok je socijalni status ostvareni utjecaj na druge. Viši socijalni status najčešće sa sobom donosi i veću moć, međutim osoba bez značajnog socijalnog statusa, npr. politički zatvorenik ili terorist može imati veliku moć, a da nema značajan socijalni status ili neka osoba može imati socijalni status, a da nema moć, npr. kraljice i kraljevi u parlamentarnim monarhijama nemaju neku moć u kreiranju politike određene zemlje, ali imaju socijalni status. Ova činjenica osobito može vrijediti u dijadnim odnosima, npr. da jedan partner ima socijalni status, ali da nema moć u vezi.

Nasuprot tome, vođa neke kriminalne bande ili organizacije poput mafije može imati veliku moć, a da nema socijalni status, odnosno može imati status samo unutar te kriminalne grupe ili u kriminalnom okruženju. Na ovim primjerima vidljiva je kompleksnost odnosa između statusa i moći koji su najčešće povezani, ali mogu biti i razdvojeni. Osoba u dijadnom odnosu može imati viši socijalni status zbog svog zanimanja ili obrazovanja, no to ne znači nužno da ima i moć u odnosu, tj. da može

određivati važne ishode, kontrolirati resurse i utjecati na drugu osobu. Moć je nadređeni pojam koji obuhvaća i utjecaj na općenitoj razini, osoba ima sposobnost utjecaja na druge ljude, bilo zbog svog ugleda ili zbog izazivanja straha. Kao što je već prije rečeno, mjera osobnog osjećaja moći koja se koristi u ovom istraživanju mjeri utjecaj, tj. percepciju vlastite sposobnosti da se utječe na druge u ovom slučaju na romantičnog partnera (Anderson i sur., 2012).

1.5. Učinci moderatorskih varijabli na odnos dominacije i ugleda s moći

Teorijski model istraživanja pretpostavlja kako na odnos između dominacije i ugleda s moći potencijalno utječu: spol, tjelesna visina, tjelesna privlačnost, visina primanja i stupanj obrazovanja. Odnos svakog navedenog potencijalnog moderatora s dominacijom i ugledom na percepciju vlastite moći objašnjen je dalje u tekstu.

1.5.1. Moderatorski učinak spola i tjelesne visine na odnos dominacije i ugleda s moći

Jedno od važnih svojstava koje žene procjenjuju kod potencijalnih romantičnih partnera je kapacitet za dominaciju (Bryan i sur., 2011). Žene percipiraju da je muška tjelesna dominacija povezana s tjelesnom privlačnošću i socijalnom dominacijom te na početku procjenjuju dominantnije muškarce poželjnijima za kratkotrajnu i za dugotrajnu vezu (Frederick i Haselton, 2007; Sell i sur., 2017). Poželjnost dominantnijih muškaraca za žene vjerojatno je povezana sa snagom muškarca, procjenom da će moći zaštititi njih i njihovo potomstvo, sa sposobnošću stjecanja resursa, kao i s mehanizmom nasljeđivanja tj. povećanom vjerojatnošću da će ta obilježja prenijeti na potomke (Lidborg i sur., 2022). Prema predloženom modelu u ovom istraživanju, spol je važna moderatorska varijabla koja utječe na efekte dominacije i ugleda na moć u vezi.

Pretpostavljamo kako zbog svoje tjelesne veličine i snage te različite reproduktivne fiziologije muškarci mogu dominaciju koristiti s više uspjeha za razliku od

žena (Van Vugt i Smith, 2019). Nasuprot tome, žene bi s više uspjeha mogle koristiti ugled što bi bilo također u skladu sa spolnim ulogama prema kojima su muškarci grublji i agresivniji, a žene ugodnije i miroljubivije (Williams i sur., 2016). Neka istraživanja govore u prilog tome da žene za razliku od muškaraca više teže za statusom koji je po svojoj definiciji više povezan s ugledom, a muškarci za razliku od žena više žele moć koja je po svojoj definiciji više povezana s dominacijom (Hays, 2013). U skladu s time moguće je da muškarci preferiraju postići moć pomoću dominacije, a žene preferiraju postići moć pomoću ugleda. Muškarci i žene obraćaju više pažnje na muškarce koje percipiraju kao socijalno dominantnije, ali ne i na socijalno dominantnije žene (Maner i sur., 2008). Pretpostavljamo kako muškarci zbog biološke predispozicije i kulturnih normi koje uglavnom muška dominantna ponašanja smatraju prihvatljivima mogu lakše postići moć pomoću dominacije za razliku od žena. Dominacija ima veću partnersku vrijednost za muškarce, a manju za žene i više je prisutna kod muškaraca, nego kod žena. Korištenje dominacije kao strategije za stjecanje moći karakterističnije je za muškarce jer su oni općenito snažniji i viši od žena, ali i žene mogu uspješno koristiti neka dominantna ponašanja (npr. emocionalna ucjena, prijevara i verbalna agresija) kako bi postigle svoj cilj (Snyder i sur., 2008; Suessenbach i sur., 2018).

Kada govorimo o dominaciji koja je povezana s agresijom, egoizmom i zastrašivanjem (Cheng i sur., 2010, 2013) moramo uzeti u obzir spol prema kojemu je upućena agresija. Treba razlikovati agresiju koja se pojavljuje između dvije muške osobe, dvije ženske osobe te muške i ženske osobe. Budući da su žene općenito tjelesno slabije od muškaraca, vjerojatno će koristiti različite agresivne strategije u sukobu s muškarcima, nego u sukobu sa ženama. U sukobu s muškarcima tjelesna agresija ne bi bila toliko učinkovita, stoga žene više koriste tzv. neizravnu agresiju za razliku od muškaraca koji su više skloni koristiti izravnu agresiju (Griskevicius i sur., 2009).

Neizravna agresija može se definirati kao namjera da se nanese šteta osobi na neizravan način kao što su npr. lupanje vratima, lupanje po stolu, bacanje stvari, razbijanje stvari, durenje, ogovaranje i slično (Björqvist, 1994). Istraživanja sugeriraju da žene više koriste neizravnu agresiju, a manje izravnu agresiju (suočavanje licem u lice; Conway i sur., 2005; Griskevicius i sur., 2009). Žene također mogu koristiti uspješno neke oblike izravne agresije npr. verbalnu agresiju poput vikanja i prijetnji. Dakle, žene mogu koristiti neke strategije dominacije kako bi došle do moći, ali se može pretpostaviti da neće u tome biti uspješne kao muškarci u dijadnom odnosu zbog biološke predispozicije (manja veličina i snaga žena), roditeljskog ulaganja i rodni stereotipa.

U svim su kulturama muškarci nasilnije agresivni od žena, osobito u ekstremnon nasilju gdje su muškarci nadmoćno češće ubojice za razliku od žena (Daly i Wilson, 1988). Osim toga, većina su njihovih žrtava drugi muškarci. Evolucijski model unutarpolnog natjecanja pruža temelje za takvo objašnjenje (Buss, 2012). Kod vrsta u kojima ženke u potomstvo ulažu više od mužjaka, one su vrijedan ograničavajući resurs za razmnožavanje mužjaka (Trivers, 1972). U ljudskoj se vrsti muškarci moraju boriti za taj resurs (žene) i dokazati da su sposobni ulagati u potomstvo i štititi ga. Sve to dovodi do natjecanja među muškarcima i povećanja istospolne agresije pa su muškarci češće počinitelji i žrtve agresije. Muškarci agresijom mogu prisvojiti tuđe resurse, nametati troškove istospolnim suparnicima i uspostaviti status i moć u društvenoj hierarhiji što im olakšava pristup resursima i čini ih poželjnijima za pripadnice drugog spola (Buss, 2012).

Žene se kao i muškarci upuštaju u agresiju i njihove žrtve su u pravilu pripadnice drugog spola. Agresija žena najčešće se svodi na verbalnu agresiju, omalovažavanje i klevetanje suparnica napadom na njihov tjelesni izgled (Campbell, 1999). Oblici ženske agresije manje su napadni, manje nasilni i stoga manje rizični od muške agresije, što se objašnjava teorijom roditeljskog ulaganja i spolnog odabira (Campbell, 1995). Žene

moraju više vrednovati svoje živote nego muškarci jer djeca više ovise o majčinskoj brizi nego o očinskoj brizi. Stoga ženska evoluirana psihologija odražava veći strah od situacija koje prijete tjelesnom ozljedom. Osim ovih evolucijski uvjetovanih mehanizama muške i ženske agresije postoje i kulturološka očekivanja koja utječu na žensko i muško iskazivanje agresije (Burbank, 1987).

Kulturološki gledano, od žena se ne očekuje da budu agresivne ili nasilne pa bi žene koje koriste takvu strategiju naišle na više zapreka u iskazivanju motivacije za dominaciju za razliku od muškaraca. Kada žene pokazuju dominantno ponašanje suočavaju se s više negativnih ishoda u usporedbi s muškarcima (Williams i Tiedens, 2016). Žene koje asertivno naglašavaju svoje vještine, postignuća i želju za vođenjem, drugima se manje sviđaju i manje su poželjne za zapošljavanje u usporedbi s muškarcima koji sebe opisuju na identičan način. Nadalje, ženama koje se ponašaju dominantno drugi dodjeljuju niži socijalni status (Livingston i sur., 2012), percipiraju ih kao manje kompetentne, smatraju ih nedostojnima promaknuća (Okimoto i Brescoll, 2010) i neprikladnima za posao (Wilson i sur., 2001).

Muškarci su u prosjeku viši od žena te bi njihova visina mogla biti dodatni činitelj zbog kojeg će biti uspješniji u ostvarivanju motiva za dominaciju u usporedbi sa ženama. Postoji socijalni dojam i pokazatelji kako su viši ljudi uspješniji u životu i na poslu npr. zarađuju više i drže vodeće položaje (Hamstra, 2013). Visina osobe može pospješiti njezinu potrebu za ostvarivanjem dominacije ili ugleda i povećati njezinu partnersku vrijednost te ju zbog toga koristimo kao varijablu u istraživanju. Drugi ljudi smatraju kako su više osobe uvjerljivije i privlačnije kao partneri za razliku od nižih ljudi, a visina je pozitivno povezana s nečijim uspjehom na radnom mjestu, visinom primanja i inteligencijom (Blaker i van Vugt, 2014). Visina ima veći efekt za muškarce nego za žene i pozitivno je povezana s crtama ličnosti kao što su samopouzdanje, neovisnost i

dominantnost, a ta povezanost između visine i spomenutih crta izraženija je u muškaraca (Melamed, 1992). Osobu čije tijelo zauzima više prostora drugi percipiraju kao dominantniju (Tiedens i Fragale, 2003), stoga visina može biti znak dominantnosti neke osobe, njezinog statusa i moći (Panchal i Gill, 2019). Predloženi model pretpostavlja da će taj učinak visine za muškarce biti veći u ostvarivanju motiva za dominaciju i ugled u usporedbi sa ženama jer su muškarci u prosjeku viši od žena, više osobe su najčešće i snažnije, a tjelesna snaga olakšava dominaciju.

1.5.2. Moderatorski učinak tjelesne privlačnosti na odnos dominacije i ugleda s moći

Tjelesna privlačnost igra važnu ulogu u procjeni prvotne poželjnosti za oba spola (ali je važnija muškarcima u procjeni žena) bilo da se radi o neobaveznom seksu ili dugotrajnom partnerskom odnosu (Maner i sur., 2008). Nadalje, oba spola obraćaju više pažnje na tjelesno privlačne žene, nego na tjelesno privlačne muškarce. Ovi nalazi u skladu su s hipotezom o preferencijama muškaraca i žena pri uparivanju gdje socijalna dominacija u muškaraca ima značajnu partnersku vrijednost i neizravno upućuje na njihovu kompetitivnu sposobnost te sposobnost zaštite partnerice i potomstva, dok tjelesna privlačnost žena ukazuje na znakove plodnosti i zdravlja što je važno muškarcima pri uparivanju sa ženama (Buss i Schmitt, 1993).

Tjelesna privlačnost ima važnu socijalnu i partnersku vrijednost za muškarce i za žene (Little i sur., 2011). U svakodnevnom životu tjelesna privlačnost donosi različite prednosti, privlačne osobe često su tretirane drukčije zbog svoje ljepote, npr. privlačna djeca manje su kažnjena za ista nedjela za razliku od manje privlačne djece (Grammer i sur., 2003). Nadalje, privlačniji studenti dobivaju bolje ocjene, pri zapošljavanju izgled može biti važniji od nečije kvalifikacije, tjelesno privlačne osobe procjenjuju se kao kompetentnije na poslu, drugi ih procjenjuju kao socijalno poželjnije i bolje prilagođene

za razliku od neprivlačnih osoba (Langlois i sur., 2000), a na sudu tjelesna privlačnost može dovesti do ljepšeg postupanja prema osobi i do blaže osude (Hatfield i Sprecher, 1986).

Tjelesna privlačnost u partnerskim odnosima predstavlja važan aspekt partnerske vrijednosti jer ukazuje na plodnost, zdravlje i snagu osobe što jamči reproduktivni uspjeh. Uobičajeno se smatra kako je tjelesna ljepota puno važnija za žene jer im može poslužiti kao razmjena u braku za ekonomske dobrobiti koje dobivaju od partnera. Muškarci na taj način dobivaju lijepe žene, a lijepe žene mogu sebi ljepotom priskrbiti visoko obrazovane partnere s visokim primanjima (Buss, 1989; Tadinac i Hromatko, 2007; Udry i Eckland, 1984). Tjelesno privlačni muškarci također postižu viši status za razliku od manje atraktivnih muškaraca (Anderson i sur., 2001). Pretpostavljamo da je tjelesna ljepota važna moderatorska varijabla pri ostvarivanju motiva za ugled i dominaciju u vezi. Predloženi model pretpostavlja kako će tjelesna privlačnost utjecati na jačinu odnosa između dominacije i ugleda i percipirane moći u partnerskoj vezi. Osobe koje će sebe procjenjivati tjelesno atraktivnijima i koje će partneri procjenjivati tjelesno atraktivnijima lakše će ostvariti motivaciju za dominaciju i ugled i imat će veću percepciju vlastite moći u vezi.

Žene na različite načine npr. odijevanjem, nakitom, obućom, frizurom ili šminkanjem mogu istaknuti svoju tjelesnu privlačnost i time pojačati efekte motivacije za dominaciju ili ugled i percepciju o svom ugledu ili svojoj dominaciji, a time i svoju moć u odnosu, odnosno utjecaj na partnera. Upotreba kozmetike koja je tipična za žene doprinosi tome da žene izgledaju zdravije i privlačnije (Nash i sur., 2006; Russel, 2003). Nadalje, žene koje su bile našminkane bile su percipirane kao samopouzdanije. Drugi su smatrali da takve žene zarađuju više te da imaju uglednije poslove, nego kada su te iste žene bile predstavljene bez šminke. Kozmetika ne povećava samo percepciju ljepote

ženskog lica, nego utječe i na percepciju drugih karakteristika poput zdravlja i ugleda koji nisu izravno povezani s ljepotom ženskog lica. Pretpostavljamo da će tjelesna privlačnost više pomoći ženama u njihovom ostvarivanju motiva za ugled i dominaciju, nego muškarcima jer žene šminkanjem mogu istaknuti svoju tjelesnu ljepotu i time pojačati efekte dominacije i ugleda na moć.

1.5.3. Moderatorski učinak financijskih resursa na odnos motiva dominacije i ugleda s moći

Dvije vrlo važne komponente socioekonomskoga statusa su visina primanja i stupanj obrazovanja te ih u ovom istraživanju koristimo kao pokazatelje socioekonomskog statusa. Ova dva pokazatelja u modelu su zbog preglednosti prikazani kao jedan konstrukt, ali ćemo ih tretirati odvojeno. Smatra se da je visina primanja važan resurs u postizanju zadovoljstva životom (Masuda i sur., 2020; Plouffe i Tremblay, 2017). Teorijski model predložen u ovom radu pretpostavlja kako u romantičnoj vezi nečiji financijski resursi poput visine primanja mogu pomoći nekome u postizanju moći putem dominacije i ugleda te mogu biti značajno povezani sa zadovoljstvom u vezi za oba partnera, ali su financijski resursi važniji za žene u njihovoj procjeni poželjnosti muškaraca, nego muškarcima u procjeni poželjnosti žena (Bryan i sur., 2011). Žene u usporedbi s muškarcima preferiraju više nego muškarci partnere koji će ih moći pouzdano opskrbljivati resursima. Pri uparivanju žene posebno cijene u muškaraca sposobnost stjecanja resursa, što znači da za njih važnu ulogu ima visina primanja muškarca (Buss, 1989).

Osobe koje imaju više materijalnih resursa češće postižu viši status te su poželjniji romantični partneri jer to može značiti da će bolje doprinijeti preživljavanju potomstva i pružiti potrebne resurse za njegovo podizanje (Zeigler-Hill i McCabe, 2019). Kao što je

prije navedeno, žene dosljedno pokazuju jasnu preferenciju za muškarce višeg socijalnog statusa pri uparivanju. Nečija socijalna vrijednost pa tako i nečija partnerska vrijednost, između ostalog ovisi o njegovim ili njezinim financijskim mogućnostima. Kako bi procijenili nečiji socijalni status, ljudi se između ostalog oslanjaju na znakove koji su s njime povezani kao što su npr. nakit, obuća, odjeća, auto, kuća itd. koji sugeriraju, odnosno signaliziraju da je osoba imućna i uspješna (Cheng i Tracy, 2013). U okolnostima gdje ljudi teško izravno promatraju vještine pojedinca, mogu se osloniti na procjenu ambicioznosti, produktivnosti ili financijskih resursa kao pokazatelja sposobnosti osobe.

Financijski resursi mogu biti pokazatelj ugleda osobe i pokazatelj njezinih sposobnosti u stjecanju materijalnih resursa, a time osoba zadobiva i veću moć u ljubavnoj vezi. Henrich i Gil-White (2001) pretpostavljaju kako su ljudi razvili sposobnost učenja od drugih članova grupe koja im omogućava učinkovito stjecanje kvalitetnih ideja, vjerovanja, vrijednosti i praksi te da ta sposobnost ima funkciju prilagodbe na okolinu. Jedan od takvih mehanizama učenja oni zovu pristranost prema ugledu, a uključuje sklonost učenja ili imitacije od sposobnih i kompetentnih članova grupe. Zbog toga su ljudi posebno osjetljivi na znakove nečijih sposobnosti u potrazi za uglednim modelima. Jedan od znakova sposobnosti i vještina osobe mogu biti njezini financijski resursi. Financijski resursi mogu signalizirati uspješnost osobe i njezin ugled te joj potencijalno pomažu u postizanju vlastite moći u ljubavnoj vezi. Osjećaj vlastite moći pozitivno je povezan sa sklonošću preuzimanja financijskog rizika (Sekšćićska i sur., 2024).

Nečije financijske mogućnosti mogu također pomoći osobi da dođe do moći pomoću dominacije. Financijski resursi omogućavaju osobi da zaposli druge kako bi joj pružali usluge ili kako bi kupili njezina dobra što stvara nejednakost u moći (npr.

poslodavac - zaposlenik, kupac - prodavač) i nejednakost u kontroli nagrada i kazni koja se može koristiti kako bi se izazvao strah i podčinjenost. Osoba koja ima veće financijske resurse manje je ovisna o drugima te joj to omogućava da se ponaša slobodnije i bude manje obzirna prema drugima. Partner koji u vezi zarađuje više, ima više moći u vezi i manje je ovisan o toj vezi (Blom i Hewitt, 2019). Nečiji financijski resursi u vezi omogućuju toj osobi veću moć i lakšu dominaciju u vezi, tj. da bude neovisnija od partnera, da se ponaša slobodnije i bude manje brižna prema njemu. Sposobnost osiguravanja financijskih resursa i tjelesna snaga predstavljaju središnji dio partnerske vrijednosti muškarca, što znači da su financijski resursi vjerojatno važniji muškarcima za percepciju vlastite moći u vezi nego ženama.

Prema predloženom modelu financijski resursi povećavaju učinak dominacije i ugleda na percepciju vlastite moći u partnerskoj vezi. Visina zarade može biti znak da neka osoba posjeduje sposobnosti u stjecanju materijalnih resursa te se može interpretirati kao znak ugleda te osobe. Materijalni resursi također omogućuju osobi da se ponaša dominantno, tj. da zastrašuje one koji su o njoj ovisni uskraćivanjem materijalnih resursa ili da njima manipulira u svoju korist kako bi ih navela da joj učine neku uslugu (npr. podmićivanje). Zbog toga visina primanja može biti vrlo korisno sredstvo koje povećava vlastitu partnersku vrijednost i važna moderatorska varijabla u postizanju vlastite percipirane moći bilo ugledom ili dominacijom. Očekuje se da će visina primanja biti pozitivno povezana s ostvarivanjem motiva za dominaciju i ugled, odnosno povećati učinak tih motiva na percepciju vlastite moći u vezi.

1.5.4. Moderatorski učinak stupnja obrazovanja na povezanost dominacije i ugleda s moći

Pojedinac koji ima izraženu potrebu za ugledom priželjkuje da ga/ju drugi poštuju i dive se njegovim ili njezinim sposobnostima koje posjeduje. Ugled se može povećati na

način da osoba pokazuje svoju stručnost i znanje u nekom polju (npr. neurokirurg, molekularni biolog, inženjer strojarstva i sl.) koje je stekao svojim obrazovanjem i svojim radom. S druge strane osoba koja želi dominirati drugima može koristiti svoje znanje kako bi u drugima izazvala strah i poslušnost. Većina ljudi spremna je poslušati one koji imaju autoritet ili za one koje misle da znaju više od njih (kao što su npr. liječnici, znanstvenici, zapovjednici, političari) čak i onda kada se to protivi njihovom uvjerenju kao što je to pokazao Milgram (1965) u svojim čuvenim eksperimentima poslušnosti autoritetu.

Stupanj obrazovanja može biti pokazatelj sposobnosti, uspjeha i kvalitete osobe. Obrazovanje predstavlja vrijednost za sebe i partnersku vrijednost, ali i potencijal koji pomaže osobi u postizanju potreba za dominacijom i ugledom. Ljudi općenito imaju više poštovanja prema onima koji su obrazovaniji te ih smatraju stručnijima i sposobnijima u onome čime se bave i skloni su slušati njihova mišljenja. Za većinu ljudi obrazovanje uz zdravlje i zadovoljstvo životom, predstavlja jednu od važnijih stvari u životu (Balestra i sur., 2018; Johshanloo i Jovanović, 2020). Ljudi procjenjuju vrijednosti različitih dobara koja imaju i uspoređuju se s drugima kako bi utvrdili svoju položaj u socijalnoj hijerarhiji (Durst, 2021; Frank i Hou, 2017; Salinas-Jiménez i sur., 2010). Može se pretpostaviti da stupanj obrazovanja povećava osjećaj vlastite socijalne vrijednosti i postignuća te pomaže osobi postići viši socijalni status.

Obrazovanje se često definira kao investicijsko i potrošačko dobro (Salinas-Jiménez i sur., 2010). Investicijska komponenta obrazovanja povezana je s očekivanjem novčanog povratka u budućnosti, a potrošačka komponenta povezana je s korisnošću sadašnje potrošnje (užitak u školovanju) i poboljšanim sposobnostima da se uživa veća raznolikost dobara u budućnosti, tj. veća mogućnost zaposlenja i pronalaska različitih poslova. Smatra se da obrazovanje povećava vještine pojedinca i njegovu produktivnost,

a povećana produktivnost može dovesti do većeg primanja na tržištu rada (Schultz, 1960). Stupanj obrazovanja doprinosi individualnom zadovoljstvu i povećava osjećaj vlastite vrijednosti (Durst, 2021; Salinas-Jiménez i sur., 2010). Na taj način stupanj obrazovanja povećava socijalnu i partnersku vrijednost osobe i pomaže joj u postizanju moći.

Nečiji stupanj obrazovanja može se smatrati i pozicijskim dobrom (Durst, 2021). Pojam pozicijsko dobro obuhvaća one stvari čija vrijednost snažno ovisi o njihovoj usporedbi sa stvarima koje posjeduju drugi (Frank, 1985). Stupanj obrazovanja nema apsolutnu vrijednost za osobu koja ga je postigla, nego ta vrijednost ovisi o usporedbi s onima koji su više ili manje obrazovani od nje. Prema tome, ako većina osoba ima isti stupanj obrazovanja, njegova vrijednost pada, no ako relativno mali broj osoba s kojima se pojedinac uspoređuje ima taj stupanj obrazovanja, onda raste njegova vrijednost. To znači da osoba koja ima relativno viši stupanj obrazovanja u usporedbi s drugima ili u usporedbi sa svojim romantičnim partnerom ili partnericom ima veću socijalnu i partnersku vrijednost. Na taj način osobe mogu vidjeti obrazovanje kao put kojim mogu steći socijalni status, ali i samo obrazovanje i zanimanje koje iz toga proizlazi može biti znak socijalnog statusa (Salinas-Jiménez i sur., 2010).

Obrazovanje ima značajnu ulogu u pristupu različitim poslovima i može pomoći pojedincu da dođe do uglednog posla. Dakle, obrazovanje kao socijalna i partnerska vrijednost može pomoći osobi ostvariti motive dominacije i ugleda u postizanju moći. Pretpostavljamo da će stupanj obrazovanja moderirati učinke potreba za dominacijom i ugledom na percepciju vlastite moći i zadovoljstva u vezi. Obrazovanije osobe mogle bi lakše ostvariti svoju potrebu za dominacijom i ugledom od manje obrazovanih osoba, što će dovesti do veće percepcije vlastite moći i posljedično većeg zadovoljstva u vezi.

1.6. Povezanost dominacije s vlastitim i partnerovim negativnim emocijama i ugleda s vlastitim i partnerovim pozitivnim emocijama i povezanost dominacije i ugleda s percepcijom vlastite moći u vezi

Istraživanja potvrđuju kako je potreba za dominacijom pozitivno povezana s agresivnosti, niskom ugodnosti i narcizmom (Cheng i sur., 2010, 2013; Suessenbach i sur., 2018), manipulativnosti, ljutnjom i egoizmom (Kettermann i Maner, 2021) te manjkom spremnosti na suradnju (Redhead i sur., 2018). Osobe koje su dominantne u interpersonalnim odnosima pokazuju tendenciju zanemarivanja tuđih osjećaja i misli. Pretpostavlja se da je to strategija koja im pomaže u uspješnom ostvarivanju vlastitih ciljeva gdje je druga osoba ponajviše percipirana kao sredstvo za ostvarenje cilja (Moeller i sur., 2011).

Nadalje, tzv. tamna trijada (makijavelizam, psihopatija i narcizam) povezana je sa željom za dominacijom (Semenyna i Honey, 2015). Naime, osobe koje imaju izražene gore navedene crte sklonije su steći socijalni status i utjecaj pomoću taktika prisile koje su obilježja dominacije i mogu uključivati zastrašivanje, agresiju i manipulaciju. Crte „tamne trijade“ povezane su s niskom ugodnošću, konfliktima u dugotrajnim vezama i bračnim nezadovoljstvom (Jonason i sur., 2012). Od spomenutih crta „tamne trijade“, psihopatija je uglavnom više izražena u muškaraca nego u žena (Kardum i sur., 2017). Potreba za dominacijom i crte „tamne trijade“ uključuju ponašanja kojima se druge želi kontrolirati, manipulirati i iskoristiti, a to u drugim osobama koje su meta takvih ponašanja pobuđuje više neugodnih osjećaja u interakciji s pojedincima koji imaju potrebu za dominacijom.

Pretpostavlja se da partner koji se ponaša dominantno sugerira drugoj osobi da se pokori i da se odrekne kontrole i moći u određenoj situaciji. Kada jedan od partnera pokazuje dominantno ponašanje, drugi partner može doživjeti frustraciju jer je ugrožena

njegova želja za autonomijom i kontrolom sebe samog, drugih i okoline (Sadikaj i sur., 2016). Ugrožena percepcija vlastite autonomije izaziva više neugodnih osjećaja, a neugodni osjećaji povezani su onda sa sniženim zadovoljstvom u romantičnom odnosu za oba partnera. Pomoću opisanog mehanizma može se objasniti veza između dominantnog ponašanja i negativnih osjećaja u romantičnoj vezi.

Osobe koje imaju dominantni stil ponašanja često koriste svoj utjecaj za stjecanje osobne dobiti (Van Vugt i Smith, 2019). U socijalnim odnosima dominantnije osobe govore više, češće prekidaju druge, više zure u druge, pokazuju veću facijalnu ekspresivnost, govore glasnije, stoje uspravnije, drže manju interpersonalnu distancu i obraćaju manje pažnju na drugu osobu (Knapp i sur., 2014). Dominacija je povezana s iskazivanjem osjećaja arogancije, umišljenosti i superiornosti (Van Vugt i Smith, 2019).

Osobe koje pokazuju potrebu za dominacijom imaju tendenciju biti vrlo proračunate i gledati na druge kao na saveznike ili neprijatelje i kao na one koji im mogu pomoći ili odmoći u njihovim naporima da steknu viši socijalni status (Maner i Case, 2016). Osobe koje imaju potrebu za dominacijom kada susretnu drugu osobu koja ima viši socijalni status sklone su osjećati zlobnu zavist (Lange i sur., 2018). Kako bi reducirale razlike u statusu, pokušavaju naštetiti statusu druge osobe te su sklone agresivnosti i socijalnom konfliktu. Može se pretpostaviti da gore navedeni stavovi i ponašanja u drugih ljudi, odnosno partnera u vezi mogu pobuditi više neugodnih osjećaja poput uplašenosti, ugroženosti i uzrujanosti.

Zanimljivo je kako neka istraživanja pokazuju da će osobe koje temelje status na dominaciji biti za ista ili slična nedjela kažnjene strože za razliku od osoba koje temelje status na ugledu. Ugledne će osobe za ista djela biti kažnjene puno blaže ili neće biti kažnjene (Kakkar i sur. 2020). Strože kazne za dominantnije počinitelje objašnjavaju se pomoću atribucije intencionalnosti i atribucijom nedostatka moralnih uvjerenja takvih

osoba. Kada drugi ljudi procjenjuju nedjela koja je počinila dominantnija osoba, smatraju da je to počinila namjerno i zato što se ne drži moralnih načela. Iz navedenog se može zaključiti da drugi ljudi dominantnije osobe percipiraju kao zlobnije i nemoralnije. Katkad je dominantno ponašanje agresivno, tj. postoji jasna namjera da se naštetiti drugoj osobi. Često puta dominacija je izražena bez agresije i uključuje antisocijalna ponašanja kao što su: pobuna protiv autoriteta i kršenje zakona. Dominacija je povezana s verbalnom agresijom, tjelesnom agresijom i ljutnjom (Johnson i sur., 2007). Zbog svega što je prije navedeno, model pretpostavlja da će osobe koje imaju potrebu za dominacijom pobuditi u romantičnom partneru više neugodnih (negativnih) osjećaja poput straha, ljutnje i frustracije.

Potreba za ugledom i strategije koje iz njega proizlaze povezane su sa savjesnosti, altruizmom, intimnosti, suradnjom i prosocijalnosti (Cheng i sur. 2010, 2013; Suessenbach i sur. 2018). Ugled kao potreba također je povezan s poniznošću i autentičnim ponosom (Van Vugt i Smith, 2019). Ugled kao strategija negativno je povezan s razinama testosterona te nepovezan ili negativno povezan s različitim vrstama agresije (Johnson i sur., 2007). Osobe koje imaju ugledni stil ponašanja drugima se više sviđaju, drugi im se dive, manje ih se boje za razliku od dominantnijih osoba, a uglednije osobe također su darežljivije. Ugledne osobe žele drugima pokazati svoja znanja i vještine kako bi zadobile njihovo poštovanje, a drugi ljudi često traže njihovu blizinu kako bi mogli učiti od njih.

Ugled kao strategija povezan je s osjećajima autentičnog postignuća i pouzdanja (Maner i Case, 2016). Osobe koje imaju potrebu za ugledom u susretu s drugim ljudima koji imaju viši socijalni status osjećaju dobronamjernu zavist te žele reducirati razlike u statusu tako što će poboljšati sebe (Lange i sur., 2018). Prema predloženom modelu istraživanja, prije navedene karakteristike ličnosti i ponašanja koja su povezana s

ugledom izazvat će više pozitivnih osjećaja u vezi poput radosti, povjerenja, opuštenosti i suosjećajnosti, a manje neugodnih osjećaja te će oba partnera u vezi biti zadovoljniji.

Kao što je spomenuto ranije motiv za dominaciju izazvat će više negativnih emocija što će rezultirati većim nezadovoljstvom u vezi za oba partnera, ali više u onog partnera koji je meta potrebe za dominacijom. Međutim, osim ovog učinka dominacije na zadovoljstvo u vezi koji će biti posredovan negativnim emocijama, pretpostavlja se da će između dominacije i zadovoljstva vezom važna medijacijska varijabla također biti vlastita percipirana moć koja je ovisna o partnerskoj vrijednosti i koja pomaže osobi da postigne moć. Kada se statistički izoliraju negativni efekti dominacije na partnerovo zadovoljstvo vezom koji su posredovani negativnim emocijama, oni efekti koji su posredovani percepcijom vlastite moći mogu biti pozitivni, tj. mogu povećati zadovoljstvo u vezi za oba partnera zbog partnerske vrijednosti dominacije.

Pretpostavlja se da će osjećaj vlastite moći biti važna medijatorska varijabla koja će također posredovati odnos između motiva za ugled i zadovoljstva u vezi. Motiv za ugled koji je ostvaren dovest će do veće percepcije vlastitog osjećaja moći što će dovesti do većeg zadovoljstva u vezi za oba partnera. S druge strane motiv za ugled koji nije ostvaren dovest će do smanjenog osjećaja vlastite moći u vezi što će rezultirati manjim zadovoljstvom za oba partnera u vezi.

1.7. Preferencije pri uparivanju muškaraca i žena vezane uz dominaciju i ugled

Kao što je već ranije rečeno, preferencije vezane uz dominaciju i ugled povezane su s partnerskom vrijednosti za oba spola. Snyder i suradnici (2008) ustanovili su da žene preferiraju dominantnije muškarce za kratkotrajne veze samo kada pokazuju dominantno ponašanje u kontekstu sportskog natjecanja, a inače preferiraju uglednije i nisko dominantne muškarce za dugotrajne i kratkotrajne veze. Ovaj nalaz sugerira kako žene

odobravaju muška dominantna ponašanja u društveno prihvatljivom kontekstu kada su ona usmjerena protiv protivnika u sportskom natjecanju i njihovih suparnika, ali ne i kada ih pokazuju u romantičnoj vezi ili kada su usmjerena protiv bliskih članova. Muškarci koji su izrazito dominantni, percipirani su kao agresivniji i maskuliniji te imaju maskulina lica što upućuje na višu razinu testosterona (Kruger, 2006). Muškarci koji imaju više razine testosterona vjerojatnije će se upustiti u kratkotrajne seksualne afere, a manje je vjerojatno da će se posvetiti roditeljstvu i očinstvu (Gray i sur., 2002). Neka istraživanja pokazala su da su muškarci koji su bili nevjerni svojim partnericama imali više rezultate na skali socijalne dominacije za razliku od onih koji su bili vjerni (Egan i Angus, 2003).

Kod odabira partnera žene se prvenstveno usredotočuju na znakove koji pokazuju da će partner biti dobar roditelj i na znakove koji pokazuju da ima dobre gene (Gangestad i Simpson, 2000). Iz ova dva temeljna principa seksualnog odabira proizlaze seksualne strategije, strateški pluralizam i kompromis koji žene rade pri uparivanju s muškarcima. Jedan od znakova dobrih gena muškaraca je simetrija lijeve i desne strane tijela koja signalizira dobro zdravlje i sposobnost reprodukcije tj. plodnost. Buss i Schmitt (1993) navode kako je ženama koje se upuštaju u kratkoročne avanture važna procjena tjelesne privlačnosti i snage kandidata koja proizlazi iz navedene simetrije. Na taj način žene se mogu upustiti u kratkotrajnu vezu s prigodnim partnerom izvan primarne (dugoročne) veze i osigurati dobre gene za svoje potomstvo, ne riskirajući nužno roditeljsko ulaganje partnera u potomstvo (Scheib, 2001). Žene koje imaju nerestriktivnu socioseksualnu orijentaciju sklonije su upustiti se u takve kratkoročne odnose (Gangestad, 1993). Osim navedene funkcije prijenosa dobrih gena na potomstvo, kratkoročne veze mogu za žene imati i sljedeće funkcije: stjecanje trenutne ekonomske koristi, promjena partnera, osiguravanje potencijalno rezervnog partnera ili procjena potencijalnih dugoročnih partnera (Buss, 2000).

Partnerska vrijednost muškarca, za razliku od žene više je povezana s njegovom sposobnošću da osigura resurse i sposobnostima koje mogu dovesti do stjecanja resursa kao što su npr. ambicioznost i marljivost te starija dob (Buss i sur., 2000). Općenito, žene preferiraju muškarce s dobrim financijskim resursima, a ta preferencija se ne smanjuje ni kada žene steknu osobni pristup financijskim resursima ni kada postignu visok socioekonomski status. Žene također cijene kod muškaraca značajke koje signaliziraju sposobnost muškarca da ih štiti kao što su npr. tjelesna snaga i sportske sposobnosti (Bryan i sur., 2011).

Važne karakteristike koje čine muškarca seksualno privlačnim ženama su: tjelesna visina, mišićavost i snaga i socijalna dominacija (Gangestad i Simpson, 2000). Problem koji se javlja za žene pri seksualnom uparivanju s dominantnijim muškarcem je taj što ljudi takvog muškarca povezuju sa značajkama koje nisu poželjne za dugotrajnu vezu, suradnju i podizanje potomstva, a to su kao što je već prije spomenuto npr. tjelesna agresija, nebriga za potomstvo i sklonost prijevarama (Kruger i Fitzgerald, 2011). Stoga žene u izboru takvog partnera moraju načiniti kompromis između onoga pozitivnog što mogu očekivati od takvog muškarca kao što su npr. dobri geni, pružanje resursa i zaštita, i onog negativnog kao što su npr. manja vjerojatnost roditeljskog ulaganja, veća sklonost nevjeri i moguća agresija. Istraživanja pokazuju kako su maskulinitet i dominantnost povezane s manjim roditeljskim naporom i većim reproduktivnim ulaganjem (Egan i Angus, 2003; Gray i sur., 2002; Kruger, 2006).

Bryan i suradnici (2011) također su ustanovili da u prvotnoj procjeni poželjnosti partnera za dugotrajnu vezu ugodnost ima važnu ulogu za oba spola i određuje stupanj zadovoljstva u vezi. Kada se radi o biranju partnera za prigodan, neobavezan seks, ugodnost partnera za muškarce i žene nije toliko važna. Ugodnost je više povezana s ugledom, a manje s dominacijom. Čini se da dominacija jamči kratkoročan utjecaj na

druge, a ugled dugoročan utjecaj na druge (Kettermann i Maner, 2021; Redhead i sur., 2018).

U ovom istraživanju pretežno se bavimo dugotrajnim vezama te nas zanimaju ponašanja i preferencije muškaraca i žena u takvim vezama, ali nas također zanimaju njihove preferencije i ponašanja u kratkotrajnim vezama. Budući da istraživanja upućuju na to da žene općenito preferiraju uglednije muškarce, a dominantnije muškarce eventualno samo za kratkotrajne veze, zanima nas preferiraju li muškarci uglednije ili dominantnije žene i jesu li te preferencije ovisne o tome je li u pitanju kratkotrajna ili dugotrajna veza. Koliko mi je poznato ne postoje istraživanja koja su pokušala utvrditi kakve žene preferiraju muškarci, dominantnije ili uglednije i za kakvu vrstu veze, kratkotrajnu ili dugotrajnu.

Dominacija i ugled mogu imati drugačiju partnersku vrijednost koja ovisi o spolu i vrsti veze, odnosno o njezinom trajanju, tj. kratkotrajnoj ili dugotrajnoj vezi. Stoga, ovo istraživanje želi ispitati kakve su preferencije muškaraca s obzirom na uglednije i dominantnije žene i duljinu veze. Prijašnja istraživanja o preferencijama žena za uglednije i dominantnije muškarce nisu istraživala motive dominacije i ugleda, stoga je to novost ovog istraživanja.

Pretpostavljamo da bi muškarci mogli preferirati uglednije žene za dugotrajne veze, a dominantnije žene eventualno za kratkotrajne veze. Ova pretpostavka temelji se na tome da će uglednije žene biti ugodnije u interakciji što bi dovodilo do manje sukoba u vezi te bi takve žene bile prihvatljivije muškarcima za dugoročnu vezu, a ugodnost je najvažniji prediktor zadovoljstva u dugotrajnoj vezi za oba spola (Bryan i sur. 2011). Ugled je pozitivno povezan s crtama ličnosti kao što su: altruizam, ugodnost, intimnost i savjesnost (Cheng i sur., 2010; Maner, 2017) te pretpostavljamo da bi muškarcima takve

crte ličnosti bile dugoročno prihvatljivije i u skladu s kulturnim očekivanjima koje se pripisuju ženi.

Pretpostavka je da bi interakcija s dominantnijim ženama bila neugodnija i dovođila do više sukoba što nije poželjno za dugoročnu vezu. Moguće je da muškarci dominantnije žene percipiraju kao promiskuitetnije, otvorenije, izazovnije i lakše dostupne za kratkotrajan odnos. Dominacija je pozitivno povezana s ekstraverzijom (Suessenbach i sur., 2018.). Istraživanja Eysencka i Wilsona (1976) pokazala su da su ekstravertiranije osobe sklonije eksperimentiranju u seksu, da imaju više partnera i češće seksualne odnose. Ekstraverzija je najsnažniji prediktor gotovo svih aspekata seksualnog nagona kao što su: erotofilija, seksualna privlačnost i seksualna (ne)suzdržanost obaju spolova (Kardum i sur., 2006).

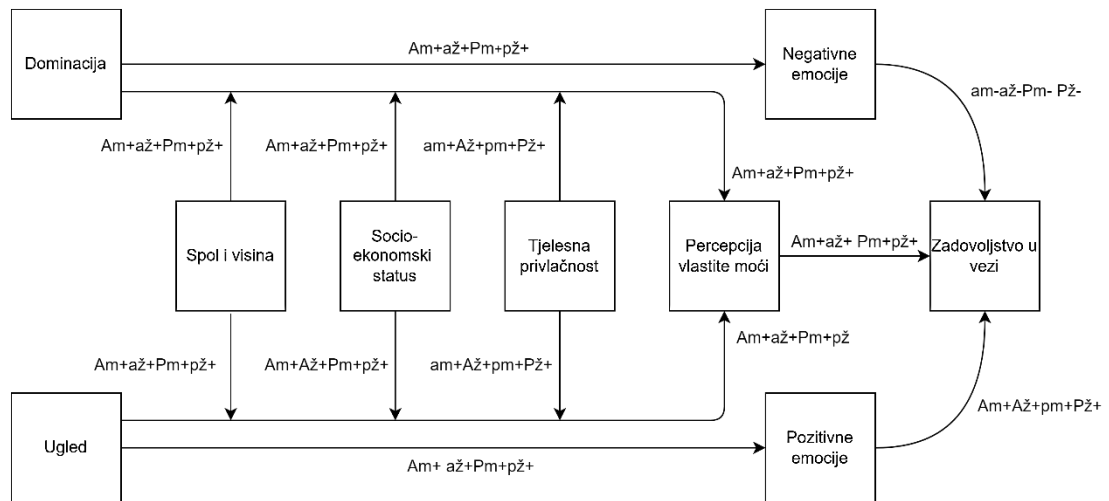
Pretpostavka je da su dominantnije žene manje zabrinute za svoj ugled i imaju veći osjećaj vlastite autonomije te se mogu ponašati slobodnije prema muškarcima u usporedbi s uglednijim ženama koje više paze na svoj ugled i svoje ponašanje. Muškarci bi takvo slobodnije ponašanje (kao npr. izazovnije odijevanje, flertovanje, otvoreno držanje tijela) mogli interpretirati kao znakove da će te žene lakše zavesti i ostvariti kratkotrajan seksualni odnos (Buss i Schmitt, 2019). Osim toga, kada se radi o kratkoročnim vezama, muškarci značajno snižavaju svoje kriterije za moguće seksualne partnerice u skladu s kratkoročnim seksualnim strategijama za što većim brojem seksualnih partnerica (Buss, 2012). Dominacija je više povezana s narcizmom, agresivnošću, egoizmom i neugodnosti (Cheng i sur. 2010; Suessenbach i sur., 2018) te pretpostavljamo da takve karakteristike žena ne bi bile poželjne muškarcima za dugoročnu vezu, ali bi im mogle biti prihvatljivije i poželjne u kratkoročnoj vezi.

U prvom istraživanju pokušat će se replicirati rezultati prethodnih istraživanja koja ukazuju na to da žene preferiraju muškarce koji u sportskom natjecanju pokazuju

dominaciju eventualno za kratkotrajne veze, a uglednije samo za dugotrajne veze. Drugi je cilj navedenog istraživanja ispitati preferiraju li muškarci više dominantnije odnosno uglednije žene i za kakvu vrstu veze, kratkoročnu ili dugoročnu. Nadalje, cilj je ispitati hoće li motivacija za dominaciju i ugled biti pozitivno povezana s percepcijom vlastite moći i provjeriti posreduje li percepcija vlastite moći odnos između dominacije i ugleda i vlastitog zadovoljstva u vezi. Osim toga, ispituje se interakcijski efekt spola, tjelesne visine, socioekonomskog statusa, tj. financijskih resursa, samoprocjene tjelesne privlačnosti i motiva za dominaciju i ugled na percepciju vlastite moći u vezi. Uz to, provjerava se hoće li muškarci biti uspješniji u ostvarenju vlastite moći u usporedbi sa ženama.

U drugom je istraživanju cilj replicirati rezultate prvog istraživanja vezane uz efekte dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi i istražiti njihove aktorske i partnerske efekte te provjeriti moderatorski utjecaj varijabli: spola, tjelesne visine, tjelesne privlačnosti i socioekonomskog statusa na ostvarenje motiva dominacije i ugleda u odnosu na moć te ispitati posreduje li moć odnos između ugleda i dominacije i zadovoljstva u vezi. Nadalje, ispituje se postoji li povezanost dominacije s negativnim emocijama i povezanost ugleda s pozitivnim emocijama te se ispituje posreduju li negativne emocije negativan odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi, a pozitivne emocije pozitivan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi. Na slici 1 prikazan je teorijski model istraživanja s glavnim varijablama prvog i drugog istraživanja koje su prije bile navedene.

Slika 1. Grafički prikaz teorijskog modela istraživanja



Legenda: A (veći aktorski efekti), a (manji aktorski efekti)

P (veći partnerski efekti), p (manji partnerski efekti)

a (muško), ž (žensko)

+ (pozitivni efekti), - (negativni efekti)

2. CILJ, PROBLEMI I HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Svrha dvaju istraživanja koja su provedena u sklopu doktorskog rada bila je utvrditi kakav učinak imaju dominacija i ugled kao dva motiva za stjecanje moći na zadovoljstvo u romantičnim vezama. Sukladno tome, postoje četiri cilja istraživanja. Prvi cilj odnosi se na preferencije muškaraca i žena u dugoročnim i kratkoročnim vezama s obzirom na dominaciju i ugled. Točnije, cilj je utvrditi kakve partnere preferiraju muškarci i žene s obzirom na razinu dominacije i ugleda i za koju vrstu veze, dugoročnu ili kratkoročnu. Drugi se cilj odnosi na ispitivanje aktorskih i partnerskih efekata dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi. Treći cilj odnosi se na ispitivanje posredujuće uloge pozitivnih i negativnih emocija i osjećaja moći između dominacije i ugleda te zadovoljstva u vezi. Četvrti cilj odnosi se na ispitivanje učinaka potencijalnih moderatorskih varijabli: spola, tjelesne visine, visine primanja, stupnja obrazovanja i samoprocjene privlačnosti u odnosu između dominacije i ugleda i osjećaja moći na zadovoljstvo u vezi. U skladu s definiranim ciljevima postavljeni su sljedeći specifični problemi i njima pridružene hipoteze:

Problem 1: Utvrditi preferencije muškaraca i žena s obzirom na dominaciju i ugled i vrstu veze.

Hipoteza 1: Muškarci i žene preferirat će partnere koji su opisani kao dominantni za kratkoročne odnose, a partnere koji su opisani kao ugledni za dugoročne odnose.

Problem 2: Ispitati povezanost pozitivnih i negativnih emocija s dominacijom i ugledom.

Hipoteza 2: Motivacija jednog partnera za dominaciju izazvat će više vlastitih i partnerovih negativnih emocija u vezi obaju spolova. Motivacija jednog partnera za ugled izazvat će više vlastitih i partnerovih pozitivnih emocija u vezi obaju spolova.

Problem 3: Ispitati povezanost dominacije i ugleda s osjećajem moći u vezi i ispitati posreduje li osjećaj moći odnos između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi.

Hipoteza 3a: Motivi za dominaciju i ugled bit će pozitivno povezani s percepcijom vlastite moći u vezi. Percepcija vlastite moći u vezi bit će pozitivno povezana s vlastitim zadovoljstvom u vezi i posredovat će odnos između dominacije i ugleda te vlastitog zadovoljstva u vezi.

Hipoteza 3b: Motivi dominacije i ugleda aktora bit će negativno povezani s percepcijom osjećaja moći partnera. Percepcija osjećaja moći partnera bit će pozitivno povezana s njegovim zadovoljstvom u vezi i posredovat će odnos između aktorove dominacije i ugleda i partnerovog zadovoljstva u vezi.

Problem 4: Ispitati povezanost dominacije i ugleda sa zadovoljstvom u vezi.

Hipoteza 4: Motiv za dominaciju bit će negativno povezan s partnerovim zadovoljstvom u vezi, a u manjoj mjeri i za aktora u oba spola. Motiv za ugled bit će pozitivno povezan sa zadovoljstvom u vezi za aktora i za partnera u oba spola.

Problem 5: Ispitati posreduju li negativne i pozitivne emocije odnos između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi.

Hipoteza 5: Negativne emocije posredovat će negativan odnos između motiva za dominaciju i zadovoljstva u vezi za aktora i za partnera dok će pozitivne emocije posredovati pozitivan odnos između motiva za ugled i zadovoljstva u vezi za aktora i za partnera.

Problem 6: Ispitati moderatorski utjecaj stupnja obrazovanja i visine primanja na odnos između dominacije i ugleda i osjećaja moći u vezi.

Hipoteza 6: Socioekonomski status će povećavati pozitivni učinak motiva za dominaciju i ugled na percepciju vlastite moći u vezi za oba partnera.

Problem 7: Ispitati moderatorski utjecaj tjelesne visine i samoprocjene privlačnosti na odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći u vezi.

Hipoteza 7: Tjelesna privlačnost (ljepota) i tjelesna visina u usporedbi s pripadnicima istoga spola povećavat će pozitivni učinak motiva za dominaciju i ugled na percepciju vlastite moći za oba partnera, ali više za žene.

Problem 8: Usporediti učinak dominacije i ugleda na osjećaj moći između muškaraca i žena.

Hipoteza 8: Motivacija za dominaciju i ugledu imat će veći pozitivni učinak na percepciju vlastite moći u muškaraca nego u žena.

U prvom istraživanju ispitivat će se preferencije muškaraca i žena za dominantne i ugledne partnere za kratkoročnu i dugoročnu vezu pomoću vinjeta. Nadalje, ispitivat će se povezanost dominacije i ugleda s percepcijom vlastite moći u vezi i provjeriti posreduje li percepcija vlastite moći odnos između dominacije i ugleda i vlastitog zadovoljstva u vezi. Osim toga, ispitat će se jesu li potencijalne moderatorske varijable spola, financijskih resursa, tjelesne visine i tjelesne privlačnosti u značajnoj interakciji s dominacijom i ugledom u odnosu na osjećaj moći u vezi. Pretpostavka je da bi navedene moderatorske varijable trebale pomoći osobi u ostvarenju motiva dominacije i ugleda te imati pozitivan interakcijski učinak na osjećaj moći u vezi. Uz to, ispitat će se hoće li muškarci biti uspješniji u ostvarenju vlastite moći u usporedbi sa ženama i usporedit će se razlike u motivima ugleda, dominacije, percepciji vlastite moći, financijskim resursima te samoprocjeni privlačnosti između muškaraca i žena.

U drugom istraživanju cilj je replicirati rezultate prvog istraživanja vezane uz efekte dominacije i ugleda na moć i zadovoljstvo u vezi i istražiti njihove aktorske i partnerske efekte te provjeriti moderatorski učinak varijabli: spola, tjelesne visine, tjelesne privlačnosti i socioekonomskog statusa na ostvarenje motiva dominacije i ugleda u odnosu na moć. Nadalje, istražiti će se povezanost dominacije i ugleda s pozitivnim i negativnim emocijama te će se ispitati posreduju li negativne emocije negativan odnos

između dominacije i zadovoljstva u vezi, a pozitivne emocije pozitivan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi. Dodatno, usporedit će se razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama drugog istraživanja.

3. ISTRAŽIVANJE 1

3.1. Metoda istraživanja

Sudionici

U ovom istraživanju sudjelovalo je 290 studenata i studentica Katoličkog bogoslovnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Sveučilišta u Rijeci i njihovi kontakti. Od ukupnog broja sudionika, isključeno je njih 4 jer su imali više od 30 godina. Dob iznad 30 godina nije tipična dob za studente te je to bio kriterij za isključivanje kako bi bio stvoren što homogeniji studentski uzorak. Dakle, u analizu podataka je bilo uključeno 286 sudionika u dobi od 18 do 28 godina ($M = 21.77$, $SD = 1.96$) od čega 165 žena (57.7%) u dobi od 18 do 28 godina ($M = 21.92$, $SD = 2.10$) i 121 muškarac (42.3%) u dobi od 18 do 26 godina ($M = 21.58$, $SD = 1.74$) koji čine prigodan uzorak. U konačnu analizu gdje se ispitivao učinak osjećaja moći na zadovoljstvo u vezi i učinci moderatorskih varijabli bilo je uključeno 196 studenata koji su imali iskustvo veze dulje od šest mjeseci, od čega 119 žena (60.71%) u dobi od 18 do 28 godina ($M = 22.18$, $SD = 2.15$) i 77 muškaraca (39.29 %) u dobi od 18 do 26 godina ($M = 22.01$, $SD = 1.66$).

Mjerni instrumenti

Mjera *motiva dominacije, ugleda i vodstva* (engl. *Dominance, Prestige and Leadership Motives* - DoPL; Suessenbach i sur., 2018) sadrži sveukupno 30 čestica, svaka skala motiva DoPL-a sadrži po 10 čestica. Skale DoPL-a mjere tri različita motiva za stjecanje moći: dominaciju, ugled i vodstvo. Primjer čestice skale dominacije je: „Uživam kada druge mogu podčiniti svojoj volji“, primjer čestice skale ugleda je: „Biti uspješan znači biti poštovan“, a primjer čestice skale vodstva je: „Uživam u prilikama kada mogu voditi druge“. Odgovori se daju na skali Likertovog tipa od šest uporišnih točaka pri čemu „1“ znači da se osoba uopće ne slaže, a „6“ da se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom. Motiv dominacije je želja da se druge prisili na poslušnost, motiv ugleda je

želja da se zadobije divljenje i poštovanje drugih, a motiv vodstva je želja osobe da preuzme odgovornost za grupu i da je vodi prema nekom cilju. U ovom istraživanju ne koristi se motiv vodstva u analizama. Zbrojem svih odgovora koji čine jednu skalu dobiva se konačan rezultat, pri čemu viši rezultat ukazuje na veću motivaciju za dominaciju ili ugled. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije u istraživanju Suessenbacha i sur. (2018) za skale dominacije i ugleda iznosila je $\alpha = .80$ do $.91$, a u ovom istraživanju za dominaciju $\alpha = .82$ i za ugled $\alpha = .86$. Ove su skale prevedene i inicijalno validirane u sklopu jednog diplomskog rada (Malenica, 2023).

Revidirana skala dijadne prilagodbe (engl. *Revised Dyadic Adjustment Scale - RDAS*; Busby i sur., 1995) sastoji se od 14 čestica i mjeri tri glavne kategorije dijadne prilagodbe u romantičnoj vezi ili braku: slaganje, zadovoljstvo i koheziju. Primjer čestice navedene skale za kategoriju slaganja je: „Koliko se slažete ili ne slažete sa svojom partnericom u pokazivanju privrženosti?“, primjer čestice za kategoriju zadovoljstva je: „Koliko često Vi i Vaša partnerica idete jedno drugome na živce.“ i primjer čestice za kategoriju kohezije je: „Sudjelujete li Vi i Vaša partnerica zajedno u nekim aktivnostima izvan kuće?“. Odgovori se daju na skali Likertovog tipa od šest ili pet uporišnih točaka 0 do 5 ili 0 do 4, s time da nisu prikazani brojevi, nego tvrdnje za prvih šest čestica idu od raspona „uvijek se slažemo“ što se boduje s „5“ do „nikad se ne slažemo“ što se boduje s „0“. Čestice od 7 do 14 mjere koliko često se događa nešto između partnera npr. „Koliko često se svađate sa svojom partnericom?“, pri čemu raspon odgovora za čestice od 7 do 10 ide od „cijelo vrijeme“ što se boduje s „0“ do „nikada“ što se boduje s „5“. Rezultati se formiraju tako da se zbroje svi odgovori na dobivenim česticama. Što je veća vrijednost dobivenog rezultata, znači da je i veće zadovoljstvo u vezi, a niži rezultati označavaju veće probleme u vezi. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije u originalnom istraživanju (Busby i sur., 1995) iznosi $\alpha = .90$, a u ovom istraživanju $\alpha = .85$.

Skala osjećaja moći (engl. *Sense of Power Scale –SPS*; Anderson i sur., 2012) sastoji se od osam čestica i mjeri percipirani utjecaj pojedinca na druge osobe. Moć je ovdje definirana kao sposobnost pojedinca da utječe na druge osobe (u ovom istraživanju na partnera), njihova mišljenja i ponašanja,. Primjer jedne čestice je: „Mogu je pridobiti da poslušam ono što imam za reći“. Odgovori se daju na skali Likertovog tipa od sedam uporišnih točaka pri čemu „1“ znači da se osoba uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, a „7“ da se u potpunosti slaže. Rezultati se dobivaju zbrojem odgovora na svim česticama, pri čemu viši rezultati označavaju višu percepciju moći, a niži rezultati nižu percepciju moći. U istraživanju Andersona i sur. (2012) pouzdanost tipa unutarnje konzistencije za SPS iznosila je $\alpha = .78$ do $.87$., a u ovom istraživanju $\alpha = .82$.

Eksperimentalno testiranje preferencija za dominaciju i ugled

Preferencije za dominantne ili ugledne partnere mjerile su se pomoću četiri vinjete koje opisuju visoko dominantnu i visoko uglednu osobu, visoko dominantnu i nisko uglednu osobu, visoko uglednu i nisko dominantnu osobu te nisko uglednu i nisko dominantnu osobu. Vinjete su se koristile na način kako su ih koristili Snyder i suradnici (2008) u svojem istraživanju. Svaka vinjeta sadržavala je opis muškarca ili žene koji u različitom stupnju pokazuju dominaciju i ugled. Opisana osoba bila je prikazana što realnije pomoću napomene da se radi o studentu koji je izabran velikom većinom glasova za predsjednika studentske udruge. Vinjete su konstruirane na temelju sadržaja čestica iz skale dominacije i ugleda i na temelju faktorskih zasićenja. S jedne strane uzete su čestice dominacije koje jasno izražavaju želju da se druge podčini i kontrolira i da se pokore, s druge strane uzete su čestice ugleda koje izražavaju želju pojedinca da kod drugih izazove poštovanje, priznanje i divljenje. Dodatni kriterij je uzeo u obzir čestice s najvišim zasićenjima na faktorima dominacije i ugleda, a popis čestica koje su uzete za slaganje vinjeta nalazi se u prilogu rada. Na taj je način npr. čestica: „Radije pokušavam

kontrolirati druge, nego im dopustiti da oni kontroliraju mene.“ koja izražava visoku potrebu za dominacijom pretvorena u slijedeći opis: „Ivan radije pokušava kontrolirati druge nego im dopustiti da oni kontroliraju njega.“ Na isti način su i pojedini sadržaji čestica iz skale ugleda pretvoreni u opis osobe koja pokazuje potrebu za ugledom, npr. čestica skale ugleda: „Važno mi je biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi.“ pretvorena je u opis osobe koja izražava visoku potrebu za ugledom: „Ivanu je važno biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi.“.

Kako bi se dobio opis osobe koja izražava nisku potrebu za dominacijom, opis osobe koja pokazuje visoku potrebu za dominacijom pretvoren je u opis osobe koja pokazuje nisku potrebu za dominacijom. Na taj je način opis: „Ivan radije pokušava kontrolirati druge, nego im dopustiti da oni kontroliraju njega“ koji opisuje potrebu za visokom dominacijom, pretvoren u opis: „Ivan će radije dopustiti drugima da oni kontroliraju njega, nego li što će ih pokušavati sam kontrolirati.“ Na isti je način opis osobe koja pokazuje visoku potrebu za ugledom: „Ivanu je važno biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi.“, pretvoren u opis osobe koja pokazuje nisku potrebu za ugledom: „Ivanu nije važno biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi.“ Nakon prikaza svake vinjete stajala je napomena koja je od sudionika tražila da razmisli kakva je ta osoba koja je opisana te da iskreno iznese svoje prve dojmove, vrednujući poželjnost opisane osobe za kratkotrajnu i dugotrajnu vezu te njezinu tjelesnu privlačnost na skalama od 1 do 7. Opisi vinjeta koje su se koristile u istraživanju nalaze se u prilogu rada.

Skala poželjnosti za kratkotrajnu vezu sastoji se od 3 čestice, a skala poželjnosti za dugoročnu vezu sastoji se od 4 čestice. Duljinu kratkotrajne veze definirali smo pitanjima kao što su npr. koliko je opisana osoba poželjna za prigodan seks, a duljinu dugotrajne veze pitanjima kao što su npr. koliko je opisana osoba poželjna za bračnog ili životnog partnera ili partnericu. Primjer čestice poželjnosti za kratkotrajnu vezu je:

„Koliko je opisana osoba poželjna za prigodan seks?“, a primjer čestice poželjnosti za dugotrajnu vezu je: „Koliko je opisana osoba poželjna za životnog ili bračnog partnera?“. Sudionici su davali odgovore na skali Likertovog tipa od sedam uporišnih točaka pri čemu „1“ znači da je opisana osoba nepoželjna za kratkoročnu ili dugoročnu vezu ili tjelesno neprivlačna, a „7“ da je vrlo poželjna za kratkoročnu ili dugoročnu vezu. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije skale poželjnosti za kratkoročnu vezu iznosi $\alpha = .88$, a Cronbach α skale poželjnosti za dugoročnu vezu iznosi $\alpha = .92$.

U eksperimentalnom istraživanju nezavisne varijable bile su dominacija i ugled od kojih svaka ima dvije razine – visoku i nisku te uključuje opis osobe suprotnog spola u odnosu na spol sudionika. Vrsta veze (dugoročna ili kratkoročna) bila je treća nezavisna varijabla. Varijable dominacije i ugleda varirale su između sudionika, a vrsta veze bila je varijabla s ponovljenim mjerenjima. Svaki je sudionik procjenjivao osobu muškog ili ženskog spola koja je pokazivala visoke i niske razine dominacije i ugleda, što čini miješani nacrt 2x2x2. Mješovita analiza varijance rađena je posebno za žene i posebno za muškarce. Sudionici su procjenjivali i vlastitu tjelesnu privlačnost na skali od 10 uporišnih točaka, pri čemu „1“ znači tjelesno neprivlačan, a „10“ tjelesno vrlo privlačan. Ispitane su i sociodemografske karakteristike sudionika pitanjima osmišljenim za potrebe ovog istraživanja. Pitanja su se odnosila na informacije o spolu, dobi, tjelesnoj visini i mjesečnom iznosu sredstava na raspolaganju za trošenje (financijski resursi).

Postupak

Istraživanje je provedeno tijekom svibnja i lipnja 2022. godine, a podaci su se prikupljali online putem platforme LimeSurvey. Poveznica za sudjelovanje u istraživanju bila je poslana studentima Katoličkog bogoslovnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i studentima Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Rijeci koji su mogli tu poveznicu prosljediti i drugim studentima. U uvodnom dijelu bilo je ukratko opisano što se

upitnikom ispituje, koja je svrha istraživanja te predviđeno trajanje ispunjavanja upitnika od 15 do 20 minuta. Uz to, naglašena je dobrovoljnost sudjelovanja i anonimnost sudionika, mogućnost odustajanja te da će se podaci obrađivati isključivo na grupnoj razini, a osobe koje su sudjelovale u istraživanju morale su dati svoj informirani pristanak. Naveden je i kontakt odgovorne osobe ako netko od sudionika ima pitanja ili ga zanimaju rezultati istraživanja. Istraživanje je odobrilo Etičko povjerenstvo za znanstvena istraživanja Filozofskoga fakulteta u Rijeci.

Upitnici su bili poredani na sljedeći način: pitanja o sociodemografskim karakteristikama sudionika, pitanje o procjeni vlastite tjelesne privlačnosti, Motivi dominacije, ugleda i vodstva, Revidirana skala dijadne prilagodbe, Skala osjećaja moći i na kraju vinjete s pripadajućim pitanjima o poželjnosti i privlačnosti. Za studente Filozofskog fakulteta u Rijeci prikupljen je i niz drugih podataka koji se nisu koristili u ovom istraživanju. Sudionici su ispunjavali upitnike uvijek istim redom te je prije svakog upitnika bila navedena specifična uputa o načinu njegovog ispunjavanja. Vinjete su bile dodijeljene slučajnim odabirom te je svakom ispitaniku bila predstavljena jedna vinjeta koja je opisivala osobu suprotnog spola od spola sudionika.

Analiza podataka

Obrada prikupljenih podataka provedena je u računalnom statističkom programu IBM SPSS Statistics, verzija 29 i pomoću JASP-a (verzija 0.17.3.0 i 0.18.2.0). Svi rezultati na mjernim skalama izraženi su na način da veći rezultat predstavlja višu razinu nekog mjerenog obilježja. U obradi rezultata i odgovaranju na postavljene probleme i hipoteze korištene su četiri vrste statističke analize: 1. korelacija; 2. t-test za nezavisne uzorke; 3. analiza varijance za miješani nacrt i 4. regresijska analiza. U obradi podataka prvog istraživanja korištena je metoda maksimalne vjerojatnosti (engl. maximum

likelihood method) koja se temelji na procjeni parametara pretpostavljene distribucije vjerojatnosti s obzirom na dobivene podatke.

Povezanost i prediktivni doprinos dominacije, ugleda, moći, tjelesne visine, samoprocjene tjelesne privlačnosti i visine financijskih resursa sa zadovoljstvom u vezi utvrđivao se korelacijama, regresijskom analizom i moderacijskom regresijskom analizom. Provjera razlika dominacije, ugleda, moći, zadovoljstva, tjelesne visine, samoprocjene privlačnosti i visine financijskih resursa između muškaraca i žena analizirana je t-testom za nezavisne uzorke. Razlike u poželjnosti muškaraca i žena koji pokazuju visoki ili niski stupanj dominacije i ugleda na vinjetama utvrđivale su se mješovitom analizom varijance između muškaraca i žena koji pokazuju različite kombinacije stupnjeva dominacije i ugleda.

3.2. Rezultati prvog istraživanja

3.2.1. Sociodemografski i deskriptivni podaci prvog istraživanja

Tablica 1. Deskriptivni podaci za dob, tjelesnu visinu, financijske resurse i tjelesnu privlačnost prema spolu

	Dob		Visina		Financijski resursi		Tjelesna privlačnost	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
<i>N</i>	165	121	164	121	165	121	165	121
<i>M</i>	21.91	21.58	168.11	183.38	1510.91	1812.89	6.79	6.69
<i>SD</i>	2.10	1.74	6.66	7.04	1118.55	1339.07	1.50	1.64
<i>Min.</i>	18.00	18.00	152.00	162.00	50.00	20.00	3	2
<i>Maks.</i>	28.00	26.00	190.00	200.00	5000.00	5000.00	10	10

Legenda. *N* = broj sudionika; *M* = aritmetička sredina, *SD* = standardna devijacija; *Min.* = minimalna vrijednost; *Maks.* = maksimalna vrijednost. Financijski resursi izraženi su u hrvatskim kunama jer je u vrijeme istraživanja to bila službena valuta u Republici Hrvatskoj.

Tablica 2. *Deskriptivni podaci za mjerne instrumente u prvom istraživanju*

	Motiv dominacije	Motiv ugleda	Skala osjećaja moći	Revidirana skala dijadne prilagodbe
<i>N</i>	286	286	193	193
<i>M</i>	2.31	4.09	5.13	3.49
<i>SD</i>	0.77	0.93	1.05	0.59
<i>Min.</i>	1	1	1	0
<i>Maks.</i>	5	6	7	5

Legenda. *N* = broj sudionika; *M* = aritmetička sredina, *SD* = standardna devijacija; *Min.* = minimalna vrijednost; *Maks.* = maksimalna vrijednost.

3.2.2. Razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama prvog istraživanja

Kako bi se ispitalo postoje li značajne razlike u glavnim varijablama prvog istraživanja između muškaraca i žena proveden je t-test za nezavisne uzorke. Rezultati usporedbe između aritmetičkih sredina navedeni su u tablici 3.

Tablica 3. *T-test razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama prvog istraživanja*

Varijable	<i>M</i> (Ž)	<i>SD</i> (Ž)	<i>M</i> (M)	<i>SD</i> (M)	<i>t</i> (df)	<i>p</i>	Cohenov <i>d</i>
Financijski resursi (kn)	1510.91	1118.55	1812.89	1339.08	-2.07 (284)	0.039	-0.25
Tjelesna privlačnost	6.79	1.51	6.70	1.64	0.49 (284)	0.626	0.06
Motiv dominacije	2.16	0.74	2.52	0.77	-4.02 (284)	< .001	-0.48
Motiv ugleda	4.23	0.87	3.91	0.97	2.92 (284)	0.004	0.35
Skala osjećaja moći	5.30	1.09	4.88	0.94	2.80 (191)	0.006	0.41
Revidirana skala dijadne prilagodbe	3.48	0.58	3.50	0.61	-0.17 (191)	0.863	-0.03

Legenda. *M* (Ž) = aritmetička sredina za žene; *SD* (Ž) = standardna devijacija za žene; *M*(M) = aritmetička sredina za muškarce; *SD* (M) = standardna devijacija za muškarce; *t* (df) = vrijednost t-testa s pripadajućim stupnjevima slobode; *p* = vrijednost značajnosti; *d* = Cohenova veličina učinka. Financijski resursi izraženi su u hrvatskim kunama jer je u vrijeme istraživanja to bila službena valuta u Republici Hrvatskoj.

Rezultati u tablici 3 pokazuju statistički značajne razlike u financijskim resursima, dominaciji, ugledu i osjećaju moći između muškaraca i žena. Muškarci imaju više

financijskih resursa na raspolaganju, pokazuju višu razinu motiva za dominaciju u usporedbi sa ženama, a žene pokazuju višu razinu motiva za ugled, što je u skladu s pretpostavkama istraživanja. Žene pokazuju višu razinu percepcije osjećaja moći u vezi u usporedbi s muškarcima. U zadovoljstvu vezom između muškaraca i žena ne postoje značajne razlike.

3.2.3. Povezanost dominacije i ugleda s dobi, tjelesnom visinom, financijskim resursima, tjelesnom privlačnošću, percepcijom vlastite moći i zadovoljstvom u vezi

Kako bi se ispitala povezanost između varijabli prvog istraživanja za muškarce, provedena je korelacijska analiza. U tablici 4 prikazani su Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli prvog istraživanja za muškarce.

Tablica 4. Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli prvog istraživanja za muškarce

Varijable	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Dob	—							
2. Tjelesna visina	.09	—						
3. Financijski resursi	.34***	-.04	—					
4. Tjelesna privlačnost	.16	.18*	.14	—				
5. Motiv dominacije	.08	-.20*	.09	.18*	—			
6. Motiv ugleda	-.04	-.24**	.07	-.10	.24**	—		
7. Revidirana skala dijadne prilagodbe	-.17	.05	-.12	.27*	.02	-.21	—	
8. Skala osjećaja moći	.05	.16	-.02	.17	.16	-.18	.46***	—

Napomena: *p < .05, **p < .01, ***p < .001.

Rezultati korelacijske analize u tablici 4 pokazali su da je dob muškaraca pozitivno povezana s financijskim resursima, dok je tjelesna visina pozitivno povezana sa samoprocjenom tjelesne privlačnosti, a negativno povezana s motivom dominacije i motivom ugleda. Utvrđena negativna

povezanost tjelesne visine s motivom dominacije i ugleda nije u skladu s hipotezom H7. Samoprocjena tjelesne privlačnosti pozitivno je povezana s motivom dominacije i zadovoljstvom u vezi, što je u skladu s hipotezom H7. Motivi dominacije i ugleda međusobno su pozitivno povezani, kao i osjećaj moći i zadovoljstvo u vezi. Utvrđena pozitivna povezanost između osjećaja moći i zadovoljstva u vezi je u skladu s hipotezom H3a.

Da bi se ispitala povezanost između glavnih varijabli prvog istraživanja za žene, provedena je korelacijska analiza. U tablici 5 prikazani su Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli prvog istraživanja za žene.

Tablica 5. *Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli prvog istraživanja za žene*

Varijable	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Dob	—							
2. Tjelesna visina	.01	—						
3. Financijski resursi	.38***	.13	—					
4. Tjelesna privlačnost	.04	-.03	.23**	—				
5. Motiv dominacije	-.13	.01	.10	.14	—			
6. Motiv ugleda	.12	.04	.21**	.24**	.36***	—		
7. Revidirana skala dijadne prilagodbe	-.15	-.09	-.08	.09	-.13	.12	—	
8. Skala osjećaja moći	-.16	.02	-.02	.17	-.06	.11	.68***	—

Napomena: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Rezultati u tablici 5 pokazali su da je dob žena pozitivno povezana s financijskim resursima. Financijski resursi pozitivno su povezani s tjelesnom privlačnosti i motivom ugleda, ova posljednja korelacija podupire hipotezu H6. Tjelesna privlačnost je pozitivno povezana s motivom ugleda, što je u skladu s hipotezom H7. Nadalje, motiv dominacije je pozitivno povezan s motivom ugleda, a osjećaj moći snažno je pozitivno povezan sa zadovoljstvom u vezi. Ovo je posljednje u skladu s hipotezom H3a.

3.2.4. Preferencije muškaraca i žena za dominantnije i uglednije partnere

Kako bi se ispitalo postoje li razlike u procjeni poželjnosti opisanih osoba na vinjetama između muškaraca i žena proveden je t – test za nezavisne uzorke. Rezultati usporedbe između aritmetičkih sredina navedeni su u tablici 6.

Tablica 6. *T-test razlike između muškaraca i žena u procjeni poželjnosti opisanih osoba*

Varijable	Žene <i>M</i> (<i>SD</i>)	Muškarci <i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>t</i> (<i>df</i>)	<i>p</i>	Cohenov <i>d</i>
Dugoročna veza	3.30 (1.84)	3.27 (1.61)	0.14 (272)	.89	0.02
Kratkoročna veza	3.46 (1.60)	3.83 (1.56)	-1.92 (272)	.06	-0.23
Tjelesna privlačnost	4.46 (1.27)	4.69 (1.18)	-1.55 (272)	.12	-0.19

Legenda. *M* = aritmetička sredina, *SD* = standardna devijacija; *t* (*df*) = vrijednos t-testa s pripadajućim stupnjevima slobode; *p* = vrijednost značajnosti; *d* = Cohenova veličina učinka.

Iz rezultata u tablici 6 vidljivo je kako ne postoje značajne razlike u procjeni poželjnosti osoba opisanih na vinjetama između muškaraca i žena.

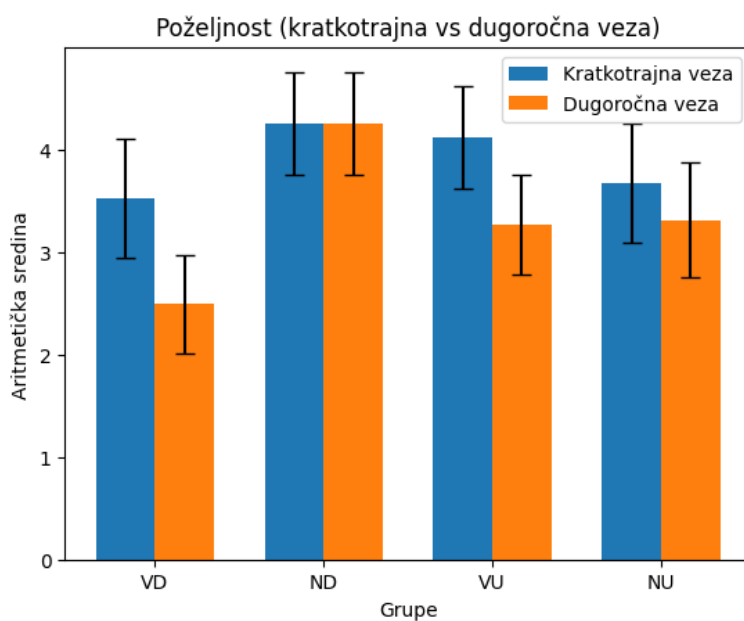
U tablici 7 prikazani su rezultati testiranja H1 tj. preferiraju li muškarci dominantnije žene za kratkoročnu vezu, a uglednije za dugoročnu vezu. Mješovita analiza varijance provedena je na faktorima dominacije i ugleda koji su varirali između sudionika, a na faktoru vrsta veze bila su ponavljana mjerenja.

Tablica 7. Rezultati mješovite analize varijance kada muškarci procjenjuju poželjnost žene koja pokazuje različite stupnjeve dominacije i ugleda

Faktor	M (d.)	SD (d.)	M (k.)	SD (k.)	F (1,118)	η^2
Dominacija					72.31***	.38
- Niska	4.25	1.41	4.25	1.39		
- Visoka	2.49	1.34	3.52	1.61		
Ugled					6.44*	.05
- Niski	3.31	1.57	3.67	1.63		
- Visoki	3.27	1.36	4.12	1.40		
Veza	—	—	—	—	1.21	.01
Dominacija x ugled	—	—	—	—	4.76**	.04
Dominacija x veza	—	—	—	—	7.88**	.06
Ugled x veza	—	—	—	—	5.17*	.04
Dominacija x ugled x veza	—	—	—	—	3.22	.03

Legenda. Dominacija = motiv dominacije; ugled = motiv ugleda; veza = vrsta veze; M (d.) = prosječna poželjnost žene za dugoročnu vezu; M (k.) = prosječna poželjnost žene za kratkoročnu vezu; F = vrijednost F-omjera; η^2 = veličina učinka; * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Slika 2. Dijagram interakcije dominacije i ugleda s vrstom veze (kratkoročna i dugoročna) kada muškarci procjenjuju poželjnost žene



Legenda. VD = visoko dominantna žena; ND = nisko dominantna žena; VU = visoko ugledna žena; NU = nisko ugledna žena.

Rezultati mješovite analize varijance pokazali su značajan glavni efekt dominacije, žene opisane kao nisko dominantne bile su značajno poželjnije od visoko dominantnih žena. Muškarci su u prosjeku izražavali jasnu preferenciju prema ženama koje su na vinjetama pokazivale nisku razinu motiva dominacije. Veličina efekta dominacije na poželjnost je velika. Utvrđen je značajan glavni efekt ugleda, ali je veličina tog efekta mala. Žene koje su bile opisane na vinjetama na način da pokazuju visoki motiv ugleda (npr. uspjezne, cijenjene) bile su općenito percipirane kao poželjnije. Glavni efekt vrste veze (kratkotrajna, dugotrajna) nije bio statistički značajan, što implicira da prosječna poželjnost žene nije značajno varirala ovisno o tome jesu li muškarci procjenjivali njihovu poželjnost za kratkotrajnu ili dugotrajnu vezu. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H1 da će muškarci za dugoročne veze preferirati nisko dominantne žene, ali ne potvrđuju pretpostavku da će za kratkoročne veze preferirati visoko dominantne žene.

Utvrđen je značajan interakcijski efekt dominacije i ugleda koji sugerira da se učinak dominacije na poželjnost razlikovao ovisno o razini ugleda žene, ali je veličina tog efekta mala. Visoka dominacija u kombinaciji s niskim i visokim ugledom smanjuje poželjnost žene, a niska dominacija u kombinaciji s niskim i visokim ugledom povećava poželjnost žene. Značajan interakcijski efekt između dominacije i vrste veze pokazuje da su muškarci preferirali nisko dominantne žene za dugotrajnu i kratkotrajnu vezu, veličina tog efekta je mala. Utvrđen je značajan interakcijski efekt između ugleda i vrste veze koji pokazuje da visoki ugled više doprinosi poželjnosti žena u kratkotrajnim vezama, nego u dugotrajnim vezama gdje nema razlike između visokog i niskog ugleda. Veličina interakcijskog efekta ugleda i vrste veze je mala. Visoka razina dominacije u kombinaciji

s visokim i niskim ugledom čini žene nepoželjnima za dugoročnu i kratkoročnu vezu, a niska razina dominacije u kombinaciji s visokim i niskim ugledom čini žene poželjnima za dugoročnu i kratkoročnu vezu. Navedeni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H1 da će dominacija biti nepoželjna za dugoročnu vezu, ali ne potvrđuju pretpostavku da će biti poželjna za kratkoročnu vezu niti da će muškarci preferirati visoko ugledne žene za dugoročnu vezu.

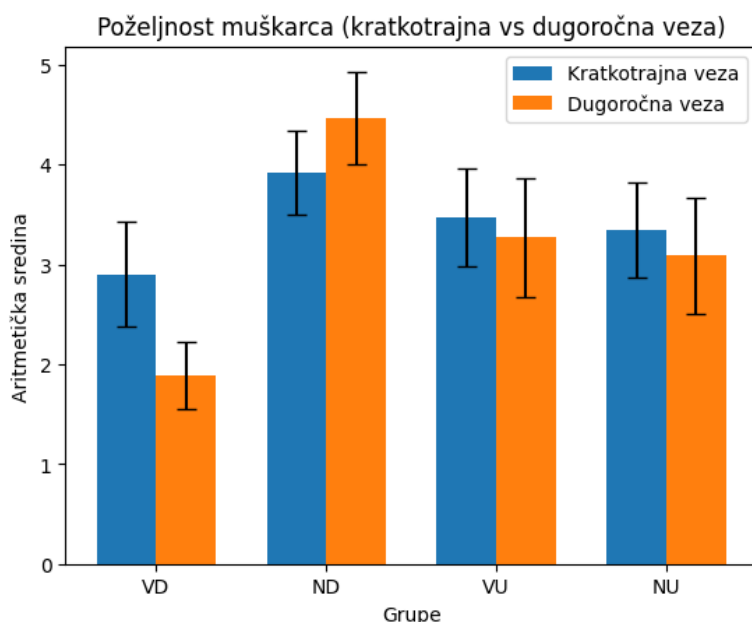
U tablici 8 prikazani su rezultati testiranja H1 tj. preferiraju li žene dominantnije muškarce za kratkoročnu vezu, a uglednije za dugoročnu vezu. Mješovita analiza varijance provedena je na faktorima dominacije i ugleda koji su varirali između sudionica, a na faktoru vrsta veze bila su ponavljana mjerenja.

Tablica 8. *Rezultati mješovite analize varijance kada žene procjenjuju poželjnost muškarca koji pokazuje različite stupnjeve dominacije i ugleda*

Faktor	<i>M</i> (d.)	<i>SD</i> (d.)	<i>M</i> (k.)	<i>SD</i> (k.)	<i>F</i> (1,153)	η^2
Dominacija					62.84***	0.29
– Niska dominacija	4.47	1.49	3.92	1.35		
– Visoka dominacija	1.89	1.09	2.90	1.70		
Ugled					3.25*	0.02
– Niski ugled	3.09	1.88	3.34	1.53		
– Visoki ugled	3.27	1.93	3.47	1.60		
Veza	–	–	–	–	8.11**	0.05
Dominacija x ugled	–	–	–	–	4.47*	0.03
Dominacija x veza	–	–	–	–	9.88**	0.06
Ugled x veza	–	–	–	–	1.82	0.01
Dominacija x ugled x veza	–	–	–	–	3.04*	0.02

Legenda. Dominacija = motiv dominacije; ugled = motiv ugleda; veza = vrsta veze; *F* = vrijednost F-omjera; η^2 = veličina učinka; *M* (d.) = prosječna poželjenost muškarca za dugoročnu vezu, *M* (k.) = prosječna poželjenost muškarca za kratkoročnu vezu; * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Slika 3. Dijagram interakcije dominacije i ugleda i vrste veze (kratkoročna i dugoročna) kada žene procjenjuju poželjnost muškarca



Legenda. VD = visoko dominantni muškarac; ND = nisko dominantni muškarac; VU = visoko ugledni muškarac; NU = nisko ugledni muškarac.

Rezultati mješovite analize varijance u tablici 8 pokazali su značajan glavni efekt razine dominacije na poželjnost. Žene su višim ocjenama poželjnosti procijenile muškarce koji su prikazani kao nisko dominantni u usporedbi s onima prikazanim kao visoko dominantni. Veličina efekta dominacije muškaraca na njihovu poželjnost je velika. Ovaj snažan učinak sugerira jasnu preferenciju žena za nisko dominantne muškarce u dugoročnoj i kratkoročnoj vezi. Utvrđen je značajan glavni efekt ugleda, muškarci koji su pokazivali visoku razinu motiva ugleda procijenjeni su kao poželjniji za razliku od onih s niskim ugledom, ali je efekt ugleda na poželjnost muškaraca vrlo malen. Analiza je otkrila i glavni učinak vrste veze, što pokazuje da su žene u prosjeku različito vrednovala poželjnost opisanog muškarca ovisno o vrsti veze (kratkoročna ili dugoročna), ali je veličina tog efekta mala. Nizak stupanj dominacije i visoki stupanj ugleda

muškaraca bio je ženama osobito poželjan za dugoročnu i kratkoročnu vezu. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H1 da će visoko dominantni muškarci biti nepoželjni za dugoročnu vezu i da će visoko ugledni muškarci biti poželjniji za dugoročnu vezu, ali ne potvrđuju pretpostavku da će visoko dominantni muškarci biti poželjni za kratkoročnu vezu.

Nadalje, utvrđena je značajna interakcija između dominacije i ugleda s efektom male veličine. Rezultati upućuju na to da je kombinacija visoke dominacije i niskog ugleda prikazanog muškarca bila ženama najmanje poželjna, a najpoželjnija im je bila kombinacija niske dominacije i visokog ugleda. Značajna interakcija između dominacije i vrste veze, sugerira da je niska dominacija bila posebno poželjna u kontekstu dugoročnih veza, dok je u kontekstu kratkoročnih veza razlika u poželjnosti između nisko i visoko dominantnih muškaraca bila manje izražena, ali su žene i dalje pokazivale jasne preferencije za nisko dominantne muškarce. Veličina interakcijskog efekta između dominacije i vrste veze je mala. Nije utvrđena značajna interakcija između ugleda i vrste veze. Na kraju, trostruka interakcija između dominacije, ugleda i vrste veze pokazuje da žene u svojoj procjeni poželjnosti muškaraca uzimaju u obzir složen međuodnos između motiva dominacije i ugleda, ovisno o tome procjenjuju li partnera za kratkotrajnu ili dugotrajnu vezu. Ženama su najmanje poželjni visoko dominantni i nisko ugledni muškarci za dugoročnu i kratkoročnu vezu, a najpoželjniji su im za kratkoročnu i dugoročnu vezu muškarci koji pokazuju nizak stupanj dominacije i visoki stupanj ugleda. Navedeni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H1 da će žene preferirati nisko dominantne i visoko ugledne muškarce za dugoročnu vezu, ali ne potvrđuju pretpostavku da će žene preferirati visoko dominantne i nisko ugledne muškarce za kratkoročnu vezu.

3.2.5. Učinak moderatorskih varijabli na odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći u vezi

Hipoteze H6 i H7 predviđjele su da će financijski resursi, tjelesna visina osobe i samoprocjena tjelesne privlačnosti moderirati odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći na zadovoljstvo u vezi. Kako bi se utvrdio prediktivni doprinos interakcije dominacije i ugleda i navedenih moderatorskih varijabli preko osjećaja moći na zadovoljstvo vezi, korištena je moderirana medijacijska analiza tj. Hayesov procesni model broj 7. Dobiveni rezultati moderirane medijacije nisu potvrdili nijedan značajan indirektni efekt i nijednu značajnu moderaciju. Dakle, financijski resursi, tjelesna visina i samoprocjena privlačnosti ne moderiraju odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći niti osjećaj moći posreduje odnos između dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi. Zbog toga ovdje nisu navedeni rezultati moderirane medijacije kako bi se izbjeglo gomilanje podataka koji nisu značajni.

Činjenica da navedeni model nije doveo do značajnih rezultata ne znači da ne postoji povezanost između ugleda i dominacije i neke od navedenih moderatorskih varijabli jer rezultat ovisi o varijablama koje se analiziraju i načinu (modelu) na koji se ispituje međusobna povezanost. U tablici 4 i 5 vidljivo je da su neke moderatorske varijable povezane s ugledom i dominacijom. Dominacija muškaraca pozitivno je povezana s njihovom samoprocjenom tjelesne privlačnosti, a tjelesna visina muškaraca je negativno povezana s motivima dominacije i ugleda muškaraca. Nadalje, motiv ugleda žena pozitivno je povezan s njihovim financijskim resursima i njihovom samoprocjenom tjelesne privlačnosti.

3.3. Rasprava

Cilj eksperimentalnog dijela istraživanja bio je ispitati kakav učinak motivi dominacije i ugleda imaju na percepciju poželjnosti žena i muškaraca u kontekstu kratkotrajnih i dugotrajnih veza. Uzorak su činili muški i ženski sudionici koji su ocjenjivali vinjete s opisom osobe suprotnog spola u odnosu na vlastiti spol. U vinjetama su bili prikazani opisi osobe s kombinacijama niske i visoke dominacije te niskog i visokog ugleda. Kako bi se ispitale preferencije za dominantnije i uglednije partnere provedena je mješovita analiza varijance s vrstom veze kao varijablom s ponovljenim mjerenjima i dominacijom i ugledom kao nezavisnim varijablama koje su varirale između ispitanika. Rezultati su pokazali da žene opisane niskom razinom motiva dominacije muški sudionici percipiraju kao poželjnije, posebno u kontekstu dugotrajnih veza, što je u skladu s hipotezom H1. Muškarci preferencije za nisko dominantne žene pokazuju i u kontekstu kratkotrajnih odnosa, samo one nisu toliko izražene kao u dugotrajnim vezama, što nije u skladu s hipotezom H1. Muškarci ne pokazuju razliku u preferenciji između visoko uglednih i nisko uglednih žena za dugoročnu vezu, a za kratkoročnu vezu preferiraju visoko ugledne žene, što nije u skladu s hipotezom H1. Moguće je da muškarci u procjeni buduće partnerice osobito kada se radi o dugoročnoj vezi ocjenjuju osobine koje se povezuju s niskom razinom dominacije kao što su npr.: ugodnost, toplina, altruizam i savjesnost (Ketterman i Maner, 2021; Liu i sur., 2021), a manje osobine koje se povezuju s visokom razinom ugleda (npr. razvijene sposobnosti i vještine koje drugi cijene, poštovanje i prosocijalno ponašanje; Cheng i sur. 2013; Suessenbach i sur., 2018).

Ženama su muškarci koji pokazuju nizak motiv dominacije poželjniji od onih s visokim motivom dominacije za dugoročnu i kratkoročnu vezu, što je djelomično u skladu s hipotezom H1. Ovaj učinak dominacije bio je posebno izražen u kontekstu dugotrajnih veza, što potvrđuje pretpostavku da žene u takvim vezama više cijene osobine

povezane s topline, ugodom, savjesnošću i suradljivošću. Motiv ugleda pokazao se kao značajan, iako slabiji prediktor poželjnosti. Muškarci s visokom razinom motiva ugleda procijenjeni su kao poželjniji za dugoročnu i kratkoročnu vezu za razliku od onih s niskom razinom motiva ugleda. Žene za dugotrajne i kratkotrajne veze preferiraju muškarce koji pokazuju nisku razinu motiva dominacije i visoku razinu motiva ugleda. Zaključno, muškarci i žene pokazuju vrlo slične preferencije u odabiru romantičnog partnera s obzirom na motive dominacije i ugleda. Muškarci i žene za dugotrajne i kratkotrajne veze preferiraju nisko dominantne partnere. Ženama je u procjeni poželjnosti muškarca za dugotrajnu i kratkotrajnu vezu uz nizak motiv dominacije važan i visoki motiv ugleda. Ženama su najpoželjniji muškarci koji pokazuju nizak motiv dominacije i visoki motiv ugleda što je u skladu s prijašnjim istraživanjima preferencija dominacije i ugleda u romantičnim vezama (Snyder i sur. 2008; Kruger i Fitzgerald, 2011). Muškarcima je u procjeni poželjnosti žena uz nisku dominaciju važan i visoki motiv ugleda, ali samo za kratkotrajnu vezu.

Cilj upitničkog istraživanja bio je utvrditi razlike između glavnih varijabli istraživanja, ispitati povezanost dominacije i ugleda s osjećajem moći i zadovoljstvom u vezi. Nadalje, cilj je bio ispitati moderiraju li spol, tjelesna visina, samoprocjena privlačnosti i financijski resursi odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći. U upitničkom istraživanju utvrđene su značajne razlike u izraženosti motiva dominacije i ugleda između muškaraca i žena. Žene pokazuju višu razinu motiva za ugled, a muškarci pokazuju višu razinu motiva za dominaciju. Ovaj je nalaz u skladu s očekivanjima vezanim uz spolne razlike po kojima su muškarci grublji, dominantniji i agresivniji, a žene ugodnije i nježnije (Carli, 2001; Williams i Tiedens, 2016). Žene više teže za ugledom dok muškarci više teže za dominacijom (Hays, 2013).

Nadalje, muškarci imaju više financijskih resursa na raspolaganju od žena. Moguće je da su veći financijski resursi povezani s motivom dominacije gdje su muškarci asertivniji, silovitiji i uspješniji u traženju i stjecanju materijalnih resursa za razliku od žena. Iz evolucijske perspektive, žene često preferiraju partnere koji imaju više resursa na raspolaganju, zato što su oni povezani sa sposobnošću da brinu o potomstvu (Buss, 1989) te se ovaj rezultat može objasniti time. Zanimljivo je da žene pokazuju veći osjećaj vlastite moći u vezi za razliku od muškaraca, što je neočekivani rezultat. Tradicionalne spolne norme u prošlosti pripisivale su više otvorene moći muškarcima (putem statusa ili financijskih resursa), ali suvremena istraživanja pokazuju da žene sve više ističu i cijene psihološku moć (npr. putem emocionalnog utjecaja, autonomije i postavljanja granica; Körner i Schütz, 2021).

Rezultati pokazuju kako dominacija i ugled nisu značajno povezani s osjećajem moći u vezi. Percepcija vlastite moći snažno je povezana sa zadovoljstvom u vezi, što je u skladu s hipotezom H3a. Ovaj nalaz u skladu je s nekim istraživanjima koja su utvrdila pozitivan odnos između osjećaja moći i zadovoljstva u vezi (Körner i sur., 2023). Ispitivanje moderirane medijacije nije polučilo nijedan značajan rezultat. Spol, tjelesna visina, financijski resursi i samoprocjena privlačnosti nemaju značajan učinak na efekte ugleda i dominacije na moć što nije u skladu s hipotezama H6 i H7. Moć ne posreduje odnos između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi, što je u suprotnosti s hipotezom H3a. Istraživanje dinamike moći u studentskim romantičnim vezama pokazuje da osobni osjećaj moći, tj. koliko utjecaja netko osjeća da ima na svog partnera, u prvom redu ovisi subjektivnoj percepciji (Anderson i sur., 2012), a ne motivima dominacije i ugleda, niti osjećaj moći dolazi iz vanjskih atributa poput tjelesne visine, financijskih resursa i tjelesne privlačnosti. Nasuprot tome, osobni osjećaj moći u romantičnim vezama vjerojatno se temelji na percipiranoj sposobnosti utjecaja, koja se više odnosi na

interpersonalnu komunikaciju, emocionalno pregovaranje i međusobno poštovanje, nego na fizičke ili socioekonomske značajke (Körner i sur., 2023). Iako se tjelesna visina, financijski resursi i tjelesna privlačnost kulturno vrednuju i mogu utjecati na početne društvene interakcije, ovi se čimbenici ne prevode automatski u održivi utjecaj ili subjektivnu moć unutar romantične veze. Dominacija i ugled su motivi i strategije za postizanje socijalnog ranga i moguće je da prije svega imaju socijalnu vrijednost u širem društvenom kontekstu (Cheng i Tracy, 2014), a njihova vrijednost i aktivacija u romantičnim je vezama manje važna.

Glavni nedostaci prvog istraživanja nalaze se u činjenici da se radilo o studentima koji su bili ili jesu trenutno u vezi, a studenti nisu najprikladniji uzorak za ispitivanje romantičnih veza. Prvo, teško je odrediti koliko su takve veze stabilne i trajne. Drugo, studenti koji su u vezama obično ne žive zajedno i ne dijele zajednički životni projekt (npr. rađanje i odgoj djece ili rješenje stambenog pitanja), studenti se razlikuju značajno u dobi i socioekonomskom statusu od opće populacije, sve to pokazuje da se ne radi o tipičnim romantičnim vezama. Treće, u uzorku studenata nismo imali parove te nije bilo moguće ispitivati aktorske i partnerske efekte dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi. Smisao APIM-a je ispitati intrapersonalne i interpersonalne učinke nezavisne varijable na zavisnu varijablu. Četvrto, budući da u studentskom uzorku nisu bili parovi, nisu se mogli ispitati medijacijski dijadni efekti pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi. Kako bi se ispitali navedeni problemi pristupilo se drugom istraživanju koje je uključilo kohabitirajuće romantične parove.

4. ISTRAŽIVANJE 2

4.1. Metoda drugog istraživanja

Sudionici

Sudionici su bili regrutirani pomoću studenata Filozofskog fakulteta u Rijeci i pomoću studenata Katoličkog bogoslovnog fakulteta i njihovih kontakata. U ovom istraživanju sudjelovalo je 316 sudionika (158) parova koji su u vezi najmanje 6 mjeseci i žive zajedno), od ukupnog broja sudionika isključena su tri para. U dva su para žene imale više od 60 godina što je bio kriterij isključenja za žene, a u trećem paru samo je žena ispunila upitnik. Kriterij isključenja za žene koje imaju više od 60 godina uzet je radi homogenosti uzorka i zato što to nije tipična dob za odgajanje djece. Za muškarce nije postojao kriterij isključenja. Dakle, u konačnu analizu uključeno je 155 parova ($N = 310$) u dobi od 20 do 63 godine ($M = 41.1$, $SD = 11.56$), od čega 155 žena u dobi od 20 do 60 godina ($M = 39.94$, $SD = 11.28$) i 155 muškaraca u dobi od 21 do 63 godine ($M = 42.24$, $SD = 11.76$) koji čine prigodan uzorak. Prema stupnju obrazovanja sudionici su zastupljeni na sljedeći način: 8 sudionika završilo je samo osnovnu školu (2.6%), 142 srednju školu (45.8%), 48 ima višu stručnu spremu (15,5%), 96 ima visoku stručnu spremu (31%) i 16 ih je završilo poslijediplomski studij (5.2%). Postotak parova koji nemaju djecu iznosi 29 %, a onih koj imaju djecu 71 %. Nadalje, prosječna duljina veze iznosi 17 godina ($M = 17.34$, $SD = 11.34$). U prosjeku većina parova ima dvoje djece ($M = 1.45$, $SD = 1.17$, $D = 2$; raspon rezultata od 0 do 6), prosječna dob djece je 15 godina ($M = 15.11$, $SD = 9.25$; raspon rezultata od 0 do 38), a prosječno mjesečno primanje sudionika oko 8000 HRK ($M = 8368.21$, $SD = 4833.45$; raspon rezultata od 0 do 24000).

Mjerni instrumenti

U drugom istraživanju koristile su se sve mjerne skale kao i u prvom, osim vinjeta. Nadalje, samoprocjena vlastite privlačnosti je bila mjerena s četiri novokreirane čestice,

a procjena privlačnosti partnera pomoću dvije čestice (broj 2 i 11) iz Indeksa zadovoljstva kojim se mjeri zadovoljstvo nekim obilježjima partnera s kojim je osoba u vezi. Osim toga, dodana je skala za mjerenje intenziteta pojedinih emocija u vezi s partnerom. Primjer jedne čestice za samoprocjenu vlastite privlačnosti je: „Koliko smatrate da ste seksualno privlačni“. Sudionici su davali odgovore na skali Likertovog tipa od sedam uporišnih točaka pri čemu „1“ znači da osoba sebe procjenjuje kao neprivlačnu, a „7“ da osoba sebe procjenjuje kao jako privlačnu. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije za Skalu privlačnosti iznosi $\alpha = .83$, za Motiv dominacije $\alpha = .78$, za Motiv ugleda $\alpha = .84$, za Skalu osjećaja moći $\alpha = .84$ i za Revidiranu skalu dijadne prilagodbe $\alpha = .92$.

Za procjenu privlačnosti partnera, odnosno partnerice korišten je Indeks zadovoljstva (engl. *Satisfaction Indeks*) kojim osobe procjenjuju koliko su zadovoljne nekim obilježjima partnera ili partnerice s kojim su u vezi (Simpson, 1987). Indeks zadovoljstva sastoji se od 11 čestica kojima se procjenjuje zadovoljstvo različitim svojstvima partnera. Za potrebe drugog istraživanja uzete su u obradu podataka samo dvije čestice iz navedenog indeksa: „Koliko ste zadovoljni njegovom ili njezinom fizičkom privlačnošću?“ i „Koliko ste zadovoljni njegovom ili njezinom seksualnom privlačnošću?“. Sudionici su davali odgovore na skali Likertovog tipa od sedam stupnjeva pri čemu „1“ znači da je osoba vrlo nezadovoljna privlačnošću partnera ili „7“ da je vrlo zadovoljna privlačnošću partnera. Pouzdanost unutarnje konzistencije za navedene dvije čestice izražena Pearsonovim koeficijentom korelacije iznosi $r = .79$.

Za mjerenje učestalosti pozitivnog i negativnog afekta koristila se *Skala pozitivnog i negativnog afekta – prošireni oblik* (engl. *Positive and Negative Affect Schedule - Expanded Form - PANAS-X*) koja mjeri pozitivna i negativna emocionalna stanja koja je osoba doživjela u određenom vremenskom razdoblju te sadrži 60 čestica (Watson i Clark, 1994). PANAS-X se sastoji od nekoliko ljestvica, a najvažnije su dvije

ljestvice višeg reda, jedna za pozitivne emocije i druga za negativne emocije, svaka po 10 čestica i one su korištene u analizi podataka. Ove dvije ljestvice koje mjere opću dimenziju emocionalnog iskustva u smislu je li neka emocija ugodna ili neugodna, oslanjaju se na prvotnu skalu pozitivnog i negativnog afekta koju su razvili Watson i Tellegen (1988), a svaka je sadržavala 10 čestica za negativni afekt i 10 čestica za pozitivni afekt bez daljnjeg specifičnog razlikovanja emocija.

Primjer je čestice koja je indikator pozitivne emocije: „ushćeno“, a negativne emocije: „uplašeno“. Odgovori se daju na skali Likertovog tipa od pet uporišnih točaka pri čemu „1“ znači da se osoba općenito uopće ne osjeća na naveden način, a „5“ da se općenito izrazito osjeća na naveden način. U ovom istraživanju uputa je bila malo izmijenjena te se od sudionika tražilo da odgovore „koliko često se Vi tako osjećate u Vašoj vezi s partnerom ili partnericom“, pri čemu „1“ znači da se osoba nikada ne osjeća na navedeni način, a „5“ da se gotovo uvijek osjeća na navedeni način. Uputa se može razlikovati s obzirom na to koji je vremenski interval od interesa, stoga se može sudionike pitati kako se osjećaju sada, u prošlih tjedan dana, mjesec, godinu i kako se osjećaju općenito. Jednostavnom linearnom kombinacijom odgovora podijeljenih s brojem čestica, posebno za pozitivni i za negativni afekt, formiraju se dva rezultata. Viši rezultat za pozitivni afekt znači da pojedinac izražava više pozitivnih afektivnih stanja, dok viši rezultat za negativni afekt označava izražavanje više negativnih afektivnih stanja. Pouzdanost obiju skala afekta je zadovoljavajuća: za pozitivni afekt iznosi $\alpha = .83$ do $.90$, a za negativni $\alpha = .85$ do $.90$ (Watson i Clark, 1994), dok je u ovom istraživanju pouzdanost za pozitivni afekt $\alpha = .86$, a za negativni $\alpha = .90$.

Važna je varijabla u istraživanju bila mjesečno prosječno primanje i mjesečni doprinos kućanstvu sudionika. Model istraživanja pretpostavlja kako prosječno primanje može biti važna varijabla koja pomaže osobi u postizanju motiva dominacije i ugleda i

može povećati percepciju vlastite moći u vezi. Mjesečno prosječno primanje nije jedini pouzdani indikator doprinosa u vezi. Neka osoba npr. može zarađivati puno više, a da je njezin doprinos kućanstvu manji od osobe koja zarađuje znatno manje, a u kućanstvo ulaže puno više. Na taj bi način osoba koja zarađuje manje, a ulaže više u kućanstvo mogla lakše ostvariti motive dominacije i ugleda te imati višu percepciju vlastite moći u vezi od osobe koja zarađuje više, ali ulaže manje u kućanstvo. U obradi podataka korištena je samo visina primanja pojedinca jer se pretpostavlja kako je ona važnija za pojedinca, tj. za njegov osjećaj vlastite i partnerske vrijednosti.

Postupak

Istraživanje je provedeno tijekom travnja i svibnja 2022. Podaci su se prikupljali na način da su studenti Katoličkog bogoslovnog fakulteta i studenti Odsjeka za psihologiju u Rijeci kontaktirali parove koji su vjenčani ili su u stabilnim romantičnim vezama najmanje 6 mjeseci i žive zajedno te ih zamolili da ispune upitnik. Za sudjelovanje u regrutaciji ispitanika studenti su bili nagrađeni putem aktivnosti vezanih uz studij. Studenti Odsjeka za psihologiju u Rijeci radili su ovo istraživanje u zamjenu za eksperimentalne sate koji su im obavezni, a studenti Katoličkog bogoslovnog fakulteta su imali pravo na odabir dodatnog pitanja kojim su mogli poboljšati svoj uspjeh tijekom polaganja ispita. Studenti su morali osigurati da svaki sudionik ispunjava upitnik samostalno bez uplitanja partnera i njegova ometanja. Svaki je upitnik bio označen slovom (npr. M12 ili Ž12 ili M56 i Ž56 itd.) i pripadajućim brojem kako bi se znalo koja je verzija upitnika za muškarce, a koja za žene, a broj je označavao broj para kako se upitnici tijekom obrade podataka ne bi pomiješali između različitih parova. Nakon što su sudionici ispunili upitnike, oni su se stavljali u omotnicu koja se zatim zalijepila.

U uvodnom je dijelu ukratko opisano što se upitnikom ispituje, koja je svrha istraživanja, način sudjelovanja i predviđeno vrijeme trajanja ispunjavanja upitnika koje je iznosilo otprilike 20 minuta. Uz to, naglašena je dobrovoljnost i anonimnost sudionika,

moćnost odustajanja te da će se podaci obrađivati isključivo na grupnoj razini. Navedeni su bili kontakti odgovornih osoba ako netko od sudionika ima pitanja ili ga zanimaju rezultati istraživanja. Istraživanje je odobrilo Etičko povjerenstvo za znanstvena istraživanja Filozofskoga fakulteta u Rijeci, a svaki je sudionik dao informirani pristanak.

Prije svakog upitnika bila je navedena specifična uputa o načinu njegovog ispunjavanja. Upitnici i pitanja bili su poredani na sljedeći način; prvo su bila pitanja o sociodemografskim karakteristikama sudionika: dobi, visini, stupnju obrazovanja, prosječnom mjesečnom primanju, mjesečnom doprinosu kućanstvu, duljini veze s partnerom, duljini zajedničkog života, o broju ozbiljnih romantičnih veza prije sadašnje, pitanja o samoprocjeni tjelesne privlačnosti, pitanje o broju djece u sadašnjoj vezi ili braku, pitanje o dobi djece i pitanje o stambenom statusu, tj. žive li sami ili s nekim. Nakon sociodemografskih pitanja slijedili su upitnici: Skala vlastite tjelesne privlačnosti, Skala osjećaja moći, Indeks zadovoljstva, Motivi dominacije, ugleda i vodstva, Revidirana skala dijadne prilagodbe i na kraju Skala pozitivnog i negativnog afekta – prošireni oblik.

Analiza podataka

Obrada prikupljenih podataka provedena je u računalnom statističkom programu IBM SPSS Statistics, verzija 29 i pomoću JASP-a (verzija 0.17.3.0 i 0.18.2.0). Nadalje, za analizu aktorskih i partnerskih efekata koristio se model međuzavisnosti aktora i partnera (Kenny, 1996) i besplatna web aplikacija APIM_SEM koju su razvili Stas i suradnici (2018). Svi rezultati na mjernim skalama izraženi su na način da veći rezultat predstavlja višu razinu nekog mjenog obilježja. U obradi rezultata i odgovaranju na postavljene probleme i hipoteze korištene su sljedeće statističke analize: 1. korelacija; 2. t-test za zavisne uzorke; 3. model međuzavisnosti aktora i partnera (Actor Partner Interdependence Model – APIM; Kenny, 1996) i 4. regresijska analiza, odnosno moderacijska i medijacijska analiza.

Povezanost i prediktivni doprinos dominacije, ugleda, moći, pozitivnih i negativnih emocija, tjelesne visine, samoprocjene tjelesne privlačnosti, procjene privlačnosti partnera, visine primanja, stupnja obrazovanja sa zadovoljstvom u vezi utvrđivao se korelacijama i regresijskom analizom, moderacijskom regresijskom analizom i moderiranom medijacijskom analizom. Provjera razlika dominacije, ugleda, moći pozitivnih i negativnih emocija, zadovoljstva, tjelesne, visine, samoprocjene privlačnosti, visine primanja i stupnja obrazovanja između muškaraca i žena analizirana je t-testom za zavisne uzorke.

Analiza medijacije dijadnih podataka provedena je i pomoću aplikacije APIMeM (Kenny, 2015). Ograničenje navedene aplikacije je što izjednačava aktorske i partnerske efekte medijacijskih dijadnih podataka. Nadalje, aktorski i partnerski efekti dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi i aktorski i partnerski efekti dominacije i ugleda na moć u vezi utvrđivani su analizom tih efekata kao što je već navedeno pomoću besplatne web aplikacije APIM_SEM (Stas i sur., 2018). Ovoj aplikaciji može se pristupiti online putem poveznice: http://lavaan.org/APIM_SEM. Način rada aplikacije APIM_SEM obrazložiti ću malo detaljnije zato što se radi o relativno novom alatu napravljenom za analizu APIM modela. APIM_SEM radi analizu dijadnih podataka pomoću lavaan R-paketa za modeliranje strukturalnih jednadžbi (Rosseel, 2012). Navedena aplikacija se može koristiti za analizu dijadnih podataka koji se ne mogu razlikovati (npr. dva muška prijatelja) i analizu dijadnih podataka koji se mogu razlikovati (npr. muškaraca i žena u vezi). Programom koji koristi ova aplikacija mogu se utvrditi aktorski i partnerski efekti za jedan ili dva prediktora te se mogu kontrolirati kovarijati između pojedinaca kada je rezultat različit za svakog pojedinca (npr. visina primanja) ili između dijada kada jedan rezultat predstavlja dijadu te je isti za oba člana dijade (npr. broj djece ili duljina zajedničkog života).

Za otkrivanje dijadnih obrazaca u APIM modelu Kenny i Ledermann (2010) predložili su metodu za utvrđivanje i mjerenje tih obrazaca. Kako bi mjerili dijadne obrasce, oni su predložili procjenu parametra k koji predstavlja omjer partnerskog i aktorskog efekta. Iako k u praksi može imati bilo koju vrijednost, istraživači koji istražuju dijadne odnose posebno su zainteresirani za tri vrijednosti. Ako k iznosi približno 1, otkriven je „obrazac para“ koji pokazuje da su aktorski i partnerski efekt jednaki u svojoj veličini. Ishod člana jednako je pod učinkom vlastitog prediktora, kao i prediktorske varijable partnera. Kada k iznosi približno -1, postoji „kontrastni obrazac“ gdje su aktorski i partnerski efekt jednaki, ali imaju različiti predznak. To znači npr. da se s povećanjem prediktora aktora (npr. percepcija vlastite moći) povećava njegovo zadovoljstvo u vezi, ali se smanjuje zadovoljstvo njegovog partnera u vezi. Samo „aktorski obrazac“ javlja se kada je k jednak 0, označavajući da je partnerski efekt 0 tj. da nema nikakav učinak na ishodišnu varijablu partnera.

4.2. Rezultati drugog istraživanja

4.2.1. Sociodemografski i deskriptivni podaci glavnih varijabli drugog istraživanja

U tablici 9 nalaze se osnovni deskriptivni pokazatelji sociodemografskih varijabli žena i muškaraca.

Tablica 9. Deskriptivni podaci sociodemografskih varijabli drugog istraživanja prema spolu

	<u>Dob</u>		<u>Tjelesna visina</u>		<u>Visina primanja</u>		<u>Doprinos kućanstvu</u>		<u>Broj veza prije sadašnje</u>	
	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene
<i>N</i>	155	155	155	155	153	151	152	152	154	154
<i>M</i>	42.24	39.94	180.93	168.61	9190.85	7534.67	6330.86	4890.21	1.67	1.04
<i>SD</i>	11.76	11.27	7.42	7.45	4947.30	4582.57	4264.83	3272.69	2.26	1.11
<i>Min.</i>	21.00	20.00	161.00	149.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<i>Maks.</i>	63.00	60.00	200.00	190.00	24000	20000	20000	15000	10.00	5.00

Napomena. Visina primanja izražena je u hrvatskim kunama jer je u vrijeme istraživanja to bila službena valuta u Republici Hrvatskoj.

Iz rezultata u tablici 9 vidljivo je da su muškarci u ovom uzorku nešto stariji od žena i prema očekivanju viši od njih. Nadalje, muškarci u prosjeku zarađuju više od žena, financijski doprinose više kućanstvu i imali su u prosjeku više veza prije sadašnje u usporedbi sa ženama.

4.2.2. Razlike između glavnih varijabli drugog istraživanja prema spolu

Kako bi se testiralo postoje li značajne razlike u glavnim varijablama drugog istraživanja između žena i muškaraca proveden je t-test za zavisne uzorke. U tablici 10 prikazane su razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama drugog istraživanja.

Tablica 10. Uparene t-test razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama drugog istraživanja

Varijable	<i>M</i> (M)	<i>SD</i> (M)	<i>M</i> (Ž)	<i>SD</i> (Ž)	<i>t</i> (df)	<i>p</i>	Cohenov <i>d</i>
Dob	42.24	11.76	39.94	11.28	8.60 (154)	<.01	0.69
Stupanj obrazovanja	2.82	1.07	2.99	1.00	-2.15 (154)	0.03	-0.17
Visina primanja	9072.26	5024.02	7534.67	4582.57	3.99 (150)	<.01	0.32
Doprinos kućanstvu	6330.86	4264.84	4890.21	3272.69	4.42 (149)	<.01	0.36
Broj ozbiljnih veza prije sadašnje	1.67	2.26	1.04	1.11	3.59 (152)	<.01	0.29
Samoprocjena privlačnosti	4.75	1.15	4.65	1.07	0.77 (153)	0.44	0.06
Partnerova procjena privlačnosti	6.32	0.98	5.99	1.11	3.79 (150)	<.01	0.31
Motiv dominacije	2.17	0.81	2.09	0.69	0.92 (154)	0.36	0.07
Motiv ugleda	3.83	0.95	3.98	0.88	-1.62 (154)	0.11	-0.13
Skala osjećaja moći	4.98	1.00	5.18	1.01	-2.19 (154)	0.03	-0.18
Revidirana skala dijadne prilagodbe	3.18	0.66	3.12	0.62	1.63 (154)	0.10	0.13
Skala pozitivnog afekta	3.75	0.51	3.63	0.55	2.40 (154)	0.02	0.19
Skala negativnog afekta	1.94	0.54	2.11	0.59	-3.36 (154)	<.01	-0.27

Legenda. *M*(M) = aritmetička sredina za muškarce; *SD* (M) = standardna devijacija za muškarce; *M* (Ž) = aritmetička sredina za žene; *SD* (Ž) = standardna devijacija za žene; *t* (df) = vrijednost t-testa s pripadajućim stupnjevima slobode; *p* = vrijednost značajnosti; *d* = Cohenova veličina učinka. Financijski resursi i doprinos kućanstvu izraženi su u hrvatskim kunama jer je u vrijeme istraživanja to bila službena valuta u Republici Hrvatskoj.

Iz tablice 10 vidljivo je kako postoje značajne razlike u dobi, stupnju obrazovanja, visini primanja, doprinosu kućanstvu, broju ozbiljnih veza prije sadašnje veze ili braka, u procjeni privlačnosti partnera, u osjećaju moći, pozitivnim emocijama i negativnim emocijama između muškaraca i žena. Muškarci su u prosjeku stariji od žena, žene imaju

veći stupanj obrazovanja od muškaraca, ali je taj efekt malen. Nadalje, muškarci imaju viša primanja od žena, a uspoređujući novčani doprinos kućanstvu, vidi se kako muškarci u prosjeku doprinose kućanstvu više od žena. Kada se usporedi koliki postotak od svojeg primanja izdvajaju za kućanstvo muškarci (69.78 %), a koliki postotak žene (64.90), vidljivo je da muškarci izdvajaju nešto veći postotak. Što se tiče broja veza prije sadašnje, muškarci su prosječno imali više veza nego žene. Muškarci procjenjuju svoje partnerice kao privlačnije za razliku od žena koje ocjenjuju svoje partnere manje privlačnima nego oni njih. Kada se usporedi osjećaj moći u vezi, žene percipiraju veći osjećaj moći u vezi nego muškarci. Žene u romantičnoj vezi doživljavaju više negativnih emocija nego muškarci, a muškarci doživljavaju više pozitivnih emocija.

4.2.3. Povezanost između glavnih varijabli drugog istraživanja

Kako bi se ispitala povezanost između glavnih varijabli drugog istraživanja provedena je korelacijska analiza. U tablici 11 prikazani su Pearsonovi koeficijenti korelacije između sociodeomografskih varijabli i glavnih konstrukata drugog istraživanja za muškarce.

Tablica 11. *Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli drugog istraživanja za muškarce*

Varijable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Dob	—											
2. Tjelesna visina	-.06	—										
3. Stupanj obrazovanja	-.11	.07	—									
4. Visina primanja	.12	.08	.39***	—								
5. Privlačnost (samoprocjena)	-.16*	.11	.04	.01	—							
6. Privlačnost (procjena od strane partnerice)	-.28***	-.04	-.03	.01	.19*	—						
7. Skala osjećaja moći	-.15	.17*	.11	.06	.22**	.08	—					
8. Motiv dominacije	-.06	.14	.00	.06	.20*	-.20*	.06	—				
9. Motiv ugleda	-.02	-.16	.06	.11	.06	.02	.12	.28***	—			
10. Revidirana skala dijadne prilagodbe	.04	-.09	-.18*	-.11	.06	.38***	.24**	-.26**	.01	—		
11. Skala pozitivnog afekta	-.20*	.01	-.14	-.08	.28***	.48***	.21**	-.27***	-.01	.38***	—	
12. Skala negativnog afekta	.06	-.10	.10	.01	-.16*	-.26**	-.24**	.35***	.28***	-.34***	-.50***	—

Napomena: *p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Iz tablice 11 vidljivo je kako je dob muškaraca negativno povezana s partneričinom procjenom privlačnosti muškarca, samoprocjenom privlačnosti i skalom pozitivnog afekta, što ukazuje na to da stariji muškarci percipiraju sebe kao manje privlačne i doživljavaju manje pozitivnih emocija.

Tjelesna visina je pozitivno povezana s osjećajem vlastite moći, što znači da visina doprinosi većoj percepciji vlastite moći u viših ispitanika. Stupanj obrazovanja pozitivno je povezan s visinom primanja, a negativno sa zadovoljstvom u vezi. Samoprocjena privlačnosti u pozitivnoj je korelaciji s partneričinom percepcijom privlačnosti, s osjećajem moći, motivom dominacije i skalom pozitivnog afekta, a u negativnoj je korelaciji sa skalom negativnog afekta. Ovi rezultati sugeriraju da se muškarci koji se percipiraju kao tjelesno privlačniji također osjećaju moćnije i ponašaju dominantnije, što dovodi do više pozitivnih osjećaja u vezi.

Partneričina procjena privlačnosti muškaraca pozitivno je povezana sa zadovoljstvom muškaraca, sa skalom pozitivnog afekta i negativno povezana sa skalom negativnog afekta. Ovi rezultati ukazuju na važnost partneričine potvrde privlačnosti koja doprinosi povećanju pozitivnih emocija i zadovoljstva u vezi u muškaraca. Osjećaj moći povezan je s višim razinama pozitivnog afekta, većim zadovoljstvom u vezi i višom samoprocjenom privlačnosti. Motiv dominacije pozitivno je povezan s motivom ugleda i skalom negativnog afekta, a negativno povezan sa zadovoljstvom u vezi i skalom pozitivnog afekta, ovaj rezultat je u skladu s hipotezama H2 i H4. Motiv ugleda pozitivno je povezan s motivom dominacije, ali i s višim razinama negativnog afekta, što nije u skladu s hipotezom H2.

U tablici 12 prikazane su povezanosti između sociodemografskih varijabli i glavnih konstrukata drugog istraživanja za žene.

Tablica 12. *Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli drugog istraživanja za žene*

Varijable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Dob	—											
2. Tjelesna visina	-.08	—										
3. Stupanj obrazovanja	-.21*	.23**	—									
4. Visina primanja	.18*	.09	.35***	—								
5. Privlačnost (samoprocjena)	-.24**	.06	.23**	.10	—							
6. Privlačnost (procjena partnera)	-.26**	-.01	.01	-.06	.18*	—						
7. Skala osjećaja moći	-.22**	-.07	.28***	.03	.19*	.51***	—					
8. Motiv dominacije	-.12	.10	.11	.01	.09	-.08	-.11	—				
9. Motiv ugleda	-.10	.15	.08	.08	.01	.01	.10	.23**	—			
10. Revidirana skala dijadne prilagodbe	.02	-.15	-.10	-.05	-.05	.47***	.44***	-.03	.14	—		
11. Skala pozitivnog afekta	-.11	-.11	-.01	-.14	.12	.57***	.53***	-.07	.04	.61***	—	
12. Skala negativnog afekta	.02	.08	.03	.06	-.02	-.42***	-.48***	.33***	.17*	-.41***	-.52***	—

Napomena: *p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Iz dobivenih rezultata u tablici 12 vidljiv je niz statistički značajnih povezanosti između ispitivanih varijabli. Dob je žena negativno povezana sa stupnjem obrazovanja, samoprocjenom privlačnosti, partnerovom procjenom privlačnosti te s osjećajem moći, što sugerira da mlađe žene izvještavaju o višim razinama obrazovanja, većoj percepciji vlastite privlačnosti i većem doživljaju osjećaja moći za razliku od starijih žena.

Stupanj obrazovanja je pozitivno povezan s tjelesnom visinom, visinom primanja, sa samoprocjenom privlačnosti i osjećajem moći, što može upućivati na to da obrazovanije žene doživljavaju sebe kao privlačnije i moćnije, ali i da tjelesna visina doprinosi većem stupnju obrazovanja. Slično tome, veća samoprocjena privlačnosti povezana je s većim osjećajem moći i pozitivnom partnerovom procjenom privlačnosti, što ukazuje na to da privlačnost doprinosi većem osjećaju moći u vezi. Partnerova procjena privlačnosti žena snažno je pozitivno povezana s osjećajem moći žena, zadovoljstvom žena u vezi i pozitivnim afektom, dok je negativno povezana s negativnim afektom. Ovo ukazuje da partnerova percepcija privlačnosti žena ima za žene puno veći učinak na njihove pozitivne emocije, osjećaj moći u vezi i zadovoljstvo u vezi nego njihova samopercepcija privlačnosti.

Osjećaj moći pozitivno je povezan sa stupnjem obrazovanja, samoprocjenom i partnerovom procjenom privlačnosti, zadovoljstvom u vezi i pozitivnim afektom, a negativno s negativnim afektom, što sugerira da navedene varijable doprinose osjećaju vlastite moći za žene koji onda dovodi do većeg zadovoljstva u vezi. Motiv dominacije pozitivno je povezan s motivom ugleda i skalom negativnog afekta, što je u skladu s hipotezom H2. Motiv ugleda je pozitivno povezan s negativnim osjećajima što nije u skladu s hipotezom H2. Pozitivni afekt je snažno pozitivno povezan s osjećajem moći, zadovoljstvom u vezi i partnerovom percepcijom privlačnosti.

Povezanost sociodemografskih varijabli i procjene privlačnosti između muškaraca i žena prikazana je Pearsonovim koeficijentima korelacije u tablici 13.

Tablica13. *Pearsonovi koeficijenti korelacije između sociodemografskih varijabli, tjelesne visine i tjelesne privlačnosti za muškarce i žene*

Varijable	m_Dob	m_Tjelesna visina	m_Stupanj obrazovanja	m_Visina primanja	m_Privlačnost (samoprocjena)	m_Procjena privlačnosti partnerice
ž_Dob	.96***	-.06	-.06	.15	-.19*	-.26**
ž_Tjelesna visina	-.06	.14	.09	.06	.08	-.04
ž_Stupanj obrazovanja	-.24**	.14	.56***	.23**	.15	.14
ž_Visina primanja	.15	.02	.37***	.40***	-.11	.08
ž_Privlačnost (samoprocjena)	-.25**	.11	.16*	.09	.14	.10
ž_Procjena privlačnosti partnera	-.31***	.03	.09	.11	.17*	.39***

Napomena: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, m ispred varijable označava muški spol, a ž ispred varijable označava ženski spol.

Iz tablice 13 vidljivo je da je dob muškaraca i žena vrlo snažno pozitivno povezana, što upućuje na to da su partneri u ovom uzorku uglavnom slične životne dobi. Nadalje, dob muškaraca negativno je povezana sa stupnjem obrazovanja žena, samoprocjenom privlačnosti muškaraca, samoprocjenom privlačnosti žena i procjenom privlačnosti partnera ili partnerice. Osim toga, obrazovanje muškaraca i žena pokazuje snažnu pozitivnu povezanost, kao i stupanj obrazovanja muškaraca i žena i visina primanja muškaraca i žena. Ovi rezultati sugeriraju da muškarci i žene u uparivanju nastoje dobiti približno jednako kvalitetnog partnera, odnosno približno jednaku socijalnu i partnersku vrijednost koju i sami nude.

Što se tiče subjektivne procjene tjelesne privlačnosti, utvrđena je pozitivna povezanost između samoprocjene privlačnosti muškaraca sa procjenom privlačnosti od strane partnerice, što može ukazivati na recipročan doživljaj atraktivnosti unutar odnosa. Muškarčeva procjena partnerice pozitivno korelira sa ženskom procjenom partnera, što dodatno podupire ideju međusobnog vrednovanja u romantičnim odnosima. Ovi rezultati upućuju na usklađivanje u postizanju partnerske vrijednosti pri uparivanju muškaraca i žena putem tjelesne privlačnosti, odnosno da muškarci i žene traže partnere za koje smatraju da su tjelesno približno privlačni kao i oni sami.

U tablici 14 prikazani su Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih konstrukata drugog istraživanja za muškarce i žene.

Tablica 14. *Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih konstrukata drugog istraživanja za muškarce i žene*

Varijable	m_Skala osjećaja moći	m_Motiv dominacije	m_Motiv ugleda	m_Revidirana skala dijadne prilagodbe	m_Skala pozitivnog afekta	m_Skala negativnog afekta
ž_Skala osjećaja moći	.35***	-.19*	-.01	.35***	.38***	-.32***
ž_Motiv dominacije	.02	.08	.09	-.00	-.15	.15
ž_Motiv ugleda	-.06	.01	.18*	.01	-.12	.16*
ž_Revidirana skala dijadne prilagodbe	.20*	-.23**	-.02	.72***	.26**	-.28***
ž_Skala pozitivnog afekta	.23**	-.27***	-.04	.39***	.41***	-.38***
ž_Skala negativnog afekta	-.23**	.24**	.16	-.30***	-.34***	.40***

Napomena: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, m ispred varijable označava muški spol, a ž ispred varijable označava ženski spol.

Iz tablice 14 vidljivo je kako je skala osjećaja moći muškaraca pozitivno povezana s istom skalom u žena, kao i sa zadovoljstvom u vezi i razinom pozitivnog afekta muškaraca i žena, a negativno s negativnim afektom muškaraca i žena. Ovi rezultati upućuju na međusobnu usklađenost u doživljaju osobne moći među partnerima te njezin pozitivan učinak na kvalitetu odnosa i zadovoljstvo u vezi.

Motiv dominacije muškaraca negativno je povezan s dijadnom prilagodbom i pozitivnim afektom muškaraca i žena i pozitivno povezan s negativnim afektom muškaraca i žena. Prethodno rečeno upućuje na negativne emocionalne posljedice motiva dominacije, navedeni rezultat je u skladu s hipotezom H2. Motivi ugleda žena i muškaraca pozitivno su povezani, što upućuje na usklađivanje u postizanju tih motiva kod romantičnih parova. Ugled muškaraca pozitivno je povezan samo s njihovim negativnim emocijama, a ugled žena pozitivno je povezan s njihovim negativnim emocijama i negativnim emocijama muškaraca. Pozitivni afekt muškaraca je pozitivno povezan s vlastitim zadovoljstvom u vezi i zadovoljstvom žena te pozitivnim afektom kod žena, dok je negativan afekt muškaraca pozitivno povezan s nižom razinom zadovoljstva muškaraca i negativnim afektom žena.

Posebno je važno istaknuti da je zadovoljstvo u vezi snažno povezano unutar parova, pri čemu su visoke razine zadovoljstva jednog partnera bile povezane s višom razinom zadovoljstva drugog partnera što ukazuje na snažni međusobni utjecaj zadovoljstva partnera u romantičnim odnosima. Pozitivni afekt muškaraca u pozitivnoj je korelaciji sa ženskim pozitivnim afektom i u negativnoj korelaciji s vlastitim i ženskim negativnim afektom. Negativni afekt muškaraca i žena pozitivno su povezani.

4.2.4. Odnos dominacije i ugleda s pozitivnim i negativnim emocijama

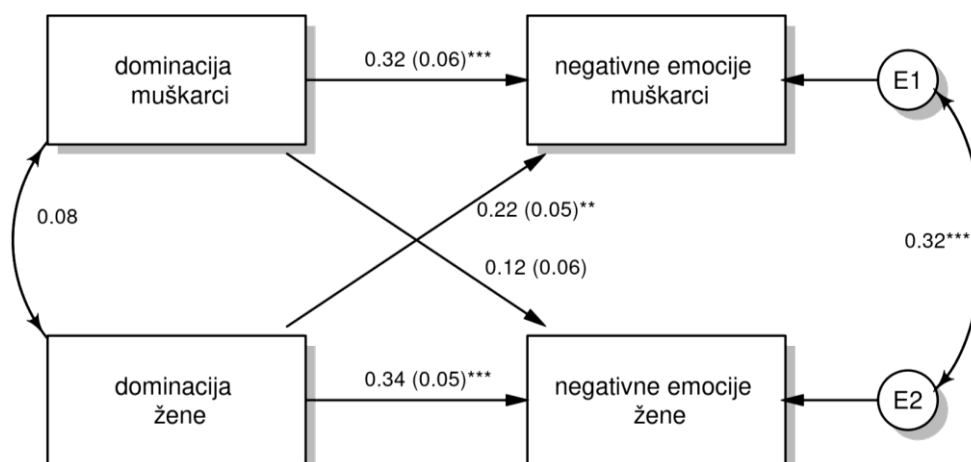
U tablici 15 i na slici 4 prikazani su aktorski i partnerski efekti motiva dominacije muškaraca i žena na njihove negativne emocije u vezi.

Tablica 15. *Aktorski i partnerski efekti dominacije na negativne emocije u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept	1.252	0.932, 1.572	< .001			
Žene						
Aktor	0.227	0.128, 0.325	< .001	0.453	0.338	0.341
Partner	0.096	-0.020, 0.211	.105	0.127	0.122	0.129
<i>k</i>	0.422	-0.133, 0.976				
Intercept	1.205	0.864, 1.547	< .001			
Muškarci						
Aktor	0.269	0.145, 0.392	< .001	0.357	0.316	0.325
Partner	0.158	0.053, 0.264	.003	0.211	0.218	0.231
<i>k</i>	0.590	0.097, 1.082				

Napomena. U gornjoj tablici nalaze se vrijednosti APIM-a za učinke nezavisne varijable na zavisnu varijablu. *B* predstavlja nestandardizirani regresijski koeficijent, CI je interval pouzdanosti s donjom i gornjom graničnom vrijednošću, *b (o)* je standardni regresijski koeficijent koji se temelji na zajedničkoj standardnoj devijaciji za muškarce i žene (ukupni standardizirani učinak), *b (s)* je standardni regresijski koeficijent koji koristi standardnu devijaciju posebno za muškarce i posebno za žene, *r* je koeficijent parcijalne korelacije, *k* je omjer partnerskog i aktorskog efekta s pripadajućim CI. Dalje u objašnjenju rezultata, nazivom muški partnerski učinak označava se učinak nezavisne varijable muškaraca na zavisnu varijablu žena, a nazivom ženski partnerski učinak, označava se učinak nezavisne varijable žena na zavisnu varijablu muškaraca. Za sve APIM analize koeficijent alfa (statistička snaga) iznosi .05. Ovo vrijedi za sve tablice koje slijede i sadrže aktorske i partnerske efekte.

Slika 4. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na negativne emocije u vezi



Napomena. Dijagram traga prikazuje procijenjene učinke aktora i partnera: standardne regresijske koeficijente za žene i muškarce [b (s)] s odgovarajućim standardnim pogreškama u zagradi i razinom značajnosti nezavisne varijable: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$. Dvostruka strelica između dvije nezavisne varijable predstavlja njihovu kovarijancu. Dvostruka strelica između dvije zavisne varijable predstavlja kovarijancu između njihovih rezidualnih pogrešaka, odnosno korelirane pogreške. Ovo vrijedi za sve dijagrame traga koji slijede i sadrže aktorske i partnerske efekte.

Test razlikovanja muškaraca i žena daje vrijednost χ^2 od 19.30 ($p = .004$) uz šest stupnjeva slobode. Budući da je ovaj test razlikovanja statistički značajan, zaključujemo da se članovi dijade mogu razlikovati u učinku dominacije na negativne emocije prema spolu. Aktorski učinak dominacije kod oba spola na negativne emocije je pozitivan i statistički značajan, dobiveni rezultati su u skladu s hipotezom H2. Kada se testira jesu li dva aktorska učinka jednaka, pokazalo se da razlika između njih nije statistički značajna, $p = .605$, 95% CI [-0.2, 0.12].

Muški partnerski učinak dominacije na negativne emocije žena je pozitivan i nije statistički značajan, a ženski partnerski učinak dominacije na negativne emocije muškaraca je pozitivan i statistički značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H2. Kada se testira jesu li partnerski učinci jednaki, pokazuje se da razlika

između njih nije statistički značajna ($p = .435$, 95% CI [-0.22, 0.1]). Vrijednost k za žene iznosi 0.42, a k muškaraca je 0.59. Za žene se može zaključiti da je vjerojatan samo aktorski model ($k = 0$) tj. da njihova dominacija ima prije svega značajan učinak na njihove negativne emocije. To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji se kreće od -0.13 do 0.98. Za muškarce se može zaključiti da je vjerojatan model para ($k = 1$), njihov interval pouzdanosti kreće se od 0.1 do 1.08 što znači da njihova dominacija ima učinak na njihove i partneričine negativne emocije.

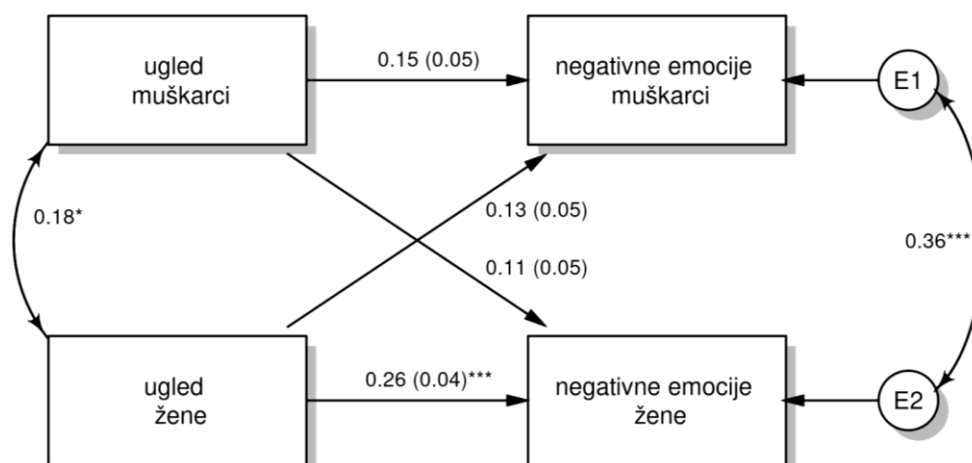
Kako bi se ispitali učinci motiva ugleda žena i muškaraca na njihove negativne emocije u vezi, provedena je regresijska analiza pomoću APIM-a. U tablici 16 i na slici 5 prikazani su aktorski i partnerski efekti motiva ugleda na negativne emocije u vezi.

Tablica 16. *Aktorski i partnerski efekti ugleda na negativne emocije u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept	1.102	0.641, 1.563	<.001			
Žene						
Aktor	0.147	0.060, 0.234	<.001	0.416	0.257	0.256
Partner	0.071	-0.023, 0.164	.141	0.114	0.115	0.117
<i>k</i>	0.481	-0.266, 1.228				
Intercept	1.403	0.893, 1.914	<.001			
Muškarci						
Aktor	0.099	-0.005, 0.203	.063	0.160	0.148	0.148
Partner	0.082	-0.014, 0.179	.094	0.133	0.133	0.133
<i>k</i>	0.832	-0.590, 2.254				

Legenda. *B* = nestandardizirani regresijski koeficijent; CI = interval pouzdanosti s donjom i gornjom graničnom vrijednošću; *p* = razina značajnosti; *b (o)* = standardni regresijski koeficijent koji se temelji na zajedničkoj standardnoj devijaciji za muškarce i žene (ukupni standardizirani učinak), *b (s)* = standardni regresijski koeficijent koji koristi standardnu devijaciju posebno za muškarce i posebno za žene, *r* = koeficijent parcijalne korelacije, *k* = omjer partnerskog i aktorskog efekta s pripadajućim intervalom pouzdanosti.

Slika 5. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na negativne emocije u vezi



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Test razlikovanja muškaraca i žena χ^2 uz 6 stupnjeva slobode iznosi 15.88 ($p = .014$). Na temelju rezultata testa zaključujemo da se članovi dijade mogu razlikovati u učinku ugleda na negativne emocije prema spolu. Ženski aktorski učinak ugleda na negativne emocije je pozitivan i statistički značajan, a muški aktorski učinak ugleda na negativne emocije je pozitivan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H2. Kada se testira jesu li dva aktorska učinka jednaka, razlika između njih nije statistički značajna ($p = .503$, 95% CI [-0.09, 0.19]). Partnerski učinak ugleda kod oba spola na negativne emocije je pozitivan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H2. Kada se testira jesu li dva partnerska učinka jednaka, pokazalo se da razlika među njima nije statistički značajna ($p = .869$, 95% CI [-0.15, 0.13]).

Vrijednost k za žene iznosi 0.48, a k muškaraca je 0.83. Za žene se može zaključiti da je prihvatljiv samo aktorski model ($k = 0$), tj. da njihova potreba za ugledom ima pozitivan učinak samo na njihove negativne emocije. To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji se kreće od -0.27 do 1.23. Za muškarce se može zaključiti da

je prihvatljiv model para ($k = 1$). Njihov interval pouzdanosti kreće se od -0.59 do 2.25 što znači da njihova potreba za ugledom ima sličan učinak na njihove negativne emocije i negativne emocije žena.

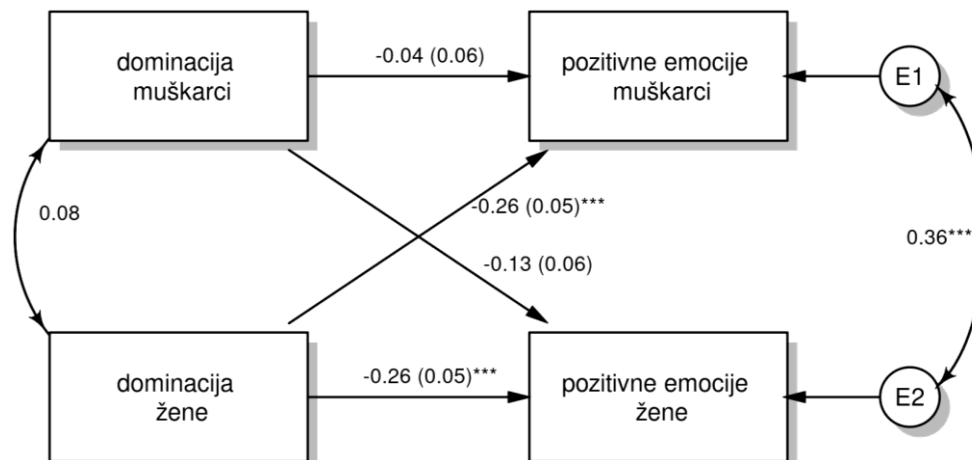
Da bi se ispitali učinci motiva dominacije muškaraca i žena na njihove pozitivne emocije u vezi, provedena je regresijska analiza pomoću APIM-a. U tablici 17 i na slici 6 prikazani su aktorski i partnerski efekti motiva dominacije na pozitivne emocije u vezi.

Tablica 17. *Aktorski i partnerski efekti dominacije na pozitivne emocije u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept	4.308	3.998, 4.619	<.001			
Žene						
Aktor	-0.164	-0.259, -0.068	<.001	-0.366	-0.258	-0.261
Partner	-0.099	-0.211, 0.013	.082	-0.140	-0.134	-0.138
<i>k</i>	0.606	-0.187, 1.400				
Intercept	4.097	3.757, 4.436	<.001			
Muškarci						
Aktor	-0.036	-0.158, 0.086	.566	-0.050	-0.045	-0.046
Partner	-0.179	-0.284, -0.075	<.001	-0.252	-0.261	-0.261
<i>k</i>	4.997	-12.511, 22.505				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 6. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na pozitivne emocije u vezi



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Testiranje mogućnosti razlikovanja žena i muškaraca daje vrijednost χ^2 od 14.258 ($p = .027$) uz 6 stupnjeva slobode. S obzirom na rezultat testa, zaključujemo da se članovi dijade mogu razlikovati u učinku dominacije na pozitivne emocije prema spolu. Ženski aktorski učinak dominacije na pozitivne emocije je negativan i statistički značajan, a muški aktorski učinak dominacije na pozitivne emocije je negativan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati su djelomično u skladu s hipotezom H2. Kada se testira jesu li dva aktorska učinka jednaka, pokazalo se da razlika nije statistički značajna, $p = .111$, 95% CI [-0.18, -0.02].

Muški partnerski učinak dominacije na pozitivne emocije je negativan i nije statistički značajan, a ženski partnerski učinak dominacije na pozitivne emocije je negativan i statistički je značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H2. Kada se testira jesu li dva partnerska učinka jednaka, pokazalo se da razlika među njima nije statistički značajna ($p = .313$, 95% CI [-0.08, 0.24]).

Vrijednost k za žene iznosi 0.61, a k muškaraca je 5. Za žene se može zaključiti da je prihvatljivi model para ($k = 1$) tj. da njihova dominacija ima značajan negativan

učinak na njihove pozitivne emocije i na pozitivne emocije muškaraca. To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji kreće se od -0.19 do 1.4. Za muškarce je interval pouzdanosti za k vrlo širok i ne može se utvrditi koji je model najvjerojatniji, njihov interval pouzdanosti kreće se od -12.51 do 22.5.

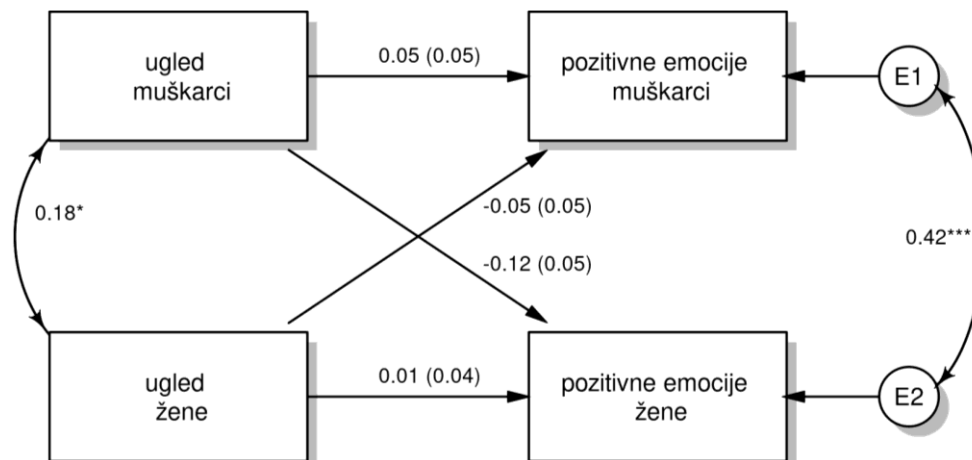
Kako bi se ispitali učinci motiva ugleda muškaraca i žena na njihove pozitivne emocije, provedena je regresijska analiza za navedene varijable pomoću APIM-a. Aktorski i partnerski efekti motiva ugleda muškaraca i žena na pozitivne emocije u vezi prikazani su u tablici 18 i na slici 7.

Tablica 18. *Aktorski i partnerski efekti ugleda na pozitivne emocije u vezi*

Efekt	B	95% CI	p	$b(o)$	$b(s)$	r
Intercept	4.000	3.546, 4.454	<.001			
Žene						
Aktor	0.006	-0.079, 0.092	.884	0.020	0.012	0.012
Partner	-0.070	-0.163, 0.022	.137	-0.120	-0.121	-0.119
k	-11.041	-157.891, 135.810				
Intercept	3.611	3.117, 4.105	<.001			
Muškarci						
Aktor	0.031	-0.070, 0.131	.548	0.053	0.049	0.048
Partner	-0.026	-0.120, 0.067	.578	-0.045	-0.045	-0.045
k	-0.857	-4.582, 2.869				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 7. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na pozitivne emocije u vezi



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Mogućnost razlikovanja muškaraca i žena ispitana hi-kvadrat testom uz 6 stupnjeva slobode iznosi 12.67 ($p = .049$). Prema dobivenom rezultatu zaključujemo da se članovi dijade mogu razlikovati u učinku ugleda na pozitivne emocije na temelju spola. Aktorski učinak ugleda kod oba spola na pozitivne emocije je pozitivan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati idu u očekivanom smjeru, ali ne podržavaju hipotezu H2. Kada se testira jesu li dva aktorska učinka jednaka, pokazalo se da razlika nije statistički značajna, $p = .726$, 95% CI [-0.16, 0.11]. Partnerski učinak ugleda kod oba spola na pozitivne emocije žena je negativan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H2. Kada se testira jesu li dva partnerska učinka jednaka, utvrđeno je da među njima nema statistički značajne razlike ($p = .529$, 95% CI [-0.18, 0.09]).

Vrijednost k za žene iznosi -11.04, a k muškaraca je -0.86. Za žene je interval pouzdanosti za k vrlo širok i ne može se utvrditi koji je model najvjerojatniji. To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji se kreće od -157.89 do 135.81. Za muškarce je interval pouzdanosti za k isto tako vrlo širok i ne može se odrediti koji je model najvjerojatniji, njihov interval pouzdanosti kreće se od -4.58 do 2.87.

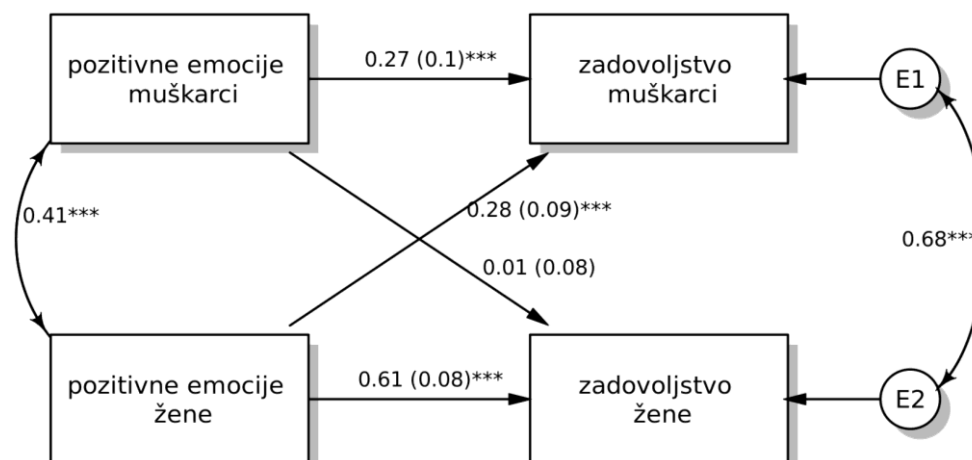
Rezultati regresijske analize pomoću APIM-a za učinak pozitivnih emocija žena i muškaraca na njihovo zadovoljstvo u vezi prikazani su u tablici 19 i na slici 8.

Tablica 19. *Aktorski i partnerski efekti pozitivnih emocija muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept	0.590	-0.060 - 1.239	.075			
Žene						
Aktor	0.687	0.533 - 0.84	<.001	0.477	0.609	0.576
Partner	0.009	-0.157 - 0.175	.913	0.008	0.008	0.009
<i>k</i>	0.013	-0.230 - 0.257				
Intercept	0.677	-0.098 - 1.452	.087			
Muškarci						
Aktor	0.347	0.149 - 0.545	<.001	0.287	0.268	0.266
Partner	0.332	0.149 - 0.515	<.001	0.275	0.278	0.274
<i>k</i>	0.957	0.055 - 1.860				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 8. *Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata pozitivnih emocija na zadovoljstvo u vezi*



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Test razlikovanja muškaraca i žena hi-kvadrat uz 6 stupnjeva slobode iznosi 21.96 ($p = .001$). S obzirom na dobiveni rezultat, zaključujemo da članove dijade možemo razlikovati prema učinku pozitivnih emocija na zadovoljstvo u vezi na temelju spola. Aktorski učinak pozitivnih emocija kod oba spola na zadovoljstvo u vezi je pozitivan i statistički značajan. Dobiveni rezultati su u skladu s hipotezom H5. Kada se testira jesu li aktorski učinci muškaraca i žena jednaki, utvrđeno je kako se statistički značajno razlikuju ($p = .018$, 95% CI [0.06, 0.62]), tj. aktorski učinak žena je značajno veći od aktorskog učinka muškaraca.

Muški partnerski učinak pozitivnih emocija na zadovoljstvo žena je pozitivan i nije statistički značajan, a ženski partnerski učinak pozitivnih emocija na zadovoljstvo muškaraca je pozitivan i statistički značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H5. Kada se testira jesu li muški i ženski partnerski učinci pozitivnih emocija jednaki, utvrđeno je kako se statistički značajno razlikuju ($p = .024$, 95% CI [-0.6, -0.04]), tj. ženski partnerski učinak je značajno veći od muškog partnerskog učinka.

Vrijednost parametra k za žene iznosi 0.01, a k muškaraca je 0.96. Za žene se može zaključiti kako je vjerojatan samo aktorski model ($k = 0$). To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji se kreće od -0.23 do 0.26 što znači da njihove pozitivne emocije prije svega imaju učinak na njihovo zadovoljstvo u vezi, a manje na zadovoljstvo muškaraca. Za muškarce se isto tako može zaključiti da je vjerojatan samo aktorski model ($k = 0$), njihov interval pouzdanosti kreće se od 0.06 do 1.86 što znači da njihove pozitivne emocije imaju značajan učinak na njihovo zadovoljstvo u vezi, a vrlo malo na zadovoljstvo njihovih partnerica.

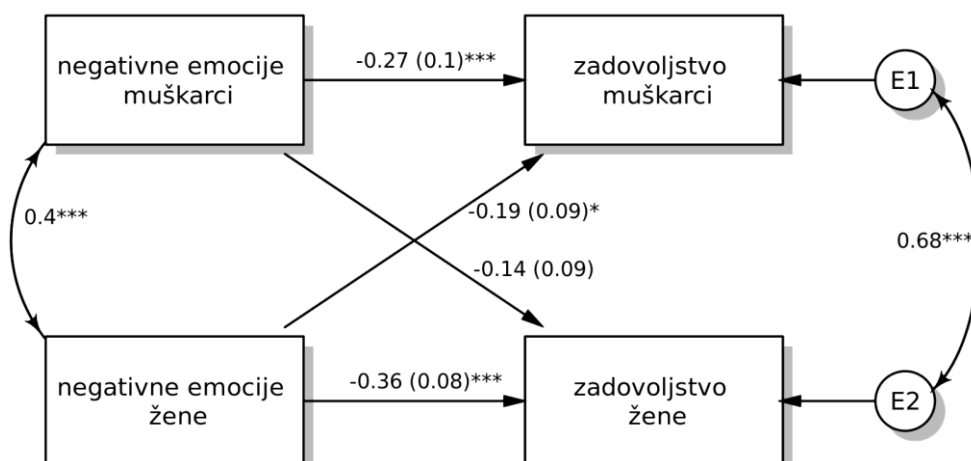
Kako bi se ispitala povezanost negativnih emocija muškaraca i žena sa zadovoljstvom u vezi, provedena je regresijska analiza pomoću APIM-a. Rezultati u tablici 20 i na slici 9 prikazuju aktorske i partnerske efekte negativnih emocija na zadovoljstvo u vezi.

Tablica 20. *Aktorski i partnerski efekti negativnih emocija muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b</i> (<i>o</i>)	<i>b</i> (<i>s</i>)	<i>r</i>
Intercept	4.224	3.831, 4.617	<.001			
Žene						
Aktor	-0.38	-0.545, -0.215	<.001	-0.298	-0.356	-0.34
Partner	-0.156	-0.335, 0.023	.087	-0.137	-0.135	-0.136
<i>k</i>	0.411	-0.155, 0.977				
Intercept	4.270	3.844, 4.696	<.001			
Muškarci						
Aktor	-0.327	-0.521, -0.134	<.001	-0.287	-0.267	-0.257
Partner	-0.214	-0.393, -0.034	.019	-0.187	-0.189	-0.185
<i>k</i>	0.652	-0.132, 1.437				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 9. *Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata negativnih emocija na zadovoljstvo u vezi*



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Test razlikovanja muškaraca i žena χ^2 uz 6 stupnjeva slobode iznosi 14.97 ($p = .020$). Prema rezultatima testa, zaključujemo da se članovi dijade mogu razlikovati u učinku negativnih emocija na zadovoljstvo u vezi na temelju spola. Aktorski učinak

negativnih emocija kod oba spola na zadovoljstvo je negativan i statistički značajan. Dobiveni rezultati u skladu su s hipotezom H5. Prilikom testiranja jesu li dva aktorska učinka jednaka, pokazalo se da među njima nema statistički značajne razlike ($p = .721$, 95% CI [-0.34, 0.23]).

Muški partnerski učinak negativnih emocija na zadovoljstvo žena je negativan i nije statistički značajan, a ženski partnerski učinak negativnih emocija na zadovoljstvo muškaraca je negativan i statistički značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H5. Kada se testira jesu li partnerski učinci jednaki, pokazalo se da razlika među njima nije statistički značajna ($p = .692$, 95% CI [-0.23, 0.34]).

Vrijednost parametra k za žene iznosi 0.41, a k muškaraca je 0.65. Za žene se može zaključiti kako je vjerojatniji samo aktorski model ($k = 0$). To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji se kreće od -0.15 do 0.98, što znači da njihove negativne emocije najviše utječu na njihovo zadovoljstvo u vezi, a u maloj mjeri utječu i na zadovoljstvo muškaraca. Za muškarce se može zaključiti kako su mogući model para ($k = 1$) i samo aktorski model ($k = 0$), oba modela su prihvatljiva jer se njihov interval pouzdanosti za k kreće od -0.13 do 1.44, što znači da njihove negativne emocije utječu najviše na njihovo zadovoljstvo u vezi, ali djelomično i na zadovoljstvo njihovih partnerica.

4.2.5. Povezanost dominacije i ugleda s osjećajem moći i povezanost osjećaja moći sa zadovoljstvom u vezi

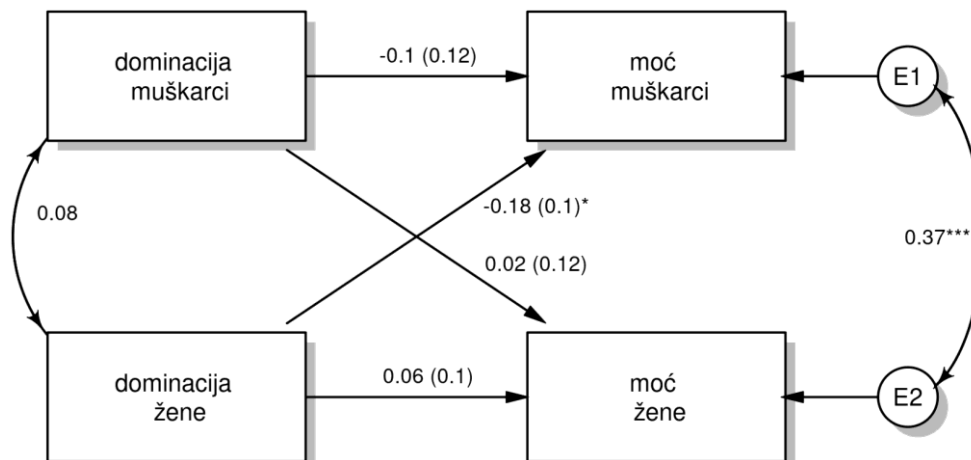
Da bi se ispitala povezanost dominacije s osjećajem moći provedena je regresijska analiza motiva dominacije muškaraca i žena na osjećaj njihove moći u vezi pomoću APIM-a. Rezultati analize prikazani su u tablici 21 i na slici 10.

Tablica 21. *Aktorski i partnerski efekti dominacije na osjećaj moći*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept						
Žene	4.779	4.143, 5.415	< .001			
Aktor	0.07	-0.126, 0.266	.484	0.042	0.056	0.056
Partner	0.023	-0.207, 0.252	.846	0.017	0.016	0.016
<i>k</i>	0.324	-3.144, 3.793				
Intercept						
Muškarci	5.983	5.353, 6.612	< .001			
Aktor	-0.147	-0.374, 0.080	.203	-0.110	-0.100	-0.102
Partner	-0.228	-0.421, -0.034	.021	-0.170	-0.181	-0.182
<i>k</i>	1.546	-1.261, 4.353				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 10. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na osjećaj moći u vezi



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Testiranje razlikovanja žena i muškaraca χ^2 uz 6 stupnjeva slobode iznosi 17.77 ($p = .007$). S obzirom na dobiveni rezultat, zaključujemo da se članovi dijade mogu razlikovati prema učinku dominacije na moć na temelju spola. Ženski aktorski učinak dominacije na osjećaj moći je pozitivan i nije statistički značajan, a muški aktorski učinak dominacije na moć je negativan i nije statistički značajan, što nije u skladu s hipotezom H3a. Kada se testira jesu li aktorski učinci muškaraca i žena jednaki, pokazuje se da razlika među njima nije statistički značajna ($p = .161$, 95% CI [-0.09, 0.52]).

Muški partnerski učinak dominacije na moć žena je pozitivan i nije statistički značajan, a ženski partnerski učinak dominacije na moć muškaraca je negativan i statistički značajan. Dobiveni je rezultat djelomično u skladu s hipotezom H3b. Kada se testira jesu li partnerski učinci dominacije muškaraca i žena na moć jednaki, pokazuje se da između njih nema statistički značajne razlike ($p = .107$, 95% CI [-0.05, 0.55]).

Vrijednost k za žene je 0.32, a k muškaraca iznosi 1.55. Za žene je interval pouzdanosti za k vrlo širok (od -3.14 do 3.79) i ne može se odrediti koji je model

najvjerojatniji. Za muškarce je isto tako interval pouzdanosti za k vrlo širok (od -1.26 do 4.35). i ne može se odrediti koji je model najvjerojatniji.

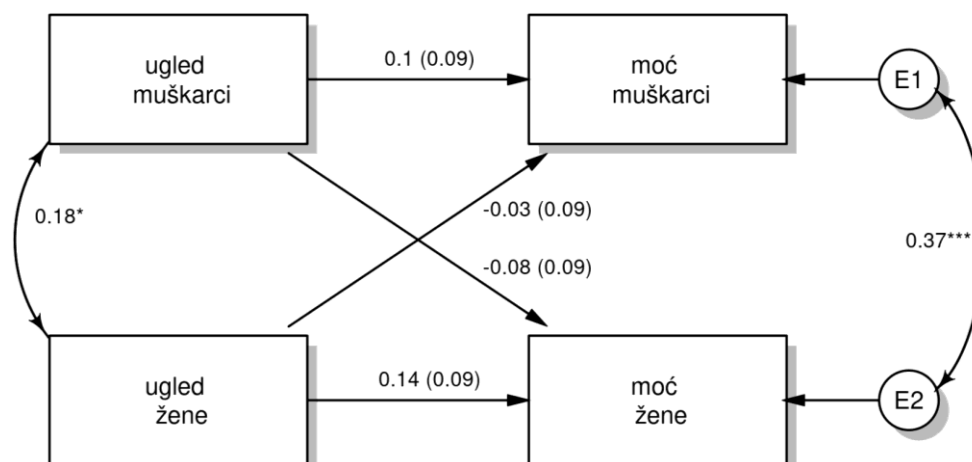
U svrhu ispitivanja učinaka motiva ugleda žena i muškaraca na osjećaj njihove moći u vezi provedena je regresijska analiza pomoću APIM-a. U tablici 22 i na slici 11 prikazani su aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na osjećaj njihove moći u vezi.

Tablica 22. *Aktorski i partnerski efekti ugleda na osjećaj moći u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept	4.791	3.905, 5.676	<.001			
Žene						
Aktor	0.146	-0.021, 0.313	.087	0.124	0.138	0.136
Partner	-0.093	-0.274, 0.087	.311	-0.085	-0.082	-0.081
<i>k</i>	-0.639	-1.958, 0.680				
Intercept	4.826	3.925, 5.726	<.001			
Muškarci						
Aktor	0.119	-0.065, 0.302	.204	0.108	0.103	0.101
Partner	-0.031	-0.201, 0.139	.720	-0.028	-0.029	-0.029
<i>k</i>	-0.262	-1.676, 1.153				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 11. *Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na osjećaj moći u vezi*



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Test razlikovanja muškaraca i žena hi-kvadrat uz 6 stupnjeva slobode iznosi 7.389 ($p = .286$). Budući da test razlikovanja nije statistički značajan, možemo zaključiti da se članovi dijade ne mogu razlikovati u učinku ugleda na moć prema spolu. Aktorski učinak ugleda kod oba spola na osjećaj moći je pozitivan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H3a. Kada se testira jesu li dva aktorska učinka jednaka, pokazuje se da razlika između njih nije statistički značajna ($p = .836$, 95% CI [-0.23, 0.28]).

Partnerski učinak ugleda kod oba spola na osjećaj moći je negativan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati idu u očekivanom smjeru, ali ne podupiru hipotezu H3b. Kada se testira jesu li partnerski učinci jednaki, utvrđeno je da među njima nema statistički značajne razlike ($p = .634$, 95% CI [-0.32, 0.19]).

Vrijednost k za žene je -0.64, a k muškaraca iznosi -0.26. Za žene se može zaključiti da je vjerojatan model kontrasta ($k = -1$). To se može zaključiti iz intervala pouzdanosti za k koji se kreće od -1.96 do 0.68. Za muškarce je interval pouzdanosti za k vrlo širok (od -1.68 do 1.15) i ne može se odrediti koji je model najvjerojatniji.

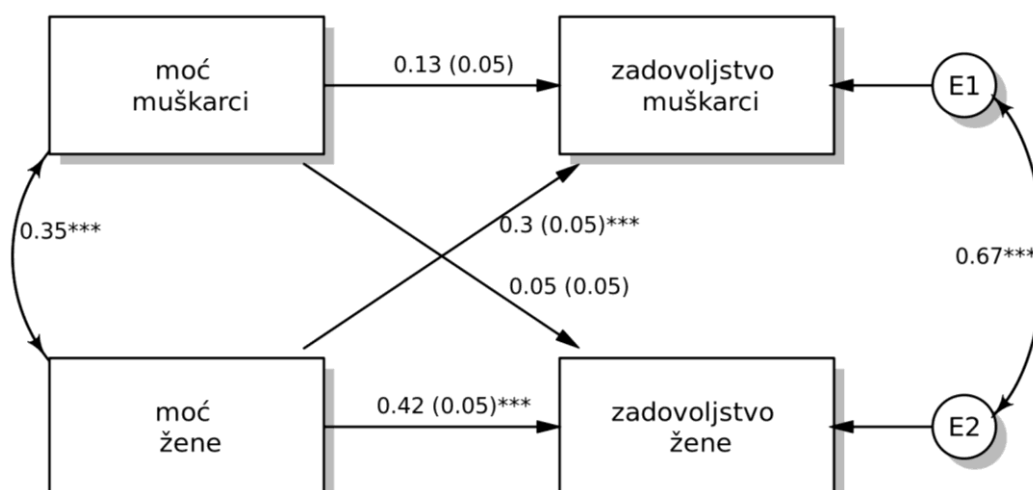
Kako bi se ispitao učinak osjećaja moći muškaraca i žena na njihovo zadovoljstvo u vezi, provedena je regresijska analiza pomoću APIM-a. Rezultati analize u tablici 23 i na slici 12 prikazuju aktorske i partnerske efekte moći na zadovoljstvo u vezi.

Tablica 23. *Aktorski i partnerski efekti moći muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept	1.602	1.055, 2.149	<.001			
Žene						
Aktor	0.26	0.168, 0.353	<.001	0.633	0.423	0.404
Partner	0.034	-0.060, 0.128	.480	0.053	0.054	0.057
<i>k</i>	0.130	-0.249, 0.509				
Intercept	1.725	1.123, 2.327	<.001			
Muškarci						
Aktor	0.085	-0.018, 0.189	.105	0.134	0.129	0.129
Partner	0.199	0.097, 0.301	<.001	0.312	0.305	0.294
<i>k</i>	2.332	-1.093, 5.756				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 12. *Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata moći na zadovoljstvo u vezi*



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Rezultat testiranja razlikovanja žena i muškaraca χ^2 uz 6 stupnjeva slobode iznosi 16.07 ($p = .013$). Prema dobivenim rezultatima zaključujemo da se članovi dijade razlikuju u učinku moći na zadovoljstvo prema spolu. Ženski aktorski učinak moći na zadovoljstvo u vezi je pozitivan i statistički značajan, a muški aktorski učinak je pozitivan

i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H3a. Kada se testira jesu li dva aktorska učinka jednaka, utvrđeno je kako među njima postoji statistički značajna razlika ($p = .026$, 95% CI [0.02, 0.33]), tj. ženski aktorski učinak je značajno veći od muškog. Muški partnerski učinak moći na zadovoljstvo žena je pozitivan i nije statistički značajan, a ženski partnerski učinak moći na zadovoljstvo muškaraca je pozitivan i statistički značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H3b. Kada se testira jesu li dva partnerska učinka jednaka, utvrđeno je da se statistički značajno razlikuju ($p = .035$, 95% CI [-0.32, -0.01]), tj. ženski partnerski učinak je značajno veći od muškog.

Vrijednost parametra k za žene iznosi 0.13, a k muškaraca je 2.33. Za žene se može zaključiti da je vjerojatan obrazac između samo aktorskog modela ($k = 0$) i modela para ($k = 1$). To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji se kreće od -0.25 do 0.51, što znači da moć žena značajno utječe na njihovo zadovoljstvo u vezi, ali i na zadovoljstvo muškaraca. Za muškarce je interval pouzdanosti za k vrlo širok (od -1.09 do 5.76) i ne može se utvrditi koji je model najvjerojatniji.

4.2.6. Povezanost dominacije i ugleda sa zadovoljstvom u vezi

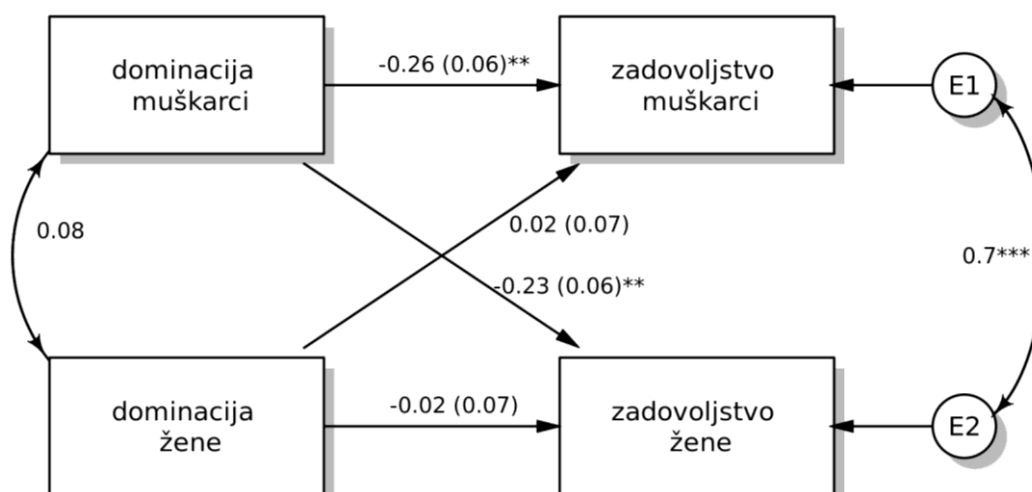
Rezultati regresijske analize motiva dominacije žena i muškaraca na njihovo zadovoljstvo u vezi pomoću APIM-a prikazani su u tablici 24 i na slici 13.

Tablica 24. *Aktorski i partnerski efekti dominacije muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b</i> (<i>o</i>)	<i>b</i> (<i>s</i>)	<i>r</i>
Intercept	3.530	3.143 - 3.916	<.001			
Žene						
Aktor	-0.015	-0.154, 0.125	.837	-0.019	-0.016	-0.016
Partner	-0.175	-0.294, -0.056	.004	-0.204	-0.227	-0.226
<i>k</i>	12.021	-103.763, 127.806				
Intercept	3.607	3.20, 4.014	<.001			
Muškarci						
Aktor	-0.210	-0.336, -0.085	.001	-0.245	-0.256	-0.255
Partner	0.015	-0.132, 0.162	.841	0.018	0.016	0.016
<i>k</i>	-0.071	-0.768, 0.625				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 13. *Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na zadovoljstvo u vezi*



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Testiranje razlikovanja žena i muškaraca pomoću hi-kvadrata uz 6 stupnjeva slobode iznosi 12.84 ($p = .046$). S obzirom na rezultat testa, zaključujemo da se članovi dijade mogu razlikovati u učinku dominacije na zadovoljstvo prema spolu. Ženski aktorski učinak dominacije na zadovoljstvo je negativan i nije statistički značajan, a aktorski učinak dominacije muškaraca je negativan i statistički značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H4. Prilikom testiranja jesu li dva aktorska učinka dominacije jednaka, utvrđeno je da je razlika između njih statistički značajna ($p = .046$, 95% CI [0, 0.39]), tj. muški aktorski učinak je značajno veći od ženskog.

Muški partnerski učinak dominacije na zadovoljstvo žena je negativan i značajan, a ženski partnerski učinak dominacije na zadovoljstvo muškaraca je pozitivan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H4. Kada se testira jesu li partnerski učinci jednaki, pokazalo se da je razlika među njima blizu granice statističke značajnosti ($p = .054$, 95% CI [-0.38, 0]).

Vrijednost k za žene iznosi 12.02, a k muškaraca iznosi -0.07. Za žene je interval pouzdanosti za k vrlo širok (od -103.76 do 127.81) i ne može se odrediti koji je model najvjerojatniji. Za muškarce se može zaključiti da je vjerojatan obrazac između aktora ($k = 0$) i para ($k = 1$). Konkretno, njihov interval pouzdanosti kreće se od -0.77 do 0.62, što znači da njihova dominacija značajno utječe na njihovo zadovoljstvo u vezi i na zadovoljstvo njihovih partnerica.

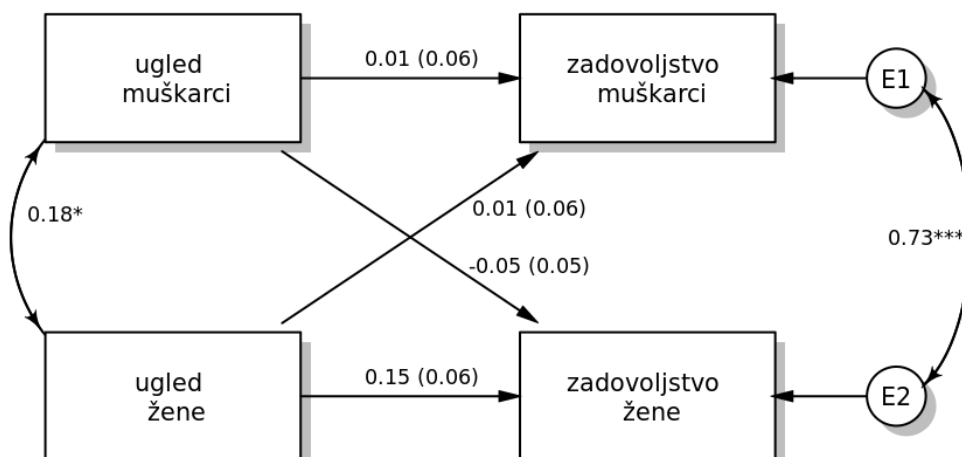
Kako bi se ispitali učinci motiva ugleda muškaraca i žena na njihovo zadovoljstvo u vezi, provedena je regresijska analiza pomoću APIM-a. U tablici 25 i na slici 14 prikazani aktorski i partnerski efekti ugleda na zadovoljstvo u vezi.

Tablica 25. *Aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi*

Efekt	<i>B</i>	95% CI	<i>p</i>	<i>b (o)</i>	<i>b (s)</i>	<i>r</i>
Intercept	2.825	2.273, 3.376	< .001			
Žene						
Aktor	0.104	-0.009, 0.216	.071	0.204	0.146	0.144
Partner	-0.031	-0.135, 0.073	.560	-0.044	-0.047	-0.047
<i>k</i>	-0.298	-1.297, 0.70				
Intercept	3.123	2.532, 3.715	< .001			
Muškarci						
Aktor	0.006	-0.105, 0.118	.912	0.009	0.009	0.009
Partner	0.009	-0.112, 0.129	.888	0.012	0.011	0.011
<i>k</i>	1.369	-31.985, 34.722				

Za značenje pojedinih parametara pogledati tablicu 16.

Slika 14. *Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na zadovoljstvo u vezi*



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 4.

Test razlikovanja muškaraca i žena hi-kvadrat uz 6 stupnjeva slobode iznosi 10.53 ($p = .104$). Budući da test razlikovanja nije značajan, zaključujemo da se članovi dijade s obzirom na učinke ugleda na zadovoljstvo ne mogu razlikovati prema spolu. Aktorski učinak ugleda kod oba spola na zadovoljstvo u vezi je pozitivan, ali nije statistički značajan. Rezultati idu u očekivanom smjeru, ali ne podupiru hipotezu H4. Kada se testira

jesu li dva aktorska učinka jednaka, pokazuje se da razlika između njih nije statistički značajna ($p = .257$, 95% CI [-0.07, 0.27]).

Muški partnerski učinak ugleda na zadovoljstvo u vezi je negativan i nije statistički značajan, a ženski partnerski učinak ugleda na zadovoljstvo u vezi je pozitivan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H4. Kada se testira jesu li dva partnerska učinka jednaka, utvrđeno je da među njima nema statistički značajne razlike ($p = .647$, 95% CI [-0.21, 0.13]).

Vrijednost parametra k za žene iznosi -0.3, a k muškaraca je 1.37. Za žene se može zaključiti da je vjerojatan obrazac kontrasta ($k = -1$) i samo aktorski obrazac ($k = 0$). To se može zaključiti iz njihovog intervala pouzdanosti koji se kreće od -1.3 do 0.7, što znači da ugled žena utječe pozitivno na zadovoljstvo žena, a negativno na zadovoljstvo muškaraca ili pak utječe samo na zadovoljstvo žena. Za muškarce je interval pouzdanosti za k vrlo širok (od -31.98 do 34.72) i ne može se odrediti koji je model najvjerojatniji.

4.2.7. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi

Kako bi se testirala H2 posreduju li negativne i pozitivne emocije odnos između motiva dominacije i ugleda i zadovoljstva u vezi provedena je višestruka medijacijska analiza. Za ovakvu vrstu medijacije minimalni broj sudionika je 150 koji je i zadovoljen. Za solidnije i pouzdanije rezultate trebalo bi biti barem 300 do 500 sudionika. Stoga je moguće da zbog premalog uzorka nisu otkriveni medijacijski efekti koji možda i postoje. U tablici 26 i 27 prikazani su rezultati medijacijskih analiza.

Tablica 26. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi za muškarce

Direktni efekti							95% CI	
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>
Dominacija	→	Zadovoljstvo	-0.188	0.098	-1.919	0.055	-0.387	0.015
Ugled	→	Zadovoljstvo	0.117	0.082	1.426	0.154	-0.044	0.293
Indirektni efekti							95% CI	
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>
Dominacija	→	Poz. Emocije → Zadovoljstvo	-0.086	0.039	-2.225	0.026	-0.207	-0.021
Dominacija	→	Neg. Emocije → Zadovoljstvo	-0.072	0.037	-1.928	0.054	-0.177	-0.001
Ugled	→	Poz. Emocije → Zadovoljstvo	0.018	0.021	0.832	0.405	-0.014	0.080
Ugled	→	Neg. Emocije → Zadovoljstvo	-0.041	0.024	-1.684	0.092	-0.100	-0.002
Koeficijenti traga							95% CI	
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>
Pozitivne emocije	→	Zadovoljstvo	0.242	0.085	2.838	0.005	0.065	0.440
Negativne emocije	→	Zadovoljstvo	-0.199	0.089	-2.235	0.025	-0.378	0.032
Dominacija	→	Pozitivne emocije	-0.357	0.100	-3.583	< .001	-0.551	-0.164
Ugled	→	Pozitivne emocije	0.074	0.085	0.870	0.384	-0.081	0.230
Dominacija	→	Negativne emocije	0.363	0.095	3.811	< .001	0.102	0.608
Ugled	→	Negativne emocije	0.207	0.081	2.561	0.010	0.074	0.352

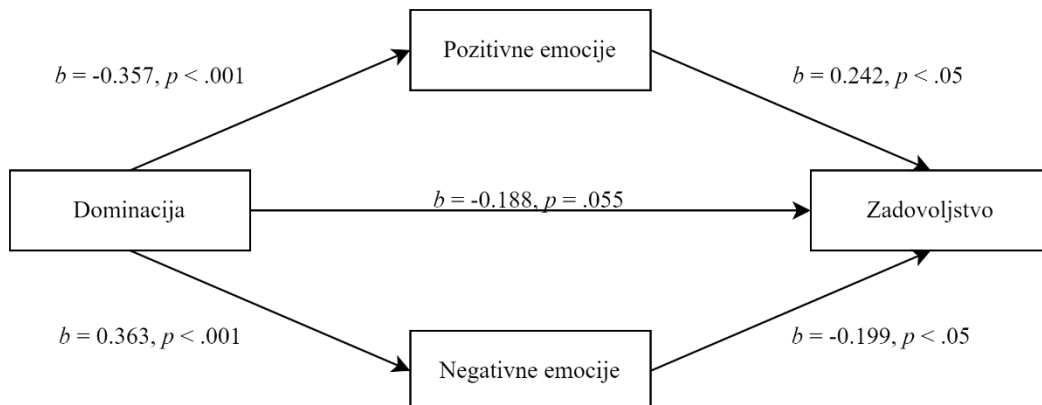
Legenda. U gornjoj tablici slova imaju sljedeća značenja: *b* = standardni regresijski koeficijent, *SE* = standardna pogreška, *z* = zeta vrijednost regresijskog koeficijenta, *p* = razina statističke značajnosti, CI = interval pouzdanosti s LL-donjom i UL-gornjom graničnom vrijednosti.

Prema rezultatima u tablici 26 indirektni efekt dominacije muškaraca na zadovoljstvo u vezi putem pozitivnih emocija je negativan i statistički značajan, što ukazuje da veća potreba za dominacijom smanjuje pozitivne emocije što posljedično vodi smanjenju zadovoljstva u vezi. Ovaj rezultat je u skladu s hipotezom H5. Veličina medijacijskog efekta iznosi $\kappa^2 = 0.048$, 95% CI [0.011, 0.116], što predstavlja učinak male do srednje veličine.

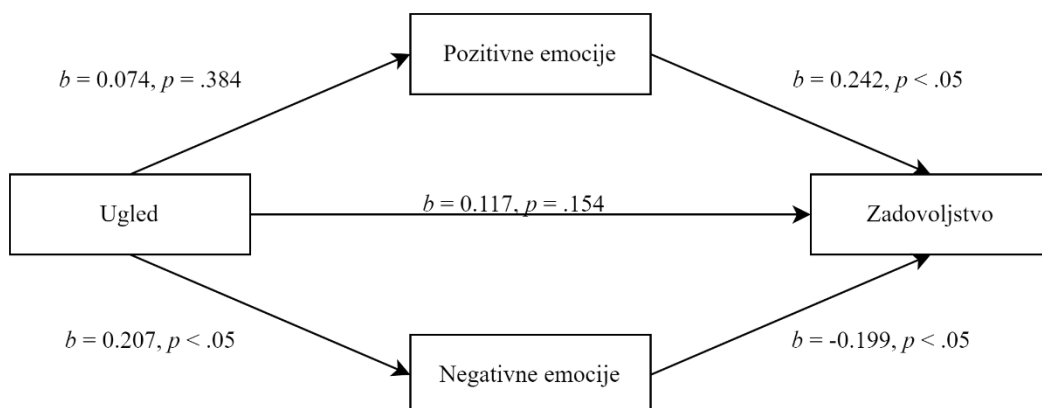
Indirektni efekt dominacije muškaraca na zadovoljstvo u vezi putem negativnih emocija je negativan i blizu granice značajnosti, dobiveni rezultat je u skladu s hipotezom H5. Ovaj rezultat implicira da dominacija povećava negativne emocije muškaraca u vezi što posljedično smanjuje zadovoljstvo. Veličina efekta $\kappa^2 = 0.043$, 95% CI [0.001, 0.112], što predstavlja efekt male do srednje veličine. Indirektni efekt ugleda muškaraca putem

pozitivnih emocija na zadovoljstvo je pozitivan i nije statistički značajan, a indirektni efekt ugleda muškaraca putem negativnih emocija je negativan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H5.

Slika 15. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije i zadovoljstva u vezi za muškarce



Slika 16. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između ugleda i zadovoljstva u vezi za muškarce



U tablici 27 prikazani su medijacijski aktorski efekti pozitivnih i negativnih emocija žena na njihovo zadovoljstvo u vezi.

Tablica 27. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi za žene

Direktni efekti

						95% CI	
						LL	UL
Dominacija	→	Zadovoljstvo	0.037	0.098	0.381	0.703	-0.146 0.233
Ugled	→	Zadovoljstvo	0.160	0.073	2.175	0.030	0.006 0.308

Indirektni efekti

						95% CI	
						LL	UL
Dominacija	→	Pozitivne emocije →	Zadovoljstvo	-0.059	0.062	-0.939	0.348 -0.200 0.071
Dominacija	→	Negativne emocije →	Zadovoljstvo	-0.077	0.040	-1.923	0.055 -0.180 -0.010
Ugled	→	Pozitivne emocije →	Zadovoljstvo	0.034	0.049	0.708	0.479 -0.061 0.146
Ugled	→	Negativne emocije →	Zadovoljstvo	-0.020	0.018	-1.133	0.257 -0.079 0.005

Koeficijenti traga

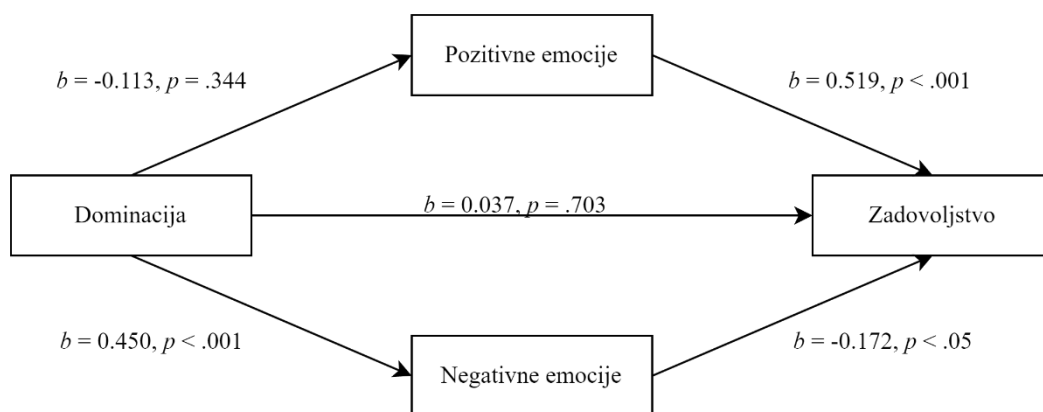
						95% CI	
						LL	UL
Pozitivne emocije	→	Zadovoljstvo	0.519	0.074	7.021	< .001	0.360 0.675
Negativne emocije	→	Zadovoljstvo	-0.172	0.078	-2.192	0.028	-0.331 -0.010
Dominacija	→	Pozitivne emocije	-0.113	0.119	-0.947	0.344	-0.337 0.138
Ugled	→	Pozitivne emocije	0.067	0.093	0.712	0.477	-0.136 0.257
Dominacija	→	Negativne emocije	0.450	0.112	4.003	< .001	0.204 0.676
Ugled	→	Negativne emocije	0.116	0.088	1.324	0.186	-0.055 0.289

Legenda: b = standardni regresijski koeficijent; SE = standardna pogreška; z = zeta vrijednost regresijskog koeficijenta; p = razina statističke značajnosti; CI = interval pouzdanosti s LL-donjom i UL-gornjom graničnom vrijednosti.

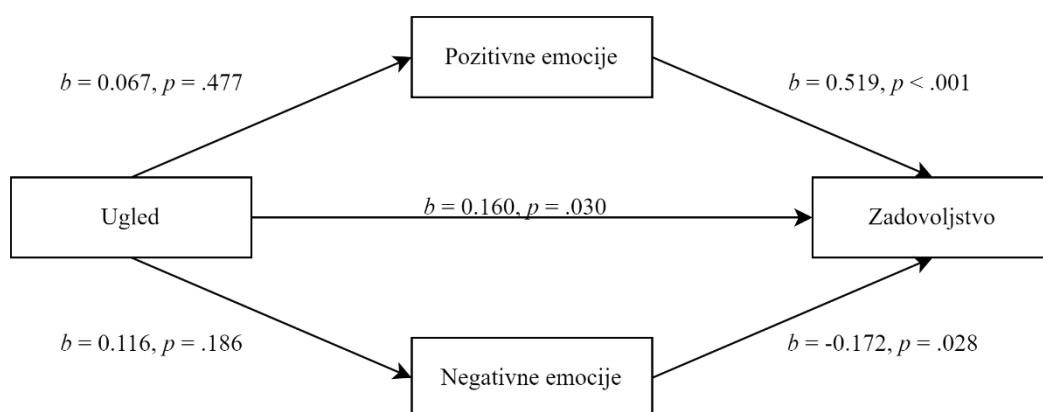
Iz tablice 27 vidljivo je da je efekt dominacije žena na zadovoljstvo u vezi putem pozitivnih emocija negativan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultat ide u očekivanom smjeru, ali ne podržava hipotezu H5. Indirektni efekt dominacije putem negativnih emocija je negativan i blizu granice značajnosti ($b = -0.077$, 95% CI $[-0.180, -0.010]$, $p = .055$). Ovaj rezultat je u skladu s hipotezom H5 i implicira kako potreba žena za dominacijom povećava njihove negativne emocije što posljedično smanjuje zadovoljstvo u vezi. Veličina medijacijskog efekta $\kappa^2 = 0.021$, 95% CI $[0.001, 0.071]$, što predstavlja mali efekt.

Indirektni efekt potrebe žena za ugledom na zadovoljstvo u vezi putem pozitivnih emocija je pozitivan i nije statistički značajan, ovaj rezultat nije u skladu s hipotezom H5. Indirektni efekt potrebe žena za ugledom na zadovoljstvo u vezi pomoću negativnih emocija je negativan i nije statistički značajan. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H5. Što se tiče broja sudionika uzetih u medijacijsku analizu, vrijedi isto što je rečeno i za tablicu 26. Moguće je da je ovo premalen broj sudionika za otkrivanje medijacijskih efekata.

Slika 17. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije i zadovoljstva u vezi za žene

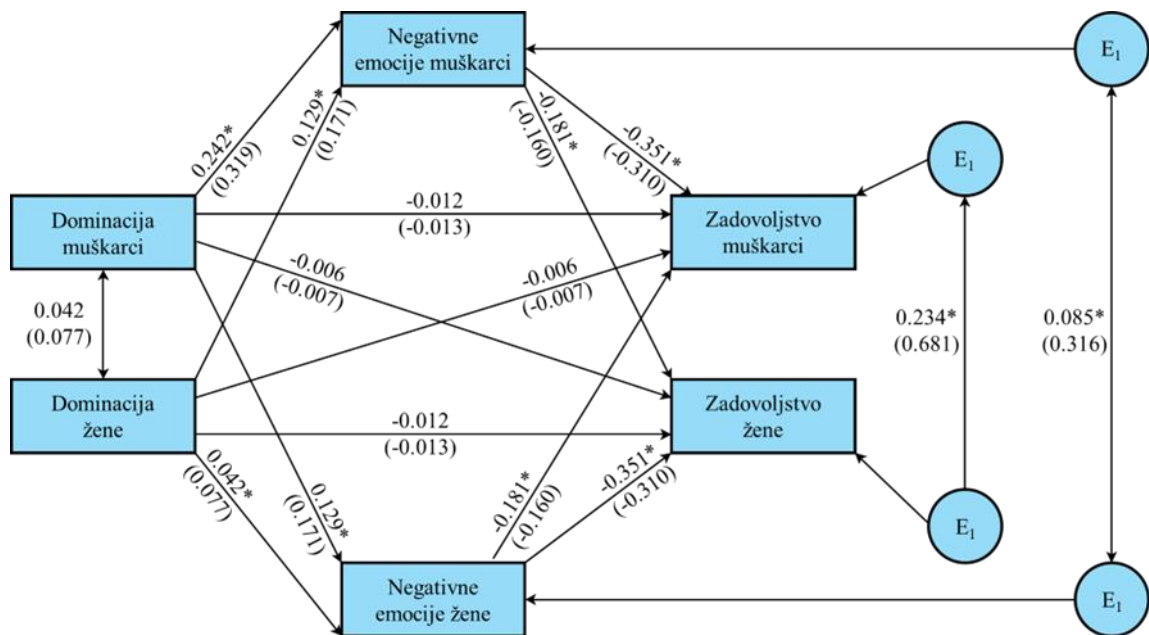


Slika 18. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između ugleda i zadovoljstva u vezi za žene



Na slici 19 prikazani su indirektni aktorski i partnerski efekti motiva dominacije muškaraca i žena putem negativnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi.

Slika 19. Dijagram traga medijacijskih dijadnih efekata negativnih emocija na odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi



Napomena. Dijagram traga APIM-MeM-a (engl. Actor-Partner Interdependence Mediation Model – hrv. Medijacijski model međuovisnosti aktora i partnera) prikazuje procijenjene medijacijske učinke aktora i partnera, nestandardizirane regresijske koeficijente B za žene i muškarce s razinom značajnosti nezavisne varijable: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$, a ispod njih su u zagradi navedeni standardizirani regresijski koeficijenti b . Dvostruka strelica između dvije nezavisne varijable predstavlja njihovu kovarijancu. Dvostruka strelica između dvije medijacijske i dvije zavisne varijable predstavlja kovarijancu njihovih pogrešaka. Ovo vrijedi za sve dijagrame traga medijacijskih efekata koji slijede i sadrže aktorske i partnerske efekte. Kao što je rečeno u metodi drugog istraživanja, nedostatak upotrebe ove aplikacije APIM-MeM i dobivenih rezultata je taj što izjednačava aktorske i partnerske dijadne efekte.

Prema dobivenim rezultatima na slici 19 indirektni aktorski učinak dominacije muškaraca i žena putem negativnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi je negativan i statistički značajan, što je u skladu s hipotezom H5. Partnerski indirektni učinak dominacije muškaraca putem negativnih emocija žena na zadovoljstvo muškaraca u vezi

je negativan i statistički značajan kao i indirektni partnerski učinak dominacije žena putem negativnih emocija muškaraca na zadovoljstvo žena u vezi. Navedeni je rezultat u skladu s hipotezom H5 koja pretpostavlja da će dominacija aktora izazvati negativne emocije u partnera koje će onda imati negativni učinak na zadovoljstvo aktora.

Aktorsko-partnerski indirektni učinak dominacije muškaraca putem vlastitih negativnih emocija na zadovoljstvo žena u vezi je negativan i statistički značajan kao i aktorsko-partnerski indirektni učinak dominacije žena putem vlastitih negativnih emocija na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Dobiveni rezultat je u skladu s hipotezom H5 koja pretpostavlja da će dominacija aktora izazvati negativne emocije kod njega i djelovati negativno na zadovoljstvo partnera u vezi.

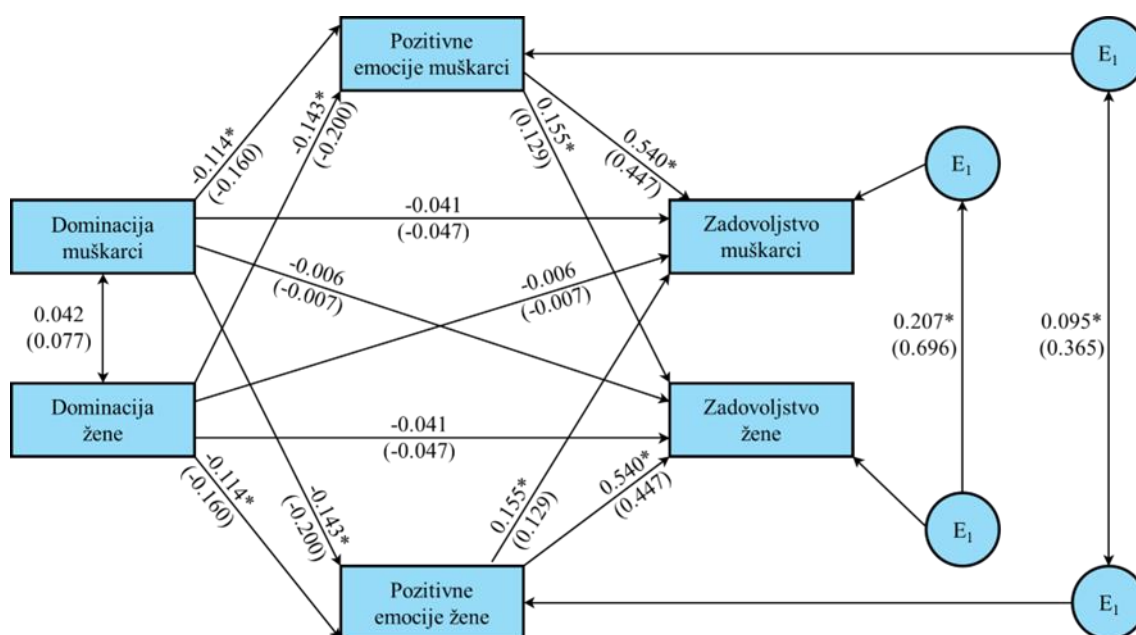
Partnersko-aktorski indirektni učinak dominacije muškaraca putem negativnih emocija žena na zadovoljstvo žena je negativan i statistički značajan kao i partnersko-aktorski indirektni učinak dominacije žena putem negativnih emocija muškaraca na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Navedeni je rezultat u skladu s hipotezom H5 koja pretpostavlja da će dominacija aktora izazvati negativne emocije u partnera koje će imati negativan učinak na zadovoljstvo partnera.

Kada se razmatraju učinci dominacije na negativne emocije, omjer učinka partnera i aktora ili k iznosi 0.536 s intervalom pouzdanosti od 0.226 do 0.900. Iz navedenog se može zaključiti da se model nalazi između samo aktorskog modela ($k = 0$) i modela para ($k = 1$) što znači da dominacija muškaraca i žena utječe više na njihove vlastite negativne emocije, a manje na negativne emocije partnera. Kada se razmatraju učinci negativnih emocija na zadovoljstvo u vezi, omjer učinka partnera i aktera ili k iznosi 0.517 s intervalom pouzdanosti od 0.209 do 0.839. Iz navedenog se intervala može zaključiti da se model nalazi između samo aktorskog modela ($k = 0$) i modela para ($k =$

1) što znači da negativne emocije muškaraca i žena utječu više na vlastito zadovoljstvo u vezi, nego na zadovoljstvo partnera u vezi.

Na slici 20 prikazani su indirektni aktorski i partnerski efekti motiva dominacije muškaraca i žena putem pozitivnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi.

Slika 20. Dijagram traga medijacijskih dijadnih efekata pozitivnih emocija na odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 19.

Rezultati na slici 20 pokazuju kako je indirektni aktorski učinak dominacije muškaraca i žena putem pozitivnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi negativan i statistički značajan. Dobiveni su rezultati u skladu s hipotezom H5. Partnerski indirektni učinak dominacije muškaraca putem pozitivnih emocija žena na zadovoljstvo muškaraca u vezi je negativan i statistički značajan kao i indirektni partnerski učinak dominacije žena putem pozitivnih emocija muškaraca na zadovoljstvo žena u vezi. Dobiveni su rezultati u skladu s hipotezom H5 koja pretpostavlja da će dominacija aktora smanjiti pozitivne emocije kod partnera koje će onda imati negativni učinak na zadovoljstvo aktora.

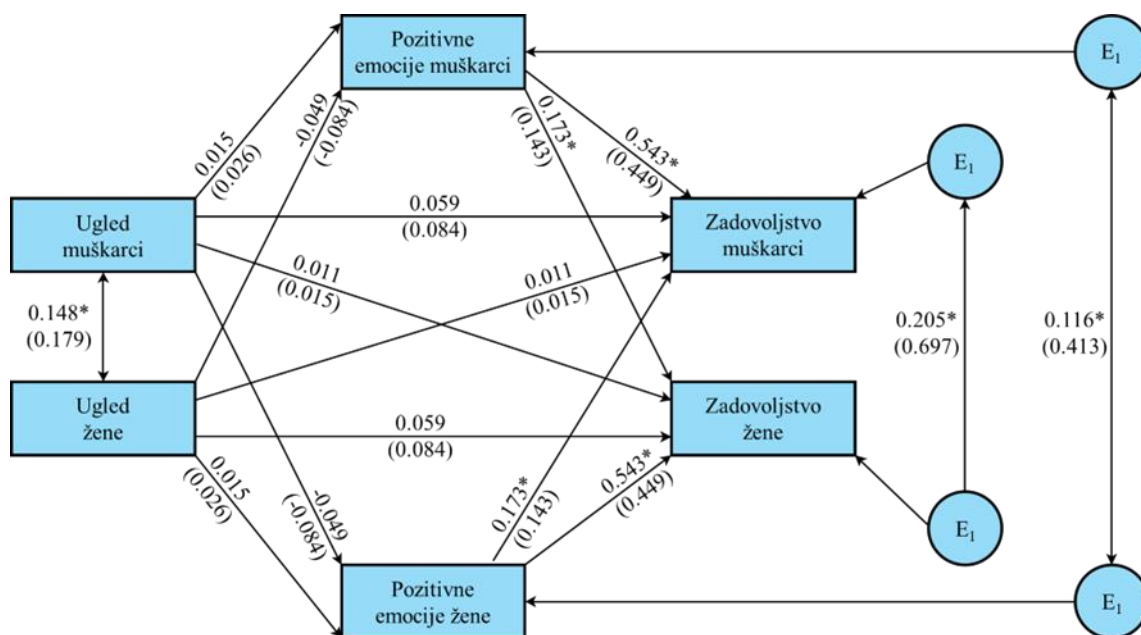
Aktorsko-partnerski indirektni učinak dominacije muškaraca putem vlastitih pozitivnih emocija na zadovoljstvo žena u vezi je negativan i statistički značajan kao i aktorsko-partnerski indirektni učinak dominacije žena putem vlastitih pozitivnih emocija na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Dobiveni je rezultat u skladu s hipotezom H5 koja pretpostavlja da će dominacija aktora smanjiti pozitivne emocije kod njega i djelovati negativno na zadovoljstvo partnera u vezi.

Partnersko-aktorski indirektni učinak dominacije muškaraca putem pozitivnih emocija žena na zadovoljstvo žena je negativan i statistički značajan kao i partnersko-aktorski indirektni učinak dominacije žena putem pozitivnih emocija muškaraca na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Navedeni rezultat je u skladu s hipotezom H5 koja pretpostavlja da će dominacija aktora smanjiti pozitivne emocije u partnera koje će onda imati negativan učinak na zadovoljstvo partnera.

Kada se razmotre učinci dominacije na pozitivne emocije, omjer učinka partnera i aktora ili k iznosi 1.251 s intervalom pouzdanosti od 0.581 do 3.250. Iz vrijednosti navedenog intervala može se zaključiti da se radi o modelu para ($k = 1$), što znači kako dominacija ima otprilike jednaki negativni učinak na pozitivne emocije aktora i partnera, tj. da ih smanjuje. Kada se uzme u obzir učinak pozitivnih emocija na zadovoljstvo u vezi, omjer učinka partnera i aktora ili k iznosi 0.287 s intervalom pouzdanosti od 0.091 do 0.473. Na temelju dobivenog rezultata može se zaključiti da se model nalazi između samo aktorskog modela ($k = 0$) i modela para ($k = 1$), što znači da pozitivne emocije više utječu na zadovoljstvo aktora, nego na zadovoljstvo partnera.

Kako bi se ispitalo posreduju li pozitivne emocije odnos između motiva ugleda i zadovoljstva u vezi provedena je medijacijska analiza pomoću APIM medijacijskog modela. Na slici 21 prikazani su indirektni aktorski i partnerski efekti motiva ugleda muškaraca i žena putem pozitivnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi.

Slika 21. Dijagram traga medijacijskih dijadnih efekata pozitivnih emocija na odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 19.

Prema rezultatima na slici 21 indirektni aktorski učinak ugleda muškaraca i žena putem pozitivnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi nije statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H5. Partnerski indirektni učinak ugleda muškaraca putem pozitivnih emocija žena na zadovoljstvo muškaraca u vezi nije statistički značajan kao ni partnerski učinak ugleda žena preko pozitivnih emocija muškaraca na zadovoljstvo žena u vezi. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H5.

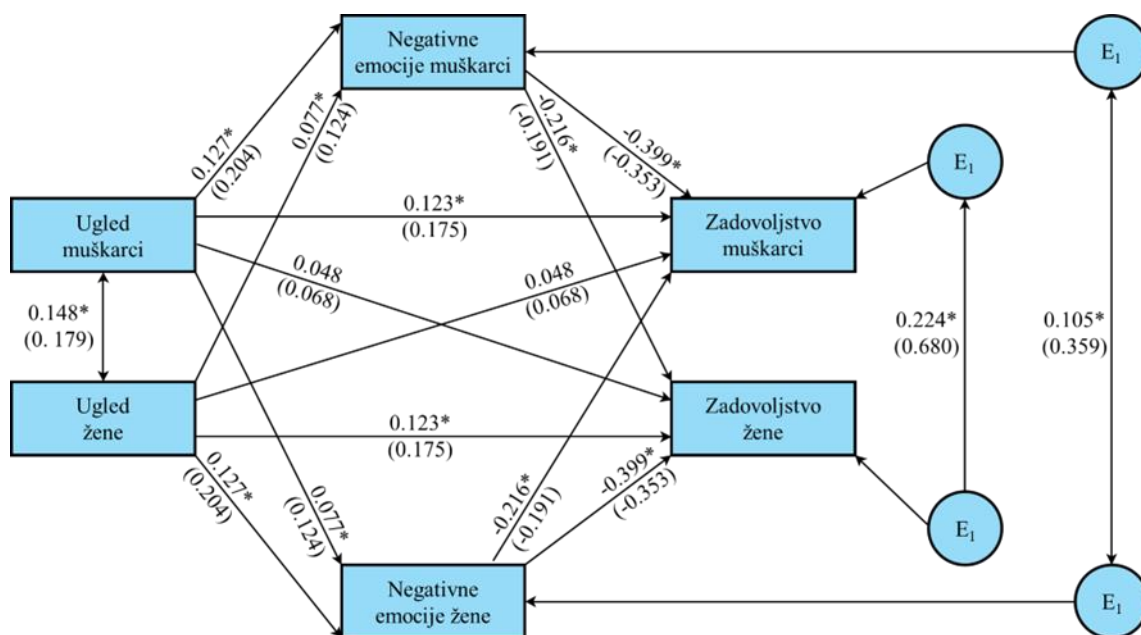
Aktorsko-partnerski indirektni učinak ugleda muškaraca preko vlastitih pozitivnih emocija na zadovoljstvo žena u vezi je pozitivan i nije statistički značajan kao i aktorsko-partnerski indirektni učinak ugleda žena pomoću vlastitih pozitivnih emocija na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H5 koja pretpostavlja da će ugled aktora izazvati pozitivne emocije kod njega i imati pozitivni učinak na zadovoljstvo partnera u vezi.

Partnersko-aktorski indirektni učinak ugleda muškaraca putem pozitivnih emocija žena na zadovoljstvo žena nije statistički značajan kao ni partnersko-aktorski indirektni učinak ugleda žena putem pozitivnih emocija muškaraca na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H5 koja je pretpostavila da će ugled aktora pobuditi pozitivne emocije kod partnera koje će imati pozitivan učinak na zadovoljstvo partnera.

Kada se uzmu u obzir učinci ugleda na pozitivne emocije, tada omjer učinka partnera i aktora ili k iznosi -3.230 s intervalom pouzdanosti od -23.297 do 23.793. Interval pouzdanosti za k je vrlo širok zbog velikog varijabiliteta na skali pozitivnog afekta i ne može se utvrditi koji je model najvjerojatniji. Kada se razmotre učinci pozitivnih emocija na zadovoljstvo u vezi, omjer učinka partnera i aktora ili k iznosi 0.319 s intervalom pouzdanosti od 0.134 do 0.502. Iz navedenog intervala može se zaključiti da se model nalazi između samo aktorskog modela ($k = 0$) i modela para ($k = 1$), što znači da pozitivne emocije prije svega utječu na zadovoljstvo aktora, a u manjoj mjeri i na zadovoljstvo partnera u vezi.

Na slici 22 prikazani su indirektni aktorski i partnerski efekti motiva ugleda muškaraca i žena putem negativnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi.

Slika 22. Dijagram traga dijadnih medijacijskih efekata negativnih emocija na odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi



Za značenje pojedinih parametara pogledati sliku 19.

Dobiveni rezultati na slici 22 pokazuju kako je indirektni aktorski učinak ugleda muškaraca i žena putem negativnih emocija na njihovo zadovoljstvo u vezi negativan i statistički značajan. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H5. Partnerski indirektni učinak ugleda muškaraca posredstvom negativnih emocija žena na zadovoljstvo muškaraca u vezi je negativan i statistički značajan kao i partnerski učinak ugleda žena putem pozitivnih emocija muškaraca na zadovoljstvo žena u vezi. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H5 koja je pretpostavila da će ugled aktora smanjiti negativne emocije u partnera, što će imati pozitivan učinak na zadovoljstvo aktora.

Aktorsko-partnerski indirektni učinak ugleda muškaraca putem vlastitih negativnih emocija na zadovoljstvo žena u vezi je negativan i statistički značajan kao i aktorsko-partnerski indirektni učinak ugleda žena putem vlastitih negativnih emocija na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H5 koja

pretpostavila da će ugled aktora smanjiti negativne emocije kod njega i imati pozitivni učinak na zadovoljstvo partnera u vezi.

Partnersko-aktorski indirektni učinak ugleda muškaraca posredstvom negativnih emocija žena na zadovoljstvo žena je negativan i statistički značajan kao i partnersko-aktorski indirektni učinak ugleda žena posredstvom negativnih emocija muškaraca na zadovoljstvo muškaraca u vezi. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H5 koja je pretpostavila da će ugled aktora smanjiti negativne emocije u partnera, što će imati pozitivan učinak na zadovoljstvo partnera.

Kada se uzmu u obzir učinci ugleda na negativne emocije muškaraca i žena, tada omjer učinka partnera i aktora ili k iznosi 0.61 s intervalom pouzdanosti od 0.099 do 1.400. Iz navedenog intervala može se zaključiti da je model para ($k = 1$) vjerodostojan, što znači kako motiv ugleda približno jednako utječe na povećanje aktorskih i partnerskih negativnih emocija. Kada se razmotre učinci negativnih emocija na zadovoljstvo u vezi, tada omjer učinka partnera i aktora ili k iznosi 0.542 s intervalom pouzdanosti od 0.289 do 0.810. Prema navedenom intervalu može se zaključiti da se model nalazi između samo aktorskog modela ($k = 0$) i modela para ($k = 1$), što znači kako negativne emocije imaju veći negativni učinak na zadovoljstvo aktora, a nešto manji negativni učinak na zadovoljstvo partnera.

Prikazani rezultati medijacijskih analiza imaju jedan važan nedostatak. U tablici 26 i 27 prikazani su samo medijacijski aktorski efekti dominacije i ugleda putem pozitivnih i negativnih emocija u vezi. Na slikama dijagrama traga dijadnih medijacijskih efekata (od slike 19 do slike 22) prikazani su aktorski i partnerski medijacijski efekti dominacije i ugleda putem pozitivnih i negativnih emocija na zadovoljstvo u vezi. Rezultati su dobiveni pomoću aplikacije APIM-MeM koja je napravljena za analizu dijadnih medijacijskih podataka. Međutim, nedostatak je navedene aplikacije, kao što je

već rečeno, što ne omogućava razlikovanje članova dijade i izjednačava aktorske i partnerske efekte za oba člana dijade. U interpretaciji dobivenih rezultata uzimaju se u obzir prije svega rezultati dobiveni pomoću APIM-MeM-a jer je taj model uz navedeni nedostatak prikladniji za analizu i interpretaciju dijadnih podataka. Zaključno, medijacijske su analize pokazale da negativne i pozitivne emocije posreduju negativan odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi, što je u skladu s hipotezom H5. Suprotno očekivanju, pozitivne emocije ne posreduju pozitivan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi, a negativne emocije posreduju negativan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi, što nije u skladu s hipotezom H5.

4.2.8. Interakcijski efekt socioekonomskog statusa, dominacije i ugleda na osjećaj moći

Kako bi se ispitalo postoji li indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo muškaraca putem moći i moderira li visina primanja odnos između dominacije i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 28.

Tablica 28. *Moderirana medijacija visine primanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce*

Koeficijenti traga

						95% CI					
						<i>LL</i>	<i>UL</i>				
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>					
Dominacija	→	Zadovoljstvo	-0.270	0.075	-3.587	< .001	-0.415	-0.119			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.251	0.075	3.347	< .001	0.105	0.408			
Dominacija	→	Moć	0.062	0.081	0.765	0.444	-0.099	0.212			
Primanje	→	Moć	0.058	0.080	0.730	0.465	-0.106	0.224			
Dominacija:Primanje	→	Moć	0.066	0.088	0.759	0.448	-0.090	0.235			
Medijacijski efekti						95% CI					
			Visina primanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>				
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.0602	0.025	0.078	0.938	-0.073	0.059
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.012	0.021	0.582	0.560	-0.030	0.060
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.033	0.034	0.969	0.332	-0.013	0.109

Napomena. CI - intervali pouzdanosti korigirani su i dobiveni metodom samoizvlačenja s donjom (LL) i gornjom (UL) graničnom vrijednosti, standardne pogreške, statistike testova i intervali pouzdanosti temelje se na standardiziranim regresijskim koeficijentima. Statistički učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84), ali se u tumačenju rezultata navodi samo interakcijski efekt za prosječnu vrijednost moderatorske varijable. Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Direktni efekt dominacije na zadovoljstvo je značajan i negativan ($b = -0.270$, 95% CI $[-0.415, -0.119]$, $p < .001$). Ovo sugerira da veća potreba za dominacijom smanjuje zadovoljstvo u vezi u muškaraca. Direktni efekt moći na zadovoljstvo je značajan i pozitivan ($b = 0.251$, 95% CI $[0.105, 0.408]$, $p < .001$), što ukazuje na to da veća percepcija moći povećava zadovoljstvo u vezi. Efekt dominacije na moć nije značajan ($b = 0.009$, 95% CI $[-0.099, 0.212]$, $p = .404$), što znači da dominacija sama po sebi ne predviđa osjećaj moći. Efekti dominacije na zadovoljstvo, moći na zadovoljstvo i dominacije na moć kod muškaraca koji su gore navedeni slični su i u daljnjim analizama moderirane medijacije dominacije putem moći na zadovoljstvo, mijenja se samo moderatorska varijabla. Stoga se neće ponavljati navođenje tih rezultata, nego samo efekt moderatorske varijable i indirektni efekt.

Efekt visine primanja muškaraca na percepciju vlastite moći nije značajan ($b = 0.058$, 95% CI $[-0.106, 0.224]$, $p = .465$). Interakcijski efekt dominacije i visine primanja na percepciju moći također nije značajan ($b = 0.066$, 95% CI $[-0.090, 0.235]$, $p = .448$), što znači da visina primanja ne moderira odnos između dominacije i vlastite moći za muškarce, dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H6. Indirektni efekt dominacije i visine primanja na zadovoljstvo putem moći nije značajan ($b = 0.012$, 95% CI $[-0.030, 0.060]$, $p = .560$), što znači da visina primanja ne mijenja posredni utjecaj dominacije na zadovoljstvo putem moći, dakle dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H6.

U tablici 29 analizira se pretpostavka postoji li indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo žena putem osjećaja moći i moderira li visina primanja žena odnos između njihove dominacije i moći.

Tablica 29. *Moderirana medijacija visine primanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene*

Koeficijenti traga							95% CI				
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>			
Dominacija	→	Zadovoljstvo	0.020	0.075	0.271	0.786	-0.111	0.168			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.445	0.074	6.053	< .001	0.290	0.597			
Dominacija	→	Moć	-0.124	0.082	-1.515	0.130	-0.312	0.061			
Primanje	→	Moć	0.030	0.081	0.370	0.712	-0.127	0.192			
Dominacija:Primanje	→	Moć	0.110	0.087	1.263	0.206	-0.075	0.344			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Visina primanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>		
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	-0.093	0.049	-1.885	0.059	-0.244	0.019
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	-0.065	0.039	-1.684	0.092	-0.175	0.019
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	-0.018	0.047	-0.383	0.702	-0.114	0.081

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Dominacija žena nema značajan direktni učinak na njihovo zadovoljstvo u vezi ($b = 0.020$, 95% CI [-0.111, 0.168], $p = .786$). Moć ima značajan pozitivan direktni učinak na zadovoljstvo žena u vezi ($b = 0.445$, 95% CI [0.290, 0.597], $p < .001$), žene s višom percepcijom moći zadovoljnije su u vezi. Potreba žena za dominacijom nema značajan učinak na njihov osjećaj moći ($b = -0.124$, 95% CI [-0.312, 0.061], $p = .130$). Efekti dominacije na zadovoljstvo, moći na zadovoljstvo i dominacije na moć žena slični su i u daljnjim analizama moderirane medijacije, a mijenja se samo moderatorska varijabla.

Stoga se prije navedeni efekti neće ponavljati u navođenju rezultata, nego samo moderatorski efekt i indirektni efekt.

Visina primanja žena nema značajan učinak na njihov osjećaj moći ($b = 0.030$, 95% CI $[-0.127, 0.192]$, $p = .712$). Interakcija između dominacije i primanja također nije značajna ($b = 0.110$, 95% CI $[-0.075, 0.344]$, $p = .206$), što znači da visina primanja ne moderira odnos između dominacije i moći. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H6. Indirektni efekt dominacije i visine primanja na zadovoljstvo putem moći nije značajan ($b = -0.065$, 95% CI $[-0.175, 0.019]$, $p = .092$), dobiveni rezultat je u suprotnosti s hipotezom H6.

Da bi se ispitala pretpostavka postoji li indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo muškaraca posredstvom moći i moderira li stupanj obrazovanja odnos između dominacije i moći, provedena je regresijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 30.

Tablica 30. Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce

Koeficijenti traga

							95% CI				
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>			
Dominacija	→	Zadovoljstvo	-0.270	0.075	-3.587	< .001	-0.398	-0.129			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.251	0.075	3.347	< .001	0.110	0.412			
Dominacija	→	Moć	0.037	0.080	0.460	0.646	-0.122	0.188			
Obrazovanje	→	Moć	0.101	0.080	1.273	0.203	-0.058	0.243			
Dominacija:Obrazovanje	→	Moć	-0.122	0.087	-1.399	0.162	-0.288	0.043			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Stupanj obrazovanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>		
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.033	0.026	1.271	0.204	-0.013	0.102
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.033	0.026	1.271	0.204	-0.013	0.102
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	-0.025	0.035	-0.702	0.483	-0.110	0.028

Legenda: b = standardni regresijski koeficijent; SE = standardna pogreška; z = zeta vrijednost; p = razina značajnosti; CI = interval pouzdanosti; LL = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; UL = gornja

granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7

Moderatorska varijabla stupanj obrazovanja izvorno je mjerena na ordinalnoj skali od pet stupnjeva. Iako se radi o ordinalnoj varijabli, u analizi je tretirana kao kvaziintervalna radi izračuna aritmetičke sredine i primjene parametrijskih statističkih postupaka. Isto vrijedi i za 3 tablice koje slijede i u kojima se stupanj obrazovanja pojavljuje kao moderatorska varijabla. Za muškarce prosječna vrijednost za stupanj obrazovanja iznosi 2.90, a centralna vrijednost iznosi 2.

Stupanj obrazovanja nema značajan direktni efekt na percepciju moći muškaraca ($b = 0.101$, 95% CI [-0.058, 0.243], $p = .203$). Interakcija između dominacije i stupnja obrazovanja nema značajan učinak na percepciju moći ($b = -0.122$, 95% CI [-0.288, 0.043], $p = .162$), dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H6. Analiza indirektnih efekata pokazuje da stupanj obrazovanja ne mijenja značajno posredni učinak dominacije na zadovoljstvo putem moći ($b = 0.033$, 95% CI [-0.013, 0.102], $p = .204$). Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H6.

Kako bi se ispitala pretpostavka postoji li indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo žena putem moći i moderira li stupanj obrazovanja žena odnos između njihove dominacije i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize prikazani su u tablici 31.

Tablica 31. Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene

Koeficijenti traga

							95% CI				
							LL	UL			
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>					
Dominacija	→	Zadovoljstvo	0.017	0.073	0.236	0.813	-0.115	0.168			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.444	0.073	6.116	< .001	0.290	0.604			
Dominacija	→	Moć	-0.167	0.079	-2.111	0.035	-0.338	0.015			
Obrazovanje	→	Moć	0.290	0.077	3.782	< .001	0.152	0.428			
Dominacija:Obrazovanje	→	Moć	0.070	0.071	0.991	0.322	-0.092	0.232			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Stupanj obrazovanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	LL	UL		
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	-0.105	0.055	-1.903	0.057	-0.258	0.016
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	-0.074	0.037	-1.991	0.046	-0.161	-0.002
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	-0.042	0.042	-1.015	0.310	-0.122	0.028

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Prosječna vrijednost za stupanj obrazovanja za žene iznosi 2.99, a centralna vrijednost iznosi 3. Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Prema rezultatima u tablici 31 stupanj obrazovanja žena ima značajan pozitivan efekt na njihov osjećaj moći vezi ($b = 0.290$, 95% CI [0.152, 0.428], $p < .001$). Interakcija između dominacije i stupnja obrazovanja nije značajna ($b = 0.070$, 95% CI [-0.092, 0.232], $p = .322$). Ovaj rezultat pokazuje da stupanj obrazovanja ne moderira odnos između dominacije i moći i nije u skladu s hipotezom H6. Indirektni negativni efekt dominacije i stupnja obrazovanja na zadovoljstvo putem moći je blizu granice značajnosti za nisku razinu obrazovanja i značajan za prosječnu razinu obrazovanja ($b = -0.074$, 95% CI [-0.161, -0.002], $p = .046$). Ovo znači da za žene s niskom i prosječnom razinom

obrazovanja dominacija ima negativan učinak na njihovo zadovoljstvo u vezi putem moći, dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H6.

Kako bi se ispitalo postoji li indirektni efekt ugleda i stupnja obrazovanja na zadovoljstvo muškaraca putem moći i moderira li stupanj obrazovanja muškaraca odnos između njihovog ugleda i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 32.

Tablica 32. *Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce*

Koeficijenti traga

							95% CI		
							LL	UL	
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>			
Ugled	→	Zadovoljstvo	-0.018	0.079	-0.233	0.816	-0.184	0.140	
Moć	→	Zadovoljstvo	0.238	0.079	3.029	0.002	0.084	0.395	
Ugled	→	Moć	0.120	0.078	1.548	0.122	-0.023	0.286	
Obrazovanje	→	Moć	0.113	0.078	1.459	0.145	-0.032	0.244	
Ugled:Obrazovanje	→	Moć	-0.198	0.076	-2.605	0.009	-0.346	-0.069	
Medijacijski efekti							95% CI		
			Stupanj Obrazovanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	LL	UL
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.065	0.032	2.051	0.040	0.019	0.147
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.065	0.032	2.051	0.040	0.019	0.147
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	84	-0.024	0.028	-0.834	0.404	-0.087	0.022

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Efekt ugleda muškaraca na njihovo zadovoljstvo nije značajan, moć ima značajan pozitivan efekt na zadovoljstvo muškaraca ($b = 0.238$, 95% CI [0.084, 0.395], $p = .002$), a efekt ugleda na moć nije značajan. Efekti ugleda na zadovoljstvo, moći na zadovoljstvo i ugleda na moć u muškaraca koji su prije navedeni slični su i u daljnjim analizama

moderirane medijacije ugleda posredstvom moći na zadovoljstvo muškaraca, a mijenja se samo moderatorska varijabla. Stoga se u daljnjim tumačenjima rezultata neće ponavljati navođenje tih rezultata, nego samo efekti moderatorske varijable i indirektni efekt nezavisne varijable na zavisnu varijablu.

Efekt obrazovanja na moć muškaraca nije značajan ($b = 0.113$, 95% CI $[-0.032, 0.244]$, $p = .145$). Interakcija ugleda i obrazovanja ima značajan negativan efekt na moć ($b = -0.198$, 95% CI $[-0.346, -0.069]$, $p = .009$). Niska i prosječna razina obrazovanja muškaraca moderiraju odnos između potrebe za ugledom i osjećaja moći pojačavajući učinak ugleda na moć. Indirektni efekt ugleda i obrazovanja muškaraca na zadovoljstvo putem moći je pozitivan i značajan ($b = 0.065$, 95% CI $[0.019, 0.147]$, $p = .040$) za prosječnu i nisku razinu obrazovanja. Navedeni rezultati nisu u skladu s hipotezom H6.

U tablici 33 ispituje se pretpostavka postoji li indirektni efekt ugleda i stupnja obrazovanja žena na njihovo zadovoljstvo putem moći i moderira li stupanj obrazovanja žena odnos između njihovog ugleda i moći. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 33.

Tablica 33. *Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene*

Koeficijenti traga

						95% CI					
						<i>LL</i>	<i>UL</i>				
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>					
Ugled	→	Zadovoljstvo	0.095	0.072	1.323	0.186	-0.042	0.235			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.432	0.072	6.003	< .001	0.270	0.582			
Ugled	→	Moć	0.076	0.077	0.991	0.322	-0.089	0.254			
Obrazovanje	→	Moć	0.278	0.078	3.583	< .001	0.123	0.412			
Ugled:Obrazovanje	→	Moć	-0.050	0.078	-0.644	0.520	-0.203	0.116			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Stupanj obrazovanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>		
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.055	0.048	1.136	0.256	-0.056	0.187
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.033	0.034	0.970	0.332	-0.036	0.120
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.011	0.048	0.228	0.820	-0.070	0.122

Legenda: b = standardni regresijski koeficijent; SE = standardna pogreška; z = zeta vrijednost; p = razina značajnosti; CI = interval pouzdanosti; LL = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; UL = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Efekt ugleda žena na zadovoljstvo nije značajan ($b = 0.095$, 95% CI $[-0.042, 0.235]$, $p = .186$). Efekt moći žena na njihovo zadovoljstvo je značajan i pozitivan ($b = 0.432$, 95% CI $[0.270, 0.582]$, $p < 0.001$). Efekt ugleda žena na osjećaj njihove moći u vezi nije značajan ($b = 0.076$, 95% CI $[-0.089, 0.254]$, $p = .322$).

Efekti ugleda na zadovoljstvo, moći na zadovoljstvo i ugleda na moć žena koji su gore navedeni slični su i u daljnjim analizama moderirane medijacije ugleda posredstvom moći na zadovoljstvo, mijenja se samo moderatorska varijabla. Stoga se u daljnjim tumačenjima rezultata neće navoditi ti rezultati, nego samo efekti moderatorske varijable i indirektni efekt nezavisne varijable.

Efekt stupnja obrazovanja žena na osjećaj njihove moći je značajan i pozitivan ($b = 0.278$, 95% CI $[0.123, 0.412]$, $p < .001$). Interakcijski efekt ugleda i stupnja obrazovanja nije značajan ($b = -0.050$, 95% CI $[-0.203, 0.116]$, $p = .520$), dakle stupanj obrazovanja ne moderira odnos između ugleda i moći. Indirektni efekt ugleda i stupnja obrazovanja žena na zadovoljstvo putem moći nije značajan ($b = 0.033$, 95% CI $[-0.036, 0.120]$, $p = .332$). Dobiveni rezultati moderirane medijacije nisu u skladu s hipotezom H6.

Da bi se ispitalo postoji li indirektni efekt ugleda na zadovoljstvo muškaraca putem moći i moderira li visina primanja muškaraca odnos između ugleda i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 34.

Tablica 34. Moderirana medijacija visine primanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce

Koeficijenti traga

							95% CI				
							LL	UL			
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>					
Ugled	→	Zadovoljstvo	-0.018	0.079	-0.233	0.816	-0.190	0.146			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.238	0.079	3.029	0.002	0.075	0.388			
Ugled	→	Moć	0.138	0.081	1.708	0.088	-0.018	0.301			
Primanje	→	Moć	0.052	0.080	0.660	0.509	-0.107	0.184			
Ugled:Primanje	→	Moć	0.146	0.100	1.471	0.141	-0.137	0.361			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Visina primanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	LL	UL		
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.005	0.025	0.183	0.855	-0.040	0.076
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.025	0.021	1.221	0.222	-0.005	0.078
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.070	0.041	1.697	0.090	0.003	0.208

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Efekt visine primanja muškarca na njihovu moć nije značajan ($b = 0.052$, 95% CI [-0.107, 0.184], $p = .509$). Interakcija ugleda i visine primanja na osjećaj moći nije značajna ($b = 0.146$, 95% CI [-0.137, 0.361], $p = .141$). Indirektni efekt ugleda i visine primanja muškaraca na zadovoljstvo posredstvom moći nije značajan ($b = 0.025$, 95% CI [-0.005, 0.078], $p = .222$), što znači da visina primanja nema značajan učinak na odnos između ugleda i moći. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H6.

U tablici 35 analizira se pretpostavka postoji li indirektni efekt ugleda i visine primanja na zadovoljstvo žena posredstvom moći i moderira li visina primanja žena odnos između njihova ugleda i moći. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su tablici 35.

Tablica 35. Moderirana medijacija visine primanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene

Koeficijenti traga

						95% CI	
						LL	UL
Ugled	→	Zadovoljstvo	0.093	0.074	1.259	0.208	-0.053 0.222
Moć	→	Zadovoljstvo	0.432	0.073	5.918	< .001	0.276 0.593
Ugled	→	Moć	0.111	0.082	1.351	0.177	-0.049 0.295
Primanje	→	Moć	0.021	0.083	0.249	0.804	-0.142 0.168
Ugled:Primanje	→	Moć	0.014	0.100	0.143	0.886	-0.174 0.193
Medijacijski efekti						95% CI	
						LL	UL
			Visina primanja	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>
Ugled	→	Zadovoljstvo		0.093	0.074	1.259	0.208
Ugled	→	Moć	→	0.043	0.048	0.896	0.370
Ugled	→	Moć	→	0.047	0.037	1.259	0.208
Ugled	→	Moć	→	0.053	0.050	1.054	0.292

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Prema rezultatima iz tablice 35 direktni efekt visine primanja žena na njihovu moć nije značajan ($b = 0.021$, 95% CI $[-0.142, 0.168]$, $p = .804$). Interakcijski efekt ugleda i primanja žena na moć također nije značajan ($b = 0.014$, 95% CI $[-0.174, 0.193]$, $p = .886$), što znači kako visina primanja ne moderira odnos između ugleda i moći. Indirektni efekt ugleda i visine primanja žena na zadovoljstvo putem moći nije značajan ($b = 0.047$, 95% CI $[-0.026, 0.147]$, $p = .208$), što znači kako visina primanja žena ne doprinosi ugledu i zadovoljstvu žena posredstvom moći. Navedeni rezultati moderirane medijacije nisu u skladu s hipotezom H6.

4.2.9. Interakcijski učinak tjelesne visine, tjelesne privlačnosti, dominacije i ugleda na osjećaj moći

Kako bi se ispitalo ima li dominacija indirektni učinak na zadovoljstvo muškaraca putem moći i moderira li tjelesna visina odnos između dominacije i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize prikazni su u tablici 36.

Tablica 36. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce

Koeficijenti traga											
					<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	95% CI		
									<i>LL</i>	<i>UL</i>	
Dominacija	→	Zadovoljstvo			-0.270	0.075	-3.587	< .001	-0.402	-0.113	
Moć	→	Zadovoljstvo			0.251	0.075	3.347	< .001	0.091	0.396	
Dominacija	→	Moć			0.009	0.083	0.109	0.913	-0.161	0.152	
Visina	→	Moć			0.150	0.080	1.869	0.062	-0.031	0.309	
Dominacija: Visina	→	Moć			0.079	0.072	1.092	0.275	-0.070	0.202	
Medijacijski efekti											
					Visina	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	95% CI	
										<i>LL</i>	<i>UL</i>
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	-0.016	0.031	-0.524	0.600	-0.095	0.029
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	-1.917×10 ⁻⁴	0.022	-0.009	0.993	-0.044	0.040
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.018	0.023	0.820	0.412	-0.023	0.071

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Efekt tjelesne visine muškaraca na njihovu moć nije značajan (*b* = 0.150, 95% CI [-0.031, 0.309], *p* = .062). Interakcija između dominacije i tjelesne visine muškaraca nije značajna (*b* = 0.079, 95% CI [-0.070, 0.202], *p* = .275), što znači da visina muškaraca ne moderira odnos između dominacije i moći. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H7. Indirektni efekt dominacije i tjelesne visine na zadovoljstvo putem moći nije statistički

značajan ($b = -0.02$, 95% CI $[-0.044, 0.040]$, $p = .993$). Dobiveni rezultat ne podupire hipotezu H7.

U tablici 37 ispituje se pretpostavka postoji li indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo muškaraca putem moći i moderira li samoprocjena privlačnosti odnos između dominacije i moći muškaraca. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 37.

Tablica 37. *Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce*

Koeficijenti traga

							95% CI				
							<i>LL</i>	<i>UL</i>			
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>					
Dominacija	→	Zadovoljstvo	-0.269	0.075	-3.575	< .001	-0.391	-0.122			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.248	0.076	3.282	0.001	0.081	0.403			
Dominacija	→	Moć	-0.005	0.084	-0.057	0.954	-0.178	0.148			
Privlačnost	→	Moć	0.210	0.081	2.588	0.010	0.038	0.375			
Dominacija: Privlačnost	→	Moć	0.046	0.067	0.687	0.492	-0.076	0.163			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Privlačnost	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>				
							<i>LL</i>	<i>UL</i>			
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	-0.011	0.029	-0.381	0.703	-0.076	0.042
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.001	0.020	0.065	0.948	-0.038	0.049
Dominacija	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.011	0.023	0.486	0.627	-0.032	0.074

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Iz tablice 37 vidljivo je da samoprocjena privlačnosti muškaraca ima značajan pozitivan učinak na njihovu moć ($b = 0.210$, 95% CI $[0.038, 0.375]$, $p = .010$). Interakcija dominacije i samoprocjene privlačnosti nema značajan učinak na osjećaj moći muškaraca ($b = 0.046$, 95% CI $[-0.076, 0.163]$, $p = .492$), što znači da tjelesna privlačnost ne moderira odnos između dominacije i moći. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H7.

Rezultati pokazuju da indirektni efekt dominacije i samoprocjene privlačnosti muškaraca na zadovoljstvo putem moći nije značajan ($b = 0.001$, 95% CI [-0.038, 0.049], $p = .948$), dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H7.

Kako bi se ispitalo postoji li indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo žena posredstvom moći i moderira li tjelesna visina žena odnos između njihove dominacije i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 38.

Tablica 38. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene

Koeficijenti traga

							95% CI		
							<i>LL</i>	<i>UL</i>	
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>			
Dominacija	→	Zadovoljstvo	0.017	0.073	0.236	0.813	-0.103	0.169	
Moć	→	Zadovoljstvo	0.444	0.073	6.116	< .001	0.279	0.593	
Dominacija	→	Moć	-0.096	0.081	-1.199	0.231	-0.258	0.072	
Visina	→	Moć	-0.044	0.080	-0.551	0.582	-0.200	0.122	
Dominacija:Visina	→	Moć	-0.094	0.086	-1.092	0.275	-0.283	0.082	
Medijacijski efekti							95% CI		
							<i>LL</i>	<i>UL</i>	
			Visina	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>		
Dominacija	→ Moć	→ Zadovoljstvo	16	-0.006	0.052	-0.112	0.911	-0.111	0.096
Dominacija	→ Moć	→ Zadovoljstvo	50	-0.039	0.037	-1.069	0.285	-0.119	0.036
Dominacija	→ Moć	→ Zadovoljstvo	84	-0.078	0.047	-1.678	0.093	-0.188	0.015

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Tjelesna visina žena nema značajan učinak na njihov osjećaj moći ($b = -0.044$, 95% CI [-0.200, 0.122], $p = .582$). Interakcija dominacije i tjelesne visine nema značajan učinak na osjećaj moći žena ($b = -0.094$, 95% CI [-0.283, 0.082], $p = .275$), što znači da tjelesna

visina ne moderira odnos između dominacije i osjećaja moći. Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H7. Rezultati pokazuju da interakcijski efekt dominacije i tjelesne visine na zadovoljstvo posredstvom moći nije značajan ($b = -0.039$, 95% CI $[-0.119, 0.036]$, $p = .285$). Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H7.

Da bi se ispitalo moderira li samoprocjena privlačnosti žena odnos između njihove dominacije i moći i posreduje li moć odnos između njihove dominacije i zadovoljstva u vezi, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 39.

Tablica 39. *Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene*

Koeficijenti traga

							95% CI	
							<i>LL</i>	<i>UL</i>
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>		
Dominacija	→	Zadovoljstvo	0.017	0.073	0.236	0.813	-0.107	0.153
Moć	→	Zadovoljstvo	0.444	0.073	6.116	< .001	0.281	0.594
Dominacija	→	Moć	-0.122	0.079	-1.530	0.126	-0.273	0.055
Privlačnost	→	Moć	0.206	0.078	2.622	0.009	0.018	0.387
Dominacija:Privlačnost	→	Moć	-0.061	0.075	-0.820	0.412	-0.231	0.164

Medijacijski efekti

								95% CI	
			Privlačnost	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>
Dominacija	→ Moć	→ Zadovoljstvo	16	-0.031	0.049	-0.637	0.524	-0.148	0.076
Dominacija	→ Moć	→ Zadovoljstvo	50	-0.056	0.036	-1.563	0.118	-0.132	0.015
Dominacija	→ Moć	→ Zadovoljstvo	84	-0.082	0.046	-1.758	0.079	-0.190	0.026

Legenda: b = standardni regresijski koeficijent; SE = standardna pogreška; z = zeta vrijednost; p = razina značajnosti; CI = interval pouzdanosti; LL = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; UL = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Iz tablice 39 vidljivo je kako samoprocjena privlačnosti žena ima značajan pozitivan efekt na osjećaj njihove moći ($b = 0.206$, 95% CI [0.018, 0.387], $p = .009$). Interakcijski efekt dominacije i samoprocjene privlačnosti nije značajan ($b = -0.061$, 95% CI [-0.231, 0.164] $p = .412$), što pokazuje da za žene tjelesna privlačnost ne moderira odnos između dominacije i moći. Dobiveni rezultat je u suprotnosti s hipotezom H7. Indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo u vezi putem moći nije značajan ($b = -0.056$, 95% CI [-0.132, 0.015], $p = .118$). Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H7.

Da bi se ispitalo postoji li indirektni efekt ugleda i tjelesne visine muškaraca na njihovo zadovoljstvo posredstvom moći i moderira li tjelesna visina muškaraca odnos između njihova ugleda i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize prikazani su u tablici 40.

Tablica 40. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce

Koeficijenti traga							95% CI				
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>			
Ugled	→	Zadovoljstvo	-0.018	0.079	-0.233	0.816	-0.174	0.139			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.238	0.079	3.029	0.002	0.101	0.397			
Ugled	→	Moć	0.145	0.080	1.822	0.068	0.005	0.312			
Visina	→	Moć	0.189	0.079	2.390	0.017	0.024	0.341			
Ugled:Visina	→	Moć	0.065	0.079	0.831	0.406	-0.101	0.206			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Visina	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>		
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.020	0.028	0.713	0.476	-0.032	0.078
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.033	0.022	1.471	0.141	0.002	0.084
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.047	0.028	1.705	0.088	0.004	0.122

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod

aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Prema rezultatima u tablici 40 tjelesna visina muškaraca ima značajan pozitivan efekt na osjećaj njihove moći u vezi ($b = 0.189$, 95% CI [0.024, 0.341], $p = .017$). Ovo pokazuje da tjelesna visina igra značajnu ulogu u percepciji moći u muškaraca. Interakcijski efekt ugleda i tjelesne visine muškaraca na osjećaj moći nije značajan ($b = 0.065$, 95% CI [-0.101, 0.206], $p = .406$), što nije u skladu s hipotezom H7. Ovdje se vidi kako se efekt tjelesne visine mijenja ovisno o tome koje su se varijable uzele u analizu. Indirektni efekt ugleda i tjelesne visine na zadovoljstvo posredstvom moći nije značajan ($b = 0.033$, 95% CI [0.002, 0.084], $p = .141$). Dobiveni rezultat nije u skladu s hipotezom H7.

Kako bi se ispitala pretpostavka postoji li indirektni efekt ugleda na zadovoljstvo muškaraca putem moći i moderira li samoprocjena privlačnosti muškaraca odnos između njihova ugleda i moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize navedeni su u tablici 41.

Tablica 41. *Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce*

Koeficijenti traga

							95% CI	
							LL	UL
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>		
Ugled	→	Zadovoljstvo	-0.015	0.079	-0.192	0.848	-0.179	0.120
Moć	→	Zadovoljstvo	0.234	0.079	2.960	0.003	0.069	0.396
Ugled	→	Moć	0.112	0.081	1.385	0.166	-0.077	0.277
Privlačnost	→	Moć	0.217	0.079	2.768	0.006	0.021	0.355
Ugled:Privlačnost	→	Moć	0.020	0.083	0.246	0.806	-0.143	0.202
Medijacijski efekti							95% CI	
							LL	UL
			Privlačnost	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.022	0.029	0.750	0.453	-0.042 0.090
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.027	0.020	1.329	0.184	-0.006 0.081
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.031	0.027	1.167	0.243	-0.015 0.108

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja

granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Iz tablice 41 vidljivo je kako je efekt samoprocjene privlačnosti muškaraca na njihovu moć značajan i pozitivan ($b = 0.217$, 95% CI $[0.021, 0.355]$, $p = .006$). Ovaj efekt isti je kao i u analizi moderirane medijacije samoprocjene privlačnosti na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva u vezi za muškarce tj. pokazuje da samoprocjena privlačnosti povećava osjećaj moći u muškaraca.

Interakcijski efekt ugleda i tjelesne privlačnosti muškaraca na osjećaj njihove moći nije značajan ($b = 0.020$, 95% CI $[-0.143, 0.202]$, $p = .806$), što znači kako samoprocjena privlačnosti ne moderira odnos između ugleda i moći. Indirektni efekt ugleda i samoprocjene privlačnosti muškaraca na zadovoljstvo posredstvom moći nije značajan ($b = 0.027$, 95% CI $[-0.006, 0.081]$, $p = .184$). Dobiveni rezultati ne podupiru hipotezu H7.

Da bi se ispitalo postoji li indirektni efekt ugleda i tjelesne visine na zadovoljstvo žena putem moći i moderira li tjelesna visina žena odnos između njihova ugleda i osjećaja moći, provedena je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize prikazani su u tablici 42.

Tablica 42. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene

Koeficijenti traga

							95% CI				
			<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>			
Ugled	→	Zadovoljstvo	0.095	0.072	1.323	0.186	-0.036	0.229			
Moć	→	Zadovoljstvo	0.432	0.072	6.003	< .001	0.273	0.594			
Ugled	→	Moć	0.106	0.081	1.313	0.189	-0.063	0.290			
Visina	→	Moć	-0.081	0.080	-1.007	0.314	-0.226	0.083			
Ugled:Visina	→	Moć	-0.059	0.076	-0.784	0.433	-0.237	0.134			
Medijacijski efekti							95% CI				
			Visina	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>	<i>LL</i>	<i>UL</i>		
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.069	0.045	1.517	0.129	-0.031	0.180
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.048	0.036	1.342	0.180	-0.015	0.144
Ugled	→	Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.024	0.047	0.510	0.610	-0.087	0.134

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Prema rezultatima u tablici 42 efekt tjelesne visine žena na osjećaj njihove moći nije značajan ($b = -0.081$, 95% CI $[-0.226, 0.083]$, $p = .314$). Interakcija ugleda žena i njihove tjelesne visine na osjećaj moći nije značajna ($b = -0.059$, 95% CI $[-0.237, 0.134]$, $p = .433$), što znači kako tjelesna visina ne moderira odnos između ugleda i osjećaja moći kod žena. Indirektni efekt ugleda i tjelesne visine žena na zadovoljstvo putem moći nije značajan ($b = 0.048$, 95% CI $[-0.15, 0.144]$, $p = .180$). Navedeni rezultati nisu u skladu s hipotezom H7.

Kako bi se ispitala pretpostavka postoji li indirektni efekt ugleda i samoprocjene privlačnosti žena na njihovo zadovoljstvo posredstvom osjećaja moći i moderira li samoprocjena privlačnosti žena odnos između njihova ugleda i osjećaja moći, provedena

je moderirana medijacijska analiza. Rezultati moderirane medijacijske analize prikazani su u tablici 43.

Tablica 43. *Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene*

Koeficijenti traga

							95% CI	
							LL	UL
Ugled	→	Zadovoljstvo	0.095	0.072	1.323	0.186	-0.044	0.222
Moć	→	Zadovoljstvo	0.432	0.072	6.003	< .001	0.268	0.578
Ugled	→	Moć	0.094	0.079	1.196	0.232	-0.093	0.272
Privlačnost	→	Moć	0.182	0.079	2.298	0.022	-0.008	0.364
Ugled:Privlačnost	→	Moć	0.041	0.073	0.566	0.571	-0.150	0.302

Medijacijski efekti

								95% CI	
								LL	UL
			Privlačnost	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>z</i>	<i>p</i>		
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	16	0.026	0.044	0.574	0.566	-0.139	0.126
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	50	0.042	0.035	1.218	0.223	-0.034	0.132
Ugled → Moć	→	Zadovoljstvo	84	0.059	0.047	1.262	0.207	-0.066	0.191

Legenda: *b* = standardni regresijski koeficijent; *SE* = standardna pogreška; *z* = zeta vrijednost; *p* = razina značajnosti; *CI* = interval pouzdanosti; *LL* = donja granična vrijednost intervala pouzdanosti; *UL* = gornja granična vrijednost intervala pouzdanosti. Učinak moderatorske varijable ispituje se za njezinu nisku, prosječnu i visoku vrijednost izraženu u centilima koji odgovaraju jednoj standardnoj devijaciji ispod aritmetičke sredine (16), prosječnoj vrijednosti (50) i jednoj standardnoj devijaciji iznad aritmetičke sredine (84). Za analizu moderirane medijacije korišten je Hayesov procesni model broj 7.

Iz tablice 43 vidljivo je kako je efekt samoprocjene privlačnosti žena na osjećaj njihove moći u vezi značajan i pozitivan ($b = 0.182$, 95% CI $[-0.008, 0.364]$, $p = .022$). Ovaj rezultat pokazuje da samoprocjena privlačnosti može imati značajan učinak na moć u vezi, ali taj učinak ovisi o tome koje su se varijable uzele u analizu. Interakcijski efekt ugleda i samoprocjene privlačnosti žena na moć nije značajan ($b = 0.041$, 95% CI $[-0.150, 0.302]$, $p = .571$), što znači kako samoprocjena privlačnosti ne moderira odnos između ugleda i moći. Indirektni efekt ugleda i samoprocjene privlačnosti žena na zadovoljstvo

posredstvom moći nije značajan ($b = 0.042$, 95% $CI [-0.034, 0.132]$, $p = .223$). Prije navedeni rezultati su u suprotnosti s hipotezom H7.

Rezultati moderirane medijacije u prethodnim tablicama pokazali su da visina primanja, tjelesna visina i samoprocjena privlačnosti nisu značajne moderatorske varijable što nije u skladu s hipotezama H6 i H7. Stupanj obrazovanja pokazuje značajan negativan indirektni efekt dominacije na zadovoljstvo žena i negativnu moderaciju za muškarce. Visina primanja muškaraca i žena ne moderira odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći u vezi i dominacija nema značajan indirektni efekt na zadovoljstvo u vezi posredstvom moći niti za jednu razinu moderatora. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H6. Stupanj obrazovanja muškaraca i žena ne moderira pozitivan odnos između dominacije i osjećaja moći u vezi niti dominacija ima značajan indirektni efekt na zadovoljstvo muškaraca u vezi što nije u skladu s hipotezom H6. Indirektni efekt dominacije žena posredstvom moći na zadovoljstvo u vezi je negativan za nisku i prosječnu razinu obrazovanja što nije u skladu s hipotezom H6. Stupanj obrazovanja muškaraca moderira negativan odnos između ugleda i moći u vezi, a indirektni efekt ugleda muškaraca na zadovoljstvo u vezi putem moći je pozitivan za nisku i prosječnu razinu obrazovanja što nije u skladu s hipotezom H6. Stupanj obrazovanja žena ne moderira odnos između ugleda i moći u vezi, a ugled nema značajan indirektni efekt na zadovoljstvo u vezi putem moći ni za jednu razinu moderatorske varijable što je u suprotnosti s hipotezom H6.

Tjelesna visina muškaraca i žena ne moderira odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći, a dominacija i ugled nemaju značajan indirektni efekt na zadovoljstvo u vezi posredstvom osjećaja moći niti za jednu razinu navedene moderatorske varijable. Dobiveni rezultati ne podupiru hipotezu H7. Samoprocjena privlačnosti muškaraca i žena ne moderira odnos između dominacije, ugleda i moći u vezi, a dominacija i ugled nemaju

značajan indirektni učinak na zadovoljstvo u vezi preko moći ni za jednu razinu navedene moderatorske varijable. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H7.

4.3. Rasprava

Glavni ciljevi drugog istraživanja bili su: ispitivanje povezanosti dominacije i ugleda s pozitivnim i negativnim emocijama, njihova povezanost s osjećajem moći u romantičnim vezama i utvrđivanje aktorskih i partnerskih efekata dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi. Nadalje, ciljevi su bili ispitivanje medijacijskih odnosa pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi; ispitivanje interakcije potencijalnih moderatorskih varijabli s dominacijom i ugledom na zadovoljstvo u vezi putem moći i na kraju uspoređivanje efekata dominacije i ugleda na moć muškaraca i žena.

Rezultati uglavnom pokazuju kako su aktorski i partnerski efekti dominacije muškaraca i žena na negativne emocije u vezi pozitivni. Aktorski i partnerski efekti dominacije žena na pozitivne emocije su negativni, dok efekti muškaraca nisu značajni. Navedeni su rezultati uglavnom u skladu s hipotezom H2 koja je predviđjela povezanost dominacije s negativnim emocijama. Ovi su rezultati u skladu s prethodnim istraživanjima koja su utvrdila pozitivne povezanosti između dominacije i negativnih atributa poput agresije, neugodnosti, manipulacije, ljutnje i egoizma što onda pobuđuje više negativnih emocija (Cheng i sur., 2013, Suessenbach i sur., 2018; Ketterman i Maner, 2021). Mogući mehanizmi i teorijske implikacije ovih nalaza bit će detaljnije objašnjene u općoj raspravi.

Neočekivano, aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na njihove pozitivne emocije nisu značajni. Aktorski efekt ugleda na negativne emocije značajan je i pozitivan samo za žene, dok partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na negativne

emocije nisu značajni. Dobiveni rezultati utvrđeni su prvi put i nisu u skladu s hipotezom H2 i ne podupiru dosadašnja istraživanja koja su utvrdila pozitivnu vezu između ugleda i poželjnih atributa kao što su: ugodnost, prosocijanost i suradnja (Cheng i sur., 2010, Henrich i Gil-White, 2001; Körner i sur., 2023), poniznost i autentični ponos (Van Vugt i Smith, 2019). Ove razlike u nalazima vjerojatno su uvjetovane različitim konceptualnim pristupom što će se analizirati opširnije u općoj raspravi.

Aktorski i partnerski efekti dominacije muškaraca na osjećaj moći nisu značajni, a u žena je utvrđen negativan partnerski efekt. Aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na osjećaj njihove moći nisu značajni. Ovi su rezultati neočekivani i nisu skladu s hipotezom H3a koja je pretpostavila pozitivnu povezanost motiva dominacije i ugleda s osjećajem moći. Rezultat koji se odnosi na negativan partnerski efekt dominacije žena na osjećaj moći muškaraca djelomično podupire hipotezu H3b koja je pretpostavila da će motivi dominacije i ugleda aktora biti negativno povezani s percepcijom vlastite moći partnera.

Iako su dominacija i ugled u znanstvenoj literaturi prepoznati kao dvostruki putevi do socijalnog ranga u grupnim hijerarhijama (Cheng i sur., 2013; Henrich i Gil-White, 2001) i dva motiva za stjecanje moći (Suessenbach i sur., 2018), njihova se važnost možda neće izravno prenijeti na romantične dijade. U romantičnim vezama, moć se manje odnosi na javno poštovanje i utjecaj, a više na suradnju, empatiju i međusobno razumijevanje (Körner i sur., 2021). Ovi nalazi sugeriraju da bi motivi dominacije i ugleda povezani sa socijalnim rangom mogli biti primjenjiviji na šire društvene kontekste poput radnog mjesta, sportskog natjecanja i grupe vršnjaka nego na romantične veze.

Aktorski i partnerski efekt osjećaja moći muškaraca na zadovoljstvo u vezi nisu značajni, ali je utvrđena pozitivna korelacija između osjećaja moći i zadovoljstva u vezi za muškarce. Aktorski i partnerski efekt osjećaja moći žena na zadovoljstvo u vezi su

pozitivni i značajni. Dobiveni su rezultati djelomično u skladu s hipotezom H3a. Ovi nalazi podupiru prethodna istraživanja koja potvrđuju da osobni osjećaj moći, tj. subjektivna percepcija nečije sposobnosti utjecaja na odluke u vezi pouzdanije predviđa kvalitetu veze od objektivnih pokazatelja poput prihoda ili statusa (Körner i Schütz, 2021).

Aktorski i partnerski efekt dominacije žena na zadovoljstvo u vezi nije značajan, a aktorski i partnerski efekt dominacije muškaraca na zadovoljstvo u vezi je negativan što je djelomično u skladu s hipotezom H4. Ovi rezultati mogu se objasniti prethodnim istraživanjima koja su utvrdila da dominaciju karakterizira želja pojedinca da uspostavi kontrolu nad drugima putem agresije, manipulacije ili zastrašivanja (Cheng i sur., 2013; Suessenbach i sur., 2018). Do sada nijedno istraživanje nije testiralo utjecaj motiva dominacije na zadovoljstvo u vezi, što je prvi put učinjeno u ovom istraživanju. U kontekstu romantičnih veza dominacija se često manifestira kao kontrolirajuće ponašanje, niska razina suradnje i smanjeno zauzimanje perspektive, što može djelovati negativno na intimnost i zadovoljstvo u vezi (Sadikaj i sur., 2017). Iako istraživanje nije otkrilo značajnu razliku između muškaraca i žena u stupnju izražavanju potrebe za dominacijom, očito je da samo dominacija muškaraca ima značajan negativan učinak na zadovoljstvo u vezi. Ovaj rezultat upućuje na spolne razlike u načinu iskazivanju motiva dominacije i njegova učinka na zadovoljstvo u vezi.

Aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi nisu značajni. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H4 koja je pretpostavila pozitivnu povezanost između ugleda i zadovoljstva u vezi i utvrđeni su prvi put. Do sada nijedno istraživanje nije testiralo učinak motiva ugleda na zadovoljstvo u vezi što je prvi put učinjeno u ovom istraživanju. Ovi nalazi ne podupiru prethodna istraživanja koja su utvrdila kako je ugled kao želja za stjecanjem poštovanja i divljenja kroz kompetenciju,

velikodušnost i suradnju povezan s pozitivnim ishodima u odnosima (Cheng i sur., 2010, Körner i sur., 2023, Suessenbach i sur., 2018). Ove razlike u rezultatima vjerojatno su uvjetovane različitim konceptualnim pristupom u ovom istraživanju.

Medijacijska analiza pomoću APIM-MeM-a pokazala je da negativne i pozitivne emocije posreduju negativan odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi za muškarce i žene što je u skladu s hipotezom H5. Dobiveni rezultati podupiru prethodna istraživanja koja su utvrdila povezanost dominacije s negativnim značajkama ličnosti poput agresije, neugodnosti, ljutnje i egoizma (Cheng i sur., 2013, Suessenbach i sur., 2018; Ketterman i Maner, 2021) što onda pobuđuje više negativnih emocija u aktora i partnera.

Suprotno očekivanju, pozitivne emocije ne posreduju pozitivan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi, a negativne emocije posreduju negativan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H5 koja je predviđjela pozitivnu medijaciju pozitivnih emocija između ugleda i zadovoljstva u vezi. Iako je ugled često pozitivno povezan s društvenim odobravanjem i povezivanjem (Cheng i sur., 2013, Körner i sur., 2022), osobe orijentirane na ugled i dalje mogu osjećati negativne emocije poput tjeskobe, krivnje ili srama kada sebe doživljavaju kao osobu koja ne ispunjava društvena ili relacijska očekivanja (Kim i sur., 2019). Ove negativne emocije tada mogu djelomično poništiti inače pozitivne učinke motiva ugleda na zadovoljstvo u vezi.

Istraživanje je pokazalo kako stupanj obrazovanja moderira negativan odnos između ugleda i osjećaja moći za muškarce. Samo niska i prosječna razina obrazovanja muškaraca moderiraju pozitivan odnos između njihovog ugleda i osjećaja moći. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H6 koje je pretpostavila da će stupanj obrazovanja povećavati pozitivni efekt ugleda na osjećaj moći. U skladu s prije rečenim indirektni efekt ugleda i obrazovanja muškaraca na zadovoljstvo posredstvom moći je pozitivan i

značajan za prosječnu i nisku razinu obrazovanja, ali ne i za visoku. Prema teoriji dvostrukih strategija stjecanja socijalnog ranga muškarci se mogu više oslanjati na ugled kada su drugi statusni putevi (npr. simbolički kapital izveden iz stupnja obrazovanja) manje dostupni (Cheng i sur., 2013). Ugled proizlazi iz prepoznavanja vrijednih vještina ili znanja, a ne samo iz visine stupnja obrazovanja što može kompenzirati niže formalne kvalifikacije i doprinijeti većem zadovoljstvu u vezi (Maner i sur., 2017; Jiménez i Mesoudi, 2019). Muškarcima koji imaju nisku i prosječnu razinu obrazovanja, priznanjem njihove stručnosti može se povećati učinak ugleda na njihov osjećaj moći i zadovoljstvo u vezi.

Istraživanje je pokazalo da stupanj obrazovanja ne moderira odnos između dominacije i osjećaja moći za žene. Međutim, indirektni efekt interakcije dominacije i stupnja obrazovanja žena na zadovoljstva u vezi putem osjećaja moći je negativan za nisku (blizu granice značajnosti) i prosječnu razinu obrazovanja. Navedeni rezultati nisu u skladu s hipotezom H6 koja je pretpostavila pozitivan indirektni interakcijski učinak dominacije i stupnja obrazovanja žena na zadovoljstvo u vezi posredstvom osjećaja moći. Zanimljivo, stupanj obrazovanja žena ima značajan pozitivan učinak na osjećaj njihove moći u vezi. Dobiveni nalaz djelomično je u skladu s prethodnim istraživanjima koja potvrđuju važnost stupnja obrazovanja u životu pojedinca (Balestra i sur., 2018, Johshanloo i Jovanović, 2020) koji doprinosi osjećaju zadovoljstva i vlastite vrijednosti (Durst, 2021; Salinas-Jiménez i sur., 2010) i može pomoći u povećanju osjećaja vlastite moći. Međutim, motiv dominacije koji predstavlja želju za kontrolom i prisilom kako bi se proveo autoritet nad drugima može smanjiti zadovoljstvo vezom za žene s niskom i prosječnom razinom obrazovanja. Za te žene, ograničeno obrazovanje može smanjiti pristup resursima koji potiču samoeфикаsnost i vještine pregovaranja, što rezultira krhkim osjećajem moći. Kada takve žene usvoje ponašanja motivirana dominacijom, to može

odražavati kompenzacijsku strategiju za njihov smanjeni osjećaj moći (Rucker i sur., 2011) što može dovesti do napetosti u vezi.

Interakcijski efekt dominacije, ugleda i visine primanja na osjećaj moći nije značajan ni za žene ni za muškarce. Navedeni rezultat nije u skladu s hipotezom H6 koja je predviđjala pozitivan učinak visine primanja na efekte dominacije i ugleda. Ovaj rezultat u skladu je s nekim istraživanjima koja pokazuju da subjektivni doživljaj moći bolje predviđa ishode veze nego objektivni pokazatelji poput prihoda ili pozicijske moći (Körner i Schütz, 2021). Iako se općenito smatra da je visina primanja važan resurs u postizanju zadovoljstva životom (Masuda i sur., 2020; Plouffe i Tremblay, 2017) i nešto što drugi cijene, odnos između visine primanja i zadovoljstva u životu je složen te ovisi između ostaloga o psihološkoj sigurnosti koju pruža novac (Cai i sur., 2025) kao i relativnom socijalnom rangi koji osoba stječe svojim primanjem (Boyce i sur. 2010). Visina prihoda vjerojatno ima značajan učinak na zadovoljstvo životom samo do određenog praga (kada se zadovolje osnovne materijalne, psihičke i socijalne potrebe), a dalje se taj učinak ne mora povećavati i ne mora biti značajan te može čak dovoditi do više stresa (Akkiraju i Narasimha 2025). Čini se da se financijski resursi i njihov učinak na osobnu moć i zadovoljstvo ne mogu jednostavno prenijeti u kontekst romantične veze.

Rezultati moderirane medijacije pokazuju kako ne postoji značajan interakcijski efekt dominacije, ugleda i tjelesne visine te samoprocjene privlačnosti muškaraca i žena na osjećaj njihove moći u vezi, što nije u skladu s hipotezom H7. Dobiveni rezultati ne podupiru neka prijašnja istraživanja koja naglašavaju ulogu tjelesne privlačnosti u romantičnim vezama (Maner i sur., 2008) i općenitu povezanost tjelesne visine s percepcijom privlačnosti, uspjeha i vodstva (Hamstra, 2013) kao i empirijski dokazanu pozitivnu povezanost tjelesne visine s uspjehom, visinom primanja i inteligencijom (Blaker i van Vugt, 2014). Testirana je i interakcija dominacije i ugleda s procjenom

privlačnosti partnera, ali ni ona nije polučila značajne moderacijske efekte. Dakle, subjektivni doživljaj vlastite tjelesne privlačnosti kao i tjelesna visina možda imaju važnu ulogu prilikom stupanja u romantičnu vezu, a kasnije se vjerojatno smanjuje njihov značaj u vezi. Tjelesna privlačnost stvara globalno pozitivnu procjenu osobe, privlačnije osobe često se percipiraju kao: kompetentnije, dominantnije, socijalno poželjnije i kao vrijednije partnerice i partneri (Langlois i sur., 2000). Dugoročna stabilnost romantične veze više ovisi o: predanosti u vezi, emocionalnoj regulaciji, zajedničkom ulaganju i uzajamnoj ovisnosti, a tjelesna privlačnost postaje manja važna (Gonzaga i sur., 2008; Simpson, 2007). Jedno od konkretnijih mogućih objašnjenja za nedostatak značajne interakcije jest da motivi dominacije i ugleda mogu djelovati neovisno o samoprocjeni tjelesne privlačnosti i neovisno o tjelesnoj visini, osobito u romantičnim kontekstima. Ovi motivi i strategije mogu utjecati na dinamiku odnosa putem verbalne komunikacije, socijalne kompetencije i vrijednih vještina na osjećaj osobne moći, umjesto oslanjanja na znakove poput tjelesne privlačnosti ili tjelesne visine (Cheng i sur., 2013). Detaljnija analiza i moguća objašnjenja nalaza vezanih uz hipoteze H6 i H7 dat će se u općoj raspravi.

Suprotno očekivanjima temeljenim na teorijama socijalnog ranga (Cheng i sur., 2010, Suessenbach i sur., 2018), rezultati moderirane medijacije pokazali su kako motivi dominacije i ugleda nemaju značajan učinak na osjećaj moći pojedinaca unutar romantične veze. Ovi rezultati nisu u skladu s hipotezom H8 koja je predviđjela veće pozitivne učinke motiva dominacije i ugleda za muškarce nego za žene. Dobiveni rezultati vjerojatno su uvjetovani različitim konceptualnim pristupom u ovom istraživanju gdje su dominacija i ugled istraživani kao dva motiva, a ne kao strategije ili samopoimanja osobe. Ovi nalazi vjerojatno ističu razliku između motivacije za postizanje socijalnog ranga i subjektivnog iskustva interpersonalnog utjecaja u bliskim vezama.

5. OPĆA RASPRAVA

U dva istraživanja provedena u sklopu ovog doktorskog rada ispitivala se partnerska vrijednost motiva dominacije i ugleda u romantičnoj vezi, povezanost navedenih motiva s pozitivnim i negativnim emocijama, njihova povezanost s osjećajem moći i sa zadovoljstvom u vezi. Osim toga, ispitivalo se posreduju li pozitivne i negativne emocije odnos između motiva dominacija i ugleda i zadovoljstva u vezi te posreduje li osjećaj moći odnos između motiva dominacije i ugleda i zadovoljstva u vezi. Nadalje, istraživanja su ispitivala utjecaj potencijalnih moderatorskih varijabli: spola, tjelesne visine, samoprocjene privlačnosti, finansijskih resursa i stupnja obrazovanja na odnos između motiva dominacije i ugleda na osjećaj moći u vezi. Kako bi se istražili navedeni problemi, korišten je multimetodski pristup, eksperimentalni i upitnički. Dobiveni rezultati djelomično potvrđuju hipoteze H1, H2, H3a, H3b, H4 i H5, a ne podupiru hipoteze H6, H7 i H8. Opća rasprava je organizirana po hipotezama. Hipoteze H2, H4 i H5 spojene su u jednu sekciju kao i hipoteze H3a, H3b i H8.

Kako bi se bolje razumjeli motivi dominacije i ugleda, preferencije muškaraca i žena vezane uz navedene motive, njihov utjecaj na zadovoljstvo u vezi i rezultati koji se čine da su ponekad u suprotnosti kao npr. da su ženama privlačniji dominantniji muškarci (Saddala i sur. 1987), odnosno da su im privlačniji nisko dominantni muškarci (Snyder i sur., 2008; Kruger i Fitzgerald, 2011), važno je uzeti u obzir kontekst, metodu istraživanja, operacionalizaciju konstrukta dominacije i ugleda i teorijski pristup. Nije isto istražuju li se motivi dominacije i ugleda u širem socijalnom kontekstu ili u kontekstu romantičnih odnosa jer nemaju istu težinu i isto značenje u ta dva konteksta. U širem društvenom kontekstu ovi motivi mogu biti važni za postizanje socijalnog ranga, a njihova aktivacija u kontekstu romantičnog odnosa vjerojatno je manje bitna, može biti nepoželjna i imati negativne posljedice na zadovoljstvo u romantičnoj vezi (Körner i sur.,

2023; Conlon, 2019) U istraživanju romantičnih parova važno je gledati intrapersonalne i interpersonalne efekte nezavisne varijable na zavisnu varijablu. Jedna od prikladnih metoda za takvo istraživanje je APIM koji se koristio u ovom istraživanju. Nadalje, konstrukti dominacije i ugleda mogu biti operacionalizirani kao samopoimanja osobe, kao strategije i kao motivi, a konstrukt dominacije dodatno i kao široka crta ličnosti koju najčešće nazivamo dominantnost. Stoga i rezultati koji se tiču osobito dominacije mogu varirati u istraživanjima, ovisno o operacionalizaciji konstrukta koji se koristi u istraživanju. Osim toga, važno je pri tumačenju rezultata uzeti u obzir i tri teorijske perspektive iz kojih se mogu promatrati motivi i strategije dominacije i ugleda i njihov utjecaj na zadovoljstvo u romantičnoj vezi.

Körner i suradnici (2023) istaknuli su kako se povezanost dominacije i ugleda sa zadovoljstvom u romantičnim odnosima može promatrati iz tri perspektive: evolucijske perspektive, sociokulturne perspektive i iz perspektive psihologije ličnosti. Evolucijska perspektiva sugerira kako dominacija i ugled osiguravaju stjecanje vrijednih resursa i doprinose socijalnoj i partnerskoj vrijednosti pojedinca (Chapais, 2015; 2017; Kakkar i Sivanathan 2021; Lukaszewski i sur., 2017) te stoga predviđaju da dominacija i ugled mogu biti pozitivno povezani sa zadovoljstvom u romantičnim vezama. Iz sociokulturne perspektive, od muškaraca se očekuje da budu dominantni i ugledni (Davis i Gilbert, 1989; Saddala i sur., 1987; Thorne i Henley, 1975), dok bi dominacija žena (a možda i ugled) kršila stereotip o ženskim spolnim ulogama (Carli, 2001; Williams i Tiedens, 2016; Livingston i sur., 2012), stoga bi obje varijable trebale biti u pozitivnom odnosu sa zadovoljstvom u vezi samo za muškarce. Iz perspektive psihologije ličnosti, dominaciju karakteriziraju nepoželjni atributi (Cheng i sur., 2013; Suessenbach i sur., 2018), dok ugled karakteriziraju poželjni atributi (Henrich i Gil White, 2001), stoga bi samo ugled trebao biti pozitivno povezan sa zadovoljstvom u romantičnim vezama. Tri navedene

teorijske perspektive bit će glavne vodilje u tumačenju rezultata u daljnjoj raspravi. U nastavku teksta bit će iznesen osvrt na rezultate provedenih analiza za svaki od postavljenih istraživačkih problema.

5.1. Preferencije muškaraca i žena prema dominantnijim i uglednijim partnerima u dugoročnim i kratkoročnim vezama

Jedan od ciljeva prvog istraživanja bio je utvrditi kako motivi dominacije i ugleda utječu na preferencije romantičnih partnera u muškaraca i žena u kratkoročnim i dugoročnim vezama. Rezultati su uglavnom pokazali dosljednu preferenciju za partnere s visokom razinom ugleda i niskom razinom dominacije bez obzira na spol ili trajanje veze. Ovi nalazi djelomično podržavaju hipotezu H1 koja je predviđjela preferencije za uglednije partnere u dugoročnoj vezi i preferencije za dominantnije partnere u kratkoročnoj vezi te pružaju uvid u to kako motivi socijalne moći djeluju na uparivanje muškaraca i žena.

Dobiveni su rezultati u skladu s prethodnim istraživanjima koja pokazuju da je ugled definiran kao poštovanje i divljenje koje se temelji na vještinama privlačniji od dominacije, koja odražava snažnu želju za kontrolom nad drugima (Cheng i sur., 2013.; Henrich i Gil-White, 2001). I muškarci i žene povoljnije su ocijenili visoko ugledne i nisko dominantne partnere, što sugerira da ugled zajedno s niskom dominacijom signalizira dugoročni potencijal resursa, stabilnost i prosocijalne osobine koje se cijene u predanim partnerstvima (Buss, 1989).

U dugoročnim i kratkoročnim vezama muškarci preferiraju žene koje pokazuju nizak motiv dominacije. Muškarci pokazuju jasne preferencije za žene koje pokazuju visoki motiv ugleda za kratkoročnu vezu, međutim te razlike su puno manje izražene nego

u slučaju motiva dominacije. Muškarcima su visoko ugledne i nisko dominantne žene najpoželjnije za kratkoročnu vezu, što je zanimljiv nalaz. Ovaj nalaz sugerira kako muškarci možda doživljavaju kao osobiti „trijumf“ ako uspiju pridobiti visoko uglednu ženu za kratkoročni odnos ili prigodan seks. Kratkoročne seksualne strategije muškaraca obično naglašavaju tjelesnu privlačnost, seksualno iskustvo i vidljive znakove ugleda. Kako muškarci nastoje maksimizirati reproduktivni učinak, daju prioritet markerima plodnosti, poput mladosti i privlačnosti (Regan i sur., 2000) te mogu prihvatiti manje poželjne osobine u drugim područjima. Ženski ugled poput statusa ili priznate kompetencije mogu signalizirati dobre gene ili socijalnu prednost, što muškarci mogu protumačiti kao korisno čak i za kratkoročnu vezu (Gangestad i Simpson, 2000; Kruger i Fitzgerald, 2011).

Osim toga, u intraseskualnom natjecanju muškarci se natječu kako bi privukli partnerice visoke vrijednosti. Znakovi ugleda žene mogu pomoći muškarcima da filtriraju ili povećaju interes, jer ugledna žena signalizira status i poželjnost (Mehmetoglu i Määttänen, 2021). Dakle, razine motiva ugleda žena značajno utječu na mušku percepciju poželjnosti žena za kratkoročnu vezu, ali ne i za dugoročnu. Ovo je novi nalaz jer dosadašnja istraživanja nisu ispitivala preferencije muškaraca prema dominantnijim i uglednijim ženama. Ovaj je rezultat u skladu s dosadašnjim istraživanjima dominacije i ugleda te njihovom socijalnom i partnerskom vrijednošću (Cheng i sur., 2013, Suessenbach i sur., 2018; Körner i sur., 2023).

Žene isto kao i muškarci preferiraju nisko dominantne partnere za dugotrajne i kratkotrajne veze. Muškarci s visokom razinom motiva dominacije nisu poželjni ženama ni za dugoročnu ni za kratkoročnu vezu. Žene slično kao i muškarci za dugoročne i kratkoročne veze preferiraju partnere koji pokazuju visoki motiv ugleda, ali su te razlike

u poželjnosti između nisko uglednih i visoko uglednih muškaraca puno manje izražene nego u slučaju dominacije. Navedeni su rezultati u skladu s prethodnim istraživanjima preferencija za dominantnije i uglednije partnere (Li i Kenrick, 2006; Kruger i Fitzgerald, 2011; Snyder i sur., 2008).

Zanimljivo je da su muškarci i žene s niskom razinom dominacije bili preferirani u obje vrste veza, ali preferencija je bila veća za dugoročne veze. Iako se dominacija može percipirati kao kratkoročna prednost u uparivanju zbog povezanosti sa samopouzdanjem, asertivnošću i uspjehom (Saddala i sur., 1987), može se protumačiti i kao faktor rizika za relacijsku agresiju ili nedostatak suradnje, posebno u kontekstima koji zahtijevaju dugoročna ulaganja (Kruger i Fitzgerald, 2011). To bi moglo objasniti zašto su sudionici bili manje skloni favorizirati dominantnije osobe za kratkoročnu i dugoročnu vezu, ali posebno za dugoročno partnerstvo.

Razlike u preferencijama među spolovima nisu velike, što sugerira da i muškarci i žene za razliku od prošlosti kada je dominacije bila važnija, sve više cijene osobine povezane s emocionalnom sigurnošću i društvenim ugledom, čak i u kratkotrajnom uparivanju. Ovi nalazi mogu odražavati šire sociokulturne promjene gdje oba spola sve više daju prioritet emocionalnoj inteligenciji i pouzdanosti u odnosu na tradicionalne znakove dominacije (Körner i sur., 2023). Međutim, vidljivo je da su žene posebno osjetljive na znakove dominacije u muškaraca jer su visoko dominantne muškarce ocjenjivale nepovoljnije za dugoročnu i kratkoročnu vezu za razliku od muškaraca koji su visoko dominantne žene ocjenjivali nešto povoljnije. Ova „osjetljivost“ žena na znakove dominacije vjerojatno je povezana s mogućim troškovima koje bi moglo donijeti uparivanje s takvim muškarcima. Žene vjerojatno procjenjuju da bi visoko dominantni muškarci motiv dominacije mogli usmjeriti protiv partnerice, a u romantičnom odnosu

traži se kompromis, suradnja i međusobno razumijevanje što je u suprotnosti s motivom dominacije i djelovalo bi negativno na romantičnu vezu bez obzira na njezinu duljinu (Snyder i sur., 2008).

Nije iznenađujuće da visoka razina motiva dominacije smanjuje poželjnost muškaraca i žena za dugoročnu vezu (Little i sur., 2008). Dominacija je povezana s niskom ugodnošću, sebičnošću, kontrolom, zastrašivanjem, ljutnjom, egoizmom i agresijom te je očekivano da takve značajke ličnosti partnera nisu poželjne za dugoročnu vezu jer će dovesti do više sukoba u vezi (Cheng i sur., 2010, 2013; Ketterman i Maner, 2021; Suessenbach i sur., 2018). Pomalo iznenađujuće je da se preferencije za nisko dominantne partnere zadržavaju čak i kad su u pitanju kratkoročne veze. Muškarci i žene, čak i kad su u pitanju kratkoročne veze radije će birati nisko dominantne partnere što znači da im je i u takvim vezama i dalje bitna ugodnost osobe (Mehmetoglu i Määttänen, 2021; Regan i sur., 2000). Iako je kad su u pitanju kratkoročne veze, efekt dominacije na poželjnost značajno manji nego za dugoročne veze. Muškarcima i ženama manje smeta kada partner pokazuje visoku dominaciju u kontekstu kratkoročne veze za razliku od dugoročne veze.

Ukratko, žene i muškaraci pokazuju preferencije za partnere koji pokazuju nisku razinu motiva dominacije i visoku razinu motiva ugleda za dugotrajnu i za kratkoročnu vezu. Ova preferencija za visoko ugledne partnere nije iznenađujuća jer se ugled povezuje s ugodnosti, savjesnosti, i altruizmom (Cheng i sur. 2010, 2013; Suessenbach i sur. 2018), što su poželjne karakteristike partnera za dugoročnu i kratkoročnu vezu. Visoki motiv dominacije ima negativnu partnersku vrijednost, a visoki motiv ugleda ima pozitivnu partnersku vrijednost.

5.2. Povezanost dominacije i ugleda s pozitivnim i negativnim emocijama i njihova povezanost sa zadovoljstvom u vezi

Rezultati drugog istraživanja pokazuju kako su aktorski efekti dominacije muškaraca i žena na negativne emocije u vezi pozitivni, a partnerski je efekt pozitivan samo za žene. Navedeni rezultati su uglavnom u skladu s hipotezom H2 koja je predviđela pozitivnu povezanost dominacije s negativnim emocijama. Ovi rezultati su u skladu s prethodnim istraživanjima koja su utvrdila pozitivne povezanosti između dominacije i negativnih atributa poput agresije, neugodnosti, manipulacije, ljutnje i egoizma (Cheng i sur., 2013, Suessenbach i sur., 2018; Kettermann i Maner, 2021) što onda pobuđuje više negativnih emocija u oba partnera.

Mogući opći obrazac koji objašnjava ovaj rezultat je taj da potreba za dominacijom ne dovodi do ostvarenja osjećaja moći, a neostvoreni osjećaj moći dovodi do frustracije i više negativnih emocija. Ovo objašnjenje podupire i činjenica da ni muška ni ženska potreba za dominacijom nisu pozitivno povezane s osjećajem moći u vezi. Nadalje, neki istraživači smatraju da je ugled više povezan s ostvarenom moći, dok bi dominacija bila strategija za stjecanje moći (Körner i sur., 2023). Dominacija, koju karakterizira asertivna kontrola, agresija i nametanje vlastite volje drugima, obično izaziva sukobe i emocionalnu napetost unutar romantičnih veza (Conlon, 2019). Pojedinci orijentirani na dominaciju mogu nastojati pokazati moć nad svojim partnerima što dovodi do dinamike veze obilježene kontrolom, smanjenom autonomijom i emocionalnom prisilom (Cheng i sur., 2010). Takva ponašanja s jedne strane ugrožavaju ključne komponente zdravih veza kao što su npr. međusobno poštovanje i empatija, a s druge strane povećavaju vjerojatnost negativnih emocionalnih reakcija poput ogorčenosti, tjeskobe i ljutnje kod oba partnera (Overall i sur., 2006). Nadalje, dominacija često korelira s nesigurnim stilovima privrženosti i smanjenom regulacijom emocija

(Mikulincer i Shaver, 2016) kao i narcističnim te graničnim crtama (Borráz-León i sur., 2024) što povećava interpersonalni stres.

Zanimljivo je kako samo ženska dominacija ima pozitivan partnerski efekt na negativne emocije muškaraca. Ovi rezultati ukazuju na spolnu asimetriju u emocionalnim posljedicama motiva dominacije unutar romantičnih veza. Motiv dominacije žena povezan je s povećanim negativnim i smanjenim pozitivnim afektom kod njihovih partnera, dok motiv dominacije muškarca nije značajno predvidio povećani negativni niti smanjeni pozitivni afekt kod njihovih partnerica. Ovaj obrazac podudara se s prethodnim nalazima koji ukazuju na to da dominacija koju koristi partner obično izaziva reaktivni negativni afekt ometanjem autonomije druge osobe što je zauzvrat povezano s nižim zadovoljstvom u vezi (Sadikaj i sur., 2016). U njihovom istraživanju pojedinci su prijavili veću negativnu emocionalnu reaktivnost posebno na dominantno ponašanje partnera, a ne na vlastito dominantno ponašanje, a ta je reaktivnost predviđjala lošiju kvalitetu veze.

Međutim, rezultati ukazuju na to da su negativne emocionalne reakcije posebno izražene u muških partnera kada žene pokazuju motiv dominacije. Postoji nekoliko teorijskih okvira koji mogu objasniti ovu asimetriju. Interpersonalna teorija ističe da se dominantno ponašanje doživljava kao pokušaj uzurpacije kontrole i potkopavanja međuovisnosti i jednakosti što su ključne norme u romantičnim vezama (Sadikaj i sur., 2016). Nadalje, kada motiv dominacije potječe od žena, on može snažnije kršiti tradicionalna spolna očekivanja i norme oko relacijske moći, stvarajući time jaču psihološku prijetnju muškoj autonomiji i izazivajući veću emocionalnu nelagodu (Rudman i Glick, 2008; Rudman i sur., 2012). Osim toga, utvrđeno je kako su parovi u kojima je bila izražena dominacija supruge imali najniže razine zadovoljstva u vezi, dok su egalitarni partneri imali najveće zadovoljstvo (Mina i sur., 2018). Ovi nalazi podupiru tumačenje da motiv dominacije žena češće proizvodi remetilačku interpersonalnu

dinamiku u muških partnera nego motiv dominacije muškaraca u njihovih partnerica. Relativna emocionalna otpornost partnerica prema motivima muške dominacije može djelomično biti oblikovana kulturnim obrascima socijalizacije. Žene su obično socijalizirane da budu emocionalno ekspresivnije i usklađenije s relacijskom dinamikom, uključujući rješavanje dominacije partnera, dok muškarci mogu imati jaču emocionalnu reaktivnost kada im je ugrožena autonomija, tj. kada je u pitanje postavljena njihova moć (Timmers i sur., 1998).

Aktorski i partnerski efekti dominacije žena na pozitivne emocije su negativni, dok efekti muškaraca nisu značajni. Navedeni su rezultati djelomično u skladu s hipotezom H2 koja je predviđjela povezanost dominacije s negativnim emocijama što može dovesti do smanjenja pozitivnih emocija. Objašnjenje je ovog rezultata slično kao i kod povezanosti dominacije žena s njihovim negativnim emocijama i negativnim emocijama njihovih partnera. Ova asimetrija može se interpretirati kroz prizmu interpersonalne teorije, koja tvrdi da dominantna ponašanja, posebno ona koja se ne percipiraju kao međusobno regulirana (komplementarna) mogu poremetiti afilijativne procese (Kiesler, 1983; 1996), čime se smanjuje pozitivan afekt unutar dijadnih interakcija (Markey i sur., 2003; Sadikaj i sur., 2016). Stevanovic i suradnici (2019) utvrdili su da su ženske sudionice iskusile više negativnih emocija u trenucima pokazivanja dominacije tijekom razgovora u dijadi s drugom ženskom osobom, dok su muška emocionalna stanja tijekom iskazivanja dominacije u istospolnoj dijadi ostala relativno stabilna. To podupire tumačenje da motiv dominacije žena može pobuditi napetost u odnosu koja onda smanjuje pozitivne emocije za oba člana dijade.

Nadalje, dominacija može imati različita društvena i psihološka značenja ovisno o spolu. Kulturna očekivanja često povezuju žensku dominaciju s kršenjem normi u kontekstu romantičnih partnerstava što može objasniti zašto ona obično izaziva

emocionalno povlačenje ili nelagodu u muških partnera (Rudman i Glick, 2002). Suprotno tome, muška dominacija, posebno kada ne prelazi određene pragove, može se percipirati kao normativna ili čak očekivana u heteroseksualnoj dinamici, čime se oba partnera štite od smanjenja pozitivnih emocija (Körner i Schütz, 2021). Uz to, postoje istraživanja koja upućuju na to da žene mogu biti osjetljivije na interpersonalne posljedice svog dominantnog ponašanja. Na primjer, žene često cijene emocionalnu harmoniju i vjerojatnije će same pratiti dinamiku odnosa što može dovesti do unutarnjih emocionalnih troškova tj. više nezadovoljstva kada se njihovo ponašanje doživljava kao ometajuće ili kontrolirajuće (Timmers i sur., 1998). To bi djelomično moglo objasniti zašto same žene izvještavaju o nižoj razini pozitivnih emocija kada su motivirane dominacijom. Nasuprot tome, motivi muške dominacije možda neće smanjiti pozitivne emocije jer se često odvijaju na načine koji manje remete vezu ili su bolje integrirani u postojeću dinamiku moći (Schultheiss i Brunstein, 2001). Ukratko, ovi nalazi upućuju na to da motivi ženske dominacije mogu imati jedinstven emocionalni utjecaj unutar heteroseksualnih romantičnih veza, kako za ženu tako i za njezinog muškog partnera. Ova asimetrija može proizaći iz kombinacije očekivanja spolnih uloga, emocionalne neusklađenosti i različitih relacijskih značenja koja se pripisuju dominaciji kao motivu.

Aktorski i partnerski efekt dominacije žena na zadovoljstvo u vezi nisu značajni, a aktorski i partnerski efekt dominacije muškaraca na zadovoljstvo u vezi su negativni. Navedeni rezultati djelomično su u skladu s hipotezom H4 koja je predviđela negativnu povezanost dominacije sa zadovoljstvom u vezi za oba partnera. Medijacijske analize pomoću APIM-MeM-a pokazale su da negativne i pozitivne emocije posreduju negativan odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi za muškarce i žene. Ovi pretpostavljeni smjerovi odnosa nisu empirijski potvrđeni vremenskim slijedom mjerenja, već se

oslanjaju na teorijsku argumentaciju. Stoga se ne mogu isključiti drugi uzročni čimbenici koji mogu posredovati odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi.

Iako aktorski i partnerski efekt dominacije žena na zadovoljstvo u vezi nisu značajni, utvrđeno je da negativne i pozitivne emocije posreduju negativan odnos između dominacije i zadovoljstvo u vezi. Ovaj naoko nekonzistentan rezultat između rezultata APIM-a i APIM-MeM-a može se objasniti većom složenošću i prediktivnom mogućnošću APIM-MeM-a. Naime, APIM-MeM uzima u obzir sve varijable medijacijskog modela, ali izjednačava muške i ženske aktorske i partnerske efekte što je njegov nedostatak, manje je precizan. S druge strane APIM je precizniji jer razlikuje muške i ženske aktorske i partnerske efekte, ali nije prikladan za analizu medijacije kao APIM-MeM. Dobiveni su rezultati u skladu s hipotezom H5 koja je predviđjela da će negativne emocije posredovati negativan odnos između motiva dominacije i zadovoljstva u vezi za aktora i za partnera. Ovi rezultati podupiru prethodna istraživanja da dominaciju karakterizira želja pojedinca da uspostavi kontrolu nad drugima putem agresije, prisile ili zastrašivanja (Cheng i sur., 2013; Körner i sur., 2022; Suessenbach i sur., 2018) što onda dovodi do smanjenog zadovoljstva u vezi. Iz navedenih rezultata vidljivo je kako dominacija utječe negativno na zadovoljstvo u vezi prije svega putem negativnih emocija, ali i da postoje spolno specifične razlike jer su u APIM-u negativni i značajni jedino muški aktorski i partnerski efekt dominacije na zadovoljstvo u vezi.

Moguće objašnjenje ovog rezultata je da se muška potreba za dominacijom u iskazivanju ponašanja potencijalno kvalitativno razlikuje od iskazivanja ženske potrebe za dominacijom (Cashdan 1998; Hall, 1990; Mazur, 2005). Vjerojatno muškarci koji imaju potrebu za dominacijom nastupaju grublje i agresivnije za razliku od žena koje to možda čine na mirniji i suptilniji način te muška potreba za dominacijom dovodi do veće ljutnje i frustracije za muškarce, ali i za žene koje su meta te dominacije što posljedično

smanjuje zadovoljstvo u vezi za oba spola (Pirrone i sur., 2023). Pojedinci vođeni dominacijom skloni su dati prioritet asimetriji moći nad uzajamnošću što smanjuje emocionalnu osjetljivost za partnera koja je zapravo ključna komponenta kvalitete odnosa (Reis i Shaver, 1988).

Izražavanje i utjecaj motiva dominacije razlikuju se među muškarcima i ženama zbog spolnih normi, evolucijskih pritisaka i obrazaca socijalizacije. Istraživanja pokazuju da muškarci u prosjeku češće teže socijalnom rangu kroz dominaciju nego žene, koje češće teže socijalnom rangu putem afilijativnih ponašanja (Archer, 2006). Muškarci imaju tendenciju otvorenije pokazivati dominaciju, putem asertivnog govora, autoriteta, donošenja odluka ili kontrole nad resursima što je u skladu s tradicionalnim muškim spolnim ulogama (Moskowitz i sur., 1994). Nasuprot tome, žene mogu pokazivati dominaciju na suptilnije ili relacijske načine, poput utjecaja putem emocionalnog izražavanja, pregovaranja ili društvene podrške (Carli, 1999). Ovi različiti stilovi izražavanja dominacije mogu imati implikacije na zadovoljstvo vezom. Istraživanja pokazuju da kada dominacija jednog partnera postane prisilna ili neuravnotežena, to može dovesti do nižeg zadovoljstva za oba partnera (Overall i sur., 2006). Međutim, kada se dominacija izražava na suradnički način i s poštovanjem poput zajedničkog donošenja odluka ili asertivnosti uparene s empatijom, tada ona neće smanjiti zadovoljstvo vezom, nego ga može čak i povećati (Gottman, 1994).

Suprotno očekivanjima, aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na njihove pozitivne emocije nisu značajni. Aktorski efekt ugleda na negativne emocije značajan je i pozitivan samo za žene, dok partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na negativne emocije nisu značajni. Dobiveni rezultati utvrđeni su prvi put i nisu u skladu s hipotezom H2 koja je predviđjela pozitivnu povezanost između ugleda i pozitivnih emocija. Rezultati dijadne medijacijske analize podupiru prethodno navedene rezultate i

pokazuju kako pozitivne emocije ne posreduju pozitivan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi, a negativne emocije posreduju negativan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi za žene i muškarce. Navedeni rezultati ne podupiru hipotezu H5 koja je predviđela da će pozitivne emocije posredovati pozitivan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi. U interpretaciji rezultata oslanjamo se prije svega na rezultate APIM-a jer on omogućava razlikovanje muških i ženskih aktorskih partnerskih efekata, dok APIM-MeM to ne omogućava, stoga nije toliko precizan. Ovi nalazi ne podupiru dosadašnja istraživanja koja su utvrdila pozitivnu vezu između ugleda i poželjnih atributa kao što su: ugodnost, prosocijanost i suradnja (Cheng i sur., 2010, Henrich i Gil-White, 2001; Körner i sur., 2023; Brand i Mesoudi, 2018; 2019), poniznost i autentični ponos (Van Vugt i Smith). Ova razlika u rezultatima vjerojatno je uvjetovana različitim konceptualnim pristupom, ali i mogućnošću da čestice motiva ugleda u kontekstu romantične veze ne zahvaćuju dovoljno dobro inače pozitivne značajke ugleda. U ovom istraživanju prvi put je mjeran motiv ugleda, a ne strategija ugleda ili nečije samopoimanje o vlastitom ugledu. Osim toga, aktivacija motiva ugleda u romantičnoj vezi je čini se manje bitna nego u širem društvenom kontekstu.

Iako motivacija za ugled nema pozitivan učinak na pozitivne emocije muškaraca i žena, žene za razliku od muškaraca mogu iskusiti višu razinu negativnih emocija (npr. tjeskobu, krivnju ili sram) kada iskazuju motiv ugleda. Naime, motiv ugleda žena ima pozitivan učinak na njihove negativne emocije (aktorski efekt). Ovaj obrazac može se pojaviti iz nekoliko razloga. Jedno moguće objašnjenje je hipoteza nekongruentnosti između socijalnog statusa i društvenih očekivanja (Eagly i Karau, 2002; Rudman i sur., 2012). Dok je traženje socijalnog statusa društveno prihvaćenije za muškarce, težnja žena za statusom može biti u sukobu s tradicionalnim očekivanjima o spolnim ulogama po kojima su žene skromnije, pasivnije i povučenije (del Carmen i sur., 2024; Ridgeway,

2008). Žene koje pokazuju motiv za ugled mogu se suočiti s unutarnjim i vanjskim napetostima u ulogama jer društvena očekivanja često žene stavljaju u brižne ili podređene relacijske uloge (Rudman i Glick, 2002; Yong-Kwan, J. i Yong-Kwan, L, 2025). Kada žene odstupaju od takvih uloga tvrdeći da su kompetentne i žele imati socijalni status, mogu doživjeti negativne reakcije ili unutarnji sukob što može dovesti do povećanog stresa, krivnje ili samokritike i povećati njihove negativne emocije u vezi. Osim toga, negativne posljedice za žene koje izražavaju motiv ugleda mogle bi se objasniti i benevolentnim seksizmom (Bareket i Fiske, 2023). Benevolentni seksizam odražava stereotip da su žene čiste i moralne, a opet slabe i pasivne te zaslužuju mušku zaštitu i divljenje sve dok se pokoravaju (Eagley, 1983). Iskazivanje motiva ugleda žena kršilo bi ova očekivanja, što bi izazvalo negativne reakcije muškaraca koje bi pobudile negativne emocije žena. Nadalje, iskazivanje motiva ugleda žena možda ugrožava nesigurnu muškost koja se mora stalno dokazivati i potvrđivati te bi to moglo izazvati otpor i agresiju kod muškaraca (Bosson i Vandello, 2011). Dodatno, povezanost ugleda žena s njihovim negativnim emocijama može odražavati sukob između radne i roditeljske uloge (Lukaš i Puhanić, 2020; Šimunić 2024). Sukob između te dvije uloge stvara vjerojatno veći stres i napetost ženama koje imaju višu motivaciju za ugled nego muškarcima što pobuđuje kod žena više negativnih emocija kada ne uspiju uskladiti te dvije uloge (Jurković, 2020).

Nadalje, još jedno od mogućih objašnjenja za povezanost motiva ugleda i negativnih emocija za žene, a ne i za muškarce je da žene češće izražavaju emocije za razliku od muškaraca (Deng i sur., 2016). Žene obično izražavaju pozitivne i negativne emocije intenzivnije i češće od muškaraca (Brebner, 2003; Chaplin, 2015; Grossman i Wood, 1993; Kring i Gordon, 1998). Dakle, napetost povezana s motivom ugleda može biti vidljivija i mjerljivija u samoprocjenama negativnih emocija u žena. Čak i ako

muškarci doživljavaju sličan unutarnji sukob, moguće je da ga potiskuju ili o njemu izvještavaju nedovoljno.

Iako ugled često djeluje pozitivno na zadovoljstvo u vezi (Körner i sur., 2023), ne mora nužno pobuditi pozitivne emocije. Pozitivan afekt u romantičnim vezama često proizlazi iz emocionalne intimnosti, strasti ili privrženosti (Carswell i Impett, 2021) što se razlikuje od poštovanja i divljenja koje izaziva ugled. Jedno moguće objašnjenje manjka povezanosti između ugleda i pozitivnih emocija jest da ugled može potaknuti zadovoljstvo vezom i povjerenje, a ne mora pobuditi specifična pozitivna emocionalna stanja. Umjesto izazivanja radosti, naklonosti ili ponosa, ugled možda podržava zadovoljstvo i povjerenje u vezi, a ne toliko pozitivni afekt (Kakkar, 2024.; Körner i sur., 2023). Drugo moguće objašnjenje je da ugled može dovesti i do negativnih emocija zbog načina na koji se želi ostvariti ili je kao što je bilo navedeno u suprotnosti sa spolnim očekivanjima, a negativne emocije tada poništavaju inače pozitivne efekte ugleda na pozitivne emocije (Donnellan i sur., 2007; Baumeister i sur., 2001).

Kao što je prije navedeno, drugo je istraživanje pokazalo kako motiv ugleda nije pozitivno povezan s pozitivnim emocijama u romantičnim vezama, ali ni aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi nisu značajni. Dobiveni rezultati nisu u skladu s hipotezom H4 koja je pretpostavila pozitivnu povezanost između motiva ugleda i zadovoljstva u vezi i utvrđeni su prvi put. Ovi nalazi ne podupiru prethodna istraživanja koja su utvrdila kako je ugled kao strategija ili samopoimanje za stjecanjem poštovanja i divljenja kroz kompetenciju, velikodušnost i suradnju povezan s pozitivnim ishodima u odnosima (Cheng i sur., 2010, Conlon 2019; Kakkar i sur., 2024; Knight, 2022; Körner i sur., 2023; Suessenbach i sur., 2018). Ove razlike u rezultatima vjerojatno su uvjetovane različitim konceptualnim pristupom u ovom istraživanju.

Moguće je da ugled operacioanaliziran kao motiv ne uspijeva dovoljno dobro otkriti pozitivne značajke koje su inače s njime povezane.

Ugled nema pozitivan aktorski i partnerski efekt na zadovoljstvo muškaraca i žena, a Pearsonovi koeficijenti korelacije koji pokazuju pozitivnu povezanost ugleda muškaraca i žena s njihovim negativnim emocijama ističu važnost da kada govorimo o ugledu bilo kao strategiji ili motivu, on ne mora nužno imati pozitivnu vrijednost, osobito u romantičnim vezama. Važno je promatrati izdvojeno učinke ugleda i dominacije prema spolu i njihove učinke na zavisne varijable jer je iskazivanje dominacije i ugleda povezano s različitim očekivanjima o spolnim ulogama. Osim toga, ugled i dominacija nisu dva potpuno različita i nepovezana koncepta, nego predstavljaju dva aspekta socijalnog ranga i dijele zajedničku varijancu.

Jedno od mogućih objašnjenja za nepovezanost motiva ugleda i zadovoljstva u vezi je to da je zadovoljstvo vezom obično jače povezano s intimnosti, predanosti, povjerenjem i emocionalnom podrškom nego s vanjskim socijalnim motivima poput ugleda (De Andrade i sur., 2015; Tartakovsky, 2023). U mnogim istraživanjima, ugled se ne pojavljuje kao značajan prediktor nakon što se kontroliraju drugi relacijski čimbenici. Dominacija najčešće predviđa niže zadovoljstvo vezom za aktora i za partnera, a orijentacija na ugled nema uvijek značajan pozitivan aktorski ni partnerski efekt na zadovoljstvo u vezi (Conlon 2019; Körner i sur., 2023) ni značajan učinak na socijalni utjecaj pojedinca (Kakkar, 2024). Ovi nalazi sugeriraju da motiv ugleda možda nije važan za način na koji pojedinci procjenjuju kvalitetu svojih romantičnih veza. Dok muškarci općenito mogu izvijestiti o jačoj motivaciji za socijalni rang, utjecaj tih motiva na zadovoljstvo u vezi ne mora biti značajan ni za žene ni za muškarce (de Abreu-Afonso i sur., 2015). To podupire ideju da motiv ugleda možda ne funkcionira kao značajna odrednica zadovoljstva u vezi. Slično tome, Jackson i suradnici (2014) proveli su

metaanalizu o razlikama u zadovoljstvu vezom između muškaraca i žena i pronašli relativno male razlike među spolovima. Što je još važnije, varijable poput predanosti i intimnosti, a ne ugleda objasnile su većinu varijance u zadovoljstvu vezom.

Teorija osobnog razvoja pretpostavlja da su pojedinci najzadovoljniji u vezama koje podržavaju njihov osobni rast i međusobni razvoj (Aron i Aron, 1986.). Ugled kao motiv usmjeren na sebe i postizanje statusa možda se ne podudara s ovim dijadnim modelom osobnog ispunjenja u vezi. Osim toga, teorija očekivanih stanja sugerira da ponašanja temeljena na statusu više djeluju u hijerarhijskim grupnim okruženjima nego u intimnim, egalitarnim vezama (Berger i sur., 1977). U romantičnim vezama, posebno u suvremenim, egalitarnim kontekstima, ugled je često manje važan za svakodnevno funkcioniranje romantične veze. Unatoč svojim prednostima u širem društvenom kontekstu, motivacija za ugled čini se ne igra značajnu ulogu u određivanju zadovoljstva romantičnom vezom ni za muškarce ni za žene.

5.3. Povezanost dominacije i ugleda s osjećajem moći i povezanost osjećaja moći sa zadovoljstvom u vezi

Rezultati prvog istraživanja pokazuju kako dominacija i ugled nemaju značajan učinak na osjećaj moći u vezi. U drugom istraživanju aktorski efekti dominacije muškaraca i žena na osjećaj njihove moći nisu značajni. Partnerski efekt dominacije muškaraca na osjećaj moći žena nije značajan, a partnerski efekt dominacije žena na osjećaj moći muškaraca je značajan i negativan. Aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na osjećaj njihove moći nisu značajni. Ovi rezultati su neočekivani i nisu u skladu s hipotezom H3a koja je pretpostavila pozitivnu povezanost motiva dominacije i ugleda s osjećajem moći. Dobiveni rezultati djelomično podupiru hipotezu

H3b koja je pretpostavila da će motivi dominacije i ugleda aktora biti negativno povezani s percepcijom vlastite moći partnera.

Nalaz o tome da dominacija žena ima negativan učinak na percepciju moći muškaraca podupire neka istraživanja koja su utvrdila kako dominacija izaziva reaktivni negativni afekt ugrožavanjem autonomije druge osobe, što je zauzvrat povezano s nižim zadovoljstvom u vezi (Sadikaj i sur., 2016). Dakle, dominacija aktora može negativno djelovati na osjećaj moći partnera i indirektno dovesti do smanjenja njegovog zadovoljstva u vezi. Nadalje, utvrđeno je kako su parovi s konfiguracijama dominacije supruge prijavljivali najniže razine zadovoljstva u vezi (Mina i sur., 2018). Körner i suradnici (2023) utvrdili su da je negativna veza između dominacije i kvalitete veze jača za žene nego za muškarce. Iz sociokulturne perspektive dominacija žena mogla bi se percipirati kao nesukladna s društvenim očekivanjima zbog kršenja očekivanja o spolnoj ulozi žena prema kojima se ne očekuje da žena pokazuje dominantno ponašanje (Carli, 2001; Eagly, 1983; Williams i Tiedens, 2016). Kao što je rečeno već prije, dominacija žena može predstavljati ugrozu za moć i autonomiju muškaraca i dovesti u pitanje tradicionalno poimanje spolnih uloga (Rudman i sur., 2012). Iz perspektive psihologije ličnosti dominacija se obično povezuje s osobinama poput arogancije, neprijateljstva i agresije (Cheng i sur., 2013) što predstavlja ugrozu za osjećaj moći moći partnera i može smanjiti njegovo zadovoljstvo u vezi. Na temelju navedenog, može se indirektno zaključiti kako dominacija djeluje na smanjenje zadovoljstva u vezi preko smanjenog osjećaja moći za partnera koji je meta dominacije.

Rezultati prvog i drugog istraživanja pokazali su kako motivi dominacije i ugleda nemaju pozitivan učinak na osjećaj moći u vezi, što nije u skladu s hipotezom H3a koja je predviđjela povezanost dominacije i ugleda s percepcijom vlastite moći. Ovi rezultati nisu u skladu ni s hipotezom H8 koja je predviđjela veći učinak motiva dominacije i

ugleda na osjećaj moći muškaraca nego žena. Navedeni nalazi ne podupiru prethodna istraživanja koja su utvrdila pozitivnu povezanost između dominacije i ugleda i socijalnog utjecaja (Cheng i sur., 2013; Suessenbach i sur., 2018). Ova razlika u rezultatima vjerojatno je uvjetovana različitim konceptualnim pristupom u ovom istraživanju. Osim toga, moguće je da operacionalizacija konstrukta moći u romantičnoj vezi ne obuhvaća iste dimenzije moći koje su značajne u širem društvenom kontekstu. Iz evolucijske perspektive dominacija i ugled prepoznati su kao dualni model, tj. kao dva puta do socijalnog ranga u grupnim hijerarhijama (Cheng i sur., 2013; Henrich i Gil-White, 2001). Međutim, njihova relevantnost ne mora se izravno prenijeti na romantične dijade. U romantičnim vezama, moć se manje odnosi na javno poštovanje, utjecaj i kontrolu, a više na međusobnu suradnju, emocionalno usklađivanje, utjecaj na odnos i međusobno razumijevanje (Lovis-Schmidt i sur., 2024). Stoga, prije svega, percipirani osobni osjećaj moći dovodi do zadovoljstva u vezi za oba partnera, a ne pozicijski (objektivni) osjećaj moći (Körner i Schütz, 2021).

Ovi nalazi upućuju na to da bi motivi dominacije i ugleda mogli biti primjenjiviji na šire društvene kontekste poput radnog mjesta, sportskog natjecanja ili vršnjačkih odnosa nego na romantične veze. Za razliku od statusnih hijerarhija gdje dominacija i ugled mogu osigurati vodeće uloge, romantična partnerstva više funkcioniraju na temelju međusobne ovisnosti i uzajamnosti, gdje se moć pregovara kroz emocionalnu povezanost i suradnju, a ne kroz hijerarhiju ili ugled (Rusbult i sur., 1998; Rusbult i Van Lange, 2003). Ukratko, ovi nalazi sugeriraju da se motivi dominacije i ugleda ne prevode u percipiranu moć unutar romantičnih veza, vjerojatno zbog interpersonalne, uzajamne prirode romantičnih odnosa. Umjesto motiva orijentiranih na socijalni rang, čini se da relacijska iskustva osobnog utjecaja, emocionalne podrške, pregovaranja, suradnje i uzajamnog uvažavanja definiraju osobnu moć u bliskim vezama (Joel i sur., 2014).

Aktorski i partnerski efekt osjećaja moći žena na zadovoljstvo u vezi su pozitivni i značajni, a efekti muškaraca nisu značajni. Ovi nalazi djelomično su u skladu s hipotezom H3a koja je predviđala pozitivnu povezanost između osjećaja moći i zadovoljstva u vezi. Rezultati su u skladu i s prethodnim istraživanjima koja su utvrdila značajnu povezanost između osjećaja moći, zadovoljstva u vezi (Körner i sur., 2021) i optimizma (Anderson i Galinsky, 2006). Ovi rezultati impliciraju kako za žene percepcija vlastite moći u vezi značajno utječe na njihovo zadovoljstvo u vezi kao i na zadovoljstvo muškaraca (Anderson i Berdahl, 2002). Moguće je da zbog kulturoloških razloga kojima su žene i djeca prije bili stavljeni u drugi plan i definirani kao submisivni, a muškarci kao dominantni, svijest o osjećaju moći za žene ima puno važniji značaj nego za muškarce i ima snažan učinak na njihovo zadovoljstvo u vezi u usporedbi s muškarcima (Davis i Gilbert, 1989; Thorne i Henley, 1975). Osjećaj moći žena vjerojatno pobuđuje u njima pozitivne emocije i utječe na njihovo zadovoljstvo vezom (Frederickson, 2001; Gable i Reis, 2001) i pozitivno je povezan s njihovim samopoštovanjem (Nan Wang, 2015).

Osim toga, žene cijene više psihološku moć, komunikaciju i empatiju, tj. kada mogu odlučivati i utjecati na stvari koje su važne za kvalitetu veze (Bentley i sur., 2007). S druge strane, muškarci često mogu imati više pozicijske moći (npr. prihod ili status), a zadovoljstvo žena u vezama više ovisi o njihovoj percipiranoj sposobnosti utjecaja na odluke koje su im važne (Körner i Schütz, 2021). Žensko izražavanje moći obično se usredotočuje na emocionalno pregovaranje, izražavanje potreba i zajedničko stvaranje pravila veze, umjesto da se oslanja na vanjski status ili hijerarhiju (Kim i sur., 2019). Žene često postižu više rezultate u emocionalnoj inteligenciji, empatiji i socijalnim vještinama što su ključni načini interpersonalnog utjecaja (Baron-Cohen, 2002). Moguće je da ove osobine daju ženama nijansiraniju kontrolu nad dinamikom odnosa, kao što su rješavanje sukoba, emocionalna dostupnost ili regulacija intimnosti što su ključni aspekti tzv. meke

moći (Nye, 2017). To ženama omogućuje suptilniji utjecaj na odluke, intimnost i emocionalnu bliskost što muškarci često cijene u romantičnim vezama (Körner i Schütz, 2021). Zadovoljstvo vezom za žene usko je povezano s njihovim subjektivnim osjećajem utjecaja i autonomije, a ako to nedostaje, vjerojatnije je da će doživjeti nezadovoljstvo i negativne psihološke učinke (Pietromonaco i sur., 2021). Iako je za muškarce moć važna, njihovo zadovoljstvo u vezi možda rjeđe ovisi o njihovoj percepciji relacijske moći, a njihov osjećaj moći može biti više vezan uz status ili vanjska postignuća (Killewald i Gough, 2013; Sassler i Miller, 2011; Vogler i sur., 2008; Kim i sur., 2019).

5.4. Interakcijski efekti stupnja obrazovanja, visine primanja, dominacije i ugleda na osjećaj moći

Rezultati prvog istraživanja pokazuju kako financijski resursi ne moderiraju odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći. U drugom istraživanju visina primanja muškaraca i žena ne moderira odnos između dominacije, ugleda i osjećaja moći u vezi. Nizak i prosječan stupanj obrazovanja pojačavaju efekt ugleda na osjećaj moći muškaraca. Ovi rezultati nisu u skladu s hipotezom H6 koja je predviđela da će socioekonomski status povećati pozitivni učinak dominacije i ugleda na osjećaj moći. Pretpostavka je bila da će stupanj obrazovanja i visina primanja pomoći muškarcima i ženama u ostvarenju motiva dominacije i ugleda. Dobiveni nalazi ne podupiru neka prethodna istraživanja koja potvrđuju važnost stupnja obrazovanja u životu pojedinca (Balestra i sur., 2018, Johshanloo i Jovanović, 2020) koji doprinosi osjećaju zadovoljstva i vlastite vrijednosti (Durst, 2021; Salinas-Jiménez i sur., 2010) i zadovoljstvu u vezi (Zhang i Liang, 2023; Yang i Hennessy, 2024; Karney, 2021; Mihalcea i sur., 2013; Nwafor, 2009). Nadalje, rezultati koji se tiču visine primanja nisu u skladu s nekim istraživanjima koja su utvrdila da partner koji u vezi zarađuje više, ima više moći u vezi

i manje je ovisan o toj vezi (Blom i Hewitt, 2019), kao i istraživanja koja su utvrdila pozitivnu vezu između prihoda i zadovoljstva u vezi (Archuleta i sur., 2013; Kelley i sur., 2018, Totenhagen i sur., 2018; Vinokur i sur., 1996). Međutim, navedeni rezultati podupiru neka istraživanja koja su utvrdila kako postoji nijansirana veza između prihoda i osobnog osjećaja moći u romantičnim vezama. Visina prihoda može biti povezana s većom motivacijom za romantična partnerstva i praktičnom spremnošću da se stupi u romantičnu vezu, međutim sam prihod ne povećava osobni osjećaj moći u vezi niti je dosljedno povezan s osobnom moći unutar veze (Körner i Schütz, 2021; MacDonald i Peetz, 2025).

Moguće objašnjenje nedostatka pozitivne interakcije dominacije i ugleda s visinom primanja i stupnjem obrazovanja na osjećaj moći je to da se osobni osjećaj moći u vezama prvenstveno temelji na percipiranoj sposobnosti utjecaja (subjektivni osjećaj moći) što se više odnosi na interpersonalnu komunikaciju, emocionalno pregovaranje i međusobno poštovanje, nego na socioekonomske karakteristike poput stupnja obrazovanja i visine primanja (Körner i Schütz, 2021; Martin i sur., 2019). Iako su financijski resursi i stupanj obrazovanja kulturno i društveno cijenjeni i mogu utjecati na početne društvene interakcije (Hughes i sur., 2024), izgleda da se ovi čimbenici ne mogu pouzdano pretvoriti u trajni utjecaj ili subjektivnu moć unutar romantične veze (Joel i sur., 2017). Visina prihoda i stupanj obrazovanja vjerojatno se uzimaju u obzir kod početne privlačnosti, ali su općenito govoreći sekundarni u odnosu na tjelesni izgled, osobine ličnosti i „interpersonalnu kemiju”, posebno u vrlo ranim fazama veze (Eastwick i Finkel, 2008). Ipak, kada pojedinci traže dugoročne partnere, ovi čimbenici mogu biti značajni na početku veze, jer se odnose na percipiranu kompatibilnost, očekivane vrijednosti i budući način života (Buston i Emlen, 2003; Fletcher i sur., 1999, 2004; Sprecher i Regan, 2002). Resursi poput visine primanja i stupnja obrazovanja mogu u

početku privući partnere i povećati njihovu spremnost da stupe u romantičnu vezu, ali vjerojatno ne održavaju i ne jačaju osjećaj moći nakon što se uspostavi stabilna emocionalna veza (Li i sur., 2002; MacDonald i Peetz, 2025; Tartakovsky, 2023) kada su vjerojatno važniji zajednički interesi i zajednička uvjerenja (Watson i sur., 2024).

Međutim, drugo je istraživanje pokazalo kako je indirektni efekt ugleda i obrazovanja muškaraca na zadovoljstvo putem moći pozitivan i značajan za nisku i prosječnu razinu obrazovanja, ali ne i za visoku razinu obrazovanja, što nije u skladu s hipotezom H6 po kojoj viši stupanj obrazovanja pojačava efekte ugleda na osjećaj moći. Ugled ne proizlazi samo iz stupnja obrazovanja, nego i priznanja za vrijedne vještine ili znanje što onda može kompenzirati niže formalne kvalifikacije (Maner i sur., 2017; Jiménez i Mesoudi, 2019). Muškarci s nižim stupnjem obrazovanja mogu steći pojačan osjećaj moći kada im se prizna ugled koji tada jača njihov socijalni rang u nedostatku viših formalnih kvalifikacija. Nadalje, teorija simboličkog kapitala objašnjava da je formalno obrazovanje samo po sebi oblik simboličkog kapitala, koji daje legitimnost i status (osobito za visoke razine obrazovanja; Bourdieu, 1986). Kada muškarci imaju visoko obrazovanje motiv za ugled može postati suvišan, njihove diplome već signaliziraju legitimnost socijalnog ranga i daju osjećaj moći te dodatno priznanje ugleda nema pozitivan učinak na osjećaj njihove moći. Osim toga, osobe nižeg socioekonomskog statusa točnije su u procjeni emocija drugih ljudi i postižu više rezultate na testu empatičke točnosti za razliku od osoba višeg socioekonomskog statusa (Kraus i sur., 2010). To bi moglo značiti da su muškarci nižeg socioekonomskog statusa emocionalno inteligentniji od muškaraca višeg socioekonomskog statusa i zbog toga imaju veći osobni osjećaj moći u vezi (Piff, 2014). To bi moglo objasniti zašto za muškarce s niskom i prosječnom razinom obrazovanja ugled povećava njihov osjećaj moći, a ne i za one s visokom razinom obrazovanja.

Neočekivano, drugo istraživanje pokazalo je da osjećaj moći posreduje negativan odnos između motiva dominacije i zadovoljstva žena za nisku (blizu granice značajnosti) i prosječnu razinu njihova obrazovanja, ali ne i za visoku. Navedeni rezultati su djelomično u skladu s hipotezom H6 koja je predviđela pozitivan učinak interakcije dominacije i stupnja obrazovanja na osjećaj moći. Dobiveni su rezultati u skladu s istraživanjima koja su utvrdila kako pozicijska moć nije pozitivno povezana sa zadovoljstvom u vezi (Körner i Schütz, 2021). Motiv dominacije kao želja za kontrolom ili provedbom autoriteta nad drugima može ugroziti zadovoljstvo vezom, posebno među ženama s niskom i prosječnom razinom obrazovanja. Žene s nižim stupnjem obrazovanja često doživljavaju smanjenu samoučinkovitost, što se može prevesti u smanjeni osjećaj subjektivne moći unutar romantične veze (Bandura, 1997). Kada ženama nedostaje financijska neovisnost zbog niskog stupnja obrazovanja, često navode da se osjećaju manje ovlaštenima utjecati na odluke ili izražavati svoje potrebe (Batool, S. A. i Batool, S. S., 2018). Osobe koje imaju niže prihode zbog niskog stupnja obrazovanja imaju smanjeni osjećaj kontrole, percipiraju više ograničenja i imaju lošije zdravlje (Lachman i Weaver, 1998). Ograničeno obrazovanje može ženama smanjiti pristup resursima koji potiču samoefikasnost i vještine pregovaranja, što rezultira krhkim osjećajem moći. Kada takve žene usvoje ponašanja motivirana dominacijom, to može odražavati kompenzacijsku strategiju za njihov smanjeni osjećaj moći (Rucker i sur., 2011), što može dovesti do napetosti u vezi. Nizak i prosječan stupanj obrazovanja mogu motivirati žene da koriste motiv dominacije, ali im vjerojatno nedostaju vještine i znanja kako na konstruktivan način postići utjecaj u vezi te to čine na agresivan i kontrolirajući način. Motiv dominacije tada pobuđuje negativne emocije u njima i kod njihovih partnera na što ukazuju pozitivni aktorski i partnerski efekt dominacije žena na negativne emocije.

Žene s nižom razinom obrazovanja mogu pribjeći dominaciji kao načinu nametanja kontrole u kontekstu u kojem percipiraju ograničene alternative. Međutim, interakcije vođene dominacijom često dovode do sukoba i smanjuju percipiranu intimnost i jednakost partnerstva (Finkel, 2025). Bez ublažavajućih učinaka samopouzdanja i komunikacijskih vještina poboljšanih obrazovanjem, motiv dominacije može biti loše prilagođen kontekstu romantične veze, smanjujući zadovoljstvo vezom putem narušavanja interpersonalnog povjerenja i međusobnog poštovanja (Overall i sur., 2009). Nasuprot tome, obrazovanije žene vjerojatno posjeduju alate za nametanje utjecaja, odnosno mogu sprovesti dominaciju na asertivan i konstruktivan način bez agresije i prisile.

Zanimljivo je da stupanj obrazovanja žena značajno predviđa njihov osjećaj moći u vezi. Ovo može značiti da obrazovanje za žene ima puno važniju ulogu u percepciji vlastite moći nego za muškarce i kako je ženama važnije da steknu viši stupanj obrazovanja nego muškarcima. Obrazovanje igra važnu ulogu u jačanju osobnog osjećaja moći kod žena, što zauzvrat ima značajne implikacije na dinamiku njihovih veza, njihovo samopoštovanje i ukupno zadovoljstvo (Batool, S. A. i Batool, S. S., 2018). Istraživanja podupiru tvrdnju da su više razine obrazovanja povezane s povećanim psihološkim osnaživanjem, višim prihodom i autonomijom, a to vrijedi posebno za žene (Lachman i Weaver, 1998; Mirowsky i Ross, 2003). Obrazovanje ne samo da pruža ženama kognitivne vještine i znanje, već i proširuje njihove društvene mreže i izlaže ih različitim uzorima, čime se jača njihov osjećaj samostalnosti i kontrole nad životnim odlukama (Bandura, 1997).

5.5. Interakcijski efekti tjelesne visine, samoprocjene privlačnosti, dominacije i ugleda na osjećaj moći

Rezultati moderirane medijacije pokazuju kako ne postoji značajan interakcijski efekt dominacije, ugleda, tjelesne visine i samoprocjene privlačnosti muškaraca i žena na osjećaj njihove moći u vezi ni u prvom ni u drugom istraživanju. Navedeni rezultati nisu u skladu s hipotezom H7 koje je predviđjela značajne pozitivne interakcijske efekte. Dobiveni rezultati ne podupiru neka prijašnja istraživanja koja naglašavaju ulogu tjelesne privlačnosti općenito (Gordon i sur., 2013) i u romantičnim vezama (Birnbau i sur., 2025; Eastwick i sur., 2011, 2014 Jonason, 2009; Maner i sur., 2008;), ali su u skladu s istraživanjima koja pokazuju kako veći osjećaj osobne moći korelira s većim zadovoljstvom u vezi bez obzira na tjelesnu privlačnost (Schütz i Körner, 2021). Rezultati isto tako nisu u skladu s nekim istraživanjima koja su utvrdila općenitu povezanost tjelesne visine s percepcijom privlačnosti, uspjeha i vodstva (Hamstra, 2013); dominacije, zdravlja i inteligencije (Blaker i sur., 2013), kao i stvarnu pozitivnu povezanost tjelesne visine s uspjehom, visinom primanja i inteligencijom (Blaker i van Vugt, 2014). Nalazi ne podupiru ni neka prethodna istraživanja temeljena na evolucijskim teorijama socijalnog statusa koja pretpostavljaju da karakteristike poput tjelesne privlačnosti i tjelesne visine funkcioniraju kao znakovi socijalne i relacijske moći u strategijama traženja socijalnog ranga poput dominacije ili ugleda (Anderson i sur, 2012; Lukaszewski i sur., 2016). Razlike u nalazima vjerojatno su uvjetovane različitim konceptualnim pristupom i različitim modelom ovog istraživanja.

Jedno moguće objašnjenje za nedostatak značajne interakcije jest da motivi dominacije i ugleda mogu djelovati neovisno o samopercepciji tjelesne privlačnosti, posebno u romantičnim odnosima. Ovi motivi mogu utjecati na dinamiku odnosa putem verbalne komunikacije, društvene kompetencije ili utjecajem na donošenje odluka,

umjesto da se oslanjaju na znakove poput tjelesne privlačnosti ili tjelesne visine (Cheng i sur., 2013). Stoga, internalizirani motivi pojedinca za traženje socijalnog ranga mogu imati općenitiji psihološki učinak na njegovu percipiranu moć bez obzira na njegove tjelesne karakteristike. Osim toga, samopercipirana privlačnost može biti previše subjektivna ili ovisna o kontekstu da bi bila u dosljednoj interakciji s dominacijom i ugledom u dinamici moći romantične veze (Körner i Schütz, 2023). Istraživanja su pokazala da tjelesna privlačnost igra važnu ulogu u početnom odabiru partnera, ali može imati manji utjecaj kako se veze razvijaju i oblikuju ih dublji psihološki i interpersonalni čimbenici (Finkel i sur., 2017).

Slično tome, iako je tjelesna visina u povijesti bila važan znak statusa posebno za muškarce (Judge i Cable, 2004), ona vjerojatno ima manju važnost u bliskim romantičnim vezama gdje se čini kako interpersonalna dinamika nadjačava socijalne hijerarhije. Tjelesna bi visina mogla biti istaknuti čimbenik u širem društvenom ili profesionalnom kontekstu, ali njezina interakcija sa psihološkim motivima poput dominacije ili ugleda možda neće imati učinak na osobni osjećaj moći u romantičnim interakcijama. U romantičnim odnosima emocionalna inteligencija, sigurna privrženost, odlučivanje i međusobno poštovanje igraju središnju ulogu u razvoju osjećaja moći (Simpson i sur., 2015).

Iako u drugom istraživanju ne postoji značajna interakcija ugleda i tjelesne visine na osjećaj moći muškaraca, tjelesna visina muškaraca ima značajan pozitivan učinak na osjećaj njihove moći. Pozitivan učinak tjelesne visine na osjećaj moći muškaraca može se razumjeti kroz psihološku, socijalnu i evolucijsku perspektivu. Viši muškarci često se doživljavaju kao dominantniji, kompetentniji i autoritativniji, što može dovesti do internaliziranih osjećaja moći i samopouzdanja (Judge i Cable, 2004). Ova socijalna povratna petlja može pojačati njihovu samopercepciju moći. Iz perspektive evolucijske

psihologije, tjelesna visina muškaraca može signalizirati snagu i dobre gene, osobine koje su povezane s vodstvom i socijalnim rangom. Kao rezultat toga, viši muškarci imaju veću vjerojatnost da će dobiti utjecajne položaje ili da će se prema njima postupati s poštovanjem, što doprinosi većem subjektivnom osjećaju moći (Blaker i sur., 2013).

Kao što je već navedeno, ni u prvom ni u drugom istraživanju nije utvrđen značajan interakcijski efekt dominacije, ugleda i samoprocjene tjelesne privlačnosti na osjećaj moći, ali je u drugom istraživanju utvrđeno kako samoprocjena tjelesne privlačnosti ima značajan učinak na osjećaj moći muškaraca i žena. Percepcija vlastite tjelesne privlačnosti može igrati značajnu ulogu u oblikovanju dinamike unutar romantičnih veza tako što utječe na percipiranu moć pojedinca (Körner i Schütz, 2023). Istraživanja sugeriraju da više samoprocjene tjelesne privlačnosti mogu poboljšati osobno samopouzdanje i asertivnost, čime se može povećati osjećaj relacijske moći muškaraca i žena (Eagly i sur., 1991; Little i sur., 2011). Osim toga, osobe koje su tjelesno privlačnije drugi prosuđuju pozitivnije za razliku od manje lijepih i prema njima se odnose bolje nego prema tjelesno manje privlačnima, što može povećati njihovo samopoštovanje koje tada ima pozitivan učinak na njihov osjećaj moći (Langlois i sur., 2003). Nadalje, samoprocjena tjelesne privlačnosti predviđa kako će osobe koje procjenjuju sebe kao tjelesno privlačne dodijeliti sebi i viši status (Tan i sur., 2024), ali i drugi kojih ih procjenjuju kao tjelesno privlačne dat će im viši status (Rahal i sur., 2021), što povećava njihov utjecaj na druge.

Iz evolucijske perspektive, tjelesna je privlačnost cijenjena osobina u odabiru partnera, često povezana sa zdravljem, plodnošću i dobrim genima (Buss, 1989). Pojedinci koji sebe doživljavaju kao tjelesno privlačne vjerojatno će smatrati kako imaju više alternativa i veći utjecaj u vezama, što izravno povećava njihov osjećaj moći. Percepcija tjelesne privlačnosti može potaknuti osjećaj kontrole nad romantičnim

interakcijama i odlukama. Samopercepcija privlačnosti ne utječe samo na to kako pojedinci doživljavaju sebe, već i na to kako vjeruju da ih njihovi partneri doživljavaju, što može dodatno pojačati njihov osjećaj moći i autonomije (Montoya, 2008). Osobe koje sebe smatraju tjelesno privlačnima vjerojatnije će se osjećati sigurno, manje ovisne o svom partneru i spremnije su nametnuti svoje potrebe i granice, što su sve komponente relacijske moći. Osim toga, fenomen nazvan „pristranost slijepe ljubavi“ može dodatno utjecati na osjećaj vlastite moći u vezi. Pristranost slijepe ljubavi pozitivna je iluzija tjelesne privlačnosti partnera, tako da muškarci i žene ocjenjuju svoje trenutne partnere kao privlačnije od sebe samih i svojih bivših partnera (Bareldsi i Dijkstra, 2009; Swamy i sur., 2009). Ako muškarci i žene smatraju da su njihovi partneri tjelesno privlačniji od njih samih, to može imati učinak na njihov osjećaj vrijednosti, moći i predanosti jer su uspjeli pridobiti partnere koji su privlačniji od njih. Pristranost slijepe ljubavi pozitivno je povezana sa samopoštovanjem, zadovoljstvom u vezi i romantičnom ljubavlju za oba partnera (Lamy, 2020). U drugom istraživanju potvrđen je fenomen „pristranosti slijepe ljubavi“ za žene i muškarce. Muškarci i žene su svoje partnere procjenjivali tjelesno privlačnijima nego sebe same. Ovaj nalaz je u skladu sa seksualnim strategijama muškaraca i žena, gdje je muškarcima i ženama prilikom uparivanja važna tjelesna ljepota (Gangestad, 1993). Dakle, moguće je da samopercepcija vlastite tjelesne privlačnosti, ali i fenomen „pristranosti slijepe ljubavi“ imaju učinak na osjećaj moći pojedinca.

5.6. Metodološka ograničenja i smjernice za buduća istraživanja

Pri interpretaciji rezultata prvog istraživanja potrebno je uzeti u obzir da je istraživanje provedeno na prigodnom studentskom uzorku i to na studijskim smjerovima čiji studenti općenito govoreći nisu motivirani za stjecanje moći te bi se rezultati istraživanja koji se tiču procjene vinjeta i glavnih konstrukata mogli razlikovati od

rezultata opće populacije. Vanjska valjanost nalaza djelomično je ograničena karakteristikama studentskog uzorka. Naime, studentska se populacija od opće populacije razlikuje po životnoj dobi, duljini i stabilnosti romantičnih veza te socioekonomskom statusu. Stoga se dobiveni nalazi o partnerskoj vrijednosti motiva dominacije i ugleda ne mogu generalizirati na starije sudionike ili na dugotrajne i formalizirane partnerske odnose. U budućim istraživanjima u kojima bi se koristile vinjete trebalo bi zahvatiti opću nestudentsku populaciju te bi na taj način uzorak i rezultati bili reprezentativniji. Vinjete su bile tekstualno opisane i možda nisu u potpunosti prenijele sve socijalne i neverbalne znakove koji bi u stvarnosti mogli utjecati na percipiranu poželjnost, stoga se u budućim istraživanjima preporučuje uključivanje multimedijalnih prikaza osoba.

U drugom istraživanju uključen je uzorak kohabitirajućih parova, što u odnosu na prvo istraživanje na drugi način sužava opseg generalizacije jer isključuje parove u ranim fazama veze te potencijalno smanjuje varijabilnost u ključnim varijablama poput zadovoljstva u vezi i osjećaja moći. Drugi mogući nedostatak drugog istraživanja odnosi se na privatnost. Možda sudionici nisu uvijek neovisno i bez uplitanja drugog partnera rješavali upitnike premda je takva uputa bila izričito dana onima koji su regrutirali sudionike istraživanja. Treći je nedostatak drugog istraživanja činjenica da se glavnina nalaza o odnosima između motiva, emocija, osjećaja moći i zadovoljstva u vezi temelji na korelacijskim podacima. Takav dizajn ne omogućuje donošenje jasnih uzročnih zaključaka. Posebno je to važno u interpretaciji medijacijskih analiza, gdje pretpostavljeni smjerovi odnosa nisu empirijski potvrđeni vremenskim slijedom mjerenja, već se oslanjaju na teorijsku argumentaciju. Uz to se veže nedostatak ograničenja softvera za obradu dijadnih podataka pa tako npr. aplikacija APIMeM za obradu medijacijskih aktorskih i partnerskih efekata ne razlikuje članove dijade te izjednačava aktorske i partnerske efekte. Zbog toga su još posebno navedeni samo aktorski rezultati za muškarce

i za žene koji su dobiveni pomoću JASP-a. Ne postoji program koji bi mogao obraditi dijadne podatke moderirane medijacije te su za te analize navedeni samo aktorski efekti.

Četvrto, istraživanje se u velikoj mjeri oslanja na samoprocjenske mjere svih ključnih konstrukata. Takav pristup povećava rizik od pristranosti zajedničke metode, kao i socijalno poželjnog odgovaranja, osobito u mjerenju motiva dominacije i subjektivnog osjećaja moći u vezi. Peto, motivi dominacije i ugleda mogu djelovati i na implicitnoj razini, što upućuje na ograničenja isključivo eksplicitnih mjera. Stoga bi u budućim istraživanjima gdje se koriste motivi dominacije i ugleda trebalo razmisliti o nekoj implicitnoj mjeri motiva dominacije i ugleda koja bi možda dala pouzdanije i valjanije rezultate.

Šesto, iako je teorijski pretpostavljeno da motiv ugleda ima pozitivan učinak na emocionalne ishode i zadovoljstvo u vezi, empirijski nalazi u tom pogledu nisu dosljedni. Osim toga, efekti motiva ugleda na poželjnost za kratkoročnu i dugoročnu vezu u eksperimentalnom su dijelu istraživanja mali. Izostanak pozitivne povezanosti ugleda s pozitivnim emocijama, kao i utvrđeni negativni emocionalni učinci kod žena u drugom istraživanju, upućuju na mogućnost da konstrukt ugleda u korištenom obliku ne zahvaća u potpunosti njegove adaptivne aspekte u kontekstu intimnih odnosa. Kada se sve to uzme u obzir, otvara se pitanje konstruktne valjanosti mjere motiva ugleda u romantičnim vezama. Sedmo, rezultati ukazuju na konceptualnu nejasnoću konstrukta moći u romantičnoj vezi. Nepostojanje pozitivne povezanosti motiva dominacije i ugleda s osjećajem moći u romantičnoj vezi sugerira da operacionalizacija tog konstrukta možda ne obuhvaća iste dimenzije moći koje su relevantne u širem društvenom kontekstu.

Osmo, istraživanje uključuje veći broj potencijalnih moderatorskih varijabli (spol, tjelesna visina, obrazovanje, financijski resursi, samoprocjena privlačnosti), no nijedna od njih nije se pokazala značajnom. Moguće je da je statistička snaga, osobito u uzorku

parova, bila nedostatna za detekciju umjerenih moderatorskih učinaka ili da su odabrani moderatori koji su teorijski relevantniji za fazu izbora partnera nego za stabilne romantične veze. Deveto, nedostatak drugog istraživanja je i relativno mali broj parova (155) koji su sudjelovali u istraživanju te bi veći broj sudionika možda dao pouzdanije rezultate.

Buduća istraživanja koja istražuju zadovoljstvo u vezi trebala bi uzeti u obzir druge moguće važne medijatorske varijable kao što su: spremnost na opraštanje, zahvalnost, iskazivanje poštovanja, socijalna podrška, zadovoljstvo na radnom mjestu, zadovoljstvo mjestom stanovanja i sl. (Fincham i May, 2017). U obzir bi se trebale uzeti i druge potencijalne moderatorske varijable kao što su: količina slobodnog vremena, bavljenje slobodnim aktivnostima i sl. (Bühler i sur., 2021).

Drugo istraživanje sugerira da bi se medijatorske i moderatorske varijable možda trebale analizirati više između osjećaja moći i zadovoljstva u vezi jer ni dominacija ni ugled nisu značajno povezani s osjećajem moći u vezi. Može se pretpostaviti da medijatorske i moderatorske varijable imaju veći učinak na odnos između osjećaja moći i zadovoljstva u vezi, a ne na odnos između dominacije i ugleda i osjećaja moći kao što je to predvidio nacrt istraživanja. Naime, u drugom je istraživanju vidljivo kako je osjećaj vlastite moći najviše povezan s vlastitim zadovoljstvom u vezi te bi buduća istraživanja zadovoljstva u romantičnim odnosima trebala posvetiti više pažnje osjećaju moći kao važnom činitelju koji doprinosi zadovoljstvu u vezi.

5.7. Znanstveni i praktični doprinosi istraživanja

Zadovoljstvo u romantičnoj vezi može biti važan resurs u odrasloj dobi. Osobe koje su zadovoljne u dugoročnim vezama imaju sretniji, zdraviji i dulji život (Fincham i

Beach, 2010; Finkel, 2025; Schaffhuser i sur., 2014). Važan čimbenik koji može doprinijeti zadovoljstvu u romantičnom odnosu je ličnost, tj. crte ličnosti i ponašanja koja su s njima povezana. Odnos između pet velikih crta ličnosti: neuroticizma, ekstreverzije, ugodnosti, savjesnosti i otvorenosti sa zadovoljstvom u romantičnim vezama relativno je dobro istražen, ali nisu dobro istražene neke druge crte i čimbenici kao ni mehanizmi koji objašnjavaju odnos između crta ličnosti i zadovoljstva u vezi. Osim toga, malo je istraživanja koja su istraživala istovremeno aktorske i partnerske efekte pomoću APIM-a, iako je to jedna od boljih metoda za istraživanje dijadnih odnosa.

Znanstveni doprinos ovog istraživanja sastoji se prije svega u tome što su istraživani novi konstrukti kao što su motiv dominacije i motiv ugleda (Suessenbach i sur., 2018), osjećaj moći i zadovoljstvo u vezi te njihova međusobna povezanost, što prema saznanju autora nije učinio još nitko. Premda postoje mnoga istraživanja koja se temelje na modelu ugleda i dominacije, taj model još nije bio primijenjen na ovakav način na romantičnim parovima.

Osim toga, važno je naglasiti kako utvrđivanje zadovoljstva u vezi nije uzelo u obzir samo pojedine značajke partnera tj. koliko je svaki partner zadovoljan nekim značajkama drugog partnera (npr. tjelesna privlačnost, financijski resursi, ugodnost i sl.). Revidirana skala dijadne prilagodbe koja mjeri zadovoljstvo u vezi, procjenjuje kvalitetu veze i zadovoljstvo vezom (npr. Koliko se slažete pri donošenju važnih odluka?), a ne pojedine značajke partnera. Prije navedeno je u skladu s dijadnom perspektivom gdje su značajke partnera u međusobnoj interakciji i utječu na zadovoljstvo u vezi za oba partnera.

Daljnji teorijski doprinos ovog istraživanja sastoji se u potvrdi kako visoki motiv dominacije u eksperimentalnom dijelu ima negativnu partnersku vrijednost, a visoki motiv ugleda ima pozitivnu partnersku vrijednost. U drugom istraživanju utvrđeno je kako

dominacija ima negativan učinak na zadovoljstvo u vezi, ali je vidljivo u analizi APIM-a kako samo dominacija muškaraca ima značajan negativan aktorski i partnerski učinak na zadovoljstvo u vezi s efektom srednje veličine dok dominacija žena nema značajan učinak na zadovoljstvo u vezi, što ukazuje na važnu ulogu spolnih razlika u procjeni i mjerenju istih psiholoških konstrukata i upućuje na potencijalne kvalitativne razlike u dominaciji muškaraca i žena.

Unatoč brojnim istraživanjima koja sugeriraju kako ugled bilo kao strategija ili motiv ima isključivo pozitivnu vrijednost, rezultati APIM-a pokazuju kako ugled nema značajan pozitivan učinak na zadovoljstvo vezi. Naprotiv, ugled može pobuditi i negativne emocije. Naime, ugled žena ima značajan pozitivan aktorski učinak na njihove negativne emocije u vezi. Ugled kao motiv isto tako nema značajan pozitivan učinak na pozitivne emocije žena ni muškaraca, što je neočekivano. Čini se da je aktivacija motiva ugleda manje važna u romantičnim vezama, nego u širem društvenom kontekstu. Osim toga, pozitivan učinak ugleda samo na negativne emocije žena upućuje i na specifične spolne razlike u posljedicama iskazivanja ugleda, tj. da se od žena ne očekuje da iskazuju motiv ugleda i da se suočavaju s više negativnih reakcija za razliku od muškaraca.

Ovaj nalaz možda odražava i neka tradicionalna očekivanja ovog uzorka vezana uz žensku spolnu ulogu od koje se više očekuje da bude dobra domaćica i majka, a ne očekuje se toliko da pokazuje želju za stjecanjem socijalnog statusa (Jugović, 2016; Lukaš i Puhanić, 2020). Nadalje, moguće je da se žene koje iskazuju motiv ugleda nalaze u sukobu između radne uloge (uspješne žene) i obiteljske uloge (dobre majke i domaćice), što kod njih pobuđuje više napetosti i stresa nego kod muškaraca (Jurković, 2020). Unatoč svojim prednostima u širem društvenom kontekstu, motivacija za ugled čini se ne igra značajnu ulogu u određivanju zadovoljstva romantičnom vezom ni za muškarce ni za žene. Čini se da su izravniji relacijski čimbenici poput emocionalne intimnosti,

povjerenja, empatije, međusobnog rasta i komunikacije primarni prediktori zadovoljstva u vezi. Ovi rezultati impliciraju da se ugledu bilo kao strategiji ili motivu ne može pridavati isključivo samo pozitivna vrijednost.

Praktični doprinos istraživanja može biti od koristi za mogući savjetodavni i terapijski rad s romantičnim parovima. Naime, potvrda dosadašnjih istraživanja kako dominantniji partneri nisu poželjni za dugoročne veze, ali ni za kratkoročne veze i kako dominacija u kontekstu romantičnih odnosa ima negativnu partnersku vrijednost tj. čini partnera manje poželjnim za vezu upućuju na važnost kontrole potrebe za dominacijom i njezina intenziteta u romantičnim vezama. Potreba za ugledom može dovesti do frustracije i više negativnih osjećaja aktora, osobito za žene, a to može smanjiti zadovoljstvo partnera. Za oba partnera važno je da imaju osjećaj moći u vezi koji je povezan s njihovim zadovoljstvom u vezi, a manjak osjećaja moći dovodi do frustracije i nezadovoljstva u vezi. Međutim, pokazalo se da samo osjećaj moći žena ima značajan pozitivan aktorski i partnerski efekt na zadovoljstvo u vezi. Ovaj nalaz upućuje na zaključak kako je ženama subjektivni osjećaj moći u vezi (tj. sposobnost utjecanja na partnera) puno važniji nego što je muškarcima važan utjecaj na njihove partnerice.

6. ZAKLJUČAK

Ciljevi dvaju istraživanja koja su provedena u sklopu ovog doktorskog rada bili su: utvrditi partnersku vrijednost motiva dominacije i ugleda u romantičnim vezama, ispitati povezanost motiva dominacije i ugleda s pozitivnim i negativnim emocijama i s osjećajem moći u vezi. Nadalje, ciljevi su bili: utvrditi učinke motiva dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi putem negativnih i pozitivnih emocija i ispitati posreduje li moć odnos između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi. Osim toga, cilj je bio ispitati interakcijske učinke motiva dominacije i ugleda s potencijalnim moderatorskim varijablama: spolom, financijskim resursima, stupnjem obrazovanja, tjelesnom visinom i samoprocjenom tjelesne privlačnosti na osjećaj moći.

Rezultati eksperimentalnog istraživanja pokazali su da su muškarci i žene koji pokazuju visoki stupanj motiva dominacije nepoželjni za dugoročnu i kratkoročnu vezu, a oni koji pokazuju visoki stupanj motiva ugleda poželjni su za dugoročnu i kratkoročnu vezu, što uglavnom podržava hipotezu H1. Aktorski i partnerski efekti motiva dominacije muškaraca i žena na negativne emocije uglavnom su pozitivni, a aktorski i partnerski efekti motiva dominacije na zadovoljstvo u vezi negativni su i značajni samo za muškarce, što uglavnom podržava hipotezu H2 i H4. Aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na pozitivne emocije nisu značajni, a aktorski efekt ugleda na negativne emocije pozitivan je i značajan samo za žene, što nije u skladu s hipotezom H2. Efekti ugleda na zadovoljstvo u vezi nisu značajni ni za žene ni za muškarce, što ne podupire hipotezu H4. Rezultati dijadne medijacijske analize pokazuju kako pozitivne i negativne emocije posreduju negativan odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi, a negativne emocije posreduju negativan odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi, što djelomično podupire hipotezu H5.

U prvom i drugom istraživanju motivi dominacije i ugleda nisu se pokazali kao značajni pozitivni prediktori osjećaja moći i zadovoljstva u vezi, što ne podržava hipoteze H3a i H8. U drugom istraživanju utvrđen je samo negativan ženski partnerski efekt motiva dominacije na osjećaj moći muškaraca, što djelomično podržava hipotezu H3b i nije u skladu s hipotezom H8. U prvom istraživanju osjećaj moći ima pozitivan učinak na zadovoljstvo u vezi, a u drugom istraživanju aktorski i partnerski efekti osjećaja moći žena na zadovoljstvo u vezi su značajni i pozitivni, dok aktorski i partnerski efekti moći muškaraca na zadovoljstvo u vezi nisu značajni, što djelomično potvrđuje hipotezu H3a. Interakcijski efekti spola, tjelesne visine, financijskih resursa, stupnja obrazovanja, samoprocjene privlačnosti, dominacije i ugleda na osjećaj moći nisu pozitivni niti u prvom niti u drugom istraživanju, što ne potvrđuje hipoteze H6 i H7. Nakon navođenja najvažnijih rezultata dvaju istraživanja slijede kratka objašnjenja i implikacije dobivenih rezultata.

Istraživanje preferencija za dominantne i ugledne partnere pokazuju da su dominantiji partneri nepoželjni za dugoročne i kratkoročne veze, dok su ugledniji partneri poželjni za dugoročne i kratkoročne veze (Snyder i sur., 2008; Kruger i Fitzgerald, 2011). Eksperimentalni dio istraživanja podupire dosadašnja istraživanja da dominacija ima negativnu partnersku vrijednost, a ugled ima pozitivnu partnersku vrijednost. Dosadašnja istraživanja utvrdila su uglavnom negativnu povezanost između dominacije i zadovoljstva u vezi i pozitivnu povezanost između ugleda i zadovoljstva u vezi. Ovo istraživanje djelomično potvrđuje te rezultate, ali nije pokazalo pozitivnu povezanost između ugleda i zadovoljstva u vezi ni ugleda i pozitivnih emocija. Ovi nalazi impliciraju da motivi dominacije i ugleda nemaju isto značenje i istu važnost u romantičnim vezama kao u širem društvenom kontekstu niti se ugledu može uvijek pripisivati pozitivna vrijednost. Nadalje, moguće je da operacionalizacija motiva ugleda ne zahvaća u

dovoljnoj mjeri adaptivne i pozitivne aspekte ugleda što otvara pitanje konstruktne valjanosti mjere motiva ugleda u romantičnim vezama.

Istraživanja u ovom radu pokazala su kako motivi ugleda i dominacije nisu pozitivno povezani s osjećajem moći. Iako su dominacija i ugled široko prepoznati kao dva puta do socijalnog ranga u grupnim hijerarhijama (Cheng i sur., 2013; Henrich i Gil-White, 2001), njihova se relevantnost ne mora izravno prenijeti na romantične dijade. Moguće je da dominacija i ugled kao strategije i motivi imaju prije svega socijalnu vrijednost u širem društvenom kontekstu (Cheng i Tracy, 2014), a njihova vrijednost i aktivacija u romantičnim vezama je manje bitna. U romantičnim vezama, moć se manje odnosi na javno poštovanje, utjecaj i kontrolu, a više na međusobnu suradnju, emocionalno usklađivanje i međusobno razumijevanje. Ovi nalazi sugeriraju da se subjektivni osjećaj moći u vezi vjerojatno kvalitativno razlikuje od osjećaja moći u širem društvenom kontekstu (akademsom, sportskom, radnom, prijateljskom i sl.). Istraživanja dinamike moći u romantičnim vezama pokazuju da osobni osjećaj moći, tj. koliko utjecaja netko osjeća da ima na svog partnera prvenstveno ovisi o subjektivnoj percepciji (Anderson i sur., 2012), a ne motivima dominacije i ugleda, niti osjećaj moći u romantičnoj vezi uglavnom ne dolazi iz vanjskih atributa poput tjelesne visine, financijskih resursa, stupnja obrazovanja i tjelesne privlačnosti. Nasuprot tome, osobni osjećaj moći u romantičnim vezama u većoj se mjeri temelji na percipiranoj sposobnosti utjecaja, koja se više odnosi na interpersonalnu komunikaciju, emocionalno pregovaranje i međusobno poštovanje, nego na tjelesne ili socioekonomske značajke (Körner i Schütz, 2021). Zanimljivo je da samo osjećaj moći žena ima značajan pozitivan aktorski i partnerski efekt na zadovoljstvo u vezi. Ova spolna razlika može značiti da žene cijene više psihološku moć, komunikaciju i empatiju, tj. kada mogu odlučivati i utjecati na stvari koje su važne za kvalitetu veze, dok muškarci često mogu imati više pozicijske moći (npr.

prihod ili status). U ovim istraživanjima mjerio se samo relativni osjećaj moći tj. percepcija sposobnosti utjecanja na partnera. Buduća istraživanja trebala bi razlikovati i mjeriti osjećaj moći u vezi (relativna mjera osjećaja moći), ali i opći osjećaj moći (apsolutna mjera osjećaja moći) jer i jedan i drugi mogu značajno utjecati na zadovoljstvo u vezi (Körner i sur., 2023).

Rezultati moderirane medijacije pokazali su kako ne postoje značajni pozitivni interakcijski efekti dominacije i ugleda sa spolom, visinom primanja, stupnjem obrazovanja, tjelesnom visinom te samoprocjenom privlačnosti muškaraca i žena na osjećaj njihove moći u vezi. Iako se tjelesna visina, financijski resursi, stupanj obrazovanja i tjelesna privlačnost kulturno vrednuju i mogu utjecati na početne društvene interakcije, ovi čimbenici se ne prevode automatski u održivi utjecaj ili subjektivnu moć unutar romantične veze. Ovo može značiti da navedene moderatorske varijable mogu imati značajan učinak prilikom stupanja u vezu i u početnom odabiru partnera, ali vjerojatno imaju manji učinak kako se veze razvijaju i oblikuju ih dublji psihološki i interpersonalni čimbenici. Stoga bi buduća istraživanja longitudinalnog tipa trebala uzeti u obzir ovu razliku i ispitati koliku su važnost ove varijable imale prilikom stupanja u vezu i koliku važnost imaju kasnije.

Provedena istraživanja prema saznanju autora prva su koja ispituju učinke motiva dominacije i ugleda na partnersku vrijednost i na zadovoljstvo u vezi te imaju svoje teorijske i metodološke doprinose u području istraživanja partnerskih odnosa. Nalazi ovih istraživanja mogu se koristiti u svrhu pomoći parovima i stručnjacima za psihičko zdravlje u osvještavanju štetnih utjecaja dominacije i ugleda na zadovoljstvo u vezi kao i pozitivnih učinaka osjećaja moći, pozitivnih emocija, stupnja obrazovanja i samoprocjene privlačnosti na zadovoljstvo u vezi. Zaključno, ova istraživanja doprinijela su dobivanju cjelovitije spoznaje o partnerskoj vrijednosti motiva dominacije i ugleda te o povezanosti

motiva dominacije i ugleda, osjećaja moći, pozitivnih i negativnih emocija i njihovog utčinka na zadovoljstvo u vezi.

7. POPIS LITERATURE

- Akkiraju, K. i Rao, N.D. (2025). Higher income is associated with greater life satisfaction, and more stress. *Communication Psychology*, 3, Article 27.
<https://doi.org/10.1038/s44271-025-00210-z>
- 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 Galinsky, A. D. (2006). Power, optimism, and risk-taking. *European Journal of Social Psychology*, 36(4), 511-536. <https://doi.org/10.1002/ejsp.324>
- Anderson, C. i Kilduff, G. J. (2009). Why do dominant personalities attain influence in face-toface groups? The competence-signaling effects of trait dominance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 491–503.
<https://doi.org/10.1037/a0014201>
- Anderson, C., John, O. P. i Keltner, D. (2012). The personal sense of power. *Journal of Personality*, 80(2), 313–344. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2011.00734.x>
- Anderson, C., John, O. P., Keltner, D. i Kring, A. M. (2001). Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(1), 116–132.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.1.116>
- Archer, J. (2006). Testosterone and human aggression: An evaluation of the challenge hypothesis. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 30(3), 319–345.
<https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2004.12.007>
- Archuleta, K. L., Grable, J. E. i Britt, S. L. (2013). Financial and relationship satisfaction as a function of harsh start-up and shared goals and values. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 24(1), 3–14.

- Aron, A. i Aron, E. N. (1986). *Love and the expansion of self: Understanding attraction and satisfaction*. Hemisphere Publishing Corp/Harper & Row Publishers.
- Balestra, C., Boarini, R. i Tosetto, E. (2017). What matters most to people? Evidence from the OECD better life index users' responses. *Social Indicators Research*, 136(3), 907–930. <https://doi.org/10.1007/s11205-016-1538-4>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Bareket, O. i Fiske, S. T. (2023). A systematic review of the ambivalent sexism literature: Hostile sexism protects men's power; benevolent sexism guards traditional gender roles. *Psychological Bulletin*, 149(11-12), 637–698. <https://doi.org/10.1037/bul0000400>
- Barelds, D.P.H. i Dijkstra, P. (2009), Positive illusions about a partner's physical attractiveness and relationship quality. *Personal Relationships*, 16, 263–283. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2009.01222.x>
- Baron-Cohen, S. (2002). The extreme male brain theory of autism. *Trends in Cognitive Sciences*, 6(6), 248–254. [https://doi.org/10.1016/S1364-6613\(02\)01904-6](https://doi.org/10.1016/S1364-6613(02)01904-6)
- Batool, S. A. i Batool, S. S. (2018). Impact of education on women's empowerment: Mediation role of income and self-esteem. *Journal of Research and Reflections in Education*, 12(1), 11–24.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C. i Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>
- Bentley, C. G., Galliher, R. V. i Ferguson, T. J. (2007). Associations among aspects of interpersonal power and relationship functioning in adolescent romantic couples. *SexRoles*, 57(7-8), 483–495. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9280-7>

- Berger, J., Cohen, B. i Zelditch, M. (1972). Status characteristics and social interaction. *American Sociological Review*, 37(3), 241–255.
- Birnbaum, G. E., Kanat-Maymon, Y., Zholtack, K., Avidan, R. i Reis, H. T. (2025). The power to flirt: Power within romantic relationships and its contribution to expressions of extradyadic desire. *Archives of Sexual Behavior*, 54(1), 139–156. <https://doi.org/10.1007/s10508-024-02997-0>
- Björkqvist, K. (1994). Sex differences in physical, verbal, and indirect aggression: A review of recent research. *Sex Roles*, 30(3-4), 177–188. <https://doi.org/10.1007/bf01420988>
- Blader, L. S. 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. 71–98). Springer.
- 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>
- 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. 119–138). Springer.
- Blaker, N. M., Rompa, I., Dessing, I. H., Vriend, A. F., Herschberg, C. i van Vugt, M. (2013). The height leadership advantage in men and women: Testing evolutionary psychology predictions about the perceptions of tall leaders. *Group Processes & Intergroup Relations*, 16(1), 17–27. <https://doi.org/10.1177/1368430212437211>
- Blau, P. (1964). *Exchange and power in social life*. Wiley

- Blom, N. i Hewitt, B. (2019). Becoming a female-breadwinner household in Australia: Changes in relationship satisfaction. *Journal of Marriage and Family*, 82(4), 1340–1357. <https://doi.org/10.1111/jomf.12653>
- Borráz-León, J. I., Scrivner, C. i Schultheiss, O. C. (2024). Couple dominance, dark personality traits, and power motivation. *Top Italian Scientists Journal*, 1(1), Article 6280. <https://doi.org/10.62684/JAZJ6280>
- Bosson, J. K. i Vandello, J. A. (2011). Precarious manhood and its links to action and aggression. *Current Directions in Psychological Science*, 20(2), 82–86. <https://doi.org/10.1177/0963721411402669>
- Botha, F. (2013). Life satisfaction and education in South Africa: Investigating the role of attainment and the likelihood of education as a positional good. *Social Indicators Research*, 118(2), 555–578. <https://doi.org/10.1007/s11205-013-0452-2>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. U: J. Richardson (Ur.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (str. 241–258). Greenwood.
- Boyce, C. J., Brown, G. D. i Moore, S. C. (2010). Money and happiness: rank of income, not income, affects life satisfaction. *Psychological science*, 21(4), 471–475. <https://doi.org/10.1177/0956797610362671>
- Brand, C. O. i Mesoudi, A. (2018). Prestige and dominance-based hierarchies exist in naturally occurring human groups, but are unrelated to task-specific knowledge. *Royal Society Open Science*, 5(8), 181621. <https://doi.org/10.1098/rsos.181621>
- Brand, C. O. i Mesoudi, A. (2019). Prestige-biased social learning: Current evidence and outstanding questions. *Palgrave Communications*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0228-7>

- Brebner, J. (2003). Gender and emotions. *Personality and Individual Differences*, 34(3), 387–394. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00059-4](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00059-4)
- Bryan, A. D., Webster, G. D. i Mahaffey, A. L. (2011). The big, the rich, and the powerful: Physical, financial, and social dimensions of dominance in mating and attraction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(3), 365–382. <https://doi.org/10.1177/0146167210395604>
- Bühler, J. L., Krauss, S. i Orth, U. (2021). Development of relationship satisfaction across the life span: A systematic review and meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 147(10), 1012–1053. <https://doi.org/10.1037/bul0000342>
- Burbank, V. K. (1987). Female aggression in cross-cultural perspective. *Behavior Science Research*, 21(1-4), 70–100. <https://doi.org/10.1177/106939718702100103>
- Busby, D. M., Crane, D. R., Larson, J. H. i Christensen, C. (1995). A revision of the Dyadic Adjustment Scale for use with distressed and nondistressed couples: Construct hierarchy and multidimensional scales. *Journal of Marital and Family Therapy*, 21(3), 289–308. <https://doi.org/10.1111/j.1752-0606.1995.tb00163.x>
- Buss, D. M. (1984). Marital assortment for personality dispositions: Assessment with three different data sources. *Behavior Genetics*, 14(2), 111–123. <https://doi.org/10.1007/BF01076408>
- Buss, D. M. (1984). Toward a psychology of person–environment (PE) correlation: The role of spouse selection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(2), 361–377. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.2.361>
- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12(01), 14–9. <https://doi.org/10.1017/s0140525x00023992>

- Buss, D. M. (2000). *The dangerous passion: Why jealousy is as necessary as love and sex*. Free Press.
- Buss, D. M. (2012). *Evolucijska psihologija. Nova znanost o umu*. Naklada Slap.
- Buss, D. M. i Schmitt, D. P. (1993). Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100(2), 204–232.
<https://doi.org/10.1037/0033-295X.100.2.204>
- Buss, D. M. i Schmitt, D. P. (2019). Mate preferences and their behavioral manifestations. *Annual Review of Psychology*, 70, 77–110.
<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103408>
- Buss, D. M. i Shackelford, T. K. (2008). Attractive women want it all: Good genes, economic investment, parenting proclivities, and emotional commitment. *Evolutionary Psychology*, 6(1), 134–146.
<https://doi.org/10.1177/147470490800600116>
- Buss, D. M., Shackelford, T. K., Choe, J., Buunk, B. P. i Dijkstra, P. (2000). Distress about mating rivals. *Personal Relationships*, 7(3), 235–243.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2000.tb00014.x>
- Buston, P. M. i Emlen, S. T. (2003). Cognitive processes underlying human mate choice: The relationship between self-perception and mate preference in Western society. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 100(15), 8805–8810.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1533220100>
- Cai, H., Liu, H i Gao, Y. (2025). New evidence on the relationship between income and subjective well-being: the mediating and moderating roles of psychological security. *BMC Public Health*, 25, Article 1148.
<https://doi.org/10.1186/s12889-025-22286-2>

- Campbell, A. (1995). A few good men: Evolutionary psychology and female adolescent aggression. *Ethology & Sociobiology*, 16(2), 99–123.
[https://doi.org/10.1016/0162-3095\(94\)00072-F](https://doi.org/10.1016/0162-3095(94)00072-F)
- Campbell, A. (1999). Staying alive: Evolution, culture, and women's intrasexual aggression. *Behavioral and Brain Sciences*, 22(2), 203–252.
<https://doi.org/10.1017/S0140525X99001818>
- Carli, L. L. (1999). Gender, interpersonal power, and social influence. *Journal of Social Issues*, 55(1), 81–99. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00106>
- Carney, D. R. (2020). The nonverbal expression of power, status, and dominance. *Current Opinion in Psychology*, 33, 256–264.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.12.004>
- Carswell, K. L. & Impett, E. A. (2021). What fuels passion? An integrative review of competing theories of romantic passion. *Social and Personality Psychology Compass*, 15(8), Article 12629. <https://doi.org/10.1111/spc3.12629>
- Cashdan, E. Smiles (1998). Speech, and body posture: How women and men display sociometric status and power. *Journal of Nonverbal Behavior* 22(4), 209–228.
<https://doi.org/10.1023/A:1022967721884>
- Chapais, B. (2015). Competence and the evolutionary origins of status and power in humans. *Human Nature*, 26(2), 161–183.
<https://doi.org/10.1007/s12110-015-9227-6>
- Chapais, B. (2017). Dominance as a competence domain, and the evolutionary origins of respect and contempt. *Behavioral and Brain Sciences*, 40.
<https://doi.org/10.1017/s0140525x16000704>

- Chaplin T. M. (2015). Gender and emotion expression: A developmental contextual perspective. *Journal of the International Society for Research on Emotion*, 7(1), 14–21. <https://doi.org/10.1177/1754073914544408>
- Cheng, J. T. i Tracy, J. L. (2013). The impact of wealth on prestige and dominance rank relationships. *Psychological Inquiry*, 24, 102–108. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2013.792576>
- Cheng, J. T. i Tracy, J. L. (2014). Toward a united 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. 3–28). Springer.
- 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(5), 334–347. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2010.02.004>
- 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>
- 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>
- Cheng, J. T., Weidman, A. C i Tracy, L. T. (2014). The assessment of social status: A review of measures and experimental manipulationis. U: J. T. Cheng, J. L Tracy. i C. Anderson (Ur.), *The psychology of social status* (str. 347–362). Springer.

- Clark, M. S. i Reis, H. T. (1988). Interpersonal processes in close relationships. *Annual Review of Psychology*, 39, 609–672.
<https://doi.org/10.1146/annurev.ps.39.020188.003141>
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
- Conlon, K. E. (2019). Mate retention strategies of dominance-oriented and prestige-oriented romantic partners. *Evolutionary Psychological Science*, 5(3), 317–327.
<https://doi.org/10.1007/s40806-019-00189-x>
- Conway, M., Irannejad, S. i Giannopoulos, C. (2005). Status-based expectancies for aggression, with regard to gender differences in aggression in social psychological research. *Aggressive Behavior*, 31(4), 381–398.
<https://doi.org/10.1002/ab.20058>
- Cosmides, L., Tooby, J. (1992). Cognitive adaptations for social exchange. U: Barkow, J.H., Cosmides, L., Tooby, J. (Ur.), *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture* (str. 163–228). Oxford University Press.
- da Cruz, J.R., Rodrigues, J., Thoresen, J.C., Chicherov, V., Figueiredo, P., Herzog, M.H. i Sandi, C. (2018). Dominant men are faster in decision-making situations and exhibit a distinct neural signal for promptness. *Cerebral Cortex*, 28 (10), 3740–3751. <https://doi.org/10.1093/cercor/2Fbhy195>
- Daly, M. i Wilson, M. (1988). *Homicide: Foundations of Human Behavior* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203789872>
- Davis, B. M. i Gilbert, L. A. (1989). Effect of dispositional and situational influences on women's dominance expression in mixed-sex dyads. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(2), 294–300.

- de Abreu-Afonso, J., Leal, I. i Proença, V. (2015). Motivation for conjugality in couples' life cycle and its relation to happiness and satisfaction. *Psychology*, 6(11), 1394–1412. <https://doi.org/10.4236/psych.2015.611136>
- De Andrade, A. L., Wachelke, J. F. R. i Howat-Rodrigues, A. B. C. (2015). Relationship satisfaction in young adults: Gender and love dimensions. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 9(1), 19–31. <https://doi.org/10.5964/ijpr.v9i1.157>
- Decuyper, M., De Bolle, M. i De Fruyt, F. (2012). Personality similarity, perceptual accuracy, and relationship satisfaction in dating and married couples. *Personal Relationships*, 19(1), 128–145. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2010.01344.x>
- del Carmen Triana, M., Song, R., Um, C. T. i Huang, L. (2024). Stereotypical perception in management: A review and expansion of role congruity theory. *Journal of Management*, 50(1), 188–215. <https://doi.org/10.1177/01492063231180836>
- Deng, Y., Chang, L., Yang, M., Huo, M. i Zhou, R. (2016). Gender differences in emotional response: Inconsistency between experience and expressivity. *PloS one*, 11(6), Article 0158666. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0158666>
- Donnellan, M. B., Assad, K. K., Robins, R. W. i Conger, R. D. (2007). Do negative interactions mediate the effects of negative emotionality, communal positive emotionality, and constraint on relationship satisfaction? *Journal of Social and Personal Relationships*, 24(4), 557–573. <https://doi.org/10.1177/0265407507079249>

- Dryer, D. C. i Horowitz, L. M. (1997). When do opposites attract? Interpersonal complementarity versus similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(3), 592–603. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.72.3.592>
- Durkee, P. K., Lukaszewski, A. W. i Buss, D. M. (2020). Psychological foundations of human status allocation. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(35), 21235–21241. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006148117>
- Durst, A. K. (2021). Education as a positional good? Evidence from the german socio-economic panel. *Social Indicators Research*, 155(2), 745–767. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02619-5>
- Dyrenforth, P. S., Kashy, D. A., Donnellan, M. B. i Lucas, R. E. (2010). Predicting relationship and life satisfaction from personality in nationally representative samples from three countries: The relative importance of actor, partner, and similarity effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(4), 690–702. <https://doi.org/10.1037/a0020385>
- Eagly, A. H. (1983). Gender and social influence: A social psychological analysis. *American Psychologist*, 38(9), 971–981. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.38.9.971>
- Eagly, A. H. i Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G. i Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110(1), 109-128. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.110.1.109>

- Eastwick, P. W. i Finkel, E. J. (2008). Sex differences in mate preferences revisited: Do people know what they initially desire in a romantic partner? *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(2), 245–264.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.94.2.245>
- Eastwick, P. W. i Finkel, E. J. (2008). Sex differences in mate preferences revisited: Do people know what they initially desire in a romantic partner? *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(2), 245–264.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.94.2.245>
- Eastwick, P. W., Eagly, A. H., Finkel, E. J. i Johnson, S. E. (2011). Implicit and explicit preferences for physical attractiveness in a romantic partner: a double dissociation in predictive validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(5), 993–1011. <https://doi.org/10.1037/a0024061>
- Eastwick, P. W., Luchies, L. B., Finkel, E. J. i Hunt, L. L. (2014). The predictive validity of ideal partner preferences: A review and meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 140(3), 623–665. <https://doi.org/10.1037/a0032432>
- Egan, V. i Angus, S. (2004). Is social dominance a sex-specific strategy for infidelity? *Personality and Individual Differences*, 36(3), 575–586.
[https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(03\)00116-8](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(03)00116-8)
- Eirich, G. M. i Robinson, J. H. (2016). Does earning more than your spouse increase your financial satisfaction? A comparison of men and women in the United States, 1982 to 2012. *Journal of Family Issues*, 38(17), 2371–2399.
<https://doi.org/10.1177/0192513x16638384>
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335–362. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.02.080176.002003>
- Eysenck, H.J., Wilson, G. (1979). *The psychology of sex*. Dent.

- Fast, N. J., Halevy, N. i Galinsky, A. D. (2012). The destructive nature of power without status. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 391–394.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.07.013>
- Fincham, F. D. i Beach, S. R. H. (2010). Marriage in the new millennium: A decade in review. *Journal of Marriage and Family*, 72(3), 630–649.
<https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2010.00722.x>
- Fincham, F. D. i May, R. W. (2017). Prayer and forgiveness: Beyond relationship quality and extension to marriage. *Journal of Family Psychology*, 31(6), 734–741. <https://doi.org/10.1037/fam0000331>
- Fink, B. i Penton-Voak, I. (2002). Evolutionary psychology of facial attractiveness. *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 154–158.
<https://doi.org/10.1111/1467-8721.00190>
- Fink, B., Klappauf, D., Brewer, G. i Shackelford, T. K. (2014). Female physical characteristics and intra-sexual competition in women. *Personality and Individual Differences*, 58, 138–141. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.10.015>
- Finkel, E. J. (2025). Romantic relationships. U D. T. Gilbert, S. T. Fiske, E. J Finkel. i W. B. Mendes (Ur.), *The handbook of social psychology* (6th ed.). Situational Press, <https://doi.org/10.70400/NELF6116>
- Finkel, E. J., Simpson, J. A. i Eastwick, P. W. (2017). The psychology of close relationships: Fourteen core principles. *Annual Review of Psychology*, 68, 383–411. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010416-044038>
- Fletcher, G. J. O., Tither, J. M., O’Loughlin, C., Friesen, M. i Overall, N. (2004). Warm and homely or cold and beautiful? Sex differences in trading off traits in mate selection. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(6), 659–672.
<https://doi.org/10.1177/0146167203262847>

- Fletcher, G. J., Simpson, J. A., Thomas, G. i Giles, L. (1999). Ideals in intimate relationships. *Journal of personality and social psychology*, 76(1), 72–89.
<https://doi.org/10.1037//0022-3514.76.1.72>
- Fragale, A. R., Overbeck, J. R. i Neale, M. A. (2011). Resources versus respect: Social judgments based on targets' power and status positions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(4), 767–775. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.03.006>
- Frank, K. i Hou, F. (2017). Over-education and well-being: how does education-occupation mismatch affect the life satisfaction of university-educated immigrant and non-immigrant workers? *Ethnicity & Health*, 23(8), 884–901.
<https://doi.org/10.1080/13557858.2017.1316832>
- Frank, M. G. i Shaw, A. Z. (2016). Evolution and nonverbal communication. U D. Matsumoto, C. H. Hwang i M. G. Frank (Ur.), *APA handbook of nonverbal communication* (str. 45–76). American Psychological Assosiation.
- Frank, R. H. (1985). The demand for unobservable and other nonpositional goods. *The American Economic Review*, 75(1), 101–116.
<http://www.jstor.org/stable/1812706>
- Frank, R. H. (2005). Positional externalities cause large and preventable welfare losses. *American Economic Review*, 95(2), 137–141.
<https://doi.org/10.1257/000282805774670392>
- Frederick, D. A. i Haselton, M. G. (2007). Why is muscularity sexy? Tests of the fitness indicator hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33(8), 1167–1183. <https://doi.org/10.1177/0146167207303022>
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218–226. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>

- Gable, S. L. i Reis, H. T. (2001). What do you do when things go right? The intrapersonal and interpersonal benefits of sharing positive events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(2), 228–245.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.2.228>
- 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., 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>
- Gangestad S. W. (1993). Sexual selection and physical attractiveness: Implications for mating dynamics. *Human Nature*, 4(3), 205-235.
<https://doi.org/10.1007/BF02692200>
- Gangestad, S. W. i Simpson, J. A. (2000). The evolution of human mating: Trade-offs and strategic pluralism. *Behavioral and Brain Sciences*, 23(4), 573–644.
<https://doi.org/10.1017/s0140525x0000337x>
- Garcia, R. L., Kenny, D. A. i Ledermann, T. (2015). Moderation in the actor–partner interdependence model. *Personal Relationships*, 22(1), 8–29.
<https://doi.org/10.1111/pere.12060>
- Gaunt, R. (2006). Couple similarity and marital satisfaction: Are similar spouses happier? *Journal of Personality*, 74, 1401–1420. doi: 10.1111/j.1467-6494.2006.00414.x

- Georgesén, J. C. i Harris, M. J. (1998). Why's my boss always holding me down? A meta-analysis of power effects on performance evaluations. *Personality and Social Psychology Review*, 2(3), 184–195.
- Georgesén, J. C. i Harris, M. J. (2000). The balance of power: Interpersonal consequences of differential power and expectations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(10), 1239–1257.
<https://doi.org/10.1177/0146167200262006>
- Gerlach, T., Driebe, J. i Reinhard, S. (2018). Personality and romantic relationship satisfaction. U Zeigler-Hill, V. i Shackelford, T. (Ur.), *Encyclopedia of personality and individual differences*. Springer.
- Gonzaga, G. C., Haselton, M. G., Smurda, J., Davies, M. s. i Poore, J. C. (2008). Love, desire, and the suppression of thoughts of romantic alternatives. *Evolution and Human Behavior*, 29(2), 119–126.
<https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2007.11.003>
- Gordon, R. A., Crosnoe, R. i Wang, X. (2013). Physical attractiveness and the accumulation of social and human capital in adolescence and young adulthood: assets and distractions. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 78(6), 1–137. <https://doi.org/10.1002/mono.12060>
- Gottman, J. M. (1994). *What predicts divorce? The relationship between marital processes and marital outcomes*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Grammer, K., Fink, B., Miller, A. P. i Thornhill, R. (2003). Darwinian aesthetics: sexual selection and the biology of beauty. *Biological Reviews*, 78(3), 385–407.
<https://doi.org/10.1017/s1464793102006085>

- Gray, P. B., Kahlenberg, S. M., Barrett, E. S., Lipson, S. F. i Ellison, P. T. (2002). Marriage and fatherhood are associated with lower testosterone in males. *Evolution and Human Behavior*, 23(3), 193–201.
- Griskevicius, V., Tybur, J. M., Gangestad, S. W., Perea, E. F., Shapiro, J. R. i Kenrick, D. T. (2009). Aggress to impress: Hostility as an evolved context-dependent strategy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(5), 980–994. <https://doi.org/10.1037/a0013907>
- Grossman, M. i Wood, W. (1993). Sex differences in intensity of emotional experience: a social role interpretation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(5), 1010–1022. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.65.5.1010>
- Hadar, B., Simchon, A., Gilead, M. i Smith, P. K. (2025). Elevated power promotes prosocial behavior more than elevated status. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 0 (0), Article1461672251324678. <https://doi.org/10.1177/01461672251324678>
- Halevy, N., Chou, E. Y., Cohen, T. R. i Livingston, R. W. (2012). Status conferral in intergroup social dilemmas: Behavioral antecedents and consequences of prestige and dominance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(2), 351–366. <https://doi.org/10.1037/a0025515>
- Hall, E. T. (1990). *The hidden dimension*. Anchor Books.
- Hamstra, M. R. W. (2014). “Big” men: Male leaders’ height positively relates to followers’ perception of charisma. *Personality and Individual Differences*, 56, 190–192. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.08.014>
- Hatfield, E. i Sprecher, S. (1986). *Mirror, mirror: The importance of .looks in everyday life*. State University of New York Press.

- Hays, N. A. (2013). Fear and loving in social hierarchy: Sex differences in preferences for power versus status. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(6), 1130–1136. <https://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2013.08.007>
- Heller, D., Watson, D. i Hies, R. (2004). The role of person versus situation in life satisfaction: a critical examination. *Psychological Bulletin*, 130(4), 574–600. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.4.574>
- 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)
- Hill, C. T., Rubin, Z. i Peplau, L. A. (1976). Breakups before marriage: The end of 103 affairs. *Journal of Social Issues*, 32(1), 147–168. <https://doi.org/10.1111/j.15404560.1976.tb02485.x>
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *The American Journal of Sociology*, 63, 597–606. <https://doi.org/10.1086/222355>
- Hughes, B. T., Srivastava, S., Leszko, M. i Condon, D. M. (2024). Occupational prestige: The status component of socioeconomic status. *Collabra: Psychology*, 10(1), Article 92882. <https://doi.org/10.1525/collabra.92882>
- Jackson, J. B., Miller, R. B., Oka, M. i Henry, R. G. (2014). Gender differences in marital satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Marriage and Family*, 76(1), 105–129. <https://doi.org/10.1111/jomf.12077>
- Jardine, B. B., Vannier, S. i Voyer, D. (2022). Emotional intelligence and romantic relationship satisfaction: A systematic review and meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 196(3), Article 111713. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111713>

- Jiménez, Á.V. i Mesoudi, A. (2019). Prestige-biased social learning: current evidence and outstanding questions. *Palgrave Communications*, 5, 1–12.
- Jiménez, Á.V. i Mesoudi, A. (2020). The cultural transmission of prestige and dominance social rank cues: an experimental simulation. *Evolutionary Psychological Science*, 7, 189–199. <https://doi.org/10.1007/s40806-020-00261-x>
- Jiménez, Á.V., Flitton, A. i Mesoudi, A. (2021). When do people prefer dominant over prestigious political leaders? *Evolutionary Human Sciences*, 3, 1–21. <https://doi.org/10.1017/ehs.2021.12>
- Joel, S., Eastwick, P. W. i Finkel, E. J. (2017). Is romantic desire predictable? Machine learning applied to initial romantic attraction. *Psychological Science*, 28(10), 1478–1489. <https://doi.org/10.1177/0956797617714580>
- Joel, S., Gordon, A. M., Impett, E. A., MacDonald, G. i Keltner, D. (2014). The things you do for me: Perceptions of a romantic partner's investments promote gratitude and commitment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(10), 1333–1345. <https://doi.org/10.1177/0146167213497801>
- Johnson, R. T., Burk, J. A. i Kirkpatrick, L. A. (2007). Dominance and prestige as differential predictors of aggression and testosterone levels in men. *Evolution and Human Behavior*, 28(5), 345–351. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2007.04.003>
- Johnston, V. S., Hagel, R., Franklin, M., Fink, B. i Grammer, K. (2001). Male facial attractiveness: Evidence for hormone-mediated adaptive design. *Evolution and Human Behavior*, 22(4), 251–267. [https://doi.org/10.1016/S1090-5138\(01\)00066-6](https://doi.org/10.1016/S1090-5138(01)00066-6)

- Jonason P. K. (2009). The value of physical attractiveness in romantic partners: modeling biological and social variables. *The Journal of Social Psychology*, 149(2), 229–240. <https://doi.org/10.3200/SOCP.149.2.229-240>
- Jonason, P. K., Li, N. P., Webster, G. D. i Schmitt, D. P. (2009). The dark triad: Facilitating a short-term mating strategy in men. *European Journal of Personality*, 23(1), 5–18. <https://doi.org/10.1002/per.698>
- Joshanloo, M. i Jovanovic, V. (2019). The relationship between gender and life satisfaction: analysis across demographic groups and global regions. *Archives of Women's Mental Health*, 23(3), 331–338. <https://doi.org/10.1007/s00737-019-00998-w>
- Judge, T. A. i Cable, D. M. (2004). The effect of physical height on workplace success and income: Preliminary test of a theoretical model. *Journal of Applied Psychology*, 89(3), 428–441. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.3.428>
- Judge, T. A., Heller, D. i Mount, M. K. (2002). Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 530–541. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.530>
- Jugović, I. (2016). Beliefs about the gender division of parental leave and characteristics associated with them. *Revija za socijalnu politiku*, 23 (3), 359-381. <https://doi.org/10.3935/rsp.v23i3.1292>
- Jurković, L. (2020). The role of work-family conflict and relationship satisfaction in the sexual well-being of working adults. *Društvena istraživanja*, 29 (4), 621-641. <https://doi.org/10.5559/di.29.4.06>
- Kakkar, H. (2024). Achieving social influence across gender and time: Are dominance and prestige equally viable for men and women? *Journal of Personality and Social Psychology*, 127(3), 562–580. <https://doi.org/10.1037/pspa0000380>

- Kakkar, H. i Sivanathan, N. (2017). When the appeal of a dominant leader is greater than a prestige leader. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(26), 6734–6739. <https://doi.org/10.1073/pnas.1617711114>
- Kakkar, H. i Sivanathan, N. (2022). The impact of leader dominance on employees' zero-sum mindset and helping behavior. *Journal of Applied Psychology*, 107(10), 1706–1724. <https://doi.org/10.1037/apl0000980>
- Kakkar, H., Sivanathan, N. i Gobel, M.S. (2020). Fall from grace: The role of dominance and prestige in the punishment of high-status actors. *Academy of Management Journal*, 63, 530–553. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2017.0729>
- Kardum, I., Gračanin, A. i Hudek-Knežević, J. (2006). Odnos crta ličnosti i stilova privrženosti s različitim aspektima seksualnosti kod žena i muškaraca. *Psihologijske teme*, 15 (1), 101–128. <https://hrcak.srce.hr/11834>
- Kardum, I., Hudek-Knezevic, J., Gračanin, A. i Mehic, N. (2017). Assortative mating for psychopathy components and its effects on the relationship quality in intimate partners. *Psihologijske teme*, 26 (1), 211–239. <https://doi.org/10.31820/pt.26.1.10>
- Karney B. R. (2021). Socioeconomic status and intimate relationships. *Annual Review of Psychology*, 72, 391–414. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-051920-013658>
- Karney, B. R. i Bradbury, T. N. (1995). The longitudinal course of marital quality and stability: A review of theory, methods, and research. *Psychological Bulletin*, 118(1), 3–34. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.118.1.3>
- Keating, C. F. (2016). The life and times of nonverbal communication theory and research: Past, present, future. U: D. Matsumoto, C. H. Hwang i M. G. Frank

- (Ur.), *APA handbook of nonverbal communication* (str. 103–138). American Psychological Association.
- Kelley, H. H., LeBaron, A. B. i Hill, E. J. (2018). Financial stress and marital quality: The moderating influence of couple communication. *Journal of Financial Therapy*, 9(2), Article 3. <https://doi.org/10.4148/1944-9771.1176>
- 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>
- Kenny, D. A. (1996). Models of non-independence in dyadic research. *Journal of Social and Personal Relationships*, 13(2), 279–294.
<https://doi.org/10.1177/0265407596132007>
- Kenny, D. A. (2015). *An interactive tool for the estimation and testing mediation in the Actor-Partner Interdependence Model using structural equation modeling* [Computer software]. <https://davidakenny.shinyapps.io/APIMeM/>
- Kenny, D. A. i Ledermann, T. (2010). Detecting, measuring, and testing dyadic patterns in the actor–partner interdependence model. *Journal of Family Psychology*, 24(3), 359–366. <https://doi.org/10.1037/a0019651>
- Ketterman, A. B. i Maner, J. K. (2021). Complaisant or coercive? The role of dominance and prestige in social influence. *Personality and Individual Differences*, 177, Article 110814. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110814>
- Kiesler, D. J. (1983). The 1982 interpersonal circle: A taxonomy for complementarity in human transactions. *Psychological Review*, 90, Article 185214.
<https://doi.org/10.1037/0033-295X.90.3.185>
- Kiesler, D. J. (1996). *Contemporary interpersonal theory and research: Personality, psychopathology and psychotherapy*. Wiley.

- Killewald, A. i Gough, M. (2013). Does specialization explain marriage penalties and premiums? *American Sociological Review*, 78(3), 477–502.
<https://doi.org/10.1177/0003122413484151>
- Kim, J. J., Visserman, M. L. i Impett, E. A. (2019). Power in close intimate relationships. U: C. R. Agnew i J. J. Harman (Ur.), *Power in close relationships* (str. 192–224). Cambridge University Press.
- Kim, S., Thibodeau, R. i Jorgensen, R. S. (2011). Shame, guilt, and depressive symptoms: a meta-analytic review. *Psychological bulletin*, 137(1), 68–96.
<https://doi.org/10.1037/a0021466>
- Kirsner, B. R., Figueredo, A. J. i Jacobs, W. J. (2003). Self, friends, and lovers: Structural relations among Beck Depression Inventory scores and perceived mate values. *Journal of Affective Disorders*, 75(2), 131–148.
[https://doi.org/10.1016/S0165-0327\(02\)00048-4](https://doi.org/10.1016/S0165-0327(02)00048-4)
- Knapp, M. L., Hall, J. A. i Horgan, T. G. (2014). *Nonverbal communication in human interaction*. Wadsworth.
- Knight E. L. (2022). Two routes to status, one route to health: Trait dominance and prestige differentially associate with self-reported stress and health in two US university populations. *Adaptive human behavior and physiology*, 8(4), 461–488. <https://doi.org/10.1007/s40750-022-00199-3>
- Korndörfer, M., Egloff, B. i Schmukle, S. C. (2015). A large scale test of the effect of social class on prosocial behavior. *PloS ONE* , 10(7), Article 0133193.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0133193>
- Körner, R. i Schütz, A. (2021). Power in romantic relationships: How positional and experienced power are associated with relationship quality. *Journal of Social*

- and Personal Relationships*, 38(9), 2653–2677.
<https://doi.org/10.1177/02654075211017670>
- Körner, R. i Schütz, A. (2023). Power, self-esteem, and body image. *Social Psychology*, 54(3), 136–150. <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000510>
- Körner, R., Heydasch, T. i Schütz, A. (2022). Dominance and prestige as self-concept facets. *Journal of Personality Assessment*, 105(5), 590–609.
<https://doi.org/10.1080/00223891.2022.2137028>
- Körner, R., Murphy, B. A., Zverling, E., Sha'ked, A. i Schütz, A. (2023). Dominance and prestige in romantic relationships: Actor and partner links to relationship quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 41(1), 302–332.
<https://doi.org/10.1177/02654075231212940>
- Kraus, M. W. i Keltner, D. (2009). Signs of socioeconomic status. *Psychological Science*, 20(1), 99–106. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.0251.x>
- Kraus, M. W., Côté, S. i Keltner, D. (2010). Social class, contextualism, and empathic accuracy. *Psychological science*, 21(11), Article 17161723.
<https://doi.org/10.1177/0956797610387613>
- Kring, A. M. i Gordon, A. H. (1998). Sex differences in emotion: Expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 686–703. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.3.686>
- Kruger, D. J. (2006). Male facial masculinity influences attributions of personality and reproductive strategy. *Personal Relationships*, 13(4), 451–463.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2006.00129.x>
- Kruger, D. J. i Fitzgerald, C. J. (2011). Reproductive strategies and relationship preferences associated with prestigious and dominant men. *Personality and*

Individual Differences, 50(3), 365–369.

<https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.10.022>

Lachman, M. E. i Weaver, S. L. (1998). The sense of control as a moderator of social class differences in health and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 763–773. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.3.763>

Lamy, L (2020). Physical attractiveness and romantic relationships: A review. *Psychol Psychother Res Stud*, 3(4). <https://doi.org/10.31031/PPRS.2020.03.000566>

Lange, F. i Topel, R. (2006). The social value of education and human capital. *Handbook of the economics of education* 1(str. 459–509).

[https://doi.org/10.1016/S1574-0692\(06\)01008-7](https://doi.org/10.1016/S1574-0692(06)01008-7).

Lange, J., Redford, L. i Crusius, J. (2018). A status-seeking account of psychological entitlement. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(7), 1113–1128. <https://doi.org/10.1177/0146167218808501>

Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M. i Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126(3), 390–423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.3.390>

Li, N. P. i Kenrick, D. T. (2006). Sex similarities and differences in preferences for short-term mates: What, whether, and why. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(3), 468–489. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.3.468>

Li, N. P., Bailey, J. M., Kenrick, D. T. i Linsenmeier, J. A. W. (2002). The necessities and luxuries of mate preferences: Testing the tradeoffs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 947–955. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.947>

- Lidborg, L. H., Cross, C. P. i Boothroyd, L. G. (2022). A meta-analysis of the association between male dimorphism and fitness outcomes in humans. *eLife*, 11, e65031. <https://doi.org/10.7554/eLife.65031>
- Little, A. C., Burriss, R. P., Jones, B. C., DeBruine, L. M. i Caldwell, C. A. (2008). Social influence in human face preference: Men and women are influenced more for long-term than short-term attractiveness decisions. *Evolution and Human Behavior*, 29(2), 140–146. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2007.11.007>
- Little, A. C., Jones, B. C. i DeBruine, L. M. (2011). Facial attractiveness: evolutionary based research. *Philosophical transactions of the Royal Society of London. Series B, Biological sciences*, 366(1571), 1638–1659. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0404>
- Liu, C., Li, J., Tao, Z., Wang, Z., Chen, C. i Dong, Y. (2021). Prestige and dominance as assessed by friends, strangers, and the self. *Personality and Individual Differences*, 179, Article 110965. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110965>
- Livingston, R. W., Rosette, A. S. i Washington, E. F. (2012). Can an agentic black woman get ahead? The impact of race and interpersonal dominance on perceptions of female leaders. *Psychological Science*, 23(4), 354 –358. <https://doi.org/10.1177/0956797611428079>
- Lovis-Schmidt, A., Tavener, D., Oestreich, J. i Rindermann H. (2024). The role of emotional competence in romantic and non-romantic relationships: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 230(1), Article 112813. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2024.112813>
- Lukaszewski, A. W., Anderson, C., Simmons, Z. L. i Roney, J. R. (2016) The role of physical formidability in human social status allocation. *Journal of Personality and Social Psychology* 110(3), 385–406. <https://doi.org/10.1037/pspi0000042>

- Lukaszewski, A. W., Simmons, Z. L., Anderson, C. i Roney, J. R. (2016). The role of physical formidability in human social status allocation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 110(3), 385–406. <https://doi.org/10.1037/pspi0000042>
- Lukaš, M. i Puhanić, L. (2020). Suvremene uloge žene u obitelji iz perspektive studenata istočne Hrvatske. *Nova prisutnost*, 18(2), 295–310. <https://doi.org/10.31192/np.18.2.5>
- Luo, S. i Klohnen, E. C. (2005). Assortative mating and marital quality in newlyweds: A couple-centered approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 304–326. doi: 10.1037/0022-3514.88.2.304
- Magee, J. C. i Smith, P. K. (2013). The social distance theory of power. *Personality and Social Psychology Review*, 17(2), 158–186. 1 <https://doi.org/0.1177/1088868312472732>
- Malenica, A. (2023). *Dominacija, ugled i preuzimanje tude prostorne perspektive* (Diplomski rad, Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet). <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:048307>
- Malouff, J. M., Thorsteinsson, E. B., Schutte, N. S., Bhullar, N. i Rooke, S. E. (2010). The Five-Factor Model of personality and relationship satisfaction of intimate partners: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, 44(1), 124–127. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2009.09.004>
- Maner, J. K. (2017). Dominance and prestige: A tale of two hierarchies. *Current Directions in Psychological Science*, 26(6), 526–531. <https://doi.org/10.1177/0963721417714323>
- Maner, J. K. i Case, C. R. (2016). Dominance and prestige: Dual strategies for navigating social hierarchies. U: J. Olson i M. P. Zanna (Ur.), *Advances in*

experimental social psychology (str. 129–180). Elsevier.

<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>

Markey, P. M., Funder, D. C. i Ozer, D. J. (2003). Complementarity of interpersonal behaviors in dyadic interactions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(9), 1082–1090. <https://doi.org/10.1177/0146167203253474>

Martin, J., Young, L. i McAuliffe, K. (2019). *The psychology of partner choice*.

<https://doi.org/10.31234/osf.io/weqhz>

Masuda, Y. J., Williams, J. R. i Tallis, H. (2020). Does life satisfaction vary with time and income? Investigating the relationship among free time, income, and life satisfaction. *Journal of Happiness Studies* 13(5), 821–832.

<https://doi.org/10.1007/s10902-020-00307-8>

Mazur, A. (2005). *Biosociology of dominance and deference*. Rowman & Littlefield Publishers.

Mazur, A. i Booth, A. (1998). Testosterone and social dominance in men. *Behavioral and Brain Sciences*, 21(3), 353–397.

McAdams, D.P. (2017). The appeal of the primal leader: Human evolution and Donald J. Trump. *Evolutionary Studies in Imaginative Culture*, 1(2), 1-13.

Mehmetoglu, M. i Määttänen, I. (2021). Norwegian men and women value similar mate traits in short-term relationships. *Evolutionary Psychology*, 18(4).

<https://doi.org/10.1177/1474704920979623>

- Melamed, T. (1992). Personality correlates of physical height. *Personality and Individual Differences*, 13(12), 1349–1350.
[https://doi.org/10.1016/0191-8869\(92\)90179-S](https://doi.org/10.1016/0191-8869(92)90179-S)
- Mihalcea, A, Iliescu, D., Dinc, M (2013). The Influence of the educational level on couple relationships. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 78, 41–45.
<https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2013.04.247>
- Mikulincer, M. I Shaver, P. R. (2016). *Attachment in adulthood: Structure, dynamics, and change* (2nd ed.). Guilford Press.
- Mileva, V. R., Jones, A. L., Russell, R. i Little, A. C. (2016). Sex differences in the perceived dominance and prestige of women with and without cosmetics. *Perception*, 45(10), 1166–1183. <https://doi.org/10.1177/0301006616652053>
- Milgram, S. (1965). Some conditions of obedience and disobedience to authority. *Human Relations*, 18(1), 57–76. <https://doi.org/10.1177/001872676501800105>
- Mina, T., Abdelgawad, M. i Soliman, Y. (2018). Dominance in romantic relationships: Implications for relationship satisfaction. *Undergraduate Research Journal*, 6, 1-10.
https://www.researchgate.net/publication/383790383_Dominance_in_Romantic_Relationships
- Mirowsky, J. i Ross, C. E. (2003). *Education, social status, and health*. Aldine de Gruyter.
- Mitchell, R. L., Bae, K. K., Case, C. R. i Hays, N. A. (2020). Drivers of desire for social rank. *Current Opinion in Psychology*, 33, 189–195.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.07.027>

- Montoya, R. M. (2008). I'm hot, so I'd say you're not: The influence of objective physical attractiveness on mate selection. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1315–1331. <https://doi.org/10.1177/0146167208320387>
- Moskowitz, D. S., Suh, E. J. i Desaulniers, J. (1994). Situational influences on gender differences in agency and communion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(4), 753–761. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.66.4.753>
- Nan Wang, Y. (2015). Authenticity and relationship satisfaction: Two distinct ways of directing power to self-esteem. *Plos ONE*, 10(12), Article 0146050. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0146050>
- Nash, R., Fieldman, G., Hussey, T., Lévesque, J.-L. i Pineau, P. (2006). Cosmetics: They influence more than caucasian female facial attractiveness. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(2), 493–504. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00016.x>
- Neyer, F. J. i Voigt, D. (2004). Personality and social network effects on romantic relationships: A dyadic approach. *European Journal of Personality*, 18(4), 279–299. <https://doi.org/10.1002/per.519>
- Nwafor, C. E. (2009). Influence of couple's education attainment on marital satisfaction. *Reveiw of Behavioral Sciences*, 2 (2), 1–10. <https://ssrn.com/abstract=2829367>
- Nye, J. (2017). Soft power: the origins and political progress of a concept. *Palgrave Communications*, 3, Article 17008. <https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.8>
- Okimoto, T. G. i Brescoll, V. L. (2010). The price of power: Power seeking and backlash against female politicians. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(7), 923–936. <https://doi.org/10.1177/0146167210371949>

- Overall, N. C., Fletcher, G. J. O. i Simpson, J. A. (2006). Regulation processes in intimate relationships: The role of ideal standards. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(4), 662–685. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.4.662>
- Panchal, S. i Gill, T. (2020). When size does matter: Dominance versus prestige based status signaling. *Journal of Business Research*, 120, 539–550. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.0>
- Peetz, J. i MacDonald, G.(2025). Making (enough for) love: The association of income and relationship readiness. *Journal of Marriage and Family*, 0, 1–13. <https://doi.org/10.1111/jomf.70000>
- Pietromonaco, P. R., Overall, N. C., Beck, L. A. i Powers, S. I. (2021). Is low power associated with submission during marital conflict? Moderating roles of gender and traditional gender role beliefs. *Social Psychological and Personality Science*, 12(2), 165–175. <https://doi.org/10.1177/1948550620904609>
- Piff, P. K. (2014). Wealth and the inflated self: class, entitlement, and narcissism. *Personality & Social Ppsychology Bulletin*, 40(1), 34–43. <https://doi.org/10.1177/0146167213501699>
- Pirrone, D., Sels, L. i Verhofstadt, L. (2023). Relational needs frustration: An observational study on the role of negative (dis)engaging emotions. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1232125. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1232125>
- Plouffe, R. A. i Tremblay, P. F. (2017). The relationship between income and life satisfaction: Does religiosity play a role? *Personality and Individual Differences*, 109, 67–71. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.12.044>
- Rahal, D., Fales, M. R., Haselton, M. G., Slavich, G. M. i Robles, T. F. (2021). Cues of social status: Associations between attractiveness, dominance, and status.

Evolutionary Psychology, 19(0), Article 14747049211056160.

<https://doi.org/10.1177/14747049211056160>

Re D. E. i Rule N. O. (2016). Appearance and physiognomy. U: D. Matsumoto, C. H.

Hwang i M. G. Frank (Ur.), *APA handbook of nonverbal communication* (str. 221–256). American Psychological Association.

Redhead, D., Cheng, J. T., Driver, C., Foulsham, T. i O'Gorman, R. (2019). On the dynamics of social hierarchy: A longitudinal investigation of the rise and fall of prestige, dominance, and social rank in naturalistic task groups. *Evolution and Human Behavior*, 40(2), 222–234.

<https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2018.12.001>

Regan, P. C., Levin, L., Sprecher, S., Christopher, F. S. i Kelvin, E. A. (2000). Partner preferences: What characteristics do men and women desire in their short-term sexual and long-term romantic partners. *Journal of Psychology & Human Sexuality*, 12(3), 1–21. https://doi.org/10.1300/J056v12n03_01

Reis, H. T. i Shaver, P. (1988). Intimacy as an interpersonal process. U: S. Duck, D. F. Hay, S. E. Hobfoll, W. Ickes i B. M. Montgomery (Ur.), *Handbook of personal relationships: Theory, research and interventions* (str. 367–389). John Wiley & Sons.

Rhodes, G. (2006). The evolutionary psychology of facial beauty. *Annual Review of Psychology*, 57(1), 199–226.

<http://doi.org/10.1146/annurev.psych.57.102904.190208>

Richard, F. D., Bond, C. F., Jr. i Stokes-Zoota, J. J. (2003). One hundred years of social psychology quantitatively described. *Review of General Psychology*, 7(4), 331–363.

- Ridgeway, C. L. (2009). *Status construction theory. In framed by gender: How gender inequality persists in the modern world*. Oxford University Press.
- Roberts, B. W., Kuncel, N. R., Shiner, R., Caspi, A. i Goldberg, L. R. (2007). The power of personality: The comparative validity of personality traits, socioeconomic status, and cognitive ability for predicting important life outcomes. *Perspectives on Psychological Science* 2(4), 313–345.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2007.00047.x>
- Robins, R. W., Caspi, A. i Moffitt, T. E. (2000). Two personalities, one relationship: both partners' personality traits shape the quality of their relationship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(2), 251–259.
<https://doi.org/10.1037//0022-3514.79.2.251>
- Robins, R. W., Caspi, A. i Moffitt, T. E. (2002). It's not just who you're with, it's who you are: personality and relationship experiences across multiple relationships. *Journal of Personality*, 70(6), 925–964. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.05028>
- Robles, T. F., Slatcher, R. B., Trombello, J. M. i McGinn, M. M. (2014). Marital quality and health: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 140(1), 140–187.
<https://doi.org/10.1037/a0031859>
- Rosseel, Y. (2012). Lavaan: An R package for structural equation. *Journal of Statistical Software*, 48(2). www.jstatsoft.org.
- Rucker, D. D., Galinsky, A. D. Dubois, D. (2011). Power and consumer behavior: How power shapes who and what consumers value. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 352–368. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.06.001>

- Rudman, L. A. i Glick, P. (2002). Prescriptive gender stereotypes and backlash toward agentic women. *Journal of Social Issues*, 57(4), 743–762.
<https://doi.org/10.1111/0022-4537.00239>
- Rudman, L. A. i Glick, P. (2008). *The social psychology of gender: How power and intimacy shape gender relations*. Guilford Press.
- Rudman, L. A., Moss-Racusin, C. A. i Nauts, S. (2012). Status incongruity and backlash effects: Defending the gender hierarchy motivates prejudice against female leaders. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 165–179.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.10.008>
- Rusbult, C. E. (1983). A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(1), 101–117.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.1.101>
- Rusbult, C. E. i Van Lange, P. A. M. (2003). Interdependence, interaction, and relationships. *Annual Review of Psychology*, 54, 351–375.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145059>
- Rusbult, C. E., Martz, J. M. i Agnew, C. R. (1998). The investment model scale: Measuring commitment level, satisfaction level, quality of alternatives, and investment size. *Personal Relationships*, 5(4), 357–387.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.1998.tb00177.x>
- Russell, R. (2003). Sex, beauty, and the relative luminance of facial features. *Perception*, 32(9), 1093–1107. <https://doi.org/10.1068/p5101>
- Sadalla, E. K., Kenrick, D. T. i Vershure, B. (1987). Dominance and heterosexual attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(4), 730–738.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.4.730>

- Sadikaj, G., Moskowitz, D. S. i Zuroff, D. C. (2016). Negative affective reaction to partner's dominant behavior influences satisfaction with romantic relationship. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(8), 1324–1346.
<https://doi.org/10.1177/0265407516677060>
- Salinas-Jiménez, M. del M., Artés, J. i Salinas-Jiménez, J. (2010). Education as a positional good: A life satisfaction approach. *Social Indicators Research*, 103(3), 409–426.
- Sassler, S. i Miller, A. J. (2011). Waiting to be asked: gender, power, and relationship progression among cohabiting couples. *Journal of Family Issues*, 32(4), 482–506. <https://doi.org/10.1177/0192513X10391045>
- Schaffhuser, K., Allemand, M. i Martin, M. (2014). Personality traits and relationship satisfaction in intimate couples: Three perspectives on personality. *European Journal of Personality*, 28(2), 120–133. <https://doi.org/doi:10.1002/per.1948>
- Scheib, J. E. (2001). Context-specific mate choice criteria: Women's trade-offs in the contexts of long-term and extra-pair mateships. *Personal Relationships*, 8(4), 371–389. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2001.tb00046.x>
- Schmitt, D. P. (2002). Personality, attachment and sexuality related to dating relationship outcomes: Contrasting three perspectives on personal attribute interaction. *British Journal of Social Psychology*, 41(4), 589–610.
<https://doi.org/10.1348/014466602321149894>
- Schultheiss, O. C. i Brunstein, J. C. (2001). Assessment of implicit motives with a research version of the TAT: Picture profiles, gender differences, and relations to other personality measures. *Journal of Personality Assessment*, 77(1), 71–86.
https://doi.org/10.1207/S15327752JPA7701_05

- Schultz, T. W. (1960). Capital formation by education. *Journal of Political Economy*, 68(6), 571–583. <https://doi.org/10.1086/258393>
- Sekścińska, K., Jaworska, D. u Rudzińska-Wojciechowska, J. (2024). Personal sense of power predicts financial risk-taking propensity: But only when risk-related decisions are made without cognitive load. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/17470218241280654>
- Sell, A., Lukazsweski, A. W. i Townsley, M. (2017). Cues of upper body strength account for most of the variance in men's bodily attractiveness. *Proceedings of the Royal Society B*, 284(1869). <https://doi.org/10.1098/rspb.2017.1819>
- 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>
- Simpson, J. A. (1987). The dissolution of romantic relationships: Factors involved in relationship stability and emotional distress. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(4), 683–692. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.4.683>
- Simpson, J. A. (2007). Psychological foundations of trust. *Current Directions in Psychological Science*, 16(5), 264-268. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00517.x>
- Simpson, J. A., Farrell, A. K., Oriña, M. M. i Rothman, A. J. (2015). Power and social influence in relationships. U: M. Mikulincer, P. R. Shaver, J. A. Simpson i J. F. Dovidio (Ur.), *APA handbook of personality and social psychology, Vol. 3. Interpersonal relations* (str. 393–420). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14344-015>

- Snyder, J. K., Kirkpatrick, L. A. i Barrett, H. C. (2008). The dominance dilemma: Do women really prefer dominant mates? *Personal Relationships*, 15(4), 425–444.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2008.00208.x>
- Sprecher, S. i Regan, P. C. (2002). Liking some things (in some people) more than others: Partner preferences in romantic relationships and friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 19(4), 463–481.
<https://doi.org/10.1177/0265407502019004048>
- Stas, L, Kenny, D. A., Mayer, A. i Loeys, T. (2018). Giving dyadic data analysis away: A user-friendly app for Actor-Partner Interdependence Models. *Personal Relationships*, 25(1), 103–119. <https://doi.org/10.1111/pere.12230>
- Stevanovic, M., Henttonen, P., Kahri, M. i Koski, S. E. (2019). Affiliation and dominance in female and male dyads: When discoordination makes happy. *Gender Issues*, 36(3), 201–235. <https://doi.org/10.1007/s12147-018-9218-0>
- Suessenbach, F., Loughnan, S., Schönbrodt, F. D. i Moore, A. B. (2018). 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>
- Swami, V., Stieger, S., Haubner, T., Voracek, M. i Furnham, A. (2009). Evaluating the physical attractiveness of oneself and one's romantic partner: Individual and relationship correlates of the love-is-blind bias. *Journal of Individual Differences*, 30(1), 35–43. <https://doi.org/10.1027/1614-0001.30.1.35>
- Sznycer, D. (2022). Value computation in humans. *Evolution and Human Behavior*, 43(5), 367–380. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2022.06.002>
- Šimunić, A. (2024). Gender role attitudes and striving for achievement as antecedents of work-family conflict in employed spouses in croatia. *Revija za socijalnu politiku*, 31(1), 53-79. <https://doi.org/10.3935/rsp.v31i1.1871>

- Tadinac, M. i Hromatko, I. (2007). Own mate value and relative importance of a potential mate's qualities. *Studia Psychologica*, 49(3), 251–264.
- Tan, L. K. L., Folwarczny, M., Otterbring, T, Li, P. N. (2024). Hot at the top: The influence of self-rated attractiveness on self-perceived status, *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 7, Article 100205.
<https://doi.org/10.1016/j.cresp.2024.100205>
- Tartakovsky E. (2023). The psychology of romantic relationships: motivations and mate preferences. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1273607.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1273607>
- Thibaut, J. i Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. Wiley.
- Thorne, B. i Henley, N. (1975). *Language and sex: Difference and dominance*. Rowley, MA: Newbury House.
- 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. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.84.3.558>
- Timmers, M., Fischer, A. H. i Manstead, A. S. R. (1998). Gender differences in motives for regulating emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(9), 974–985. <https://doi.org/10.1177/0146167298249005>
- Totenhagen, C. J., Wilmarth, M. J., Serido, J. i Betancourt, A. E. (2018). Do day-to-day finances play a role in relationship satisfaction? A dyadic investigation. *Journal of Family Psychology*, 32(4), 528–537. <https://doi.org/10.1037/fam0000406>
- Trivers, R. L. (1972). Parental investment and sexual selection. U: B. Campbell (Ur.), *Sexual selection and the descent of man: 1871-1971* (str. 136–179). Aldine.

- Udry, J. R. i Eckland, B. K. (1984). Benefits of being attractive: Differential payoffs for men and women. *Psychological Reports*, 54(1), 47–56.
<https://doi.org/10.2466/pr0.1984.54.1.47>
- Van Vugt, M. i Smith, J. E. (2019). A dual model of leadership and hierarchy: Evolutionary Synthesis. *Trends in Cognitive Sciences*, 23(11), 952–967.
<https://doi.org/10.1016/j.tics.2019.09.004>
- Vinokur, A. D., Price, R. H. i Caplan, R. D. (1996). Hard times and hurtful partners: how financial strain affects depression and relationship satisfaction of unemployed persons and their spouses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(1), 166–179. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.71.1.166>
- Vogler, C., Lyonette, C. i Wiggins, R. D. (2008). Money, power and spending decisions in intimate relationships. *The Sociological Review*, 56(1), 117–143.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2008.00779.x>
- Wade, T. J. i McCrea, S. (1999). Intrasexual competition and contrast effects on men's self-ratings of attractiveness and social ascendancy : Status, physical fitness or looks? *Psychology, Evolution & Gender*, 1, 229-243.
- Watson, D. i Clark, L. A. (1994). *The PANAS-X: Manual for the positive and negative affect schedule - expanded form*. University of Iowa.
<https://doi.org/10.17077/48vt-m4t2>
- Watson, D., Klohnen, E. C., Casillas, A., Simms, E. N., Haig, J. i Berry, D. S. (2004). Match makers and deal breakers: Analyses of assortative mating in newlywed couples. *Journal of Personality*, 72(5), 1029–1068.
<https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00289.x>

- Whyte, S., Chan, H. F. i Torgler, B. (2018). Do men and women know what they want? Sex differences in online daters' educational preferences. *Psychological Science*, 29(8), 1370–1375. <https://doi.org/10.1177/0956797618771081>
- Wiggins, J. S. i Trapnell, P. D. (1996). A dyadic-interactional perspective on the five-factor model. U: J. S. Wiggins (Ur.), *The five-factor model of personality: Theoretical perspectives* (str. 88–162). Guilford Press.
- Williams, M. J. i Tiedens, L. Z. (2016). The subtle suspension of backlash: A meta-analysis of penalties for women's implicit and explicit dominance behavior. *Psychological Bulletin*, 142(2), 165–197. <https://doi.org/10.1037/bul0000039>
- Wilson, K. L., Lizzio, A. J., Zauner, S., i Gallois, C. (2001). *Sex Roles*, 44(3/4), 129–154. <https://doi.org/10.1023/A:1010998802612>
- Winch, R. F. (1954). The theory of complementary needs in mate selection: An analytic and descriptive study. *Annual Social Review*, 19, 241–249.
- Winch, R. F. (1967). Another look at the theory of complementary needs in mate-selection. *Journal of Marriage and the Family*, 29(4), 756–762. <https://doi.org/10.2307/349229>
- Witmer, J., Rosenbusch, H. i Meral, E. O. (2025). The relative importance of looks, height, job, bio, intelligence, and homophily in online dating: A conjoint analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 17, Article 100579. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100579>
- Yong-Kwan, J. i Yong-Kwan, L. (2025). Dominance needs, gender, and leader emergence in self-managed work teams. *Gender in Management: An International Journal*, 40 (1), 24–42. <https://doi.org/10.1108/GM-11-2023-0417>

- Zeigler-Hill, V. i McCabe, G. A. (2019). An evolutionary perspective on the role of status in close relationships. U: C. R. Agnew i J. J. Harman (Ur.), *Advances in personal relationships. Power in close relationships* (str. 9–27). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108131490.002>
- Zhang, C. Liang, Y. (2023) The impact of education level on marital satisfaction: Evidence from China. *Social Sciences & Humanities Open*, 7(1), Article100487. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100487>
- Zhang, J., Yang, W., Hennessy, D., A. (2024). Couples' educational comparability and their marital satisfaction. *Interdisciplinary Education and Psychology*, 4(1). <https://doi.org/10.31532/InterdiscipEducPsychol.4.1.003>

8. ILUSTRACIJE

8.1. Popis tablica

Tablica 1. Deskriptivni podaci za dob,tjelesnu visinu, financijske resurse i tjelesnu privlačnost prema spolu.....	48
Tablica 2. Deskriptivni podaci za mjerne instrumente u prvom istraživanju	49
Tablica 3. T-test razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama prvog istraživanja	49
Tablica 4. Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli prvog istraživanja za muškarce.....	51
Tablica 5. Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli prvog istraživanja za žene	52
Tablica 6. T-test razlike između muškaraca i žena u procjeni poželjnosti opisanih osoba	53
Tablica 7. Rezultati mješovite analize varijance kada muškarci procjenjuju poželjnost žene koja pokazuje različite stupnjeve dominacije i ugleda	54
Tablica 8. Rezultati mješovite analize varijance kada žene procjenjuju poželjnost muškarca koji pokazuje različite stupnjeve dominacije i ugleda	56
Tablica 9. Deskriptivni podaci sociodemografskih varijabli drugog istraživanja prema spolu	71
Tablica 10. Uparene t-test razlike između muškaraca i žena u glavnim varijablama drugog istraživanja	72
Tablica 11. Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli drugog istraživanja za muškarce.....	74
Tablica 12. Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih varijabli drugog istraživanja za žene.....	76

Tablica 13. Pearsonovi koeficijenti korelacije između sociodemografskih varijabli, tjelesne visine i tjelesne privlačnosti za muškarce i žene	78
Tablica 14. Pearsonovi koeficijenti korelacije između glavnih konstrukata drugog istraživanja za muškarce i žene	80
Tablica 15. Aktorski i partnerski efekti dominacije na negativne emocije u vezi	82
Tablica 16. Aktorski i partnerski efekti ugleda na negativne emocije u vezi	84
Tablica 17. Aktorski i partnerski efekti dominacije na pozitivne emocije u vezi	86
Tablica 18. Aktorski i partnerski efekti ugleda na pozitivne emocije u vezi	88
Tablica 19. Aktorski i partnerski efekti pozitivnih emocija muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi	90
Tablica 20. Aktorski i partnerski efekti negativnih emocija muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi	92
Tablica 21. Aktorski i partnerski efekti dominacije na osjećaj moći	94
Tablica 22. Aktorski i partnerski efekti ugleda na osjećaj moći u vezi	96
Tablica 23. Aktorski i partnerski efekti moći muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi	98
Tablica 24. Aktorski i partnerski efekti dominacije muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi	100
Tablica 25. Aktorski i partnerski efekti ugleda muškaraca i žena na zadovoljstvo u vezi	102
Tablica 26. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi za muškarce	104
Tablica 27. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije, ugleda i zadovoljstva u vezi za žene	106
Tablica 28. Moderirana medijacija visine primanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce	116

Tablica 29. Moderirana medijacija visine primanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene	118
Tablica 30. Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce.....	119
Tablica 31. Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene	121
Tablica 32. Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce	122
Tablica 33. Moderirana medijacija stupnja obrazovanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene.....	123
Tablica 34. Moderirana medijacija visine primanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce	125
Tablica 35. Moderirana medijacija visine primanja na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene.....	126
Tablica 36. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce	127
Tablica 37. Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za muškarce	128
Tablica 38. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene.....	129
Tablica 39. Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između dominacije, moći i zadovoljstva za žene	130
Tablica 40. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce	131

Tablica 41. Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za muškarce.....	132
Tablica 42. Moderirana medijacija tjelesne visine na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene.....	134
Tablica 43. Moderirana medijacija samoprocjene privlačnosti na odnos između ugleda, moći i zadovoljstva za žene	135

8.2. Popis slika

Slika 1. Grafički prikaz teorijskog modela istraživanja	37
Slika 2. Dijagram interakcije dominacije i ugleda s vrstom veze (kratkoročna i dugoročna) kada muškarci procjenjuju poželjnost žene.....	54
Slika 3. Dijagram interakcije dominacije i ugleda i vrste veze (kratkoročna i dugoročna) kada žene procjenjuju poželjnost muškarca	57
Slika 4. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na negativne emocije u vezi	83
Slika 5. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na negativne emocije u vezi	85
Slika 6. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na pozitivne emocije u vezi	87
Slika 7. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na pozitivne emocije u vezi	89
Slika 8. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata pozitivnih emocija na zadovoljstvo u vezi	90
Slika 9. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata negativnih emocija na zadovoljstvo u vezi.....	92
Slika 10. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na osjećaj moći u vezi	95
Slika 11. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na osjećaj moći u vezi	96
Slika 12. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata moći na zadovoljstvo u vezi..	98
Slika 13. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata dominacije na zadovoljstvo u vezi	100

Slika 14. Dijagram traga aktorskih i partnerskih efekata ugleda na zadovoljstvo u vezi	102
Slika 15. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije i zadovoljstva u vezi za muškarce	105
Slika 16. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između ugleda i zadovoljstva u vezi za muškarce.....	105
Slika 17. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između dominacije i zadovoljstva u vezi za žene	107
Slika 18. Medijacija pozitivnih i negativnih emocija između ugleda i zadovoljstva u vezi za žene	107
Slika 19. Dijagram traga medijacijskih dijadnih efekata negativnih emocija na odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi.....	108
Slika 20. Dijagram traga medijacijskih dijadnih efekata pozitivnih emocija na odnos između dominacije i zadovoljstva u vezi.....	110
Slika 21. Dijagram traga medijacijskih dijadnih efekata pozitivnih emocija na odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi	112
Slika 22. Dijagram traga dijadnih medijacijskih efekata negativnih emocija na odnos između ugleda i zadovoljstva u vezi	114

9. PRILOZI

9.1. Čestice uzete iz skala motiva dominacije i ugleda za konstrukciju vinjeta

Motiv dominacije:

- 6. Uživam kada druge mogu podčiniti svojoj volji.
- 7. Radije pokušavam kontrolirati druge nego im dopustiti da oni kontroliraju mene.
- 10. Spreman sam se koristiti agresijom kako bih proveo svoju volju.
- 15. Kada me ljudi izazovu, spreman sam ih grubo poniziti.

Motiv ugleda:

- 11. Kada postignem nešto izuzetno često to podijelim s drugima.
- 14. Biti uspješan znači biti poštovan.
- 28. Važno mi je dobiti priznanje od drugih.
- 30. Važno mi je biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi.

9.2. Vinjete s opisom muškaraca i žena

Opis muškarca koji pokazuje visoki motiv dominacije i ugleda

Ivan je visok 180 centimetara i težak je 75 kg. On je upravo, s velikom većinom glasova, postao predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njegov opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa.

Ukratko, Ivan radije pokušava kontrolirati druge nego im dopustiti da oni kontroliraju njega. Uz to, kada ga ljudi izazovu, spreman ih je grubo poniziti. On uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivan to često podijeli s drugima. Važno mu je dobiti priznanje od drugih. Isto tako, važno mu je biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi. Za Ivana, biti uspješan znači biti poštovan. Konačno, on je ponekad spreman koristiti se agresijom kako bi proveo svoju volju.

Opis muškarca koji pokazuje visoki motiv dominacije i nizak motiv ugleda

Ivan je visok 180 centimetara i težak je 75 kg. On je upravo, s velikom većinom glasova, postao predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njegov opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa.

Ukratko, Ivan radije pokušava kontrolirati druge nego im dopustiti da oni kontroliraju njega. Uz to, kada ga ljudi izazovu, spreman ih je grubo poniziti. On uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivan to rijetko podijeli s drugima. Nije mu važno dobiti priznanje od drugih. Isto tako, nije mu važno biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi. Ivan smatra da za uspjeh nije važno da li te drugi poštuju. Konačno, on je ponekad spreman koristiti se agresijom kako bi proveo svoju volju.

Opis muškarca koji pokazuje nizak motiv dominacije i ugleda

Ivan je visok 180 centimetara i težak je 75 kg. On je upravo, s velikom većinom glasova, postao predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njegov opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa.

Ukratko, Ivan će radije dopustiti drugima da oni kontroliraju njega nego li što će ih pokušavati sam kontrolirati. Uz to, kada ga ljudi izazovu, malo je vjerojatno da će ih grubo poniziti. On ne uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivan to rijetko podijeli s drugima. Nije mu važno dobiti priznanje od drugih. Isto tako, nije mu važno biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi. Ivan smatra da za uspjeh nije važno da li te drugi poštuju. Konačno, on nije spreman koristiti se agresijom kako bi proveo svoju volju.

Opis muškarca koji pokazuje nizak motiv dominacije i visoki motiv ugleda

Ivan je visok 180 centimetara i težak je 75 kg. On je upravo, s velikom većinom glasova, postao predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njegov opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa.

Ukratko, Ivan će radije dopustiti drugima da oni kontroliraju njega nego li što će ih pokušavati sam kontrolirati. Uz to, kada ga ljudi izazovu, malo je vjerojatno da će ih grubo poniziti. On ne uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivan to često podijeli s drugima. Važno mu je dobiti priznanje od drugih. Isto tako, važno mu je biti cijenjen i izazvati divljenje drugih ljudi. Za Ivana, biti uspješan znači biti poštovan. Konačno, on nije spreman koristiti se agresijom kako bi proveo svoju volju.

Opis žene koja pokazuje visoki motiv dominacije i ugleda

Ivana je visoka 166 centimetara i teška je 58 kg. Ona je upravo, s velikom većinom glasova, postala predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njezin opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa. Ukratko, Ivana radije pokušava kontrolirati druge, nego im dopustiti da oni kontroliraju nju. Uz to, kada ju ljudi izazovu, spremna ih je grubo poniziti. Ona uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivana to često podijeli s drugima. Važno joj je dobiti priznanje od drugih. Isto tako, važno joj je biti cijenjena i izazvati divljenje drugih ljudi. Za Ivanu, biti uspješna znači biti poštovana. Konačno, ona je ponekad spremna koristiti se agresijom kako bi provela svoju volju.

Opis žene koja pokazuje visoki motiv dominacije i nizak motiv ugleda

Ivana je visoka 166 centimetara i teška je 58 kg. Ona je upravo, s velikom većinom glasova, postala predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njezin opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa. Ukratko, Ivana radije pokušava kontrolirati druge, nego im dopustiti da oni kontroliraju nju. Uz to, kada ju ljudi izazovu, spremna ih je grubo poniziti. Ona uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivana to rijetko podijeli s drugima. Nije joj važno dobiti priznanje od drugih. Isto tako, nije joj važno biti cijenjena i izazvati divljenje drugih ljudi. Ivana smatra da za uspjeh nije važno da li te drugi poštuju. Konačno, ona je ponekad spremna koristiti se agresijom kako bi provela svoju volju.

Opis žene koja pokazuje nizak motiv dominacije i ugleda

Ivana je visoka 166 centimetara i teška je 58 kg. Ona je upravo, s velikom većinom glasova, postala predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njezin opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa. Ukratko, Ivana će radije dopustiti drugima da oni kontroliraju nju, nego li što će ih pokušavati sama kontrolirati. Uz to, kada ju ljudi izazovu, malo je vjerojatno da će ih grubo poniziti. Ona ne uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivana to rijetko podijeli s drugima. Nije joj važno dobiti priznanje od drugih. Isto tako, nije joj važno biti cijenjena i izazvati divljenje drugih ljudi. Ivana smatra da za uspjeh nije važno da li te drugi poštuju. Konačno, ona nije spremna koristiti se agresijom kako bi provela svoju volju.

Opis žene koja pokazuje nizak motiv dominacije i visoki motiv ugleda

Ivana je visoka 166 centimetara i teška je 58 kg. Ona je upravo, s velikom većinom glasova, postala predsjednik studentske udruge. U nastavku slijedi njezin opis koji je potrebno pažljivo pročitati. Dok čitate, razmišljajte o tome koliko Vam se ta osoba sviđa. Ukratko, Ivana će radije dopustiti drugima da oni kontroliraju nju, nego li što će ih pokušavati sama kontrolirati. Uz to, kada ju ljudi izazovu, malo je vjerojatno da će ih grubo poniziti. Ona ne uživa kada druge može podčiniti svojoj volji. Uz sve to, kada postigne nešto izuzetno, Ivana to često podijeli s drugima. Važno joj je dobiti priznanje od drugih. Isto tako, važno joj je biti cijenjena i izazvati divljenje drugih ljudi. Za Ivanu, biti uspješna znači biti poštovana. Konačno, ona nije spremna koristiti se agresijom kako bi provela svoju volju.