

A „Multicultural Masculinity Ideology Scale” magyar adaptációjának létrehozása és pszichometriai vizsgálata

Pálffy Patrik

PPKE BTK Pszichológiai Intézet, egyetemi tanársegéd

Creation and Psychometric Testing of the Hungarian Adaptation of the Multicultural Masculinity Ideology Scale.

Abstract: The study presents the development and psychometric evaluation of the Hungarian adaptation of the Multicultural Masculinity Ideology Scale. Following a standard translation–back-translation procedure, the instrument was administered online using a custom data-collection interface (Psinquiry) to a convenience sample of 155 participants (21.9% male; $M_{age} = 26.59$). Reliability analyses yielded acceptable internal consistencies for both factors identified in the original scale. Exploratory factor analysis supported a two-factor structure comparable to the original model, labelled “performance” and “hypermasculine posturing”. Group comparisons indicated no gender differences on the performance factor, whereas men scored significantly higher on hypermasculine posturing. Further analyses revealed no differences across categories of relationship status. Overall, the results suggest that the Hungarian MMIS exhibits adequate psychometric properties and can serve as a useful tool for assessing internalised masculinity ideologies in diverse cultural contexts.

Absztrakt

A tanulmány a Multicultural Masculinity Ideology Scale magyar változatának létrehozását és pszichometriai vizsgálatát mutatja be. A fordítás–vissza fordítás eljárást követően a kérdőívet egy saját fejlesztésű online felületen (Psinquiry) vettük fel 155 fős kényelmi mintán ($M_{kor} = 26,59$; 21,9% férfi). A megbízhatósági mutatók mindkét faktornál megfelelőnek bizonyultak. A feltáró faktoranalízis két, az eredetivel összevethető faktort azonosított: a teljesítményt és a hipermaszkulin pózolás. A nemek közötti összehasonlítás a teljesítmény faktoron nem mutatott különbséget, míg a hipermaszkulin pózolás esetében a férfiak szignifikánsan magasabb pontszámot értek el. A családi állapot mentén egyik skálán sem találtunk szignifikáns eltérést. Eredményeink alapján a magyar MMIS megfelelő pszichometriai tulajdonságokkal rendelkezik és alkalmas a maszkulin ideológiák internalizáltságának hazai mintán történő vizsgálatára.

I. Bevezetés

I.1. Maszkulinitás és feminizmus

A médiában, a női magazinokban és a férfiaknak szóló hirdetésekben gyakran találkozunk a maszkulinitás társadalmi normáival. Sűrűn hallhatjuk a „macsó” és a „kemény” jelzőt a férfiakkal kapcsolatban. Például vegyük az Old Spice reklámjait. A cég médiakampányának fő arca Terry Crews amerikai színész, volt NFL-játékos, aki a reklámok nagy részében meztelen felsőtesttel, izmait megfeszítve szerepel, rendszerint kiabálva és hangsúlyozva, hogy akkor lehet valaki igazán férfias, ha kemény és tele van erővel. Ugyanígy gyakran előfordul a médiában a „megváltozott”, „elnőiesedett”, „sérülékeny” jelző a férfiakra, természetesen negatív felhanggal. Ilyen például a Penny Market 2017-es karácsonyi reklámja, amelyben a férfit folyamatosan elnyomja a

feleség, bármilyen ötletet is hoz fel, vagy a Nasivin férfi nátháról szóló reklámja, amely a férfit gyenge, tehetetlen embernek mutatja be, mikor náthás.

Ha egy kicsit tudományosabb szemszögből vizsgáljuk a kérdést, és nem csak a médiareprezentációkra vagyunk kíváncsiak, a *masculinity* szót egy tudományos adatbázisba beírva százával kaphatunk cikkeket a kérdés szakmai olvasatáról: a maszkulinitás eredetileg a femininitás ellenpólusaként létrejövő fogalom (Constantinople, 1973), később pedig személyiségjeggyé, karakterisztikává vált (Bem, 1974). Nem univerzális adottság, hanem a kultúra és a történelem fejlődésével változó, „különös emberi tapasztalás” (Hadas, 2009).

Visszatekintve e tudományos munkák történetére, az 1940–50-es évekre tehetőek azok a publikációk, amelyek először foglalkoztak a nemi szerepekkel, főként a szociológia egyik irányzatán, a funkcionalizmuson keresztül. Az első és egyik legfontosabb tanulmány a témában Parsons és Bales (1953) nevéhez köthető, akik különbséget tettek a családi szocializáción belül férfi és nő között, a felbontás alapja pedig a funkcionalitás volt. Így határozták meg az instrumentális férfi és az expresszív női nemi szerepeket. Előbbi a férfi pénzkereső, családfői funkcióira, míg utóbbi a nő családban betöltött szerepére, gondoskodására, érzelemkifejezésére utal.

Sok kritika érte azonban a fenti férfi–nő dichotómiában gondolkodó elméletalkotókat, például, hogy a modelljeik nem empirikus úton születnek, és tévesen következtetnek arra, hogy a normák és a személyiség között összhang van. Az egyik kritikus szakember, Joseph Pieck szerint rugalmatlan és életidegen a biológiai alapon való determináltság gondolata, és az ilyen elméletek kutatói nem képesek megragadni a változási folyamatokat (Pieck, 1976).

1.2. Gender és maszkulinitás

Ez a szembenállás az alapja a hazánkban és világszerte is felkapott témának, a *gender*nek. A gender studies, vagy más néven a társadalmi nemek tudománya különbséget tesz a biológiai nem és a társadalmi nem között. Utóbbi azoknak a tulajdonságoknak és viselkedéseknek az összessége, melyeket a társadalom a biológiai neme alapján elvár az egyéntől, például „a fiúk nem sírnak”, vagy „a nők helye a konyhában van”. A genderelmélet képviselőinek álláspontja, hogy ezek a sztereotípiák nem a biológiai nem által meghatározottak, és az emberek a testfelépítésük alapján nem determinálhatók e szerepekre. Mondhatjuk persze, hogy ezek a megállapítások általában igazak a nőkre vagy a férfiakra, de ez nem biológiai alapú, hanem a nemiségi normák elsajátításából fakad, melyeket a nevelésünk során internalizálunk. Bizonyos cselekedetekért jutalmazásban részesülünk (lányok a babázásért), bizonyos megnyilvánulásokért azonban büntetésben (fiúk a sírásért). Ha valaki eltér e normáktól, azt természetellenesnek tartják, illetve az illetőt megbélyegzik (Nagy, 2014).

A legfontosabb megállapítás, amit érdemes szem előtt tartani, hogy a nemek közti különbség jóval kisebb, mint az egyes nemeken belüli egyéni különbségek. Nem minden

férfi macsó, kemény, illetve nem minden nő emocionális és intuitív. Már egyes tulajdonságokat is felcímkézünk férfiasnak vagy nőiesnek, így előbbihez tartozik például az ambíciózusság, a határozottság vagy az önállóság, és ha egy nő rendelkezik ezekkel a tulajdonságokkal, akkor gyakran negatív értelemben karrieristának tartják (Fiske et al., 2002).

A társadalmi nemről, a nemi szerepekről és a feminizmusról sok szó esik, de ezeknek inkább a nők egyenjogúságára vonatkozó oldala kerül megvilágításra: sokkal többet foglalkozunk a női egyenjogúsággal, a XXI. századi női nemi szerepekkel, mint a férfiakkal. Ez rendben is van, ha a feminista elméletek közül az úgynevezett identitásparadigma nézeteit képviseljük, vagyis, hogy a feminizmus a nők válasza az elnyomásukra és a kisebbségi érzésekre.

Azon felül, hogy a feminizmus kérdéskörében szerepet kell vállalnia a férfiaknak, óhatatlanul kihatással van a nők emancipációja a férfiak megítélésére, a felénk támasztott elvárásokra, az életükre. A férfiak gyakran azért is vetik el az egyenlőség lehetőségét, mert félnek az eddigi privilégiumaik elvesztésétől, a hegemon férfiideál csorbulásától.

A hegemon maszkulinitás elmélete Connell (2005) nevéhez fűződik, amelyben megfogalmazza azokat az intézményesült kódokat, normákat, amelyek irányítják, szabályozzák vagy sok esetben gátolják a férfiak életét. Ez a maszkulinitáskonstrukció hatalmat biztosít mind a női nem, mind más konstrukciók felett, és bár a fenntartása nehézséget (lelkit és fizikait egyaránt, például, hogy a férfiak nem fejezhetik ki nyíltan az érzéseiket, nem sírhatnak) okoz a férfiaknak, mégis pártolják, még úgy is, hogy kevesüknek sikerül elérni. Ha röviden akarjuk megfogalmazni, akkor a hegemon férfi a mindig aktuális kor versengő férfiideáljai közül győztesen kikerült szociális normarendszer, ideál követője (Connell, 2005).

Hogy megtudjuk, pontosan milyen tartalmakat és szociális normákat is foglal magában ez az eszme, O’Neil 1982-es tanulmányát kell megvizsgálnunk, amelyben kifejtette a *rejtélyes férfiasság* értékrendszerét. Ez olyan normák, attitűdök és viselkedések halmaza, melyek segítségével meghatározható a tradicionális férfiszerep (vagyis a családfenntartó, kemény, határozott és magabiztos, érzelmeit ki nem mutató férfi). Ami korábban a családi modell kialakításának alapja volt, mára inkább korlátozó, előíró skatulya lett. A férfiak ugyanakkor félnek az elnőiesedéstől, hiszen tilos például érzelmeiket kifejezniük (kivéve a haragot és a dühöt), ami a normarendszer szerint inkább női vonás. Ez egy kétélű kérdés, hiszen a fent említett hátrányokkal jár ennek a férfiképnek a fenntartása, viszont rengeteg előnyt, privilégiumot is jelent a számukra. A változás pedig nemcsak a nehézségekről, de az előnyökről való lemondást is jelenti.

Egyfajta, „konfliktusokkal terhelt, kölcsönös függőségi viszony” (Gardiner, 2002, 2) húzódik a maszkulinitással foglalkozó kutatók (vagy férfikutatók) és a feminizmus között.

A férfikutatók száma az 1970-es években kezdett növekedni a második hullámos feministákkal karöltve, akik a patriarchátusban, vagyis a férfiak nők felett gyakorolt uralkodásában látták a nemi egyenlőtlenségek fő okát. A maszkulinitást kutatók többnyire baloldali, értelmiségi férfiak, akik támogatják a feminizmust és kritikusak a funkcionális alapú nemi megkülönböztetéssel. A különbség, hogy a feminista kutatók bő tíz évvel később kezdtek csak el foglalkozni a férfikutató fő témájával, a férfi-férfi közötti viszonyok vizsgálatával (Hadas, 2009).

Ezen a ponton a következő kérdések merülnek fel: Vajon hogyan gondolkoznak a férfiak önmagukról? Hogyan gondolkoznak a nők a férfiakra? Vajon mekkora a szakadék e két nézet között? Milyen az ideális férfi az egyik és a másik fél szemüvegén keresztül? Hogy ezekre választ kaphassunk, szükségünk van egy olyan mérőeszközt, amelylyel hatékonyan tudjuk mérni az egyes nemek egymásról és önmagukról alkotott véleményét. A férfiakkal kapcsolatos tulajdonságok mérésére hozták létre a Multicultural Masculinity Ideology Scale-t, mely jelen dolgozat adaptációs folyamatának tárgya.

2. A Multicultural Masculinity Ideology Scale

A Multicultural Masculinity Ideology Scale (MMIS) (Doss & Hopkins, 1998) a kulturális normák adaptációját és internalizáltságát méri olyan értelemben, hogyan kell egy férfinak viselkednie. A kérdőív kialakítása során a sokszínűségekre törekedtek, és igyekeztek minél többféle kultúra normarendszerét figyelembe venni a végleges mérőeszköz létrehozásánál, hogy egy univerzálisan használható tesztet kapjanak.

Kétféle maszkulinitás irányzatot különböztetünk meg: a genderspecifikust és a gender-összehasonlító. A különbség köztük, hogy míg előbbi az adott nemre vonatkozó szabályszerűségeket határozza meg, addig utóbbi a másik nemhez viszonyítva teszi ezt (Levant et al., 1996).

Az MMIS genderspecifikus. Cronbach és Meehl (1955) öt validáló eljárása közül négyet elvégeztek a kérdőív készítői: a faktoranalízist, a csoportok közti különbség vizsgálatát, a teszt-reteszt és a belsőkonzisztencia-vizsgálatot. A fejlesztés során 769 emberrel vették fel a tesztet; közülük 503 volt férfi (mind hallgatók). A mintából 190 személy chilei, 283 fehér amerikai, és 296 fekete amerikai. A kérdőív kialakítása során a női válaszokat nem vették figyelembe. Olyan tételeket válogattak össze, amelyek egy vagy több országban a maszkulinitás központi elemére mutatnak rá, vagy amelyek segítségével rá lehet világítani a kultúrák közötti különbségekre. Ügyeltek rá, hogy a kérdőív egyenlő mennyiségben tartalmazzon elemeket minden általuk vizsgált kultúrából.

A fejlesztők gyakorlatilag két kérdőívet készítettek: egyet a már eddig említett maszkulin ideológia vizsgálatára, egy másikat pedig az ehhez kapcsolódó viselkedési elemek mérésére. E két kérdőív közül a jelen tanulmány az első adaptációját mutatja be.

Fontos különbséget tennünk a sztereotípiák, a férfi normák és a maszkulin ideológia között. A megalkotott eszköz az utóbbit méri, ami részben az első kettőből következik. Az ideológia gyakorlatilag a normák internalizálásával keletkezik. A

különbséget két példán keresztül szemléltetem: 1. „Az én kultúrámban nem elfogadható, ha egy férfi sír.” állítás a normákra vonatkozik; nem jelenik meg benne a személy véleménye, csupán az általános vélekedés. Ilyen tételleket tartalmazó kérdőívvel nem sok információt tudhatunk meg az adott személy gondolkodásáról, csak arról, mennyire tájékozott a kultúrája normarendszeréről. 2. Az „Úgy érzem, egy férfinak nem szabad sírnia.” állítás már sokkal inkább a kérdés internalizáltságáról, az ideológiáról, a személy saját véleményéről árulkodik.

További példa, hogy a fehér férfi középosztály elsődlegesen a státuszt és a kitartást emeli ki a férfiaság legfőbb elemeképp, míg az afroamerikaiak inkább a stressztűrő képességet, az agressziót és a család védelmét helyezték előtérbe (Cazenave, 1984).

A kérdőívben elvégzett feltáró elemzés során a szerzők egy kétfaktoros modellt állítottak fel, melynek egyik faktorát hipermaszkulin pózolásnak, a másikat pedig teljesítménynek nevezték el. Előbbi 13 tételt tartalmaz, utóbbi pedig nyolcat, és ezek együttese magyarázza a teljes variancia 27%-át. Ez a kétfaktoros megoldás a mindhárom kultúra esetében elvégzett kutatás során egyezett. A faktorok Cronbach-alfája megfelelő, 0,81-es és 0,72-es eredményt hozott.

A kérdőív korrelált egy korábban publikált maszkulinitást mérő kérdőívvel (Male Role Norms Scale [Thompson et al., 1985]), s ezek alapján az alábbi hipotézisek merülnek fel:

Hipotézis 0: a kérdőív magyar változatának megbízhatósági mutatói megfelelnek az elvárásoknak és egy hasznos, jól használható magyar mérőeszköz jön létre;

Hipotézis 1: kimutatható nemi különbséget fogunk találni a kérdőív felvétele során.

3. Az alkalmazott módszer

A dolgozatomban kizárólag az MMIS-sel dolgoztam. A magyar változat létrehozása során először egy független fordító magyarra fordította a kérdőívet, majd egy másik vissza angolra. Erre azért volt szükség, mert ha érdemi tartalmi eltérés lett volna a két angol verzió között, akkor az további szerkesztést igényelt volna, mivel azonban a két angol változat megegyezett, így továbbhaladhattunk a magyar változattal.

3.2. A mintavételi eljárás és a minta

A mintavételi eljárás fontos eleme a jelen dolgozatnak, hiszen a Psinquiry¹ fejlesztésének alapjául szolgál. Az adatbázis második bétatesztjét végeztem el, melynek során egy saját adatfelvevő felületet hoztam létre. Ez helyettesíti az eddig széles körben használt Google Formsot, méghozzá úgy, hogy a beletáplált tesztek fordított tételeit automatikusan megfordítja, és menti a válaszokat a Psinquiry adatbázisába. Ezt a kérdőívet megosztottam a közösségi médiában; kényelmi mintavétellel gyűjtöttem az adatokat.

¹ A Psinquiry egy általam készített tudományos adatbázis volt nyers adatok számára, ez azonban a kezdeményezés a tanulmány megírása után sajnos elhalt.

Az adatok könnyed virtuális kezelése érdekében szükséges egy egységes demográfiai változó sorrend és kódolás elterjesztése a tudományos köztudatban. Ezt rögzítettük az oldalon, így a felhasználóknak automatikusan betöltődnek a legfontosabb demográfiai változók (kor, nem, családi állapot, lakóhely, tartózkodási hely, iskolai végzettség), amit kiegészíthetnek más változókkal, ha a kutatásuk megkívánja.

Az első négy változó egy azonosítót ad ki,² amire elsősorban azért van szükség, hogy ne forduljon elő az, hogy ugyanazzal az emberrel veszünk fel egy tesztet több alkalommal is. Az azonosító segítségével a kitöltők többsége megkülönböztethető lesz egymástól anélkül, hogy olyan adatokat (például név, e-mail-cím) kellene bekérnünk, melyekből beazonosítható lenne. Ezen kívül a kutatásunk során felismertük, hogy utólagos teszt-reteszt vizsgálat elvégzésére is van lehetőség az azonosító segítségével: kezdetben ez a vizsgálat nem volt betervezve, mikor azonban később mégis e mellett döntöttünk, a közösségi médiában megosztott kérdőív újrafelvételénél könnyedén össze tudtuk párosítani az összetartozó adatokat.

A minta leíró statisztikáját az alábbi táblázat (1.) foglalja össze. A mintavételnél nem volt korlátozás életkorra vagy bármely más változóra.

Átlagéletkor	26,59 (SD 9,28)
Nem	155
Férfi	34 (21,9%)
Nő	121 (78,1%)
Iskolai végzettség	
Egyetemista	54 (34,8%)
Diplomás	42 (27,1%)
Érettségi	34 (21,9%)
Felsőfokú szakképzés vagy technikum	9 (5,8%)
Szakmunkás bizonyítvány	9 (5,8%)
8 általános iskolai végzettség	7 (3,9%)
Lakóhely	
Budapest	53 (34,2%)
Város	67 (43,2%)
Falu, község	27 (17,4%)
Külföld	8 (5,2%)

² Az azonosító felépítése: a vezetéknev első betűje (P), az anya vezetéknevének első betűje (H), a születési hely első betűje (G), a születési év utolsó számjegye (6), tehát például PHG6.

Tartózkodási hely	
Budapest	87 (56,1%)
Város	42 (27,1%)
Falu, község	18 (11,6%)
Külföld	8 (5,2%)
Családi állapot	
Egyedülálló	58 (37,4%)
Kapcsolatban	72 (47,1%)
Elvált, és nem házasodott újra	5 (2,6%)
Házasság	19 (12,3%)
Özvegy, és nem házasodott újra	1 (0,6%)

1. táblázat: Az kitöltők demográfiai eloszlása

3.3. Statisztikai elemzések

A teszt megbízhatóságának vizsgálatára először kiszámoltam a teszt Cronbach-alfáját. Ezután feltáró faktorelemzést végeztem, melynek eredményét összehasonlítottam az eredeti szakirodalommal, majd pedig független mintás t-próbát végeztem (annak feltételére vonatkozó normalitásvizsgálattal) a nemek közti különbség feltárására, illetve további varianciaanalíziseket a különböző demográfiai különbségekből fakadó eltérések vizsgálatára.

4. Eredmények

Az elvégzett feltáró faktoranalízis során két, viszonylag erős faktort és több gyengébbet kaptunk. A magyar faktorok kialakításához először három, majd két faktorban maximalizáltuk a lehetőségeket, így kaptunk egy, az eredetihez hasonló faktorszerkezetű kérdőívet. Az alábbi két táblázat (2. és 3.) a két faktorban szereplő tételek statisztikai jellemzőit mutatja be.

Teljesítmény	Töltés	Átlag	Szórás	Korrigált tétel: totál korreláció
1. A férfiaknak udvariasnak kell lenniük a nőkkel.	0,599	4,36	0,89	0,482
6. Egy férfi fő célja a családja támogatása.	0,7	3,54	1,12	0,597
9. Egy férfi álljon mindig pozitívan az élethez, és ne hagyja, hogy bármi letörje.	0,547	2,94	1,21	0,516
10. Egy férfi mindig legyen magabiztos.	0,677	3,34	1,17	0,623
14. Egy férfinak legyenek hosszútávú céljai.	0,632	4,41	0,83	0,547
16. Egy férfinak a legjobbat kell nyújtania az élet minden területén.	0,519	2,72	1,15	0,520
24. Egy férfinak nem kell mindig megvédenie a családját.	-0,624	4,30	1,18	0,475
27. Egy férfinak csakis olyan kapcsolatokban szabad szexuális aktust létesítenie, amelyekben érzelmileg kötődik a partneréhez.	0,624	2,98	1,46	0,460
28. Ha a dolgok nagyon nehezzé válnak, egy férfinak akkor sem szabad feladnia.	0,533	3,43	1,2	0,487
33. Egy férfi vállalja a kockázatot céljai elérése érdekében.	0,469	3,94	0,94	0,448

2. táblázat: A teljesítmény tételeinek faktortöltődései, -átlagai, -szórása és a korrigált tétel totál korrelációi

Hipermaszkulin pózolás	Töltés	Átlag	Szórás	Korrigált tétel: totál korreláció
2. Egy férfi kimutathatja az érzéseit.	-0,468	1,42	0,65	0,375
4. Egy férfi férfiasabb, ha sok partnerrel létesít szexuális kapcsolatot.	0,428	1,35	0,73	0,416
7. A férfi barátoknak nem szabad kimutatniuk az egymás iránt érzett szeretetüket.	0,505	1,43	0,77	0,430
15. Egy férfinak nem szabad kimutatnia érzelmeit a szerettei felé.	0,559	1,41	0,51	0,409
18. Férfiként szűznek lenni nem káros.	-0,555	1,98	1,26	0,442
19. Ha egy férfi nem gazdag, akkor is mutassa magát annak.	0,474	1,37	0,7	0,414
20. Egy férfinak mindig kell, hogy legyen egy nő az életében, akivel randizik.	0,4	1,40	0,75	0,410
21. Egy férfinak akkor sem szabad sírnia, ha valami nagyon rossz történik.	0,529	0,61	1,18	0,434
22. Egy férfinak nem kell agresszívnek lennie, hogy elérje, amit akar.	-0,633	1,50	1,04	0,435
25. Egy férfi úgy tud legjobban gondoskodni a családjáról, ha a legjobban fizető állást szerzi meg.	0,485	2,28	1,09	0,477
26. Egy férfinak mindig versengenie kell.	0,581	2,08	1,07	0,577
30. Egy férfinak fontos, hogy sportos legyen, vagy jó legyen a sportokban.	0,457	2,7	1,17	0,447
31. Egy férfinak az élete során a lehető leghamarabb kell az első szexuális aktusra sort kerítenie.	0,612	1,25	0,56	0,501

3. táblázat: A hipermaszkulin pózolás tételeinek faktortöltődései, -átlagai, -szórása és a korrigált tétel totál korrelációi

Két demográfiai mutató mentén is érdemes megvizsgálni a két faktoron elért pontszámokat (4. táblázat). A nemek közötti különbség vizsgálatánál a

teljesítményskála esetében a Levene-teszt nem lett szignifikáns (Levene 1,634; $p=0,203$), tehát a szóráshomogenitás teljesül, és a csoportok között nincs meghatározó különbség ($p=0,915$), míg a hipermaszkulinpózolás-skálán a szóráshomogenitás nem teljesült (Levene 15,09; $p<0,001$), de a korrekciók után a különbség szignifikáns lett, és van különbség a nemek között ($p<0,01$).

A családi állapot szerinti felosztásnál a teljesítményskálán végzett ANOVA szóráshomogenitása nem teljesült (Levene 2,69; $p=0,048$), a kikért Welch-statisztika pedig nem lett szignifikáns ($W=2,124$; $p=0,133$), tehát nincs különbség a családi állapot alapján. A hipermaszkulinpózolás-skála esetében viszont teljesült a szóráshomogenitás (Levene=2,51; $p=0,061$), így elvégezhető az ANOVA, mely nem lett szignifikáns ($p=0,142$).

Demográfiai mutató		N	Hipermaszkulin pózolás		Teljesítmény	
			Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
Nem	Férfi	34	26,17	7,86	36,08	8,27
	Nő	121	19,76	4,79	35,94	6,70
Családi állapot	Kapcsolatban	72	32,58	6,34	18,72	4,83
	Egyedülálló	58	33,46	5,38	20,98	6,67
	Házass	19	32,05	8,46	19,05	5,71
	Elvált	5	37,6	3,78	21,8	3,70
	Özvegy	1	29,0	0	35	0

4. táblázat: A hipermaszkulin pózolás és a teljesítmény demográfiai bontásban

Az eredeti, teljes, 35 tételes teszt Cronbach-alfája 0,711 volt, a hipermaszkulin pózolás alskáláé 0,800, a teljesítményé pedig 0,825. A két skálából létrehozott magyar verzió Cronbach-alfája 0,857. A végzettség szerinti különbség vizsgálatára használt ANOVA egyik faktoron sem lett szignifikáns (hiper.: $p=0,104$; teljesítmény: $p=0,167$).

5. Diskusszió

5.1. Belső konzisztencia, faktorstruktúra

Jelen vizsgálatunk célja az MMIS magyar változatának létrehozása és pszichometria elemzése volt. Eredményeink alapján az MMIS magyar verziójának – a nemzetközi irodalommal összhangban – két faktorra való bontása tűnik észszerűnek, melyben az egyik faktor a teljesítményre, becsületre utaló tételeket tartalmaz, a másik pedig a kifelé mutatott tulajdonságokra.

A kialakítás során végzett faktoranalízissel az eredeti angol változat teljesítményskálájának nyolc tételéből hetet sikerült reprodukálni. Csupán a 26-osat („Egy férfinak mindig versengenie kell.”) nem sikerült, amely a másik faktoron töltődik inkább, bár ezt is tölti valamelyest.

A reprodukált hét tételen kívül még három tartozik ehhez a faktorhoz, az 1-es („A férfiaknak udvariasnak kell lenniük a nőkkel.”), a 6-os („Egy férfi fő célja a családja támogatása.”) és a 27-es („Egy férfinak csakis olyan kapcsolatokban szabad szexuális aktust létesítenie, amelyekben érzelmileg kötődik a partneréhez.”). Ezek illenek a faktor tartalmába, utóbbi például szinte teljesen a 24-es fordított tétel („Egy férfinak nem kell mindig megvédenie a családját.”). A faktor fő jellemzői a magabiztosság, a család támogatása, az udvariasság, a tisztesség és a céltudatosság, ami mind pozitív tulajdonságnak mondható, így – ahogy várható is volt – a válaszadók lényegesen magasabb értékeket adtak ezekre a kérdésekre. A válaszadók átlaga a teljesítményskálán 35,97 volt.

A hipermaszkulinpózolás-skála eredeti 13 tételéből nyolcat sikerült reprodukálni, illetve – ahogy azt már fent említettem – az eredetivel ellentétben egy (a 26-os) ezt a faktort tölti. Ehhez társul még négy (a 2-es, a 7-es, a 18-as és a 22-es), s így a magyar változatnál is egy 13 tételes skála jött létre, ami inkább a férfiaság kifelé mutatott tulajdonságaira – mint ahogy a skála címe is mutatja – a pózolásra kérdez rá. A válaszadók átlaga ezen a skálán 21,17 volt.

Ahogy az eredményeknél láthattuk, a teszt Cronbach-alfája lényegesen megugrik, ha az eredeti 35 tételből csak ezt a 23-at használjuk, így a magyar verzió kialakításánál csak ezeket alkalmaztam, hogy jó pszichometria tulajdonságokkal bír, viszonylag rövid, maszkulinitást mérő eszközt kapjunk.

Az elvégzett független mintás t-próba alapján nemi különbséget találtunk a maszkulinitásról alkotott képben, vagyis ez a hipotézis beigazolódott. A férfiak jóval szigorúbbak magukkal a pózolás tekintetében: nem engedik meg maguknak az érzelmeik kifejezését, vagy hogy ne legyenek sportosak. A nők azonban sokkal megengedőbbek: nem fontos nekik, hogy a férfiak keménynek mutassák magukat; inkább a biztonságos családi légkör fenntartását és a hosszútávú célokat részesítik előnyben. A mérőeszköz tehát alkalmas annak mérésére, hogyan tekintenek a férfiak önmagukra, illetve a nők a férfiakra, és nagyobb mintás kutatásokban tisztább képet kaphatunk a nők elvárásairól is. Az eddigiek szerint a férfiaknak kevesebb energiát kellene fektetniük a pózolásba, az érzelmeik elrejtésébe.

5.2. A Psinquiry-értékelés

A kezdeti szerverproblémák áthidalása után az adatbázis sikeresen vette a második pilotkutatás akadályait. Az itt felvett adatok már részét képezik az adatsokaságnak: a közzététel után, aki ilyen kutatást folytat, hozzáférhet az általunk felvett adatokhoz, természetesen beazonosíthatatlanul.

Kritikaként megemlíthető, hogy a standardizált demográfiai mutatók még finomításra szorulnak, ugyanis több helyen problémába ütköztünk. Elsőként az iskolai végzettségnél, ahol a személyek nagy része bejelölte az „érettségi”-t, holott a

válaszadási lehetőségek között szerepelt az „egyetemi tanulmányait végzi” opció. Ez mindenképpen újragondolásra szorul. A foglalkozásnál vélhetően szintén nagyon sokan bejelölték az „értelmiségi”-t a „tanuló” helyett; itt is a sorrendváltoztatás lehet a megoldás. Továbbá, ahogy az már korábban említésre került, a fordított tételek automatikus megfordítását is sikeresen kezeli a program.

Irodalomjegyzék

- Bem, S. (1974). The Measurement of Psychological Androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155–162. <https://doi.org/10.1037/h0036215>
- Connell, R. W. (2005): *Masculinities*. Berkley & Los Angeles.
- Cazenave, N. A. (1984). Race, Socioeconomic Status, and Age: The Social Context of American Masculinity. *Sex Roles: A Journal of Research*, 11(7–8), 639–656. <https://doi.org/10.1007/BF00288117>
- Constantinople, A. (1973). Masculinity-Femininity: An Eception to a Famous Dictum? *Psychological Bulletin*, 80(5), 389–407. <https://doi.org/10.1037/h0035334>
- Cronbach, L. J., & Meehl, P. E. (1955). Construct Validity in Psychological Tests. *Psychological Bulletin*, 52(4), 281–302. <https://doi.org/10.1037/h0040957>
- Doss, B. D., & Hopkins, J. R. (1998). The Multicultural Masculinity Ideology Scale: Validation from Three Cultural Perspectives. *Sex Roles: A Journal of Research*, 38(9–10), 719–741. <https://doi.org/10.1023/A:1018816929544>
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P., & Xu, J. (2002). A Model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow from Perceived Status and Competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.878>
- Gardiner, J. K. (2002): Introduction. In Gardiner, J. K. (ed.), *Masculinity Studies and Feminist Theory*. Columbia University Press. 1–31.
- Hadas M. (2009). A maszkulinitás társadalmi konstrukciói és reprezentációi [nagydoktori értekezés]. Magyar Tudományos Akadémia
- Levant, R. F., Rongxian, W., & Fischer, J. (1996). Masculinity Ideology: A Comparison Between U.S. and Chinese Young Men and Women. *Journal of Gender, Culture, and Health*, 1(3), 207–220.
- Nagy B. (2014). Biológia vagy társadalom? Bevezető tanulmány a társadalmi nemek kérdésköréhez. *Kultúra és közösség*, 5(4), 95–103.
- O’Neil, J. M. (1982): Gender-Role Conflict and Strain in Men’s Lives: Implications for Psychiatrist, Psychologists, and Other Human-Service Providers. In: Solomon, K., Levy, N. B. (eds.), *Men in Transition. Theory and Therapy*. Plenus Press. 5–44.
- Parsons, T., & Bales, F. Robert (1953): *Family, Socialization and Interaction Process*. Routledge & Kegan Paul.

- Pleck, J. H., Sonenstein, F. L., & Ku, L. C. (1994). Attitudes Toward Male Roles Among Adolescent Males: A Discriminant Validity Analysis. *Sex Roles*, 30(7-8), 481-501. <https://doi.org/10.1007/BF01420798>
- Pleck, J. H. (1976): The Male Sex Role: Definitions, Problems, and Sources of Change. *Journal of Social Issues*, 32: 155-164. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1976.tb02604.x>
- Thompson, E. H., Jr., Grisanti, C., & Pleck, J. H. (1985). Attitudes Toward the Male Role and Their Correlates. *Sex Roles*, 13(7-8), 413-427. <https://doi.org/10.1007/BF00287952>