

Károli Gáspár Református Egyetem

BTK Pszichológia Intézet

TDK dolgozat

Témavezetők: Dr. Jakubovits Edit és Gergely Bence

Spirited in Anime

A csapat identitás (team identity) kérdőív validálása anime rajongók körében

Székely Ágota és Kovács Abigél

2022/2023

Tartalomjegyzék

Absztrakt	1
Bevezető	2
Elméleti háttér	3
<i>Az anime</i>	3
<i>Kötődés és csoportidentitás</i>	6
<i>Önértékelés</i>	9
<i>Reziliencia</i>	11
<i>Team Identity Scale (TEAM*ID)</i>	12
Módszer	16
<i>Vizsgálati minta</i>	16
<i>Mérőeszközök</i>	16
<i>Eljárás</i>	18
Célkitűzés és hipotézisek	21
Eredmények	21
<i>Minta leíró elemzése</i>	21
<i>Megbízhatóság és faktorelemzés</i>	22
<i>Lineáris regresszió</i>	23
<i>Kétmintás-t próba</i>	24
Diszkusszió	27
Kitekintés	29
Limitációk	30
Irodalomjegyzék	31

Absztrakt

A Japánból származó anime rövid időn belül jelentős szubkultúrává nőtte ki magát nyugati országokban is. A rajongói csoportokba jelentős számú serdülő és fiatal felnőtt tartozik, a rajongó tábor pedig egyre csak bővül. Mára már különböző MondoCon és Cosplay eseményeket szerveznek világszerte, ahol a rajongók találkozhatnak egymással, az alkotókkal, közös érdeklődési körön osztozva.

Kevés szakirodalom lelhető fel, mely a magyar anime közösségeket kutatná, holott minden jel arra utal, hogy hazánkban is jelentős az anime rajongók bázisa. Beszámolók alapján számos rajongó életében fontos szerepet játszanak az animék: megváltozott az önértékelésük, magabiztosabbak lettek, társas támaszt találtak. Ezek a pszichológiai tényezők azonban nem kifejezetten az animéknek, hanem valószínűsíthetően az anime rajongói csoportnak, közösségnek köszönhetőek.

Ahhoz, hogy ezt fel tudjuk mérni, szükség van egy csoport identitást mérő kérdőívre, ami kifejezetten anime rajongókra van alakítva. Ennek hiányában egy sportolókra kifejlesztett csapat identitás (team identification) kérdőívet alakítottunk át anime rajongókra és magyar mintán ($n=342$) elemeztük a kérdőív pszichometria jellemzőit. Ehhez konfirmatív faktorelemzést (CFA) használtunk. A kérdőív illeszkedési mutatói jónak bizonyultak ($TLI=0,898$; $CFI=0,916$), a modell eltéréseit vizsgáló mutatók pedig elfogadhatóak ($RMSEA=0,075$; $SRMR=0,065$). Lineáris regresszióval néztük, hogy mely konstruktumok alapján jelezhető előre a csoport identitás mértéke, valamint kétmintás-t próbákkal vizsgáltuk a rajongás mértéke és a magasabb bevonódást feltételező kérdések kapcsolatát. Ilyen volt például, hogy van-e anime karakter példaképe a személyeknek.

Az eredmények alapján a kötődés, a rajongás mértéke és a reziliencia (anime rajongás kialakulása utáni időszakra vonatkoztatva) majdnem 20%-al előre tudja jelezni a csoport identitás mértékét. Emellett kiderült, hogy különbség van bizonyos kérdésekben annak tekintetében, hogy mekkora a rajongás mértéke egy adott személynél.

Kulcsszavak: anime, csoport identitás, kötődés, rajongás, önértékelés, reziliencia

Bevezető

A távol-keleti gyökerekkel rendelkező animáció, képregény, illetve popkultúra meghódította majdnem az egész világot. Az anime egy rajzolt digitalizált animáció, amely a távoli szigetországból, Japánból származik. Ez a művészeti forma számos műfajjal rendelkezik, ezáltal minden korosztályt megcéloz, gyermekeket, felnőtteket és időseket egyaránt. A japán rajzfilm már hazánkban is egyre nagyobb népszerűségnek örvend, ennek következtében szubkultúrává vált, így rajongói táborok alakult ki köré (Clements, 2013; Chen, 2012; Cho et al., 2018). A rajongói táborok nem csak az animék irányába mutatnak érdeklődést, hanem a japán kultúra számos érdekessége felé is.

Több nyugati kutatót foglalkoztatott már az anime rajongók tábora, több felmérés készült a szubkultúrával kapcsolatban, azonban Magyarországon elenyésző szakirodalom áll rendelkezésünkre (Reysen et al., 2021; Ray et al., 2017).

Az anime rajongói csoportok vizsgálata korlátokkal rendelkezik, mivel Magyarországon még nem ismert olyan mérőeszköz, ami az anime közösségekkel való azonosulást mérné. Ahhoz, hogy kutatni lehessen az anime szubkultúrát, tagjait és pszichológiai hátterét, elengedhetetlen, hogy a rajongók csoport identitását vizsgáljuk. Tanulmányunkban egy sportolókra specializált csapat identitás (team identification) kérdőívet alakítottunk át anime rajongókra, hogy mérni tudjuk a csoporttal való azonosulást, így lehetőséget teremtve az egyéb pszichológiai konstruktumok vizsgálatára is.

Nemzetközileg már foglalkoztak a rajongók viselkedésével, pszichológiai jellemzőivel. Számos konstruktum azonban, mint például az önértékelés nem kifejezetten az animéknek köszönhető, hanem inkább a rajongói közösségnek. Ahhoz, hogy ezeket a jelenségeket el tudjuk különíteni és mérni tudjuk, szükség van a csapat identitást meghatározó kérdőívre. A jelen kutatás célja, hogy létrehozzunk és validáljunk egy kérdőívet, mely a magyar anime rajongók csapat identitását, csoporttal való azonosulását és annak dimenzióit méri.

Elméleti háttér

Az anime

Az anime a japán stílusú animációk összefoglaló neve. Az anime egy japán szó, melyet kifejezetten Japánban készült rajzillusztrációk és animációk definiálására használnak, így a szigetországon kívül készült alkotások nem számítanak animének. Ez a vizuális animáció könnyen felismerhető, mivel egyedi rajzstílussal rendelkezik. Olyan művészeti forma, amely világszerte egyre népszerűbb, idővel megváltoztatta az animációs filmek megítélését és értékelését (Clements, 2013). A nyugati rajzfilmek merőben más világlátással rendelkeznek, ezért nézőként nehezebb befogadni azt a képi világot, amit megjelenítenek a képernyőn (Chen, 2012). A hollywoodi filmekben és amerikai televízióban előforduló műfaji jellemzők egy része megtalálható az animékben, ellenben más formavilággal építik bele ezeket a sajátosságokat (Newitz, 1994). Például az animékben gyakran látható nyílt utalás az amerikai populáris kultúrára, mely a jeleneteken keresztül fedezhető fel paródiaszerűen. Emellett a nyugati filmipar karakterisztikájával rendelkező szereplőket vonultat fel különböző sorozatokban.

Szoros kapcsolat fedezhető fel a manga és anime között, és bár a nyugati médiában néha felváltva használják a két kifejezést, ezek különböző dolgokra utalnak. A manga, a képregény japán elnevezése, nem egyenlő az audiovizuális rajzok animált formájával (Odell & Blanc 2013). A mangák alapot biztosítanak az animék elkészítéséhez, az animációkat gyakran mangából adaptálják (Reysen et al., 2017).

Az japán animáció korai formái a 19. században alakultak ki. A történelmi hagyományok szerint, holland nemzetiségű emberek mutatták be az animáció technológiai alapjait a japánoknak. Az *Utsushi-e* volt az első eszköz, amellyel mozgó animációkat készítettek. Az 1800-as évek közepén ez egy új technológiának számított a szigetországban, amit a bűvös lámpásból¹ fejlesztettek ki. Az eszköz a vetítógépek korai típusa volt. A képeket üvegfóliákra festették, amelyek mechanikus dia segítségével alapvető mozgóképeket tudtak létrehozni. Az *Utsushi-e* átalakított technikát használt, így képes volt a képeket részben átlátszó japán papírra visszavetíteni. Több lámpa használatával igen kifinomult animációkat lehetett valós időben létrehozni, amelyek mindegyike egy-egy kezelőt igényelt. A legkorábbi kereskedelmi animációs alkotások a mozikban a főjátékfilm mellett bemutatott rövid alkotások voltak. Ezek közül a legkorábbi Mukuzo Imokawa, a *Portás* című filmje volt, amelyet 1917-

¹ bűvös lámpás – a feltételezések szerint Kircher Atanáz jezsuita atya által feltalált készülék (ars magna lucis et umbrae, 1646), mely áttetsző színekben üveglemezre festett képeknek nagyított vetítésére szolgál.

ben mutattak be. 1945-ben született meg az első japán animációs játékfilm, melyet Momotaro isteni tengeri harcosai főcímmel illették Seo Mitsuyo rendezésében. Ezt nagyrészt a császári haditengerészet finanszírozta belső propagandisztikus célokra, főként a japán gyerekek lelkének felemelésére. Az 1950-es években japán animátorok elkezdtek kísérletezni azzal, hogy nyugatról származó technikákkal saját rajzfilmeket készítsenek (Odell & Blanc, 2013). Tíz év elteltével a '60-as években a japán rajzfilm valóban elkezdte kialakítani saját stílusát, levált a nyugati gyökerekről, ennek apropóján a karakterek ábrázolása elnyerte azt a formát, amelyet napjainkban is előszeretettel használnak. Eltűzött arckifejezések mellett, dinamikus képkockákkal, fordultatos történetekkel és túlzó érzelmek bemutatásával váltak unikálissá (Patten, 2004).

Annak ellenére, hogy az anime Japánból származik, népszerűsége az egész világra kiterjed. A 2008-as évben a japán televíziós export 90%-át az animáció tette ki, a japán belügyi és kommunikációs minisztérium szerint. Az ezt követő évben japán animációs stúdiók és cégek, mintegy 138 országgal kötöttek szerződést, ezáltal az anime egyre nagyobb teret hódított az összes égtáj felé. A terjeszkedés folytatódott, emiatt 2012-ben kezdeményezés indult Japán egyedülálló kultúrájának és turizmusának népszerűsítésére. Mindezt a japán Gazdaság-, Kereskedelem- és Ipari Minisztérium (METI) hajtotta végre, az animék és mangák segítségével (METI, 2012; Suzuki, 2009; Reysen et al., 2021).

Mint más narratív és vizuális anyagok esetében, az anime is rendelkezik különféle műfaji sajátosságokkal. Sardar (2015) a műfaj fogalmát úgy határozza meg, mint a médiatermékek kategóriáit, amelybe beletartoznak a könyvek, filmek, televíziós és rádióműsorok meghatározott típusai. A műfaj kifejezés az irodalomkritikából származik, de a filmtudományok átvették és a mai napig használják. Napjainkban a televízió kizárólag műfaji alapon működik. Egy tanulmányban, amely az anime-felhasználók ajánlásokkal kapcsolatos információs igényeit vizsgálták, a műfaj volt az egyik leggyakrabban keresett szó különböző internetes platformokon (Cho et al., 2017). Ahogyan a nyugati szférában a távol-keleti műfajok között is fellelhetők ugyan azok a sajátos jellemzők, mint például a felnőtteknek szóló alkotások, gyűjtőnevük japán nyelven „seinen”, vagy a „josei” kategória, amely kifejezetten nőket megcélzó animációs műsorokat takar (Cho et al., 2018).

A műfaji szórakoztatás számos formájához hasonlóan, az anime népszerűségét egy egész rajongói kultúra övezi, amely nem csak az animék iránti érdeklődést foglalja magába. A 21. századra, az audiovizuális szórakoztatás ezen formája kétségtelenül mainstream jelenséggé vált, évek óta nagy népszerűségnek örvend az elkötelezett rajongók körében, akiket japán nyelven „otakuként” emlegetnek (Galbraith & Lammare, 2010). Az „otakuk” korosztályok,

nemek és érdeklődési körök szerint változnak. Könyvklubok, nézőklubok és gyűjtőklubok alakultak ki, ahol számtalan rajongó, szubkultúrával kapcsolatos alkotásokat olvas vagy néz, ezáltal lehetőséget adnak egymásnak arra, hogy megvitathassák érdekeltségi köreiket. Számos online közösség létezik a manga- és anime-sorozatok terjesztésére, ilyen például a *Crunchyroll* vállalat, amely animéket forgalmaz, valamint a méltán híres *MyAnimeList* szociális hálózati szolgáltatás, amely listászerű rendszer szerint működik, ahol egyszerűen kategorizálhatjuk az animéket különböző szempontok szerint. Emellett rajongói találkozók is fontos részét képezik az anime és manga kultúrának (Exner, 2012). Magyarország is teret és lehetőséget biztosít a szubkultúra kedvelőinek a találkozásokra rendezvények formájában. Az ország legnagyobb szubkultúrával kapcsolatos programlehetősége a MondoCon, amely több irányultságú tábornak ad lehetőséget az eszmecserére. Ez egy olyan társadalmi csoport, ahol nemzetiséget és nemzetséget mellőzve, egyének, akik hasonló értékrenddel, világlátással, közösségi tudattal rendelkeznek, egyszerűbben létesítenek kapcsolatot egymás között. Ennek okán a japán kultúra és japán termékek iránti érdeklődés szervezőerőnek tekintendő, bár emellett gyakran más távolkeleti, főként kínai és koreai kultúrából merítő rajongókat is vonzanak a rendezvények, melyek célcsoportja a szubkultúrában elhelyezkedő egyének (Fülöp, 2019). Tehát elmondható az, hogy az emberek különböző pszichológiai szükségletek kielégítése céljából tartoznak olyan rajongói csoportokhoz, ahol előítéletek nélkül, szabadon gyakorolhatják mindazt, ami az érdekeltségi körükön belül helyezkedik el (Ray et al., 2017).

Reysen és munkatársai kutatásukban alátámasztották, hogy egy adott csoporthoz tartozó rajongó intenzív pszichológiai kötődést mutat más rajongók irányába, ezzel alacsonyabb a rajongás tárgya felé fennálló kötődés. A kapcsolatok specializálására két kifejezést használnak az angol nyelvben. A „fanship” rajongói érdeklődéshez való érzett kötődésre utal, míg a „fandom” a rajongói csoporthoz (azaz az azonos érdeklődésű rajongókhoz) való érzett kötődésre. Annak ellenére, hogy a fogalmak rendre elkülönülnek egymástól, erős kapcsolat van köztük, mivel ha egy egyén rajongója valaminek, akkor elég valószínű, hogy olyan emberek társaságát helyezi előtérbe, akikkel egyazon érdeklődési körön osztozik, és fordítva (Reysen et al., 2021). Ebből a perspektívából tekintve, célravezető megvizsgálni a kötődés és csoporthoz való tartozás mértékét anime rajongók körében.

Kötődés és csoportidentitás

John Bowlby (1969) és Mary Ainsworth (1972) lefektették a kötődéstudomány alapjait. A kötődést úgy írják le, mint egy stabil jellemzőt, mely gondozó és gyermek között alakul ki csecsemőkorban. Bowlby (1973) kutatásai során olyan elméletet dolgozott ki, amely kimondja, hogy a gyerekek a gondozóiktól sajátítanak el tudást különböző interakciók által. Az interakciók által a gyermek elvárásokat alakít ki a gondozójával szemben. Ilyen elvárás például a gondozó segítőkészsége vagy szakadatlan rendelkezésre állása. Ezek az elvárások, illetve igények azt a képet tükrözik vissza, amelyet a gyerek a gondozójáról alakított ki. A munkamodell tehát a gyermek és gondozója között jön létre, ennél fogva a gyerekek képessé válnak arra, hogy megjósolják a gondozóik reakcióit. A kötődés tulajdonképpen korai tapasztalatok belső munkamodellje, ami egy életen keresztül változatlan marad. Bowlby szilárd mintaként tekintett az elméletre, de valószínűsítette, hogy a belső munkamodell dinamikus működésének egyes szegmensei tisztázatlanok. A kötődés belső munkamodellje reprezentációs réteget képez a felnőttkori kapcsolatok kiépítésében és működésében az egyre növekvő kapcsolati tapasztalatok miatt. A különböző fejlődési szakaszokban működése és jellege bonyolultabbá válik a tapasztalás révén. A munkamodell személyre jellemző szerkezete és aktív működésmódja állandósul az életkorral (Hátori & Horváth, 2017). Bowlby (1974) két korszakot emelt ki, amelyeket fontosnak tartott a kötődési rendszerek és a belső munkamodellek rekonstrukciója szempontjából. Egyfelől a célt módosító partnerség, korai gyermekkor időszakát a kölcsönösség kifejeződése és a nem átvitt tartalmú munkamodellek bővülése jellemzi. Másfelől serdülőkorban kialakuló barátságok és kapcsolatok, valamint a szülőktől való érzelmi eltávolodás és leválás, ami új kihívásokat jelenthet a kötődési rendszer működése szempontjából.

A fejlődés későbbi szakaszában az egyének olyan azonos szereppel bíró személyes kötődéseket alakítanak ki másokkal, amelyek nagy valószínűséggel gyermekkorukban a gondozóikkal alakítottak ki (Hazan & Shaver, 1987).

Felnőtt korban szociális integráció során a belső munkamodell változhat abban az esetben, ha a személy társas interakció során új tapasztaláshoz jut. Ezzel szemben egy későbbi kutatás eredményei azt támasztják alá, hogy a csecsemőkori kötődés egyáltalán nem áll kapcsolatban a fiatal felnőttével. Így kétségbevonható az elmélet, miszerint a felnőttkori társas és érzelmi kapcsolatokat a csecsemőkori kötődés jellege határozza meg (Cole, 2006). Michael Lewis (1997) adatai szerint a korai kötődési kapcsolatok nem szolgálnak mintaként, amelyek meghatároznák a sajátos kötődéseket felnőttkorban. A felnőttkori kötődési kapcsolatokban élő

egyének nyílt érzelmi és szociális viselkedésen keresztül szabályozzák egymást. A kötődéssel kapcsolatos tapasztalatok szélesebb körének megértését az is korlátozza, hogy a legtöbb mérési eljárás olyan ingeranyaggal dolgozik, amely az elkülönítésre vagy hasonló helyzetekre összpontosít (Hámori & Horváth, 2017). Míg a kötődés rendszerint a kötődés tárgya (egy másik személy) és az egyén között lezajló folyamat, addig az egyén és a társadalmi csoportok interakcióit Tajfel és Turner társas identitáselmélete taglalja.

A társas identitáselméletet Henri Tajfel és John Turner (1979) dolgozta ki, hogy megértse a csoportok közötti megkülönböztetés pszichológiai alapjait. Ezen elmélet szerint a társadalmi identitásnak három fő összetevője van: a kategorizálás, az azonosulás és az összehasonlítás. Az első komponens, a kategorizálás, az emberek kategóriákba sorolásának folyamata. A második összetevő, az azonosulás folyamata, amelynek során bizonyos csoportokhoz társítjuk magunkat. Belső és külső csoportok szerint osztályozandó, míg az elsővel azonosulunk, addig az utóbbival nem. A harmadik komponens, az összehasonlítás menete, amelynek során összehasonlítjuk a csoportjainkat más csoportokkal, és kedvező előítéletet hozunk létre azzal a csoporttal szemben, amelyhez tartozunk (Chen & Li, 2009).

A csoport paradigma vizsgálatai alapján a társas identitás fogalma (Tajfel, 1982; Tajfel & Turner, 1979) többek között azt is kimondja, hogy a személyes identitás kizárólag csoporton belüli szerep betöltése által értelmezhető.

A személyes önmeghatározáson kívül az identitás arra is utal, hogy a személy hogyan viselkedik interperszonális és társadalmi kontextusokban (Baumeister, 1986). A fiatalok életében rokonok és jelentős személyek fontos szerepet játszanak az identitás kialakulásának folyamatában, és a kortársak támogatása, mint pszichoszociális erőforrás segítheti az identitás kialakulásának folyamatát (Kaplan, Cassel, & Gore, 1977). A fejlődés már egészen korai szakaszában, kisgyermekkorban elkezdődik, az identifikáció és a felnőttkor elérését követően sem ér véget. Ennek okán egyre inkább egy csoporthoz való tartozással, annak normáinak és értékeinek elfogadásával kapcsoljuk össze saját személyünket (Szabó & Virág, 2013). Emellett a valahova tartozás érzelmi szükségletéből adódóan az emberek ösztönzik saját magukat arra, hogy tagjai legyenek közösségeknek és csoportoknak. Ezáltal, ha egy csoporthoz tartozunk, valószínű, hogy identitásérzetünket legalább részben ebből a csoportból származtatjuk (Chen & Li, 2009). Az önkategorizálás szempontjából, amikor a csoport kiemelkedő, az emberek nem gondolkodnak azon, hogy mi különbözteti meg őket, hanem átveszik a csoport tipikus vonásait, ezáltal ismét a csoporttá válnak (Reysen et al., 2021).

Bár a csoportidentifikációval kapcsolatos kutatások többsége a csoportközi kapcsolatok területéről származik, néhány kutató a csoportidentifikációt a társadalmi alkalmazkodással

összefüggésben vizsgálta (Kiesner et al., 2002). Palmonari, Pombeni és Kirchler (1990) például arra a következtetésre jutottak, hogy azok, akik erős azonosulásról számoltak be egy kortárs csoporttal, gyakrabban kértek támogatást másoktól, elfogadták a segítséget, és gyakrabban beszéltek a problémáikról más személyekkel, mint azok az egyének, akik alacsony csoportidentifikációról számoltak be. Sőt, a magasan azonosulók gyakrabban oldották meg a problémáikat, mintsem az alacsonyan azonosuló társaik. A társas identitáselméletben Tajfel és Turner (1979) elsősorban a csoportközi státusz értékelésére összpontosított. Ez az anime szubkultúrában elhelyezkedő személyekre úgy vonatkoztatható, hogy saját csoportjaikat objektíven vagy szubjektíven kezelik egy külső csoporthoz képest.

Különböző tanulmányok foglalkoznak a sportversenyek rajongóival és nézésének előnyeivel. Fontos különbséget tenni a sportban való részvétel vagy érdeklődés és a konkrét csapattal való azonosulás között. Schurr, Wittig, Ruble és Ellen (1988) megjegyzik, hogy a sportfogyasztók vagy a csapat által képviselt intézménnyel, vagy magával a sporteseménnyel vagy a játékkal azonosulhatnak. Bár a kettővel való azonosulás nagy valószínűséggel korrelál, nem azonosak. Az egyén lehet elkötelezett sportrajongó, de nem támogat egy adott csapatot. Ugyanígy előfordulhat, hogy valaki támogatja a főiskolai csapatát, de keveset törődik egy adott sportággal, vagy akár a sporttal általában.

Coats és munkatársai olyan következtetésre jutottak, hogy az emberek gyorsabban kapcsolják magukhoz a csoportjuk jellemzőit. Egy későbbi vizsgálat során hasonló eredményt értek el csoportvizsgálattal, miután a jellemzőket különböző attitűdökkel helyettesítették, valamint azt találták, hogy a hatás erősebb volt azoknál az embereknél, akik eleve erősebben azonosultak a saját csoportjukkal (Coats et al., 2000). A rajongókkal összefüggésben ez azt jelenti, hogy a rajongók nagy mértékben a rajongói érdekeik és rajongói csoportjaik lesznek, ami azt jelenti, hogy ha valakinek a rajongói érdeke veszélybe kerül, akkor ő maga is veszélybe kerül. A rajongás, de nem a rajongói érdeklődés, előre jelzi az anime rajongás iránti önbecsülés érzését, mind a magánéletben, mind a nyilvánosság előtt, és mint ilyen, a magasabb szintű rajongók nagyobb valószínűséggel fedik fel anime rajongói identitásukat mások előtt (Reysen et al., 2021).

Az én két konstrukcióból áll - az első az identitás, amely kognitív jellegű, a második pedig az önértékelés, amely az én affektív komponensét képviseli (Rosenberg, 1965).

Önértékelés

Az önértékelés szótári definíció szerint: "Egy dolgot megbecsülni annyit jelent, mint becsülni, magas mentális értéket tulajdonítani neki; személyekre alkalmazva a megbecsülés a jóváhagyás, a szívélyesség és a szeretet melegebb érdekét is magában hordozza" (Williams, 1979, p. 309). Eszerint az önértékelés fogalma azt jelenti, hogy valaki mennyire becsüli, értékeli, helyesli vagy kedveli önmagát. Az önértékelés azt jelenti, hogy az egyének milyen mértékben érzik magukat pozitívnak, azaz jónak és értékesnek. Ezt a vágyat önértékelési motívumnak nevezik (Gecas, 2000).

Az önértékelés konstruktumát először William James (1890) fogalmazta meg. A pozitív önbecsülés érzése akkor alakul ki, amikor az egyének következetesen elérik vagy meghaladják életük fontos céljait. Több mint egy évszázaddal később az önértékelés definíciója továbbra is relevánsnak bizonyult, így az önbecsülést általában az önismeret értékelő aspektusának tekintik, amely azt tükrözi, hogy az emberek mennyire kedvelik magukat és mennyire tartják magukat kompetensnek (Tafarodi & Swann, 1995). A magas önbecsülés az énről alkotott kedvező véleményére utal, míg az alacsony önbecsülés az én bizonytalan vagy egyenesen negatív értékelésére (Campbell & et al., 1996). Az önértékelés nem feltétlenül pontos vagy pontatlan, inkább az önbecsülés magas szintje lehet arányos az egyén tulajdonságaival és teljesítményeivel, vagy ezeknek az önértékelési érzéseknek kevés köze lehet az egyén bármiféle objektív értékeléséhez. Ez fontos mert az önbecsülés inkább észlelést, mintsem valóságot tükröz (Hill, 2013).

A társadalomtudományokban az önértékelés egy hipotetikus szerkezetből tevődik össze, amelyet például a személyiség kiemelkedő tulajdonságaira vonatkozó értékelések összegeként számszerűsítene, következésképp az önértékelés az egyén saját értékének, vagy fontosságának átfogó hatásokra érzékeny értékelése. Ez a felfogás szolgál annak a feltételezésnek alapjául, hogy az egyénhez való viszonyulás vagy az egyénre vonatkozó értékelések mérése tükrözi az egyén önértékelését. Az önértékelés fogalma többféle néven is ismert (pl. önbecsülés, önelfogadás), amelyek mindegyike kompatibilis az énnel tulajdonított "megbecsülés" szótári definíciójával. Bár az önértékelés része az önbecsülés, a két fogalom között érzékelhető különbség van. Az önértékelés az én tágabb ábrázolásának, énkoncepciójának az értékelő összetevője, amely az önbecsülésnél átfogóbb szerkezetet hoz létre, valamint olyan komponenseket is tartalmaz, amelyek az érzelem vagy hangulat mögöttes tartalmára utalnak. Ennek következtében az énről alkotott (énképzőben szereplő) észlelések, megismerések és

emlékezési folyamatok befolyásolhatják az önértékelést vagy éppen ellenkezőleg (Balsovich & Tomaka, 1991).

Az önbecsülés az a negatív vagy pozitív attitűd, amelyet az egyén önmagával szemben tanúsít (Rosenberg, 1979). A Rosenberg-féle önértékelési skála (RSES; Rosenberg, 1979), az önértékelés leggyakrabban használt mérőeszköze, nagyrészt az emberek általános érzéseit ragadja meg az elfogadás és tisztelet tekintetében (Rosenberg et al., 1995). Az önértékelés tanulmányozása legalább 40 éve tart, mert sokan meg vannak győződve arról, hogy a magas önbecsülés ígéretes eredményeket produkál, az alacsony önbecsülés pedig a személyes és társadalmi problémák gyökere (Rosenberg & Owens, 2001).

Bár az egyének általában magas önértékelésről számolnak be, önbecsülésük az életkorral összefüggő változásokat mutat a fejlődés különböző szakaszaiban. Pontosabban, az önbecsülés gyakran viszonylag magas gyermekkorban, majd a serdülőkor elején meredeken csökken (Robins et al., 2002). Ettől kezdve az önértékelés egy négyzetes fejlődési pályát követ, amely a serdülőkor, a fiatal felnőttkor és a középső felnőttkor folyamán növekszik, mielőtt 60 éves kor körül eléri a csúcspontját, majd idős korban csökkenő irányt vesz fel (Erol & Orth, 2011).

Az önértékelési hipotézis (Abrams & Hogg, 1988) azt állítja, hogy a nagyobb csoportközi megkülönböztetés növeli az önértékelést, ezért az alacsony önértékeléssel rendelkező egyének nagyobb csoportközi differenciálódást mutatnak, hogy növeljék azt. Tanulmányok azt találták, hogy a szurkolók önbecsülése attól függően változik, hogy a csapatuk nyer-e vagy veszít, valamint, hogy mennyire azonosulnak az adott csapattal.

Hirt, Zillman, Erickson és Kennedy (1992) azt találták, hogy a győztes csapatok szurkolói szignifikánsan magasabb önértékelésről és jobb hangulatról számoltak be egy mérkőzés után, mint a vesztes csapatok szurkolói, és jobban teljesítettek a nem kapcsolódó mentális és motoros feladatokban. Murrell és Dietz (1992) a csoportközi differenciálódás és az önértékelés hatását vizsgálta a csapat értékelésére, és azt találták, hogy a nagyobb csoporton belüli elfogultságot mutató szurkolóknak magasabb volt az önértékelésük, és pozitívabban értékelték a csapatot. Wann és munkatársai (2000) azt találták, hogy a csapattal való azonosulás pozitívan befolyásolta a szurkolók azon döntését, hogy a rivális szurkolók előtt egy csapat szurkolójaként mutatkoznak be. E szurkolók körében az önértékelés szignifikánsan előre jelezte, hogy milyen hamar említették rajongásukat. Hasonlóképpen, Wann (2006) a csapat-identifikáció-szociálpszichológiai egészség modelljében azt találta, hogy az elkötelezett rajongók magasabb szintű önértékelésről és pozitív hangulatról, érzelmekről számoltak be.

Korábbi kutatások kimutatták, hogy az egyének növelhetik önértékelésüket, ha társulnak egy csapathoz és együttesen sikereket érnek el. (Cialdini et al. 1976; Cialdini és De Nicholas 1989).

Az azonosulás önmagában, az összetartozás érzésére gyakorolt hatásán keresztül, pozitív befolyást gyakorol az egyének énképére. Vagyis a csapattal való azonosulás elősegíti a kötődés érzését az erősen lojális egyének körében, függetlenül a verseny eredményétől vagy akár a csapat általános eredményétől. Ez az összetartozás érzése viszont az önértékelés érzésének növekedését eredményezi. Ezért feltételezzük, hogy pozitív kapcsolat áll fenn a sportcsapattal való azonosulás és az önértékelés között. Ezzel szemben negatív kapcsolat várható a következők között: az azonosulás és a depresszió érzése között - ami a sportcsapattal való azonosulás lehetséges megnyilvánulása, emellett az értelem vagy a másokkal való szolidaritás hiánya (Branscombe & Wann, 1991).

Az anime fogyasztók esetében, a rajongást és fandomot (rajongói csoport iránt érzett kötődés) különböző pszichológiai szükségletek jelzik előre és kiterjesztik az álláspontot azzal, hogy megmutatják miként térnek el a különbségek nemekre bontva. Egy kutatás eredményei azt támasztják alá, hogy a nők esetében az önértékelés előre jelezte a rajongást, de a fandomot nem; ezzel szemben az összetartozás a rajongást jelezte előre, de a fandomot nem. Erősebb értékek lettek kimutatva a nők más rajongókkal való kapcsolatában. Ezzel szemben a férfiak esetében a folytonosság a rajongást jelezte előre, de a fandomot nem, míg a bizonytalanság csökkentése és a barátság a fandomot jelezte előre, de a rajongást nem (Reysen et al., 2017).

Reziliencia

A reziliencia a jelentős stresszhelyzetekben az egyén adaptációs képességét jelenti, például súlyos trauma, fenyegetettség érzése, családi- és kapcsolati problémák esetén (Basim & Cetin, 2011). Masten (2001) szerint a reziliencia egyfajta lelki edzettséget feltételez, amely fontos összefüggésben van a személyiségfejlődés egyedi mintázataival (Pikó, 2004).

Werner (2000) szerint a magas rezilienciával rendelkező személyek egyik meghatározó jellemzője a pozitív társadalmi orientáció, jó társadalmi készséggel rendelkeznek. A reziliencia tehát fontos képesség, többek között a társas kapcsolatokban is jelentős támogatást tud nyújtani az egyén számára. Kutatások különböző kapcsolati jellegű tényezők fontosságára mutattak rá, mint például a szülőkkel és más felnőttekkel vagy kompetens társakkal való erős kapcsolat, hatékony szocializáció. A reziliencia mértékét az egyéni különbségeken kívül a közösségi kapcsolatok is befolyásolják (Jámbori & Kőrössi, 2019).

Brooks (2006) a reziliencia alakulásában a családi környezet szerepén kívül hangsúlyozza a közösségi erőforrásokat, az alkalmazkodási képesség növelését (idézi Jámbori, Kőrössy & Szabó, 2019).

A szakirodalom alapján tehát az látható, hogy a személy rezilienciája segíti a jó szocializációt (Werner, 2000), ugyanakkor a közösség és a csoportok hozzájárulnak a reziliencia alakulásához (Brooks, 2006). Ebből kifolyólag az anime rajongók esetében a rajongói csoporthoz való tartozás, a csoporttal való azonosulás hozzájárulhat a személyek lelki edzettségéhez. Koni és munkatársai (2019) szerint ugyanis a csoporttagság védelmet nyújt a depresszió kialakulásával szemben, gyógyító hatású lehet. Az erős csoportidentitás kialakulása így előre jelzi a pszichológiai ellenálló képesség, vagyis a reziliencia növekedését.

*Team Identity Scale (TEAM*ID)*

Heere és James (2007) kutatásukban a saját csapattal való azonosulást (team identification) vizsgálták több dimenziós konstruktumként. Az elméleti háttér Tajfel és munkatársai (1971) társas identitás elméletén alapszik, így a korábban egydimenziósként vizsgált konstruktumot (Wann & Branscombe, 1993) más nézőpontból közelítették meg. Az egydimenziós elmélet alapján a csoportidentitást a hovatartozás vagy kötődés érzése jellemzi. A többdimenziós felfogásban részese még a személy önkoncepciója, tudása és a tagsághoz kapcsolódó érzelmi jelentőség is. A kérdőívet kifejezetten sport rajongókra, szurkolókra fejlesztették ki, így a szerzők által használt csapatidentitást (team identity) a csoportidentitás egy típusának kell tekinteni (Heere & James, 2007).

A csapattal való azonosulás egy olyan kötődés, amely egy nagyobb egységhez tartozást biztosít a szurkolók számára (Wann & Branscombe, 1991). Heere és James (2007) szerint, ha egy sportolói csapatra és annak szurkolóira úgy tekintünk, mint egy csoport sajátos formájára, akkor alkalmazható a társas identitás általános meghatározása, így a csapat identitás magyarázható úgy, mint „az egyén önkoncepciójának azon része, amely egy társadalmi csoporthoz való tartozásának ismeretéből, valamint a tagságnak tulajdonított értékből és érzelmi jelentőségből származik” (Tajfel, 1978, p. 63; idézi Heere & James, 2007, p. 66). Ezáltal a rajongókat egy különleges csoport tagjának tekinthetjük, nem csupán egy „termék fogyasztóinak”.

Míg a szociálpszichológusok az 1980-as években lépéseket tettek a csoportidentitás többdimenziós konstruktumaként való mérés terén, a sportmenedzserek nem építették be ezeket az elképzeléseket a csapatidentifikáció tanulmányozásába. A csapatidentitás többdimenziós

konstruktként való értékelése egy mélyebb megértést kínál azon összetevők megértéséhez, amelyekkel az egyének azonosulnak, valamint ahhoz, hogy a csapaticentitás különböző elemei milyen módon kapcsolódnak egymáshoz (Heere & James, 2007).

Azon túl, hogy Tajfel többdimenziós elméletét követték, a TEAM*ID kérdőív Ashmore, Deaux és McLaughlin-Volpe (2004) munkáján alapszik. A korábbi kutatók által a csoportidentitás jellemzésére használt különböző dimenziókat összegyűjtve, Ashmore és munkatársai (2004) szerint az identitás érvényes mérésének hét dimenziót kell magába foglalnia: 1. önkategorizáció (self-categorisation), 2. értékelés (evaluation), 3. jelentőség, fontosság (importance), 4. kötődés (attachment), 5. társadalmi beágyazódás (social embeddedness), 6. viselkedéses bevonódás (behavioural involvement), és 7. kognitív tudatosság (cognitive awareness) (Heere & James, 2007).

A szerzők Ashmore és munkatársai (2004) nyomán meghatározták és definiálták a fent említett hét dimenziót. Az önkategorizációt úgy definiálják, hogy önmagunkat egy adott társadalmi csoport tagjaként azonosítjuk, vagy magunkat egy adott társadalmi csoportba soroljuk. Ez a dimenzió három aspektusból áll: elhelyezés (placement), illeszkedés (fit) és bizonyosság (certainty). Elhelyezés alatt azt értjük, hogy az emberek egy adott társadalmi csoport tagjaként gondolkodnak magukról. Az illeszkedés az egyén szubjektív értékelésére utal, ahogy egy adott csoporthoz tartozik. A bizonyosság pedig arra vonatkozik, hogy a személy bízik a csoporthoz való tartozásában (Heere & James, 2007).

Az értékelés egy személy pozitív vagy negatív attitűdje az adott társadalmi kategóriával szemben (Ashmore et al., 2004). Ezt az attitűdöt a magán- és közmegebecsülés (private and public regard) befolyásolja (Sellers et al., 1997; Shelton & Sellers, 2000). A privát megebecsülés arra vonatkozik, hogy valaki mennyire kedvezően ítéli meg saját identitását, míg a közmegebecsülés arra, hogy mások mennyire kedvezően ítélik meg az adott társadalmi identitást (Heere & James, 2007).

A fontosságot úgy határozták meg, mint egy adott csoporthoz való tartozás fontosságának mértéke az egyén általános énképében (Ashmore et al., 2004). Ezt két attribútum befolyásolja: a centralitás, mely az egyén azon értékelésére utal, hogy egy társadalmi kategória mennyire szerves részét képezi az egyén általános énképének (Stryker & Serpe, 1994); és a kimagaslás (salience), mely a csoporttagságok hierarchiájára vonatkozik (Heere & James, 2007).

Kötődés alatt a csoportban érzett érzelmi elkötelezettséget kell érteni, tehát az egyén mennyire érzi magát egynek a csoporttal (Ashmore et al., 2004). A kötődést két komponensből származtatták: az egymásra utaltság érzése (sense of interdependence) és az én és mások

összekapcsolódása (interconnection of self and others). Az egymásra utaltság érzése magába foglalja a közös vagy megosztott sors tudatosságát. Akkor nyilvánul meg, amikor az egyén felismeri, hogy ugyanolyan bánásmódban részesül, mint a csoport többi tagja, annak ellenére, hogy különböző egyének (Gurin & Townsend, 1986). Az én és mások összekapcsolódása az én- és a csoporttudat kognitív összeolvadását jelenti (Tyler & Blader, 2001) és magába foglalja az én és a csoport egyesülését (Mael & Tetrick, 1992; Heere & James, 2007).

Ashmore és munkatársai (2004) a társadalmi beágyazódást úgy határozta meg, mint annak a mértéke, ahogy egy adott kollektív identitás a személy mindennapi társadalmi kapcsolataiba beágyazódik. Arra utal, hogy az egyén kollektív identitása milyen mértékben épül be a társadalmi hálózatokba és az interperszonális kapcsolatokba. Ha a társadalmi beágyazottság magas, akkor a személy mindennapi társadalmi kapcsolatainak többsége az adott társadalmi kategóriába tartozó embereket érinti (Heere & James, 2007).

A viselkedéses bevonódás az, hogy egy személy milyen mértékben vesz részt olyan cselekvésekben, amelyek közvetlenül érintik a szóban forgó kollektív identitáskategóriát (Ashmore et al., 2004). Ez megjelenhet például sport rajongók esetében a mérkőzések látogatásában, a meccsek televízió vagy interneten való megnézésében, ha nem tudnak részt venni élőben, a csapat ruházatának megvásárlásában és viselésében, másokkal való beszélgetésben az adott csapatról (Heere & James, 2007).

A kognitív tudatosság a személy csoporttól való olyan szintű ismeretei, amelyek közvetlenül érintik a csoport egészével való azonosságát (Ashmore et al., 2004). Ezt a dimenziót volt a legnehezebb meghatározni, Heere és James (2007) narratív vonalon közelítették meg.

A dimenziók meghatározása és definiálása után a kérdőív első változata 7 dimenziós volt, mely 39 itemet és egy nyitott kérdést tartalmazott, 7 fokú Likert-skálával mértek. A pilot vizsgálatot három egyetemi csoportban végezték kis mintán (N=50). A Cronbach-alfa értékek 5 dimenzió esetében elfogadhatóak voltak, és egy itemnek volt az item-totál korrelációja alacsony (Heere & James, 2007).

Ezek után, hogy javítsák a kérdőív pszichometriai értékeit, a kérdőívben szereplő állításokat független szakértők nézték át, a gyengébb itemeket átfogalmazták, átcsoportosították vagy éppen törölték a kérdőívből. A már újra szerkesztett kérdőívvel ismét adatokat vettek fel ugyanazon az egyetemen (N=433; használható esetek száma: 311). A mintát véletlenszerűen ketté osztották, egyik felébe 155, míg másik felébe 156 fő szerepelt. Így készítették el a feltáró és megerősítő faktorelemzéseket. Ezek alapján újabb módosításokat végeztek a kérdőívben, ami

végül 6 faktoros, 21 ítemes kérdéssor lett². A dimenziók közül az önkategorizációt, a fontosságot és a társadalmi beágyazódást teljesen kivették. Az ide tartozó itemeket vagy átkategorizálták más dimenzió alá, például az önkategorizáció első iteme az értékelés dimenzió alá került, vagy teljesen kitörölték a kérdőívből. Az értékelés dimenzióját felosztották külső (public) és belső (private) értékelésre, a kötődést pedig az egymásra utaltság érzésére és az én- és mások összekapcsolódására. Ezen komponensek külön dimenzióba kerülése mellett megmaradt a viselkedéses bevonódás és a kognitív tudatosság. Ezek alkotják a kérdőív 6 faktorát (Heere & James, 2007).

A szerzők megemlítik, hogy az egyes dimenziók elkülönítése további finomítást igényel. Továbbá limitációként felvetik, hogy nagyobb esetszámmal lenne érdemes próbálkozni. Az ő esetükben a 155, illetve 156 főt az abszolút minimumnak tekintik ahhoz, hogy a faktorelemzéseket elkészítsék. Azt javasolják, hogy az elemszámot legalább 200-ra kéne bővíteni (Heere & James, 2007).

Kutatásunkban a Heere és James (2007) által kialakított kérdőív magyar adaptációját végezzük. Esetünkben a sport rajongók helyett egy olyan rajongói csoportot választottunk, amellyel Magyarországon sokkal kevesebbet foglalkoznak, mint akár a nemzetközi kutatásokban. Így a kérdőív fordításakor a sport csapatokra és szurkolói tevékenységre vonatkozó részeket átalakítottuk az animékre és az anime rajongói közösségre.

² A kérdőív mutatói: RMSEA=0,071; CFI=0,928; TLI=0,913.

Módszer

Vizsgálati minta

A kutatás keresztmetszeti eljárásról alapszik, az adatgyűjtés online történt, hozzáférés alapú mintavételi módszerrel. A célcsoportunk 18 éven felüli egészséges felnőttek, akik rendszeres anime fogyasztók. Rendszeres anime fogyasztóként határoztuk meg azokat a rajongókat, akik legalább egy 12 vagy 24 részes animét néznek havonta, ami egy teljes évadot jelent. A résztvevőkhöz a közösségi médián, anime rajongói csoportokon keresztül és nagy követő táborral rendelkező youtuber által juttattuk el a kérdőívet. A tesztbattériát összesen 342 fő töltötte ki. A mintában 215 férfi (63%) és 127 nő (37%) vett részt. A személyek átlag életkora 22 év. A legfiatalabb kitöltő 18, míg a legidősebb 38 éves.

A kezdőoldalon a kitöltők részletes leírást olvashattak a kutatásról, melyben tájékoztatást kaptak arról, hogy kik indították a kutatást és mi a célja (1. melléklet). A kérdőívcsomag kitöltése önkéntes alapon, anonim módon történt, így a kitöltés bármikor, következmény nélkül megszakítható. A vizsgálati személyeknek lehetőségük volt elektronikus úton felkeresni minket egy erre a célra létrehozott e-mail címen keresztül, amennyiben bármilyen kérdést vagy megjegyzést fogalmaztak meg a kutatással kapcsolatban.

A vizsgálat a KRE-BTK Pszichológiai Intézetének Kutatásetikai Bizottsága engedélyével zajlott³.

Mérőeszközök

A kérdőív validálásához egy kérdőív csomagot állítottunk össze, mely a validálni kívánt Team Identification kérdőív mellett a Felnőtt Kötődés Kérdőív magyar változatát (ASQ-H), a Rosenberg-féle Önértékelés Skála magyar változatát (RSES-H), a 10 itemes reziliencia kérdőívet, a WHO jóllét kérdőívét (WBI-5) és egy rajongói kérdőívet (Fanship Scale) tartalmaz. Először felvettük a kitöltők demográfiai adatait, melyben a nemre, életkorra, lakhely típusára és a legmagasabb iskolai végzettségre kérdeztünk rá (2. melléklet).

A Felnőtt Kötődés Kérdőív magyar változata 40 itemet tartalmaz (ASQ-H) (Hátori et al., 2016) (3. melléklet). A kitöltők egy 6 fokú Likert-skálán kellett értékeljék, hogy mennyire értenek egyet az állításokkal: 1 – egyáltalán nem értek egyet, 6 – határozottan egyetértek. A

³ Etikai engedély száma: BTK/4705

kérdőívben három fordított tétel van, és öt skálát különít el. Az első skála a kapcsolatok fontossága az én szempontjából (KFÉ), ez a skála 13 tételt tartalmaz. A skálák közül ez bizonyult a legmegbízhatóbbnak 0,84-es Cronbach-alfa értékkel. A második az ambivalencia, távolítás, önleértékelés skálája (ATÖ), ide 9 tétel tartozik, megbízhatósága pedig 0,83-as Cronbach-alfa értéket ért el. A biztonság a kapcsolatban a harmadik skála (BK), mely 10 tételt foglal magába, Cronbach-alfa értéke pedig 0,82. Negyedikként az önérvényesítés a kapcsolatokkal szemben szerepel (ÖV), itt 5 tétel található, Cronbach-alfa értéke 0,65. Utolsóként a függés, függetlenség skálája van (FF), melyhez 3 tétel tartozik, megbízhatósága pedig 0,62-es értéket ért el. A Cronbach-alfa értéke a teljes mintán 0,62 és 0,84 közöttiek voltak. A kérdőív a személy számára általában fontos kapcsolatokat helyezi fókuszba, és más felnőtt kötődés kérdőívekkel ellentétben olyan személyeknél is alkalmazható, akiknek nem volt még párkapcsolata (Hátori et al., 2016).

Szintén a külső validitás mérésére használtuk a Rosenberg-féle Önértékelés Skála magyar változatát (RSES-H) (Sallay et al., 2014). A kérdőív 10 tételes, melyből 5 pozitív tétel és 5 negatív tétel. A pozitív tételek az én-értékesség vagy pozitív énkép, míg a negatív tételek az ön-leértékelés konstruktumát mérik. A kitöltők egy 4 fokú Likert-skálán kellett meghatározzák, hogy mennyire értenek egyet az állításokkal: 1 – egyáltalán nem értek egyet, 4 – teljesen egyetértek (4. melléklet). A skála belső konzisztenciája jónak bizonyult: Cronbach-alfa értéke 0,89.

A Reziliencia Kérdőív-10 magyar változata (Járai et al., 2015) 10 ítemes, a lelki ellenálló képesség mérésére kidolgozott eszköz. A kitöltőknek egy 5 fokú Likert-skálán kellett megjelöljék, hogy mennyire igazak az állítások: 0 – egyáltalán nem igaz, 4 – szinte mindig igaz. A kérdőív nem tartalmaz fordított tételket, Cronbach-alfa értéke 0,86. Kutatásunkban a vizsgálati személyek kétszer töltötték ki a reziliencia kérdőívet. Egyik alkalommal arra kértük őket, hogy arra az időszakra gondoljanak és vonatkoztassák a kérdéseket mielőtt anime rajongók lettek, a második alkalomnál pedig arra kértük őket, hogy jelenlegi helyzetükre, vagyis arra az időszakra gondoljanak, miután anime rajongók lettek (5. melléklet).

A WHO Jól-lét kérdőív rövidített (WBI-5), magyar változata (Susánszky et al., 2006) 5 tételt tartalmaz, a kitöltőknek egy 4 fokú Likert-skálán kell eldönteniük, hogy mennyire jellemzőek rájuk az állítások: 0 – egyáltalán nem jellemző, 3 – teljesen jellemző. A kérdőív Cronbach-alfa értéke 0,73, így megbízhatósága jónak mondható. A kitöltés során az állításokat az elmúlt 2 hétre kell vonatkoztatni (6. melléklet).

Reysen és Branscombe (2010) rajongói kérdőívük (Fanship Scale) kialakításához az általunk validálni kívánt Team Identity Scale-t is alapul vették. A Fanship Scale 11 ítemes, 9

fokú Likert-skálát használ, ahol a kitöltőknek el kell dönteniük, hogy mennyire értenek egyet az állításokkal: 1 – egyáltalán nem értek egyet, 9 – teljes mértékben egyetértek. A kérdőív egy dimenziós, Cronbach-alfa értéke 0,80. A skála a rajongói érdeklődéssel való azonosulás mértékének mérését teszi lehetővé (7. melléklet).

Az általunk validálni kívánt kérdőív, a Team Identity Scale (TEAM*ID) (Heere & James, 2007) Tajfel szociális identitás elméletén alapszik (Tajfel et al., 1971). A kérdőív az elmélethez hűen multi-dimenzionálisan közelíti meg a szociális identitást. A TEAM*ID kérdőív 6 dimenziót azonosít. Az értékelést ketté bontja külső (public; Cronbach-alfa: 0,90) és belső (private; Cronbach-alfa: 0,81) értékelésre, a kötődést is az én kapcsolódására (interconnection of self; Cronbach-alfa: 0,80) és az egymásra utaltság érzésére (sense of interdependence; Cronbach-alfa: 0,87) választja. Az ötödik dimenzió a viselkedéses bevonódás (behavioural involvement; Cronbach-alfa: 0,60), a hatodik pedig a kognitív tudatosság (cognitive awareness; Cronbach-alfa: 0,77). A kérdőív reliabilitása 0,60 és 0,90 között alakult. A kérdőív 21 itemet tartalmaz. A kitöltők egy 7 fokú Likert-skálán kellett megjelöljék, hogy mennyire igazak rájuk az állítások: 1 – egyáltalán nem igaz, 7 – teljes mértékben igaz (Heere & James, 2007) (8.melléklet).

A kérdőív utolsó részében általunk írt szabad kérdések szerepelnek, melyekre igen – nem válaszokat kellett megadniuk a kitöltőknek. Ebben a részben arra kérdeztünk rá, hogy a kitöltő tud vagy tanul-e japánul, hány évesen kezdett el animéket nézni, kapott-e negatív kritikát azért, mert animéket néz, volt-e bármilyen pozitív vagy negatív hatása az életére, hogy animéket néz, ajánlaná-e másoknak az animéket, csalódott lenne-e, ha negatív visszajelzést kapna anime ajánlás után, van-e olyan anime karakter, akit példaképnek tart, támogatja-e a live-action filmeket/sorozatokot, valamint, hogy szívesebben élne-e egy anime világában, mint a való életben (9. melléklet).

Eljárás

A Team Identity Scale fordítása és visszafordítása megtörtént. A kérdőívet egy független angol szakos fordította vissza magyarról angolra. A visszafordítás nagy mértékben egyezett az eredeti angol verzióval (10. melléklet).

A tesztbattériába került kérdőíveket az alapján válogattuk össze, hogy mik azok a konstruktumok, amelyek összefüggésbe hozhatóak a szociális identitással. Ezekre a kérdőívekre azért volt szükség, hogy a külső validitást tesztelni tudjuk. Ez alapján vettük fel a felnőtt kötődést és az önértékelést.

A modell illeszkedését konfirmatív faktorelemzéssel (CFA) végezzük el. A megerősítő faktorelemzés az az ellenőrző eljárás, melynek segítségével alátámaszthatjuk, hogy az adott itemek valóban ahhoz a skálához tartoznak, ahová soroljuk őket, valamint az adott skálához megfelelő mértékben és irányban illeszkednek. Ahhoz, hogy az illeszkedés megfelelő legyen azt várjuk, hogy a TLI (Tucker-Lewis Index) és a CFI (Comparative Fit Index) 0,9-es érték felett legyenek. Az RMSEA a modell eltéréseit vizsgálja. Ennek értéke 0,05 alatt jó, 0,05 és 0,08 között elfogadható, 0,08 és 0,1 között pedig határeset (Fabrigar et al., 1999).

A szakirodalom alapján felépítettünk egy modellt (1. ábra), amivel a csapat identitást szeretnénk előrejelezni a jóllét, a kötődés, az önértékelés, és a reziliencia alapján. Kérdőívünkben a rezilienciát két külön helyzetre vonatkoztatva néztük. Első körben az instrukció szerint a kitöltőknek arra az időszakra kellett gondolniuk, mielőtt rendszeresen kezdtek volna animéket nézni, vagyis mielőtt anime rajongókká váltak volna. Utána ugyanúgy a reziliencia kérdéseire kellett válaszoljanak, csak itt arra az időszakra gondolva, miután anime rajongókká váltak, vagyis jelenlegi helyzetükre.

A különböző csoportokhoz való tartozás többféleképpen is képes gazdagítani az életünket: személyes biztonságot ad, társas támaszt, érzelmi kötődést, intellektuális stimulációt és közös tanulást jelent. Ha a csoportok az egyének számára értelmet, célt és összetartozást biztosítanak, akkor azok általában pozitív pszichológiai következményekkel járnak. Különlegesen, hatékonyan és sikeresen érezzük magunkat. Ezek hatással lehetnek a jóllétre, segíthetnek az embereknek megbirkózni egy leértékelt csoport tagságának negatív következményeivel is (Haslam et al., 2009).

A csapattal való azonosulás pozitív hatással van a boldogság és szeretet diszkrét érzelmeire, amelyek aztán előre jelzik a csapathoz való kötődést (Prayag et al., 2020). Sen és munkatársai (2015) szerint a csapat identifikáció és a kötődés különböző, mégis összefüggő fogalmak: a diszkrét érzelmek befolyásolják a csapat identifikációt és a kötődés közötti kapcsolatot. A kötődés és a csapat identifikáció kapcsolatáról különböző vélemények vannak. Míg a kötődést a csapat identifikáció egyik alkotórészeként tekintették (Funk & James, 2001), Sen és munkatársai (2015) azzal érveltek, hogy ez a koncepció hibás (Prayag et al., 2020). Az ellentmondásos vélemények ellenére a kötődés is részese a modellünknek, hogy megvizsgáljuk, a mi mintánkon van-e összefüggés a két konstruktum között.

Az önértékelés is része a társas identitás elméletének, Wann és munkatársai (2000) azt találták, hogy a csapattal való azonosulás pozitívan befolyásolja a szurkolók azon döntését, hogy a rivális szurkolók előtt egy csapat szurkolójaként mutatkoznak be. E szurkolók körében az önértékelés szignifikánsan előre jelezte, hogy milyen hamar említették rajongásukat.

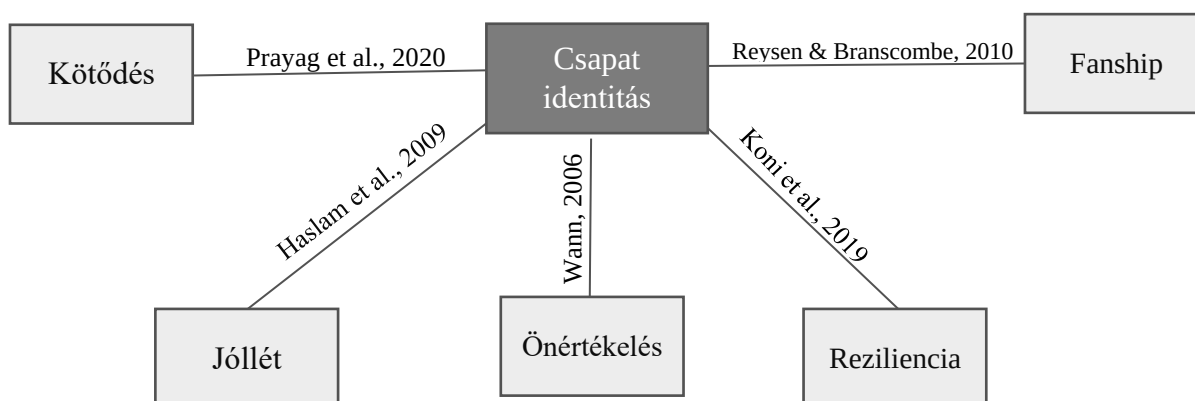
Hasonlóképpen, Wann (2006) a csapat-identifikáció-szociálpszichológiai egészség modelljében azt találta, hogy az elkötelezett rajongók magasabb szintű önértékelésről és pozitív hangulatról, érzelmekről számoltak be.

A csoporttagság védelmet nyújt a depresszió kialakulásával szemben, gyógyító hatású lehet. Az erős csoportidentitás kialakulása előre jelzi a pszichológiai ellenálló képesség, vagyis a reziliencia növekedését (Koni et al., 2019).

Reysen és Brancombe (2010) különböző rajongói csoportokat vizsgált (K-pop, anime), és megalkották a rajongói szociális identitás koncepcióját. Ez alapján a K-pop vagy anime rajongók társas identitását általában a rajongás és a fandom adja. A fandomot jellemzően a csoportidentifikációval hozták összefüggésbe (Ray et al., 2017) és a társadalomban jelen lévő rajongói érdeklődéssel (Reysen et al., 2013; Laffan, 2020).

Mindezek alapján modellünk függő változója a csapat identitás (team identity), a magyarázó változók pedig a fent említett komponensek. A modell teszteléséhez többszörös lineáris regressziót alkalmazunk. Ennek feltétele az együttes normalitás és szóráshomogenitás. Ha a mintában lévő összes változó szignifikáns, akkor a modellünk is szignifikáns lesz. Ezután ellenőrizzük a magyarázó erőt, vagyis a determinációs együtthatót és a magyarázott varianciahányadot.

A szabad kérdések esetében azt várjuk, hogy azoknak a személyeknek, akiknek csapat identitás szintje magasabb az animék iránt, nagyobb valószínűséggel vesznek részt vagy vonódnak be a szabad kérdések által feltárt tételekbe. Ezt kétmintás-t próbákkal teszteljük, aminek feltétele a normalitás és szóráshomogenitás. Abban az esetben, ha a két feltétel közül valamelyik sérül, úgy robosztusabb eljárást alkalmazunk, például a Welch-féle d-próbát vagy a Brunner-Munzel-tesztet.



1. ábra: Lineáris regresszió modell

Célkitűzés és hipotézisek

Célunk, hogy magyar mintán vizsgáljuk meg a Team Identification Kérdőív pszichometriai jellemzőit.

1. Feltételezésünk szerint a TEAM*ID anime rajongók körére adaptált változata a magyar minta esetében is megbízhatóan és érvényesen méri a saját csoporttal való azonosulás dimenzióit.
2. A jóllét, a kötődés, az önértékelés, a reziliencia és a rajongás (fanship) által előre tudjuk jelezni a csoport identitással való nagyobb azonosulást.
3. Szignifikáns pozitív kapcsolat van a saját csoporttal való azonosulás és a felnőttkori kötődés között.
4. Szignifikáns pozitív kapcsolat van a saját csoporttal való azonosulás és az önértékelés között.
5. Azok, akiknek magasabb az értéke a TEAM*ID kérdőívben, nagyobb valószínűséggel jelölik a szabad kérdésekben a rajongást feltételező válaszokat.

Eredmények

Minta leíró elemzése

A kérdőívet összesen 342 fő töltötte ki, ebből 215 (63%) férfi és 127 (37%) női kitöltő, a szórás 0,484. Az átlagéletkor 22,15 év, szórás 4,281. A minimum életkor 18, míg a maximum életkor 38 év. Az életkor esetében a ferdeség 1,250, a csúcsosság pedig 1,234. A Shapiro-Wilk teszt eredménye 0,861. Így az életkor eloszlása nem tér el a normális eloszlástól (1. táblázat).

Leíró statisztika

	Nem		Kor
Férfi	215	Minimum	18
Nő	127	Maximum	38
Összesen	342	Átlag	22.15
		Szórás	4.281
		Ferdeség	1.250
		Csúcsosság	1.234
		Shapiro-Wilk	.861

1. táblázat: *A minta leíró statisztikája*

Megbízhatóság és faktorelemzés

A kérdőív Cronbach-alfa értékei az egyes skálákon 0,60 és 0,90 között alakultak, ami a kérdőív belső megbízhatóságát jelzi (2. táblázat).

Reliabilitás vizsgálat

Skálák	Cronbach-alfa
Külső értékelés (public evaluation)	.90
Belső értékelés (private evaluation)	.81
Az én összekapcsolódása (interconnection of self)	.80
Egymásra utaltság érzése (sense of interdependence)	.87
Viselkedéses bevonódás (behavioural involvement)	.60
Kognitív tudatosság (cognitive awareness)	.77

2. táblázat: *A skálák reliabilitás mutatói*

A TEAM*ID anime rajongókra kifejlesztett változatának tétélein konfirmatív faktorelemzést (CFA) végeztünk a JASP 0.16.3-as verziójával (JASP Team, 2022). Az eredmények szerint a modell szignifikáns ($\chi^2(174)=504,438$, $p < 0,001$). Látható, hogy a modell esetén a TLI és a CFI mutatóinak értéke a jó illeszkedés határértékének tartott legalább

0,90 fölött vagy közel hozzá, míg a modell eltéréseit vizsgáló RMSEA és SRMR értéke 0,08 alatt van, ami elfogadható (3. táblázat). Becslési módszerként a JASP program által javasolt Auto-eljárást használtuk. Ahhoz, hogy a becslések pontosságáról egy jobb képet kapjunk, bootstrappeltük a becslésünket. A bootstrapping pontossági mértékeket rendel a mintabecslésekhez, így az eljárás lehetővé teszi a standard hibák kiszámítását, a konfidenciaintervallumok kialakítását.

Konfirmatív faktorelemzés

Modell	Khi2	df	p	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
	504.438	174	< .001	.898	.916	.075	.065

3. táblázat: A konfirmatív faktorelemzésből származó illeszkedési mutatók

Az eredmények tehát arra utalnak, hogy a TEAM*ID anime rajongókra átalakított kérdőív faktorszerkezete stabilnak tekinthető a magyar mintán is.

Lineáris regresszió

Hipotézisünk teszteléséhez egy modellt alkottunk, ahol a függő változónk a csapat identitás, a magyarázó változóink pedig a jóllét, kötődés, önértékelés, reziliencia és a rajongás mértéke. A teszteléséhez lineáris regressziót használtunk, hogy előrejelezzük a TEAM*ID skálán felvett értéket. A magyarázó változók közül azonban az önértékelés, a jóllét és a reziliencia az animék nézése előtt nem lett szignifikáns (4. táblázat).

Lineáris regresszió

Változók	Szignifikancia
Kötődés	.036
Önértékelés	.598
Jóllét	.467
Rajongás	< .001
Reziliencia anime előtt	.194
Reziliencia anime után	.003

4. táblázat: Lineáris regresszió változók szignifikanciája

A kérdéses skálákat korrelációval is leellenőriztük, mely eredményei megerősítették, hogy az önértékelés, jóllét és a reziliencia mértéke anime nézés előtt változók között valóban nincs kimutatható összefüggés (5. táblázat).

Korreláció

Változók	Kötődés	Önérté- kelés	Reziliencia anime előtt	Reziliencia anime után	Jóllét	Rajongás	Identi- tás
Identitás Kendall's	0.150 ***	0.004	0.030	0.166 ***	0.020	0.346 ***	—
Tau B							
p-érték	< .001	0.924	0.420	< .001	0.604	< .001	—

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

5. táblázat: *Korrelációs tábla*

A fenti eredmények alapján a modellünkbe csak a szignifikáns magyarázó változókat tettük bele: a kötődést, a rezilienciát arra vonatkozóan, miután anime rajongók lettek, és a rajongás mértékét. A modell szignifikáns ($F(3)=27,909$; $p<0,001$), magyarázóereje (Korrigált R -négyzet= $0,191$) 19,1%-os. (6. táblázat).

Lineáris regresszió

	F	df	Korrigált R^2	p
Modell	27.909	3	.191	<.001

6. táblázat: *Lineáris regresszió modell értékei*

Kétmintás-t próba

Utolsó hipotézisünket, miszerint azok, akiknek magasabb az értéke a TEAM*ID kérdőívben, nagyobb valószínűséggel jelölik a szabad kérdésekben a rajongást feltételező válaszokat, kétmintás-t próbákkal ellenőriztük. A kétmintás t-próba feltétele a normalitás és a szóráshomogenitás. Abban az esetben, ahol a normalitás sérült, de a szóráshomogenitás nem, ott Mann-Whitney-próbát alkalmaztunk. Ahol mind a szóráshomogenitás, mind pedig a normalitás sérült, Brunner-Munzel-próbát használtunk. Mind a két eljárás a kétmintás-t próba robosztusabb változata (Takács, 2016).

Az első próba esetén a csoportosító változónk a japán nyelv tanulása volt, vagyis a kitöltő tud vagy tanul-e japánul. Sem a normalitás, sem pedig a szóráshomogenitás nem sérült. A normalitás vizsgálat összesítő táblázata megtekinthető a 11. mellékletben. A kétmintás t-próbák eredményei a 7. táblázatban találhatóak. Az eredmény szignifikánsnak bizonyult. Bár a

mintában a kitöltők 66,1%-a nem tud és/vagy nem tanul japánul, az elemzés átlaga alapján azok a kitöltők, akik tudnak vagy tanulnak japánul, magasabb értéket értek el a csapat identitás skálán. Statisztikailag szignifikáns különbség van, a Cohen-féle delta hatásmérték alapján (Cohen- $d=0,565$) szakmailag az eltérés közepes mértékű.

A következő kérdés, hogy érte-e valamilyen negatív kritika a kitöltőket az animék miatt. A válaszadók 72,2%-a kapott negatív kritikát emiatt. Ebben az esetben is sérül a normalitás, de a szóráshomogenitás nem. A próba szignifikáns, a rangátlag alapján a magasabb rajongói értéket elért kitöltők nagyobb mértékben kaptak negatív kritikát. A Cohen-féle delta hatásmérték alapján (Cohen- $d=0,377$) a szakmai eltérés nem éri el a közepes mértéket.

A kitöltők 94,2%-nak volt pozitív hatása az animéknek az életükre. Ebben az esetben a normalitás és a szóráshomogenitás is sérült. A rangátlagokból látszik, hogy azok, akiknek volt pozitív hatása az életükre, azok magasabb pontszámot értek el a csapat identitás skálán. A Cohen-féle delta hatásmérték alapján (Cohen- $d=0,968$) az eltérés szakmailag jelentős mértékű.

Ahogy a pozitív hatásra, úgy a negatív hatásra is rákérdeztünk. A kitöltők 37,7%-nak volt negatív hatása az animéknek az életére. A normalitás és a szóráshomogenitás is sérült. A Brunner-Munzel próba alapján nincs szignifikáns különbség a rajongási mérték és a negatív hatás között.

A kitöltők 95,9%-a ajánlaná másoknak az animéket. A normalitás sérült, viszont a szóráshomogenitás nem. A rangátlagból látszik, hogy azok a kitöltők, akik ajánlanák másoknak az animéket, magasabb volt a pontszámuk a csapat identitás kérdőívben. A Cohen-féle delta hatásmérték alapján (Cohen- $d=0,659$) az eltérés szakmailag közepes mértékű.

Az elemzések alapján szignifikáns különbség van, hogy csalódottak lennének-e, ha az ő ajánlásukra negatív visszajelzés érkezne az animékről. Sem a normalitás, sem pedig a szóráshomogenitás nem sérült. Az átlagok alapján elmondható, hogy akiknek magasabb az értéke a csapat identitás skálán, csalódottabbak lennének, ha az ő ajánlásukra negatív visszajelzést kapnának az animékről. A Cohen-féle delta hatásmérték alapján (Cohen- $d=0,374$) az is megállapítható, hogy a szakmai eltérés nem éri el a közepes mértéket.

A kitöltők 58,8%-nak van anime karakter példaképe. A normalitás sérült, a szóráshomogenitás viszont nem. A Mann-Whitney próba alapján elmondható, hogy szignifikáns különbség van. A rangátlagokból látszik, hogy azok, akiknek van anime karakter példaképe, szignifikánsan nagyobb értéket értek el a csapat identitás skálán. A Cohen-féle hatásmérték szerint (Cohen- $d=0,790$) a szakmai eltérés jelentősnek tekinthető.

A live-action sorozatok és filmek nem túl népszerűek az anime rajongók körében. A kitöltők csupán 31,3%-a támogatja ezeket. A normalitás sérült, viszont a szóráshomogenitás nem. Az eredmények alapján nincs szignifikáns különbség a csapat identitás skálán elért értékekben.

A kitöltők 60,2%-a élne szívesebben egy anime világában, mintsem a való életben. A normalitás sérült, viszont a szóráshomogenitás nem. Szignifikáns különbség volt kimutatható. A rang átlagok szerint, akik szívesebben élnének egy anime világában, mint a való életben, szignifikánsan nagyobb értéket értek el a csapat identitás skálán. A Cohen-féle delta hatásmérték alapján (Cohen-d=0,497) a szakmai eltérés közepes mértékű.

Kétmintás-t próba

Változók	Csoportosító	Rang átlagok	Brunner- Munzel	Mann- Whitney	Kétmintás- t próba	p	Cohen-d
Tud/tanul-e japánul	Igen	204.93			4.944	<.001	.565
	Nem	154.34					
Kapott-e negatív kritikát	Igen	181.59		3.043		.002	.377
	Nem	145.27					
Volt-e pozitív hatás	Igen	177.25	7.130			<.001	.968
	Nem	78.92					
Volt-e negatív hatás	Igen	78.10			.208	.835	.023
	Nem	78.55					
Ajánlaná-e másoknak	Igen	173.93		2.198		.028	.659
	Nem	114.64					
Negatív visszajelzés	Igen	190.79			3.412	<.001	.374
	Nem	157.47					
Van-e példakép	Igen	202.01		6.815		<.001	.790
	Nem	128.01					
Támogatja- e a live actiont	Igen	176.33	.576			.565	.116
	Nem	169.30					
Szívesebben élne-e anime világban	Igen	190.89		4.464		<.001	.497
	Nem	142.13					

7. táblázat: Kétmintás-t próba összesített eredmények

Diszkusszió

Annak ellenére, hogy az anime Japánból származik, népszerűsége az egész világra kiterjed, és egy egész rajongói kultúra övezi. A 21. századra, az audiovizuális szórakoztatás ezen formája kétségtelenül mainstream jelenséggé vált (Galbraith & Lammare, 2010). Magyarország is teret és lehetőséget biztosít a szubkultúra kedvelőinek a találkozásokra rendezvények formájában. Az ország legnagyobb szubkultúrával kapcsolatos programlehetősége a MondoCon, amely több irányultságú tábornak ad lehetőséget az eszmecserére. Ez egy olyan társadalmi csoport, ahol nemzetiséget és nemzetséget mellőzve, egyének, akik hasonló értékrenddel, világlátással, közösségi tudattal rendelkeznek, egyszerűbben létesítenek kapcsolatot egymás között (Fülöp, 2019). Tehát elmondható az, hogy az emberek különböző pszichológiai szükségletek kielégítése céljából tartoznak olyan rajongói csoportokhoz, ahol előítéletek nélkül, szabadon gyakorolhatják mindazt, ami az érdekeltségi körükön belül helyezkedik el (Ray et al., 2017).

Az ebből adódó pszichológiai folyamatok, mint például a magasabb önértékelés azonban nem amiatt alakul ki, mert valaki animét néz, hanem abból, hogy egy csoport tagja. Azt a csoportot, esetünkben az anime rajongói csoportot, a személy a sajátjának tekinti és azonosul vele. A csoporttal való azonosulás a társas identitás elmélet velejárójaként növeli az önértékelést (Wann, 2006) és reziliensebbé teszi az embereket (Koni et al., 2019), de még a jóllétre is kedvező hatással van (Haslam et al., 2009).

Ahhoz, hogy kutatni lehessen az anime szubkultúrát, tagjait és pszichológiai hátterét, elengedhetetlen, hogy a rajongók csoport identitását vizsgáljuk. Erre a célra azonban nincs mérőeszköz kifejlesztve. Tanulmányunkban egy sportolókra specializált csapat identitás (team identification) kérdőívet alakítottunk át anime rajongókra, hogy mérni tudjuk a csoporttal való azonosulást, így lehetőséget teremtve az egyéb pszichológiai konstruktumok vizsgálatára is. A célunk az volt, hogy megvizsgáljuk, hogy az anime rajongók körében is jól illeszkedik-e a kérdőív.

A fenti eredmények alapján elmondható, hogy a kérdőív elfogadható mértékben illeszkedik az adatokhoz. Tehát az első hipotézisünk, miszerint a TEAM*ID anime rajongók körére adaptált változata a magyar minta esetében is megbízhatóan és érvényesen méri a saját csoporttal való azonosulás dimenzióit, megerősítést nyert.

Tanulmányunk elején külön kitértünk néhány főbb konstruktumra, amik összefüggésben lehetnek a csoport identitással. Ilyen például a kötődés. A csapattal való

azonosulás pozitív hatással van a boldogság és szeretet diszkrét érzelmeire, melyek aztán előre jelzik a csapathoz való kötődést (Prayag et al., 2020). Az önértékelés is része a társas identitás elméletének. Az elkötelezett rajongók magasabb szintű önértékelésről és pozitív hangulatról, érzelmekről számoltak be (Wann, 2006). A csoportok az egyének számára értelmet, célt és összetartozást biztosítanak. Ezek általában pozitív pszichológiai következményekkel járnak: különlegesen, hatékonyan és sikeresen érzik magukat. Mindezek pedig hatással lehetnek a jóllétre (Haslam et al., 2009). Az erős csoportidentitás kialakulása előre jelzi a pszichológiai ellenálló képesség, vagyis a reziliencia növekedését, hiszen a csoporttagság védelmet nyújt a depresszió kialakulásával szemben (Koni et al., 2019). A reziliencia esetében mi elkülönítettük azt az időszakot mielőtt és miután a kitöltők anime rajongók lettek. Reysen és Brancombe (2010) rajongói szociális identitás koncepciója alapján az anime rajongók társas identitását általában a rajongás és a fandom adja.

Az általunk felállított modellből az látszik, hogy a kötődés, a rajongás mértéke és a reziliencia – arra az időszakra vonatkoztatva, miután a kitöltők anime rajongók lettek – által majdnem 20%-os valószínűséggel lehet előre jelezni a csoport identitást. Ezzel szemben az önértékelés, a jóllét és a reziliencia, mielőtt anime rajongók lettek volna, nem mutatott összefüggést a függő változóval.

A harmadik és negyedik hipotézisünkkel azt feltételeztük, hogy pozitív együttjárás van a felnőtt kötődés (H3), az önértékelés (H4) és a csoporttal való azonosulás között. Ezt arra alapoztuk, hogy Tajfel társas identitás elméletének (1971) része mind a kötődés, mind pedig az önértékelés. Ezen felül Wann (2006) is azt találta, hogy az elkötelezettebb rajongóknak magasabb az önértékelése, Prayag és munkatársai (2020) pedig a csoport és a kötődés között talált összefüggéseket. Az eredmények igazolták a harmadik hipotézist. A felnőttkori kötődés és a csoport identifikáció között pozitív együttjárás mutatható ki. Tehát minél magasabb értéket ért el valaki a kötődés kérdőívben, annál magasabb volt a csoporttal való azonosulás mértéke is. Az önértékelés ezzel szemben nem mutatott együttjárást a csoport identifikációval, így a negyedik hipotézisünk nem teljesült.

A tesztbattériánk végén többek között olyan kérdéseket tettünk fel, hogy a kitöltőknek van-e anime karakter példaképe, kaptak-e bármilyen negatív kritikát amiatt, hogy animéket néznek vagy éppen volt-e bármilyen pozitív hatása az animéknek az életükre. Azt feltételeztük, hogy egy személy minél inkább átéli a megkérdezett jelenségeket, tehát van anime példaképe, kapott negatív kritikát, az animéknek van pozitív hatása az életére, annál nagyobb a valószínűsége annak, hogy a csapat identitás kérdőívben magasabb pontszámot ér el. A feltételezésünk beigazolódtott a japán nyelvtudás/tanulás esetében. Azok a kitöltők, akik tudnak

vagy tanulnak japánul, magasabb pontszámot értek el a rajongói skálán. Továbbá szintén igaznak bizonyult abban a vonatkozásban, hogy a kitöltőt érte-e negatív kritika amiatt, hogy animéket néz. Bár a magasabb csapat identitás mértéket elért személyek inkább tapasztaltak negatív kritikát, esetükben nagyobb volt az animék pozitív hatása is az életükre. Tehát a feltételezésünk itt is beigazolódott. A feltett kérdések közül még négy esetében igazolódott be a hipotézisünk. A magasabb csapat identitás mértékkel rendelkező kitöltők szívesebben ajánlanák másoknak az animéket, ugyanakkor csalódottabbak lennének, ha az ő ajánlásukra negatív visszajelzést kapnának róluk, van anime karakter példaképük és szívesebben élnének egy anime világában, mint a való életben. A csapat identitás mértéke nem számított az animék negatív hatása esetében a személyek életében, és hogy támogatják-e a live action filmeket/sorozatokat. Mindez arra enged következtetni, hogy bizonyos kérdésekben számít, hogy kinek mekkora a csapat identitás mértéke. Tehát a vizsgált konstruktumokban eltérést tapasztalhatunk a csapat identitás mértékének függvényében.

Végeredményben elmondhatjuk, hogy az általunk adaptált csapat identitás kérdőív anime rajongókra kifejlesztett változata használható további kutatásokban, mely fontos eleme a szubkultúra tanulmányozásának. Érdekes lehet felmérni, ha más pszichológiai konstruktumokat vizsgálunk, hiszen az egyénben létrejövő hatásokat, esetleg változásokat nem kifejezetten az animék nyújtják, hanem azok a csoportok és a csoportokkal való interakciók, amibe a rajongók tartoznak.

Kitekintés

Tanulmányunkban egy anime rajongókra alakított csapat identitás kérdőívet validáltunk, mely egy szükséges lépés volt a további kutatásokhoz. A validáció során néhány pszichológiai jelenség összefüggéseit is felmértük, de érdemes lenne ezeket más elemekkel kiegészítve tovább kutatni.

A tesztbattéria végén általunk megfogalmazott kérdésekből jól látszik, hogy a kitöltők többségét (72,2%) érte negatív kritika amiatt, hogy anime rajongók. Ez indokolja a szubkultúrával kapcsolatos sztereotípiák, előítéletek, megbélyegzés vizsgálatát. Emellett érdekes különbség mutatkozott a reziliencia esetén. Míg az anime fogyasztás előtti reziliencia nem mutatott összefüggéseket, addig az anime fogyasztás utáni igen. Ennek részletesebb vizsgálata érdekes eredményeket hozhat.

Bár a szakirodalom összefüggésbe hozta az önértékelést és a csapat identitást, kutatásunkban nem volt kimutatható összefüggés a két konstruktum között. A reziliencia mintájára azonban érdekes lehet megnézni, ha az önértékelést is két részre bontjuk: az anime rajongás előtti és utáni időszakra. Így megvizsgálhatnánk, hogy hatással volt-e az anime rajongói csoport a személyek önértékelésére.

Terveink közt szerepel, hogy ellátogatunk egy Magyarországon szervezett MondoCon eseményre, ahol a csoportot belülről is megfigyelhetjük. Érdekes lehet mélyinterjúk készítése is. Ez által olyan aspektusokat is megismerhetnénk, amire a szakirodalom alapján nem gondoltunk.

Összességében úgy véljük, számos kutatási lehetőség van még a témában. Ezek által átfogóbb képet kapnánk az anime rajongói szubkultúráról, melynek számos serdülő és fiatal felnőtt a részese. Az anime rajongókra alakított csapat identitás kérdőív segítséget nyújthat ezekben a kutatásokban.

Limitációk

Kutatásunk limitációja a viszonylag kis elemszám. Kérdőív validálás esetén célravezetőbb a minél nagyobb elemszám, 400-500 kitöltő. Ez részben az adatgyűjtés rövid ideje miatt alakult így, részben pedig tapasztalataink alapján az anime rajongói csoportok tagjai számára idegen, hogy a szubkultúrát, ez által pedig őket vizsgáljuk. A csoportok nagyon zárkózottak voltak, nehezen egyeztek bele, hogy megosszuk a kérdőívet, így egy több ezres létszámú csoportból is csak néhány kitöltés érkezett.

A mintánk nem tekinthető reprezentatívnak, hiszen nem hoztunk létre kvótát, ami alapján a kitöltőket kerestük. Így az általunk elért kitöltők nagy része hasonló társadalmi helyzetben él, életkor tekintetében pedig dominálnak a 18 éves kitöltők (a teljes minta 24,3%-át alkotják).

Irodalomjegyzék

- Abrams, D., & Hogg, M. A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 18(4), 317–334.
- Ainley, J. G. (1998). *Schools and the Social Development of Young Australians*. Victoria: Australian Council for Educational Research.
- Ainsworth, M. D. (1972). Attachment and dependency: A comparison. In J. L. Gewirtz, *Attachment and dependency*. V. H. Winston & Sons.
- Ainsworth, M.D., Blehar, M.C., Waters, E., & Wall, S.N. (2015). *Patterns of Attachment: A psychological study of the strange situation* (1st ed.). New York: Psychology Press.
- Ashmore, R. D., Deaux, K., & McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. *Psychological bulletin*, 130(1), 80–114.
- Balsovich, J., & Tomaka, J. (1991). Measures of self-esteem. In. J. Robinson, P. Shaver, & L. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes: Measures of self-esteem*. (pp. 115 – 160). San Diego, California: Academic Press.
- Basim, N., & Cetin, F. (2011). Reliability and validity studies of resilience scale for adults. *Turkish Journal of Psychiatry*, 22(2), 104 – 114.
- Baumeister, R. F., & Muraven, M. (1986). *Identity: Cultural change and the struggle for self*. Oxford University Press.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and Loss: Volume I: Attachment*. The International Psycho-Analytical Library, 79, (pp. 1 – 401). London: The Hogarth Press and the Institute of Psycho-Analysis.
- Bowlby, J. (1973). *Mütterliche Zuwendung und geistige Gesundheit*. München: Kindler.
- Bowlby, J. (1974). *Attachment and Loss: Volume II: Separation, Anxiety and Anger*. The International Psycho-Analytical Library, 95, (pp. 1 – 429). London: The Hogarth Press and the Institute of Psycho-Analysis.
- Bowlby, J. (1979). The Bowlby-Ainsworth attachment theory. *Behavioral and Brain Sciences*, 2(4), 637 – 638.
- Bowlby, J., & Bacciagaluppi, M. (Szerk.). (2013). *The Milan seminar: Clinical applications of attachment theory*. New York: Karnac Books.

- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1991). The positive social and self concept consequences of sports team identification. *Journal of Sport and Social Issues*, 15(2), 115–127.
- Brooks, J. E. (2006). Strengthening resilience in children and youth: Maximizing opportunities through the schools. *Children & Schools*, 28(2), 69 – 76.
- Campbell, C. A., McConkey, B. G., Zentner, R. P., Selles, F., & Curtin, D. (1996). Long-term effects of tillage and crop rotations on soil organic C and total N in a clay soil in southwestern Saskatchewan. *Canadian Journal of Soil Science*, 76(3), 395–401.
- Chadborn, D., Edwards, P., & Reysen, S. (2017). Displaying fan identity to make friends. Intensities: *The Journal of Cult Media*, 9(9), 87 – 97.
- Chen, C. A. (2012). Cartoon planet: The cross-cultural acceptance of japanese animation. *Asian Journal of Communication*, 22(1), 44–57.
- Chen, Y., & Li, S. X. (2009). Group Identity and Social Preferences. *American Economic Review*, 99(1), 431–457.
- Cho, H., Disher, T., Lee, W. C., Keating, S. A., & Lee, J. H. (2018). Facet analysis of anime genres: The challanges of defining genre information for popular cultural objects. *Ko Knowledge Organisation*, 45(6), 484 – 499.
- Cho, H., Schmalz, M. L., Keating, S. A., & Lee, J. H. (2017). Information needs for anime recommendation: analyzing anime users' online forum queries. Letöltve: 2022.10.03. Forrás: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7991602>
- Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, L. R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 366 – 375.
- Cialdini, R. B., & De Nicholas, M. E. (1989). Self-presentation by association. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(4), 626–631
- Clements, J. (2013). *Anime: A history*. London: British Film Institute.
- Coats, S., Smith, E. R., Claypool, H. M., & Banner, M. J. (2000). Overlapping Mental Representations of Self and In-Group: Reaction Time Evidence and Its Relationship with Explicit Measures of Group Identification. *Journal of Experimental Social Psychology*, 36(3), 304–315.
- Cole, S. A. (2006). Building secure relationships: Attachment in kin and unrelated foster caregiver–infant relationships. *Families in society: The Journal of Contemporary Social Services*, 87(4), 497–508.
- Erol, R. Y., & Orth, U. (2011). Self-esteem development from age 14 to 30 years: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(3), 607–619.

- Exner, N. (2012). Anime-zing in North Carolina: Library Views of Anime Fans. *North Carolina Libraries*, 70(1), 28 – 31.
- Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological methods*, 4(3), 272 – 299.
- Funk, D. C., & James, J. (2001). The psychological continuum model: A conceptual framework for understanding an individual's psychological connection to sport. *Sport management review*, 4(2), 119–150.
- Fülöp T. (2019). Az animés szubkultúra tagjainak identitásteremtő jelentésadási folyamatai a tárgybirtokláson keresztül. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 16(2), 110 – 120.
- Galbraith, P. W., & Lamarre, T. (2010). Otakuology: A dialogue. *University of Minnesota Press*, 5, 360 – 374.
- Gecas, V. (2000). Personal Identity: Value identities, self-motives and social Movements. In Stryker S., Owens, T. J. & White, R. W. (Eds). *Self, identity and social movements*, 13, (pp. 93 – 109), Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gurin, P., & Townsend, A. (1986). Properties of gender identity and their implications for gender consciousness. *British Journal of Social Psychology*, 25(2), 139–148.
- Haslam, S. A., Jetten, J., Postmes, T., & Haslam, C. (2009). Social identity, health and well-being: An emerging agenda for applied psychology. *Applied Psychology*, 58(1), 1–23.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (Szerk.). (2004). *Organizational identity: A reader*. OUP Oxford.
- Hazan, C., & Shaver, P. R. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511 – 524.
- Hámori E., Dankháziné Hajtman E., Horváth-Szabó K., Martos T., Kézdy A., & Urbán S. (2016). A felnőtt kötődés mérése: A kötődési stílus kérdőív (ASQ-H) magyar változata. *Alkalmazott Pszichológia*, 16(3), 119–144.
- Hámori E., & Horváth J. (2017). A kötődés élményrétegei serdülő- és felnőttkorban. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 72(1), 107–126.
- Heere, B., & James, J. D. (2007). Stepping outside the lines: Developing a multi-dimensional team identity scale based on social identity theory. *Sport Management Review*, 10(1), 65–91.
- Hill, V. Z. (2013). *Sel-esteem*. London: Psychology Press.
- Hirt, E. R., Zillmann, D., Erickson, G. A., & Kennedy, C. (1992). Costs and benefits of allegiance: Changes in fans' self-scribed competencies after team victory versus defeat. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(5), 724–738.

- James, W. (2017). *The Principles of Psychology (1890)*. By: William James (Volume 1): William James (January 11, 1842-August 26, 1910) was an american philosopher and psychologist who was also trained as a physician. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- JASPTeam (2022). JASP (Version 0.16.3) [Computer Software]
- Jámbori Sz., & Kőrössy J. (2019). A szándékos önszabályozás jelentősége serdülő és fiatal felnőttkorban a társas támogatás, az identitásállapotok és a reziliencia tükrében. *Alkalmazott pszichológia*, 19(3), 33 – 52.
- Jámbori Sz., Kőrössy J., & Szabó É. (2019). A reziliencia, az énhatékonyság és az iskolai kötődés szerepe a szándékos önszabályozás folyamatában. *Magyar pedagógia*, 119(1), 75 – 94.
- Járai R., Vajda D., Hargitai R., Nagy L., Csókási K., Kiss E. Cs. (2015). A Connor-Davidson reziliencia kérdőív 10 ítemes változatának jellemzői. *Alkalmazott Pszichológia*, 15(1), 129–136.
- Kaplan, B. H., Cassel, J. C., & Gore, S. (1977). Social support and health. *Medical Care*, 15(5), 47–58.
- Kiesner, J., Cadinu, M., Poulin, F., & Bucci, M. (2002). Group identification in early adolescence: Its relation with peer adjustment and its moderator effect on peer influence. *Child Development*, 73(1), 196–208.
- Koni, E., Moradi, S., Arahanga-Doyle, H. Neha, T., Hayhurst, J. G., Boyes, M., Cruwys, T., Hunter, J. A., & Scarf, D. (2019). Promoting resilience in adolescents: A new social identity benefits those who need it most. *PloS one*, 14(1), 1 – 11.
- Laffan, D. A. (2020). Positive psychosocial outcomes and fanship in k-pop fans: A social identity theory perspective. *Psychological Reports*, 124(5), 2272–2285.
- Lewis, M. (1997). *Altering fate: Why the part does not predict the future*. New York: Guilford Press.
- Mael, F. A., & Tetrick, L. E. (1992). Identifying organizational identification. *Educational and psychological measurement*, 52(4), 813–824.
- Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56(3), 227 – 238.
- Ministry of Economy, Trade and Industry (2012). Cool Japan strategy (January). Letöltve: 2022.10.03. Forrás: https://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/pdf/120116_01?fbclid=IwAR3HLPZA65udk3JyjK0Cur2VfYGo7A1GoBIIwsBdQnr4LjpEWX5uyw3R0kU
- Murrell, A. J., & Dietz, B. (1992). Fan support of sport teams: The effect of a common group identity. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 14(1), 28 – 39.

- Newitz, A. (1994). Anime otaku: Japanese animation fans outside Japan. *Bad Subjects*, 13(11), 1–14.
- Odell, C., Blanc, M. L. (2013). *Anime*. Harpenden: Oldcastle Books.
- Palmonari, A., Pombeni, M. L., & Kirchler, E. (1990). Adolescents and their peer groups: A study on the significance of peers, social categorization processes and coping with developmental tasks. *Social Behaviour*, 5(1), 33 – 48.
- Patten, F. W. (2004). *Watching anime, reading manga*. Berkley: Stone Bridge Press.
- Pikó B. (2004). A pozitív pszichológia missziója a modern társadalomban. *Mentálhigiéne és Pszichoszomatika*, 5(4), 289 – 299.
- Prayag, G., Mills, H., Lee, C., & Soscia, I. (2020). Team identification, discrete emotions, satisfaction, and event attachment: A social identity perspective. *Journal of Business Research*, 112, 373–384.
- Ray, A., Plante, C. N., Reysen, S., Roberts, S. E., & Gerbasi, K. C. (2017). Psychological needs predict fanship and fandom in anime fans. *The Phoenix Papers*, 3(1), 56–68.
- Reysen, S., & Branscombe, N. R. (2010). Fanship and fandom: Comparisons between sport and non-sport fans. *Journal of Sport Behavior*, 33(2), 176–193.
- Reysen, S., Katzarska-Miller, I., Nesbit, S. M., & Pierce, L. (2013). Further validation of a single-item measure of social identification. *European Journal of Social Psychology*, 43(6), 463–470.
- Reysen, S., Plante, C. N., Chadborn, D., Roberts, S. E., & Gerbasi, K. C. (2021). *Transported to another world: The psychology of anime fans*. Texas: International Anime Research Project.
- Reysen, S., Plante, C. N., Roberts, S. E., & Gerbasi, K. C. (2017). Anime fans to the rescue: Evidence of Daniel Wann’s team identification social psychological health model. *The Phoenix Papers*, 1(3), 237 – 247.
- Robins, R. W., Trzesniewski K. H., Tracy, J. L., Gosling, S. D., & Potter, J. (2002). Global Self-Esteem Across the Life Span. *Psychology and Aging*, 17(3), 423 – 434.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman L. S. (Eds.) (1991). *Measures of Personality and social psychological attitudes: Volume 1*. San Diego, California: Academic Press.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic Books.
- Rosenberg, M. (2015). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberg, M., Kozlovsky, A., Gelernter, I., Cherniak, O., Gabbay, J., Baht, R., & Eli, I. (1995). Self-estimation of Oral Malodor. *Journal of Dental Research*, 74(9), 1577–1582.

- Rosenberg, M., & Owens, T. J. (2001). Low Self-Esteem People: A Collective Portrait. In T. J. Owens, S. Stryker, & N. Goodman (Szerk.), *Extending Self-Esteem Theory and Research* (pp. 400 – 436). Cambridge University Press.
- Sallay V., Martos T., Földvári M., Szabó T., & Ittész A. (2014). A Rosenberg Önértékelés Skála (RSES-H): Alternatív fordítás, strukturális invariancia és validitás= Hungarian version of the Rosenberg self-esteem scale (RSES-H): An alternative translation, structural invariance, and validity. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 15(3), 259–275.
- Sardar, Z. (2015). *Introducing cultural studies: A graphic guide*. Icon Books.
- Schurr, K. T., Wittig, A. F., Ruble, V. E., & Ellen, A. S. (1988). Demographic and personality characteristics associated with presistent, occasional and non-attendance of University Male Basketball Games by college students. *Journal of Sport Behavior*, 11(1), 3 – 17.
- Sellers, R. M., Rowley, S. A., Chavous, T. M., Shelton, J. N., & Smith, M. A. (1997). Multidimensional inventory of black identity: A preliminary investigation of reliability and constuct validity. *Journal of personality and social psychology*, 73(4), 805–815.
- Sen, S., Johnson, A. R., Bhattacharya, C. B., & Wang, J. (2015). Identification and attachment in consumer-brand relationships. *Brand meaning management*, 12, 151–174.
- Shelton, J. N., & Sellers, R. M. (2000). Situational stability and variability in African American racial identity. *Journal of Black Psychology*, 26(1), 27–50.
- Stryker, S., Owens, T. J., & White, R. W. (Eds.). (2000). *Self, Identity, and Social Movements*. University of Minnesota Press.
- Stryker, S., & Serpe, R. T. (1994). Identity salience and psychological centrality: Equivalent, overlapping, or complementary concepts? *Social psychology quarterly*, 57(1), 16–35.
- Susánszky É., Konkoly Thege, B., Stauder, A., & Kopp M. (2006). A WHO jól-lét kérdőív rövidített (WBI-5) magyar változatának validálása a hungarostudy 2002 országos lakossági egészségfelmérés alapján. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 7(3), 247 – 255.
- Suzuki, Y. (2009, June 20). ROK promotes TV dramas. *Daily Yomiuri*, p. 4.
- Szabó É., & Virág K. (2013) „Dudari vagyok, de mégsem” – A társas identitás elemeinek megjelenése és szerkezete az interjúkban. In Lencsés G., & Feleky G. (Szerk.). (2013). *Múlt és jelen: Szegedi társadalomkutatók dudaron 1937-2012* (pp. 195–205). Szeged: Belvedere Meridionale.
- Tafarodi, R. W., & Swann Jr., W. B. (1995). Self-linking and self-competence as dimensions of global self-esteem: Initial validation of a measure. *Journal of Personality Assessment*, 65(2), 322–342.

- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Massachusetts: Academic Press.
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Relations. *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1–39.
- Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European journal of social psychology*, 1(2), 149–178.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of inter-group conflict. In W. G. Austin & Worchel (Eds.), *The social psychology of inter-group relations* (pp. 33 – 47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Takács Sz. (2016), *Bevezetés a matematikai statisztikába elmélet és gyakorlat*. Budapest: Antaresz Kiadó.
- Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2001). Identity and cooperative behavior in groups. *Group processes & intergroup relations*, 4(3), 207–226.
- Wann, D. L. (2006). Understanding the positive social psychological benefits of sport team identification: The team identification-social psychological health model. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 10(4), 272–296.
- Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1991). The positive social and self concept consequences of sports team identification. *Journal of Sport and Social Issues*, 15(2), 115 – 127.
- Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International journal of sport psychology*. 24(1), 1–17.
- Wann, D. L., & Schrader, M. P. (2000). Controllability and stability in the self-serving attributions of sport spectators. *The Journal of Social Psychology*, 140(2), 160–168.
- Werner, E. E. (2000). Protective factors and individual resilience. In Meisels, S. J., Shonkoff, J. P. (eds.): *Handbook of early childhood intervention* (pp. 155 – 132). Cambridge: Cambridge University Press.
- Williams, E. B. (1979). *The Scribner-Bantam English dictionary*. New York: Bantam books.