

# Sport és társadalmi nem a 21. század elején a média tükrében Magyarországon

Doktori értekezés

**Dr. Gáldiné Gál Andrea**

Semmelweis Egyetem, Testnevelési és Sporttudományi Kar (TF)  
Sporttudományi Doktori Iskola  
Sport, Nevelés- és Társadalomtudományi Program



Témavezető: Földesiné dr. Szabó Gyöngyi egyetemi tanár, az MTA doktora

Hivatalos bírálók: Dr. Frenkl Róbert Prof. Emeritus, az MTA doktora  
Dr. Farkas János Prof. Emeritus, az MTA doktora

Szigorlati bizottság elnöke: Dr. Sipos Kornél egyetemi tanár, CSc  
Szigorlati bizottság tagjai: Dr. Vingender István főiskolai docens, PhD  
Dr. habil. Ozsváth Károly egyetemi docens, CSc  
Dr. Hédi Csaba főtitkár, PhD

Budapest  
2007

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>1.</b>	<b>BEVEZETÉS</b>	<b>4</b>
1.1.	Témaválasztás indoklása	5
1.2.	Szakirodalmi áttekintés	6
1.2.1	A nemzetközi kutatási eredmények áttekintése	6
1.2.2	A hazai vonatkozású kutatási eredmények összegzése	11
<b>2.</b>	<b>CÉLKITŰZÉSEK</b>	<b>15</b>
2.1.	Kérdésfeltevés	16
2.1.1.	A napilapok sporttémájú cikkeinek elemzése	16
2.1.2.	A sportolónők médiareprezentációjukról alkotott véleményének elemzése	16
2.1.3.	A nemek megjelenítéséről alkotott olvasói vélemények vizsgálata	16
2.1.4.	A hírszelekció folyamatának vizsgálata	16
2.2	Hipotézis	16
<b>3.</b>	<b>MÓDSZEREK</b>	<b>17</b>
3.1.	Módszertani alapvetés	17
3.2.	Tartalomelemzés	19
3.3.	Kérdőíves vizsgálat	21
3.4.	Mélyinterjú	22
<b>4.</b>	<b>A KUTATÁS ELMÉLETI KERETEI</b>	<b>22</b>
4.1.	A kutatási témával kapcsolatos általános fogalmak	22
4.2.	A nemek szociológiájának rövid története	26
4.3.	A társadalmi nem elmélete	31
4.4.	Társadalmi nem és sport	35
4.5.	Gender és média	39

4.6.	A média közvélemény-formáló hatása	43
4.7.	A kódolás-dekódolás modell és a „kultúra-körforgás” elmélet	46
<b>5.</b>	<b>MODERN SPORT ÉS MÉDIA A 20. ÉS 21. SZÁZADBAN</b>	<b>49</b>
5.1.	A sport és a média összefonódása	49
5.2.	A sportmédia társadalmi hatásai	53
5.2.1.	Sport a politikában és politika a sportban	53
5.2.2.	A sportmédia norma –és értékformáló szerepe	55
5.2.3.	Devianciák és sportmédia	57
<b>6.</b>	<b>EREDMÉNYEK</b>	<b>58</b>
6.1.	Fogyasztás	59
6.2.	Reprezentáció	64
6.3.	Szabályozás	95
6.4.	Gyártás	98
6.5.	Identitás	104
<b>7.</b>	<b>MEGBESZÉLÉS</b>	<b>109</b>
<b>8.</b>	<b>KÖVETKEZTETÉSEK ÉS AJÁNLÁSOK</b>	<b>116</b>
8.1.	Tézisek – válasz a hipotézisekre	116
8.2.	Ajánlások	119
	<b>ÖSSZEFOGLALÁS</b>	<b>121</b>
	<b>IRODALOMJEGYZÉK</b>	<b>123</b>
	<b>SAJÁT PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE</b>	<b>132</b>
	<b>KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS</b>	<b>133</b>
	<b>FÜGGELÉK</b>	<b>134</b>

## 1. BEVEZETÉS

A nemek közötti viszonyrendszer változása, valamint annak makroszinten jelentkező hatásai napjaink legfontosabb és legizgalmasabb kérdései közé tartoznak. A modern nyugati társadalmakban jelentkező demográfiai válságot, a házasság és a család hagyományos formáinak átalakulását/hanyatlását leginkább a nők társadalmi szerepeinek kibővülésével magyarázzák; a munkaerőpiacon, a politikai és gazdasági életben való nagyobb arányú részvétel ugyanis egyre több nőt mozdít ki hagyományosan domináns családanyai szerepéből. Ugyanakkor elterjedt a férfiak jelenléte a szülőszobán, a fiatal apák tudatossága talán növekszik feladataikat illetően, s – bár hazánkban ezt a statisztikai adatok nem jelzik - a házimunka is bekerül mindennapi tevékenységkörükbe. Változnak tehát a nemi szerepek, az ahhoz tartozó normák és értékek, és változik azoknak a viselkedésformáknak a tárháza is, amelyet a társadalom hagyományosan a férfiakhoz és nőkhöz társít. A nyugati országok társadalomtudományában évtizedek óta jelen lévő inter- és multidiszciplináris jellegű „gender” kutatások elsősorban annak leírására fókuszálnak, hogy a mindennapi élet különböző területein miképpen alakul a nemek helyzete. Az irányzat az utóbbi időkben egyre inkább specializálódik, és ma már a nő – és férfikutatásokban, feminista esszékben, s az eltérő szexuális beállítottságúakról (homoszexuálisok, leszbikusok) készült tanulmányokban elemzik a férfiak és nők társadalmi pozícióit. A társadalomtudósok számára egyértelművé vált ugyanis, hogy csak az ilyen témájú tudományos kutatások segíthetik elő azoknak a problémáknak a hatékony megoldását, amelyek háttérében a nemek viszonyának vagy egyenlőtlenségének kérdése áll.

A sportszociológia viszonylag későn kezdett foglalkozni azzal a kérdéssel, hogy milyen jellegzetességek mutathatók ki a sport területén a nemek viszonyát illetően. Ez azért meglepő, mert más, elsősorban a férfi identitás kialakulásának történetét feldolgozó munkák, ha nem is elsődleges, de mindenképpen kiemelkedő jelentőséget tulajdonítottak a sportnak a férfiasság megalkotásában és újratermelésében. Egyes feminista szerzők megkérdőjelezték ugyan a terület tradicionális férfihegemóniáját, de őket is csak elsősorban olyan témák érdekelték, mint a női sport(olók) diszkriminációja. A tömegkommunikációs eszközök 20. századi, rendkívül dinamikus fejlődése, és versenysporttal való teljes összefonódása azonban új kutatási dimenziót nyitott ezen a területen; egyre több szakember tett kísérletet arra, hogy a médiatermékek tartalmának

elemzésével bemutassa a férfiak és nők sportjának reprezentációjában fennálló mennyiségi és minőségi eltéréseket.

Magyarországon mind a média, mind a „gender” jellegű kutatások valójában csak a demokratikus átalakulások után indultak meg, olyan vizsgálat pedig, mely a női és férfi sport média általi megjelenítésének specifikumaira fókuszálna, ezt megelőzően nem készült hazánkban.

Az értekezés célja, hogy a napilapok sportrovatának tartalomelemzésével, az olvasók körében elvégzett kérdőíves vizsgálattal, valamint sportújságírókkal és élsportoló nőkkel készített interjúk segítségével feltárja a nemek nyomtatott sportmédia általi bemutatásának jellemzőit. A disszertáció a legfontosabb nemzetközi kutatási eredmények áttekintése után röviden tárgyalja a nemek szociológiájának történetét, majd foglalkozik a társadalmi nem, a modern sport és a média összefüggéseinek elméleti hátterével. Az értekezés egyrészt problémafeltáró jellegű, másrészt a kapott adatok és információk elemzésével utal a jelenségek közötti összefüggésekre is. A kutatás eredményeinek összegzése során manifesztálódnak azok jellemzők, melyek a sportoló nők és férfiak média általi reprezentációjának specifikumait adják.

### **1.1. A témaválasztás indoklása**

Disszertációm témaválasztásában elsősorban sportolói múltam és szakmai jelenem játszott fontos szerepet; egykori versenysportolóként a mai napig érdeklődésem középpontjában áll ez a terület, hisz volt szerencsém egykor „belülről” látni és megélni. Szociológusként pedig „kívülről”, a társadalomtudós szemével tekintek azokra a problémákra és jelenségekre, amelyek az élet egyéb területeihez hasonlóan a sportban is fellelhetőek.

Csakúgy, mint a sportkedvelők, sportrajongók zöme, információim jelentős részét én is a médiából szerzem, a televíziós sporthírek mellett rendszeresen figyelemmel kísérem a sportsajtó tudósításait. Sőt, sokakkal ellentétben büszkén sorolom magam azok közé, akik hátulról kezdik a napilapok olvasását; régi szokásom nem a politikai, gazdasági vagy kulturális események iránti érdektelenségemet, hanem a legfrissebb sporteredmények iránti állandó kíváncsiságomat jelzi. Ezzel a sporttal foglalkozók körében nem számítok különlegességnek, de mint nő, talán eltérek az átlagtól; bár reprezentatív kutatási eredmény hiányában nem tudjuk pontosan, hogy Magyarországon hány nő olvassa a sportrovatokat, feltehetően azonban a férfiaknál jóval kevesebb. A

jelenség háttérben nyilvánvalóan az állhat, hogy a sportot ma is inkább a férfiak érdeklődési körébe tartozó területnek tartják. Ezen a felfogáson az sem változtatott igazán, hogy a női sport hatalmasat fejlődött a 20. században, mely dinamikus fejlődés az ezredforduló után tovább folytatódott. Nem véletlen tehát, hogy a sportszociológia területén egyre több olyan kutatásról olvashatunk, melyben a nők verseny- és/vagy szabadidősportjának a társadalmi élet egyéb területeivel – mint pl. gazdaság, oktatás, kultúra - való kapcsolatát elemzi. Ilyen szakirodalmak lapozgatása során találkoztam a férfi és női sportolók média általi megjelenítését, annak jellemzői, eltéréseit elemző írásokkal, melyek elsősorban azért keltették fel figyelmemet, mert hasonló jellegű magyar kutatási eredményről korábban nem hallottam.

A nyugati országokból érkező adatok először csak arra ösztönöztek, hogy kritikusan szemléljem a sportmédia termékeit, később azonban egyre inkább úgy gondoltam, hogy szükség lenne hazánkban is a téma tudományos szempontok szerinti körüljárására. Végül elhatározásomban óriási szerepet játszott az a felkérés, melyet 2005-ben a „Global Women in the Sports Media” elnevezésű nemzetközi projekt vezetőitől kaptam. Ennek a kutatásnak az a célja, hogy a női sportolók athéni olimpiai játékok alatti médiareprezentációját hasonlítsa össze a világ 22 országából érkező, az adott nemzet legnagyobb példányszámú napilapjának tartalomelemzési adatai alapján. Így nemcsak arra nyílik lehetőségem, hogy egy nemzetközi sztenderd alapján, gender szempontból analizáljam a hazai sportsajtót, hanem arra is, hogy kutatásomat egyéb aspektusokkal kibővítve jellemezzem a nők és férfiak sportjának médiával való kapcsolatát.

## **1.2. Szakirodalmi áttekintés**

Míg a gazdag nyugati szakirodalom lehetőséget nyújt arra, hogy a sportolónők és férfiak média általi megjelenítésének korábban feltárt jellemzőit összegezzem, addig –az ilyen témájú elemzések hiánya miatt- a hazai tudományos munkák közül a nemek médiaszereplését feltáró - s benne esetenként a sport területét is tárgyaló- írások rövid áttekintésére nyílik lehetőségem.

### **1.2.1.A nemzetközi kutatási eredmények áttekintése**

A női és férfi sport médiareprezentációjának vizsgálata során a kutatók elsősorban kvantitatív illetve kvalitatív tartalomelemzésekkel próbálják feltárni azokat a dimenziókat, amelyek segítségével lehetővé válik a női sport és a média viszonyának

gender szempontú elemzése. Ezek tárgyai leginkább sajtótermékek, de igen népszerű az elektronikus média – leginkább a televízió - sporttartalmú műsorainak elemzése is.

A kutatások, kritikai elemzések szerzői számos tekintetben azonos eredményekre jutottak a vizsgálatok, melyek egyértelműen azt jelzik, hogy a sport férfidominanciájának szemléletét a tömegkommunikációs eszközökön keresztül is közvetítik a társadalom felé. A kvantitatív kutatások, melyek a női illetve férfi sport média általi reprezentációjának mennyiségét hasonlították össze, egyöntetűen azt mutatták ki, hogy a női sport megjelenítésének mennyisége messze elmarad a férfiak sportjától. Ez egyaránt igaz az elektronikus és a nyomtatott médiára is.

Ausztráliában Menzies (1989) egy canberrai újság sporttartalmú cikkeit vizsgálva azt találta, hogy a teljes tartalom mindössze 2 %-ban foglalkoztak a nők sportjával. Crossman és társai (1994) Kanadában, egy népszerű napilap sportszekcióját 10 éven áttelemezve jutottak arra az eredményre, mely szerint a férfi élsportolók tizennyolcszor akkora terjedelemben jelentek meg a lapban, mint női társaik. Emellett a fotók mennyiségében is tizenötszörös különbséget találtak a férfiak javára. Szintén Kanadából zajlott az a kutatás, mely négy napilap hat hónapos periódus alatti analízise során azt találta, hogy a média valójában kevésbé támogatja a nők sportjának fejlődését (Theberg, 1991). Ezt megelőzően hasonló eredményre jutott Fasting és Tangen (1983) a norvég sajtó elemzése során is. Nem meglepő, hogy a világ különböző tájairól szinte megegyező kutatási eredményeket kapunk a nők és férfiak médiareprezentációjának vizsgálata során, hisz Valgeirsson és Snyder (1986) már két évtizeddel ezelőtt is azt találta egy nemzetközi összehasonlító vizsgálat keretében, hogy nyugati társadalmakban a két nem sportolóinak megjelenítése a sportsajtóban hasonló mintázatot mutat. Egy izlandi, egy angol és egy amerikai napilap tartalomelemzése azt mutatta, hogy mindhárom lap kevesebb figyelmet szentel a női sportnak.

A *Sport Illustrated* magazin 1954 és 1987 között megjelenő 3723 cikke 91%-át a férfi sportolóknak szentelte (Lumpkin és Williams, 1991).

Hasonlóan fent említett tanulmányokhoz, a női sportolók alulreprezentáltságát kimutató tartalomelemzését tárgyalja Bryant 1980-as, Theberg és Cronk 1986-os, valamint Brown 1994-es írása is. Ez utóbbi azért különösen érdekes, mert egy tíz éves időtartamot felölelő retrospektív vizsgálat eredményeit közli, melynek konklúziója szerint a női sport megjelenítése kvantitatív szempontból „mozdulatlan”. Jogos lehet

eszerint az a feltételezés, hogy a női sport elismerése nem követi a nők egyenlő jogokért, bánásmódért és elismeréséért folytatott küzdelmének pozitív tendenciáit.

Mathesen és Flatten (1996) hat angol nemzeti és a vasárnapi újság tartalmát hasonlította össze 1984 ill. 1994 júliusának első két hetében. Azt a meglepő eredményt kapták, hogy a sporttartalmú tudósítások növekvő mennyisége ellenére a női sporttal foglalkozó cikkek mennyisége csökkent.

Harris és Clayton (2002) az angol képes sajtót vizsgálva szintén arra jutottak, hogy a női sportolók alulreprezentáltak a lapokban, hiszen a tudósítások mindössze 5.9%-a foglalkozott a nők sportjával szemben a férfiak sportját tárgyaló, az összes cikk 85.8%-át jelentő írásokkal.

A televíziós sportesemények, híradások vizsgálata a női sportolók szemszögéből nézve talán még rosszabb eredményeket hozott. Duncan és Messner (1994) három Los Angeles-i tévécsatorna késő esti sportműsorainak tartalmát elemezve azt találta, hogy míg a műsoridő 94%-a a férfiak sportjával foglalkozott, addig ez az adat a nők esetén mindössze 5 % volt.

Bernstein (2002) egyenesen a nők sportjának „szimbolikus megsemmisítésé”-ről beszél abban a tanulmányában, amelyben a mindennapos sporttudósításokat elemzi több kutatási eredmény figyelembevételével. A tények szerint ugyanis e területen a női sportolók hatalmas hátrányban vannak férfitársaikhoz képest.

Toohey (1997) televíziós sportműsorokat vizsgálva arra a következtetésre jutott, hogy az ausztrál televízió hanyagolja a női sportot, és ez nem magyarázható az ország sportolónőinek eredménytelenségével; az olimpiai aranyérmek 42 %-át ugyanis a hölgyek szerezték. Ezt megerősítendő érdemes megemlíteni Pringle és Gordon (1995) kutatását, mely szerint az 1990-es Nemzetközösségi Játékokon a női sportolók sikeresebbek, mégis alulreprezentáltak voltak a médiában. Az alacsonyabb médiaszereplés jelensége nem magyarázható tehát egyszerűen azzal a ténnyel, hogy a nők versenysportbeli részvétele alacsonyabb arányú, vagy kevésbé sikeres, mint a férfiaké. Ugyanakkor Wensing és Bruce (2003), akik a nemek nyomtatott média általi megjelenítését vizsgálták a 2000. évi olimpiai játékok alatt, Bernsteinhez hasonlóan arra az eredményre jutottak, hogy a nagy nemzetközi versenyek időszakában a nők reprezentációjának aránya és minősége lényegesen javul a férfiakéhoz képest. A legjobb példa erre valóban az olimpiai két hete, amikor a kutatások szerint ez az arány akár ki is egyenlítődik.



Szabó (2001) 1998 és 2000 között folyó kutatási programjában a brit sportolók és sportolónők társadalmi státuszát vizsgálta médiamegjelenítésükön keresztül. A kvantitatív elemzés a sajtóra és a televízióra is kiterjedt, és mindkét tömegkommunikációs csatorna esetén ugyanazt - az olvasó számára talán már nem is meglepő - eredményt találta, hogy a nemek reprezentációja egyenlőtlen; a személyiségre, és ezáltal a társadalomra pozitívan ható sport és a testmozgás bemutatása és népszerűsítése főleg a férfiak sportján keresztül történik.

Hasonlóan a nyomtatott sajtóhoz, a televízió sportműsorainak vizsgálata esetén is találhatunk nemzetközi összehasonlítást. Han (2003) az Egyesült Államok illetve a Koreai Köztársaság legtekintélyesebb sport hírműsorait vetette össze; médiaelemzése során nemcsak kvantitatív, hanem kvalitatív szempontokat is figyelembe vett. A mennyiségi jellemzők esetében azt találta, hogy mindkét nemzet sporthíreiben messze alulreprezentáltak a nők; az amerikai hírműsorban a női sport aránya 4.4 % volt a férfiak 94.3 %-val szemben, míg ugyanez a koreaiakban 6.4 %, illetve 67 % volt.

A nagy sportesemények –pl. olimpiai játékok- közvetítése esetében jellemzően pozitív jelenség, hogy a sajtóhoz hasonlóan a televízió is törekszik egyenlőbb mértékben bemutatni a két nem versenyeit, a nők reprezentációjának aránya tehát jelentősen javul. Negatívum viszont az a tény, hogy a nők számára „társadalmilag elfogadottabb” sportágak (torna, úszás, műugrás) versenyzői érezhetően nagyobb figyelmet kapnak a médiától, mint akik tradicionálisan férfi sportágakban szerepelnek (Bernstein, 2002). Itt kell megemlíteni Daddario (1994) vizsgálatát, aki az 1992-es, Albertville-i téli olimpia időszaka alatt elemezte a női sportolók televízió általi ábrázolását. A kvalitatív szempontú analízis egyike azoknak a munkáknak, amelyek azt jelzik, hogy a női sport megjelenítése minőségében is elmarad a férfiak sportjának reprezentációjától. Hayes (2002) a sportsajtó vizsgálata során jellegzetességként rámutatott, hogy a női sportolók ábrázolása során a média gyakran a versenyző attraktivitására fókuszál, szemben a férfi sportolók jellemzésével, ahol a sportképességek kihangsúlyozása van a középpontban. A sportolói kvalitásokra, a tehetségre és eredményességre kevésbé utalnak a női sportolók esetén a médiákban, sokkal gyakoribb viszont a női versenyzők külső tulajdonságaira, érzelmeire, nőiességére való célzás. A nemzetközi szakirodalomban Kurnyikova-szindrómaként is emlegetett jelenségnek nem véletlenül lett az orosz származású - időközben az aktív teniszből visszavonult - sportolónő a névadója; annak ellenére ugyanis, hogy Anna Kurnyikova sosem nyert Grand Slam versenyt,

látványosan uralta a sportmédiát (l. 1. sz. Függelék). A rendkívül csinos versenyzőt tartották a nőiesség megtestesítőjének, aki a még akkor is többet szerepelt társainál a lapokban, amikor sérülés miatt nem indult el az adott versenyen. Harris és Clayton (2002) az angol bulvársajtó nyáron megjelent számainak vizsgálatára azt találta, hogy az orosz teniszsztaár a nőkről szóló cikkek 34%-ában tűnt fel. És ami még érdekesebb volt: ezek 67%-a nem sportolás közben, hanem valamilyen egyéb vonatkozásban mutatta be. A kutatók szerint ez jó példája annak, hogy az attraktivitás gyakran fontosabb a női sportolók bemutatása esetében, mint maga a sportteljesítmény. Ez a sporton belüli nemi hierarchia legfőbb indikátora, de nem az egyetlen. Az amerikai CBS csatorna olimpiai közvetítései során azokat a média-stratégiákat használta, amelyekkel marginalizálja a női sportolókat, fenntartva ezzel a sport férfihegemóniáját (annak ellenére volt ez jellemző, hogy az Egyesült Államok 5 aranyérmének mindegyikét női versenyző szerezte!). Ilyen többek között a sikeres női sportolók "lány"-ként, "kislány"-ként való említése, esetleg csak a keresztnévén való szólítása - mely úgy mond "enyhíti" a férfisportolók felsőbbrendűségének fenyegetettségét-, s melyet Elueze és Jones (1998) a női sportolók trivializálásaként értelmez. A szexista (a nők külső megjelenését, attraktivitását kiemelő, ezzel szemben a férfiaknál a teljesítményt hangsúlyozó) szóhasználat és fotók, a nők szexuális vágy tárgyaként való megjelenítése (l. 2. sz. Függelék) is egyike az említett stratégiáknak. (Bachmann, 1998). Duncan és társai (1990) azt tapasztalták, hogy a sportoló nőkről számos esetben olyan fotók készülnek, amelyek egy soft-core kategóriájú pornográf magazinban is megjelenhetnének. Pirinen (1997) kutatása szerint azokat a női versenyzőket, akik hagyományos férfi sportágakban (rúdugrás, ökölvívás, hármasugrás) elsőként versenyeznek, a média sokszor nevetségesnek ábrázolja, és mint nő, a sportágra alkalmatlannak festi le.

Más esetekben a női versenyzőket olyan kontextusban ábrázolják, amely nem a sporttevékenységhez kapcsolódik, mint pl. a családi helyzet, magánéleti titkok vagy botrányok, stb. Ezzel mintegy kihangsúlyozza a média, hogy a nők életében a sport mindenképpen legfeljebb másodrangú tevékenység. Eitzen és Baca Zinn (1989) szerint ezt a mechanizmust a női sportolók „sportolótlanítása”-ként lehetne interpretálni. Elmondható tehát, hogy a média a női sportolókat a nemhez tartozás alapján sztereotipizálja. Szintén jellemző, hogy a társadalom jobban elfogadja azokat a sportolónőket, akik nőiesnek tartott sportágakban szerepelnek, míg sok esetben

trivializálja azok teljesítményét, akik a hagyományos női szerep tradícióival szembeszállva egy férfiasnak tartott sportágban versenyeznek. Érdekes egy pillanatra visszatérnünk a már említett Daddario elemzésre: a szerző véleménye szerint éppen a téli olimpiákon szereplő, elsősorban hagyományosan a férfiassághoz kapcsolt sportágak női résztvevőinek sikeressége az, amely megdönti a versenysportban uralkodó nemi sztereotípiákat. Gondoljunk csak a biatlonra: a sífutást és lövészetet kombináló mozgásforma egyértelműen patriarchális arculatú. De említhetnénk a szánkóversenyeken száguldókat, vagy az alpesi síszámok női résztvevőit, akik a férfiakhoz hasonlóan hihetetlen fizikai állóképességgel, és – sebességüket tekintve – tiszteletet parancsoló bátorsággal bírnak.

A női sportolók média általi megjelenítésének színvonalát talán az ausztrál *Inside Sport* magazin tartalmát vizsgáló Lenskyj (1998) illetve a legkeményebb kritikával; véleménye szerint a lap a nemek közötti egyensúly érzetét a férfiak sportjának és a nők, sportolónők testének bemutatásával teremti meg. De a szerkesztők „figyelmessége” másra is kiterjed: a címlap, vagy a magazin közepén lévő dupla lap – amelyen jellemzően női bájakkal átlagon felül ellátott hölgy fotója látható – anélkül szakítható ki a lapból, hogy a férfiak sportjáról szóló cikkeket veszélyeztetné.

A férfiak felsőbbrendűségét a felsoroltakon kívül az a jelenség is „őrzi”, amely a teljesítmény értékelésére, illetve a siker vagy kudarc megjelenítésére vonatkozik. A nők sikerét hajlamosabb a média a kemény munka és a tehetség mellett a szerencsének vagy esetleg a magánéleti háttérnek tulajdonítani. A férfiak esetében ez meglehetősen ritka. Ezzel szemben az esetleges kudarc okaként a nőknél sokszor a gyengébb (női?) képességek, míg férfiaknál jellemzően külső tényezők jelennek meg (Duncan és Messner, 1994).

### **1.2.2. Hazai vonatkozású kutatási eredmények összegzése**

A különböző hazai médiatermékek kvantitatív és kvalitatív analízisének eredményei alapján elmondható, hogy ezek a patriarchális, előítéletekkel amúgy is telített magyar társadalomban a férfiak felsőbbrendűségének érzését mindkét nemből tovább erősítik.

Argej (1998/a) hetilapok, hírműsorok, és szappanoperák tartalomelemzésével kereste a választ arra, hogy miképp jelenítik meg a médiumok a nőket, és milyen képet mutatnak a két nem egymáshoz való viszonyáról. Egyrészt a hírműsorok kommunikátorait, másrészt a hírekben megjelenő szereplőket vizsgálta. Azt találta, hogy a televíziós

műsorvezetők, tudósítók és riporterek között a férfiak magasan felülreprezentáltak. Még kedvezőtlenebb képet kapott annak elemzése során, hogy milyen témákban készítették interjúkat a női riporterek; ekkor ugyanis kiderült, hogy a látványos, intellektuálisan megközelítendő, nagy horderejű témákat és a társadalmi hierarchia csúcsán rangos pozíciókat betöltő interjúalanyokat a dominánsan férfi kommunikátorok sajátítják ki. Ezzel szemben a nőknek be kell érniük a kevésbé jelentékeny (nem ritkán jelentéktelen), néha már az extrémhatárát súroló – de nagyon sokszor empatikus képességeket is igénylő- témákkal és interjúalanyokkal. A hírek szereplőit tekintve a női egyenjogúságról még komorabb kép rajzolódott ki; a hírek 81 %-nak nem volt értékelhető nőképe. A megjelenő vékony rétegben leginkább azok jelennek meg, akik sikeresen felküzdötték magukat a férfiakéval azonos pozícióba (politikusnő, gazdasági vezető, jogász, főorvos), illetve akik családanyai szerepükben nyilatkoznak. A felmerülő problémák értelmezésének és megoldásának azonban szinte kivétel nélkül férfiak a letéteményesei. Ha férfiak és nők együtt szerepelnek, akkor a férfiak hosszabb szereplési lehetőséget kaptak, sőt a nők sok esetben meg sem szólaltak, ezzel csupán a maskulin világ „háttéranyagát” szolgáltatva. „A hatalom férfidolog” – ez hírműsoraink üzenete, amelyek a hagyományos női-férfi attribútumok mentén jelenítik meg a két nemet: a nőt kevésbé, eljelentéktelenítve, míg a férfit nyilvános terekben mozogva, a cselekvés aktív részeseként. A három legolvasottabb magyar női hetilap vizsgálata pedig arra mutatott rá, hogy a nőket leginkább a karriert építő férj „hátszögét” biztosító társaként, családanyaként mutatják be.

A kutatás konklúziója szerint a hírműsorokban a férfiak nem engedik belépni a nőket „saját” világukba, a nőknek szóló hetilapok pedig nem engedik kilépni őket a szűkre szabott életkereteikből, a tradicionális szerepeken túl nem mutatnak fel számukra követendő alternatív életmodelleket.

Szintén a hagyományos szerepfelfogás képződik le a médiában a különböző devianciák bemutatása során is. Argejő (1998/b) 16 elektronikus és nyomtatott hírforrás hat héten át tartó elemzése során azt találta, hogy bár a nők körében is komoly problémát okoz az alkoholizmus, a növekvő droghasználat és az öngyilkosság, nemcsak ezek, hanem egyéb „kényes” témák (szex, homoszexualitás) megjelenítése esetén is alulreprezentáltak a nők. Kérdés, hogy ez az alul reprezentáltság megfelel-e a két nem körében előforduló devianciák eltérő arányának.

Az IgEN (Igazságosság és Esélyegyenlőség a Nemek Között Egyesület) a Global Media Monitoring Project résztvevőjeként 2005. februárjában egy nap hírjelentéseit vizsgálta különböző hazai médiumokban – sajtó, rádió, televízió - annak céljából, hogy a magyarországi hírmédia társadalmi nemi szempontú megfigyelésével hozzájáruljon az ilyen irányú újságírói gyakorlat feltérképezéséhez, és általában a gender szempontú médiaelemzés jelentőségének megismertetéséhez. A kutatás eredménye lesújtó képet mutatott: az átlagosnak mondható hétköznapi média-keresztmetszete szerint a hírekben megjelenő híralanyok között a nők aránya csak 12% volt a férfiak 88%-os arányához képest. A komolyabb médiatermékek, és a bulvársajtó egyaránt a férfi közszereplőket helyezte előnybe, és általában a férfiakról szóló eseményekről számoltak be. A nők a főbb hírekben szinte egyáltalán nem szerepeltek, inkább a kevésbé fontosakban kaptak helyet. A bulvársajtó termékeire fokozott mértékben volt jellemző a nők sztereotip ábrázolása, amely gyakran abban merült ki, hogy csupán háziasszonyként vagy a férfiak szexuális vágyának tárgyaként jelenítettek meg őket. Az elemzésben a legnagyobb példányszámban eladott politikai napilap, a Népszabadság sportrovátát és sport napilapunkat is górcső alá vették, s az derült ki, hogy a sportról szóló hírekben szinte elenyésző számban szerepelnek nők (4%), ezeket a híreket egyértelműen a jellegzetesen férfi sportágak, illetve a férfi sportolók (96%) dominálják. A kutatók szerint a sportban és egyéb olyan hírtémákban, mint pl. egészségügy, oktatás, gazdasági élet a nők aránytalanul kisebb megjelenése nem tükrözi valós társadalmi szerepeiket és jelenlétüket.<sup>1</sup>

Itt kell megemlíteni, hogy már 1994-ben megalakult a Magyar Újságíró Szövetség „Nők a médiában” szakosztálya, mely kettős célt vállalt; saját tagjainak érdekvédelmén túl figyeli és elemzi, hogy a hétköznapi nők miképpen jelennek meg a különböző sajtótermékekben. Hogyan ábrázolják őket, hogyan használják fel őket a reklámokban, illusztrációkban, nemegyszer méltatlan módon, méltatlan beállításban. Az 1995-ben alapított budapesti Független Médiaközpont – melynek célja, hogy támogassa és erősítse az etikus magatartáson alapuló pártatlan újságírást - pedig 2004-ben útjára indította átfogó programját a társadalmi nemek kiegyensúlyozottabb ábrázolása érdekében. Céljuk az volt, hogy a PHARE ACCESS 2002 Program által támogatott projecttel a gender mainstreaming („a nemek főáramba helyezése”) koncepcióját

---

<sup>1</sup> Lásd: <http://www.globalmediamonitoring.org>

megismertesse és tudatosítsa a médiában.<sup>2</sup> A különböző –elektronikus és írott– médiában dolgozóknak, illetve a civil szervezetek képviselőinek bemutatták azokat a technikákat, eszközöket, amelyek elősegítik a nemek érvényesülését, kiegyensúlyozott, sztereotípiáktól mentes ábrázolását.

Margit Patrícia (2002) szerint számtalan tényező függvénye a nők nyilvánosság előtti megjelenítése, amelyek között az előítélet, a munkahelyi diszkrimináció, a szexuális zaklatás, a feminizmus, a saját helyzetük észlelése, és az erre adott reakcióik egyaránt meghatározóak.

A szerző empirikus vizsgálatában arra a kérdésre kereste a választ, hogy a nemzetközi állapothoz képest milyen nőekkel kapcsolatos jelentések cirkulálnak a magyar napilapokban és milyen a nők reprezentációja a sajtóban. A hagyományos tartomelemzés mellett kutatásában a kódolás folyamatát is vizsgálta: a nők megjelenésével kapcsolatos újságírói gyakorlatot, a „gyártási folyamatot”, a szabályozást és az újságírók-szerkesztők nemi identitását. Emellett elemezte a dekódolásnak a nők médiahasználati szokásaiban megnyilvánuló módozatait is. Kutatása konklúziójaként megállapítja, hogy a nők médiareprezentációja torzít, nem a valós társadalmi helyzetet tükrözi; a Népszabadság politikai, gazdasági, kulturális rovatában még olyan témák tárgyalásánál sem egyenlítődik ki a reprezentáció a két nem között, amely területen egyébként azonos a férfiak és a nők részvétele a mindennapi életben. A „Sport” rovatban a kutatás szerint a nők szempontjából legrosszabb a helyzet; a nők látványosan alulmaradnak a médiareprezentáció szempontjából. Ugyanakkor az újságíró- és szerkesztőnők többsége ambivalens módon gondolkodik a feminizmusról. Bár többségük szívesen foglalkozna nőekkel kapcsolatos témákkal, azokat férfikollegáik nem veszik komolyan; így a szerkesztőségek férfiuralmi környezete és az üvegplafon /az a láthatatlan határ, amely fölé, vezetői pozícióba a férfiakhoz viszonyítva csak kevés nő jut/ azonban azt eredményezi, hogy a jelentések kódolása során vívott csatákat a nők többnyire elveszítik. Mindenképpen jelzésértékűek a nők médiahasználati szokásaiban tapasztalt változások is: a jellemzően férfivilágú hagyományos napilapok iránti csökkenő érdeklődés, és ezzel párhuzamosan a női

---

<sup>2</sup> A Phare (Poland-Hungary Assistance for Restructuring the Economy) Program az egyik azok közül az Európai Unió által finanszírozott programok közül, amelyek célja a közép-kelet-európai országok uniós csatlakozásának előkészítése volt.

magazinok növekvő népszerűsége feltehetően azt mutatja, hogy a lányok és asszonyok végre szeretnék saját magukról is többet olvasni.

A politikában, és általában a közéletben részt vevő nők aránya minden esetben jelzésértékű a nemek egyenlőségének vagy egyenlőtlenségének megítélésakor. A média nagy szerepet játszik abban, hogy milyen mértékben ad lehetőséget, illetve hogyan jeleníti meg a női a különböző pártok képviselőit. Rimai (2006) a 2004-es decemberi kettős népszavazás időszakában vizsgálta a különböző sajtóorgánumokat abból a célból, hogy a női politikusok média általi megjelenítését jellemezze. Az eredmény, mely szerint a politikusnők a népszavazást megelőző kampány egy hónapjában jelentősen hátrányban voltak az írott médiában, még annak ismeretében is elszomorító, hogy közismerten alacsony a nők száma a pártokban. A tartalomelemzés adatai szerint itt is a férfiak megnyilatkozásai a fontosak, a női politikusok véleménye háttérbe szorul.

Bár nem tudományos céllal íródott, mégis említést kell tenni két olyan, az 1980-as években megjelent könyvről, amely a sportoló nemek helyzetét, problémáit tárgyalta. Mindkét mű Morvai Katalin tollából született; a *Hölgyválasz* (1987) a nők sportjának múltját és jelenét, sajátosságait és problémáit mutatta be, lerántva a leplet olyan jelenségekről, mint pl. női sportolók szerelmi élete vagy a körükben előforduló homoszexualitás. Az 1989-es *Keresd a férfit* mintegy az előző könyv párjaként ugyanazokból az aspektusokból a férfiak sportját vette górcső alá. Az újdonság ereje hatott - mindkét mű meglehetősen felkavarta a sportolók és a sportszeretők táborát.

## **2. CÉLKITŰZÉSEK**

Empirikus kutatásom célja, hogy feltárja a nemek sportmédiá általi reprezentációjának jellemzőit, valamint azt, hogy a nemzetközi állapotokhoz képest hazánkban milyen specifikumokat mutat a sportoló férfiak és nők sportsajtó általi bemutatása. A vizsgálat során nemcsak a reprezentáció mennyiségi mutatóit, hanem annak egyéb meghatározóit is igyekszem feltárni – így a gyártási folyamatot, az újságírók nemi identitását, és a fogyasztási szokásokat is, mert úgy vélem, így kaphatók csak pontos képet a terület sajátosságairól. Kutatásom az eddigi nemzetközi gyakorlathoz képest egy novummal egészült ki, ugyanis az élsportoló nők nyomtatott sportmédiáról alkotott véleményét is vizsgálat tárgyává teszem.

## 2.1. Kérdésfeltevés

### 2.1.1. A napilapok sporttémájú cikkeinek elemzése

- Hogyan alakul a női illetve férfi sporttal/sportolóval foglalkozó összes cikk aránya a napilapokban?
- Változik-e, és ha igen, milyen módon a férfiak és nők megjelenítésének aránya az olimpiai tudósítások esetén?
- Milyen arányban jelennek meg az összes fotón a férfi illetve női sportolók?
- Milyen különbségeket találunk a hagyományos politikai napilapok és a bulvárnapi tartalom elemzési adatai között?

### 2.1.2. A sportlónők médiareprezentációjukról alkotott véleményének elemzése

- Hogyan vélekednek az élsportlónők a nemek sportsajtóban történő megjelenítéséről?
- Milyen tényezőket tartanak meghatározónak a sportlónők média általi reprezentációjukban?

### 2.1.3. A nemek megjelenítéséről alkotott olvasói vélemények vizsgálata

- Milyen vélemény fogalmazódik meg az olvasókban a nemek sportsajtó általi bemutatásával kapcsolatban?
- Hogyan befolyásolja az életkor, a nem és a gazdasági aktivitás a sportolók médiareprezentációjával kapcsolatos véleményeket?

### 2.1.4. A hírszelekció folyamatának vizsgálata

- Milyen szerepet játszik a sportoló/k neme a sportrovatok hírszelekciójában?
- Hogyan befolyásolja a sportújságírók munkáját a nemi szerepekről alkotott véleményük?

## 2.2. Hipotézis

Kutatási témámmal kapcsolatban a következő hipotéziseket állítottam fel:

1. **Feltételeztem**, hogy a női sportolók alulreprezentáltak férfitársaikhoz képest a sportsajtóban.
2. **Feltételeztem**, hogy az olimpiai tudósításokban a női és férfi sport reprezentációja kiegyenlítődik.



3. **Feltételeztem**, hogy a sporttémájú fotók esetében a nemek reprezentációjának aránya a cikkek arányával megegyezően alakul.
4. **Feltételeztem**, hogy a női élsportolók sportsajtó általi megjelenítésük arányát jobbnak ítélik a valóságosnál.
5. **Feltételeztem**, hogy
  - a férfi olvasók kiegyenlítettebbnek ítélik meg a nemek bemutatásának arányát, mint a nők,
  - az életkor előrehaladtával romlik a női sportolók férfiakhoz viszonyított reprezentációjának megítélése,
  - a levelező tagozatos hallgatók a nemek megjelenítésének mértékét kevésbé arányosnak vélik, mint a nappali tagozaton tanulók,
  - a magasabb életkorú olvasók a sportág és a sportoló eredményességét tartják döntő tényezőnek a reprezentáció mértékének alakulásában.
6. **Feltételeztem**, hogy a sportszerkesztőség „férfiuralmi terület”, ahol a női sport a férfiak sportjához viszonyított negatívabb megítélése befolyásolja a hírszelekciót.

### 3. MÓDSZEREK

A fejezet egy általános módszertani alapvetést követően részletesen tárgyalja a kutatás során alkalmazott metodikák jellemzőit.

#### 3.1. Módszertani alapvetés

A társadalomtudományi vizsgálódásnak természetesen többféle célja lehet. Empirikus kutatásom az egyik leggyakoribb típushoz, az ún. felderítő kutatások csoportjába tartozik. Ezek célja leginkább új, még feltáratlan terület tudományos jellegű vizsgálata.

A vizsgálódás során kétféle gondolkodásmód vezérelheti a kutatót; az induktív gondolkodás a sajátostól halad az általános felé, egy megfigyelés-sorozattól egy olyan összefüggés felfedezése felé, amely bizonyos fokig rendet teremt az adott esetek között. Ezzel szemben a dedukció az általánostól halad a specifikus irányába, tehát a logikailag vagy elméletileg feltételezett összefüggéstől halad a megfigyelések felé, amelyekkel ellenőrzi, hogy a valóban várt összefüggés mutatkozik-e (Babbie, 1996). A társadalmi

nemek sporttal kapcsolatos megjelenítésének vizsgálata során ez utóbbi gondolkodásmódot követtem.

Kutatásom során többféle adatgyűjtési metodikát alkalmaztam. Az adatgyűjtés az egyik leglényegesebb része bármely tudományos munkának, hiszen az ezekből származó információk képezik az alapját az objektív tudományos gondolkodásnak. „Egy módszer nem módszer” – halljuk sokszor a tudományos kutatások tervezése során, s valóban, a több forrásból, többféle metodikával beszerzett információk hitelesebben alapozzák meg a belőlük levont következtetéseket. Éppen ezért tartják elfogadottnak és kívánatosnak a szociológusok az egyes módszerek ötvözését. Különösen fontos szempont, hogy az adatgyűjtés menetében lehetőség szerint kvantitatív és kvalitatív technikákat egyaránt alkalmazzunk.

Empirikus kutatásom során a kvantitatív technikák közül a kérdőíves (survey) felmérést, míg a kvalitatív módszerek esetében a tartalomelemzést és a félstruktúrált mélyinterjúzást használtam. Előbbit leginkább olyan kutatásokban alkalmazzák, amelyekben az elemzési egység, a válaszadó az egyes ember. Jellemzően a közvetlen megfigyeléshez túlságosan nagyméretű alapsokaság leírásához használják, melyből az adatgyűjtéshez ún. mintát vesznek. A minta akkor tekinthető az alapsokaságra nézve reprezentatívnak, ha összesített jellemzői jól közelítik a sokaság ugyanezen összesített jellemzőit. A reprezentativitás másik feltétele a valószínűségi mintavétel, mely azt jelenti, hogy a populáció minden egyedének egyforma az esélye a mintába kerülésre.

A kvalitatív adatgyűjtési technikák inkább minőségi, mély információkat szolgáltatnak, melyeket számszerűvé alakítás nélkül értelmezünk. Legnépszerűbb formái az interjúkészítés, a tartalomelemzés, illetve a terepkutatás; ezek legfontosabb erénye, hogy nagymértékben segítik az összefüggések pontosabb megértését. A nyert adatok elemzésében a döntő folyamat a kódolás – az egyes adatok osztályozása vagy kategorizálása-, melyhez valamilyen visszakeresési rendszernek társulnia kell.

A mélyinterjú beszélgetés, melynek célja a kérdezett vagy kérdezettek véleményének feltárása meghatározott szempontok alapján (Tarjányi és Heltai, 1999). Az ún. félstruktúrált interjú során a válaszadó egyrészt a kutató által előre eltervezett kérdésekre válaszol, másrészt a beszélgetés során spontán felmerülő kérdésekre felel. Ezáltal lehetővé válik, hogy a kutató rálásson a kérdezett tapasztalatainak jelentésére, felfedje az interjúalanya által megélt világot. Kutatásom során mélyinterjút az élsportoló nők média általi megjelenítésükkel kapcsolatos szubjektív véleményének feltárására,

illetve sportújságírók női és férfi sportról alkotott, munkájukat is meghatározó értelmezéseik feltérképezésére használtam.

A tartalomelemzés a rögzített emberi kommunikációk tanulmányozása, közlemények meghatározott célú analízise. A tartalomelemzést végző kutató jellemzően abból a feltevésből indul ki, hogy a források módszeres vizsgálata olyan információkat is feltár, amelyek a közleményekben nyíltan nincsenek kimondva, s amelyekről esetleg a közlemény szerzője maga sem tud, de valahol az üzenet kódolásának módjában van elrejtve (Antal, 1976). Itt a kódolás során valamely fogalmi keretnek megfelelően osztályokba soroljuk a közléseket, majd ezeket kvantitatív (numerikus eredményt adó), és/vagy kvalitatív elemzésnek vetjük alá. Kutatásom során a napilapok mennyiségi és minőségi tartalomelemzését is elvégeztem.

### **3.2. Tartalomelemzés**

A tartalomelemzés során a hazai napilapok közül mintámba három, országos terjesztésű újságot választottam, melyek címdala, illetve sportrovata voltak elemzési egységeim. Ezek közül kettő hagyományos politikai napilap (Népszabadság, Magyar Nemzet), melyek olvasóközönsége jellemzően politikai preferenciák mentén különül el, egy pedig bulvár napilap (Blikk), melyek célközönsége heterogénebb, és tagjai zömében alacsonyabb gazdasági státuszú egyének. Mindhárom napilap kiválasztását emellett elsősorban az eladási listán elfoglalt előkelő helyük indokolta, hiszen a Blikk hosszú évek óta piacvezető, míg a Népszabadság a közéleti napilapok között a legnépszerűbb hazánkban. Az említett laprészek cikkei és fotói alkották kutatásomban a megfigyelési egységeket.

Jogosan vetődhet fel a kérdés, hogy a legtöbb sporthírt közlő, egyetlen magyar sport napilap, a Nemzeti Sport miért nem került az elemzett lapok mintájába. Ennek oka mindenekelőtt az, hogy az újság tartalmának jelentős részét a férfi labdarúgás teszi ki, így a lap gender szempontú analízise a teljes hírmennyiség mintegy felére korlátozódna. A vizsgált időszak részben adott volt, hiszen a „Global Women in the Sports Media” projekt során a Népszabadság 2004. augusztus 7. és szeptember 5. között, vagyis az athéni olimpiai játékok két hetes periódusában, valamint az azt megelőző és követő egy héten megjelent példányait elemeztem. Ezt egészítettem ki a Magyar Nemzet és Blikk számainak analízisével. Az elemzési időszak második felét 2005 megegyező időintervalluma adta.

A cikkek és fotók elemzéséhez (kódolásához) a nemzetközi összehasonlító elemzés kódkategóriáit használtam. Az egyes vizsgált változókat illetve azok attribútumait a 3. számú Függelék tartalmazza.

Ennek alapján SPSS 13.0 szoftverben elkészítettem az adatrögzítő felületet, az egyes változókat felcímkéztem (label), a felvehető értékeket megneveztem (values), bekódoltam valamint beállítottam a mérési skálát. Minden egyes cikk (illetve kép) esetében 12 változó meglétét vizsgáltam meg; természetesen előfordult olyan változó, amely bizonyos esetekben irreleváns (például, ha nincs kép, a rá vonatkozó tulajdonságokat nem lehet rögzíteni), ebben az esetben azt missing values értékkel (kód = 99) rögzítettem. A változók mérési szintje két esetet kivéve nominális, ebben a két esetben arányskála (cikkek illetve a képek mérete - cm<sup>2</sup>). A cikkek méretét azok szélességének illetve magasságának a szorzata adja meg, mindkét hosszúsági paramétert cm-ben mértem le.

A két év összesen nyolc hete alatt 2637 sporttal kapcsolatos cikket vizsgáltam meg, ez a teljes minta elemszáma (N = 2637).

2004-ben egy átlagos cikk 171,01 cm<sup>2</sup>, egy átlagos kép pedig 123,19 cm<sup>2</sup>, 2005-ben ugyanez 157,64 cm<sup>2</sup>, illetve 162,30 cm<sup>2</sup> volt (1. 1. sz. táblázat).

1. számú táblázat: A cikkek és képek átlagos mérete évenkénti bontásban

	2004	2005
Cikk terjedelme	171,01	157,64
Kép mérete	123,19	162,30

Az elemzéseket a leírós statisztikák lefuttatásával kezdtem, ennek eredményeképp minden egyes változó esetében megkaptam az egyes attribútumok gyakorisági eloszlását.

A statisztikai elemzés során hipotéziseim bizonyításához chi-négyzet próbát, kétmintás (ún. független) t-próbát és varianciaanalízist alkalmaztam.

### 3.3. Kérdőíves vizsgálat

A kérdőíves felmérést a Semmelweis Egyetem Testnevelési és Sporttudományi Karán végeztem a 2006-os év második felében. A vizsgálatot az egyetem különböző szakjain tanuló, nappali és levelező tagozatos, másod- és harmadéves hallgatóira lokalizáltam; a 401 fős (N=401) mintán elvégzett survey vizsgálat csak az adott évfolyamokra, a TF-es hallgatókra, mint alapsokaságra nézve azonban nem tekinthető reprezentatívnak. 223 férfi és 178 nő töltötte ki a kérdőíveket, közülük 124 nappali, míg 277 fő levelező szakon tanul. Az adatgyűjtés önkitöltős kérdőívvel történt.

A válaszadók nemi és szakonkénti megoszlását a 2. és a 3.sz. táblázat mutatja.

2. számú táblázat: A válaszadók nemenkénti megoszlása

A válaszadó neme	N	Százalék
<b>Valid</b>		
Férfi	223	55,92
Nő	178	44,08
<b>Összesen</b>	<b>401</b>	<b>100</b>

3. számú táblázat: A válaszadók szakonkénti megoszlása

Mely szakon tanul?	N	Százalék
<b>Valid</b>		
Levelező	277	69,08
Nappali	124	30,92
<b>Összesen</b>	<b>401</b>	<b>100</b>

Fontosnak tartom kiemelni, hogy a válaszadók TF-es hallgatói státuszukból adódóan sportszerető, és a sportot az átlagnál jobban ismerő nők és férfiak, mely tény az eredmények értékelésénél is figyelembe kell venni.

A kérdőív összesen 27 kérdést tartalmazott, melyben nyitott és zárt kérdések egyaránt előfordultak (l. 4. számú Függelék). A kérdőív a 15 fős végzett próbalekérdezésen megfelelt az elsődleges tesztkövetelményeknek.

A leíró statisztikák elkészítését követően a hipotézisek igazolására kétmintás (független) t-próbát, Pearson-féle korrelációs tesztet, illetve faktoranalízist alkalmaztam.

### **3.4. Mélyinterjú**

Az élsportoló nők, valamint az újságírók véleményének feltárására 2006-ban, illetve 2007-ben ún. félstrukturált interjúkat készítettem – a kérdések egy részét előre megfogalmaztam, s ezeket minden interjúalanyomnak feltettem; e kérdések lehetővé tették a sportolónők, illetve a sportújságírók véleményének összevetését. A kérdések másik fele spontán módon merült fel, elsősorban a beszélgetések menetéből adódott.

Összesen 34 sportolónővel, valamint 7 sportújságíróval készítettem interjút, melyeket diktafonon, majd írásban is rögzítettem. Az élsportoló nők mintájába kézilabdázók, vízilabdázók, kajak-kenusok, sportlövők, vívók, úszók, röplabdázók, asztaliteniszezők, tornászok, súlyemelők, teniszezők, illetve kosárlabdázó és cselgáncsozó került.

Az újságírók mintáját a vizsgált újságok sportrovatánál dolgozó két-két sportújságíró, illetve egy olyan kollégájuk alkotta, aki jelenleg rovatvezető-helyettesként dolgozik egy szórakoztató napilapnál. Míg a Népszabadság és a Magyar Nemzet szerkesztőségében nem dolgozik női sportújságíró, a Blikk sportrovatánál sikerült ilyen szakembert találnom, illetve a szórakoztató napilap munkatársa is egy hölgy volt.

A beszélgetések különböző helyszíneken, előzetesen megállapított időpontokban zajlottak, az interjúk időtartama 20 és 90 perc között mozgott.

## **4. A KUTATÁS ELMÉLETI KERETEI**

A fejezet első részében sor kerül a kutatási témával kapcsolatos fogalmak tisztázására, mely a társadalmi nem, a gender „előtörténeté”-vel folytatódik; ebből egyértelművé válik az a tény, hogy már a szociológia születésétől fogva gondolkodtak a társadalomtudósok a nemek kérdéséről. A társadalmi nem elméleteinek tárgyalását követően a disszertáció a gender és a sport kapcsolatának teóriáit sorakoztatja fel, majd pedig rövid áttekintést nyújt ezek médiával való összefüggéseiről. A fejezet záró részében a tömegkommunikációs eszközök közvélemény-formáló hatásának elméletei közül az empirikus kutatásom alapjául szolgáló modellt elemzem részletesebben.

### **4.1. A kutatási témával kapcsolatos általános fogalmak**

A magyar nyelv nem tesz különbséget az ember biológiai és társadalmi neme között, az angol azonban igen; míg a sex kifejezés az egyén azon biológiai tulajdonságait jelenti,

melyek az embert, mint férfit vagy nőt meghatározzák, addig a **társadalmi nem (gender)** fogalma a férfiak és a nők számára megfelelőnek és elfogadottnak tartott énképpel és viselkedéssel kapcsolatos társadalmi elvárásokra utal (Jackson & Scott, 2002). Értjük rajta azon kulturális értékek, beállítottságok, szerepek, praktikák és tulajdonságok összességét, amelyek a nemiség alapján fejlődnek ki. Szemben tehát a biológiai tényekhez kapcsolódó fizikai tulajdonságokkal, az egyén **férfiassága (maszkulinitása)** illetve **nőiessége (feminitása)** társadalmilag kialakított jellemzőkhöz kapcsolható. A gender szóval jelzik azokat a pszichológiai különbségeket is, amelyek a két nem lelkiállapota közötti eltéréseket okozza.

A „**Gender Studies**”, a társadalmi nemek kutatása nem egyetlen diszciplínát, nem egységes tudományágat és nem egyfajta módszert jelent, hanem sokkal inkább egy szemléletmódot, illetve tematikus csoportot a társadalom- és humántudományokon belül.<sup>3</sup> A megközelítésmód, mely a nyugati világban rendkívül intenzíven jelen van a vizsgálatokban- elsősorban a férfiak és a nők számára előírt szerepek közötti különbségekre, e szerepek egymáshoz való viszonyára fókuszál. Emellett igyekszik feltárni, hogy a nemi viszonylatok milyen mértékben ágyazódtak be a különböző társadalmi intézményekbe – így például a sportba is. Bourdieu (1994) szerint, a nemek megosztásának uralkodó szemlélete objektívált formában van jelen a társadalmi világban, és jelen van, mintegy beépítve a habitusban is, amelyben egyetemes szemléleti és megosztási elvként, illetve az észlelési, gondolkodási és cselekvési kategóriák rendszereként működik.

A gyermek fejlődése részeként, a környezetével való interakciók során azonosul biológiai nemével, kialakul a bizonyosság benne, hogy melyik nemhez tartozik – kialakul **nemi identitása**. Megismeri, hogy mely viselkedések és tulajdonságok megfelelőek a neméhez (igazodik), illetve felveszi **nemi szerepét**, mely tehát alapvetően szociokulturális termék.

A szociológiában uralkodik az az álláspont, hogy a gender fogalomkörébe tartozó tulajdonságok túlnyomórészt a szocializáció során alakulnak ki. „Kisfiú vagy kislány?” ez az a kérdés, amely a szülőszobában elsőként hangzik el egy kisgyermek születésekor. A válasz kora gyermekkortól kezdve meghatározza azt, hogy melyek a számára előírt szerepek, tevékenységek illetve viselkedésmódok. Beindul a nemi szerep szocializáció,

---

<sup>3</sup> Forrás: A nő, a férfi, az ember. Nemi különbségek és tudományos vizsgálódás. Mindentudás Egyeteme. <http://mindentudas.hu>

egy differenciális kondicionálás, melynek folyamatán keresztül **sztereotípiákban** is megfogalmazott szabályok hagyományozódnak. A sztereotípiák kifejezés Walter Lippmanntól származik, aki a „fejünkben lévő képekről” beszélve leegyszerűsített, egyoldalú és sematikus képekre gondolt, melyek segítségével képesek vagyunk az adott kultúra értékelő és tipizáló előfeltevéseinek megfelelő rendet vetíteni környezetünkbe (Csepeli, 1997). A férfiak és nők nemi szerepeit is mintegy körülveszik ezek az általánosítások, melyek egyrészt a biológia, másrészt a pszichológiai és szociális jellemzőkre vonatkoznak; Connell (1987, 1990) szerint a kultúra által „jóváhagyott” femininitás a „szolgálatkészséget, a nevelést és az empátiás készséget” jelenti, és mindezt összekapcsolja „az otthon és a hálószoba privát birodalmával”. Ezzel szemben a maskulin férfi uralkodó, érzelemmentes és munkaorientált.

Bár a gyermekeknek már két-három éves korukra kialakul a nemi identitástudatuk, de valójában az ötödik életévük körül tudatosul bennük, hogy nemük állandó, nem változik. A szocializációs közegek közül a család az első és legfontosabb; ahol a szülők mintaként szolgálnak, s gyermekük nemére jellemző viselkedésformákat természetesnek veszik, dicsérik és jutalmazzák, míg a másik nem jellegzetességeit jellemzően nem szívesen ismerik fel fiúk vagy lányok tevékenységében. Később a nemi szocializációban az oktatási intézmények, és kortárs csoportok mellett már komoly szereppel bír a **média**, mely a gyermekek szabadidő-eltöltésének is egyre nagyobb hányadát uralja – így a mintaadásban is fontos szerepet játszik.

A média a latin *medium* (eszköz) szó többes számú alakja, amely mára a magyar nyelvben is felváltotta a korábban használt "tömegkommunikációs eszközök" kifejezést. A fogalom egyaránt jelöli a könyvet, a nyomtatott sajtót, a mozgóképet, a rádiót, a televíziót, a különféle hang- és képhordozókat, a szórólapokat, az utcai plakátokat és az internetet, azaz mindazokat az eszközöket, amelyek alkalmasak információk tömegeknek való kommunikálására. Tágabb értelemben a média nemcsak a tömegkommunikáció eszközeit, de a kommunikált üzeneteket előállító intézményeket is magában foglalja. Európában az első modern tömegkommunikációs eszköz Gutenberg *Bibliája* (1445) volt. Ma már a televízió a legfontosabb médium: ezzel töltik az emberek szabadidejük jelentős részét, ez vált az első számú információforrássá, és ez a kereskedelmi hirdetések és a politikai kommunikáció legfontosabb eszköze is (Bajomi-Lázár, 2006). Privilegizált helyzetét a közeljövőben vélhetően csak az elektronikus világháló, az Internet „fenyegetheti”.



A különböző médiatípusokból ránk záporozó információk meghatározzák és alakítják világképünket, érték- és normarendszerünket. Valójában a médiát vizsgáló tanulmányok egyik legfőbb feltételezése szerint azt, hogy a társadalom tagjai miképpen értékelik saját magukat, illetve mások hogyan tekintenek rájuk és kezelik őket, nagymértékben a média általi reprezentációjuk határozza meg (Dyer, 1993). A nemek nyilvánosság előtti megjelenítése erősen befolyásolja a férfiak és nők helyzetének és szerepének társadalmi megítélését, erősítve vagy gyengítve a velük kapcsolatos –általában a hagyományokhoz kötődő- sztereotípiákat és előítéleteket. Közismert tény, hogy a média többnyire a domináns ideológiát közvetíti, és a tradicionális normák megőrzését segíti elő (Angelusz 1983), mely a nemek tekintetében a patriarchális hagyományok konzerválását jelenti.

A média – főleg a technikai újításoknak köszönhetően - hatalmasat fejlődött az elmúlt évtizedekben. Az írott és elektronikus médiumok (az írott sajtó, a mozi, a rádió, a televízió, a telefon, a számítógépes hálózatok) üzenetei ma már mindenkit elérnek, bárhol legyen is a világban, s ezzel fontos szereplői és eszközei a bolygónkat átfogó egységesedési folyamatnak, a globalizációnak. A gyorsabb hírszolgáltatás, a rövidebb reakcióidő miatt a média-piac is átrendeződött: a nyomtatott sajtót tekintve jellemző, hogy a hagyományos politikai napilapok helyét a tájékoztatásban az internetes újságok veszik át, s ez az egyik oka a sajtó elbulvárosodásának.

A **bulvárosodás** egyfelől azt jelenti, hogy a közönség körében egyre népszerűbbé válnak a bulvárlapok és a kereskedelmi médiumok, másfelől azt, hogy a hagyományos minőségi újságok és közszolgálati médiumok is egyre több bulvárelemet alkalmaznak, azaz színes fényképeket, nagybetűs, szenzációs címeket használnak. A **bulvárlap** elnevezés magyarul arra utal, hogy az ilyen termékeket az emberek általában az utcán (a bulváron) vásárolják. A népszerűnek is nevezett lapok elsősorban szenzációkról - botrányokról, katasztrófákról, bűnügyekről, sztárokról szólnak, a fontos helyett az érdekes hírekre fókuszálnak. Terjedelmük kisebb, áruk alacsonyabb, mint a minőségi lapoké, és általában kevesebb hirdetést tartalmaznak. Példányszámuk azonban rendszerint magasabb, bevételeik zömére az eladott lapszámokból, és nem a hirdetésekből tesznek szert. Kisebb a méretük is, így a tömegközlekedési eszközökön könnyebb őket olvasni - célközönségüket ugyanis zömmel a rosszabb anyagi helyzetű olvasók alkotják, akik nem autón járnak dolgozni. Tipográfiájuk és nyelvezetük harsány. Céljuk inkább a szórakoztatás, mint a tájékoztatás.

A hagyományos illetve bulvár napilapok rendszerint sportrovatukban közlik az aktuális sporthíreket. A **sport** szó angol eredetű, kellemes időtöltésre, elsősorban szórakoztató fizikai aktivitásra utal. Használata a 18-19. századtól egyre elterjedtebbé és differenciáltabbá vált. A mai modern sport Istvánfi (2000) értelmezésében meghatározott szabályok között folyó olyan önként vállalt fizikai aktivitás, amelynek középpontjában a differenciálódott céloknak megfelelően a testi képességek fejlesztése, az edzettségi szint fenntartása vagy fokozása, valamint saját és mások teljesítményének túlszárnyalása áll. A média elsősorban a **versenysport**ról, de különösen az **él- vagy teljesítménysport**ról tudósít, melyek már a teljesítményen kívüli motívumokról, a győzelemről, a dicsőségről az anyagi és erkölcsi elismerésről szólnak. A **sportmédia** szereplői tehát jellemzően verseny- és élsportolók, a **szabadidősport** és annak képviselői ritkán keltik fel a sporttartalmú híradások, tudósítások szerzőinek figyelmét. A gender és a média, illetve a társadalmi nemek és a sport kapcsolatát leginkább azok a társadalomtudósok vizsgálták, akik magukat a feminizmus képviselői közé sorolják. A **feminizmus**, mint társadalmi mozgalom a 19. században született meg, abból az ellentmondásból, amely a francia forradalom bevezette egyenlőségideál és a nők társadalmi háttérbe szorítása között állt.<sup>4</sup> A feministák a nők jogainak kiszélesítéséért és megvédéséért folytatott küzdelme hol intenzívebben zajlott, hol pedig háttérbe szorult; az 1960-as években történt újjászületése - az ún. második hulláma - óta azonban meghatározó jelentőségűvé vált az egész világon. Ma már a nőmozgalmak képviselői a **patriarchális** (férfiuralmi) dominanciájú társadalmi élet számos területén – így többek között a sportban is - vizsgálják a nők szerepét és helyzetét, megvilágítva a nemek közötti kisebb illetve nagyobb fokú egyenlőtlenségeket.

#### 4.2. A nemek szociológiájának rövid története

A 19. században lezajló iparosodás nagy változásokat hozott a társadalom életében; az ipari társadalom kialakulását kísérő gazdasági és szociális jelenségek egyike az emberek munkahelyének és a lakóhelyének elkülönülése volt, hiszen mindaddig ezek egybeolvadtak. Ezzel a szétválással a férfiak és nők külön szférákba kerültek – így kialakult a férfiasság és nőiesség tradicionális, korunkban is döntően uralkodó koncepciója, miszerint a férfiak a munkahelyen dolgoznak, a nők helye pedig otthon

---

<sup>4</sup> Forrás: Szociológiai Lexikon. Összeállította: Boudon, R., Besnard, P., Cherkaoui, M. Lécuyer, B.-P. Budapest: Corvina. 55.

van. Ennek ellenére a **szociológia alapító atyjai** nem fordítottak nagy figyelmet a nemek és a szexualitás kérdésére – talán éppen azért, mert férfiak voltak. Több vita volt a „női kérdésről” a későbbi évtizedekben, és a 20. század elején, mikor is olyan női és férfi írók, mint Cicely Hamilton, Charlotte Perkins Gilman és J. S. Mill megkérdőjelezték a nők háztartásba való „száműzetését”, ezek azonban nem kerültek be a szociológia főáramába.

Az alapító atyák feltevéseinek volt némi hatása a nemek viszonyával kapcsolatos szociológiai gondolkodásra is. Érdekes ezek közül azokat érdemes kiemelni, amelyek befolyásolták a későbbi szociológiai és feminista analíziseket, és akarva-akaratlanul befolyásolták a társadalmi viszonyokról tett megállapításokat is.

**Herbert Spencer** (1851), az angol szociológia atyja könyvében egy fejezet található „A nők jogai” címmel. Ebben azt írja, hogy a férfiak és nők egyenlően osztoznak a jogokon, mivelhogy szellemi képességeiket tekintve elenyésző különbség van csak köztük. Később a szociáldarwinizmus szemléletében viszont már azt mondja, hogy a biológiai különbségek eltéréseket okoznak a nemek között: a nők agya kisebb, így gondolkodási képességük és igazságérzetük gyengébb, ezért a család ellátásán és a gyereknevelésen túl nem minden feladat elvégzésére alkalmasak. Sőt, egy erős férfi oltalmára szorulnak, így a közéletbe való beengedésük ellentétes lenne az emberi fejlődés folyamatával. **August Comte**, a francia szociológia megalapítója is ezt a véleményt hangoztatta; a nők érzelmi és lelki alsóbbrendűsége miatt csak a család gondozására és a házimunkára alkalmasak (Kandal, 1988). A genetikai eltérésekkel kapcsolatos sztereotípiák és a női és férfi szerepekről alkotott elméletek mindegyike megtalálható a német (**Ferdinand Tönnies**) illetve az olasz szociológia (**Vilfredo Pareto**) alapítóinak munkáiban is.

Az egyik leghíresebb francia szociológus, **Emile Durkheim** a szintén a biológiai különbségeket hívta magyarázatul a nők alsóbbrendűként való jellemzéséhez. „Az öngyilkosság” (1897) című művében a statisztikák alapján kimutatta, hogy a házasságban élés ellentétes hatással van a két nem esetén: míg a nős férfiaknál alacsonyabb, a férjzett nők esetében magasabb volt az öngyilkossági arány, mint a nőtlenek és hajadonok körében. Konklúzióként megállapította, hogy bár a házasság intézménye reformra szorulna, de mivel védi a férfiakat az öngyilkosságtól, ezért meg kell őrizni még akkor is, ha az a nők egy részének stresszt és különböző hátrányokat jelent. Magyarázatát kiegészítette azzal, hogy a tény, mely szerint a házas nők körében

kisebb mértékben nőtt az öngyilkosság előfordulása, mint a nőtlen férfiaknál, azt jelenti, hogy a nőknek kisebb a szociális igényük, fejletlenebb a pszichéjük, s ezért igénytelenebbek. Ezzel szemben a férfiak „komplexebbek”, lelkiviláguk is bizonytalanabb, így szükségük van a házasságból adódó, egyben védelmet nyújtó korlátozásokra. Durkheim szintén említi a nemek problematikáját „a fizikális és kulturális különbségek nőttek a férfiak és nők között, ami a differenciáltabb munkamegosztáshoz és a házastársi szolidaritáshoz vezetett (Kandal, 1988).

A 19. századi gondolkodók közül **Karl Marx** volt a legnagyobb hatással a későbbi feminista munkákra, annak ellenére, hogy Marxnak magának nem volt sok mondanivalója a nőkről és általában a nemekről. Ő kizárólag az osztályokkal foglalkozott, melyek „aszexuálisak”, bár a munkásokat és a tőkéseket férfiként kezelte. Marx a női házimunkát evidenciaként fogta fel, a munkamegosztásról szóló írásaiban nem is elemezte, így a nők tulajdonképpen „láthatatlanok” maradtak. Főművében, a „Tőké”-ben (1961) Marx kifejti, hogy a kapitalizmus állandó munkaerőt igényel, melyet két módon kell reprodukálni: egyrészt a munkásnak ételre, ruhára, és lakásra van szüksége, hogy munkaerejét megújítsa, másrészt a munkásosztálynak újra kell termelnie magát a következő munkásgeneráció reprodukálásával és felnevelésével. Csak azt nem említi meg Marx, hogy a főzést, a mosást, a vasalást a munkásfeleségek végzik, és hogy a gyermekeket is a nők szülik!

**Friedrich Engels** már többet írt a nőkről; a férfiak és a nők közötti munkamegosztást ő is természetesnek vette. „A család, a magántulajdon és az állam keletkezése” (1921) című munkájában azt írja, hogy a történelem előtti időkben – annak ellenére, hogy megvolt a munkamegosztás a nemek között - a nők és a férfiak munkája egyenlő értéket képviselt. Bár szerinte az emberiség fennmaradásában az anyai vonalnak volt szerepe, a magántulajdon létrejötte azonban a női nem nagy „történelmi vereségé”-t jelentette. Azt követően ugyanis a férfiak uralták a nők reprodukciós kapacitását, és földi javaikat a maguk akarata szerint örökítették tovább. Ez vezetett a matriarchális rendszerből a patriarchálisba, a monogám házassághoz és a nők családon belüli alsóbbrendű helyzetéhez.

**Max Weber** a nemek tanulmányozásához leginkább a patriarchizmus koncepciójának megalkotásával járult hozzá, mely véleménye szerint a legősibb formája a társadalmilag elismert hatalomnak. Marxhoz hasonlóan ő sem kérdőjelezte meg a nők és férfiak alapvető megosztottságát, számára az anya-gyermek viszony természet adta egység, így

szociológiai szempontból nem fontos. Tulajdonképpen a férfiak azok, akik ezt a viszonyt aztán a szélesebb társadalomhoz kapcsolják, civilizálják – ez is része annak a racionalizálódási folyamatnak, ami a társadalomban végbemegy, és ami, ilyen formában egy maszkulin jelenség. E sorokat olvasva talán meglepőnek tűnhet, hogy mindemellett Weber támogatta a nők jogaiért küzdő liberális mozgalmakat – leginkább abban aktivistaként küzdő édesanyja és felesége hatására.

**Georg Simmel**, a német szociológia jeles alakja nagyobb figyelmet fordított a nemek kérdésének irányába, és ő volt talán a klasszikusok közül elsőként a legközelebb ahhoz, hogy feminista elméletet írjon. Igaz ez annak ellenére is, hogy a nőkkel és férfiakkal kapcsolatos elméletei meglehetősen ellentmondásosak voltak. Úgy látta, hogy a férfidominanciával bíró kultúra meggátolja a nők autonómiájának kialakulását, és azokat a sztenderdeket, amelyekkel értékelik a társadalmi teljesítményt, valójában a férfiak alkották meg. Ezek elérésére pedig a nőknek nem is adnak lehetőséget. Felismerte tehát a nemek közötti egyenlőtlenségeket, de ezeket valójában „veleszületettnek” tekintette. A női és férfi lét így eredendően különbözik, s a megoldás az lehet, ha a női kultúrát egyenlőnek, de külön kezelik - például a színházban, vagy az otthon falai között....

A szociológia fejlődésének folyamata átívelt a 20. századba, és annak ellenére, hogy egyre többet foglalkoztak a nemekkel, a tudomány művelői továbbra is a férfiak nézőpontjából vizsgálták a társadalom történéseit. Az alapító atyák konzervatív elméletei tehát változatlanul fennmaradtak, de emellett természetesen újak is születtek. Ezek közül érdemes megemlíteni az amerikai **Talcott Parsons** teóriáját, aki Durkheim elméletét követve azt mondta, hogy a családon belüli, férj és feleség közötti munkamegosztás lényege azok egymást kiegészítő volta, mely stabilizálja és egyben integrálja a családot a társadalomba. Tulajdonképpen a férj teljesíti a célorientált munka világában, asszonya pedig megteremti a családon belüli szerepével az érzelmi biztonságot (Parsons és Bales, 1956).

Az 1930-as években születnek azok az első kritikai elemzések, melyek változást hoznak a nemek szerepéről alkotott értelmezésekben. Ezek közül ki kell emelnünk **Margaret Mead** amerikai antropológust, aki Új-Guinea primitív társadalmaiban végzett vizsgálatait követően megkérdőjelezte azt a kijelentést, miszerint a nemek eltérő viselkedésének biológiai okai lennének. Sőt, a nyugati mintáktól eltérő női és férfi szerepek és jellemzők tapasztalása után Mead egyértelműen állítja, hogy maszkulinitás

és feminitás attribútumai sokkal inkább kulturálisan, mint genetikailag meghatározottak (Mead, 1935). Azt azonban később hozzáteszi, hogy a nemek között megosztott tevékenységek közül mindig az a fontosabb, a felsőbbrendű, amit a férfiak művelnek, sőt a társadalmak nagy részében van olyan férfitevékenység, amelyek művelőik kizárólagos jogait illetve képességeit tükrözik (Mead, 1950-1962). Meggyőződése ellenére azonban Mead más társadalmakról a nyugati országokban fennálló nemi sztereotípiákon keresztül alkot véleményt, sőt úgy gondolja, hogy az emberi potenciál minden társadalomban egyforma mértékű volt, csak eltérő módokon oszlott meg a nemek között. A két nem tehát adott volt; képességeik annak függvényében változtak, hogy milyen feladatokat írtak elő a számukra. Margaret Mead mellett számos remek antropológus neve merülhet fel a gender fogalmának tárgyalásakor, közülük is kell emelnünk Mary Douglast, Ruth Benedictet, és Sally Slocumot; utóbbi *„A gyűjtögető asszony: férfi egyoldalúság az antropológiában”* (1975) című művében a tudományterület férfi elfogultságát tárgyalja.

Meaddal egyidőben néhány szociológus, mint **Viola Klein** Nagy-Britanniában, illetve **Mirra Kimarovsky** az Amerikai Egyesült Államokban szintén eljutott a nemek társadalmi rendje, illetve az abban fellelhető egyenlőtlenségek kritikájához. Előbbi 1946-ban publikálja *„A nőies karakter: Egy ideológia története”* című, úttörő jellegű művét, melyben rávilágít arra a tényre, hogy férficentrikus előítéleteken alapul az objektívnek hirdetett társadalomtudomány, és hogy a nőiesség sokkal inkább konstruált, mint eleve adott, így szociológiai aspektusból kell kezelni. Klein arra is rámutat, hogy azon uralkodó szemléletmód ellenére, miszerint valós különbségek vannak a nemek között, meglehetősen minimális az egyetértés a szakemberek között a nőiesség meghatározását tekintve. **Alva Myrdall**al együtt írja Klein az egyik első olyan tanulmányt, amely a keresőmunka és a házimunka összeegyeztetésének stratégiájával foglalkozik. A szerzők bátorítják a nőket a fizetett munkára, mely bár a házimunkával együtt kettős terhet ró rájuk, mégis nagymértékben segítheti őket az emancipálódásban. *„A nők két szerepe”*(1956) című munka fő mondanivalója, hogy a kizárólagos háziasszony szerep izolálja a nőket, és anyagi függőségben tartja őket férjeiktől. Számos tekintetben ez a mű az előfutára a későbbi, a munkaerőpiac nemi egyenlőtlenségeit kutató feminista tanulmányoknak.

A már említett Mirra Komarovsky mindamellet leginkább a *„Kékgalléros házasságok”* című művéről ismert, melyben a nők és férfiak házassággal kapcsolatos elvárásainak és

tapasztalatainak különbségeivel foglalkozik. Eszerint a nők általában elfogadják, hogy a házimunka terhe rajtuk van, ugyanakkor sokszor hiányolják az érzelmi támogatást, a bizalmas együttléteket házasságukból (Komarovskij, 1962).

Az előzőekben említett antropológiai és szociológiai tanulmányok voltak tehát azok, melyek kijelölték az irányt, illetve megteremtették feltételeket a feminizmus számára a gender fogalmának konceptualizálásához, mivel:

- kétségbe vonták a társadalomtudósok feltevését a nemek közötti különbségek kizárólagos biológiai eredetét,
- megkérdőjelezték a férfi és női szerepek egymást kiegészítő voltát,
- és kimutatták, hogy a nemi szerepek nem csupán a férfiak és nők közötti különbségek indikátorai, hanem egyben társadalmi megosztottságot jelentenek, amely hierarchikus természetű (Jackson & Scott, 2002).

### 4.3. A társadalmi nem elmélete

#### *„Az ember nem születik nőnek, hanem azzá válik”*

A híres francia író és filozófus, **Simone de Beauvoir** klasszikussá vált könyvében, az 1949-ben megjelent „A második nem”-ben olvashatjuk e mondatot; ez volt az a mű, mely kiemelkedő szerepet játszott a társadalmi nem feminista elemzésének beindulásában. A gender fogalom megszületése tulajdonképpen ahhoz a feminista irányzathoz kapcsolódik, amelyik azt hirdette, hogy a két nem társadalmi megítélésében nem a biológiai-genetikai meghatározottság, hanem a társadalmi viszonyok és normák játszanak. Azt, hogy a férfi, illetve női szerep nem elsősorban biológiailag, hanem kulturálisan meghatározott, már évtizedekkel ezelőtt bizonyították természeti népek antropológiai jellegű kutatásai; itt a nyugati világban megszokottól nagymértékben eltérő viselkedésformákat találtak (Mead, 1970). A tény, mely szerint a különböző társadalmakban illetve szubkultúrákban, valamint eltérő történelmi érákban más és más maskulinitás és feminitás működhetett és működhet, egyértelműen jelzi annak szociális meghatározottságát.

A gendert állandóan változó kategóriaként kell kezelnünk, mivel az, hogy mit tartunk férfiasnak, illetve nőiesnek, történelmileg és kultúránként tehát változó fogalmak. Nem ismerünk olyan társadalmat, ahol a férfiak és a nők közötti különbségek a társadalmi

nemi szerepek olyan elosztását jelentették volna, ami a nőket hozza a férfiakénál kedvezőbb helyzetbe (Giddens, 1995). Az emberi kultúra és annak értékrendje többre tartja a férfiakat és a férfiasságot, mint a nőket és a nőiességet. A gender tehát tükrözi, és egyben rögzíti a nemek közötti hierarchikus hatalmi viszonyokat. Az uralkodó férfiasság konstrukciója a maszkulinitás kulturálisan jelentős formáira vonatkozik, s a nőiesség, illetve az alsóbbrendű férfias viselkedési formák –l. homoszexualitás - viszonylatában képződik. Mosse „*Férfiasságnak tüköre*” (2001) című könyvében a modern férfieszmény kialakulásának történetével foglalkozik, és arra a kérdésre próbál választ adni, hogy miképpen vált az a modern társadalmak önmeghatározásának alapjává. Bár a férfiasságot alkotó építőelemek már korábban léteztek, de rendszerbe foglalásuk, sztereotípiává formálásuk csak az újkor kezdetén ment végbe. A férfiasság mindig is többre volt „alkalmas”, mint a feminitás; a nemek szétválasztásának fennmaradásában ez az összehasonlítás állandó és alapvető szerepet játszott. A társadalmi nemek megkülönböztetése a nők 19. század végén beindult polgárjogi mozgalmi ellenére sem változott, annak ellenére, hogy a női kép elkezdett módosulni. A nőmozgalom fejlődése a férfiasságot fenyegette, annak ellenére, hogy a feministák nagy többsége nem akart lemondani nőiességéről, vagy átmenetet képezni a két nem között; céljuk inkább az volt, hogy nagyobb területet szerezzenek a nőknek a nyilvánosság birodalmában. A radikális vonal azonban kétségbe vonta a férfiak vezérszerepét, s ez komoly veszélyt jelentett a fennálló nemi viszonyokra. A tradicionális szerepeikből kilépő nők ellenségévé váltak, azokhoz a „kívülállókhoz” csatlakoztak, akik a férfiatlan (nőies) tulajdonságaikkal a maszkulinitás ellenpólusai voltak. A leszbikusok és homoszexuálisok az 1860-as éveket követően egyre inkább kiléptek a homályból, a köztudatot is egyre inkább áthatották ezek a devianciák, s az ilyen jellegű témákat szívesen szellőztette meg a kor médiája. Egyre többet foglalkoztak a nemiséggel, amit az is jelez, hogy ebben az időben vált önálló tudománnyá a pszichológia ágaként a szexológia.

A nemek kérdése a 20. században is megőrizte fontosságát; kulcsmomentuma a nők helyzetének további változása, amely egyrészt polgári szabadságjogaik kiterjesztésének volt köszönhető. A felsőoktatásban való részvétel lehetősége révén –ha eleinte korlátozott mértékben is- az értelmiségi pályák is megnyíltak a nők számára. Az I. világháború után fontossá vált a női munka, hiszen pótolni kellett az elesett férfiak munkaerejét – ez a folyamat később sem állt meg, így a női munka általános társadalmi



jelenséggé vált. Magyarországon az 1960-as évektől megvalósult a nők körében a teljes foglalkoztatottság, egyre több szakmában tűntek fel a nők, de a nemek megkülönböztetését jól jelzik a nőket hátrányba hozó bérkülönbségek. A nők kezdenek megjeleni a közélet korábban előlük elzárt területein, s a családon belül is egyenlőbbek lesznek a jogok – mindez megkérdőjelezte a nemek hagyományos szétválasztását. A nyugati országokban az 1960-as évektől egyre inkább az USA és az ifjúsági kultúra határozza meg a változás irányát, megjelenik az uniszex fogalma, amely öltözködésben, hajviseletben elmosza a határt a két nem között. Bár akadtak és ma is vannak olyan szubkultúrák, melyeknek ez a változás nem tetszik: Angliában a skinheadek számára nemek közötti átmenet az igazi férfiasság ellentéte, a nőies férfiak bántalmazása köreikben elfogadottá vált. Szintén nem lett elfogadott a nemi deviancia a közép-kelet-európai szocialista országokban; a térségben uralkodó ideológia a homoszexualitást a nyugati elfajzottság jelének tekintette, büntette és mindvégig próbálta leplezni. A demokratikus átalakulás után azonban ezekben a társadalmakban is nyilvánosságot kaptak a nemi „másságok”.

Bernard (1981) szerint a férfiidentitást hagyományosan a munka racionális világával kapcsolják össze, s tulajdonképpen a családfenntartó szerep sokkal erősebb attribútuma a férfiasságnak, mint annak érzelmi vonatkozásai. Ez azonban sokat változott a nők növekvő munkaerő-piaci részvételével, illetve a férfiak házimunkába és gyermeknevelésbe való gyakoribb bekapcsolódásával. Kérdés azonban, hogy ezen változások mennyire „rengetik meg” a hagyományos nemi szerepeket, és hogy valójában a társadalom tagjai hogyan vélekednek ezekről a folyamatokról.

Az egyén szintjén jellemző, hogy a mindennapi interakciókban folyamatos üzeneteket, visszajelzéseket kap a nemi szerepek dichotom jellegéről - a nemüknek megfelelő viselkedéseket jellemzően pozitívan, míg az attól eltérőt, a „mást” negatívan ítéli meg a környezet. Makroszinten a férfiak és a férfiasság dominanciája a társadalmi élet különböző területein – és leginkább a döntéshozó pozíciókban - jelzi a nemek közötti viszonyokat (Green, 2004). A feminizmus egyik irányzata a nők és férfiak közötti kulturális különbségekre és ezek megszüntetésére fókuszál, s egyenlőséget követel s politika, a kultúra és a társadalmi élet egyéb területein; egy másik nagy irányvonal azt hangsúlyozza, hogy a két nem természetesen különbözik egymástól, s ha azok egyenlőségét tűzik ki célul, akkor is a férfiak határozzák meg azt, hogy a nők az egyes területeken mihez férhetnek hozzá. Így inkább azt kell elérni, hogy a nők saját világa,

másfajta kultúrája, tapasztalása és életérzése is elismert legyen a társadalom szemében. A feminizmus az 1960-as évek végén elinduló ún. második hulláma ösztönözte elsősorban az irányzatot képviselő társadalomtudósokat arra, hogy kritikai elemzéseket írjanak a nők és férfiak társadalmi helyzetéről, legfőképp a nemek közötti egyenlőtlenségek, a patriarchizmus és szexizmus kérdését helyezve a középpontba.

A Gender Studies, a társadalmi nemek kutatása mindenekelőtt rámutat arra, hogy a biológiai és a társadalmi nem közötti viszony összetett, ezért például a biológiai különbségek direkt lefordítása eltérő szociális viselkedésmintákra, vagy az egyenlőtlenségek visszavezetése biológiai gyökerekre, nem lehetséges és félrevezető (Belinszki, 2003). Azt viszont nem egyszerű megmagyarázni, hogy ezek milyen kapcsolatban, milyen viszonyban vannak egymással. A Gender Studies tehát elsősorban arra hívja fel a figyelmet, hogy a nem egy központi kategória, mely a társadalmi egyenlőtlenségeket strukturálja. Ezért olyan kérdésekre próbál választ adni, mint hogy a kultúra és a társadalom miféle elképzeléseket alkot a nemi különbségekkel kapcsolatban, ezek az elképzelések milyen összefüggésben vannak a különböző intézményekkel, az egyén boldogulási esélyeivel a különböző kultúrákban, társadalmakban, korszakokban. A társadalmi nemek kutatása a közhiedelemmel ellentétben nem csupán arra irányul, hogy a nők társadalomban elfoglalt helyzetét vizsgálja, hiszen a férfiak ugyanúgy képezhetnek elnyomott kisebbséget – gondoljunk csak az elvált apák gyermekgondozási jogaira.

Az irányzat az utóbbi időkben egyre inkább specializálódik, és ma már a nemek helyzetét nő – és férfikutatásokban, feminista írásokban, s az eltérő szexuális beállítottságúakról (homoszexuálisok, leszbikusok) készült tanulmányokban elemzik. Az 1990-es évek gender kutatásának sztárirányzata a „queer elmélet”, mely a nemi identitások megkérdőjelezhető, állandóan újrakonstruált, folyékony mivoltára hívta fel a figyelmet. Bár a queer fogalma a homoszexuális (meleg, illetve leszbikus) mozgalmakból nőtt ki, sokkal közelebb áll azon posztmodern identitás-elméletekhez, amelyek a személyiséget a szocializáció és az önmegértés hatására állandóan változó társadalmi felépítménynek tekintik. Képviselői a nemek, illetve a hetero- és homoszexualitás közötti könnyebb átjárhatóságot hirdetik.

#### 4.4. Társadalmi nem és sport

A nemek problematikája a társadalmi élet minden területét átszövi, sőt egyes vélemények szerint napjainkban az egyéb dimenzióknál (életkor, iskolai végzettség stb.) is sokkal fontosabb. Éppen ezért érdekes, hogy a sportra, mint hagyományosan patriarchális területre sokáig meglehetősen kevés figyelmet fordítottak. Ennek magyarázata éppen az lehet, hogy itt a férfifölény az idők folyamán tulajdonképpen evidenciaként volt jelen. A jelenség hátterét elsősorban azokból, a férfi identitás kialakulásának történetét feldolgozó munkákból ismerhetjük meg, melyek, ha nem is elsődleges, de mindenképpen kiemelkedő jelentőséget tulajdonítottak a sportnak a férfiasság megalkotásában és újratermelésében. A fizikai erő, a testi szépség, a testtartás és az állóképesség –melyeket csak rendszeres testmozgás útján szerezhetett meg az egyén- már az ókori társadalmakban is nagy szerepet játszott a férfiak státuszának meghatározásában; messzire nyúlnak hát vissza e kapcsolódás gyökerei. A modern férfieszmény „pályafutása” azonban a 18. század második felében kezdődött, fogalma azóta is meghatározza a nyugati kultúrát. A férfiasságot kezdettől fogva – a manapság divatos megfogalmazással szólva - holisztikusan fogták fel; úgy gondolták, hogy a test és lélek, a külső megjelenés és a belső érték harmonikus egészet képez. Ennek építőelemei már korábban megvoltak, gondoljunk csak az ún. lovagi férfierényekre - az akaratere, a tisztességre, a bátorságra és az igazi férfitestre. Később ezek sztereotípiává formálódtak, és egyéb jelentést is kaptak; a modern férfikép a 19. században nemzetet jelképező szimbólummá vált, mely megjelenítette a rend és haladás iránti társadalmi igényt. Ebben összekapcsolódik az erényesség a férfitesttel, melynek megacélozásában a torna alapvető eszköz volt. Guts-Muths, a német torna atyja a szép testet a széplélek tükrének tartotta, míg Rudolf Obermann – az első olasz tornaszövetség megalapítója – a nőiesnek nevezett puhányságtól óvta fiait a sportmozgással.

Angliában inkább a csapatsportokban fedezték fel a férfiasság tökéletesítésének útját. Az 1850-es évektől egyre inkább a szervezett sportolás lett a férfieszmény alakítója, itt a test edzéséhez hozzákapcsolódott az igazság eszménye és a fair play szelleme. A bentlakásos elit iskolák udvarain csak a fiúk játszották ezeket a játékokat – „ifjú keresztény gentleman”, vagyis férfiszépség és jellem készült ott (Mosse, 2001). Angelo Mosso (1990) olasz élettankutató nem csupán a férfitestet tökéletesre edző gyakorlatokért lelkesedett, hanem a módszerért is, ahogyan az angol iskolák támogatták

a csapatsportokat. Szerinte a sport fejleszti az egyén energiáit, megtanítja a helyes munkamenetre- és fegyelemre, és így tökéletesíti az igazi férfiak megformálását.

A modern, támadó jellegű sportok, mint a futball, a rögbi vagy a jégkorong, többféle helyi változatú középkori és koraújkori népi játékokra vezethetők vissza – s melyek Dunning szerint a patriarchalizmus extrém formáinak tekinthetők harci jellegük miatt -, ezekben az iskolákban modernizálódtak. Az írott szabályok életbe lépése ugyanis kiiktatta, vagy legalábbis csökkentette a nyílt erőszakot, s ezzel civilizálta a játékot, azonban férfias alapértékeit ettől az még nem vesztette el; a harcra való felkészítés, valamint a férfiasság „emlékezetbe vésése” továbbra is fő funkciója maradt (Dunning, Sheard, 1979).

Norbert Eliasnak a civilizáció történelmi folyamatáról kialakított felfogása mentén vizsgálja egy másik tanulmányában Eric Dunning (1986) a sportnak, mint tipikusan patriarchális rendszernek a funkcióját a nemi szerepek egymáshoz való viszonyának alakulásában. Véleménye szerint a sport hagyományosan egyike a férfiaknak fenntartott területeknek, mely így színtere lehetett és lehet a férfiidentitás újatermelésének és megerősítésének. Ugyanakkor számos olyan jelenséggel találkozhatunk a modern sportban, melynek gyökerei a nők társadalmi nyilvánossága és szerepvállalása növekedésére a férfiak sporton keresztül által adott válaszában keresendők (a nőgúnyoló rögbi klubok a 19. századi Angliában, illetve a modern futballhuliganizmus jelensége). A nők sportba való belépése az 1800-as évek második felében ugyanis a férfiak világába való behatolás volt; a területvesztéskor a részükről megfogalmazott szerepelvárások, sportoló nőkre és férfiakra vonatkozó normák pedig magyarázatot adhatnak a nőekkel szemben ma is tapasztalható rejtett diszkriminációra. A sport kapcsán ugyanis nem másról volt szó, mint a nemi szerepek újrafogalmazásáról; a „nőiességhez” és a „férfiassághoz” kapcsolódó tulajdonságok, értékek és normák átcsoportosításáról. Kihívás, változtatási kényszer előtt álltak a férfiak: nem csak a nőkre, hanem saját, a férfi identitásra vonatkozó szerepfelfogásukat is átalakításra szorult, mert a maskulinitás és a feminitás egymást kölcsönösen meghatározó fogalmi konstrukció (Bodnár, 2003).

A modern sport hőskorában az arisztokrácia és a színészvilág kivételével alig találkozunk aktív női sportolókkal, számukra leginkább a passzív nézői szerep jutott (Kun, 1998). Persze ez sem elhanyagolható feladatkör, hiszen a nők ezzel komoly szerepet játszottak a sportok népszerűsítésében. Sőt, Pierre de Coubertin, a modern

olimpiai mozgalom megindítója még magasztosabb feladatot szánt a hölgyeknek a versenyzés helyett: „Én személy szerint nem helyeslem nők részvételét a nyilvános versenyeken, ami nem jelenti feltétlenül azt, hogy ők egy sor sportágat nem művelhetnek, csak éppen nem nyilvánosan bemutatva. Az olimpiai játékokon szerepük kiváltképp az lehet – miképp a régi lovagi tornákon, hogy megkoszorúzzák a győzteseket” (Kertész, 2001). Az, hogy mennyire ellenzik a nők részvételét, elsősorban sportágfüggő; kiváltképp a gyengébbnek tartott biológiai adottságaik mentén határozzák meg, hogy mely sportok üzésére alkalmasak. Ezek elsősorban a tenisz (Wimbledonban már 1877-ben voltak női indulók!), a golf, az íjászat és a vitorlázás, szemben a nemkívánatos atlétikával és úszással. Itt érdemes megjegyezni, hogy a feminista mozgalmak keretein belül hangjukat hallató nők is elsősorban a szellemi emancipációra helyezték a hangsúlyt, a sportot, mint a nőt többek között a családtól is elvonó tevékenységet, nem támogatták. Bodnár elemzésében még egy érdekes magyarázattal találkozhatunk a nők versenyzéstől való távoldartásával kapcsolatban: a nők nyilvános részvétele, és teljesítménye nemcsak hogy elismerést válhatott volna ki, hanem ezen felül – a férfiak számára nemkívánatos - követhető mintát jelenthetett volna a többi nő számára.

Míg korábban a sport a feministák szerint is férfias tevékenységnek számított, az idő előrehaladtával a testmozgás megítélése elsősorban esztétikai és egészségügyi szempontok miatt sokat javult. Annak ellenére azonban, hogy már az 1900-as párizsi játékoktól kezdve vannak az olimpiákon női résztvevők, és a merev nőisport-ellenes etikett engedett valamit, a versenysporttól való távoldartás sokáig megmaradt. Éppen ezért volt kiemelkedő jelentősége az I. világháború után, 1917-ben Alice Milliat vezetésével magalakuló Nemzetközi Női Sportszövetségnek (FSFI), hisz a szervezet felkarolta a női sportéletet, és ami még fontosabb, a társadalom figyelmét is arra irányította. Milliat 1921-ben megrendezte az első, majd egy évvel később a második női olimpiát Monacóban; célja ezekkel kettős volt: egyrészt legyőzni Coubertin báró ódzkodását a női sportolók jelentős olimpiai részvételétől, másrészt ösztönözni a Nemzetközi Atlétikai Szövetséget arról, hogy vegye komolyan a női atlétikát.

A női olimpiákat számos Női Világjáték követte, melyek egyre több sportolót és egyre több nézőt vonzottak, kitaposva ezzel a női sport elismeréséhez vezető utat. Az FSFI nyomására egyre több női versenyszámot rendeztek az ötkarikás eseményeken, a XI.

Berlini Olimpiai Játékokon pedig már tulajdonképpen komplett női versenyprogramról beszélhetünk (Quintillan, 2000).

Siklóssy 1929-ben megjelent, a magyar sport történetéről szóló könyvében ezt írja: *„Messze van a korszak a nők sportemancipációjától. Ez csak akkor következhet be, ha a gyengébb nem e megkülönböztetésének minden következményéről önként lemond, és ha ezt a lemondást az erősebb nem is el fogja fogadni. Ettől még messze vagyunk. De: „hölgyeink megkezdték az általános felvonulást az összes sportok felé. Egyes erődök alól teljesen visszavonulnak, másokat ismét hatalmukba kerítenek. Okos taktika. A gyakorlati élet próbáin volt csak lehetséges a sportokat nemek szerint megválogatni.”* (723).

Hazánkban egyébként a korcsolyázás, lovaglás, úszás és a tenisz mellett a nők részt vettek céllövészetben, csónakversenyekben, illetve gyaloglásban. És voltak már bicikliző hölgyek de hosszú idő kellett ahhoz, hogy elismerjék ezt az új női sportot, amelyet egyébként a nők az akkori vélemény szerint a „leghelyesebben űzhettek” egészségük és nőiességük szempontjából.

A modern sport szerepét a férfihegemónia konzerválásában egészen az 1980-as évekig csak néhány feminista szerző kérdőjelezte meg, s mivel őket is elsősorban a sport területén meglévő diszkrimináció érdekelte, s nem próbálták meg elméletileg tisztázni a sportban, illetve a sporton keresztül érvényesülő férfiuralom formáit, valamint annak változásait (Dunning, 2002). Birrell és Theberg (1989) is rámutat arra, hogy bár a két nem hatalmi viszonyának kulturális, és nem biológiai eredete van, a sport mégis a nők gyengébb fizikai felépítését és erejét kihangsúlyozva a nemi sztereotipizálás során a férfiak társadalmi felsőbbrendűségének eszméjét konstruálja és legitimizálja. A férfiak erőfölényének hangsúlyozása így a nők sportra való alkalmatlanságára is utal. Eszerint a sportolás a “férfiasság utolsó bástyája”, mellyel a férfiak fenntartják a status quot. Talán sokak számára meglepő, hogy a „sport feministák” között egyre nőtt a férfiak száma, akik hasonló (Messner és Sabo, 1989). A sportoló nők tehát bizonyos szempontból “ellenállók”-nak is tekinthetők, mintegy megzavarni akarván a férfiak felsőbbrendűségének logikáját. Ez viszont a férfiasság mítoszának fenyegetettségét jelenti, hiszen ha a nők egy jellegzetesen férfiasnak tartott tevékenységet kezdenek el művelni, akkor az elveszti kizárólagos férfias vonását. A megoldás a férfiasság-nőiesség dichotómia megszüntetése, s a viszony újradefiniálása lehetne (Hayes, 2002). Erre azért

van meg a lehetőségünk, mert a társadalmi nem tartalmát értelemszerűen a társadalom, vagyis mi magunk konstruáljuk.

A nőiesség és a férfiasság megnyilvánulási formái a sportban sem egyetemes érvényűek és változatlanok, hanem történetileg és kulturálisan is meghatározottak, tehát kutatásuk a jelenkori fejlett civilizációkban mindenképpen indokolt (Hadas, 2003).

#### **4.5. Gender és média**

A tömegkommunikációs eszközök – mint a modern társadalmi élet fontos szereplői – konzerválják, továbbítják, illetve önmaguk is formálják a fennálló normákat és értékeket. Valójában a médiát vizsgáló tanulmányok egyik legfőbb feltételezése szerint azt, hogy a társadalom tagjai miképpen értékelik saját magukat, illetve mások hogyan tekintenek rájuk és kezelik őket, nagymértékben a média általi reprezentációjuk határozza meg (Dyer, 1993).

A szimbolikus interakcionalizmus képviselői szerint a társadalomban a közös értelmezések az egyének közötti interakciók során konstruálódnak, s ezek irányítják cselekvéseiket is (Blumer, 1969). Ez az alapja az identitások kialakulásának, és az azokhoz tartozó fogalmak tartalmának. A nemi identitás esetében a „férfias” vagy „nőies” jelentése is az egyének tapasztalatainak együttesét summázza. Az interakciók során az identitás központi szerepet kap, mely tulajdonképpen az egyén másokhoz viszonyított, szubjektíven érzékelt társadalmi helyzetét jelzi (Charon, 1995). A társadalom tagjai környezetüktől, illetve a médiából „szerzik” azokat az információkat és praktikákat, amelyek segítenek azonosulni az aktuális, identitásokhoz kapcsolódó normákkal és értékekkel (Snow, 1983). A médiában zajló kommunikációban a befogadók száma szinte végtelen; jelentési tehát sokkal több emberhez érnek el, mint a személyes kommunikációk során. Az identitások valójában a társadalom kommunikációs áramlataiból származnak, és a média ebbe „lövelli be” megerősítésre váró koncepcióit. A nemi identitást tekintve is ez a helyzet; a nemek ábrázolása a különböző médiatermékekben irányjelzőként működik a férfiak és nők számára a megfelelő viselkedésformák elsajátításához. Ebben az esetben nemcsak a saját nemünkre vonatkozó mintákat kapunk, hanem egyben az ellenkező nemre jellemző összképet is elének vetíti a centrális pozícióban lévő média (Vigorito, 1998). Margit (2002) szerint a tömegkommunikáció azért fontos területe a nemi identitás alakulásának, mert a különböző érdekcsoportok definíciói, ideológiái itt ütköznek össze,

s itt kódolják azokat a szövegeket, melyek sokak identitását a későbbiekben meghatározhatják.

Érdekes, hogy míg a szakemberek tulajdonképpen csak az utóbbi évtizedekben kezdtek a maszkulinitás média általi megjelenítésének vizsgálatára fókuszálni, addig a feminitás társadalmi konstrukciója már azt megelőzően is a kutatások középpontjába került. Ez arra utalhat, hogy a férfiasságot, és annak privilegizált helyzetét mintegy ab ovo természetesnek vették. Goffman 1976-os, úttörő jellegű tanulmányában különböző magazinok hirdetéseit és ezek fotóit vizsgálva megállapította, hogy a nemek ábrázolása jelentős üzeneteket közvetít az aktuális, nemi identitást meghatározó normákról és értékekről. Még erősebb lehet a televízió hatása, hiszen a fogyasztói kultúra egyre inkább vizuális jellegű, így a képernyőkön látottak (hiszen az Internet terjedésével ma már nem csak a televízióra szorítkozunk) meghatározzák az egyes fogalmakkal kapcsolatos koncepciókat.

Számos kutató arra a kérdésre próbált meg választ adni, hogy miképp változik a nemek megjelenítése a különböző médiatermékekben annak közönsége szerint (*audience-driven models*) – vagyis hogyan mutatják be napilapok, magazinok a férfiakat és nőket nem, életkor, családi állapot illetve társadalmi származás tekintetében eltérő összetételű olvasótáboroknak (Ball-Rokeach és Cantor és Cantor, 1986; Billings, 1986; Sharpe és Curry 1996). Talán némiképp extrém példának tűnik az a vizsgálat, melynek során White és Gillett (1994) body-building magazinokat elemzett annak feltárására, hogy ezek a lapok miként járulnak hozzá a hagyományos férfiasság mítoszához. Nem meglepő az eredmény: a magazinok a maszkulinitás domináns vonásait, ezek közül is elsősorban az erős fizikumot emelik ki, és nem igazán mutatnak be más, alternatív mintákat. A szerzők szerint e lapok olvasói jellemzően fiatal, munkásosztálybeli fiatalok, akiknek ezáltal azt sugallják, hogy az alacsony státusz, a munkahelyi karrier hiánya jól kompenzálható a kigyúrt, erős testtel – így a férfi igazi férfi marad. Különösen érdekes eredményeket hoztak azok a vizsgálatok, amelyekben arra voltak kíváncsiak, hogy a különböző csoportokba sorolható olvasók miképpen gondolkodnak saját és a másik nem szerepéről. Ilyen volt például Machung (1989) kutatása is, aki főiskolás fiúkat és lányokat faggatott karrierjükkel és családi életükkel kapcsolatos elvárásaikról; ebből az derült ki, hogy a két nem elképzelései meglehetősen eltérnek egymástól, amiben feltehetően nagy szerepe van a média sztereotipikus bemutatásának. Ahogy ezt már korábban olvashattuk, ezek a nőket hagyományos feminin jellemzőkkel,



úgy mint szolgálatkész családanya, érzelmes, empátikus lény jelenítik meg, míg a férfiakat - a nőiesség viszonylatában képződő - maskulin attribútumokkal, érzelemmentesnek, dominánsnak, munkaorientáltaként ábrázolják. Schudson (1986) szerint különösen erős a reklámok hatása, melyek a fogyasztói társadalomban a tömegkultúra alapelemeivé váltak. Ezekben maguk a népszerűsítendő termékek is „nem kapnak”; az alkoholféléket, a járműveket és az üzleti életben használatos eszközöket döntő hányadában férfiak, míg a házimunkához, a gyermekneveléshez kapcsolható tisztítószerket és egyéb kellékeket nők reklámozzák. A média tehát dominánsan a férfiasság és nőiesség igazi „mintapéldányait” állítja közönsége elé, kihangsúlyozva annak konvencionális karaktereit. Így jelentős lehet a hatásuk a

- nemi szerepek és szexuális viselkedés,
- egészséggel kapcsolatos viselkedés, táplálkozás, drog, testkultúra,
- életkori csoportokra jellemző viselkedés, pl. öltözködés, szórakozási szokások, stb.,
- a nemekkel kapcsolatos előítéletek, és
- a munka világa, foglalkoztatási szerepek tekintetében.

Témám szempontjából különösen fontos a két utóbbi aspektus; a média fokozhatja, illetve tompíthatja a nemekkel kapcsolatos előítéleteket, nemcsak elsősorban azzal, hogy miképpen mutatja be őket, hanem már eleve azzal is, hogy milyen mértékben szerepelteti a férfiakat és nőket termékeiben. Az alulreprezentáltság azt az érzést közvetíti a társadalom felé, hogy az a nem alsóbbrendű a másikhoz képest, a jelentős felülreprezentáltság pedig éppen ennek ellenkezőjét sugallhatja. Ugyanakkor a nemek megítélésének szempontjából annak is kiemelkedő jelentősége van, hogy milyen munkakörökben, foglalkoztatási szerepekben ábrázolják őket, például, hogy vezetőként vagy beosztotti pozícióban láthatjuk, hallhatjuk nyilatkozataikat. Érdekes ambivalencia, hogy egy vezetőként bemutatott hölgy növelheti a nők elismertségét az adott területen, de sokak szemében ugyanez a szakma elnőiesedésére utalhat.

Nem véletlen tehát, hogy számos feminista kutató foglalkozott a médiának a nemi különbségek nemi hierarchiává konstruálásában betöltött szerepével. Van Zoonen (1991,1994) szerint már joggal beszélhetünk „kulturális feminista médiakutatási projektről”, mely jóval mélyebbre és távolabbra nyúlik, mint az eredetileg korlátozott kérdéskör - a nők alulreprezentáltsága a médiában, a sztereotipizálás és a nemi szerepek szerinti szocializáció stb. Az új dimenziók közé tartozik például a Jacques Lacan és Nancy Chodorow gondolatait követő, a freudi pszichoanalízis elméletére irányuló

figyelem. A vizsgálat középpontjában elsősorban az áll, hogy a társadalmilag meghatározott nem milyen szerepet játszik a néző (filmen, tévében, fényképen megjelenő) férfi- és nőképekkel kapcsolatos „pozicionálásában”. Van Zoonen egyébként paradigmaváltást említ a gender jellegű médiakutatások területén; úgy látja, hogy a befogadónak az üzenet-ingerre adott közvetlen reakcióján alapuló transzmissziós hatásmodell felváltotta egy új szemléletet. Ennek magva az az elképzelés, hogy a társadalmilag meghatározott nem tulajdonképpen diskurzus: a nemi különbségekre utaló, egymással egybevágó néha egymással ellentétes kulturális le- és előírások halmaza. A másik kulcsfontosságú alap a médiaszövegek „olvasóinak” aktív jelentés- és identitás-alkotására helyezett hangsúly. A feminista médiakutatás új nézőpontja ma elsősorban arra keresi a választ, hogy miképpen kódolják a médiaszövegek a társadalmilag meghatározott nem diskurzusait, hogy miként használják és értelmezik a közönségcsoportok a társadalmi nemi tartalmú médiaszövegeket, és hogy hogyan járul a közönségfogadtatás a társadalmi nem felépítéséhez az egyéni identitás szintjén (Mc Quail, 2003).

A tartalom „nemesítése” már a médiagyártásban - és szelekcióban is vizsgálható, amely azért fontos szempont, mert a terület régóta férfiuralom alatt van, a munkafolyamatokat jellemzően férfiak végzik. Ők kódolnak tehát, és a hírek tartalmának jellegzetes napirendje a sajtó bizonyos részei esetében – politika, gazdaság, sport - inkább a férfiolvasókra irányult. A feminista mozgalmak - melyek egyébként a publicitás lehetősége miatt nagyban támaszkodtak a médiára -, valamint a médiapiacra folyó konkurenciaharc hatására a média az utóbbi évtizedekben fokozatosan átalakult; egyre több női téma jelenik meg, a nők sztereotipizálása csökkent, és a politikai és közéleti napilapok olvasótáborának apadásával szemben a női magazinokat egyre többen lapozgatják. Margit (2001) szerint a jelenség magyarázatai közül érdemes kiemelni azt a feminista interpretációt, mely szerint a napilapok azért veszítenek olvasótáborukból, mert a nők nem tartják elégségesnek a róluk és a hozzájuk szóló cikkek mennyiségét. Ezt figyelembe véve a nyugati média a nők piaci igényeihez alkalmazkodva a nyolcvanas évek óta egyre nagyobb mértékben segíti elő a női témák integrálását és a szexizmus-mentes diskurzus megszilárdítását a különböző médiatermékekben. Ez a jelenség Magyarországon is megfigyelhető, hatására a női magazinok repertoárja látványosan kibővült, olvasóik száma pedig növekszik.

A sportmédia jelentős szerepet játszik a társadalmi nem koncepciójának alakulásában; Hargreaves (1994) szerint a test jelentős dolog a nemi különbségekben, és a nemi különbségek ideológiája a média „védjegye”. Hall „Feminism and Sporting Bodies”(1996) című könyvében csatlakozik ehhez a véleményhez; a nemi különbségek promóciójának legszemléletesebb és leghatásosabb helye szerinte is a média, és ott is kiemelkedő szerepe van a sportmédiának. A férfiak a versenyeken gyorsabban futnak, messzebbre és magasabbra ugranak, távolabbra dobnak és vetnek – mi lehetne ennél egyértelműbb bizonyítéka felsőbbrendűségüknek? Mégis, a média ezt a maga eszközeivel méginkább fokozza. Nem véletlen tehát, hogy mára a kutatások nagy része azon – a szakirodalmi áttekintésben korábban jelzett - kódok „feltörésére” irányul, amelyen keresztül a női sport alsóbbrendűségének ábrázolása folyik.

#### **4.6. A média közvélemény-formáló hatása**

A média közvéleményre és közviselkedésre gyakorolt hatásának kérdése a tömegsajtó és a filmhíradó térhódítása óta foglalkoztatja a kutatókat. A kutatások a médiahatások modelljének médiainger és a közönségválasz egyirányú kapcsolatára egyszerűsített hatásmodelljétől eljutottak a befogadás vizsgálatokig, amelyek a média és közönség bonyolult kölcsönhatását igyekeztek feltérképezni.

A kutatások - nagyon leegyszerűsítve - két "iskolába" sorolhatók: a média nagy és közvetlen hatását tételező direkthatás-modellek és a média csekély és áttételes hatását tételező korlátozthatás-modellek iskolájába. E két iskolát nevezik hatásparadigmának és használatparadigmának, illetve a hatás (influence) és a kölcsönhatás (interaction) iskolájának is (Dessewffy & Gayer, 1999; Croteau & Haynes, 2000). Míg az előbbi iskolába tartozó elméletek a közönséget passzív és az üzeneteket kritikátlanul befogadó homogén masszaként képzelik el, az utóbbiba tartozók a közönségnek az üzenetek dekódolásában játszott aktív és kritikus szerepét.

A médiahatás kérdésének felvetését kétségtelenül indokolja az a tény, miszerint információink legfőbb forrásává is a tömegközlelési eszközök váltak. Az, hogy a döntéseinkhez (tehát a véleményünk és a magatartásunk meghatározásához) szükséges információkat a médiából merítjük, önmagában csak azt jelenti: a világról való tájékozódásunk korábban domináns forrásainak, például az iskolának és a templomnak a szerepét mind jobban átvette a média -hiszen korábban is csak tudásunk töredékére tettünk szert személyes tapasztalás útján. A tömegmédia viszont különbözik ezektől,

mert ma már életünk szinte minden színhelyén jelen van, és mert globális és az egész emberiség életét a születéstől a halálig elkísérő jelenség. Ezért feltételezik sokan, hogy a hatása is tömegesebb, mint más szocializációs ágenseké.

Az, hogy a média vált a legfontosabb információforrásunkká, önmagában még nem jelenti azt, hogy a médiának „meggyőző ereje” volna, hiszen többé-kevésbé világosan megkülönböztethetjük egymástól a tájékoztatást és a befolyásolást. A *tájékoztatás* esetében az üzenet címzettje józanul mérlegel, és az új információk birtokában megfontoltan dönt arról, hogy megváltoztatja-e a véleményét és a magatartását, vagy sem. A *befolyásolás* esetében viszont az üzenet címzettjének a kommunikátor akaratának megfelelően változik a véleménye és a viselkedése. A kérdés tehát az, hogy a média képes-e a kommunikátor akaratának megfelelő vélemény- és viselkedésváltozást kiváltani. Vagyis - határozottabban fogalmazva - képes-e manipulálni az embereket, azaz tudja-e őket anélkül befolyásolni, hogy a befolyásolási szándék tudatában lennének? Másképpen: ki vagyunk-e szolgáltatva a média - különösen a televízió - "hatalmának"? Ugyanezt a kérdést a szakirodalom újabban úgy is meg szokta fogalmazni, hogy vajon a média vagy a közönség befolyásolja-e nagyobb mértékben a másikat (O'Sullivan és tsai, 2002), illetve, hogy a média befolyásos vagy tehetetlen-e (McQuail, 2003).

A közszolgálati rádiózásnak, majd televíziózásnak a demokratikus nyugat-európai országokban az 1920-as évektől bevett gyakorlata ugyancsak arra a meggyőződésre épült, hogy az elektronikus média - mint olyan kommunikációs eszköz, amely mindenkit elér, és amely mindenki számára elérhető - képes befolyásolni a közérkölcset és a közízlést, és képes egyfajta felvilágosító-nevelő szerepet játszani. Az 1970-es években Nyugat-Európában kibontakozott közösségi rádiós mozgalom mögött is az a megfontolás húzódott meg, hogy a média képes elősegíteni a hátrányos helyzetű kisebbségek emancipációját, a hozzájuk kapcsolódó többségi előítéletek megváltoztatását (Bajomi-Lázár, 2000/a).

A média nagy hatásáról alkotott elképzeléseket osztók körében megkülönböztethetjük tehát a médiapesszimista és a médiaoptimista álláspont képviselőit. A *médiapesszimisták* szerint a média zömmel káros hatást gyakorol a társadalomra; például az offenzív politikai propaganda és a gyűlöletbeszéd felelne az emberek közötti gyűlölködésért, a pornográfia a családi kötelékek fellazulásáért, a médiaerőszak a valós világban tapasztalt vagy tapasztalni vélt erőszak elharapózásáért, az információs

műsorok bulvárosodása pedig az emberek állítólagos elbutulásáért, a politikai participáció csökkenéséért. A *médiaoptimisták* ezzel szemben azt várták a médiától, hogy majd elviszi a tudást, az ízlést és a morált az otthonokba, nemesítve a társadalmat (Angelusz és Tardos, 1998; Csigó, 2000; Bajomi-Lázár, 2004).

A médiahatás kérdése gyakran merül fel a "médiainperializmus" tézisének kontextusában is. E népszerű tézis szerint a mai világ geopolitikai hatalmai elsősorban nem katonai vagy diplomáciai eszközökkel igyekeznek terjeszteni uralmukat, hanem a média segítségével. A média fősodra - különösen a zömmel amerikai mintákat követő bulvársajtó és kereskedelmi média - fogyasztói értékrendet tükröz. Ennek az értékrendnek a térhódítása azért állna a nemzetközi nagytőke érdekében, mert ez segítené elő a méretgazdaságosság szempontjából ideális globális piac kialakulását. Egy olyan piacét, amelyen már nem a hagyományos értékek - a munka, az erkölcsös életmód, a közösségért való cselekvés - követése, hanem a fogyasztás jelentené a boldogsághoz vezető utat, és amelyen a média által világszerte ismertté tett termékek bárhol eladhatóak volnának. A fogyasztói értékrend - a konzumerizmus - térhódítása pedig egyet jelentene azzal, hogy az emberek "konzumidiótákká" válnak, azaz állampolgár helyett fogyasztóként viselkednének. A médiainperializmus nemcsak az egyes emberekre, de a közösségekre is nagy és káros hatást gyakorolna, mert a tőkeszegény nemzeti kulturális intézmények alulmaradnának a hollywoodi "kultúriparral" vívott egyenlőtlen versenyben, ami hosszabb távon a hagyományos nemzeti kulturális értékek és akár a nemzeti nyelvek elvesztésével járna (Keane, 1991; Croteau & Hoynes, 2000; Bajomi-Lázár, 2000/b).

A médiahatás kérdése már a könyv és a nyomtatott sajtó, a színház, majd a ponyvairodalom, a mozi és a filmhíradó kapcsán is felvetődött, újabban azonban a televízió, a popzenei hanghordozók, a számítógépes harci játékok és az internet kapcsán fogalmazódik meg. Az újabb médiumokat és vélt vagy valóságos káros hatásukat pedig mind gyakrabban állítják szembe a hagyományos médiumokkal - különösen a könyvvel és a színházzal, esetenként a mozival - és azok vélt vagy valóságos kedvező hatásával: a *ma* közkeletű nézet szerint a könyv, a színház és a mozi még inkább "nemesítette" a lelket és a gondolkodást, míg az újabb médiumok inkább rombolják a kultúrát és a közmorált.

Paradox módon azonban az általában a modern tömegmédiára és különösen a televízióra káros hatása kapcsán megfogalmazott népszerű aggodalmak nem akadályozzák meg a

népesség döntő többségét abban, hogy szabadidejének java részét a tévéképernyő előtt töltsse. Különösen igaz ez a magyar társadalom esetében, melynek tagjai jellemzően napi 4-6 órát ülnek a képernyő előtt.

A médiahatás-kutatások és a befogadás-vizsgálatok elsősorban az elektronikus média hatásmechanizmusával foglalkoztak, s az eredmények értékelése során számos tudományos igényű elmélet született; a szakirodalomban legtöbbször idézett Lazarsfeld-féle kétlépcsős-teória, a Klapper-féle szelektív érzékelés elmélete, George Gerbner kultivációs teóriája, Bernard Cohen napirendelmélete, Herman és Chomsky framingelmélete, a használat-kielégülés-modell, mely Jay Blumler és Elihu Katz nevéhez fűződik, valamint Noelle-Neumann „hallgatási spirál”-elmélete. Ide tartozik még Stuart Hall kódolás-dekódolás-modellje és kultúra-körforgás elmélete, mely kutatásom elméleti keretét adta; a továbbiakban ezzel foglalkozom részletesebben.

#### **4.7. Kódolás-dekódolás modell és kultúra-körforgás elmélet**

A kritikai kultúrakutatás gyökerei a 19. század közepéig nyúlnak vissza – akkor vette kezdetét a tömegkultúra kibontakozásának társadalmi alapú kritikai vizsgálata. A tudományterület történetét jellemzően azokon a generációkon keresztül mutatják be, amelyek munkája különösen nagy hatást gyakorolt a későbbiekben. Ilyen volt pl. a Frankfurter Iskola, melynek tagjai a kritikai elméletet megalkották, s annak szellemében munkálkodtak (a csoporthoz tartozott többek között Theodor Adorno, Max Horkheimer és Herbert Marcuse). Mintegy fél évszázaddal később, az 1980-as években kezdte meg munkáját a Birminghami Egyetem Kortárs Kultúrakutatói Központjában az az angol team, melynek tagjai szemléletükben arra törekedtek, hogy az üzeneteket és a közösséget egyaránt figyelembe vegyék és a társadalom alcsoportjainak valódi társadalmi tapasztalatai gondos és kritikai irányultságú értelmezésével feltárják a médiumokkal kapcsolatos választások és válaszok mintáit és szerkezetét.

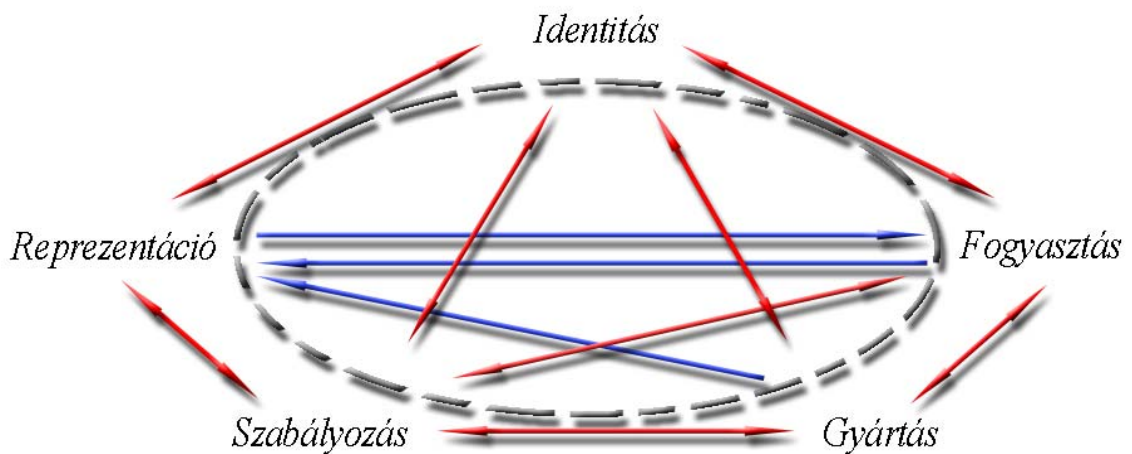
A Birminghami Iskolához fűződő kritikai szemlélet fontos szerepet játszott abban, hogy a hangsúly a médiaszövegekbe ágyazott ideológiai kérdésekről az ideológia lehetséges közönségbeli „olvasatának” kérdése felé tolódjon. A **kódolás-dekódolás elméletet** – mely a korlátozott hatás iskolájába sorolható - a brit Stuart Hall írta le *Encoding/decoding* ("Kódolás-dekódolás", 1980) című munkájában.

E modell abból a szemiotikai megfontolásból indul ki, hogy a szöveg mindig többértelmű (poliszemikus), azaz korántsem biztos, hogy az üzenet ugyanazt jelenti a

kommunikátor és a befogadó számára. A szövegnek nincs a befogadótól független (azaz immanens) jelentése; a jelentés állandó küzdelem tárgya a társadalmi interakciókban.

Hall a framing modell szellemében azt tartotta elsődlegesnek, hogy általában egy jelentés van a szövegbe kódolva, melyet az üzenet előállítója szándéka szerint a fogadó „bevesz”. A jelentés viszont mindig a használat során jön létre. Az, hogy a befogadó milyen jelentést csatol egy jelhez, elsősorban a kontextus függvénye. Egy hír értelmezését meghatározzák egyebek mellett a hírgyártás körülményei (így például az adott médium hírforrásainak száma), az eseményről szóló narratívát befolyásoló érdekcsoportok, a befogadó társadalmi és gazdasági státusa, valamint a befogadás aktusának körülményei. A média nyelve tehát mindig ideologikus, azaz mindig hordoz valamilyen, az uralkodó értékrendet tükröző preferált jelentést. A médiaszöveg valójában egy értelemmel bíró diskurzus, melynek kódolása a médiatermelő szervezet és fő oszlopainak jelentésstruktúrája, dekódolása viszont a különböző helyzetű közönségek különböző jelentésstruktúrái és tudáskeretei szerint történik. Emellett Hall azt is hozzáteszi, hogy a befogadónak lehetősége van elfogadni, megfontolni vagy elutasítani a kódolt értelmezést, ez tehát egy aktív folyamat (Mc Quail, 2003). Az üzenetek olvasataiban Hall (in Morley, 1992) három típust különböztet meg, melyek közt az olvasó domináns ideológiához fűződő viszonya képezi a differenciát: domináns az olvasat, ha a kódoló és dekódoló értelmezése megegyezik, ellenzéki, ha ezek eltérőek, és kialakult típusú, ha az olvasó csak részben fogadja el, illetve a maga helyzetének megfelelően átértelmezi azt. Ez az egyszerű modell felismeri, hogy az üzenetben küldött ideológia nem azonos a vett (recipiált) ideológiával. Bár lehetnek felülről kínált olvasatok, ezeket vagy tárgyilagosan kezelhetik, és objektív elemzésnek vehetik alá (pl. újságírók), valamint „propagandának” tekinthetik, és ennek megfelelően elutasíthatják vagy visszajára fordíthatják (Mc Quail, 2003).

Stuart Hall (1997) **kultúra-körforgás elmélete** szerint a jelentések előállításának öt fázisa van: a reprezentáció, a szabályozás, az identitás, a gyártás és a fogyasztás, melyek kölcsönhatásban állnak egymással (l. 1. sz. ábra).



1. sz. ábra. Stuart Hall „kultúra –körforgás” elmélete

- Reprezentáció:** - a jelenések használata és cirkulációja a nyelven keresztül,  
 - a nyelv, mint a reprezentáció rendszere, és mint diskurzus.
- Szabályozás:** - a kormányzati politika és szabályozás,  
 - az uralkodó minták rendjének meghatározása és reprodukciója,  
 - a kultúrpolitika és a különböző jelentésekért, értékekért és identitásformákért folytatott harc.
- Identitás:** - mely különböző „forrásokból” származik, úgymint az egyén nemzeti hovatartozása, rétegződésbeli helyzete, neme, szexuális irányultsága, s melyek egymással összeütközésbe is kerülhetnek,  
 - mely az egyént a társadalomhoz kapcsolja és meghatározza abban elfoglalt helyét.
- Gyártás:** - a kulturális jelenségek, termékek előállítás, mely működésük hatékonyságától függ.
- Fogyasztás:** - olyan aktív folyamat, amely gyakran az élvezetért történik,  
 - a posztmodern korban a kulturális fogyasztás hozzátartozik identitásunk megkonstruálásához: „azzá válunk, amit fogyasztunk”.

A jelentések kialakulása tehát egy komplex folyamat végeredménye, így ezek létrejöttének vizsgálatához célszerű minden fázist elemezni, mely analízis a kör bármely pontján kezdhető. A modell egyik legnagyobb erőssége, hogy az öt momentum összekapcsolódására fókuszál, melyek során a kultúra tulajdonképpen közvetítődik.



A kritikai kultúrakutatók mellett Jürgen Habermas (1993) is azt vallotta, hogy a kommunikációs áramlatok rendkívül fontosak a különböző jelentések definiálásában. A társadalmi nemmel kapcsolatos konstrukciók a sportmédiában is alakulnak és cirkulálnak; ezek vizsgálatához a kultúra–körforgás elmélet megfelelő teoretikus háttérrel biztosít.

## **5. MODERN SPORT ÉS A MÉDIA A 20. ÉS A 21. SZÁZADBAN**

A média és a sport egyaránt hatalmas fejlődésen ment keresztül az elmúlt évtizedek alatt, s kapcsolatukra egyre inkább az egymásra utaltság lett jellemző. A médiának jó eszköz a sport arra, hogy növelje az újságok, magazinok példányszámát, hogy emelje a televízióműsorok nézettségét, és ezáltal minél több reklámbevételhez jusson. Ugyanakkor a sport a média által válhat igazán népszerűvé, és szerezhethet szponzorokat, mely működéséhez korunkban már elengedhetetlen (Hartmann-Tews, Rulofs 2001). Jelen fejezet vázlatosan bemutatja a sportmédiát történetét, majd a két terület összefonódásának társadalmi hatásait tárgyalja.

### **5.1. A sport és a média összefonódása**

*„Ahol a szenvedély, ott a haszon”*

*(Fynn és Guest, 1999)*

A sport és a média kapcsolatának kezdetei egészen a régmúltba nyúlnak vissza. Az első sporttal kapcsolatos híradást ugyanis 1733. május 5-én közzétették az amerikai *Boston Gazette*-ben, mely egy angliai bokszmérkőzés szülő tudósítás volt. Az elkövetkező időkben a megjelenő lapok esetenként beszámoltak díjazásos bokszmérközésekről, lóversenyekről illetve hajós versenyekről; az első, 1819-ben megjelenő sport folyóirat, a *The American Farmer* azonban már vadász - és horgászversenyekről, lövész - és kerékpárosviadalokról is közölt eredményeket. 1850-től rendszeresen megjelentek az újságokban sporthírek, az 1890-es évekre pedig már elkülönült a sportrovat is a lapokban. A technikai fejlődés, elsősorban a távirókészülék feltalálása lehetővé tette a sport kommunikációjának kontinenseken való átívelését, melynek következtében az angliai sporthírek is eljutottak az amerikai kontinensre. A '20-as évektől ott már rádión

hallgathatták a sportkedvelők az élő közvetítéseket, először csak lokálisan, majd országosan is. Ez a sportmédiában alapvető változást hozott, hiszen lehetővé vált az azonnali információhoz jutás a sporteseményeket, eredményeket illetően.

Talán nem túlzás azt állítani, hogy az 1936-os berlini olimpia „ugródeszka” volt a sportmédiá számára, hiszen „[a] játékok ideje alatt *Olimpiai Újság* jelent meg. A rádió 41 országba közvetítette az eseményeket. Ekkor kezdődtek az első televíziós kísérletek is. *Leni Riefenstahl pedig 80 operatőrrel monumentális filmet forgatott az olimpiáról*” [...] (Umminger, 1992: 390). Ekkor még sem a versenyzők, sem a sportszakemberek nem gondoltak arra, hogy egy jó emberöltő múlva ez a technikai vívmány milyen hatással lesz a sportokra, illetve az abban részt vevők egzisztenciájára (Farkas, 2003). Az első televíziós közvetítés az USA-ban – inkább csak kísérleti jelleggel ugyan - de már 1923-ban megtörtént; egy baseball mérkőzést láthattak a nézők.

A II. világháború természetesen a sporttelevíziózás történetét is megszakította, az 1948-as londoni olimpiát azonban már számos európai országban és az Egyesült Államokban is követhették televízión a nézők. „[...] *Kezdetben a televíziós társaságok azért vállalták a sportközvetítést, mert nem került sokba, és vonzotta a nézőket. Hamarosan megváltozott a helyzet. A sportvilág felismerte, hogy piaci értéke van. A sportszövetségeket meg lehetett vásárolni*” [...] (Umminger, 1992: 633). Ez azt jelentette, hogy egyes sportágak szövetségei ekkor még fizettek azért, hogy a televízió közvetítse eseményeiket. Egyre tágult a versenyek repertoárja a televízióban, az olimpiák mellett már egyéb, nagyszámú nézőt vonzó eseményeket (pl. labdarúgó világbajnokság) is műsorra tűztek a csatornák. Az 1950-es évektől a sport így állandó helyet kapott a televízió programjában, s ezzel sportújságok, magazinok példányszáma is folyamatosan nőtt, hiszen a sportkedvelők olvasni is akartak kedvenceikről.

Míg hazánkban a legfényesebb olimpiai szereplésünket (1952, Helsinki) csak rádión lehetett nyomon követni, az 1960-as római játékokat már a képernyőn is nézhette a meglehetősen alacsony számú televízió-tulajdonos. Ez volt egyébként az első, nemzetközileg élőben közvetített olimpia, amelynél mindenki az olasz TV műsorát vette át. A Magyar Televízió 34 órát közvetített a helyszínrre kiküldött két sportriporterünk (Vitray Tamás, Radnai János) kommentárjával (Takács, 2006). Fontosnak tartom megemlíteni, hogy a Telesport már két évvel korábban, 1958 végén megszületett, így elmondható, hogy a sport szinte a kezdetektől megjelent a hazai televíziózásban.

Ebben az időszakban kezdett kiépülni a sport és a gazdaság piaci kapcsolata, amely Urbán (1997) szerint egy ötszereplős modell - a sportipar, a médiaipar, a vállalati szféra, az ügynökségek és a közönség komplexuma. A szerző megállapításait a televízióra, mint meghatározó sportmédiára szűkíti le, és így tárgyalja az öt szereplő interaktív kapcsolatát.

A sportipar és a médiaipar összefonódásának hátterében az áll, hogy a sportműsorok a legnépszerűbb televíziós programok a világon, ugyanakkor a legfontosabb sportversenyeket – mint pl. az olimpiai játékokat - éppen a televízió tette globális eseményekké. A TV csatornák nézettségüket növelhetik, és imázst teremthetnek maguknak a sporttal, a sport pedig ezáltal anyagi támogatáshoz jut. A sportszövetségek, a sportversenyek rendezőinek ekkor már lehetőségük van eladni a közvetítési jogokat a TV társaságok részére, az üzleti szféra pedig a szponzoráláson illetve reklámozáson keresztül kapcsolódik be a rendszerbe. Számukra a legnézettebbek sportágak a legvonzóbbak, s ma már a sportágak számára létkérdés, hogy megfelelnek a médiaképesség négyes feltételrendszerének. Az a sportág tekinthető eladhatónak, amely sok nézőt vonz, egyszerű szabályrendszerű s így érthető, látványos és jól közvetíthető. E sportok legnagyobb eseményeinek közvetítési jogaiért napjainkban gyakran csillagászati összegeket fizetnek a televíziós csatornák. Nem véletlen tehát, hogy a sportágak sokszor évtizedes tradícióik ellenére is megpróbálnak alkalmazkodni a média elvárásaihoz, s az, hogy ez mennyire sikerül, eldöntheti az adott sportág jövőjét. Így változtak meg több, hazánkban is népszerű sportág – mint pl. a kézilabda, a birkózás, az asztalitenisz, az öttusa – versenyszabályai, ezek közül legfőképp azok, amelyek a közvetítési idő megjósolhatóságát segítik. Ezentúl Frenkl már 1979-es könyvében is megemlítette, hogy a televízió hatása a világversenyek lebonyolítási rendjére pedig komolyan próbára teheti a sportolókat (az edzések kezdési időpontjának összehangolása a majdani verseny vagy mérkőzés időpontjával).

A hagyományos sportágak létét egyik másik, már hosszú évtizedek óta taró tendencia is veszélyezteti; a sportmédia, elsősorban a TV egyre inkább showműsorokat „gyárt” a sporteseményekből, sőt olyan rendezvényeket talál ki, amelyben nagyobb szerepet kaphat a látvány és ezáltal a szórakoztatás (gondoljunk csak hazánkban a „Szuperbajnok” showra, vagy pl. a kosár- és kézilabdagálákra). Ebben a technikai fejlődés is nagy segítséget nyújtott az elektronikus médiának, s az újítások – színes közvetítés, lassítás, visszajátszás, többkamerás közvetítés stb.- kipróbálásában a

sportnak jelentős szerep jutott. A modern médiaeffektusok hatására a nézők otthonaikban ülve élhetik át a sportesemény feszültségét, a győzelem okozta katarzist vagy a kudarc fájalmát, melyben a sportkommentátoroknak is komoly szerepet jut. Azzal ugyanis, hogy miképp színezik a történéseket, nagymértékben befolyásolják a nézők az esemény színvonaláról, jelentőségéről, illetve az abban megjelenő erőszakosság mértékéről alkotott véleményét (Comisky és tsi, 1977). Ez nemcsak a verbális, hanem a képi megjelenítésre is vonatkozik (Williams, 1977).

A sportesemények szórakoztató látványosságá változtatása – az ún. szpektakularizációja - nemcsak annak dramatizálását jelenti, hanem magába foglalja a háttérben zajló folyamatoknak, illetve a sportszervezet, sportcsapat tagjaival, vezetésével és azok magánéletével kapcsolatos értesülések megszellőztetését. Mindez a közvéleményt izgalomban tartó társadalmi problémák sportbeli vetületeivel kiegészülve hozza létre a „szpektakularizált sporteseményt”, mint a sportmédia tevékenységének végtermékét (Tamásik, 1996). E folyamat következményént a sportsajtóban is látványosan megindult a bulvárosodás, amely magának a sportszakmának nem minden esetben kedvez.

A sportmédia jelenének és jövőjének tárgyalása egy másik disszertáció teljes anyagát adhatná, de mindenképpen hangsúlyozandó, hogy az üzletág ontja újabb és újabb produktumait, gondoljunk csak a sportmagazinok, a tematikus, 24 órán keresztül sugárzó TV csatornák növekvő számára. Emellett napjainkban már a kábeltelevíziók és az Internet is segítségünkre van abban, hogy sportesemények történéseit nyomon követhessük. A sportmédia és közönsége interaktív kapcsolatba kerültek, számos csatornán a nézők visszajelzéseket küldhetnek, illetve kérdéseket tehetnek fel a műsorvezetőknek. Sőt, ma már a labdarúgás rajongóit bevonta a televízió a közvetítendő mérkőzés kiválasztásába is; esetenként eldönthetik ugyanis, hogy melyik meccset szeretnék élő adásban nyomon követni. Ezek az újabb fejlemények is azt jelzik, hogy a sport és a média „házasságát” nem fenyegeti az elválás.

## **5.2. A sportmédia társadalmi hatásai<sup>5</sup>**

Csakúgy, mint más jellegű tudásunk jelentős hányadát, a sporttal kapcsolatos ismereteink nagy részét is a televízióból, a rádióból és a sajtóból szerezzük. Elmondható, hogy amióta a média megjelent a sportban, a nézők döntő többsége a sporteseményeket a tömegkommunikációs eszközök által prezentált, „mediatizált formában kapja”, érzékeli (Creedon 1994/a, 1994/b, Kane és Greendorfer,1994). Tulajdonképpen ennek a jelenségnek tulajdonítható a „passzív sport” terjedése is, amelyben a közvetlen sportfogyasztás- helyszínen szurkolás – helyett egyre inkább a mérkőzések, versenyek elsősorban televízió történő figyelemmel kísérése lett jellemző. Érdekes jelenség a virtuális sportolás - elsősorban a fiatalok körében népszerű, számítógépen, illetve játékgépeken „űzhető” labdarúgás, tenisz, síelés, autó- és motorverseny stb. Ebben az esetben a sportfogyasztó félaktív/félpasszívnak nevezhető, hiszen alapjában véve sportol is, meg nem is...

A sport és a közönség viszonyának megváltozása, a közvetett sportfogyasztás dominanciájának kialakulása vezetett oda, hogy a médiakutatók illetve szociológusok napjainkban egyre nagyobb figyelmet fordítanak a sportipar és a médiaipar összefonódásának társadalmi hatásaira. Ezek az effektusok éppen abból származhatnak, ahogy a tömegkommunikációs eszközök a gyártás és a reprezentáció során a valóságot a saját maga által konstruált formában „adja át” közönségének. A sportmédia társadalmi vetületei közül érdemes néhányat hosszabban is tárgyalni.

### **5.2.1. Sport a politikában és politika a sportban**

Számtalan példát említhetnénk annak bemutatására, hogy a sport miképp válhat a politika eszközévé, illetve politikai események arénájává. Köztudott, hogy a sport önmagában is alkalmas politikai ideológiák közvetítésére, mely hatást a sportmédia nagymértékben növelheti. Valóban nem kell messzire mennünk egy példáért; hazánk, és a volt államszocialista országok évtizedekig a bizonytalan legitimációs rendszer álló- és versenyképességét bizonyították sportsikereikkel. Ezek a politikai célok és funkciók döntően az élsporthoz kötődtek (Földesi, 1996). A világversenyeken elért eredmények mint fegyverek működtek a hidegháború időszakában, és ennek eredményeképpen az olimpiai játékok – melyet Coubertin báró, a modern olimpiák életre hívója a legjobb

---

<sup>5</sup> Az alfejezet megírásához nagy segítséget nyújtott Urbán Ágnes: „Sportüzlet, média és társadalom” c. tanulmánya.

egyéni sportolók viadalaként aposztrofált - nemzetek közötti pontversenye a rendszerek közötti rivalizálás eszköze lett. A sport politikai csatározásokban való felhasználásának legdrámaibb esetei az olimpiai bojkottok voltak, amelynek 1984-ben a magyar sport is áldozatául esett (l. 5. sz. Függelék). De gondoljunk csak azokra a sporteseményekre, amelyek szinte történelmünk részévé váltak; az oroszok legyőzésére az 1956-os melbourni olimpia férfi vízilabda tornájának elődöntőjében, mellyel aprócska revansot vettünk a forradalom leveréséért, az Aranycsapat „kapitalisták” elleni győzelmeire, vagy Papp Laci bal- és jobbegyeneseire, melyekkel „rést ütött” az ellenséges rendszer pajzsán... De említhetnénk olyan példát is, amikor a sport diplomáciai eszközként funkcionált – ilyen volt az 1970-es években az Amerikai Egyesült Államok és Kína közötti, „ping-pong diplomácia”-ként ismert közeledés ( az amerikai asztaliteniszezők látogatása Kínában). Ezeknek a történéseknek országos ügyé válásában hatalmas szerepe volt a sajtónak, a rádiónak, később pedig a televíziónak. A média ilyen eseményeknél gyakran alkalmaz olyan kifejezéseket, amelyeket leginkább a katonaságnál használnak; például csataként, ütközetként beharangozva és aposztrofálva olyan országok közötti futballmérkőzéseket, amelyen régi történelmi ellenfelek küzdenek egymással a pályán (és sajnos néha a lelátókon...). Az ilyen esetek a nacionalizmus forrásává válhatnak, mely később gyakran valamilyen deviáns viselkedésmódozathoz vezet. Számos esetben a sportújságírók, kommentátorok hangsúlyozzák ki egy-egy csapat vagy játékos nemzeti jellegét, melyen keresztül esetlegesen az országukban dúló konfliktusra is utalhatnak. Harris és Clayton (2002) szerint erre főleg a férfi sportolókat tartja alkalmasnak a média, a nők esetében ez nem jellemző. Érdekes itt egy pillanatra visszatérni az olimpiákra, amelyeken a versenyzők a legmarkánsabban testesítik meg nemzetüket; 2000-ben, a Sydney-i játékokon egy bennszülött származású ausztrál sportolónő, Cathy Freeman a „nemzet lánya”-ként olimpiai lángot gyújthatott. Ismerve az országban fennálló társadalmi viszonyokat, talán több is volt ez, mint a nemzet reprezentációja; Ausztrália ezzel a momentummal – valószínűleg a lelkiismertét is felmentve- az őslakók elfogadását és elismerését akarta bizonyítani.

Bernstein és Blain (2003) szerint miközben az olimpiák megnyitó ünnepe a békét, barátságot, és az összetartozás érzését sugallja, a versenyeken már valójában a nemzetek csatája zajlik. A globalizáció azonban a sportot sem hagyta érintetlenül; eredményeképpen sokszor azonos ország sportolói küzdenek egymás ellen, illetve a

sport területén erősödő migráció hatására egy csapatban számos nemzet játékosai küzdhetnek magukért és a közös sikerért – ez a változás a nacionalizmus jelenségét feltehetően jelentősen tompítja.

Érdekes kérdés a sportolók, sportvezetők politikai szerepvállalása is; Magyarországon az 1989-1990-es demokratikus átalakulás után egyes sportvezetők, sportolók bizonyos pártoknál pozíciókat vállaltak, vagy egyszerűen szimpatizánsként azok rendezvényein megjelentek. Természetesen ezt a média sem hagyta szó nélkül, s több esetben kiemelten foglalkozott a sport közegében egyébként meglehetősen ritka aktív politika tevékenységgel.

Bár tudományos kutatások nem bizonyítják, de sokak számára egyértelmű, hogy a sporton belül is működik politikai. Ha végignézünk egy nemzetközi torna-, műugró- vagy műkorcsolyaversenyt, a pontozásoknál, megkérdőjelezhető bírói döntéseknél felvetődhet bennünk, hogy sportpolitikai lobby vagy ellenlobby áll a végső helyezések hátterében. Ugyanez a lehetőség fennáll nemzetközi vagy nemzeti sportszövetségek, sportszervezetek - kormányzati és civil - vezetőségének választásánál, illetve sportesemények rendezői jogának odaítélése során.

### **5.2.2. A sportmédia norma- és értékformáló szerepe**

Mint korábban említettem, a médiának mint szocializációs közegnek domináns szerepénél fogva rendkívül erős szerepe lehet az attitűdformálásban, valamint a norma – és értékrendszerek alakításában. Ahogy a sportmédia erősödött, úgy válhattak a sport szereplői is egyre inkább mintaadóvá a társadalom tagjai számára; a sportszocializáció egyik legfontosabb aspektusa, a sportra való szocializáció (az egyén megismertetése a sporttal) napjainkban már szintén kiemelkedő mértékben támaszkodik a sporttartalmú médiatermékekre. A gyermekek, fiatalok, de még a felnőttek sporttal kapcsolatos attitűdjeinek alakításában is döntő jelentőségűek lehetnek azok a jelenségek, amelyeket a média a sport ábrázolása során kiemel. Amit a sportmédia bemutat, amiről beszél, illetve amire a reprezentáció során hangsúlyt fektet, mind – mind meghatározhatja a közönség észlelését a sporttal, sportolókkal kapcsolatosan. De valójában ez abban az esetben is működik, amikor a lapok, magazinok és az elektronikus média hanyagolja a sport bizonyos szegmenseinek ábrázolását. Ezzel ugyanis a társadalom felé azt közvetíti, hogy az a terület kevésbé fontos, s ezzel jelentősen csökkenheti annak elismerését és megbecsülését. A „Szakirodalmi áttekintés” (l. 7-15 o.) során jeleztem,

hogy a sportoló nemek bemutatásának kvantitatív vizsgálata során a nők alulreprezentáltságát mutatták ki, amely negatívan befolyásolhatja a női sport társadalmi megítélését, illetve káros hatása lehet a lányok sportra való szocializációjára. Az Amerikai Egyesült Államokban a különböző rasszokhoz tartozó sportolók ábrázolása, illetve a sportkommentátorok velük kapcsolatos közléseinek vizsgálata pedig fehérbőrű játékosok előnyét mutatta a színesbőrűekkel szemben, amely szintén szerepet játszhat lehet a közönség véleményformálásában (Rainville, Mc Cormick, 1977). Ezzel kapcsolatban nagyon érdekes Rod Brookes (2002) megállapítása, miszerint a fekete sportolókat a sportban és a magánéletben mutatott viselkedésük nyomán elhelyezik egy „példakép-rossz fiú” egyenesen, melynek előbbi kezdőpontját a 20. század utolsó évtizedeinek egyik, ha nem a legnagyobb kosárlabda csillagával, Michael Jordannel jelölik, míg a másik végletet a botrányairól híres ökölvívó, Mike Tyson képezi.

A sportszakemberek és sportszeretők a mai napig egyetértenek abban, hogy bizonyos emberi tulajdonságokat – mint pl. kitartás, akaraterő, szolidaritás, küzdenitűdés - leginkább a sport révén lehet kialakítani és fejleszteni. Ennek leghatékonyabb módja természetesen az aktív sportolás, de passzív fogyasztói szerepben, nézőként és szurkolóként is csodálhatja és átveheti ezeket a vonásokat az egyén. Különösen a sportsztárok válhatnak ilyen tekintetben példaadóvá, személyiségformálónak, a sztárkultusz ugyanis napjaink médiájának egyik sajátossága. A sportélet egyéniségei az események szereplőiként szállítják a médiának a híreket, s nevükkel eladhatóbbá válnak a lapok, televíziós programok. A sportcsillagokat szívesen látják a média más területén is, szereplésükkel ugyanis növelhetik a szórakoztató műsorok iránti érdeklődést (ilyen volt például olimpiai bajnok úszóink részvétele az egyik kereskedelmi televíziós csatorna táncversenyében). A nő- és férfimagazinok pedig a sportolók testének megjelenítésével, azok maskulin vagy feminim jellegének kihangsúlyozásával az olvasók testképfomálását befolyásolja. A bulvármédia szívesen mutatja be a sportsztárok magánéletét is, mellyel kielégíti a közönség azon tagjainak vágyát, akik többet szeretnének tudni sportbéli kedvenceikről.

Sajnos azonban a teljesítmény- és rekordcentrikus sportban számos olyan negatív tulajdonság is fűződik a sportolóhoz, amelyre a szenzációhajhász média szívesen fókuszál olvasottságának, nézettségének emelése céljából. A deviáns viselkedésformák megjelenítése valójában nem újkeletű jelenség; az USA-ban már az 1960-as években



meginduló oknyomozó újságírás megpróbálta a sport sötétebb oldalát is feltárni az olvasóknak, ezzel mintegy demisztifikálva a sportot és a sportolókat.

### **5.2.3. Devianciák és sportmédiá**

A társadalmi élet különböző területein megjelenő devianciák sajnálatos módon a sport szférájában is – számos esetben speciális formában - fellelhetőek. Ezeknek az alanyai lehetnek a sportolók, sportvezetők, de a sportot kiszolgáló személyzet bármelyik tagja – gondoljunk csak a kispadon ülőkre-, illetve maguk a sporteseményre kilátogató nézők is.

A devianciák jelentős része túlmutat a sportszerűtlenség fogalmán, hiszen nemcsak csalásról, durvaságról, szabálytalan játékról, az ellenféllel szembeni egyéb etikátlan magatartásról beszélhetünk, hanem olyan, törvényileg szankcionálandó cselekményekről, mint az erőszak, a vandalizmus, a sikkasztás, és a drog- (dopping) fogyasztás. Ezek nyilván rendkívül távol állnak a sport pozitív humán értékeitől.

Napjaink sportmédiája vevő a negatív jelenségekre, szívesen tárgyalja és hangsúlyozza ki az előbbieken felsorolt devianciaformákat. Tudományos kutatások is jelzik, hogy a televíziós sportkommentárok nagymértékben befolyásolják a nézők érzékelését egy mérkőzésen az erőszak szintjét illetően. Két csoportnak levetítve ugyanazt a sporteseményt, az erőszakot kihangsúlyzó kommentárt is hallgató csoport sokkal agresszívebbnek látta a mérkőzést, mint az, amelyik ugyanezt az erőszakra nem fókuszáló szöveggel követte végig (Bryant, 1989). Sullivan (1987) emellett azt is megfigyelte, hogy a férfi nézők jobban élvezik az agresszív játékot, mint a nők.

Megdöböntő volt a San Diego-i egyetem professzorának, David Phillipsnek az a feltételezése, miszerint az Egyesült Államokban minden nehézsúlyú bokszdöntőt - amelyet országosan közvetítettek- követő napokban átlagosan 11 „plusz” gyilkosság történik. Mindez azért, mert az emberek azoknak a magatartásából tanulnak, akiket a televízióban láthatnak és mint példa követhetnek. A hipotézis beigazolódott, sőt, ami még elképesztőbb volt Phillips kutatásában: a megölt személyek bőrszíne rendszerint azonos volt a bokszdöntőben legyőzött versenyzőével, és annál többen haltak meg, minél nagyobb publicitást kapott a meccs (Pratkanis és Aronson, 1992).

A bulvársajtó sportrovatában gyakran kitergeti híres sportolók magánéleti problémáit, mint pl. párkapcsolatuk kríziseit, vagy káros szenvedélyeiket, s ezzel nagymértékben

megingatja imázsukat. Nem véletlen tehát az sem, hogy az ilyen „zűrös” sportemberek jellemzően nincsenek jó viszonyban a médiával.

Nem mehetünk el szó nélkül a footballhuliganizmus jelensége mellett sem, amely az utóbbi évtizedekben hazánkban is kutatások tárgyát képezte. A média gyakran előre beharangozza a várható botrányokat, mintegy feltűzelve ezzel a szurkolókat már a mérkőzés megkezdése előtt. A televízió sokszor évekkal korábban felvett, a drukkereket randalírozás közben ábrázoló képsorokkal utal a várható fejleményekre. Ezzel tulajdonképpen a kárt tesz a sportágnak, a klubcsapatoknak, hiszen távol tartja a meccstől az oda békés szándékkal kilátogatni vágyókat. Sajnos a nézőtéri erőszakot látványosan, többször ismételve jeleníti meg a média, arról azonban, hogy az erőszakos tetteket milyen szankcióval büntették, már sokkal kevesebbet hallunk (l. 6. sz. Függelék). Ezek visszatartó ereje így sokkal kisebb, s a fiatalokat nem rettentí el igazán a normaszegő magatartástól.

S végül hagy említsem meg azokat a doppingbotrányokat, amelyek média általi tálalása rendkívül sokat árt az élsport társadalmi megítélésének; manapság még a sportszeretők jelentős része is azonosítja a versenysportot a tiltott szerek használatával. Ez számos fiatalot eltántoríthat attól az elképzelésétől, hogy a sport szférájában építsen karriert, meglehetősen negatív hatást gyakorolva ezzel a sportok utánpótlására (l. 7. sz. Függelék).

## **6. EREDMÉNYEK**

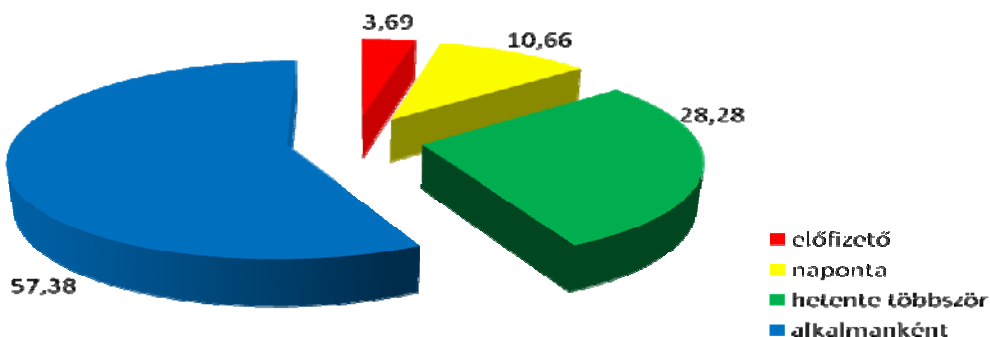
Kutatásom eredményeit az elméleti keretként használt kultúra-körforgás modell öt tényezőjének mentén ismertetem. Mint korábban említettem, az elemzés az öt komponens bármelyikével kezdhető; miután úgy vélem, hogy csak a fogyasztása révén játszhat bármely médiatermék szerepet a jelentések alakításában, az eredmények ismertetésének sorrendjében ez a tényező kap prioritást. Ezt követően bemutatom a nők és férfiak sportsajtó általi reprezentációjával, az azt meghatározó szabályozással és gyártással, valamint a sportújságírók és az élsportoló nők nemi identitásával kapcsolatosan feltárt jellemzőket is.

## 6.1. Fogyasztás

Az olvasók körében végzett survey vizsgálat egyes kérdései az újságolvasási szokásokkal kapcsolatos alapinformációk megszerzésére szolgáltak, melyekből megtudhattam, hogy a válaszadók milyen mértékben tájékozódnak a sportvilág eseményeiről a tartalomelemzésbe bevont lapokból. Az adatok azt jelzik, hogy a válaszadók napilapot többen és jellemzően nagyobb rendszerességgel olvasnak, mint bulvárújságot (1. 4. sz. táblázat és 1. sz. diagram).

4. számú táblázat: Az országos napilapot olvasók és nem olvasók aránya

Olvas-e országos napilapot?		N	Százalék
Valid	igen	325	81,05
	nem	74	18,45
	<i>Hiányzó adat</i>	2	0,5
<b>Összesen</b>		<b>401</b>	<b>100</b>

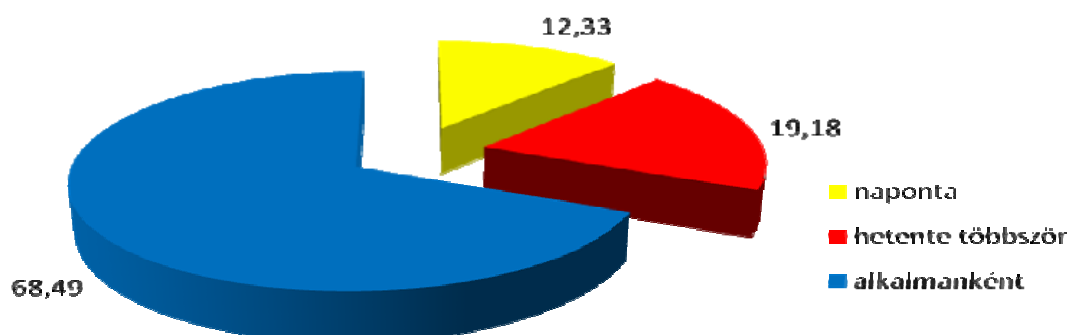


1. számú diagram: A hagyományos politikai napilapok olvasási szokásai

A napilapok esetében arra is rákérdeztem, hogy mely hagyományos napilapot olvassák; a válaszokból kiderült, hogy az olvasók több mint háromnegyede a vizsgált lapokat preferálja. A kérdőív tesztelése során egyértelműnek tűnt, hogy a bulvár napilapok kifejezés esetén határozottan a Blikkre asszociálnak, itt tehát ilyen jellegű kérdést nem tettem fel (5. sz. táblázat és 2. sz. diagram)

5. számú táblázat: A bulvár napilapot olvasók és nem olvasók aránya

Olvas-e bulvárlapot?		N	Százalék	Valid %
<b>Valid</b>	igen	148	36,91	60,16
	nem	98	24,44	39,84
<i>Hiányzó adat</i>		155	38,65	
<b>Összesen</b>		<b>401</b>	<b>100</b>	



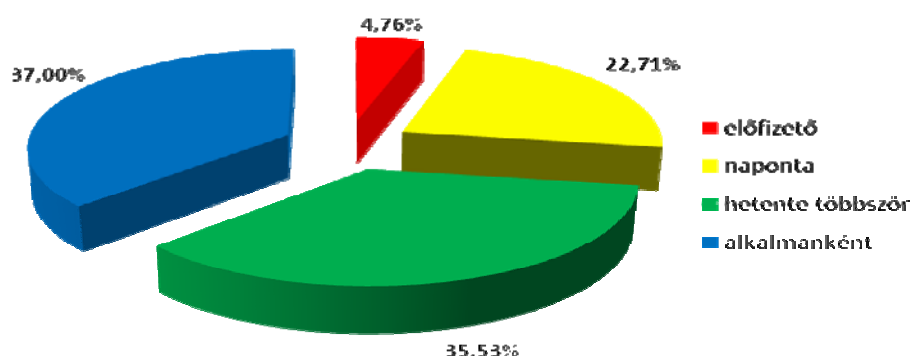
2. számú diagram: A bulvárlap olvasási gyakorisága

Bár tartalomelemzésemnek a Nemzeti Sport nem volt tárgya, mégis kíváncsi voltam, hogy milyen arányban olvassák a válaszadók az egyetlen magyar sport napilapot. Ezt jelzi a 6. sz. táblázat.

6. számú táblázat: A Nemzeti Sport napilapot olvasók és nem olvasók aránya

Olvassa-e a Nemzeti Sportot?		N	Százalék
<b>Valid</b>	igen	277	69,08
	nem	52	12,97
<i>Hiányzó adat</i>		72	17,96
<b>Összesen</b>		<b>401</b>	<b>100</b>

Mint az adatokból kiderült, a TF-es hallgatók mintájába kerültek közel 70%-a olvassa a Nemzeti Sportot, melynek rendszerességét a 3. sz. diagram mutatja.



3. számú diagram: A Nemzeti Sport olvasásának rendszeressége a válaszadók körében

Fontos kérdés, hogy a milyen különbségeket mutatkoznak az olvasási szokásokat illetően a nemek tekintetében. A statisztikai elemzés azt mutatta, hogy szignifikáns eltérés csak a Nemzeti Sport olvasásának gyakoriságában van, mely szerint a férfiak rendszeresebben olvassák a sportnapilapot.

Arról egyébként, hogy milyen az újságok olvasótáborának nemi megoszlása, meglehetősen kevés friss adat jutott a birtokomba. Margit Patrícia (2001) „A nők reprezentációja” című tanulmányában is 1998-as statisztikai adatok alapján jellemzi a férfiak és nők újságolvasási szokásait, és konklúziója szerint ezzel kapcsolatban számos olyan sztereotípiát kering a közvélekedésben, amelyet ezek az adatok megcáfolnak. Nem igaz ugyanis, hogy a nők kevesebbet olvasnak, mint a férfiak; viszont körükben valóban a női magazinok a legkedveltebbek. A Népszabadság olvasótáborának 46%-a nő, a hiedelmekkel ellentétben pedig a bulvár-jellegű lapok esetében sem számottevő a nők és férfiak arányának eltérése. A Blikk esetében az olvasók 47%-át teszik ki a nők. Emellett sokak számára meglepőnek tűnhettek azok az adatok is, melyek szerint a regionális és gazdasági napilapokat is több nő olvassa, mint férfi. Egy 2004-es statisztika szerint a Nemzeti Sport olvasótáborának 80-85 %-a férfi, és kb. 50.000 női olvasóra számíthatnak a kiadók egy lapszámnál.<sup>6</sup>

Miután céljaim között nem szerepelt Nemzeti Sportról alkotott olvasói vélemények feltárása, a kérdőívben a lappal kapcsolatosan nem tettem fel további kérdéseket. Az élsportoló nőkkel folytatott interjúk során azonban mindig előkerült az újság neve; a versenyzők több mint kétharmada ebből a forrásból is tájékozódik a sportvilág

<sup>6</sup> Forrás: <http://lapkiadas.hu> 2007. 06. 12.

eseményeiről. Rendszerességről azonban kevésbé beszélhetünk, a legtöbben csak sportáguk nagyobb hazai vagy világversenye után olvassák el a szereplésükről szóló tudósításokat.

*„Én csak akkor nézem az újságokat, a Nemzeti Sportot is, amikor versenyünk lesz, vagy volt, mert egyébként nem foglalkoznak velünk”* (asztaliteniszező)

*„Csak akkor veszek napilapot, ha valaki szól, hogy írtak rólunk, persze ez csak a Nemzeti Sportban szokott megtörténni”* (vízilabdázó)

A hazai sportnapilap olvasását egy másik tényező is nagymértékben befolyásolja, amely mintegy a reprezentáció egyik kritikája is lehetne:

*„Főleg akkor veszek Nemzeti Sportot, ha valamelyik sportágnak nagy versenye volt, akkor is gyorsan átlapozom az első tíz oldalt, a focit.”* (kajak-kenus)

*„Napilapot nem szoktam, de Nemzeti Sportot is csak ritkán veszek, mert abban két dolog van: futball meg sport. És már azt is hátulról kezdem olvasni, mert ezekből engem a sport érdekel.”* (súlyemelő)

Hasonlóan vélekedett olimpiai bajnok sportlövőnk is:

*„A Nemzeti Sportot régen olvastam, de ma már a foci miatt nem, pedig szeretem a jó focit, de itt nem ilyenről írnak nyolc oldalon keresztül...”*

A sportolónők rendkívül alacsony hányada említette, hogy hagyományos politikai napilapot olvasna; ha mégis, azt is rendszertelenül. A bulvárlapot már többen lapozgatják, de a megítélése nagymértékben hasonlított a Nemzeti Sporthoz:

*„Én a megyei lap mellett szoktam néha Blikket olvasni, ott elég sok a sport, de annak is a jelentős része foci, meg inkább a divatsportágakról írnak.”* (cselgáncsozó)

A különböző forrásokból származó cikkeket, fotókat a sportolók, vagy hozzátartozóik - általában a szülők, nagyszülők- sok esetben hosszú évek óta gyűjtik is.

A lapokat többen nem nyomtatott, hanem elektronikus formában, az Interneten figyelik, mely lehetőséget nyújt arra, hogy külföldi verseny vagy edzőtábor ideje alatt se maradjanak tájékozatlanok. Emellett a vidéken élő sportolónők arról is beszámoltak az interjúk során, hogy rendszeresen olvassák a megyei vagy egyéb regionális napilapot, és ezekben újságokban sokkal gyakrabban írnak róluk, mint az országos terjesztésű lapokban.

*„Főképp a megyei vagy a városi lapban szerepelünk, az országos lapokban nagyon ritkán, akkor is röviden, ezért nem fogom megvenni az újságot... a Blikkben meg még sosem volt torna.”* (tornász)

*„A megyei lapra számíthatunk leginkább, ott még a magánéletünkről is írnak néha, főleg verseny előtt és után... de a versenyek között általában nagy a csend...”* (súlyemelő)

Számomra az a kérdés volt különösen érdekes, hogy vajon az elemzett napilapok sportrovatát a sportújságírók és a női sportolók szerint milyen arányban olvassák a nők és a férfiak. A válaszok meglehetősen egyöntetű véleményeket tükröztek:

*„Hát egészséges férfiember elolvassa a sportrovatot, tehát szerintem 100-ból 80, a nőknél ez körülbelül fordítva van.”* (a Magyar Nemzet újságírója)

A Blikk sportújságírónöje szerint:

*„A férfiak 70%-a biztos, de lehet hogy több, a nőknél pedig ez olyan 30% lehet.”*

A Népszabadság egyik kollégája hosszabban is megindokolta véleményét.

*„A TV-ben is és az írott sajtóban is a legnagyobb különbség a férfi-női nézők és olvasók között a sportban van; nők sehol nem olyan elutasítók, sem a gazdaságban, sem a politikában, mint a sportban.”*

A lap másik újságírója meglehetősen szélsőséges véleményre jutott:

*„100-ból csak annyi nő olvassa el a sportrovatot, ahányan az újságíró, vagy esetleg a sportolót ismerik.”*

A sportolónők is úgy gondolják, hogy a sporthírek nyomon követése elsősorban a férfiakra jellemző, a nemek arányát ezért az újságírókhoz hasonlóan jelölték meg.

*„Szerintem csak az a nő olvas a sportról, akinek köze van vagy volt valamelyik sportághoz. A többieket szerintem nem érdekli, lehet, hogy a TV-ben esetleg megnézi, de hogy el is olvassa...? (röplabda játékos)*

*„A nagy különbséget az okozza, hogy a férfiaknál még az is érdeklődik a sport iránt, aki nem sportolt, a nőknél viszont ez nem így van.” (kézilabdázó)*

*„A sportújságok a férfiaknak készülnek, szerintem azért is szól nagyrészt a fociról meg a férfiokról.” (súlyemelő)*

De hogy valójában mennyit írnak a férfiokról és nők, arról a napilapok tartalomelemzésének adatai szolgálnak pontos információkkal.

## **6.2. Reprezentáció**

A női és férfi sport média általi megjelenítésének kvantitatív jellemzéséhez összesen 2637 sporttartalmú cikket vizsgáltam meg. A legnagyobb mennyiségben a Blikk ír a sportról, a Népszabadság és a Magyar Nemzet ettől jócskán elmarad; a két hagyományos napilap megközelítőleg azonos mértékben tudósít az eseményekről, sportolókról ( 7. sz. táblázat). A bulvárlap sportrovatáról elmondható, hogy önálló belső címlappal rendelkezik, és terjedelme a politikai napilapokénak többszöröse.

*„Egy évvel ezelőtt történt ez a szerkezetváltás, mert nálunk fontos a sportrovat. Most a lap második része a sporttal kezdődik. Ezzel sok sportszerető olvasót szereztünk, és maguktól a sportolóktól is jó visszajelzéseket kapunk.” (A Blikk újságírója)*

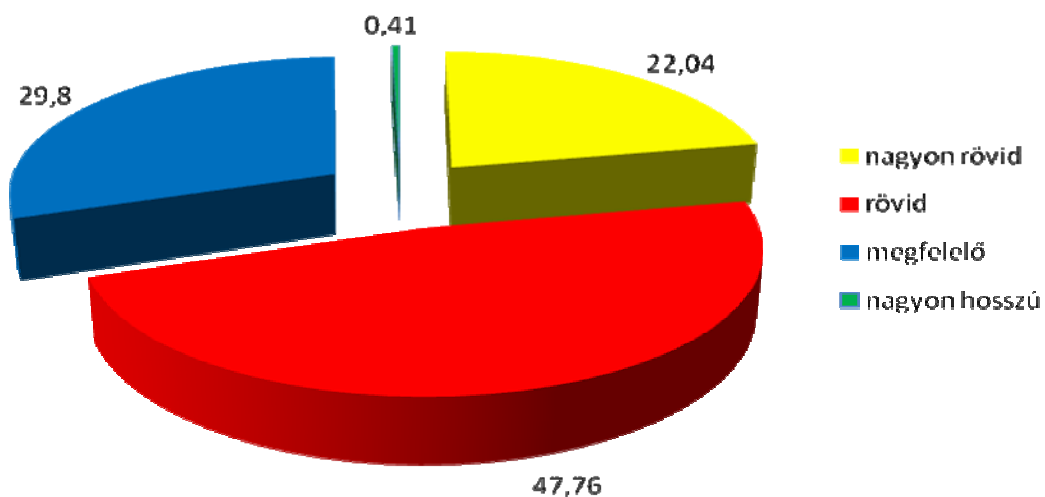


A Magyar Nemzetben és a Népszabadságban szerkesztői korlátozásból kifolyólag maximum másfél oldal hosszúságú lehet a sportrovat, melynek következtében egy eseménydús időszakban komoly dilemmát okoz a hírszelekció.

7. számú táblázat: A feldolgozott cikkek évenként és napilaponként

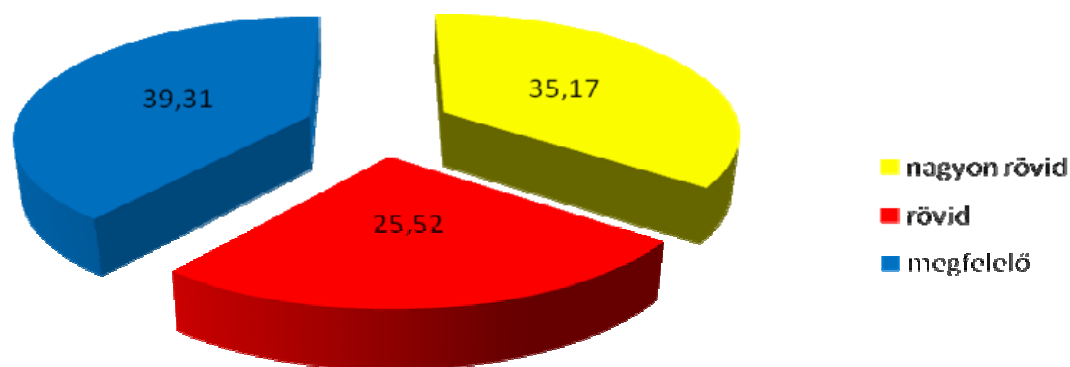
Mely újságban található a cikk?		2004	2005	Összesen
Népszabadság	Száma	389	298	687
	Sor %	56,62	43,38	100
	Oszlop %	26,37	25,65	26,05
Magyar Nemzet	Száma	424	294	718
	Sor %	59,05	40,95	100
	Oszlop %	28,75	25,30	27,23
Blikk	Száma	662	570	1232
	Sor %	53,73	46,27	100
	Oszlop %	44,88	49,05	46,72
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>1475</b>	<b>1162</b>	<b>2637</b>
	<b>Sor %</b>	<b>55,93</b>	<b>44,07</b>	<b>100</b>
	<b>Oszlop %</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

A kérdőíves kutatás eredményei szerint a hagyományos lapokat olvasó közönség 69,8%-a kevesli a sportrovatok terjedelmét, melyben feltehetően közrejátszhat a válaszadók sportorientációja (4. sz. diagram).



4. számú diagram: A válaszadók véleménye a hagyományos napilapok sportrovatának terjedelméről

A sport iránti átlagon felüli érdeklődés azok esetében is látszik, akik bulvárnapi lapot olvasnak. Ők ugyanis még annak lényegesen hosszabb terjedelmű sportrovatát is rövidnek találják (l. 5. sz. diagram).



5. számú diagram: A válaszadók véleménye a bulvárlapok sportrovatának terjedelméről

A sportrovat tartalmának vizsgálatakor azt is megnéztem, hogy a különböző szintű versenyekről milyen arányban tudósítottak a két időszakban (l. 8. sz. táblázat)

8. számú táblázat: A feldolgozott cikkek évenkénti és szintenkénti bontásban

Milyen szintű versenyről tudósít?		2004	2005	Összesen
Olimpiai	Száma	869	0	872
	Sor %	100,00	0,00	100,00
	Oszlop %	63,29	0,00	34,80
Nemzetközi	Száma	407	880	1284
	Sor %	31,70	68,30	100,00
	Oszlop %	29,64	78,41	51,24
Nemzeti	Száma	96	253	349
	Sor %	27,51	72,49	100,00
	Oszlop %	6,99	21,59	13,93
Régió	Száma	1	0	1
	Sor %	100,00	0,00	100,00
	Oszlop %	0,07	0,00	0,04
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>1373</b>	<b>1133</b>	<b>2506</b>
	<b>Sor %</b>	<b>54,79</b>	<b>45,21</b>	<b>100,00</b>
	<b>Oszlop %</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Egyértelmű, hogy 2004-ben, az olimpia időszakában a játékokról szóló cikkek domináltak, míg a nemzeti és regionális szintű versenyek a tudósításokban háttérbe szorultak. A 2005-ös adatok szerint az olimpiai tudósítások helyére elsősorban a nemzetközi illetve nemzeti versenyek léptek, míg - országos terjesztésű napilap esetében nem meglepő módon- regionális viadalokról nem adtak hírt.

Az újságok sporttémájú cikkei szólhatnak egyéni sportolóról, sportcsapatról illetve annak egyes tagjairól. Az olimpia időszaka alatt többet foglalkoztak az egyéni sportolókkal, illetve csapatok tagjaival; a 2005-ös lapokban az előbbi aránya csökkent, míg az utóbbi típusé nőtt (l. 9. sz. táblázat). Ennek hátterében feltehetően az áll, hogy az olimpiai játékok alatt több figyelmet fordítanak a sportolók bemutatására, illetve, hogy az Athénban szereplő magyar csapatban az egyéni sportolók eleve felülreprezentáltak voltak.

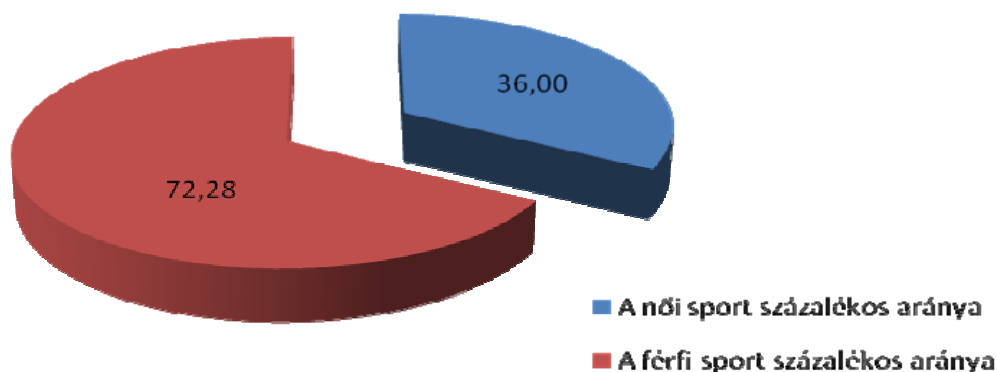
Azoknak a cikkeknek is magasabb volt az aránya a korábbi évben, amelyben a csapatról, illetve egy csapattagról is („Vegyes”) egyaránt írtak.

9. számú táblázat: Sportolóról vagy sportcsapatról szóló cikkek száma évenként

Sportolóról vagy sportcsapatról szól-e?		2004	2005	Összesen
Egyéni sportoló/csapattag	Száma	670	530	1200
	%	55,83	44,17	100,00
Csapat	Száma	406	507	913
	%	44,47	55,53	100,00
Vegyes	Száma	144	57	201
	%	71,64	28,36	100,00
Egyéb	Száma	33	1	34
	%	97,06	2,94	100,00
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>1253</b>	<b>1095</b>	<b>2348</b>
	<b>%</b>	<b>53,36</b>	<b>46,64</b>	<b>100,00</b>

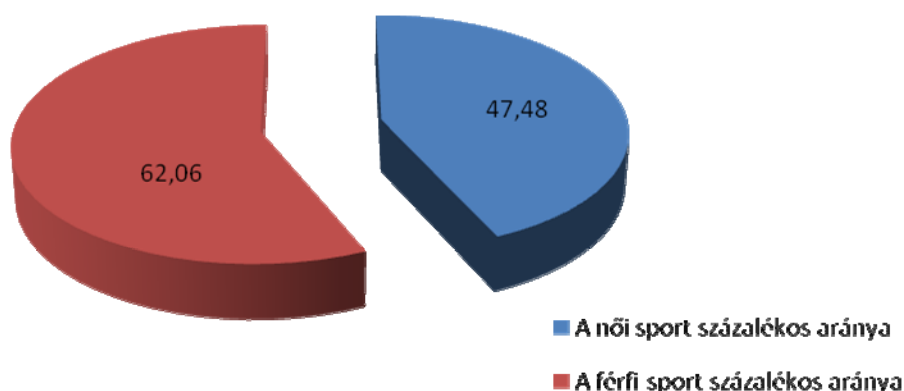
A kérdőíves felmérés során kutatási témám szempontjából különleges jelentőséggel bírt az a kérdés, hogy vajon az olvasók milyenek ítélik a napilapokban a női és férfi sport reprezentációjának arányát. Először arra voltam kíváncsi, hogy miképpen vélekednek erről a hagyományos közéleti lapok kapcsán. (Azt kértem, hogy a teljes sportrovatot

100%-nak véve jelöljük az arányokat; de, ahogy a diagram jelzi, némely válaszadónál a két arány összege nem ennyi volt). Az eredmények azt mutatják, hogy az olvasók véleménye szerint a nők jelentősen alulreprezentáltak a politikai napilapokban; míg a nők a sportrovat egy-, a férfiak annak kétharmadában szerepelnek (l. 6. sz. diagram).



6. számú diagram: A válaszadók véleménye szerint a férfi - női sport százalékos aránya hagyományos lapokban (középérték)

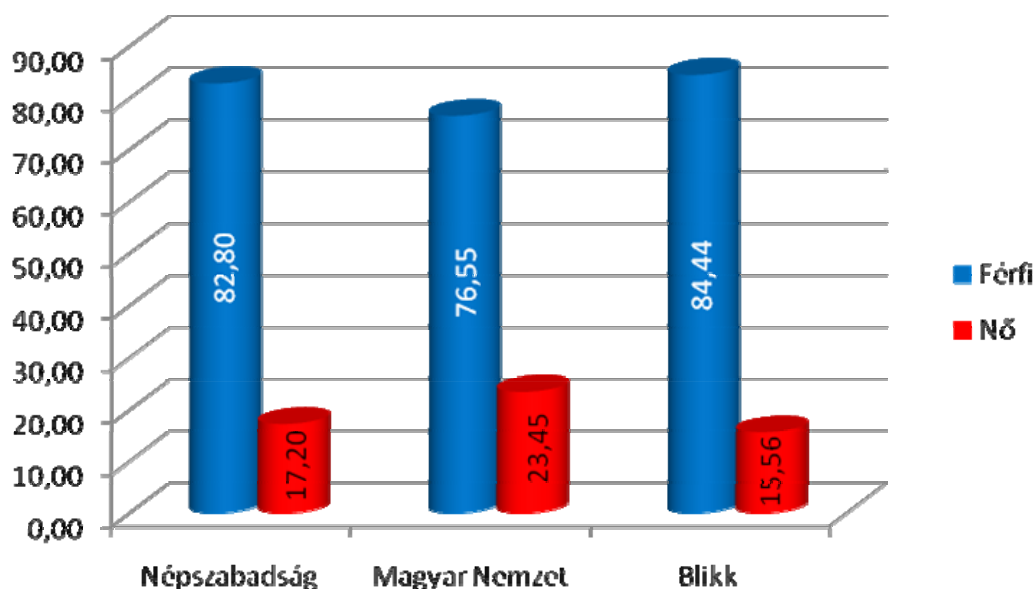
A bulvárlapban a nemek reprezentációját a nők szempontjából jobbnak ítélik meg a megkérdezettek, véleményük szerint azonban a férfiak felülreprezentáltsága itt is jellemző (l. 7. sz. diagram)



7. számú diagram: A férfi - női sport százalékos aránya bulvár lapokban az olvasók megítélése szerint (középérték)

Ezt követően megnéztem, hogy mennyire „ítélkeztek” reálisan a megkérdezettek; a tartalomlemezés adatai részben igazolták, részben viszont megcáfolták az olvasók véleményét.

Az összes, adott újságban megjelenő cikk számához viszonyítva a legtöbb nőkről szóló cikk a Magyar Nemzetben (23,45%), majd a Népszabadságban (17,20%), a legkevesebb a Blikkben (15,56%) jelent meg (8. sz. diagram). Megvizsgáltam, van-e összefüggés abban a tekintetben, hogy mely újság milyen arányban közöl a férfiakról, illetve a nőkről cikket vagy képet. A chi-négyzet próba eredménye a következő lett:  $\chi^2 = 14.271$ ,  $df = 2$ ,  $p < 0.001$ . A kapott eredmény tehát szignifikáns, az újságok között különbség van a nőkről, illetve a férfiakról szóló cikkek számában.



8. számú diagram: A közölt sportcikkek száma (db) napilaponként a nem függvényében

A megkérdezetteknek igazuk volt tehát, amikor felülreprezentáltak ítélték a férfi sportolók megjelenítését. Mindkét újságtípus esetén túlbecsülték azonban a nők megjelenítésének arányát, és ebben a kérdésben a Blikk esetén tévedtek a leginkább; a bulvárlapban találtam ugyanis a legnagyobb különbséget a férfiak és nők ábrázolásának egymáshoz viszonyított mértékében.

Kíváncsi voltam olyan összefüggésekre is, hogy az olvasó neme, életkora és gazdasági aktivitása (ti. hogy nappali illetve levelező szakos hallgató) miképp befolyásolja a nemek prezentációjának megítélését. A nemek véleményre gyakorolt hatását független

t-próbával teszteltem, melynek eredménye azt mutatta, hogy nincs szignifikáns eltérés a férfiak és nők véleménye között ( 10. és 11. sz. táblázat).

10. számú táblázat: A férfi és a női hallgatók véleménye a férfi illetve a női cikkek százalékos arányáról /leíró statisztika//

	A válaszó neme	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
A női sport százalékos aránya	férfi	165	37,37	22,09	1,72
	nő	108	33,89	19,67	1,89
A férfi sport százalékos aránya	férfi	165	72,34	11,98	0,93
	nő	108	72,36	11,85	1,14
Bulvár újságban a női sportolók aránya	férfi	127	50,75	29,38	2,61
	nő	75	46,80	28,01	3,23
Bulvár újságban a férfi sportolók aránya	férfi	127	75,85	13,95	1,24
	nő	75	73,47	15,39	1,78

11. számú táblázat: A férfi és a női hallgatók véleménye a férfi illetve a női cikkek százalékos arányáról /t-próba/

<b>Hagyományos lapokban a női sport százalékos aránya</b>	F	2.758
	df	271
	t	1.328
	<b>p</b>	<b>0.185</b>
<b>Hagyományos lapokban a férfi sport százalékos aránya</b>	F	0.642
	df	271
	t	-0.015
	<b>p</b>	<b>0.998</b>
<b>Bulvárlapokban a női sport százalékos aránya</b>	F	1.597
	df	200
	t	0.939
	<b>p</b>	<b>0.349</b>
<b>Bulvár lapokban a férfi sport százalékos aránya</b>	F	0.892
	df	200
	t	1.129
	<b>p</b>	<b>0.260</b>

Az életkor esetleges hatását korrelációs eljárással (Pearson-féle korrelációs teszt) vizsgáltam meg, mivel mindkét változónk (életkor, illetve százalékos arány) arányskála.

A hagyományos napilapok női cikkeinek aránya és az életkor közötti változók esetében a teszt eredménye a következő (12. sz. táblázat):

12. számú táblázat: A életkor és a férfiakról illetve a nőkről cikkek arányainak korrelációja

		Symmetric Measures			
		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-,134	,047	-2,226	,027 <sup>c</sup>
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,148	,059	-2,463	,014 <sup>c</sup>
N of Valid Cases		271			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Mivel a  $p < 0.05$ , kijelenthetjük, hogy az eredmény szignifikáns.

A korreláció értéke (value) = -0.134, tehát negatív összefüggés van az életkor és a százalék között, amely azt jelenti, hogy az életkor előrehaladtával romlik a női sportolók férfiakhoz viszonyított reprezentációjának megítélése. Meg kell azonban jegyezni, hogy a korrelációs érték kicsi, így csak igen gyenge kapcsolatról beszélhetünk.

A hagyományos napilapok férfi cikkeinek aránya és az életkor közötti változók esetében korrelációs vizsgálat eredménye azt mutatta, hogy nincs összefüggés a változók között ( $r = -0.053$ ,  $p = 0.382$ ).

A bulvárlapok női cikkeinek aránya és az életkor közötti változók esetében a teszt hasonló eredményt hozott (1.13. sz. táblázat).

13. számú táblázat: A életkor és a bulvárlapokban található férfi illetve a női sportcikkek arányainak korrelációja

		Symmetric Measures			
		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-,136	,066	-1,937	,054 <sup>c</sup>
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,149	,067	-2,120	,035 <sup>c</sup>
N of Valid Cases		201			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Mivel a p értéke közelít a 0.05-ös értékhez ( $p=0,054$ ), kijelenthető, hogy az eredmény szignifikáns.

A korreláció értéke (value) = -0.136, tehát negatív összefüggés van az életkor és a százalék között (az életkor előrehaladtával csökken a női cikkek aránya), e tekintetben igazolódni látszik a hipotézisünk. Itt is meg kell jegyezni, hogy a korrelációs érték kicsi, így csak igen gyenge kapcsolatról beszélhetünk.

A bulvárlapok férfi cikkeinek aránya és az életkor közötti változók esetében korrelációs vizsgálat eredménye nem mutatott ki összefüggést a változók között ( $r = - 0.089$ ,  $p = 0.211$ ).

A gazdasági aktivitás –vagyis a nappalis illetve levelező egyetemi státusz- befolyásoló hatásának mérésére szintén t-próbát alkalmaztam, és nem találtam összefüggést a különböző tagozatra járók véleménye között (l. 14. és 15. sz. táblázat)

14. számú táblázat: A férfi és a női válaszolók véleménye a napilapokban megjelenő férfi illetve női cikkek arányáról /leíró statisztika/

Mely szakon tanul?	Mely szakon tanul?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
A női sport százalékos aránya	Levelező	224	34,75	20,52	1,37
	Nappali	51	41,51	23,43	3,28
A férfi sport százalékos aránya	Levelező	224	72,36	12,18	0,81
	Nappali	51	71,90	11,54	1,62
Bulvár újságban a női sportolók aránya	Levelező	174	48,83	28,61	2,17
	Nappali	30	50,60	30,75	5,61
Bulvár újságban a férfi sportolók aránya	Levelező	174	74,51	14,79	1,12
	Nappali	30	77,27	13,30	2,43



15. számú táblázat: A nappali és a levelező tagozatos hallgatók véleménye a férfi illetve a női cikkek százalékos arányáról /t-próba/

<b>Hagyományos lapokban a női sport százalékos aránya</b>	F	2.327
	df	273
	t	-2.066
	<b>p</b>	<b>0.06</b>
<b>Hagyományos lapokban a férfi sport százalékos aránya</b>	F	0.521
	df	273
	t	0.246
	<b>p</b>	<b>0.806</b>
<b>Bulvárlapokban a női sport százalékos aránya</b>	F	1.252
	df	202
	t	-0.309
	<b>p</b>	<b>0.758</b>
<b>Bulvár lapokban a férfi sport százalékos aránya</b>	F	2.718
	df	202
	t	-0.952
	<b>p</b>	<b>0.341</b>

A kérdőívben 32 db Lickert-skálás kérdés szerepelt, melyek során arra voltam kíváncsi, hogy a megkérdezettek véleménye szerint a sportág népszerűsége, a sportág eredményessége, a sportoló eredményessége illetve a sportoló külső megjelenése milyen mértékben befolyásolja a reprezentáció mértékét. Az elemzés során felmerült, hogy ezeket a kérdéseket adatredukciós eljárással is vizsgáljam. Az adatredukciós eljárás segítségével ugyanis lehetőség nyílt arra, hogy felderítsem a változók mögött rejlő rejtett dimenziókat. Ennek érdekében a Lickert-skálás változókon elvégeztem egy faktoranalízist, maximum likelihood módszerrel és a faktorok varimax rotációjával (a Rotated Factor Matrix táblázatot l. 8. sz. Függelék). A faktoranalízis eredményeképpen az SPSS három faktort különített el az alábbiak szerint. A faktorsúlyok alapján az egyes faktoroknak az

1. **eredményesség**
  2. **népszerűség**
  3. **külső megjelenés**
- elnevezést adtam.

A faktoranalízis lefutásával együtt kértem, hogy a faktorsúlyok standardizált értékét az SPSS új változóba mentse el. Az elmentett faktorváltozókat a fentiek szerint elneveztem és megvizsgáltam, hogy a válaszadók életkora, szakja (nappali – levelező) és az egyes faktorok milyen összefüggésben állnak egymással.

Független két mintás t-próbával hasonlítottam össze a nappali és levelező tagozatra járók faktorsúlyait. A kapott eredményekből megállapítható, hogy a két tagozat faktorsúlyainak átlaga között nincs szignifikáns eltérés; az egyes t-próbákhoz tartozó eredményeket a 16. számú táblázat tartalmazza.

16. számú táblázat: A faktorok és a nappali illetve levelező tagozatos hallgatók közötti összefüggés vizsgálati eredménye

Levene's Test for Equality of Variances				
	F	t	df	Sig. (2-tailed)
<b>eredményesség</b>	0.51	1.25	128	0.79
<b>népszerűség</b>	1.05	2.14	128	0.65
<b>külső</b>	0.00	0.95	128	0.99

Korrelációval vizsgáltam és szignifikáns kapcsolatot találtam az életkor és az eredményesség faktorváltozó között (17. sz. táblázat), tehát elmondható, hogy az idősebbek inkább gondolják azt, hogy a sportág és a sportoló eredményessége befolyásolja az újságban való megjelenést. ( $r = 0.25$ ,  $p < 0.01$ )

17. számú táblázat: Az életkor és eredményesség faktorváltozó közötti összefüggés

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
<b>Interval by Interval</b>	Pearson's R	0,25	0,08	2,83	0,01
<b>Ordinal by Ordinal</b>	Spearman Correlation	0,2	0,09	2,23	0,03
<b>N of Valid Cases</b>		127			

Ugyanakkor nem találtam kapcsolatot a sportoló külső megjelenése és a népszerűsége faktorsúly változók, valamint az életkor változó között, tehát az életkor növekedése ezekben a faktorokban nem okoz eltérést (l. 18. sz. táblázat).

18. számú táblázat: Az életkor és külső megjelenés valamint a népszerűség faktorváltozók közötti összefüggés

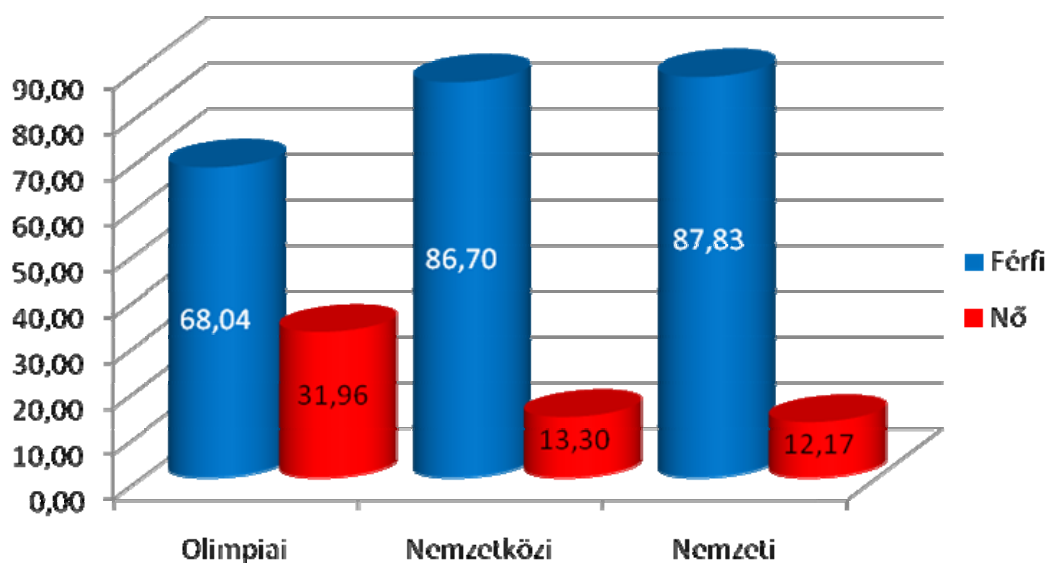
<b>Symmetric Measures</b>					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
<b>Interval by Interval</b>	Pearson's R	0,17	0,07	1,87	0,07
<b>Ordinal by Ordinal</b>	Spearman Correlation	0,17	0,09	1,96	0,06
<b>N of Valid Cases</b>		127			
<b>Symmetric Measures</b>					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
<b>Interval by Interval</b>	Pearson's R	-0,05	0,09	-0,57	0,57
<b>Ordinal by Ordinal</b>	Spearman Correlation	-0,04	0,09	-0,49	0,62
<b>N of Valid Cases</b>		127			

Kíváncsi voltam, hogy vajon a női és férfi sportolók sportmédiát általi ábrázolásának kvantitatív jellemzői az olvasók megítélése alapján változnak-e az olimpia időszaka alatt. Meglehetősen sokan nem reagáltak erre a kérdésre, a válaszadók közel 83%-a viszont igennel felelt (l. 19. sz. táblázat).

19. számú táblázat: A válaszadók véleménye arról, hogy változik-e az olimpia ideje alatt a női és a férfi sportolókról szóló cikkek aránya

Olimpia alatt változik-e az arány?		N	Százalék	Valid %
Valid	igen	199	49,63	82,92
	nem	41	10,22	17,08
<i>Hiányzó adat</i>		<i>161</i>	<i>40,15</i>	
<b>Összesen</b>		<b>401</b>	<b>100</b>	

Az újságcikkek tartalmának kvalitatív elemzése alapján elmondható, hogy valóban változik a nők és a férfiak sportjáról szóló cikkek aránya az olimpiai tudósítások esetén. A két évben összesítve megnéztem, hogy mely versenyekről milyen arányban közölnek a nem megoszlásában cikkeket. A chi-négyzet értéke = 96.626, df = 2,  $p < 0.001$ , az eredmény szignifikáns, tehát az olimpiai versenyekről szóló cikkekben hangsúlyosabban jelen vannak a nők, mint a másik két típus esetében (l. 9. sz. diagram).



9. számú diagram: A megjelent cikkek aránya a különböző szintű versenyekről nemek szerint

Természetesen a sportolónőket és a sportújságírókat is megkértem arra, hogy próbálják meghatározni a két nem megjelenítésének arányát. Egyetlen sportolónő akadt – egyébként kézilabdázó-, aki a nőket vélte felülreprezentálnak, míg hatan egyenlőnek

éreztek ezt az arányt; a többség azonban a férfiak (jellemzően 70-30%-os arányú) előnyére tippelt. Akik nem látnak különbséget, azok feltehetően saját sportáguk sajtóbeli helyzetéből indultak ki.

*„Nincs különbség a férfiak és nők között, mert csak az eredményesség számít, arról írnak, aki jól szerepel, az mindegy, hogy milyen nemű az illető” ( úszó; kajak-kenus)*

Vélhetően a két sportág képviselőinek választát meghatározta az a tény, hogy úszásban és kajak-kenuban is vannak a nemzetközi mezőny élvonalába tartozó férfi és női versenyzőink. Súlyemelőnk szintén egyenlőnek ítéli meg sportágában a nemek reprezentációs viszonyát, csak éppen egy kicsit cinikusabb az értékelése.

*„Á nem, nálunk nincs különbség a nemek között, ugyanis egyformán nem foglalkoznak velünk... És még az is egyszerre van, mert közösen rendezik a versenyeinket a férfiakkal. Tulajdonképpen egy dolog tud bevinni minket a médiába, a dopping. Az elmúlt években összesen nem szerepelt annyit a súlyemelés a médiában, mint az athéni doppingügyek miatt...”*

Rajtuk kívül egy fiatal vívőnk és egy szintén sportkarrierje elején álló cselgáncsozónk ítélte még azonosnak a férfiak és nők médiaszereplését, de ahogy egyikük meg is jegyezte:

*„Most még úgy gondolom, vagy úgy szeretném gondolni, hogy egyformán mutatnak be minket a fiúkkal, de lehet, ez majd változik, ahogy több időt töltök a vívásban.”*

Érdekes, hogy míg olimpiai bajnok sportlövőnk is egyenlőnek vélte a megjelenítés mértékét, addig a sportág másik képviselője a nők jelentős alulreprezentáltságáról beszélt.

*„Elfogadott, hogy a sport az férfidolog, a nőkről inkább akkor írnak többet, ha valami szenzáció történik, szerintem 65-35% a helyzet a férfiak javára.”*

A véleménykülönbség háttérében nyilván a sportolók eredményességének eltérése látszik; értelemszerűen az olimpiai aranyérmesnek jóval több figyelmet szentelt a média, mint annak, aki nem állt dobogón.

Azok, akik a férfi és női sport aránytalan bemutatására tippeltek, elsősorban abból indultak ki, hogy a labdarúgás minden sportrovatban uralja a terjedelmet.

*„A foci elviszi a sportrovatok felét, a Nemzeti Sportban is 8-10 oldal, tehát már csak a második felében lehetnek nők.”* (röplabdázó)

Vívónőnk szintén egyfajta hierarchiáról beszélt, és nem csak a női és férfi sportok viszonyának tekintetében.

*„A Sport háromnegyede foci, aztán jönnek a csapatsportok, a többi pedig a maradék...”*

Többek szerint a csapatsportágakban is van egy sorrend, ha a tudósítások rendszerességét és mennyiségét figyeljük.

*„A foci és a kézilabda után rólunk írnak a legtöbbet; a vízilabdáról és a röplabdáról meg szinte semmit. Nálunk sikeresen szerepelnek a nők a nemzetközi kupákban, a férfiaknál viszont itthon több olyan meccs van, ami rangadónak tekinthető. Erről nyilván nagyobb cikkeket írnak.”* (kosárlabdázó)

A női kézilabdázók valóban úgy gondolják, hogy nincsenek hátrányba a férfiakkal szemben. Ennek ellenére mindhárom megkérdezett szerint kétszer-háromszor többet írnak általában a férfiak sportjáról.

*„Itt a kézilabdában a nők sikeresebbek, itthon sok a jó mérkőzés, magas színvonalú a bajnokság, van miről írni, úgyhogy mi nem panaszkodhatunk, sőt, egyre inkább a civil életünkbe is belemásznak... De szerintem ez más sportágban nem ennyire jellemző.”*

A női kézilabda valóban hagyományos magyar sikersportág, és meglehetősen népes szurkolótáborral büszkélkedhet. A kosárlabda is felfutott az utóbbi években, nem mondható viszont ez el a női röplabdáról. Éppen ezért nem volt meglepő, hogy

mindhárom válogatott röplabdás interjúalanyom pesszimistán nyilatkozott médiaszereplésükről.

*„Nálunk a férfiakról többet írnak, persze eredményesebbek is, de inkább a férfi idegenlégiósokról cikkeznek sokat, akik nem is itthon játszanak... Tegnap volt például kosárlabdában és röplabdában is bajnoki döntő meccs, a kosaras lányokat a címlapon hozták, rólunk meg ehhez képest alig írtak... A bronzmeccsről meg már az eredmény sem jelent meg. A kézilabdához képest aztán abszolút hátrányban vagyunk...*

Nem véletlen, hogy a férfi és női sport megjelenítésének arányát a teljes sporttudósítás terjedelmét tekintve 90 illetve 10%-ban jelölték meg.

Ha már a címlap említésre került, érdemes a cikkek elhelyezkedésére is vetni egy pillantást. Ahogy a 20. sz. táblázat jelzi, 2004-ben megjelent sportcikkek 5,40%-a a címlapon szerepelt, 92,5%-a a sportrovatban és 2,1%-a külön mellékletben (az olimpiai játékok kapcsán a Népszabadság két alkalommal színes mellékletet csatolt a laphoz). 2005-ben 2,8%-a a címlapon, 97,2%-a a sportoldalon volt található.

20. számú táblázat: A cikkek elhelyezkedése a lapon belül, évenként

Cikk helyzete az újságban		2004	2005	Összesen
Címlap	Száma	75	32	107
	Sor %	70,1	29,9	100
	Oszlop %	5,4	2,8	4,22
Sportrovat	Száma	1285	1111	2396
	Sor %	53,6	46,4	100
	Oszlop %	92,5	97,2	35,14
Melléklet	Száma	29	0	29
	Sor %	100,0	0	100
	Oszlop %	2,1	0,0	1,14
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>1389</b>	<b>1143</b>	<b>2532</b>
	<b>Sor %</b>	<b>54,84</b>	<b>45,16</b>	<b>100</b>
	<b>Oszlop %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fontosnak tartottam annak vizsgálatát is, hogy milyen kapcsolat van a cikk elhelyezkedése és az abban ábrázolt sportoló/k neme között. Az eredmények azt mutatják, hogy a címlapon szereplő sporthír 90,67%-a a férfiakhoz kapcsolódik, és

csak 9,33%-a a nők sportjához, a sporthírekben ugyanezen arány 81,68 – 18,32 szintén a férfiak javára, a melléklet esetében pedig 84,62%-nyi helyet kaptak a férfiak, míg 15,38-ot a nők. A címlapon így közel tízszer annyiszor szerepeltek a férfiak, mint a nők – utóbbiaknak nem könnyű tehát az újság vevőcsalogató oldalára kerülni (l. 21. sz. táblázat).

21. számú táblázat: A cikkek helyzete az újságon belül nemenkénti bontásban

Cikk helyzete az újságban		Férfi	Nő	Összesen
Címlap	Száma	68	7	75
	Sor %	90,67	9,33	100,00
	Oszlop %	4,22	1,98	3,81
Sportrovat	Száma	1534	344	1878
	Sor %	81,68	18,32	100,00
	Oszlop %	95,10	97,45	34,44
Melléklet	Száma	11	2	13
	Sor %	84,62	15,38	100,00
	Oszlop %	0,68	0,57	0,66
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>1613</b>	<b>353</b>	<b>1966</b>
	<b>Sor %</b>	<b>82,04</b>	<b>17,96</b>	<b>100,00</b>
	<b>Oszlop %</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

A női csapatsportok megjelenítését vizsgálva érdemes a vízilabdázást kiemelten tárgyalni. Képviselői tűntek számomra kétségtelenül a legelkeseredettebbeknek.

*„Minden tekintetben nagyon keveset írnak rólunk, akár a férfiakkhoz, akár egyéb csapatsporthoz viszonyítjuk. Én ezt nem érzem igazságosnak, mert a női csapatsportok közül az utóbbi években csak mi nyertünk világbajnokságot. És nem hiszem, hogy ennyire nem érdekli az embereket... Tudom, hogy sosem fogjuk utolérni a férfiakat, akármit csinálunk, de ennyi médiatámogatással meg sem fogjuk közelíteni őket...”*

*„Amikor a kvalifikációs versenyen megszereztük az olimpiai indulás jogát, akkora cikket írtak rólunk, hogy nagyítóval kellett keresni, de a lap másik felét beborította egy Kásás Tamásról meg a fiúkról szóló cikk...”*



A nemek reprezentációja, illetve a vízilabda kapcsán érdemes visszatérnünk a sportújságírókhoz. A szakma képviselői egyöntetűen a férfi sport médiabeli előnyét említették; a nők megjelenítésének arányát tekintve a két újságíró volt a legoptimistább, véleményük szerint a sportrovat 100%-ból átlagban „csak” 60, illetve 70% -ot kapnak a férfiak. Ennél jellemzően nagyobb aránytalanságra tippeltek a másik nem képviselői, melyek közül a legrosszabb a 85-15%-os megoszlás volt.

Egyik kérdésemnél sem jöttek akkora zavarba az újságírók, mint amikor a vízilabda került szóba. Míg a nők egyszerűen elintézték azzal, hogy „nem népszerű, és kész”, addig férfikollégáik meg is magyarázták, hogy mi áll a hanyagolás hátterében.

*„A női focit és a hokit el is intézhetjük, de a vízilabda, az a legnehezebb. Marha nehéz dolog tudósítani úgy egy VB-ről, hogy ott van egymás mellett egy férfi meg egy női csapat, és halálosan komolyan veszed a férfi tornát, a nőkre meg azt mondd, hogy csak úgy rendezik a férfi mellett. Olaszországban nagy trauma volt mindenkinek, hogy a férfiak ötödikek lettek, viszont a lányok megnyerték a VB-t, ott álltam a paron, és viaskodtam magamban, hogy Atyaisten, most tudósítóként mit lehet, meg mit kell csinálni. Mert ez az embereknek siker otthon, de ha az én belső értékrendem szerint haladok, akkor azt mondom, hogy a férfiak ötödik helyezéssel kell terjedelemben foglalkoznom 90%-ban, a világbajnok nőikkel meg tizet. Mivel az újság alapvetően az olvasóért van, azt írtam, hogy mekkora siker, hogy először megnyerték, de ha létezik számomra kezelhetetlen helyzet a női sportban, akkor az a női vízilabda válogatott sikere.” (a Magyar Nemzet munkatársa)*

És egy másik markáns vélemény a Népszabadság rovatvezetőjétől:

*„Én megkérdeztem egyszer az egyik profi játékost, hogy passzolgatnak, az rendben van, de hogy lehet ebből pénzt keresni!? A női pólócsapat kapusa úgy lett világbajnok, hogy egy évvel korábban kezdett el vízilabdázni... hát ilyen nincs...ilyen sportág nincs... A férfi? Az más.”*

Úgy tűnik, nehéz helyzetben van tehát a súlyemelés mellett a vízilabdázás is; de talán azt mondhatjuk, összességében mindazon sportágak, amelyek tradicionálisan férfiasnak számítanak. Ezt megerősítik a rovatvezető további szavai is.

*„Nálunk olyan, hogy női birkózó vagy ökölvívó világbajnokság, mint esemény, nincs is. Ezek teljesen komolytalanok...”*

A Blikk sportújságírója szerint azonban nem lehet mindig figyelmen kívül hagyni ezeket a sportágakat:

*„Borzalmasok a nők férfias sportágai, hisz milyen nőiességet talál abban bárki is, hogy két nő, bocsánat a kifejezésért, esetlenül püföli egymást? De azért írunk róla, mert az eredmény mindent felülír. A női vízilabda, az más, mert az mégiscsak valamennyire népszerű, és nem említeném egy lapon a női súlyemeléssel...”*

Az interjúk során meglepő hasonlóságot találtam a vívók és az asztaliteniszezők véleménye között. Bár ezek a sportágak uniszexnek mondhatók, és kiemelkedő eredményeket értek el benne sportolónőink, mégis úgy gondolják, hogy ezt a média nem igazán „reagálja le”.

*A média nem szeret minket, keveset írnak rólunk, ha van egy kiugró eredményünk, akkor mindig azt várom, hogy másnap a címlapon leszünk, de nem... Nem vagyunk hírértékűek, mert nem vagyunk a TV-ben, és így nem is tudnak rólunk sokat. Csak az olimpia számít, olimpiai bajnoknak kell lenni, hogy foglalkozzanak veled...”* (vívó)

Már korábban láttuk, hogy a női sportolók megjelenítésének „jót tesz” az olimpia, így vélekednek az asztaliteniszezők is.

*„A ping-pongról mindenhol nyúlfarknyit írnak, és mivel nálunk jelenleg a női vonal eredményesebb, kár is összehasonlítani a fiúkkal. Ahogy az olimpia közeledik, úgy foglalkoznak velünk egyre többet. Pedig sokat segíthetne nekünk a média azzal, hogy reklámozná az eseményeinket. Volt már olyan, hogy kupameccs előtt szórólapokat osztogattunk egy hangszóróval a Moszkva téren, és így csalogattuk a nézőket... hát ez a média feladata lenne.”*

Van olyan sportág, amelynek az olimpia szinte az egyetlen lehetősége, hogy „megmutassa magát”.

*„Miután ez a sportág sosem jelenik meg a médiában, csak és kizárólag az olimpián, egyszerűen nem lehet szponzort találni.” (sportlövő)*

A súlyemelőkhöz kapcsolatos sztereotípiák a sportág női képviselőit maszkulinnak bélyegzik, amely a szakirodalom szerint egyértelmű hátrány a médiareprezentáció mértékében. A nőiesség, az attraktív külső viszont lényegesen elősegíti a nők gyakoribb szereplését (l. 10. o.). De vajon hogyan vélekedtek erről a sportolóink? A súlyemelőkhöz visszatérve idézem olimpikonunk véleményét:

*„Nagyon számít a külső, én sosem fogok egy női magazin címlapjára kerülni. És tőlünk még sosem emeltek ki soha senkit azért, mert csinos. Pedig nálunk is vannak 48 kilós versenyzők, aki ha elmegy civilben egy közönségtalálkozóra, mindenkit meglep, hogy nem egy nagydarab, férfias jelenség, hanem igazi nő. Egyébként szerintem más sportágban kiemelik, aki csinos, és a férfiaknál is számít, akárcsak az élet más területein.”*

Hozzá hasonlóan, egy sportolónő kivételével mindenki úgy vélte, hogy a külső fontos, talán csak abban voltak eltérések, hogy ez mindkét nem esetében fennáll-e, és hogy milyen mértékben határozza meg a médiába való bekerülést. A versenyzők több mint fele nagyon fontosnak tartja az attraktivitást, mely amellet, hogy vonzza a média figyelmét, magabiztosságot kölcsönöz a nőknek és férfiaknak, illetve segítheti a támogatók, szponzorok megnyerését is.

A csinos vagy éppen kevésbé attraktív sportolók vizuális megjelenítése a sajtóban a cikkekhez kapcsolódó fotókon történik. Ezeket az elemzés során természetesen külön vizsgáltam, mennyiségét és terjedelmét napilaponként és nemenként is elemeztem. Kíváncsi voltam arra, hogy vajon mennyire gondolják az olvasók egyenlőnek a férfiak és nők képi megjelenítését. Az eredmények azt mutatták, hogy a válaszadók többsége szerint nem egyenlő a nemek ilyen típusú reprezentációja sem, az eltérés pedig a hagyományos napilapok esetén nagyobb. (l. 22. és 23. sz. táblázat).

22. számú táblázat: A válaszadók véleménye a hagyományos napilapokban megjelenő női és férfi fotók mennyiségének eltéréséről

Van-e különbség a fotók mennyiségében a hagyományos lapokban?		N	Százalék	Valid %
<b>Valid</b>	van	146	36,41	61,6
	nincs	91	22,69	38,4
	<i>Hiányzó adat</i>	<i>164</i>	<i>40,9</i>	
	<b>Összesen</b>	<b>401</b>	<b>100</b>	

23. számú táblázat: A válaszadók véleménye a bulvár napilapban megjelenő női és férfi fotók mennyiségének eltéréséről

Van-e különbség a fotók mennyiségében a bulvárlapokban?		N	Százalék	Valid %
<b>Valid</b>	van	77	19,2	55,8
	nincs	61	15,21	44,2
	<i>Hiányzó adat</i>	<i>263</i>	<i>65,59</i>	
	<b>Összesen</b>	<b>401</b>	<b>100</b>	

Csakúgy, mint a cikkek esetében, a fotókat tekintve is tartalomelemzés mutatta meg a valós helyzetet. A kódolás során a képeket négy kategóriába soroltam aszerint, hogy csak nőt, csak férfit, mindkét nemet együtt (vegyes), vagy egyéb, nemhez nem köthető témát (pl. létesítmény) jelenít meg. Az adatok alapján 2004-ben a képek 62,41%-a férfiakra szólt, 21,09%-a nőkre, 3,91%-ban közösen szerepeltek a fotón, míg a képek 12,59%-ban nemi tekintetben semleges témát tartalmaztak. 2005-ben 82,03%-ban szólt a férfiakra, 15,10%-ban a nőkre, 1,30%-ban mindkettőről illetve 1,56%-ban egyéb témáról a kép (24. sz. táblázat).

24. számú táblázat: A nemek megjelenítése a képeken, évenkénti bontásban

Nemek		2004	2005	Összesen
Férfi	Száma	367	315	682
	Sor %	53,81	46,19	100,00
	Oszlop %	62,41	82,03	70,16
Nő	Száma	124	58	182
	Sor %	68,13	31,87	100,00
	Oszlop %	21,09	15,10	18,72
Vegyes	Száma	23	5	28
	Sor %	82,14	17,86	100,00
	Oszlop %	3,91	1,30	2,88
Egyéb	Száma	74	6	80
	Sor %	92,50	7,50	100,00
	Oszlop %	12,59	1,56	8,23
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>588</b>	<b>384</b>	<b>972</b>
	<b>Sor %</b>	<b>60,49</b>	<b>39,51</b>	<b>100,00</b>
	<b>Oszlop %</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Egyes szakirodalmi adatok arra utaltak, hogy a nőket szívesebben ábrázolja a sportsajtó passzív, sportoláson kívüli tevékenység közben (l. 11. o.). Kíváncsi voltam, hogy vajon napilapjaink sportrovatában ez mennyire jellemző. A képek tartalmának kategóriákra bontása először is azt jelezte, hogy mindkét évben a legnagyobb arányban sporttevékenység közben mutatták a versenyzőket, míg a legkevesebbszer a sportolók edzőit láthattuk ( l. 25. sz. táblázat).

25. számú táblázat: A fotók témája évenkénti bontásban

Mire fókuszál a kép		2004	2005	Összesen
Sportolás közben	Száma	185	216	401
	%	46,13	53,87	100,00
Sporttal kapcsolatban	Száma	177	81	258
	%	68,60	31,40	100,00
Érem átadás	Száma	24	7	31
	%	77,42	22,58	100,00
Nem sport aspektusban	Száma	72	54	126
	%	57,14	42,86	100,00
Edző	Száma	29	13	42
	%	69,05	30,95	100,00
Egyéb	Száma	58	12	70
	%	82,86	17,14	100,00
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>546</b>	<b>385</b>	<b>931</b>
	<b>%</b>	<b>58,65</b>	<b>41,35</b>	<b>100,00</b>

Ezt követően nemi bontásban vizsgáltam azokat a képeket, amelyeken a sportolókat vagy edzőiket jelenítették meg. Így összesen 686 képet elemeztem, majdnem a fele (46,76%) sportolás közben ábrázolja a sportolókat, de sporttal kapcsolatos több mint a negyede (27,265) is. Az eredmények azt mutatták, hogy a várttal ellentétben, ha nőkről mutatnak be képeket, azok szorosabban kötődnek a sportoláshoz (összesen 95,44%), mint a férfiak esetében (75%). A magyar élsportban tevékenykedő női edzők alacsony számát figyelembe véve nem meglepő, hogy alig láthatjuk őket a napilapokban (l. 26. sz. táblázat).

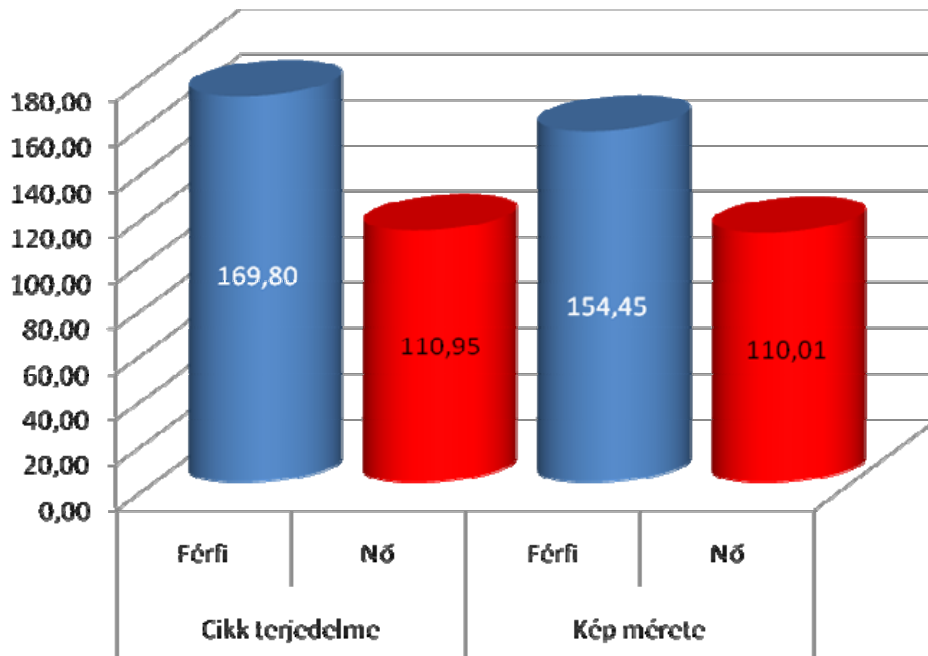
26. számú táblázat: A fotók témája nemi bontásban

Mire fókuszál a kép?		Férfi	Nő	Összesen
Sportolás közben	Száma	263	58	321
	%	81,93	18,07	100,00
Sporttal kapcsolatban	Száma	163	24	187
	%	87,17	12,83	100,00
Érem átadás	Száma	15	2	17
	%	88,24	11,76	100,00
Nem sport aspektusban	Száma	85	10	95
	%	89,47	10,53	100,00
Edző	Száma	30	4	34
	%	88,24	11,76	100,00
Egyéb	Száma	32	0	29
	%	100,00	0,00	100,00
<b>Összesen</b>	<b>Száma</b>	<b>588</b>	<b>98</b>	<b>686</b>
	<b>%</b>	<b>85,71</b>	<b>14,29</b>	<b>100,00</b>

A cikkek terjedelmével eddig nem foglalkoztam; miután úgy gondoltam, hogy azt nagymértékben befolyásolja az esetlegesen abban megjelenő fotó, ezért a két jellemzőt együtt analizáltam.

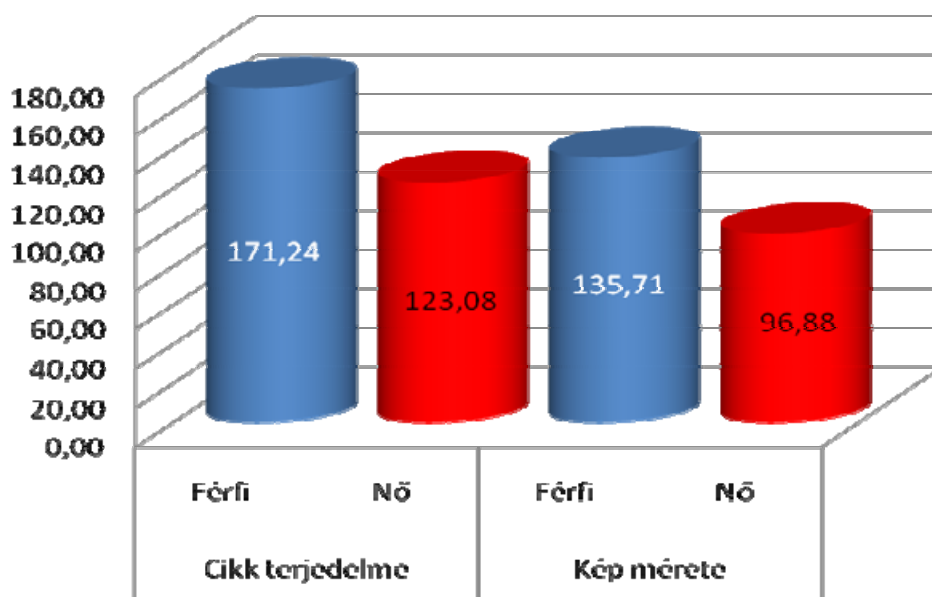
A cikk illetve a kép terjedelme és a nem összefüggését nem chi-négyzet, hanem kétmintást-próbával vizsgáltam meg (a terjedelem arányskála szintű változó, így két csoport átlagának a vizsgálata ezzel a próbával tehető meg). A cikk terjedelme esetében a következő értékeket kaptuk:  $F = 23.738$ ,  $df = 1955$ ,  $t = 4.384$ ,  $p < 0.001$ , tehát a férfi cikkek átlagos mérete nagyobb (és ez nem a véletlen műve), mint a női cikkeké. A képek terjedelme esetén az eredmény hasonló,  $F = 15.130$ ,  $df = 704$ ,  $t = 2.724$ ,  $p < 0.001$ , tehát a férfi képek átlagban nagyobbak, mint a nőkről szóló képek. Az egyes

csoportokhoz tartozó átlagértékeket mutatja a következő ábra. A mintába az összes (tehát a 2004-es és a 2005-ös) cikk illetve kép is bekerült (l. 10. sz. diagram).



10. számú diagram: A 2004 és a 2005-ben megjelent cikkek illetve képek átlagos mérete (cm<sup>2</sup>) a nem megoszlásban

Az előbbi, összesített eredmény után megvizsgáltam, hogy ha leszűröm az adathalmazt a 2004-es évre (tehát az olimpiai időszakra), hasonló eredményt kapok-e. A t-próba eredménye a következő: a cikk terjedelme esetén  $F = 6.390$ ,  $df = 970$ ,  $t = 2.656$ ,  $p < 0.008$ , a kép terjedelmét megvizsgálva pedig  $F = 6.558$ ,  $df = 372$ ,  $t = 2.077$ ,  $p < 0.038$ . Mindkét esetben az eredmény szignifikáns, tehát 2004-ben is jellemzően nagyobb a férfi cikkek illetve képek átlagos mérete, mint a nőiké (l. 11. sz. diagram).

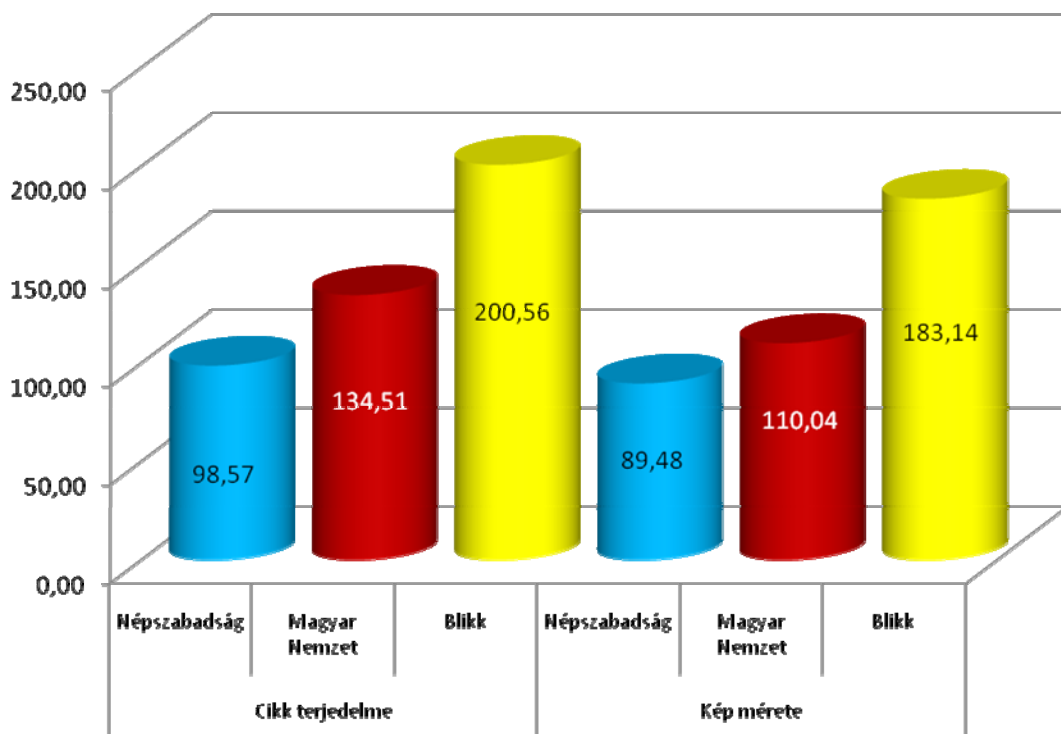


11. számú diagram: A 2004-ben megjelent cikkek illetve képek mérete (cm<sup>2</sup>) a nem megoszlásban

A szűrést elvégeztem a 2005-ös évre is. A t-próba eredménye: az cikk terjedelme esetén  $F = 21.250$ ,  $df = 983$ ,  $t = 3.675$ ,  $p < 0.001$ , a férfiakról 2005-ben is nagyobb cikkek jelentek meg, mint a nőkről. A kép terjedelme:  $F = 5.121$ ,  $df = 330$ ,  $t = 2.077$ ,  $p = 0.169$ , nem szignifikáns a különbség, tehát nem jelenthetjük ki azt egyértelműen, hogy 2005-ben a férfiakról közölt képek terjedelme nagyobb, mint a nőket ábrázolóké.

A továbbiakban arra kerestem a választ, hogy az egyes újságok között van-e különbség abban a tekintetben, hogy melyik nemet ábrázoló jellegű cikkeket, képeket közölnek-e. Mindenekelőtt azonban megvizsgáltam, hogy a három újság közül jellemzően melyik foglalkozik többet a sporttal, hol hosszabb a sportrovat (cikk illetve kép). Mivel három újság került be az anamnézisbe, a t-próba helyett varianciaanalízist végeztem el, ennek eredménye a következő lett: cikk terjedelme esetén  $F = 22.259$ ,  $df = 2$ ,  $p < 0.001$ , a kép terjedelme esetén pedig  $F = 10.389$ ,  $df = 2$ ,  $p < 0.001$ . Mivel mindkét esetben a  $p < 0.005$ , elmondható, hogy az újságok között különbség van, a legterjedelmesebben a Blikk, majd a Magyar Nemzet és végül a Népszabadság közöl sportról szóló cikkeket, illetve közöl sportos képeket (l. 12. sz. diagram).





12. számú diagram: Az egyes újságokban 2004 illetve 2005-ben megjelent cikkek és képek átlagos mérete (cm<sup>2</sup>)

A megjelenített nem és a cikkek, valamint a képek terjedelme közötti összefüggést az egyes újságok tekintetében évenkénti bontásban is megvizsgáltam. Az analízist a következőképp futattam le: leszűrtem az adatok közül azokat, amelyek egy adott újságra vonatkoznak (pl. csak azok maradtak az eljárásban, amely cikkek a Népszabadságban jelentek meg), majd t-próbával megvizsgáltam, van-e különbség a nemek között.

Ezt minden egyes újságnál mind a cikk, mind a kép méretére vonatkoztatva elvégeztem. A t-próbák eredményeit tartalmazza a 27. számú táblázat. Látható, hogy 2004-ben a cikk terjedelmét tekintve csak a Blikkben volt különbség a nemek között. Bár minden esetben nagyobb a férfiakról szóló cikkek mérete (I. melléklet), az eltérés csak a Blikk esetében szignifikáns.

27. számú táblázat: A megjelenített nem és a cikkek, valamint a képek terjedelme közötti összefüggés az egyes újságok tekintetében 2004-ben

2004		Népszabadság	Magyar Nemzet	Blikk
Cikk terjedelme	F	0.177	1.863	6.972
	df	221	269	476
	t	0.008	1.375	2.349
	p	0.994	0.170	0.019
Képek terjedelme	F	0.248	0.291	2.860
	df	77	55	240
	t	1.139	0.750	1.324
	p	0.788	0.457	0.106

Hasonlóképp jártam el a 2005-ben megjelent újságok esetében is (l. 28. sz. táblázat). Itt a Blikk mellett a Népszabadság esetében is szignifikáns különbséget találunk, tehát ebben a napilapban is jellemzően nagyobb cikk szól a férfiakról, mint a nőkről. A Magyar Nemzet esetében is látható (leíró statisztikai táblázatot lásd a mellékletben), hogy a férfiakról cikkek nagyobbak, de ez statisztikailag nem igazolható. A képek esetében megállapítható, hogy csak a Népszabadság esetén van statisztikai különbség a nemek között (jellemzően nagyobb a férfiakat ábrázoló képek mérete).

28. számú táblázat: A megjelenített nem és a cikkek, valamint a képek terjedelme közötti összefüggés az egyes újságok tekintetében 2005-ben

2005		Népszabadság	Magyar Nemzet	Blikk
Cikk terjedelme	F	38.019	0.460	13.374
	df	238	226	515
	t	3.684	1.184	2.181
	p	0.001	0.238	0.03
Képek terjedelme	F	3.504	0.559	5.747
	df	36	0.600	256
	t	2.196	0.600	1.300
	p	0.035	0.553	0.195

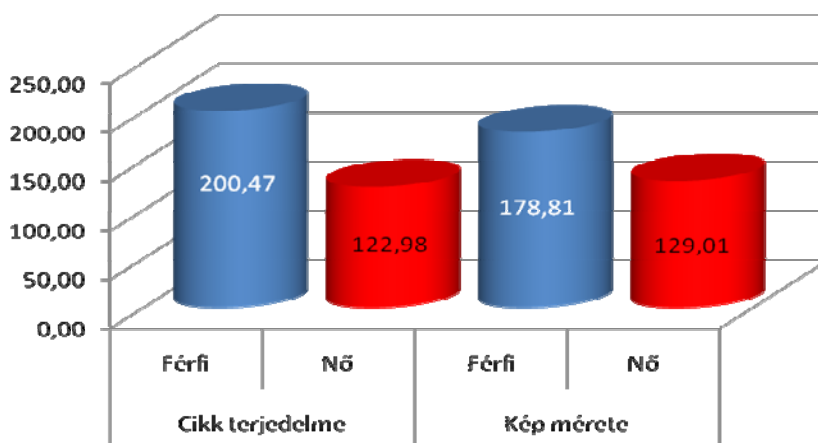
Mindezek után megvizsgáltam azt is, hogy milyen eredményt kapok, ha a két év sajtótermékét nem választom szét, tehát összességében van-e különbség a férfi és a női cikkek illetve képek nagysága között abban a tekintetben, hogy mely újságban szerepelnek. Látható, hogy a Blikk esetében elkülönül a két nem (mind a cikkek mind a képek méretét tekintve), tehát a bulvársajtóban nagyobb terjedelemben közölnek cikket illetve képet a férfiakról, mint a nőkről. Egyéb összefüggés csak a Népszabadság esetében látható, akkor is csak a cikk terjedelmében (l. 29. sz. táblázat).

29. sz. táblázat: A férfi és a női cikkek illetve képek terjedelme a különböző lapokban

2004 és 2005		Népszabadság	Magyar Nemzet	Blikk	Évek között
Cikk terjedelme	F	2.038	1.708	20.241	0.186
	df	461	497	993	2541
	t	2.178	1.689	3.300	1.329
	p	0.03	0.092	0.001	0.184
Képek terjedelme	F	0.604	0.141	8.674	23.940
	df	115	87	498	973
	t	0.709	1.139	2.131	-4.000
	p	0.480	0.258	0.034	0.001

A Blikk esetében a kapott átlagértékeket mutatja az alábbi diagram, tehát az átlagok közötti különbség szignifikáns (l. 13. sz. diagram)

13. számú diagram: A Blikk újságban 2004 illetve 2005-ben megjelent cikkek és képek mérete (cm<sup>2</sup>)



A sportolónők fotókkal kapcsolatos véleményének feltárása jelentette számomra az interjúkészítés legelvezetesebb részét. Nemcsak azért, mert a megkérdezettek itt voltak a legkritikusabbak, hanem azért is, mert egymástól meglehetősen eltérő vélemények fogalmazódtak meg a különböző sportágak képviselői részéről. Az egyik végletet- már nem is meglepő módon- a súlyemelők és a vízilabdások képviselték.

*„Minket mindig csak sportolás közben fotóznak, és soha nem jelenítenek meg bennünket úgy, mint nő. Amikor emelem a súlyt, nem vagyok egy szép látvány, mégis ha valami, akkor az a fotóm fog bekerülni a lapba. Mi még a bulvárlapban is csak sportolóként jelenünk meg...”*

*„Rólunk nem a legelőnyösebb képeket teszik be, pedig a jobb akcióképekkel talán fel lehetne kelteni az érdeklődést. A legnagyobb szenzáció az a fotósoknak, ha kiesik a mellünk az úszódresszből. Na az tuti címlap...”*

A röplabdázók is úgy gondolták, hogy sokszor a kevésbé előnyös képeket teszik be a sportolóról, de a csinosabbakat többet fotózzák. A kézilabdázók is hasonló véleményen voltak, éppen ezért jó ötletnek tartják, ha a bulvárlapok vagy egyéb magazinok csinos ruhákban, szép frizurával és kisminkelve is bemutatják őket, a nőket. Egyikük szerint az írott szöveghez hasonlóan a képeken is többször szerepelnek nők, mint férfiak, és ezeken nemcsak sportolás közben, hanem civilként, vagy nőiességüket kiemelve pl. fürdőruhában is bemutatathatják magukat.

Sportlövők szerint pedig, csakúgy, mint a bulvárhírekben, a nőket inkább passzív helyzetben ábrázolják, és a sporteseményekről szóló tudósításokban inkább a férfiokról mutatnak akciófotókat.

*„Két egyforma eredmény esetén biztos, hogy a férfi lesz a képen”- tette hozzá magabiztosan.*

A Kurnyikova-effektus (l. 10. o.) nem véletlenül látszott leginkább a teniszezők véleményén.

*„A mi sportunkban egy szint után sokkal fontosabb a csinoság, mint az eredmények, van olyan sportszergyártó cég, aki nem is ad olyanak ruhát, aki nem csinos. Ma már kisebb szoknya, nagyobb dekoltázs, ez a trend. A fiúknál a külső nem annyira számít, ott inkább az a fontos, hogy az illető jól bánjon a médiával. Egyébként a Kurnyikova még ebben is jó volt. ”*

*„A Kurnyikova óta megerősödött ez az egész, lehet, hogy ez annak az ellensúlyozása, hogy nálunk is egyre több a férfias jelenség...Mert ma már az eredményességhez kell valami férfias. Szóval szerintem a Kurnyikova jót tett a női tenisznek.”*

A vívók szerint is nagy előnyt jelent az attraktivitás:

*„A nőknél ez nagyon fontos, mert azt a média felkapja, és az is biztos, hogy két egyforma eredmény esetén a csinosabbik képét teszik az újságba. A fiúknál nem ez az elsődleges, szerintem viszont egy komoly pluszt ad.”*

*„Mi ugye sisakban vagyunk, esetleg bulvárlapban jelenünk meg civilben, sisak nélkül. De volt már olyan, hogy csináltattunk magunkról civil ruhás fotókat, smink meg minden, de nem mentünk vele sokra, pedig bíztunk benne, hogy hátha jobban felfigyelnek ránk.”*

Volt olyan sportolónő is, aki szerint a külső olyan fontossá vált a média számára, hogy azt már néha terhes elviselni:

*„Állandóan a külsőnkkel vannak elfoglalva, nézik, hogy mekkorák a karjaim, de hát ezekkel lapátolok... Az viszont szerintem jó, ha mondjuk a bulvárlapba civil képet is betesznek, nemcsak olyat, amelyiken éppen meghalok a hajóban... Szerintem fiúknál ez azóta lett fontos, amióta egyre több női magazin van.” (kajakos)*

Olimpiai bajnokunk szavait igazolja, hogy a sportolónőket is szívesen mutatják be férfimagazinok oldalain. Az athéni olimpia előtt egy ilyen lap a szépségüket kihangsúlyozó képsorozatot készített kiválasztott versenyzőnőkről, ebben a fotózásban interjúalanyaim közül többen is részt vettek.

Számos sportolónő a külsejükre való fókuszálást azzal magyarázza, hogy a sporthírek, adások férfiaknak szólnak.

*„A férfiak nyilván a csinos nőket szeretik nézni, márpedig a sport közönsége 80%-ban férfi.”* (teniszező)

*„Főleg azért számít, hogy milyen a sportolónők külseje, mert az újságot férfiaknak akarják eladni, és tudják, hogy akkor többen veszik meg. Szerintem egyébként ha eredményről akarnak beszélni, akkor a férfiak a fontosak, a bulváros hírekben meg jöhetnek a nők...”* (sportlövő)

Mind a sportolónőket, mind pedig a kérdőívet kitöltő olvasókat megkértem, hogy jelöljenek meg név szerint 3 olyan élsportoló férfit illetve nőt, akit véleményük szerint az előnyös külseje miatt a média többen foglalkoztat. Meglehetősen sok nevet említettek a kérdezettek, de az már az interjúkészítés közben is nyilvánvalóvá vált, hogy könnyebb dolguk van a férfiak esetében. Szinte kivétel nélkül szóba került ugyanis a vízilabdázók, közülük is elsődlegesen Kásás Tamás és Benedek Tibor neve; e két név a kérdőíveken is kimagaslóan sokszor szerepelt (139-szer, ill. 57-szer említették). Azt azonban a legtöbb esetben rögtön hozzátették interjúalanyaim, hogy világklasszis pólósaink sztárolásában a külső megjelenés a teljesítmény mögött mindenképpen egy másodlagos tényező; egy plusz, amely a médiaszereplést tekintve az egyébként rendkívül népszerű magyar válogatottból is kiemeli őket. A nőknél közel sem ilyen „egyértelmű” a helyzet: a kérdőívben a három helyen legtöbbször Kovács Ágneszt említették (76-szor), míg Kovács Katalin és Béres Alexandra nevét 75 illetve 64 esetben esetében jelölték. Két olimpiai bajnoknőnkéről elmondható, hogy a média valóban kitünteti őket figyelmükkel, sőt úszónkat nemcsak sport jellegű műsorokban, illetve újságcikkekben láthatjuk. Kajak-kenusunk már idézett interjúrészletében maga is említette, hogy kedveli a média, és nemcsak a sportteljesítménye miatt. Béres Alexandra fitness világbajnokunk a sport egy másik területét képviselte – ez talán abból látszik a legjobban, hogy a sportolónőink egyszer sem említették a nevét - de népszerűsége a médiában valóban töretlen annak ellenére, hogy már jóideje nem indul versenyeken. A negyedik legtöbb említést kapott kézilabdázónk, Tápai Szabina nevét interjúalanyaim is sokszor felhozták, és

véleményük szerint ő az, akinél ez a kimagasló médiafigyelem nem a sportteljesítményem alapul.

Nagy érdeklődéssel vártam, hogy az újságírók mely sportolók nevét említik, ők azonban egy –egy ritka kivétellel nem szívesen emeltek ki senkit a versenyzők közül. Ha igen, akkor a fent említett sportolónők és férfiak kerültek leginkább szóba.

### **6.3. Szabályozás**

Ahogy korábban említettem, Habermas szerint a kommunikációs áramlatok határozzák meg a társadalomban cirkuláló jelentések tartalmát, ott harcolnak ugyanis a definíciókért a különböző csoportok (l. 49. o.). A jelentések mindennapi élet különböző területeiből táplálkoznak, s ezek vagy segítenek megszilárdítani azokat, vagy éppen a megváltoztatásukra törekednek. A sport ebben a tekintetben nagymértékben hozzájárul a nőiesség, illetve a férfiasság aktuális tartalmának alakításához, melyben a média a sportolók megjelenítésével évtizedek óta döntő szerepet játszik.

A nemek, elsősorban pedig a nők sportjának helyzetét és jövőjét messzemenőkéig meghatározhatják azok a kormányzati intézkedések, amelyek elsődleges célja a terület fejlődésének elősegítése. Ilyen volt pl. az Amerikai Egyesült Államokban az 1972-ben hozott *Title IX*, amelynek céljaként a nemek egyenlőségének biztosítását jelölték meg az állami oktatási intézményekben. A törvény kiterjedt a sportéletre is, ahol elsősorban a fiúk és lányok egyenlő sportolási lehetőségeit kellett megeremteni.

Az 1990-es évek elejétől fokozatosan egyre gyakrabban, majd konkrétan 1994-ben Brightonban a Sport Világtanács által rendezett nemzetközi konferencián került először szóba, hogy milyen teendők szükségesek a női sportvezetők számának emeléséhez a különböző nemzeti és nemzetközi sportszervezetekben, sportegyesületekben. Az 1995-ben Pekingben az ENSZ által rendezett politikai jellegű „Nők és a világ” világkonferencián elfogadott „Peking-5” deklaráció megerősítette a brightoni törekvéseket. Ezeken a konferenciákon fogalmazták meg először a kvóta rendszer kidolgozását, tehát az élet minden területén-így a sportmozgalomban is -döntéshozói szinten- is érvényesüljön a nők részvételi aránya, mégpedig minimum 10%-ban. Ehhez csatlakozott a Nemzetközi Olimpiai Bizottság is az 1996-os Lausanne-ban megrendezett konferenciájával és az ott elfogadott hasonló határozatokkal. Az 1996-2000-os olimpiászban a NOB a női sport kérdését helyezte előtérbe, tudományos konferenciákat szerveztek minden területen, s az „Olympic Solidarity” révén a női sportolás

támogatására is nagyobb összeget fordítottak. Ennek a megkezdett folyamatnak az első szinten való lezárását jelentette a 2000. márciusában Párizsban tartott II. Nő és a Sport NOB világkonferencia, ahol a kvóta 10-ről 20%-ra való emelésének lehetőségét is elemezték. A kvótarendszer bevezetése azonban számos országban nagy nehézségekbe illette ellenállásba ütközött.<sup>7</sup>

Magyarországon a 2000-es évben megszületett „Törvény a sportról” kvótát szabott meg a sportszervezetek számára a női tagok arányával kapcsolatban, ennek gyakorlati magvalósulása azonban – ahogy gyakran más, alapvetően jól induló rendelkezés-elmaradt. A sportról szóló 2004. évi I. törvényből ezt ki is vették. Meg kell azonban említeni, hogy a Magyar Olimpiai Bizottság keretein belül, Faragó Judit vezetésével 1999. tavasza óta működik a „Nők a sportban” Állandó Bizottság. Ez azt mutatja, hogy a MOB –bár megkésve- reagált a Nemzetközi Olimpiai Bizottságban az 1970-es években induló áttörésre, melynek során bekerültek nők is a szervezet elnökségébe. Sokan azzal vádolják az ilyen jellegű intézkedések fogantatóit, hogy ez nem más, mint pozitív diszkrimináció, de a korábbi nemzetközi tapasztalatok azt mutatták, hogy igazi változás sokszor csak így érhető el bizonyos területeken.

Hazánkban a 2000. november 15-én tartott Nők a Sportban - I. Országos Konferencia a Nők Sportjáról megrendezésének célja az volt, hogy felhívja a figyelmet a nők sportolásának az egészségmegőrzésben, illetve a sportnak a társadalmi esélyegyenlőség biztosításában betöltött kiemelkedő szerepére. A Konferencia ajánlásokat is tett a nők sportjának fejlesztése érdekében, melyek között szerepeltek médiára vonatkozó passzusok. Ezek szerint kívánatos, hogy

- ✓ A média fogadja el, és saját eszközeivel népszerűsítse a lányok és nők sportolásának fontosságát és annak példamutató és értékadó szerepét;
- ✓ Jelenítse meg széleskörűen a lányok és nők szabadidő- látványsportban elért eredményeit a sport minden korosztályában, minden szintjén;
- ✓ Tegyen külön erőfeszítéseket annak érdekében, hogy minél több női médiaszakember vehessen részt képzésben, valamint kapjon lehetőséget és helyezkedhessen el a területen;
- ✓ Garantálja a sportmédiaterületén dolgozó nők részére biztonságos, kultúrált és befogadó környezetet, mely mentes minden előítéllettől és megkülönböztetéstől;

---

<sup>7</sup> Nők a magyar sportban. (2003) A Magyar Sportmúzeum kiállítása. A TFSE Birkózó Szakosztálya és a Testnevelési és Sportmúzeum kiadványa, Budapest. 131.



- ✓ Jelenítse meg a hölgyek eredményeit objektíven a sportteljesítmény, az akció kiemelésével, és tegye ezt úgy, hogy közben elvonatkozzon az érzelmi megnyilvánulásokról, és az eredményt elérő hölgyek esztétikai, külső megjelenésétől.<sup>8</sup>

Témám szempontjából különösen az utolsó ajánlás fontos; arra nézve azonban, hogy ez a célkitűzés milyen előzményekből született, illetve miképpen kívánják megvalósulását monitorozni, további információ nem jutott a birtokomba.

Az újságíró szakma már az 1990-es években reagált a női újságírók helyzetének és a nők megjelenítésének problémáira (l. 14. oldal), nem egyértelmű azonban, hogy ez mennyiben terjedt ki a sportsajtó speciális területére.

Abból a célból, hogy erre a kérdésre választ kapjak, a sportújságírókkal készített interjúk során szerettem volna megtudni, hogy a laptulajdonosok, főszerkesztők részéről hangzott-e el korábban olyan utasítás, amellyel a nemek reprezentációját kívánták valamilyen tekintetben szabályozni. Egyedül a Blikk munkatársai számoltak be ilyen intézkedésről:

*„2004 októberében egy vezetésváltás során döntöttek úgy, hogy minden nap írunk kell női sportolóról. Azért akarták ezt, hogy ne legyen olyan kemény a sportoldal, legyen benne valami nőies, valami lágyság.”*

És hogy mi lehetett még a háttérben? Ez kiderült az újságíró további szavaiból:

*„Próbálunk odafigyelni a női olvasók igényeire, mert biztos, hogy az olvasótábor többsége nő, a tavalyi focivébénél is volt egy olyan rovatunk, hogy 'Csak nőknek', ahol nemcsak női sportolókról írtunk, hanem voltak más témák is...”*

Ez utóbbi vélemény meglátásom szerint azt tükrözi, kettős célt szolgáltak ezek az intézkedések; egyrészt növelték a női sport arányát a sportrovatban, másrészt a feltételezett olvasói igényeket is kiszolgálták.

---

<sup>8</sup> Nők a Sportban – I. Országos Konferencia a Nők Sportjáról. 2005. november 15. Az Ifjúsági és Sportminisztérium tájékoztató kiadványa.

A bulvárújság munkatársnője egyébként már korábban is tapasztalt ilyen kezdeményezést, egy másik lapnál a sport akkori vezető szerve támogatta, hogy jelenjen meg rendszeresen dupla oldal a nők sportjáról.

A Blikk munkatársaival ellentétben a Népszabadság és a Magyar Nemzet újságírói ilyen jellegű kezdeményezésről nem tudtak beszámolni.

Lényegesnek tartom megemlíteni, hogy az esetleges kormányzati intézkedések mellett fontos szerepet játszanak a nők általános és adott területeken speciális helyzetének javításában azok az alternatív mozgalmak, amelyek a médiára is támaszkodhatnak, illetve arra hatást gyakorolhatnak. A feminizmus – amely a nyugati országokban ezt az esélyegyenlőség megteremtése érdekében megpróbálja kihasználni - azonban Magyarországon a demokratikus átalakulásokat követően nem erősödött meg olyan mértékben, hogy jelentős változást tudjon indukálni a tradicionális nemi identitásokban.

#### **6.4. Gyártás**

A szabályozás hatása a sajtótermékek előállításán elsősorban a hírgyártás és hírválogatás folyamatában érvényesülhet; ezért voltam kutatásom során arra is kíváncsi, hogy vajon a nemek reprezentációját tekintve milyen vezérelvek irányítják a sportújságírókat. Mielőtt az eredményeket ismertetném, fontosnak tartom röviden bemutatni magukat a „kódolókat”.

Margit (2002) szerint az újságírás hagyományosan férfidominenciájú szakmának számít; nemcsak azért, mert a pályán folyamatosan csökken a nők aránya, hanem ami még fontosabb, férfiak foglalják el a meghatározó pozíciókat. Pontos adatok hiányában csak feltételezhető, hogy a sportrovatoknál toródik el a nemek aránya leginkább a férfiak irányába. S hogy miért? A Magyar Nemzet rovatvezetője szerint:

*„Ez mindig is egy férfias szakma volt, és még mindig megvan az a téveszme, hogy a sport egy férfias tevékenység: akik művelik azok is férfiak, akik vezetők, edzők, azok is férfiak, akik szurkolnak, azok is, meg akik tudósítanak róla, azok is. Ez szerintem nem férfisovinizmus, hanem ezt kimondva-kimondatlanul a nők is elfogadják, és kevésbé próbálnak sportújságíróként elhelyezkedni.”*

Válasza egyébként sokkal többről is árulkodott, minthogy a nők nem igazán orientálódnak a sportújságírás irányába.

*„Ha most itt kopogtatna egy itt egy kész, nagyon tehetséges, egy zseni sportújságíró, és azt mondaná, hogy itt szeretne dolgozni, ehhez és ehhez ért, én biztos azt mondanám, hogy nézd, ne haragudj, hát nő vagy, nem. Ha laboratóriumban két egyforma tehetséges férfi és női újságíró, és nekem kéne választanom, akkor biztos, hogy én a férfit választanám.”*

A Népszabadság rovatvezetője elmondta, hogy náluk még nem is dolgozott női sportújságíró, és bár úgy gondolja, hogy alkalmazna női kollégát, de:

*„Ha sok nő lenne, az nem biztos, hogy jó lenne, és abban sem vagyok biztos, hogy bizonyos sportágak tudósításában a nők ugyanúgy tudnának teljesíteni, mint a férfiak, például fociban...”*

A két hagyományos közéleti lap sportrovatában összesen 11 újságíró dolgozik, mindannyian férfiak. A Blikknél a nemi arányokat tekintve már „jobb” a helyzet; a rovat 12 munkatársa között egy hölgy is található. A lap meginterjúvált férfi szakembere így kommentálta a férfiak és nők arányát:

*„Az idősebb kollégák mindig azt mondták, hogy ez nem nőnek való, és ebben van is igazság. Folyamatos stresszel jár, hétvégén meg ahelyett, hogy a családdal lennél, sporteseményre mész. Ezt megsínyli a magánéleted is, nem véletlen, hogy a sportújságírók több mint fele elvált, vagy külön él. Nehéz olyan társat találni, aki ezt tolerálja...”*

Érdeklődéssel vártam, hogy vajon hogyan vélekedik a kérdésről az egyetlen női „csapattag”:

*„Szerintem az a baj, hogy nehezen fér össze ez a szakma a magánélettel, mert nem mindenki viseli el, meg a család sem, ha az ember vasárnap nem otthon ül, hanem ki kell mennie egy Fradi focimeccsre. Nem tudom, mi lesz, ha majd szülök, mert én nevelni szeretném majd a gyerekeket.”*

Itt rögtön megemlíteném, hogy érdekes módon az idézett sportújságíró a lapnál elsősorban fociról és technikai sportokról ír. Ezt így kommentálta:

*„Lehet, hogy a hátam mögött mondják, hogy nő létemre miért pont én írok a fociról, de azt hiszem, az évek alatt bebizonyosodott, hogy értek hozzá. Egyébként én úgy érzem, szakmailag elismernek, mert kiemelt témákról írhatok, és egyenértékűként kezelnek.”*

Miután úgy gondoltam, hogy szeretnék több női újságíróval beszélni, szívesen fogadtam interjúalanyom javaslatát, hogy keressem fel egyik olyan kollégáját, aki már több mint egy évtizede dolgozik a szakmában, és jelenleg egy szórakoztató napilap sportrovatának munkatársa. Beszélgetésünk elején tőle is elsősorban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy vajon miért nincs több nő ezen a szakterületen. A válasza megerősítette a korábbi véleményeket.

*„Nagyon nehéz ezt nőként csinálni, én már csak tudom, mert van egy gyerekem is. De az anyósomékkal van szinte állandóan, ők csinálnak otthon mindent, és nem túlzok, én még azt sem tudom megmondani, hogy a saját konyhamban hol találom a cukrot. A férjem csak azért nem szól, mert én is elviselem az ő hülyeségeit.”*

A sportrovatokban tehát férfiuralom van, és bár a Magyar Nemzet rovatvezetőjének kivételével a többieknek semmi kifogása nem volt az ellen, hogy nőkkel osszák meg a területüket, ezt valójában korábban még ki sem próbálhatták. Tapasztalatokkal a hátuk mögött talán meggyőzőbben hatott volna válaszuk.

Témám szempontjából döntő jelentőségű volt a kérdés, hogy vajon milyen vezérelv alapján válogatnak a rovatokba a sporthírek tömegéből. Az újságírók egyöntetűen úgy válaszoltak, hogy az első és legfontosabb szempont a sportteljesítmény, valamint hogy a labdarúgás dominál. A Magyar Nemzet rovatvezetője részletekbe menően válaszolt.

*„Hír a tárgynapi sportesemény, vagy a sport területét is érintő esemény, ismert személyiségek, csapatok, de bekerülhet ismeretlen is, ha mondjuk távolban 890-et ugrott. Elsősorban a magyar sikersportágak, illetve a nemzetközi szinten komolyan elfogadott sportágak a hírek számunkra is, ha egy ilyen magyar és egy ismeretlen*

*külföldi sportágban történt egyszerre valami, akkor gondolkodás nélkül a magyart teszem be. Persze csak a foci után.”*

A Népszabadság rovatvezetőjénél szintén döntő, hogy olyan sportág jelenjen meg, ami amellett, hogy érdeklí az embereket, külföldön is ismert. Emellett

*„...nálunk kevés a periférikus sikersportág, mint például a karate, de sok a tenisz, a foci és más labdajáték.”*

A Blikk profiljából kifolyólag más szempontokat is szem előtt tart:

*„A népszerű sportágak mellett nekünk az is fontos, hogy bemutassuk a híres sportolókat kicsit másképp is, hétköznapi emberekként, mert aki a szakmára kíváncsi, az a szaklapot fogja megvenni, erre meg a bulvárujságok valók.” (a Blikk újságírója)*

Sokszor hallani sportberkekben, hogy a magyar sport a legnagyobb sikereit olyan sportágakban érte és éri el, amelyek a világ jelentős részén nem ismertek, nem népszerűek és így nem is eladhatóak a sportmédia számára. Szórakoztató napilapunk sportújságírója szerint ezért a hírválogatás vezérelve többlepcsős:

*„A sportágakat elsősorban eladhatóság szempontjából lehet szelektálni. A média szempontjából kevésbé fogyasztható sportágakban elért sikereket a média sem tudja már „tüllihegni”, hiszen az, hogy egy sportág világbajnokságán 8-10 aranyérmet szerzünk, lásd kajak-kenu, az már az embereket sem érdekli annyira, mert ’gyanús’. Ugyanakkor az eladható sportágakban kisebb vagy sikernek is nagy hírverést csinálhatnak, ilyen például a tenisz. A sportolók szempontjából az eredményen túl az is fontos, hogy milyen gyakran jelenik meg más aspektusban például a kereskedelmi televíziókban. A harmadik tényező pedig mindenképpen a sportoló külseje...”*

Elmondható tehát, hogy a „tradicionális magyar sportág versus világszinten népszerű sportág” probléma a sportújság berkein belül is gondot okoz a reprezentáció arányainak vonatkozásában.

Kevésbé tűnik problémásnak a nemek megjelenítésének kérdése, ugyanis azt a feltételezést, miszerint a sporthírek rovatba válogatásánál szempont lehet a nem, az újságírók mindannyian elutasították. Későbbi válaszaikból azonban kiderült, hogy elsősorban a csapatjátékok megjelenítésének hierchiájában és mértékében mégis szerepet játszhat ez a tényező.

*„Csapatsportágakban, ha a férfi szakággal vetekedhet a női, akkor ebben első helyre a kézilabdát teszem. Itt az emberek jobban szeretik a női válogatottat, mint a férfit, ki is vannak a szövetségben, hogy ez hogy lehet... A második helyre teszem a kosárlabdát, bár szerintem a férfi szakág alatt van a női, a röplabdát nem ismerem. A női vízilabdáról csak annyit, hogy a felnőtt női válogatottat a serdülő fiú csapat agyba-főbe veri, a többit meg nem tudom komolyan venni. Ilyen, hogy női hoki, számomra nem létezik...”* (a Magyar Nemzet munkatársa)

Ez a vélemény számomra annak a válasznak a jelentését is tovább árnyalta, melyet arra a kérdésre kaptam, hogy mi a helyzet a cikkek terjedelmével akkor, ha az előző napon egy jó női és férfi mérkőzést is rendeztek:

*„A szakmailag magasabb szint dönt. De ahol a két nem sikerei egyenlők, ott nincs semmilyen szempont.”* (a Magyar Nemzet újságírója)

Ezt követően annak feltárására törekedtem, hogy vajon a sportoló külseje, attraktivitása játszik-e valamilyen szerepet a megjelenő fotók válogatásánál. Érdekes, hogy a Magyar Nemzet munkatársai bizonyos fokig ellentétes véleményeket fogalmaztak meg; míg a rovatvezető szerint – bár a terjedelmi kötöttségek néha gátat szabnak - igyekeznek férfi és női képet is betenni, a lap másik kollégája nem tudott arról, hogy van ilyen szerkesztési szempont is. Abban azonban egyetértettek, hogy a képeknél a sportág-specifikus mozdulat, a dinamizmus kifejezése sokkal inkább fontos, mint a sportoló megjelenése. A Népszabadság újságírója szerint az a jó kép, ami eltér az átlagostól, és nem számít, hogy maga a sportoló hogyan néz ki rajta. Mindkét politikai napilapnál úgy gondolják, hogy ha a sportolói teljesítmény helyett az attraktivitás lenne a legfőbb képszelekciónak szempont, akkor az egyet jelentene a bulvárosodással.

Nem jelentett számomra nagy meglepetést, hogy a Blikk szerkesztőségében az előzőektől eltérő véleményeket hallottam. Az természetesen ott is alapelv, hogy a cikkel függjön össze a kép, és jelenítse meg az adott sportág dinamizmusát, azonban a női sportoknál már az is szempont, hogy lehetőleg a fotón egy csinosabb képviselője legyen látható.

*„Ez a nőknél fontos, mert szeretik az olvasók az ilyeneket nézni, férfiaknál már nem annyira, de azért volt rá példa.” (a Blikk női munkatársa)*

*„A nőknél minél szexisebb legyen a kép, a Kurnyikova még ma is bármikor jöhet, és bár a férfiaknál a teljesítmény is kell, azért a nőket is érdeklik például a Beckham tetoválásai...” (a Blikk férfi újságírója)*

Ahogy a nyugati szakirodalomban már jelezték, a tartalomelemzések adatai szerint a nőket gyakrabban jelenítik meg magánéleti aspektusban, mint férfitársaikat (l. 11 o.). A közéleti napilapok ettől nagymértékben elzárkóznak, ugyanakkor a bulvárlapok esetében ez mintegy specifikumként is megjelenik.

*„Magánéletről van szó, persze, gyermek születése, szerelem, szakítás. Ezek érdeklik az embereket, és bár az igaz, hogy negatívumokkal ma könnyebb bekerülni a kereskedelmi médiába, nálunk azért nem a dráma a lényeg.” (a Blikk sportújságírója)*

*„A sportoló párokról- ahol mindketten ismert sportolók- sokat szoktunk írni magánéleti kontextusban” (a Blikk sportújságírója)*

A magánéleti események sajtó általi feltárásáról nemcsak a sportújságírókat, hanem a sportolónőket is megkérdeztem. A mai szenzációéhes médiavilágban sok közszereplő terhére van az újságírók néha gátlástalan érdeklődése a magánéleti történések iránt, a sportolónők azonban meglehetősen visszafogottan nyilatkoztak efelől.

*„Ha valaki reflektorfényben van, akkor természetes, hogy érdeklődnek felőle, de csak egy határig. Szerintem ez Magyarországon normális szinten van. Az, hogy férfi vagy nő, nem is igazán számít... Szerintem ez személyiségfüggő, van, amelyik sportoló örül is,*

*hogy érdeklődnek felőle. A bulvárlapot meg azért viszik, mert a magánélet mindig érdekli az embereket.” (teniszező)*

Vízilabda játékosunk meglátása azonban újra eltér az előbbi véleménytől.

*„Nálunk a férfiakkal sokkal többet foglalkoznak, a mi magánéletünkben nem turkálnak, ahhoz mi kis pontok vagyunk. Bulvárlap eleve nem is foglalkozik velünk.”*

A vívók szerint vannak olyan sportolók, akik mintegy aktuális közönségkedvencként magánéletükkel is többet szerepelnek a médiában, de ez csak egy átmeneti időszak, és tulajdonképpen idehaza még csak finoman jött elő.

A hagyományosan férfias sportágakban szereplő nőket - ahogy a korábbi interjúrészekből is kitűnt - az újságírók meglehetősen negatívan ítélik meg. Egyrészt a sportteljesítmény szakmai értékét vonják kétségbe, illetve eleve alkalmatlannak tartják a nőket a magas színvonal elérésére (vízilabdázás, jégkorong); másrészt a nőiességet hiányolják a sportág képviselőiből (súlyemelés, birkózás). A sportrovatoknál dolgozók véleményformálásban illetve mindennapi munkarutinjában meghatározó, hogy identitásuk részeként hogyan definiálják és élik meg nőiességüket, vagy férfiasságukat.

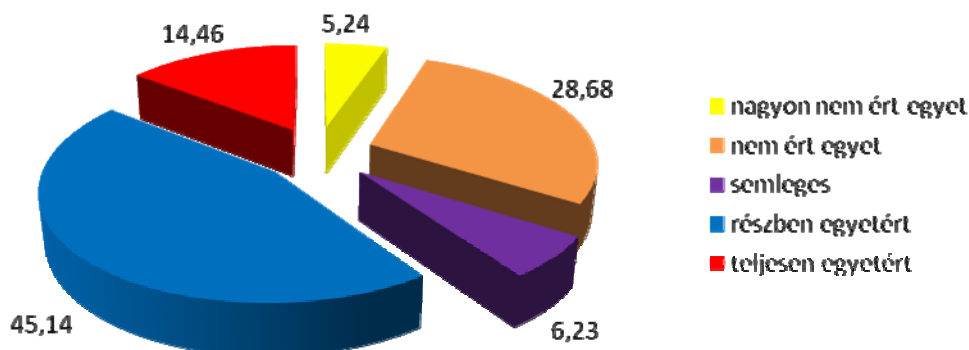
## **6.5. Identitás**

Ahogy korábban jeleztem, a „kódolás-dekódolás modell” kiemelt szerepet tulajdonít a közlő és a befogadó identitásának, melyet elsősorban azok nemzeti hovatartozása, rétegződésbeli helyzete, neme, szexuális irányultsága határoz meg (l. 48. o.). A sportújságírók, a sportolónők és az olvasók esetében elsősorban annak feltárására nyílt lehetőségem, hogy milyen véleményeket fogalmazznak meg a női és a férfi sport egymáshoz viszonyított helyzetéről, ezek értékeiről. Emellett arról is fontos ismereteket gyűjtöttem, hogy mennyire tartják megőrizhetőnek a feminitást a nők versenysportolói, illetve sportújságírói szerepkörében.

Az olvasók között lefolytatott survey vizsgálatot egy olyan kérdéssel kezdtem, amelyből kiderült, hogy miképpen értékelik a kérdőív kitöltői a nők és a férfiak sportját egymás viszonylatában. A válaszokból kiderült, hogy a többség, mintegy 60%- a az olvasóknak részben vagy teljesen egyetértett azzal a kijelentéssel, hogy a nők sportja a férfiakéval



egyenértékű. Ugyanakkor a válaszadók durván 35%-a ezt nem így látja (l. 14. sz. diagram)



14. számú diagram: „A női sport a férfiakéval egyenértékű” kijelentés értékelése a válaszadók körében

Az újságíróknak nem tettem fel ezzel kapcsolatban konkrét kérdést, mégis egyéb válaszaikból meglehetősen pontosan sikerült véleményüket megismernem. Elsőként a Népszabadság rovatvezetőjét idézném:

*„Nálunk sok tenisz van, de az már megint más, hogy mi a véleményem a női meg a férfi teniszről... A női tenisz cirkuszi szinten van a férfi teniszhez képest. De a női kosárdöntő is katasztrófális volt, ugyanaz a helyzet, mint a tenisznél.”*

A Magyar Nemzet újságírója szerint az egyéni sportágakban a nők is lehetnek akkora sztárok, mint a férfiak, de csapatsportokban elsősorban a férfimérkőzések dinamikusabb volta, és ebből adódó látványossága hátrányba hozza a nőket. A szórakoztató napilap újságírója viszont abban látja a női sport problémáját hazánkban, hogy az igazi, a világban is népszerű sportágakban nincsenek kiemelkedő női sportolóink. Emellett

*„...a legnépszerűbb sportágakat, mint a foci, az ökölvívás, vagy az autósportok, lényegében világszínvonalon férfiak űzik. A női tenisz népszerűségét, azt, hogy annyian nézik, mint a férfit, a csinos lányok biztosítják, most ilyen a Sharapova...”*

A Népszabadság általam meginterjúvott újságíróját a labdarúgás nagy szakemberének tartják, aki a lapban is csak a fociról ír. Véleménye szerint a világon mindenhol a foci

dominálja a sportsajtót, ami már eleve hátrányba hozza a nőket. Nem hagytam ki a lehetőséget, hogy kikérjem a véleményét a női labdarúgásról. Számomra meglepő volt, hogy egyáltalán foglalkozik a kérdéssel, de aztán hamar nyilvánvalóvá vált, hogy mi is húzódik a női foci méltatásának hátterében.

*„Sokra tartom, mert szerintem a női foci nemzetközi felemelkedése azt jelenti, hogy egyre több nő kapcsolódik bele, és ez hatással lenne a férfi futballra is. A nők felismernék, hogy foci nélkül nehéz élni, és ezzel az utolsó bástya is ledőlne a labdarúgás előtt.”*

„Mellesleg” a szakember azt is megjegyezte, hogy bár sok helyen már komoly szinten üzik komoly szinten a labdarúgást, a férfiakat azonban soha nem fogják utolérni.

A Blikk munkatársnőjének – mint labdarúgásról rendszeresen tudósító újságírónak - a véleményét is kérdeztem a női fociról, elmondása szerint ők is írtak már róla, de mivel nem népszerű, ezért meglehetősen rövid terjedelemben.

Az újságírók férfias sportágak női képviselőivel kapcsolatos véleményét már korábban is idéztem, amelyekből egyértelműen kiderült azok elutasítása. S hogy mi áll ennek a hátterében? Erre is megkaptam a választ.

*„Én vaskalapos vagyok, és azt mondom, hogy mit akarnak ezekben, ezek a férfiaké, de szerintem ezek azért tradicionálisan férfi sportágak, mert igazából a férfiember fizikuma kell hozzá. Olyan, mint az uránbányászat, a nők nem igazán alkalmasak rá. Gyakran küzdök ez ellen, de hiába, mert olyan irracionálisan van benne az emberben, hogy azt racionális érvekkel, meg tervekkel nem lehet megváltoztatni...” (a Magyar Nemzet rovatvezetője)*

A lap másik kollégájának sem sokban tér el a véleménye a kérdésben.

*„Én ilyenektől, hogy női bokszt meg súlyemelés, egyszerűen riadok, mert ez nem fér össze a nőiességgel.”*

A Népszabadság munkatársai is egyöntetűen nyilatkoztak, a rovatvezető meglehetősen határozottan foglalt állást.

*„Szerintem eleve a sport nem tesz jót a nőknek, nézd meg a bőrüket, hogy milyen. A kozmetikus feleségem azt mondja, hogy 'vagy sportolunk, vagy szépek vagyunk', és én ezt osztom is. De láttam és már szakállas súlyemelőnőt, vagy kérdezze meg, hogy tíz női kézilabdakapusból kilenc miért homoszexuális... Ezek a nők, ha lenne partnerük, akkor nem állnának ki, hogy mellbe verjék, meg dobálják őket. Szerintem ez szélsőséges viselkedés, nem tartom egészségesnek. De egy nő nem is tudja úgy elsajátítani a bokszot, nem erre működnek. Ott van nekik a ritmikus gimnasztika meg a műugrás, az nekik jó, nem kell csinálni mást.”*

Kíváncsian vártam, hogy vajon az újságíró nők hogyan vélekednek a férfias sportot űző nőkről. Itt azért szolidaritásra leltem:

*„Nincs negatív véleményem róluk, mert én ugyanolyan vagyok a saját területemen, én is egy férfias szakmában dolgozom, úgyhogy menjenek, csinálják...”*

De vajon hogyan vélekednek a női sportújságírókról férfikollegáik? És mennyire tudnak ebben a férfiuralmi környezetben nők maradni? Úgy gondolom, ez talán az egyik legizgalmasabb aspektus lehetne, de a szerény szakirodalom nem ad erre vonatkozólag átfogó képet (l.14. o.). Megpróbáltam hát erről is információkat gyűjteni. Miután csak a Blikk szerkesztőségében nem homogén a stáb a nemi összetételt tekintve, ott kérdeztem először a férfi újságírót a női kollegájáról, majd fordítva.

*„Azért került ide a N., mert azt mondta a vezetés, hogy kell egy nő a sportrovatba, aki női fejjel tud gondolkodni, és tud olyan témákat kitalálni, ami egy nőt érdekel. Egyábként szakmailag teljesen egyenértékűként kezeljük, sőt, tud olyan információt hozni, amit nekünk nem mondanak el, de egy nőnek igen. Ugyanis egy nőnek sokszor könnyebb kapcsolatot teremteni a sportolókkal, sportklubokkal, de persze nem minden sportágnál van ez így. Főleg kényes, magánéleti témában nyílnak meg neki könnyebben.”*

Arra is kíváncsi voltam, hogy mennyire tartja kollégáját nőiesnek.

*„Hát, nagyon aranyos, de férfiasodni kellett neki, ha nem így lenne, nem is élne meg. Én mindig rá is szólok, ha például káromkodik. Egyébként sokkal érzékenyebb, mint egy férfi, hamarabb a szívére veszi a dolgokat, hamarabb is megsértődik, mint egy férfi, de ez tényleg abból adódik, hogy nő. Lelkileg is kevesebbet bír elviselni, mint egy férfi, de az átlagos nőhöz képest sokkal nagyobb a tűrőképessége ebben a férfiközegben. Vezetőnek sem tudnék egyébként nőt elképzelni, mert más a lelkiviláguk, és nem tudnák a konfliktusokat felvállalni.”*

Ezek után nézzük, mit mond magáról és férfikollégáiról a sportújságíró:

*„Én itt jól megvagyok a fiúkkal, jó a társaság, mondjuk az igaz, hogy mint egyedüli nő nehezen tudom megvívni néha a kis csatáimat, ha valamiről vitázunk. Lehet, hogy többet kellett bizonyítanom, de ez minden területen így van, ahol a férfiak dominálnak. És én nem érzem annak hátrányát, hogy nincs másik nő a rovatnál, mert ahol több nő dolgozik, ott mindig valami féltékenység van. Én egyébként nőiesnek tartom magam, bár szedtem fel férfias tulajdonságokat. Az elején kaptam megjegyzéseket a lelkivilágom miatt, de ebben már megedződtem. Ezek is inkább építő, mint bántó jellegűek voltak. Szabadon dönthetek, hogy miről írok, és elismernek.”*

A Blikk újságírója tehát pozitívan ítélte meg a helyzetét, számomra úgy tűnt, hogy elégedett munkahelyének légkörével és saját lehetőségeivel. Másik női riortalanyom sem panaszkodott, rovatvezető-helyettesként számára a legnagyobb problémát nem férfikollégái, hanem hivatása és az egyéb női szerepek szinte megoldhatatlannak tűnő összeegyeztetése jelenti. A karierrizmus őszinte bevallása szerint a férfiakra órá is átragadt, és ez aztán akarva-akaratlanul magával sodorta.

A két „nőmentes” szerkesztőségben nem voltam rest feltenni a sportújságíróknak egy kompromittáló kérdést, ti. hogy okozna-e véleményük szerint valamilyen változást, ha egy csinos női munkaerő jelenne meg a színen. A Népszabadság munkatársai részéről egy kevésbé határozott „nem” volt a válasz, a Magyar Nemzet rovatvezetője viszont bővebben kifejtette álláspontját.

*„Bombázó ne legyen, aki idejön, az kizáró ok! Anno egy másik újságnál dolgoztunk, és amikor csak egy titkárnőt akartunk felvenni, akkor én meg egy kollégám rostáltunk, de*

*az egy alapelv volt, hogy ne hogy bombázót vegyünk fel, mert itt dolgozik 8-9 srác, nem kell őket meghülyíteni, nem kell, hogy elkezdjenek viselkedni, nem hiányzik egy plusz felesleges feszültségforrás. Inkább egy vagány, kommunikatív, férfias karaktert tudok elképzelni, aki olyan egyívású velünk...”*

Úgy tűnik tehát, hogy valóban sok minden át kell venni a maskulin jellemzőkből annak a nőnek, aki a sportújságírás közegébe – vagy egyéb más férfiuralmi területre bemerészkedik. Erről talán azok tudnának többet mesélni, akik idő előtt elhagyták ezt a pályát.

## **7. MEGBESZÉLÉS**

Miután Magyarországon korábban nem zajlott a sportoló nemek média általi bemutatását elemző vizsgálat, meglehetősen nehéz feladat empirikus kutatásom eredményeinek interpretálása. Segítségét ebben a témával kapcsolatos gazdag nyugati szakirodalom nyújthat, mely nemcsak kutatási céljaim kijelölésében és az alkalmazandó módszerek kiválasztásában orientált, hanem az elemzés dimenzióinak meghatározásának alapjául is szolgált.

A nehézséget leginkább az jelenti, hogy a társadalomtudományi vizsgálatok eredményei csak úgy értelmezhetőek igazán, ha figyelembe vesszük azt a politikai, gazdasági és társadalmi környezetet, melybe a kutatott jelenség is beágyazódik, s melyeket egyrészt történelmi múltunk, másrészt az aktuális nemzetközi tendenciák határoznak meg.

Hazánkban az 1948-tól 40 éven át tartó államszocialista berendezkedés, majd az ezt követő demokratikus átalakulás két, egymástól gyökeresen eltérő makrostruktúrába helyezte a különböző társadalmi alrendszereket. 1989 előtt ezek a kommunista párt irányítása és ellenőrzése alatt működtek, és annak megfelelően fordítottak rájuk kisebb vagy nagyobb figyelmet, hogy milyen szerepet játszottak a kapitalista rendszerrel való állandó versenyben. Az utóbbiak közé tartozott az olimpiacentrikus élsport, mely sikereivel a szocialista berendezkedés álló- és versenyképességét volt hivatott bizonyítani (Földesi, 1996). Ezért kiemelt anyagi és erkölcsi támogatást kapott a terület, s ez a benne szereplő aktorok – az élsportolók, edzők, sportvezetők - számára a szegénységben nivellált társadalomban átlagon felüli társadalmi presztízst és

életszínvonalat biztosított. A „sportnagyhatalom” titulust azonban elsősorban olyan sportágakban elért kiváló eredményeinkkel nyertük el – úgymint vízilabda, kajak-kenu, vívás-, amelyek a nagyvilágban kevésbé voltak ismertek és népszerűek.

A nemzetközi sportsikerek, akár csak az uralkodó ideológia által prezentálhatónak vélt események hírei a tömegtájékoztató eszközökön keresztül jutottak el a társadalom tagjaihoz. Magyarországon mintegy 1987-88-ig a médiarendszer és a sajtó tulajdonosa az állampárt volt, amely működtette, vagyis fenntartotta és ellenőrizte a tömegtájékoztatót (Tamás, 1997). A sajtóban történő publikálást illetve a különböző televíziós adásokat az állam cenzúrázta, s ezek nem juthattak el felügyeleti szerv engedélye nélkül a fogyasztókhoz. Az ellenőrzés formális és informális szabályok során át zajlott, mely megakadályozta, hogy a médiatermékekben – leginkább a televízióban - megjelenhessen az államszocialista rendszer kritikája. A korszak sajtóját is olyan párthű szakmai stábok vezették, melyek arról és úgy írták, ahogyan az állami vezetés elvárásainak megfelelt (Giorgi, 1995). Az élsport jelentőségéhez méltó módon kiemelt figyelmet kapott a médiától, az egyetlen sport napilap, a *Népsport* mellett más újságok is tudósítottak azokról a sporttörténetekről, melyek az 1957-ben induló Magyar Televízióban egyre gyakrabban megjelentek. Hosszú évtizedeknek kellett azonban még eltelnük ahhoz, hogy az időközben erősen globalizálódó nyugati világ népszerű sportjai mediatisztált formában eljussanak a vasfüggöny másik oldalán fekvő hazánkba.

Míg a korszak élsportolójának társadalmi státuszát egyöntetűen ítélik meg témával foglalkozó szakemberek, a nemek, s legfőképpen a nők általános helyzetét illetően már megoszlanak a vélemények. A kommunisták nemcsak a világ proletárjait tervezték egyesíteni, hanem a világ háziasszonyait is. A női emancipáció jelentős helyet kapott a kelet-európai kommunista pártok ideológiájában, ez azonban egy szűken értelmezett emancipáció-definíció volt: súlypontját a női lakosság bérmunkába, ill.hatalomgyakorlásba való integrációja alkotta (Fodor, 2003). Bár a szocializmus erőszakolt modernizációs stratégiája női generációk sorát „emelte fel” a férfiakkal egyenlő szintre iskolázottság és a munkavállalás terén, a termelésben és a család ellátásában egyszerre helytálló nő ideálja azonban felülről bevezetett, és az érintettek többsége által kényszerként megélt helyzet volt. A jellemzően alacsony presztízsű állások betöltése, illetve a fizetetlen házimunka egyenlőtlenül elosztott terhe konzerválta a patriarchális rendet (Neményi és Tóth, 1998; Asztalos-Morell, 1997). A „féloldalas” női emancipáció a munkában, az oktatásban, kultúrában vagy akár a politikában a nőket

(szinte) a férfiakkal egyenlővé tette, és (szinte) egyenlőnek is érezhették magukat. A magánszférában azonban, a partnerkapcsolatokban, a családban, továbbá általában a személyközi viszonyokban (a közéletben is) a férfi-női szerepek alakításának hagyományos módja nagyjából változatlan maradt (Ferge, 1999).

Érdekes ambivalencia, hogy a nők így éppen a társadalmi élet egyik legférfiasabbnak mondott területén, az élsportban juthattak olyan előnyökhöz – kiemelt fizetés, külföldi utazás, lakás – illetve gépkocsi vásárlás-, amely a nemsportoló nők és férfiak számára csak kivételes helyzetben adatott meg. A rendszernek ugyanis mindkét nem sportsikereire szüksége volt, s ezek az elvárások jótékony hatást gyakoroltak a nők sportjának fejlődésére is.

Az államszocializmus a közép-kelet-európai országokban 1989-ben összeomlott, az egypártrendszert felváltotta a parlamentáris demokrácia, a szocialista tervgazdálkodás helyett pedig megindult a piacgazdaság. Ez a kettős változás természetesen a társadalmi élet minden szegmensében változásokat indukált, de nem egyenlő módon és mértékben. Számos területen megkésve, és időben hosszan elnyújtva zajlottak és zajlanak a reformok. E területek közé tartozik a sport is, ahol a valódi megújulás még a rendszerváltás után 17 évvel sem következett be: a radikális struktúra- és funkcióváltás elmaradt, az állam részleges kivonulása és az üzleti szektor szerény részesedése miatt pedig a sport gazdasági környezete szegényes. Ezen felül nem körvonalazódott egy olyan sportmodell- és koncepció, amely a területen jelentkező új problémákat valóban a demokrácia és a piacgazdaság követelményeinek megfelelően lenne képes megoldani (Földesi, 2005). A sportban szereplők helyzetéről talán mindennél többet elárul az a tény, miszerint e területén jelentkezett az egyik legnagyobb mértékű munkanélküliség a rendszerváltás évei után (Földesi, 1996). A sportegyesületek, szakosztályok az állami finanszírozás megszűnésével nehéz gazdasági helyzetbe kerültek, sok esetben meg is szűntek, így számos válogatott sportoló tulajdonképpen elvesztette addigi munkahelyét és azzal az egzisztenciális biztonságot is, amelyben korábban zavartalanul sportolhatott. Az élsport egy üzletté vált, mely a piac kérlelhetetlen törvényei szerint működik, és ahhoz igazodik. Ebben a helyzetben a sportklubok megpróbálják anyagi erőiket azokra a sportágakra koncentrálni, amelyekben versenyzőik a legsikeresebben szerepeltek a hazai vagy a nemzetközi porondon, függetlenül attól, hogy női vagy férfi sportolókról, csapatokról volt szó. Kivétel ez alól a labdarúgás, amely bár színvonalában egyre lejjebb süllyed az utóbbi évtizedekben, mégis az egyik legnépszerűbb sportág maradt

Magyarországon. Éppen ezért a férfi futballcsapatokat az egyesületek sokszor erőn felül, más szakosztályok hátrányára próbálják finanszírozni. Emellett a sport és a sportolók presztízsét nagymértékben befolyásolja az a tény, hogy az élsport sokat veszített civil támogatottságából. A jelenség háttérében egyrészt a rendszerváltást követően megjelenő szociális problémák (munkanélküliség, szegénység stb.), valamint azok a sajnálatos olimpiai doppingesetek állnak, amelyek a nemsportoló lakosság körében egyre inkább kételyeket támasztottak az élsport kiemelt anyagi támogatásának szükségességével kapcsolatban. Érdekes azonban itt megjegyezni, hogy ennek ellenére a világversenyeken, különösen az olimpiai játékokon szereplő sportolóinktól a civil társadalom még mindig inkább a sport államszocialista rendszerbeli kiemelt helyzetének adekvát sikereket vár el. Ebből fakad az is, hogy a legtöbb sportágban igazi sikernek már nem a világversenyeken való tisztes helytállás, hanem csak a győzelem számít. Nem véletlenül nyilatkozták sportolónőink, hogy sokuk számára pusztán egy olimpiai siker ad lehetőséget arra, hogy reflektorfénybe kerüljenek. Ezt a tartalomelemzésből származó eredményeim is megerősítik, hiszen az olimpiai tudósításokban nőtt a nők aránya.

A sajtó és a média a politikai kontroll való felszabadítása a rendszerváltás egyik magától értetődő célkitűzése lett a kelet-közép-európai országokban (Bajomi-Lázár, 2005). Az állami média azonban keserű politikai viszálykodás tárgyává vált, a pártoktól való független közszolgálatosság pedig hiú ábránd maradt az újkapitalista magyar társadalomban. Az 1990-es években elhúzódó médiaháború jött létre, amely tulajdonképpen még ma sem zárult le igazán. Továbbra is megmaradt az erős állami beavatkozás, csupán annyi változott, hogy a médiapolitika pluralizálódott. Ebben a megoldatlan helyzetben született meg 1995-ben az új médiatörvény, amely engedélyezte a multinacionális tulajdonú kereskedelmi tévék működését. A sajtó már korábban beindult privatizációja azonnal rendkívül nehéz helyzetbe hozta az állami lapkiadást, viszont a népszerű külföldi lapok magyar adaptációi rendkívüli mértékben bővítették a magyar újságok piacát (Császi, 2005). A svájci Ringier Kiadó például hazánkban az egyik legnagyobb lapkiadóként 1993 óta van jelen, ő jelenteti a Blikket, megvásárolta a Nemzeti Sportot, és 2005 óta többségi tulajdonosa a Népszabadságnak.<sup>9</sup> A bulvárlap rövid időn belül a legolvasottabb napilappá vált, amely elengedhetetlenné tette elemzését a sportolók nyomtatott média általi bemutatásának vizsgálata során.

---

<sup>9</sup> Forrás: <http://www.ringier.hu> 2007. 06.25.



A változások a sportsajtó piacára is hatottak, egyre több sportlapból válogathattak a olvasók /Képes Sport, Sport Plusz, Sztár Sport, stb./, és az sem magyar sajátosság, hogy ezeket a magazinokat nagymértékben a televízió tematizálta. A kereskedelmi adók ugyanis a nézettségért versenyezve egyre több sporteseményt tűztek műsorukra, és folyamatosan nőtt a napi 24 órán keresztül sugárzó sportcsatornák száma is. Ezek programjába kerüléséért már jóideje nagy konkurenciaharc dúl a sportágak között, hiszen egyre inkább egyértelművé vált a sportvezetők számára, hogy a média távollétében a sportesemény nem esemény. Az egyes sportágak képviselőinek ugyanis gazdasági szempontból létkérdés, hogy mennyi pénz áramlik a közvetítési jogokból a büdzsájukbe, ezért mindent megtesznek sportáguk médiaképessé tétele érdekében (l. 52. o.). Nem okoz ez gondot pl. a labdarúgás, a tenisz, a Forma 1, a profi bokszt vagy az USA-ban a baseball esetében, de mindenképpen probléma a magas nézettséget nem garantáló sportágak soránál. Ami pedig bekerül a televízióba, arról másnap feltehetően már az újságok sportrovatában is olvashatunk; a lapok olvasói ugyanis elsősorban annak a sporteseménynek a szöveges kommentárjára, értékelésére kíváncsiak, amelyet előzőleg a valamelyik csatornán maguk is figyelemmel követhettek. Nem véletlen tehát, hogy az általam elemzett lapokban is labdarúgás dominál, hiszen még mindig ez a legnépszerűbb sportág a világon, ezt nézik és olvassák a legtöbben. Az újságírók véleménye szerint a focit nem is lehet más sportággal kiváltani, és – hála a műholdas sportcsatornáknak, melyeken a gyenge magyar mérkőzések helyett magas színvonalú külföldi rangadókat nézhetünk - nem is szükséges. Ezt igazolja az a tény is, hogy a Nemzeti Sport olvasótábora – s ezen belül is a nők aránya - az olimpiák mellett a futball- Európa- és világbajnokság időszakában a legnagyobb.<sup>10</sup>

Az elmondottakból már egyértelművé válik, hogy a média számára legnépszerűbb sportokat a férfiak sokkal nagyobb arányban űzik, mint a nők, mely magyarázata lehet annak, hogy a nemzetközi megfigyelésekhez hasonlóan hazánkban is alulreprezentáltak a női versenyzők a sportsajtóban. De mennyire van ez összhangban a nemek sportjának sikerességével?

Véleményem szerint egyértelmű, hogy miképp hazánkban a nők média általi reprezentációja a társadalmi élet egyéb szegmenseiben játszott szerepüket sem tükrözi reálisan (l. 13. o.), úgy ez a versenysport esetében is így van. Hisz pl. a legutóbbi, 2004-es athéni olimpián férfitársaiknál több aranyérmet szereztek a nők, és számos

---

<sup>10</sup> Forrás: <http://www.lapkiadas.hu> 2007. 06. 20.

sportágban (kézilabda, kosárlabda, lövészet, kajak-kenu, tenisz) az utóbbi években sikeresebb a női szakág. A hölgyek sportja a nemzetközi trendnek megfelelően nemcsak abban a tekintetben fejlődött rohamosan, hogy egyre több nő kapcsolódott be a versenyzésbe, alkalmazva a legújabb edzés módszereket, hanem atéren is, hogy számos hagyományosan férfias sportágban is elidult a női szakág. Ezek társadalmi elismertsége – bár kutatási adatok ezt még nem igazolják- meglehetősen kétséges, és ahogy a sportújságírókkal készített interjúim mutatták, részükről sem mutatkozik hajlandóság a női vízilabda, a bokszt, a birkózás népszerűsítése iránt. A (sportoló) nemek nyilvánosság előtti megjelenítése pedig nagymértékben befolyásolja a férfiak és nők helyzetének és szerepének társadalmi megítélését, erősítve vagy gyengítve a velük kapcsolatos – általában a hagyományokhoz kötődő - sztereotípiákat és előítéleteket. Közismert tény, hogy a média többnyire a domináns ideológiát közvetíti, és a tradicionális normák megőrzését segíti elő (Angelusz, 1983), és ezt megerősítették azok a hazai kutatások, amelyek eredménye szerint a médiában a nőket leginkább hagyományos feminin szerepekben ábrázolják (l. 11. o.). Elmondhatjuk most már, hogy ez a sport esetében is jellemző, hisz a szakújságírók – ragaszkodva a feminitás tradicionális koncepciójához - leginkább a nőies sportágakat, illetve a különböző sportok leginkább nőies résztvevőit mutatnák legszívesebben. Kár, hogy az előbbieket (torna, ritmikus gimnasztika, műugrás, műkorcsolya) nem igazán népszerűek a televízióban, és emellett világszinten sikeres képviselői között nem találhatunk magyarokat.

Versenysportoló honfitársnőink a velük készített interjúkban jellemzően jobbnak értékelték sportsajtó általi reprezentációjukat a valóságosnál, ami egybevág azzal a megfigyeléssel, hogy a magyar nők – csakúgy, mint a kelet-közép-erőpiai országokban élők - jellemzően kevésbé érzékenyebbek a nemi egyenlőtlenségek iránt.<sup>11</sup> Pedig Kolosi (2000) szerint nők a rendszerváltás vesztes csoportjai közé sorolhatók, több ok miatt is. Egyrészt a piacgazdaságban a tulajdonosok a leépítések során először a „bizonytalan munkaerőnek” számító nőket, kisgyermekes anyák munkaviszonyát szüntetik meg. Másrészt kutatási eredmények azt mutatják, hogy bár mind az állami tulajdonú vállalatok menedzserei, mind pedig az önálló vállalkozók körében jelentős mértékben megnőtt a magasan kvalifikált nők aránya, az igazi sikerágazatokban a vezetői pozíciókat jellemzően férfiak foglalják el (Sági, 1994). Ezen túl az alacsonyabb iskolai

---

<sup>11</sup> Igazságosság – felfogás Keleten és Nyugaton. OTKA és TS Program támogatásával végzett, 12 országra kiterjedő nemzetközi összehasonlító vizsgálat. A reprezentatív magyar mintán végzett kutatás témavezetője: Neményi Mária, munkatársak: Csepeli György, Kolosi Tamás, Örkény Antal.

végzettségű, szakképzettség nélküli vagy nem igazán piacképes szakképzettséggel rendelkező nők körében a rendszerváltás negatív következményei pedig valamelyest erőteljesebben jelentkeztek, mint az ugyanilyen státusú férfiak körében (Fodor, 1997). A családon belüli munkamegosztás pedig továbbra is egyoldalú maradt, a háztartási munka elvégzésében a férfiak döntő többsége nem veszi ki a részét, ez tehát továbbra is a nők szabadidejét terheli. A nők jogaiért és esélyegyenlőségük megteremtéséért a nyugati országokban sokat harcoló - hazánkban viszont az államszocialista időszakban degradált- feminista mozgalom Magyarországon még napjainkra sem vált jelentős tényezővé (Koncz, 1996). Sportolónőink interjúikban az ellen sem hoztak fel ellenvetést, hogy a bulvármédia – a nyugati nőmozgalmak által szexistának ítélt - fogásai között a hírességek külső megjelenésének, illetve magánéletének kihangsúlyozása dominál. Ezt ugyanis nem magyar sajátosságnak, hanem nemzetközi – és így a globalizációs hatások alá került országunkban is megjelenő - tendenciának tartják.

Térségünkben sem zajlott ezt megelőzően a sportoló nő és férfiak médiareprezentációját elemző kutatás, pedig a nyugati államok sportszociológusai nagy érdeklődést mutatnak a volt államszocialista országokban átalakult társadalmi rend jellemzői iránt. Ezért is kaptam felkérést abban a nemzetközi összehasonlító analízisben való közreműködésre; melynek célja a sportolónők 2004-es athéni olimpiai játékok időszaka alatti médiamegjelenítésének vizsgálata volt. Kutatásommal nemcsak ennek a felkérésnek tettem eleget, hanem túllépve a tartalomelemzésen, mint a téma vizsgálatának leginkább adekvát módszerén, egyéb metodikákkal más aspektusokból is megvilágítottam a jelenség hátterét. Eredményeim azonban csak részben feleltek meg előzetes elvárásaimnak, hiszen míg egyes hipotéziseim igazolást nyertek, addig más részüket nem sikerült bizonyítanom.

## **8. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS AJÁNLÁSOK**

Disszertációmban arra vállalkoztam, hogy a sportoló nemek média általi reprezentációjának hazai jellemzőit feltáró empirikus vizsgálatomat bemutassam. Ezt megelőzően összegeztem a témával foglalkozó gazdag nyugati, illetve a lényegesen szerényebb, inkább csak érintőleges hazai szakirodalmat, majd áttekintettem a kutatás elméleti háttéréül szolgáló teóriákat. Mindezek nagy segítségemre volt abban, hogy kérdéseket, majd azokra vonatkozó előfeltevéseket fogalmazzak meg a férfiak és nők hazai sportsajtójának specifikumaival és eltéréseivel kapcsolatosan. Úgy gondoltam, hogy csak azáltal adhatok kielégítő képet a vizsgált területről, ha több oldalról közelítem meg a problémát. Ezért a Magyarországon egyébként is úttörő jellegűnek számító vállalkozásom céljának nemcsak a sportsajtó egy szegmensének gender szempontú, kvantitatív és kvalitatív tartalomelemzését, hanem egyben a napilapokat „fogyasztó” olvasók, a hírgyártó és szelektáló újságírók, illetve a sporthírekben szereplő sportolónők véleményének feltárását is tekintettem. Ez utóbbi dimenzió a nemzetközi gyakorlatban is novumnak számít, de kutatásom során bebizonyosodott számomra, hogy ennek hiányában nem kaphattam volna teljes képet a sportoló nemek megjelenítésének jellegzetességeiről.

### **8.1. Tézisek – válasz a hipotézisekre**

Empirikus vizsgálatom megkezdése előtt felállított hipotéziseimet az egyes aspektusok mentén fogalmaztam meg, verifikálásukra pedig a többféle kutatási módszer által nyert eredmények révén nyílik lehetőségem.

Az a feltételezésem, miszerint a női sportolók alulreprezentáltak férfitársaikhoz képest a sportsajtóban, igaznak bizonyult. A két hagyományos közéleti, valamint a legnépszerűbb magyar bulvár napilap sporttartalmú cikkeinek kvantitatív elemzése egyértelműen a férfiak sportjának nagyobb arányú megjelenítését mutatta. A férfi-női cikkek számát tekintve a vizsgálatba bevont bulvár napilap, a Blikk (84,44% ill. 15,56%) jeleníti meg a legnagyobb különbséggel a nemeket, ezt követi a Népszabadság (82,80%-17,20%), majd a Magyar Nemzet (76,55%-23,45%). A cikkek terjedelmét

tekintve is elmondható, hogy mindkét vizsgált év azonos időszakában a férfiakról szóló cikkek átlagos mérete nagyobb volt, mint a női sportolókról szólóké. Ezek az eredmények illeszkednek a női sport alulreprezentáltságát jelző nemzetközi tendenciába.

Második hipotézisemet, miszerint az olimpiai tudósításokban a női és a férfi sport reprezentációjának aránya kiegyenlítődik, elvettem. Az újságcikkek tartalmának elemzése alapján elmondható, hogy bár javul a nők sportjáról szóló cikkek aránya az olimpiai tudósítások esetében, kiegyenlítődésről azonban nem beszélhetünk. Az ötkarikás játékok időszakában tehát a sportsajtó nagyobb teret enged a nők sportjának, mint egy átlagos periódusban, de ez nem jelent azonos mértékű reprezentációt. Ebben a vonatkozásban eredményeim csak részben egyeznek meg a nemzetközi tapasztalatokkal.

Szintén el kellett vetnem harmadik hipotézisemet, mivel a sporttémájú fotók esetében a nemek reprezentációjának aránya nem a cikkek terjedelmének arányával azonosan alakult. A fotók átlagos méretét tekintve elmondható, hogy ebben a nők szempontjából jobb arányokat találtam, mint a cikkek méretének hasonló jellegű összehasonlítása során.

Igaznak bizonyult viszont következő előfeltevésem, miszerint a női élsportolók sportsajtó általi megjelenítésük arányát jobbnak ítélik a valóságosnál. A velük készített interjúk során ugyanis döntő többségük úgy ítélte meg, hogy egy sportrovat terjedelmét 70%-ban a férfiak, míg 30%-ban a nők sportjáról szóló tudósítások teszik ki. Voltak olyan sportolónők, akik úgy gondolták, hogy a napilapokban nincs különbség a két nem bemutatásának mennyiségében, a vélemények másik végletét két versenyzőnőnk 90% - os férfireprezentációt feltételező elképzelése jelentette.

A sportoló nemek sajtó általi megítéléséről az olvasók véleményét is feltártam, melyet megelőzően négy alhipotézist állítottam fel; ezek a megkérdezettek nemének, életkorának, és gazdasági aktivitásának (nappali vagy levelező szakos a felsőoktatási intézményben) a reprezentációról alkotott véleményükre való hatására vonatkoztak. Az első alhipotézist, miszerint a férfi olvasók a nőknél kiegyenlítettnek ítélik meg a

nemek bemutatását, elvettem. A nem véleményekre gyakorolt hatását vizsgáló statisztikai próba ugyanis nem mutatott szignifikáns eltérést a férfiak és nők véleménye között.

Ugyanakkor a második alhipotézis, mely szerint az olvasó életkorának előrehaladtával romlik a női sportolók férfiakkhoz viszonyított reprezentációjának megítélése, igaznak bizonyult, ugyanis a korrelációs vizsgálat összefüggést mutatott az életkor és a %-ban kifejezett reprezentációs érték között. Meg kell azonban jegyezni, hogy a kapcsolat meglehetősen gyengének mondható.

Nem igazolódott be, tehát elvettem a harmadik alhipotézist, miszerint a levelező szakos hallgatók a nemek megjelenítésének mértékét kevésbé vélik arányosnak, mint a nappali tagozaton tanuló társaik. A statisztikai próba ugyanis nem mutatott szignifikáns különbséget a különböző tagozatra járó diákok véleménye között.

Ezzel szemben negyedik alhipotézisem, mely szerint az életkor előrehaladtával egyre fontosabbnak ítélik a megjelenés szempontjából a sportág és a sportoló eredményességét, beigazolódott. A statisztikai eljárás /faktoranalízis/ ugyanis szignifikáns kapcsolatot talált az életkor és az eredményesség faktor között, míg ez nem állt fent az életkor és a népszerűség és a sportoló külső megjelenése faktorsúly változók között.

Végül utolsó, hatodik hipotézisem is igazolást nyert, ugyanis a sportújságírókkal készített félstruktúrált interjúk során bebizonyosodott, hogy a sportszerkesztőségek „férfiuralmi területek”, ahol a női sport a férfiak sportjához viszonyított negatívabb megítélése befolyásolja a hírszelekciót. A férfi sportújságírók, akik egyértelműen dominálják a szakmát, számos tekintetben alsóbbrendűnek ítélték meg a nők sportját, s ezzel hátrányos helyzetben tartják annak reprezentációját is. Emellett mindhárom napilap hírszelekciójában a férfi labdarúgásról szóló hírek és tudósítások prioritást élveznek, a bulvárlap pedig ezenfelül az elsősorban férfiak által üzött, világviszonylatban rendkívül népszerű sportok – úgymint ökölvívás, autósport - prezentációjának preferenciáját is hirdeti. Mindezen tényezők, illetve a férfias sportok

másik nem általi művelésének elutasítása nem teremt kedvező környezetet a nők sportjának nagyobb arányú megjelenítéséhez.

Kutatásom kvantitatív és kvalitatív eredményeit összegezve arra a következtetésre jutottam, hogy hazánkban a nemek sportjának média általi bemutatása illeszkedik abba a nemzetközi trendbe, mely a nők sportjának alulreprezentáltságát jelzi. Ezáltal elmondható, hogy a nők – csakúgy, mint a társadalmi élet számos egyéb területén - a sportmédiában is hátrányban vannak, mely azonban nincs összhangban sportbeli teljesítményeikkel. Ezt mi sem jelzi jobban, minthogy a 2004-es athéni olimpián a nyolc első helyezésünkől ötöt ők szereztek, és még így sem érte utol a róluk szóló tudósítások mennyisége a férfiakét. A napilapok többet foglalkoznak ugyanis a sportág szakírói szerint is lassan minősíthetetlené váló magyar labdarúgással, mint más, a női szakágban jellemzően sikeresebb csapatsportágakkal; nem veszik számba világbajnok női vízilabdázóinkat, olimpiai érmes és helyezett súlyemelőinket, arra várva talán, hogy egyszer a leginkább femininnek tartott sportágakban is lesznek sikeres sportolónőink. Sokan azzal magyarázzák a nemek média általi megjelenítésének különbségeit, hogy jóval több férfi sportol, mint nő, ami nyilván megfelel a valóságnak, de gondoljunk csak arra, hogy a női versenyzők aránya már a Sydney-i ötkarikás játékokon meghaladta a 40 %-ot, és a 39 világcúsból 23 –at a nők állítottak fel.<sup>12</sup> Jó lenne ezt a tendenciát a sportmédiában is érzékelni, mely feltehetően minden tekintetben további pozitív hatást gyakorolna a nők sportjára.

## **8.2. Ajánlások**

Kutatásom csak az első lépéseket jelentette a nemek sportja és a média kapcsolatának jellemzésében. E területen számos további vizsgálatra nyílik lehetőség, amelyekhez a gazdag nemzetközi szakirodalom mellett reményeim szerint disszertációm is segítséget nyújthat. Mindenképpen szükségesnek bizonyul a magyar sport napilap, a Nemzeti Sport kvantitatív és kvalitatív tartalomelemzése, mely elsősorban a labdarúgásról szóló tudósításokat követő részekre kell, hogy fókuszáljon. De ilyen jellegű vizsgálatokra remek „alanyok” lehetnek azok a színes sportmagazinok, amelyek napjainkban már bőséges repertoárt alkotnak a sajtópiacon. Megfelelő technikai felkészültséggel szintén

---

<sup>12</sup> Forrás.: <http://www.womensenews.org/article> 2007. 06.11.

nagy előrelépést jelentene a téma feltérképezése szempontjából az elektronikus média, elsősorban a televízió sporttartalmú műsorainak vizsgálata, melyet a továbbiakban az Internetes hírforrások elemzése is gazdagíthat.

Csak bátorítani tudom azokat a sportszerető kutatókat, akik ilyen vállalkozáson törik a fejüket, mert bizton állíthatom, hogy élvezni fogják munkájukat. S azt is, hogy a jövőben minden kezükbe kerülő médiaterméket kritikusabban szemmel – „gender érzékenyen” - olvasnak majd.



## Összefoglalás

A nemzetközi szakirodalom szerint a sportolónők hátrányban vannak férfitársaikhoz képest a sportmédiában, mind a reprezentáció mennyiségét, mind minőségét tekintve. Ezt a kérdést Magyarországon ez idáig még nem tanulmányozták társadalomkutatók. Értekezésem célja a társadalmi nem, a sport és a média összefüggéseinek elemzése, valamint a férfi és női sportolók sportsajtó általi megjelenítésének vizsgálata. Ezen túl céljaim között szerepel az újságolvasók, a sportújságírók valamint az élsportoló nők véleményének feltárása a fenti problémakörrel. Kutatásom során az alábbi módszereket használtam: tartalomelemzés, survey módszer, mélyinterjúk. A tartalomelemzés mintáját két hagyományos politikai, valamint a legnépszerűbb hazai bulvár napilap 2004 olimpiai, illetve a 2005-ös év azonos időszaka adta; míg félstrukturált interjút 34 élsportoló nővel és 7 sportújságíróval készítettem. Az olvasói vélemények megismerése kérdőíves felmérés segítségével (N=401) történt. Hipotéziseim a napilapok sporttartalmú cikkeinek és fotóinak nemi megoszlására, ennek az olimpiai tudósításokban történő változására, valamint a sportolónők és újságolvasók reprezentációval kapcsolatos értékeléseire vonatkoztak. Feltételeztem azt is, hogy a dominánsan férfi sportújságíró szakma nemekkel kapcsolatos megítélése befolyásolja a hírszelekciót. A kutatás elméleti alapját Stuart Hall „kultúra –körforgás” („circuit of culture”) elmélete adta, mely a társadalom kommunikációs áramlatain át cirkuláló jelentések kialakulásában, fennmaradásában, illetve változásában öt tényezőt – a fogyasztást, a reprezentációt, a szabályozást, a gyártást és az identitást - tart meghatározónak. Eredményeim a fenti dimenziók mentén mutatom be. Kutatásom adatai azt tükrözik, hogy az öt komponens együttesen vezet a férfiak felülreprezentáltságához a médiában. A híreket jellemzően a maszkulinitás és feminitás hagyományos koncepciójához ragaszkodó férfiak válogatják, és ezeket elsősorban a sporthírek iránt sokkal nagyobb számban érdeklődő férfiaknak szánják. A világon népszerű sportágakat többségében férfiak úzik, ezek prioritása a reprezentációban szintén a nőket hozza hátrányba. Jelenleg a lapoknál nem működik olyan szabályozás, mellyel tudatosan törekednének a nemek megjelenítésének kiegyenlítésére. Az olvasók és a sportolónők érzékelik a nemek bemutatásának különbségeit, de a valós helyzetenél sokkal csekélyebb mértékű egyenlőtlenséget feltételeznek, mely inkább csak az olimpiai tudósításokra jellemző. A kutatás következtetéseit levonva megállapítható, hogy a nemek reprezentációja a sportmédiában jól illeszkedik a nemzetközi trendhez. A sportolónők, és a sportújságírók véleményét a nemek médiareprezentációjáról jelen értekezés tanulmányozta első ízben mind hazai, mind nemzetközi viszonylatban.

## Summary

According to international literature, women athletes are under-represented in the sports media from both quantitative and qualitative perspectives. This issue has never been studied in Hungary. The major aim of this thesis is to analyse the relationship between gender, sport and media as well as the representation of sportsmen and sportswomen in the sports media. Besides, the opinion of women athletes, sport journalists and newspaper readers on the same topics are examined. In the research the following methods were used: content analysis, survey method, and in-depth interviews. In the sample of the content analysis two Hungarian traditional political daily newspaper and the most popular daily tabloid were chosen. In all cases issues published prior to, during and following the 2004 Summer Olympic Games and issues from the same period in 2005 were selected. The survey sample consisted of regular newspaper readers (N=401). In-depth interviews were made with elite women athletes (n=34) and sports journalists (n=7). The hypotheses referred to the proportion of genders in the sport related articles and photos of the daily papers; the changes in the above mentioned dimensions in Olympic periods, the interpretation of gender representation by sportswomen and newspaper readers, as well as to the impact of male dominance in sports journalism on the selection of news. The theoretical framework of the research was based on the theory by Stuart Hall named “circuit of culture” which suggests five factors (consumption, representation, regulation, production and identity) in the shaping, the continuation and the development of the meanings circulating through the communication flows of society. The results of the thesis support the idea that these five factors lead together to the sportsmen’s over-representation in the media. The news are generally selected by men sticking to a traditional conception of masculinity and femininity and believing that men are much more interested in sports than women are. The most popular sports are practiced by men on the whole world and their priority over other sports also means a disadvantage for women sports representation in the media. In our days, Hungarian daily newspapers are not subject to any special regulation with the intention of promoting gender equity. Newspaper readers and sportswomen notice the inequality in gender representation in the media. However, they assume that the differences are much smaller than they are in reality. Believes of them might be rooted in their experiences gained in the Olympic periods. In conclusion, it is stated that the results are in harmony in international trends revealing the sportsmen’s over-representation. Research data concerning the opinion of sportswomen and sport journalists about the same issues are new in the relevant literature.

## IRODALOMJEGYZÉK

- Angelusz, R.** (1983). *Kommunikáló társadalom*. Budapest: Ferenczy.
- Angelusz, R., Tardos, R.** (1998). Médiahasználat vagy médiafogyasztás? *Jel-Kép*. 3. 3-23.
- Antal, L.** (1976). *A tartalomelemzés alapjai*. Budapest: Magvető. 9-46.
- Bachmann, A.** (1998). "Wie eine Katze schmiegt sie sich an, an die Hochsprunglatte: Geschlechterdifferenz in der Sportbrichterstattung" PhD thesis, University of Salzburg.
- Argejő, É.** (1998/a). Hímnem, nőnem: a médium nem semleges. In Argejő, É. (Ed.) *Jelentések könyve*. Budapest: Új Mandátum. 173-179.
- Argejő, É.** (1998/b). Menekülés a túlélésbe. A devianciák a médiában. In Argejő, É. (Ed.) *Jelentések könyve*. Budapest: Új Mandátum. 180-184.
- Asztalos-Morell, I.** (1997). A nemek közötti egyenlőtlenségek az államszocializmus korszakában. *Szociológiai Szemle*. 3. 33-66.
- Babbie, E.** (1996). *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest: Balassi Kiadó
- Bajomi Lázár, P.** (2000/a). *Közszolgálati rádiózás Nyugat-Európában*. Budapest: Új Mandátum.
- Bajomi Lázár, P.** (2000/b). *Média, hatalom. A médiaimperializmus tézise*. Kritika, Április. 13-16.
- Bajomi Lázár, P.** A sajtószabadság konszolidációja. In: Médiakutató [elektr. dok.] 2005. ősz. [2007.06.25.] <http://www.mediakutato.hu>
- Bajomi Lázár, P.** (2005). *Magyar médiatörténet: a késő-Kádár-kortól az ezredfordulóig*. Budapest: Akadémiai Könyvkiadó.
- Bajomi Lázár, P.** (2006). *Média és társadalom*. Budapest: PrintX-Budavár. Médiakutató Alapítvány.
- Ball-Rokeach, S., Cantor, M. G.** (1986). (Eds.). *Media, audience and social structure*. Newbury Park, CA: Sage.
- Belinszki, E.** (2003). A társadalmi nem mint a kutatás tárgya. *Szociológiai Szemle*. 1. 169-172.
- Bernard, J.** (1981). The good-provider role: Its rise and fall. *American Psychologist*, 36, 1-12.

- Bernstein, A.**(2002). *Is It Time for a Victory Lap?: Changes in the Media Coverage of Women in Sport* International Review for the Sociology of Sport 37/(3-4) pp. 415-428.
- Bernstein, A., N. Blain** (2003). Sport and the Media. The Emergence of a Major Research Field. In Bernstein, A., N. Blain (Eds.) *Sport, Media, Culture*. London, Portland: Frank Cass. 1-30.
- Billings, V.** (1986). Culture by the millions: Audience as innovator. In S. J. Ball-Rokeach és M. G. Cantor (Eds.), *Media, audience and social structure*. Newbury Park, CA: Sage
- Birrell, S./Theberg, N.** (1989). *Ideological Control of Women in Sport*. In S. Birrell/ C. L. Cole(Eds.) *Women, Sport and Culture* Human Kinetics, Champaign pp. 241-359.
- Blumer, H.** (1969). *Symbolic interactionism*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bodnár, I.** (2003). Társadalmi diskurzus a női sportról a múlt század első felében. In Földesiné Sz. Gy. , Gál A. (Szerk.) *Sport és társadalom*. Budapest: MSTT.
- Bonetta, G.** (1990). *Corpo e nazione. L' educazione ginnastica, igienica e sessuale nell' Italia liberale*. Milano. 130-131.
- Brooks, R.** (2002). *Representing Sport*. London: Arnold. 114-122.
- Bourdieu, P.** (1994). Férfiuralom. In: Hadas M. szerk.: *Férfiuralom. Írások nőkről, férfiakra, feminizmusról*. Replika Könyvek, Budapest, p. 10.
- Brown, P.** (1994). The containment of women in the Australian sporting press from 1880-1990. *The ACHPER Healthy Lifestyles Journal*, 1, 32-44.
- Bryant, J.** (1980). A two-year selective investigation of the female in sport as reported in the paper media. *Arena Review*, 4, 32-44.
- Bryant, J.** (1989). 'Viewers' enjoyment of televised sports violence'. In L. Wenner (ed.), *Media, Sports and Society*. London: Sage. 270-289.
- Cantor, M. G.** (1986). Audience composition and television content: The mass audience revisited. In S. J. Ball-Rokeach és M. G. Cantor (Eds.) *Media, audience and social structure*. Newbury Park, CA: Sage.
- Charon, J. M.** (1995). *Symbolic interactionism: An introduction, an interpretation, an integration*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Comisky, P., Bryant, J., Zillman, D.** (1977). Commentary as a substitute for action. *Journal of Communication*. 27 (3). 150-153.
- Connell, R. W.** (1987). *Gender and power*. Stanford, CA: Stanford University Press.

**Connell, R. W.** (1990). An iron man: The body and some contradictions of hegemonic masculinity. In M. A. Messner & D. F. Sabo (Eds.) *Sport, men and the gender order*. Champaign, IL: Human Kinetics Books.

**Creedon, P. J.** (1994/a). Women, Media and Sport. in Creedon (ed.) *Women, Media and Sport: Challenging Gender Values*, 3-27. London: Sage

**Creedon, P. J.** (1994/b). *Women, media and Sport: Challenging Gender Values*. London: Sage

**Crossman, J., Hyslop, P, Guthrie, B.** (1994). A content analysis of the sports section of Canada's national newspaper with respect to gender and professional/amateur status. *International Review for Sociology of Sport*. 29, 123-132.

**Croteau, D., Haynes, W.** (2000). *Media/Society. Industries, Images and Audiences*. London, Új Delhi, Thousand Oaks: Pine Forge Press.

**Császi, L.** A Mónika-show kulturális szociológiája. In: Médiakutató [elektr. dok.] 2005. ősz. [2007.06.25.] <http://www.mediakutato.hu>

**Csigó, P.** (2000). Információs műfajok. *Jel-kép*. 4. 3-37.

**Csepli, Gy.** (1997) *Szociálpszichológia*. Budapest: Osiris

**Daddario, G.** (1994). Chilly Scenes of the 1992 Winter Games: The Mass Media and the Marginalization of Female Athletes. *Sociology of Sport Journal*, 11, 275-288.

**de Beauvoir, S.** (1969). *A második nem*. Budapest: Gondolat.

**Dessewffy, T, Gayer, Z.** (1999). A múltékony kép jármában - avagy van-e szabadság a képernyő előtt? *Replika*, December. 21-27.

**Duncan, M. C./Messner, M. A./Williams, L./ Jensen, K.** (1990). *Gender Stereotyping in Televised Sports*. Los Angeles, CA: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.

**Duncan, M. C./Messner, A. M.** (1994). *Gender Stereotyping in Televised Sports: A Follow-up to the 1989 Study*. Los Angeles: Amateur Foundation of Los Angeles

**Dunning, E.** (2002). A sport, mint a férfiaknak fenntartott terület: megjegyzések a férfi identitás társadalmi gyökereiről és változásairól. In *Korall* 7-8. Március. 140-154.

**Dunning, E, Sheard, K.** (1979). *Barbarians, Gentlemen and Players*. Oxford.

**Durkheim, E.** (2001). *A társadalmi munkamegosztásról*. Szerk. Némedi D. Budapest. Osiris.

**Durkheim, E.** (1897). *Az öngyilkosság: Szociológiai tanulmány*. 2003. Budapest: Osiris.

- Dyer, R.** (1993). *The Matter of Images: Essays on Representations*. London: Routledge.
- Eitzen, S., Baca Zinn, M.** (1989). „The Deathletization of Women: The Naming and Gender Making of Collegiate Sport Teams”. *Sociology of Sport Journal*, 6. 4: 362-370.
- Elueze, R., Jones, R.L.**(1998). 'A Quest for Equality: A Gender Comparison of the BBC's TV Coverage of the 1995 World Athletic Championship', *Women in Sport and Physical Activity Journal* 7(1): pp. 45-67.
- Engels, F.** (1921). *A család, a magántulajdon és az állam keletkezése / ...* Budapest: [S.n.].
- Farkas, P.** (2003). A közvetítési jogok és a sport az Európai Unióban. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 1, 10-14.
- Fasting, K., Tangen, J.**(1983). Gender and Sport in Norwegian Mass Media. *International Review of Sport Sociology*, 1. pp.61-69.
- Ferge, Zs.** (1999). Hogyan hatott a rendszerváltás a nők helyzetére? In Lévai, K.- Kiss, R.-gyulavári, T. (szerk.): *Vegyesváltó*. (13-29) Budapest: Egyenlő Esélyek Alapítvány.
- Flynn, A., Guest, L.** (1999). *For Love or Money*. London: Andre Deutsch. 11.
- Fodor, É.** (1997). Gender in Transition: Unemployment in Hungary, Poland and Slovakia. *East European Politics and Societies*, Vol. 11. No. 3. 470-500.
- Fodor, É.** (2003). A női emancipáció Magyarországon és Ausztriában, 1972-1992. *Szociológiai Szemle*, 1. 28-54.
- Földesi, Sz. Gy.** (1996). A magyar sport átalakulása az 1989-1990-es rendszerváltás után. In Földes Sz. Gy. Szerk.: *A magyar sport szellemi körképe*. Budapest: OTSH. 13-52.
- Földesi, Sz. Gy.** (2005). *A magyar sport átalakulása a politikai és gazdasági rendszerváltás időszakában, 1985-2004*. MTA Doktori értekezés.
- Frenkl, R.** (1979). *A jövő század sportja*. Budapest: Sportpropaganda.
- Giddens, A.** (1995): *Szociológia*. Osiris, Budapest.179.
- Giorgi, L.**(1995). *The Post-Socialist Media: What Power the West? The changing media landscape in Poland, Hungary and the Czech Republic*. London: Avebury.
- Goffman, E.** (1976). *Gender advertisement*. New York: Harper és Row.
- Habermas, J.** (1993). *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása: vizsgálódások a polgári társadalom egy kategóriájával kapcsolatban*. Budapest: Osiris. 304.
- Hadas, M.** (2003). *A modern férfi születése*. Helikon Kiadó, Budapest .5.

- Hall, A.** (1996): *Feminism and Sporting Bodies. Essays on Theory and Practice*, 1996. 30-34.
- Hall, S.** (1980). Encoding/decoding. In Hall, S., Hobson, D., Lowe, A and Willis, P. (Eds.) *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson. 129-138.
- Hall, S.** (1997). The Work of Representation. In: Hall, S. (ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Open University Press/SAGE. 1-7
- Han, J. Y.** (2003). Gender Representation in Television Sports show: A Comparison of ESPN Sportscenter with KBS Sports News. *Universiade Conference Proceedings*, Daegu. 592-598.
- Hargreaves, J.**(1994). *Sporting Females: Critical Issues in the History and Sociology of Women's Sport*. London: Routledge
- Harris, J., Clayton, B.** (2002). Feminity, Masculinity, Physicality and the English Tabloid Press: The Case of Anna Kournikova. *International Review for the Sociology of Sport*. 37 (3-4): 397-414.
- Hartmann-Tews, I., Rulofs, B.**(2001) Media. In (ed.) Christensen, K./Guttmann, A./Pfister, G.: *International Encyclopedia of Women and Sports*. Macmillan Reference. USA
- Hayes, L.** (2002). The Panopticon. In: GPSports [elektr. dok.] 2003. január [2007.06.25.] <http://www.gpsports.com>
- Istvánfi, Cs.** (2000). *Az edzéselmélet helye, szerepe a sporttudományok rendszerében*. Kézirat. Budapest: Semmelweis Egyetem, Testnevelési és Sporttudományi Kar.
- Jackson, S., Scott, S.** (2002). Introduction. The gendering of sociology. In Jackson, S., Scott, S. (Eds.) *Gender. A sociological reader*. Routledge. London and New York. 1-26.
- Kandal, T. R.** (1988). *The women question in classical sociological theory*. Miami: Florida International University Press. 46-77.
- Kane, M. J., Greendorfer, S. L.** (1994). The Media's Role in Accomodating and Resisting Stereotyped Images of Women in Sport, in:P. J. Creedon(ed.): *Women , Sport: Challenging Gender Values*. London:Sage.
- Keane, J.** (1991). *The Media and Democracy*. Oxford: Polity.
- Kertész, I.** (2001). *A görög sport világa*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Klein, V.** (1946). *The Feminine Character: History of an ideology*. [S.l.] : [S.n.],
- Koncz, K.** (1996). Nőszemközt. Feminizmus magyar módra. *Társadalmi Szemle*. 8-9. 129-132.

- Kolosi, T.** (2000). *A terhes babapiskóta*. Budapest: Osiris.
- Komarovsky, M.** (1962). *Blue Collar Marriage*. New York: Random House.
- Kun, L.** (1998). *Egyetemes testnevelés- és sporttörténet*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó. 320-321.
- Lenskyj, H. J.** (1998). 'Inside Sport' or 'On the Margins'? Australian Women and the Sport media. *International Review for the Sociology of Sport* 33, 1, 19-32.
- Lumpkin, A., Williams, L. D.** (1991). An analysis of 'Sport Illustrated' feature articles, 1954-1987. *Sociology of Sport Journal*, 8, 16-31.
- Machung, A.** (1989). Talking career, thinking job: Gender differences in career and family expectations of Berkeley seniors. *Feminist Studies*, 15, 35-58.
- Margit, P.** (2002). A nők reprezentációja. *Médiakutató*, 3. 81-96.
- Margit, P.** Férfiakról. férfiakról férfiaknak. Női média lobby a sorok között. [elektr. dok.] [2007.02.18.] <http://noimedialobby.minok.hu>
- Marx, K.** (1961). *A tőke: A politikai gazdaságtan bírálata*. Budapest. Kossuth
- Mathesen, H., Flatten, K.** (1996). Newspaper representation of women athletes in 1984 and 1994. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 5 (2) 65-83.
- Mc Quail, D.** (2003). *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Osiris.
- Mead, M.** (1935). *Sex and temperament in Three Primitive Societies*. London: Routledge. New York: William Morrow.
- Mead, M.** (1950/1962). *Male and Female*. London: Penguin.
- Mead, M.** (1970). *Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap*. Garden City, New York: Natural History Press/Doubleday,
- Menzies, H.** (1989). Women's sport: Treatment by the media. In Dyer, K. (Ed.), *Sportswomen towards 2000: A celebration*. Adelaide: Hyde Park Press. 220-231.
- Messner, D., Sabo, D.** (1989). *Sport, Men and the Gender Order: Critical feminist Perspectives*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Morley, D.** (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. London, New York: Routledge and Kegan Paul. 87.
- Mosse, G. L.** (2001). A férfiasságnak tükröje. A modern férfieszmény kialakulása. Budapest: Balassi.



- Mosso, A.** (1990). *Corpo e nazione. L' educazione ginnastica, igienica e sessuale nell' Italia liberale.* Milano. 130-131.
- Morvai, K.** (1987). *Hölgyválasz. Ha kell, a feleségem is lecserélem.* Budapest: Sport.
- Morvai, K.** (1989). *Keresd a férfit!* Budapest: Sport.
- Myrdal, A., Klein, V.** (1956). *Women's Two Roles.* [S.l.] : [S.n.].
- Neményi, M., Tóth, O.** (1998) *A nők társadalmi szerepének változásai az ezredfordulón.* Nemzeti Stratégiai Kutatások. Budapest: MTA. 60.
- O'Sullivan, T., Dutton, B., Rayner, P.** (2002). *Médiaismeret.* Budapest: Korona Kiadó.
- Parsons, T., Bales, R.** (1956). *Family: Socialization and Interaction Process.* London: Routledge.
- Pirinen, R.** (1997). Catching Up with Men? Finnish Newspaper Coverage of Women's Entry into Traditionally Male Sports. *International Review for the Sociology of Sport*, 32, 3: 239-250.
- Pringle, R., Gordon, S.** (1995). A content analysis of Western Australian print media coverage of the Commonwealth Games with particular reference to gender differences. *The ACHPER Healthy Lifestyle Journal*, Winter, 4-8.
- Pratkanis, A., Aronson, E.** (1992). *A rábeszélőgép.* Budapest: AB OVO. 88-89.
- Rimai, A.** (2006). Csak ha vészmadár vagy. Politikusnők a sajtóban a 2004. decemberi népszavazási kampány idején. *Médiakutató.* 2006. Tavasz. 69-82.
- Schudson, M.** (1986). *Advertising, the uneasy persuasion: Its dubious impact on American society.* New York: Basic Books.
- Sharpe, C., Curry, T.** (1996). Black Americans in popular magazines: The effects of audience characteristics and the persistence of stereotypes. *Sociological Focus*, 29, 305-318.
- Siklóssy, L.** (1929). *A magyar sport ezer éve I-III. A modern sport előkészítése 1875-1896.* Budapest: Országos Testnevelési Tanács. 711-748.
- Snow, R. P.** (1983). *Creating media culture.* Beverly Hills, CA: Sage
- Spencer, H.** (1851). Social statics: or condition essential to human happiness specified, and the first of them developed. [S.l.] : [S.n.]
- Theberg, N, Cronk, A.** (1986). Work routines in newspaper sports departments and the coverage of women's sports. *Sociology of Sport Journal*, 7, 195-203.

- Tarjányi, J., Heltai, E.** (1999). *A szociológiai interjú készítése*. Budapest: TÁRKI. 4.
- Pirinen, R.** (1997). "Catching Up with Men? Finnish Newspaper Coverage of Women's Entry into Traditionally Male Sports". *International Review for the Sociology of Sport*, 32, 3: 239-250
- Quintillan, Gh.** (2000). Alice Milliat and the Women's Games. In *Olympic Review*, XXVI-31. Februar-March. 27-32.
- Rainville, R., McCormick, E.** (1977). Extent of covert racial prejudice in pro football announcers speech. *Journalism Quarterly*, 54, 20-26.
- Sági, M.** (1994). Managerek. Az új gazdasági elit rekrutációja. (Managers. Recruitment of the new economic elite) In Andorka, R.- Kolosi, T.- Vukovich, Gy. (Eds.). *TársadalmiRiport*. (334-350). Budapest: TÁRKI.
- Slocum, S.** (1975). Woman the Gatherer: Male Bias in Anthropology, in R. Reiter, (Ed.), *Toward the Anthropology of Women*, New York : Monthly Review Press,
- Sullivan, D. B.** (1987). *The effects of sports television commentary on viewer perception of overt player hostility*. Unpublished masters thesis. Hartford, CT: University of Hartford.
- Szabó, A.** (2001). Men versus women in the sports media: Fair play? In Ruskin, H. & Lämmer, M (Eds.). *Fair Play: Violence in Sport and Society* The Cossell Centre for Physical Education, Leisure and Health Promotion, The Hebrew University of Jerusalem, Israel. 158-175.
- Takács, B.** (2006). Gondolatok a magyarországi sport-televíziózás fejlődéséhez. *A Magyar Olimpiai Akadémia évkönyve*. Budapest. 170-179.
- Tamás, P.** (1997). Hatalmi viszonyok átalakulása a szerkesztőségekben. In Terestyéni T. (Ed) *Médiakritika*. Budapest. Osiris. 92-104.
- Tamásik, T.** (1996). Kik azok a sportújságírók, és hogyan küzdenek a szakmai sikerért? (A sport és a média viszonyáról Nyugaton és Keleten). *Sporttárs Magazin*, [elektr. dok.] [2007.06.25.] [www.unisport.bke.hu](http://www.unisport.bke.hu)
- Theberg, N.** (1991). A Content Analysis of Print Media Coverage of Gender, Women and Physical Activity. *Journal of Applied Sport Psychology*, 3. pp.36-48.
- Toohey, K.** (1997). Australian television, gender and the Olympic Games. *International Review for Sociology of Sport*. 32, 19-29.
- Umminger, W.** (1992). *A sport krónikája*. Budapest: Officina Nova Könyv- és Lapkiadó Kft.
- Urbán, Á.** (1997). Sportüzlet, média, társadalom. *Jel-kép*. 1.

- Valgeirsson, G., Snyder, E.** (1986). A cross-cultural comparison of newspaper sports sections. *International Review for Sociology of Sport*. 21, 131-140.
- Van Zoonen, L.** (1991). Feminist Perspectives on the Media. In Curran, J., Gurevitch, M. (Eds.) *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold. 33-51.
- Van Zoonen, L.** (1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage.
- Vigorito, A. J.** (1998). Marketing masculinity: gender identity and popular magazines. FindArticles. [elektr. dok.] [2003.11.07.] ([www.findarticles.com](http://www.findarticles.com))
- White, P. G., Gillett, J.** (1994). Reading the muscular body: A critical decoding of advertisements in Flex magazine. *Sociology of Sport Journal*, 11. 18-39.
- Williams, B.** (1977). The structure of televised football. *Journal of Communication*. 27. 133-139.
- Wensing, H. E./Bruce, T.**(2003). Bending the Rules. Media Representation of Gender During an International Sporting Event. *International Review for the Sociology of Sport* 38/4 pp. 387-396.

## SAJÁT PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE

**Gál, A.** (2002). Nők formában? In Földesiné Sz. Gy. - Gál A. (szerk.). *Sport és társadalom*. Budapest: MSTT. 145-154.

**A. Gál** (2003). Physical Activity and Health Issues of Women in Hungary. In *Tanulmánykötet II. IV. Országos Sporttudományi Kongresszus*. 174-177.

**A. Gál.** (2005). Sociological Aspects of Mediated Women's Sport. In Gy. Sz. Földesi & A. Gál (Eds.). *New Social Conditions in Sport*. Budapest: Hungarian society for Sport Sciences. 94-115.

**Gáldiné Gál A.** (2005). Társadalmi nem és média: A női sport megjelenítése a sportsajtóban. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 2: 37-41.

**Gáldiné Gál A.** (2007). Esélytelen (?) egyenlőség: A nemek megjelenítése a sportsajtóban. *Kalokagathia*, 3. megjelenés alatt.

**A. Gál** ( ). Social Status of Hungarian (Sports)Women Before and After the 1989-1990 Political System Change. *European Journal for Sport and Society*, 2008. megjelenés alatt.

**A. Gál, A. Velencei & Á. Kovács** ( ). An unchanged situation in a changing society: The Hungarian Case. In Bruce, T., Hovden, J. & Markula, P. (Eds.). *Women in the Olympic Media: A Global Comparison of Newspaper Coverage*. Netherlands & New Zealand: Sense publishers and the Wilf Malcolm Institute of Educational Research. 2007. megjelenés alatt.

## A DISSZERTÁCIÓ TÉMÁJÁHOZ NEM KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓK

**A. Gál** ( ). „Kosiewicz, J.: Sport, Culture and Society” – a book review. *European Journal for Sport and Society*. megjelenés alatt

## **KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS**

**Köszönettel tartozom mindazoknak akik disszertációm  
elkészítésében segítséget nyújtottak: családomnak,  
témavezetőmnek,  
kollégáimnak és barátaimnak.  
Nélkülük ez a munka nem készülhetett volna el!**

## FÜGGELÉK