

POWER

WOMEN ATHLETES IN SPORTS MEDIA



„Nemzeti jelentés a női sportolók ábrázolásáról a sportmédiában.”

2025 július

ERASMUS-SPORT-2023-SCP
Grant Agreement No: 101185115



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Nemzeti jelentések

„POWER – Női sportolók ábrázolása a sportmédiában”

ERASMUS-SPORT-2023-SCP
GA No: 101185115

Július 2025

Az Európai Unió finanszírozásával. Az itt szereplő vélemények és állítások a szerző(k) álláspontját tükrözik, és nem feltétlenül egyeznek meg az Európai Unió vagy az Európai Oktatási és Kulturális Végrehajtó Ügynökség (EACEA) hivatalos álláspontjával. Sem az Európai Unió, sem az EACEA nem vonható felelősségre miattuk.



Co-funded by
the European Union



Összefoglalás

Kontextus	3
Bevezetés	6
1. Nyomtatott sajtó elemzése	7
1.1. Az elemzett cikkek száma újságonként	7
1.2. Az adatgyűjtés időszaka	8
1.3. A férfi és női sportolóknak szentelt cikkek száma	9
1.4. A férfi és női sportolók médiamegjelenésének összehasonlítása Magyarországon	10
1.5. A női sportolókról szóló cikkek elemzése	11
1.6. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a szövegben	12
1.7. Negatív és pozitív keretezés a szövegben	13
1.8. Képek jelenléte és száma a cikkekben	14
1.9. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a képeken	15
1.10. Negatív és pozitív keretezés a képeken	15
1.11. A kép mérete és a női sportolók ábrázolása közötti kapcsolat elemzése	20
1.12. Az eredmények összefoglalása	22
2. Online sportmagazinok elemzése	23
2.1. Az online sportmagazinokban elemzett cikkek száma	24
2.2. Az adatgyűjtés időszaka	24
2.3. A férfi és női sportolóknak szentelt cikkek száma	25
2.4. A női sportolókról szóló cikkek elemzése	27
2.5. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a szövegben	28
2.6. Negatív és pozitív keretezés a szövegben	29
2.7. A képek jelenléte és száma a cikkekben	30
2.8. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a képeken	30
2.9. A képek mérete és a női sportolók keretezése közötti kapcsolat elemzése	32
2.10. Az eredmények összefoglalása	33
3. Közösségi média: X profilok elemzése	34
3.1. Az elemzett bejegyzések száma X profilonként	34
3.2. Az adatgyűjtés időszaka	35
3.3. A férfi és női sportolóknak szentelt X bejegyzések száma	36
3.4. Női sportolókról szóló X bejegyzések elemzése	37
3.5. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák az X bejegyzésekben	38
3.6. Képek jelenléte és száma az X bejegyzésekben	40
3.7. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák az X bejegyzések képein	41
3.8. Az eredmények összefoglalása	42

4. Tévéműsorok online változatának elemzése	43
4.1. Az elemzett epizódok száma televíziós csatornánként	43
4.2. Az adatgyűjtés időszaka	44
4.3. Női vonatkozású tévériportok és hírműsorok elemzése	45
4.4. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák	46
4.5. A nemek jelenléte és a műsoridő a televíziós riportokban	46
4.6. Az eredmények összefoglalása	47
5. Fókuszcsoport-elemzés	48
5.1. Elemzési keret és kategóriák kidolgozása	49
5.2. A fókuszcsoport témái és kérdései	50
5.3. Tematikus elemzés	53
5.4. Szófelhőelemzés	61
Az eredmények összefoglalása – Magyarország	63

Kontextus

Annak érdekében, hogy átfogó képet kapjunk arról, hogyan ábrázolják a női sportolókat az európai sportmédiában, a POWER projektben résztvevő minden partner

feladata volt egy országos jelentés elkészítése. Ezek a jelentések fontos lépést jelentettek az egyes kutatási szakaszok – bibliometria elemzés, médiatartalom-elemzés, fókuszcsoporthoz és közvéleményfelmérés – eredményeinek kontextusba helyezésében az egyes résztvevő országok sajátos média- és kulturális keretei között.

Az egyes nemzeti jelentéseket a projektben résztvevő partnerszervezetek készítették, melyek tartalmazzák a nemzeti szinten végzett empirikus kutatás főbb eredményeit. A jelentések a női sportolók médiában való megjelenésével kapcsolatos konkrét kihívásokra és mintázatokra reflektáltak. Az eredetileg nemzeti nyelven megfogalmazott dokumentumokat ezután fordították angolra.

Az összes nemzeti jelentés elkészülte és lefordítása után a munkacsomag vezetője (Sport Evolution Alliance) összegyűjtötte és áttekintette a dokumentumokat, majd koordinálta az összevont uniós jelentés elkészítését. Ez az átfogó dokumentum összehasonlító elemzést nyújtott a hat partnerország eredményeiről, kiemelte a közös tendenciákat és az országspecifikus különbségeket, valamint országok közötti következtetéseket és ajánlásokat fogalmazott meg a nemek arányának javítására a sportmédiában.

**„POWER – A női sportolók ábrázolása a sportmédiában”
Magyarország**



Co-funded by
the European Union



Bevezetés

Magyarországon a sportágazat továbbra is a nemek közötti egyensúly jelentős hiányát mutatja, mind a részvétel, mind a sportvezetés terén. Noha a nők részvétele a hobbi és versenysportban némi előrelépést mutat, a strukturális akadályok továbbra is szilárdan fennállnak. A magyar Központi Statisztikai Hivatal (KSH) és a Magyar Olimpiai Bizottság (MOB) adatai szerint a nők az összes regisztrált sportoló körülbelül egyharmadát teszik ki, de ez az arány a magasabb szintű irányításban és a hivatásos sportban nagy mértékben csökken. 2019-ben Gál Andrea és Földesiné Szabó Gyöngyi úgy jellemezte Magyarországot, hogy minden kétséget kizáró a férfiak dominanciája a sportirányításban, mivel a nemzeti szövetségek vezetői között kevés a nő.¹

Az edzői hivatás területén a nemek közötti különbség még markánsabb: a nők az országos szinten regisztrált edzők mindössze 8–10%-át teszik ki, és az élsportban dolgozó edzők között is csak marginális szerepet játszanak. Balogh Judit és Trzaskoma-Bicsérdy Gabriella kutatásai megerősítik, hogy bár a női edzők Magyarországon gyakran rendelkeznek magasabb végzettséggel és erősebb pedagógiai meggyőződéssel, a regisztrált edzők mindössze körülbelül 30%-át teszik ki – többnyire ifjúsági kategóriákban, és ritkán élvonalbeli pozíciókban².

Ez az alulreprezentáltság a sportmédia területén is megfigyelhető. A Magyar Média Tanács és független kutatók által végzett kutatások szerint a női sportolók csak töredékét kapják a férfiaknak szentelt médiafigyelemnek. A televíziós hírműsorok és a nyomtatott média tartalmának legutóbbi elemzése szerint a nők kevesebb mint 10%-át teszik ki az összes sporttal kapcsolatos tartalomnak. A médiafigyelem általában az olyan nagyszabású nemzetközi események, mint az olimpia idején tetőzik, de az év többi részében szórványos és következetlen marad.

¹ Gál, A., & Földesi, S. G. (2019). Hungary: Unquestioned male dominance in sport governance. In A. Elling, J. Hovden, & A. Knoppers (Eds.), *Gender diversity in European sport governance* (Routledge Research in Sport, Culture and Society, pp. 70–80). London: Routledge.

² Balogh, Judit & Trzaskoma-Bicsérdy, Gabriella. (2020). Gender Differences in Hungarian Basketball Coaches' Views on Their Pedagogical and Professional Roles and Responsibilities. *International Sport Coaching Journal*. 8. 1-9. 10.1123/iscj.2020-0010.

Érdemes megjegyezni, hogy a női labdarúgás az elmúlt években némi figyelmet kapott, mind az UEFA fejlesztési kezdeményezéseinek, mind a hazai érdeklődésnek köszönhetően. Azonban még ebben a viszonylag növekvő szegmensben is a médiafigyelem és az intézményi támogatás jelentősen elmarad a férfi labdarúgásától. Ezek a számok és tendenciák együttesen aláhúzzák a nők rendszerszintű láthatatlanságát a magyar sportban, és rávilágítanak a politika, a vezetés és a média képviselőiben szükséges átalakító megközelítések iránti folyamatos igényre.

A tanulmányt a POWER projekt magyar partnere, a Budapesti Egyesület a Nemzetközi Sportért (Budapest Association for International Sports) készítette, a projekt egészét felügyelő Sport Evolution Alliance támogatásával.

1. Nyomtatott sajtó elemzése

Ez a primer elemzés az alább vizsgált újságokra vonatkozik. A 2024 júniusa és 2025 februárja között Magyarországon megjelent 169 újságkiadásból készült az elemzési minta, az adatgyűjtés 2025 áprilisában és májusában történt.

1.1. Az elemzett cikkek száma újságonként

Az 1. táblázat a magyar esettanulmányban elemzett 169 cikk eloszlását mutatja újságok szerint. Négy széles körben terjesztett országos lap kiadásait vettük figyelembe: Népszava, Magyar Nemzet, Origo Sport és Nemzeti Sport. Az első kettő általános hírekkel, az utóbbi kettő sporttal foglalkozik.

1. táblázat: A cikkek újságok szerinti megoszlása

Újság	Sportfókuszú újság?	Cikkek száma	Százalék
Népszava	Nem	24	14,2%
Magyar Nemzet	Nem	31	18,3%
Origo Sport	Igen	36	21,3%
Nemzeti Sport	Igen	78	46,2%
Összesen		169	100%

A tekintélyes és népszerű sportnapilap, a *Nemzeti Sport* a cikkek csaknem felét (46,2%) közölte. A cikkek másik fele viszonylag egyenletesen oszlott meg a három többi kiadvány között. Nem meglepő, hogy a másik sportközpontú média, az *Origo Sport*

tartalmazott sporthíreket a második legmagasabb arányban (21,3%). Fontos volt két általános hírportált is bevonni az elemzésbe, hogy megértsük, hogyan ábrázolják a sportot – különösen a női sportot – a nem sportközpontú médiában.

1.2. Az adatgyűjtés időszaka

A 2. táblázat a 169 cikk megjelenési hónapok szerinti megoszlását mutatja. Az adatokat 2024 júniusától 2025 februárjáig gyűjtöttük, így megfigyelhetőek az esetleges szezonális vagy kontextuális eltérések.

2. táblázat: A cikkek eloszlása az adatgyűjtési időszak szerint

Hónap	Gyakoriság	Százalék
2024 június	1	9.5%
2024 július	24	14.2%
2024 augusztus	24	14.2%
2024 szeptember	12	7.1%
2024 október	21	12.4%
2024 november	12	7.1%
2024 december	23	13.6%
2025 január	23	13.6%
2025 február	14	8.3%
Összesen	169	100%

A cikkek időben jól eloszlának, minden időszakot lefednek. A 2024. július-augusztus (14,2% mindkettő) és 2024. december-január (13,6% mindkettő) időszakban mutatkozó enyhe koncentráció valószínűleg a nagy sportesemények (2024-es nyári olimpiai játékok) és az év végi, illetve év eleji összefoglalók és eseménylisták miatt megnövekedett sporthíreknek tudható be. Az időbeli sokszínűség csökkenti az egyes időszakokhoz kapcsolódó torzításokat, ezáltal erősítve a minta megbízhatóságát.

A 3. táblázat a 169 cikk eloszlását mutatja a megjelenésük napja szerint, ami segít azonosítani a heti szerkesztési mintákat.

3. táblázat: A cikkek eloszlása a közzési napok szerint

Hét napjai	Gyakoriság	Százalék
Hétfő	20	11,8%
Kedd	21	12,4%
Szerda	25	14,8%
Csütörtök	21	12,4%

péntek	35	20,7%
Szombat	22	13%
Vasárnap	25	14,8%
Összesen	169	99,9%

A pénteken megjelent cikkek aránya jelentősen a legmagasabb (20,7%), ami valószínűleg a hétvégi sporteseményekről szóló tudósításokkal kapcsolatos szerkesztői rutinra utal. A szerdai és vasárnapi cikkek aránya is jelentős (mindkettő 14,8%), ami azt mutatja, hogy a sporteseményekről nemcsak hétvégén, hanem a hét minden napján tudósítanak.

1.3. A férfi és női sportolóknak szentelt cikkek száma

Ez az összehasonlítás a férfi és női sportolóknak szentelt cikkek számát mutatja újságkiadásonként. Az adatok a megfigyelt lefedettség alapján tartományokba vannak csoportosítva.

A 4. táblázat mutatja, hogy a 169 elemzett kiadásban szerepelt-e női sportolókra vonatkozó említés. Érdekes megjegyezni, hogy hét kiadásban (4,1%) nem említettek sportolókat, és ezek mindegyike nem sporttal foglalkozó újság volt. Ezeket a kiadásokat kizártuk a férfi és női sportolók megjelenésének elemzéséből.

4. táblázat: Női sportolók említése az újságokban

Az adott kiadvány említ női sportolókat?	Gyakoriság	Százalék
Igen	136	84%
Nem	26	16%
Összesen	162	100%

A 162 elemzett kiadvány 84%-a tartalmazott valamilyen utalást női sportolókra, ami magas arány a tanulmányban részt vevő többi országhoz képest. Csak 16% nem tett említést női sportolókról. Az 5. táblázat a férfi és női sportolóknak szentelt cikkek számát mutatja. A 4. táblázathoz hasonlóan itt is kizártuk azt a hét kiadványt, amely egyáltalán nem említett sportot.

5. táblázat: A férfi és női sportolóknak szentelt cikkek száma

Cikkek száma	Férfi sportolók	Női sportolók
Nincs	2	2

Egy	14	15
2 és 4 között	4	61
5 és 8 között	23	25
8 felett	119	35
Összesen (érvényes válaszok)	162	

A kiadások csaknem háromnegyede (73,5%) tartalmazott több mint nyolc cikket, amely férfi sportolókról szólt, ami egyértelműen bizonyítja a férfi sport domináns jelenlétét az újságok tudósításában. Ha ehhez hozzáadjuk az öt-nyolc cikket tartalmazó kiadásokat, az arány 87,7%-ra emelkedik, ami még inkább megerősíti a nemek közötti egyensúlytalanságot a média fókuszában.

61 kiadás (37,7%) két-négy cikket tett közzé női sportolókról, ami a nőkkel kapcsolatos tudósítások legnépesebb kategóriáját képezi. 35 kiadvány (21,6%) több mint nyolc hírt közölt női sportolókról, ami európai összehasonlításban magas aránynak számít. Érdeemes megjegyezni, hogy e 35 kiadványból 30 a 2024-es párizsi olimpiai játékok idején jelent meg. További 25 cikk (15,4%) öt-nyolc cikket tett közzé, amelyekben nők szerepeltek. Ezek a számok azt jelentik, hogy a 162 kiadványból 121 (74,7%) legalább két cikket szentelt női sportolóknak. Ez még mindig alacsonyabb, mint a férfi sportolókról legalább két cikket közlő kiadványok száma (146 – 90,1%), de a különbség sokkal kisebb, mint néhány más résztvevő országban. Érdeemes megemlíteni, hogy két kiadvány (1,2%) kizárólag női sportolókról számolt be, ami még európai összehasonlításban is ritkaságnak számít.

1.4. A férfi és női sportolók médiamegjelenésének összehasonlítása Magyarországon

T-próbát végeztünk e 169 magyarországi újságkiadásra azzal a céllal, hogy összehasonlítsuk a férfi és női sportolóknak szentelt cikkek átlagos számát. Az eredmények szerint az újságok átlagosan 6,95 cikket (SD = 1,25) tartalmaztak férfi sportolókról és 4,70 cikket (SD = 0,60) női sportolókról.

Az egy kiadásban szereplő cikkek átlagos számának különbsége statisztikailag nagyon szignifikáns. A férfi sportolók (átlag = 6,95) jelentősen több médiafigyelmet kapnak, mint a női sportolók (átlag = 4,7), annak ellenére, hogy mindkét csoport gyakran megjelenik a sportrovatokban. A nagyon nagy hatásméret (Cohen d = 2,24) azt jelzi, hogy ez az eltérés nemcsak statisztikailag szignifikáns, hanem gyakorlati szempontból is jelentős. A 6. táblázat táblázatos formában mutatja be ezeket az eredményeket.

6. táblázat: A férfi és női sportolók médiamegjelenésének összehasonlítása Magyarországon

Nem	Átlagos cikkek száma kiadványonként	SD	p (kétoldalas)
Férfi	6,9	1,2	<.001
Nő	4,70	0,60	<.001

A Magyarországon gyűjtött és elemzett adatok a férfi és női sportolók médiában való megjelenésének tartós egyensúlyhiányát tükrözik. Átlagosan az újságok 2,25-tel több cikket szenteltek a férfi sportolóknak, mint a nőknek. Bár a női sportolókról szóló cikkek abszolút száma magasabb, mint korábban feltételeztük, a különbség statisztikailag és gyakorlatilag is jelentős marad.

Ez az egyenlőtlenség nem csupán számszerű különbséget jelent, hanem a sportújságírás szerkesztői prioritásait is tükrözi. A közepes-nagy hatásméret arra utal, hogy a férfi sportolók nemcsak több figyelmet kapnak, hanem ez a figyelem is kevésbé egyenletesen oszlik el, ami valószínűleg a férfiak nagy eseményeire vagy bajnokságaira irányuló nagyobb médiafigyelmet tükrözi.

Bár a női sportolók jelenléte a sportmédiában nőtt, az eredmények megerősítik, hogy mind a mennyiség, mind a szerkesztői hangsúly tekintetében továbbra is strukturális egyenlőtlenség tapasztalható. A magyar sportújságírás továbbra is inkább a férfi sportolókra koncentrál, és a nőknek kevesebb figyelmet szentel, még akkor is, ha az eredményeik hasonlóak.

1.5. A női sportolókról szóló cikkek elemzése

A teljes mintából (169 újságkiadás) 136 cikket azonosítottunk Magyarországon, amelyekben történt utalás női sportolókra. Ezek a cikkek képezik az alapját egy részletesebb elemzésnek, amely a nők sportújságírásban való megjelenésének sajátosságaira összpontosít. A következő rész a 136 cikk különböző aspektusait vizsgálja. A legfontosabb adatokat a 7. táblázat tartalmazza.

7. táblázat: A női sportolókról szóló cikkek jellemzői Magyarországon (n = 136)

Változó	Kategória	Gyakoriság	Érvényes százalék
A cikk sporttal kapcsolatos?	Igen	130	95,6%

	Nem	6	4,4%
A sportág típusa	Csapat sportok	6	46,3%
	Csak egyéni sportok	61	44,9%
	Egyéni és csapat sportok és/vagy vegyes csapat sportok	12	8,8%
Sportolók versenyszintje	Kizárólag hivatásos	85	62,5%
	Hivatásos és olimpiai	47	34,6%
	Hivatásos és amatőr	3	2,2%
	Amatőr, helyi szintű	1	0,7%

A női sportolókat bemutató cikkek többsége (95,6%) közvetlenül kapcsolódik a sporthoz, ami arra utal, hogy a női sportolók médiában való megjelenése általában sporttevékenységükhöz kapcsolódik. Azonban a nem sporttal kapcsolatos cikkek 4,4%-a aggodalomra ad okot: ezekben az esetekben a sportolók gyakran olyan kontextusban jelennek meg, mint az életmódjuk és a közösségi médiában való jelenlétük, míg sportteljesítményük másodlagos lehet. Ez rávilágít arra, hogy fontos kritikus szemmel vizsgálni, hogyan ábrázolják a női sportolókat a sajtóban.

A női sportolókat bemutató cikkek között a csapat sportok és az egyéni sportok aránya szinte azonos (46,3% és 44,9%), míg a kiadások 8,8%-a mind az egyéni, mind a csapat sportokkal foglalkozott. A viszonylagos egyensúly arra utal, hogy a női sport, amikor szerepel a médiában, nem korlátozódik egy sportágtípusra.

A cikkek 62,5%-a kizárólag a profi sportról szól, míg 34,6% mind a profi sportról, mind az olimpiai hírekről. Ez arra utal, hogy a nők sportban való láthatósága nagyrészt az élsportra korlátozódik. Az amatőr és az alapszintű sportolók jelentősen alulreprezentáltak, csupán négy esetben (2,9%) jelennek meg, ami korlátozza a nők sportban való sokszínű részvételének nyilvános elismerését.

1.6. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a szövegben

Mint már említettük, az adatgyűjtés során Magyarországon 136 női sportolóval kapcsolatos cikket azonosítottunk. E szövegek elemzése során 11 esetben (8,1%) találtunk szexista nyelvezetet vagy nemi alapú becsmérlő kifejezéseket. Ez arra utal, hogy a legtöbb esetben, amikor nők szerepelnek (91,9%), az újságírói diskurzus kerüli a diszkriminatív terminológiát. Ebből a 11 cikkből öt egy boksztól szólt, aki a párizsi olimpián a női váltósúlyú versenyen indult, annak ellenére, hogy információk keringtek nemi alapú indulási jogosultságáról. A szexista nyelvezetet használó többi cikk a női sportolók teljesítménye helyett a külsejükre, stílusukra és érzelmeikre összpontosított.

Az elemzett cikkek közül 14 (10,3%) „teljesítményük lekicsinyelésével” bagatellizálta a női sportolók teljesítményét. Ezek az esetek jól illusztrálják, hogy a sportmédiában még mindig előfordulnak szimbolikus leértékelő gyakorlatok, amelyek a női sportolókat célozzák meg.

A nemi sztereotípiák tekintetében a 136 cikk közül 25 (18,4%) tartalmazott ilyen tartalmat. A nemi sztereotípiák kilenc esetben (6,6%) a „női sportolók nőiességének megkérdőjelezésével” jelentek meg, hét esetben (5,1%) „feltételezett érzelmességgel”, hat cikkben (4,4%) pedig a sikert összekapcsolta a cikk a sportoló megjelenésével, hogy a leggyakoribb keretező elemeket említsük.

14 cikk (10,3%) tartalmazott utalásokat a női sportolók szexualizálására vagy tárgyiasítására. Ezek közül 12 (8,8%) a képességeik helyett a megjelenésükre összpontosított, 11 (8,1%) pedig tárgyiasító nyelvet használt, amely a sportolókat a külsejükre redukálta.

Fontos megjegyezni, hogy a minta alacsony elemszámú (136), és pozitív irányban torzíthatja az eredményeket a szélesebb médiaképhez képest.

1.7. Negatív és pozitív keretezés a szövegben

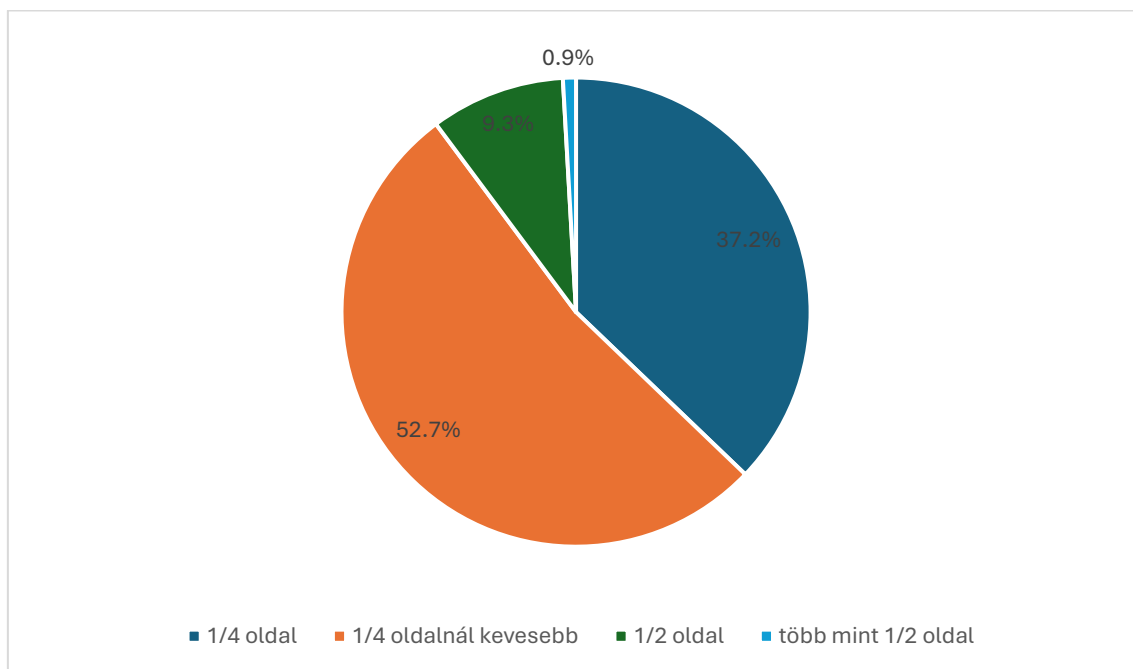
Az elemzett 136 cikk közül 19 (14%) tartalmazott negatív keretezést a női sportolókkal kapcsolatban. Kilenc (6,6%) a kudarcokra összpontosított, míg nyolc (5,9%) fegyelmi kérdésekkel foglalkozott, hogy a legnépszerűbb negatív keretezési módokat említsük. Másrészt 78 cikk (57,4%) kifejezetten pozitív keretezést mutatott a női sportolókkal kapcsolatban.

A pozitív keretezés kvalitatív kategorizálása a következő főbb mintákat tárta fel. Például a pozitív keretezésű cikkek 66,7%-ában (52) a szöveg a női sportolók eredményeit dicsérte. 21 cikkben ez volt az egyetlen pozitív keretezés, míg 31 cikkben más pozitív keretezési elemek is megjelennek, például a tehetségfejlesztés és a készségek kiemelése (17), valamint inspiráló személyes történetek megosztása (8 cikk). A tehetségfejlesztést további 16 cikkben emelték ki, ami az eredmények magasztalását követően a második legnépszerűbb pozitív keretezési kategória volt.

1.8. Képek jelenléte és száma a cikkekben

A női sportolókat bemutató 136 cikket a képek vonatkozásában is elemeztük. 124 (91,2%) tartalmazott legalább egy képet az említett sportolókról, míg 7 (5,1%) tartalmazott egy férfi képet, például egy edzőt. 5 cikk (3,7%) nem volt illusztrálva képpel.

79 cikk (58,1%) csak egy képet tartalmazott, míg 27 (19,9%) két képet. A fennmaradó 25 cikkben több mint két kép volt. Ezek a számok arra utalnak, hogy egyes riportok kiterjedtebb vizuális sorozatokat használtak. Az 1. ábra az elemzett újságkiadásokban szereplő képek méret szerinti megoszlását mutatja.



1. ábra: Az elemzett újságkiadásokban szereplő képek mérete

A képek méretét tekintve egyértelműen a kisebb vizuális formátumok domináltak. Összesen 226 kép méretét vizsgáltuk. 119 (52,7%) kisebb volt, mint egy oldal negyede, míg 84 (37,2%) negyedoldalny volt. Csak 23 kép (10,2%) volt legalább fél oldal méretű.

Ezek az eredmények arra utalnak, hogy még akkor is, ha a női sportolók vizuálisan megjelennek, a képek általában szerény helyet kapnak a szerkesztőségi oldalakon, ami korlátozhatja hatásukat.

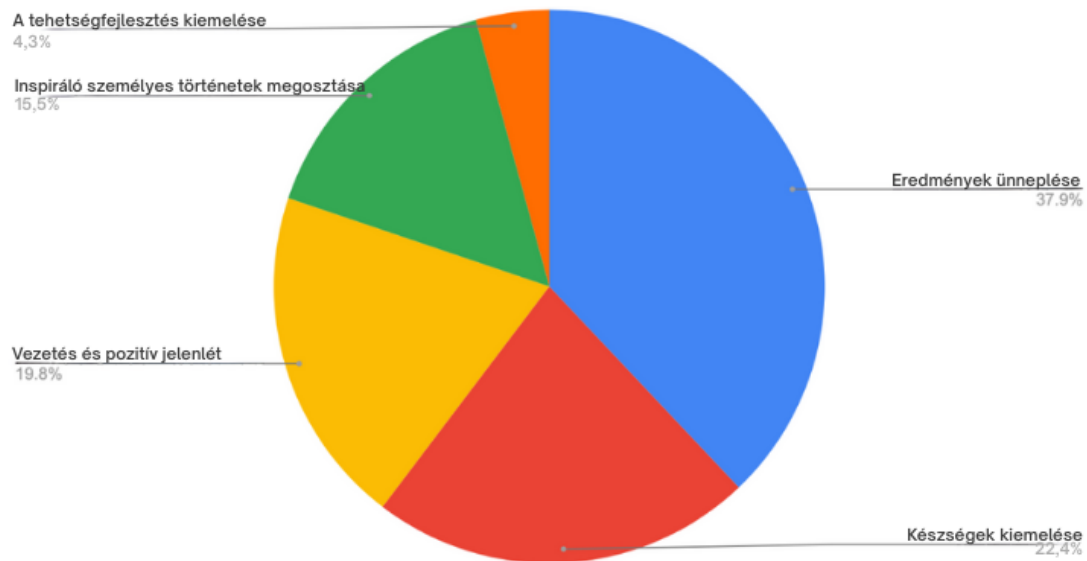
1.9. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a képeken

A női sportolókat ábrázoló 124 cikk közül csak két kép (1,6%) bagatellizálta a sportolók teljesítményét azáltal, hogy lekicsinyelte eredményeiket. 11 kép (8,9%) tartalmazott valamilyen nemi sztereotípiát; hat kép a sportolók nőiességét kérdőjelezte meg, míg öt képen a sikereiket a megjelenésükkel hozták összefüggésbe. 11 kép a női sportolókat szexualizált kontextusban ábrázolta, többnyire tárgyiasító ábrázolás formájában, amely a sportolókat a megjelenésükre redukálta, és a képességeik helyett a külsejükre helyezte a hangsúlyt.

1.10. Negatív és pozitív keretezés a képekben

6 cikk (4,8%) negatív keretezést mutatott. Három esetben a képek szankciókat vagy fegyelmi ügyeket emeltek ki, két kép kudarcokra összpontosított, míg egy egy sérülésre helyezte a hangsúlyt.

116 cikk (93,5%) pozitív megvilágításban ábrázolta a női sportolókat, többnyire eredményeik ünneplésével (44 – 35,5%), képességeik kiemelésével (26 – 21%), vezetői képességeik és pozitív jelenlétük hangsúlyozásával (23 – 18,5%) és inspiráló személyes történeteik megosztásával (18 – 14,5%). A 2. ábra a pozitív keretbe helyezett képek alkategóriáinak megoszlását mutatja.

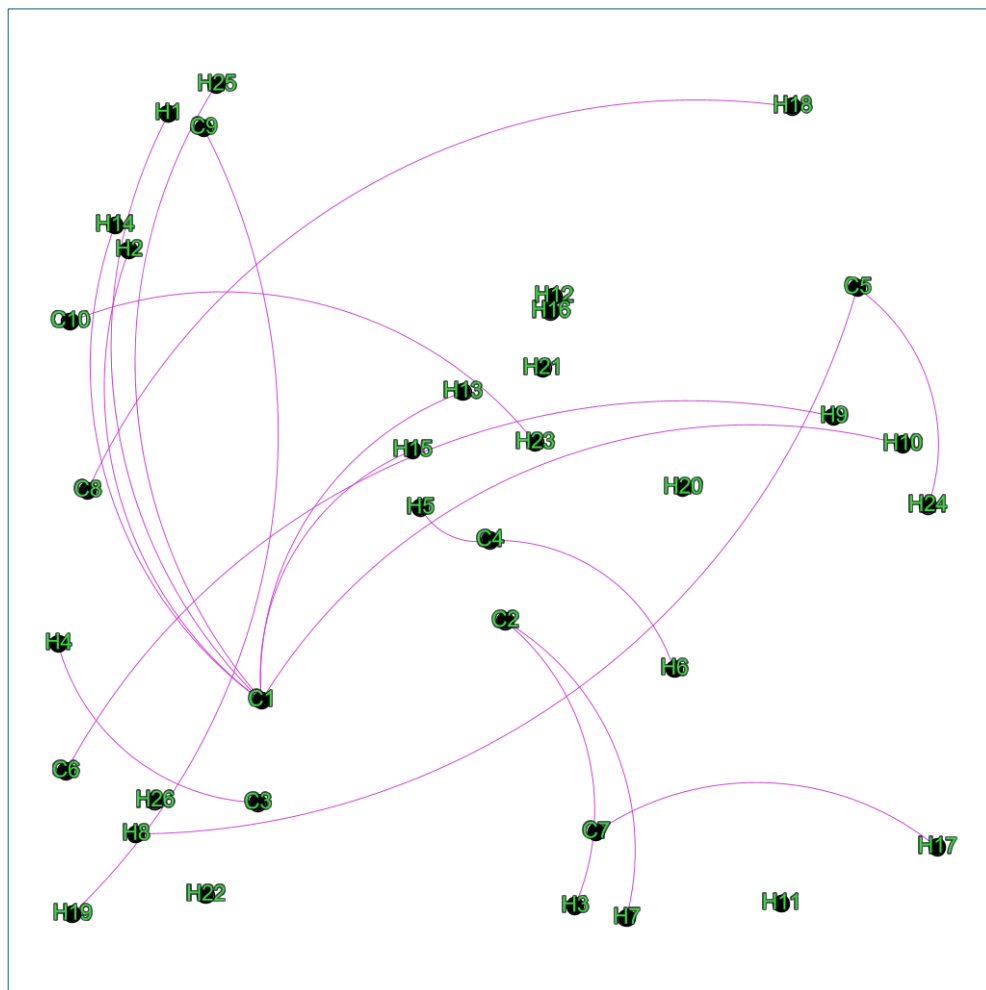


2. ábra: A pozitív ábrázolású képek kategorizálása

A női sportolók pozitív médiaképének kvalitatív elemzésének elmélyítése céljából kétrészes hálózati vizualizációt hoztunk létre a Gephi szoftver (0.10.1 verzió) segítségével. A hálózatot úgy építettük fel, hogy a híradások címeit összevetettük a korábban kódolt pozitív ábrázoláskategóriákkal, mint például „eredmények ünneplése”, „tehetségfejlesztés” vagy „vezetői képességek és pozitív megjelenés”.

Ebből a célból a hálózati csomópontokat két külön típusba soroltuk: cíkcímek és tematikus kategóriák, ami lehetővé tette a közzétett tartalom és a sportolókhoz kapcsolódó szimbolikus keretek közötti kapcsolat vizuális ábrázolását. A kapcsolatok (élek) jelzik egy adott kategória jelenlétét egy adott címben.

Az adatokat két táblázatba rendeztük, az egyikben a csomópontokat, a másikban a kapcsolatokat, majd importáltuk a Gephi Software (0.10.1 verzió) programba. Az importálás után a ForceAtlas 2 elrendezési algoritmust alkalmaztuk, mivel ez alkalmas moduláris vagy közösségi struktúrájú hálózatokhoz. A 3. ábra a címsorok és a pozitív kategóriák közötti hálózatot szemlélteti. Ezt követi a 8. táblázat, amely bemutatja az elemzésben használt kódokat, kategóriákat és címsorokat.



3. ábra: A címsorok és a pozitív kategóriák közötti hálózat

8. táblázat: Kódok, kategóriák és címsorok

Kód	Kategória és címsorok
C	Eredmények és rekordok ünneplése
C2	Eredmények és rekordok ünneplése; inspiráló személyes történetek megosztása
C3	Tehetségfejlesztés és készségek kiemelése; eredmények és rekordok ünneplése; inspiráló személyes történetek megosztása; vezetői képességek és pozitív jelenlét hangsúlyozása
C4	Vezetői képességek és a pozitív jelenlét hangsúlyozása; tehetségfejlesztés és a készségek kiemelése
C	Eredmények és rekordok ünneplése; vezetői képességek és a pozitív jelenlét hangsúlyozása

C	Eredmények és rekordok ünneplése; tehetségfejlesztés és a készségek kiemelése
C7	Tehetségfejlesztés és a készségek kiemelése
C8	Vezetői képességek és a pozitív jelenlét hangsúlyozása; inspiráló személyes történetek megosztása; eredmények és rekordok ünneplése
C9	Vezetői képességek és a pozitív megjelenés hangsúlyozása; inspiráló személyes történetek megosztása
C	Tehetségfejlesztés és a készségek kiemelése; eredmények és rekordok ünneplése; inspiráló személyes történetek megosztása; vezetői képességek és a pozitív jelenlét hangsúlyozása.
H	Senánszky Petra aranyérmet nyert 50 méteres gyorsúszásban, Milák Kristóf 200 méteres pillangóúszásban, míg mix gyorsúszóváltónk aranyérmet nyert a 4x200 méteres versenyen
H	Takács Boglárka országos csúccsal jutott be a 100 méteres elődöntőbe
H	Hosszú Katinka bejelentette visszavonulását
H	Élje át velünk a női kézilabda-válogatott Európa-bajnoki bronzmérkőzését!
H5	Kubátov Gábor álma valóra válhat, ha a Fradi ma nyer, és ezzel nagy lépést tesz a Bajnokok Ligája trófea felé
H	Csipes Tamara extra terhelés előtt áll, a zsákmányt meg kell szerezni
H	Muhari Eszternek példátlan, örült bűnügyi történetre volt szüksége az olimpiai bronzéremhez
H	Eldőlt, hol folytatja pályafutását a Győri ETO kulcsjátékosa
H	A Fradi könnyedén nyert, Klujber Katrin csodás gólt szerzett
H10	A Győr fontos győzelmet aratott a Bajnokok Ligájában
H11	Magyar kézilabdázó lehet a német Bundesliga legjobb játékosa
H12	A Fradi szerződtette a dán válogatott világsztárját
H	EURO 2024: A kölni Zeller Dóra német győzelmet vár az Európa-bajnokságon
H	Vívó Európa-bajnokság: a férfi csapat ötödik, a női csapat negyedik lett
H	Női kézilabda NB I: A Debrecen megizzadt a NEKA ellen
H	Női csapatunk a hollandok legyőzésével meglovagolja a hullámot – Görögország ellen lépnek pályára
H	Torna: a női tornászok Tatában készülnek a szezonra
H	Kajak-kenu: Csay Renáta, minden idők legsikeresebb maratoni kajakosa visszavonult
H	Egerszegi Krisztina: egyeseket izgat egy ilyen lehetőség
H	Olimpikonként a csúcson fejezte be pályafutását – interjú Kerekes Grétával
H21	Póta Georgina: Más kettes-hármas játékosként BL-t, és más csupa magyarokból álló kiscsapattal Ek-t nyerni

H	„Remélem, Debrecen az Eb-n is szerencsét hoz” – Füzi-Tóvizi Petra szerint valami „átkattant” a női kézilabda-válogatottnál
H	Röplabdázó, díjugrató, fotómodell – ő Szerényi Gréta
H	A háromszoros olimpiai bajnok ausztrál úszó is hosszú szünetet tart
H	Női vízilabda-válogatottunk Keszthelyi vezetésével nyert és továbbjutott
H	Wimbledon: Paolini elképesztő mérkőzésen jutott a döntőbe Vekic ellen

Az elemzett sajtóorgánumok címlapjainak és tematikus kategóriáinak hálózati vizualizációja több fontos mintát is kiemel a női sportolók szimbolikus ábrázolásában:

Tematikus központi szerep: A „Teljesítmények és rekordok ünneplése” kategória a hálózat leginkább összekapcsolt csomópontjaként jelenik meg, ami aláhúzza domináns szerepét a női sportolók ábrázolásában. Ez arra utal, hogy a sikerekre fókuszáló narratívák – különösen azok, amelyek győzelmeket vagy mérföldkönek számító eredményeket ünnepelek – az elsődleges lencsék, amelyeken keresztül a nők a sportban megjelennek a digitális sportújságírásban.

Másodlagos tematikus csoportok: További csoportok alakulnak ki olyan kategóriák körül, mint a „tehetségfejlesztés és a készségek kiemelése” és a „vezetői képességek és a pozitív jelenlét hangsúlyozása”. Ezek a kategóriák ugyan kevésbé központiak, mint az eredmények ünneplése, de szimbolikusan azt tükrözik, hogy a női sportolók példaképekként jelennek meg, akik nemcsak a sportban jeleskednek, hanem vezetői képességeikkel, karakterükkel és kitartásukkal is hozzájárulnak a társadalom fejlődéséhez.

A keretbeállítás komplexitása: Számos cím több tematikus kategóriához is kapcsolódik, ami a bemutatás árnyalt voltát tükrözi. Például a több témát - sikert, tehetséget és inspirációt - érintő cikkek arra utalnak, hogy a szerkesztők igyekeznek az egyes sportolókról sokoldalú, pozitív képet festeni. Ez a sokrétűség megerősíti azt az elképzelést, hogy a pozitív keretbeállítás egyszerre lehet rétegzett és stratégiai.

Tematikus elszigeteltség és szerkesztői szándék: Ezzel szemben egyes címek csak egy kategóriához kapcsolódnak, ami konkrétabb vagy fókuszáltabb szerkesztői üzenetre – például egy mérkőzés eredményére vagy egy rekord megdöntésére – utal. Ezek az elszigetelt linkek gyakran a média célzott figyelmét tükrözik, amelyet potenciálisan

befolyásolhat a sportoló pillanatnyi népszerűsége vagy a folyamatban lévő versenyekhez való kapcsolódása.

Vizuális csoportosítás: A hálózat térbeli szerkezete látható csoportosulást mutat a címsorok és a tematikus kategóriák között. Ez a csoportosítás arra utal, hogy bizonyos témák – különösen a siker és az inspiráció – több cikkben is együtt fordulnak elő, ami a női sportolókat bemutató online sportmédia szerkesztői megközelítésének mintázatát sugallja.

1.11. A kép mérete és a női sportolók ábrázolása közötti kapcsolat elemzése

A közzétett képek mérete és a női sportolók ábrázolása közötti kapcsolat feltárása érdekében elemeztük a magyar mintából származó 124 cikket, amely 226, sportoló nőket ábrázoló képet tartalmazott. Két fő változót vettünk figyelembe:

Képméret: négy ordinális kategóriába sorolva kódoltuk őket – kevesebb, mint ¼ oldal, ¼ oldal, fél oldal és több, mint fél oldal. Elemzési célokra ezt a változót két szintre csoportosítottuk: a) kis képek (nincs kép vagy kevesebb, mint ¼ oldal); b) közepes/nagy képek (¼ oldalas vagy annál nagyobb).

A sportoló keretezése a képen: két bináris dimenzióban értékeltük: a) pozitív (igen/nem): a sportolót kiemelő vagy dicsőítő vizuális elemek jelenléte; b) negatív (igen/nem): a sportolót lekicsinylő, megbélyegző vagy szimbolikusan büntető vizuális elemek jelenléte.

A változók közötti összefüggés vizsgálatához kereszttáblák készültek Pearson-féle chi-négyzet próba, valószínűségi arány és Fisher-féle egzakt próba (kis mintára) alkalmazásával, 5%-os szignifikanciaszinttel ($p < 0,05$). A 9. táblázat tartalmazza az eredményeket táblázatos formában.

9. táblázat: Női sportolók képméretének, pozitív és negatív keretezésének összefüggései

Képméret	Pozitív keretezés	Képek száma	Negatív keretezés	Képek száma
Kicsi ($\leq \frac{1}{4}$ oldal)	Igen	57	Igen	4
Kicsi ($\leq \frac{1}{4}$ oldal)	Nem	58	Nem	0
Közepes vagy nagy ($\geq \frac{1}{4}$ oldal)	Igen	81	Igen	2
Közepes vagy nagy ($\geq \frac{1}{4}$ oldal)	Nem	24	Nem	0

Pozitív keretezés	Pearson-féle chi-négyzet: $\chi^2(1) = 16,69$, $p = 0,00004$ Valószínűségi arány: 17,06, $p = 0,00004$ Fisher-féle egzakt próba (kétoldalas): $p = 0,00003$
Negatív keretezés	Fisher-féle egzakt próba (kétoldalas): $p = 1,000$

A fenti elemzés statisztikailag szignifikáns összefüggést mutat a kép mérete és a női sportolók pozitív keretezése között. A kisebb képek közül csak körülbelül a fele (115-ből 57) volt pozitívan keretezve, míg a többi (58) semleges, nem negatív. Ezzel szemben a nagyobb képek sokkal nagyobb arányban (105-ből 81) voltak pozitívan ábrázolva, és csak 24 semleges ábrázolás volt.

Mindhárom statisztikai teszt – Pearson-féle chi-négyzet, a valószínűségi arány (G-teszt) és Fisher-féle egzakt próba – megerősíti ennek az összefüggésnek az erősségét ($p < 0,001$), ami azt jelzi, hogy a nagyobb képek sokkal nagyobb valószínűséggel ábrázolják a női sportolókat pozitív fényben.

Ez a tendencia szándékos szerkesztői döntéseket tükrözhet, amelyek szerint a nagyobb képekkel nagyobb vizuális hangsúlyt kapnak azok a történetek, amelyek a sportban szereplő nőket erős, sikeres vagy inspiráló személyiségként ábrázolják. Ezek a vizuális döntések a magyar női sportolók sikeres részvételének tulajdoníthatók a 2024-es párizsi nyári olimpiai játékokon: a magyar sportolónők 2 arany-, 2 ezüst- és 4 bronzérmet nyertek.

Másrészt, a negatív keretezés elemzése nem mutat szignifikáns összefüggést a kép méretével. Az összes cikkben csak 6 kép lett negatívnak minősítve, és ezek többsége a női sportolók negatív ábrázolásához kapcsolódott, főként a párizsi olimpián Hámori Luca ellen bokszoló Imane Khelifhez. Azonban a rendkívül alacsony gyakoriság miatt a statisztikai tesztek (Fisher-féle egzakt próba, $p = 1,00$) nem mutatnak kifejezett mintázatot.

Ez arra utal, hogy a negatív ábrázolások ritkák és nincsenek képekkel még inkább hangsúlyozva – inkább csökkentik vagy elkerülik a képek használatát ezekben az esetekben. Az eredmények összességében egy asszimmetriát mutatnak: a pozitív narratívák a képek méretén keresztül felerősödnek, míg a negatív narratívák ritkák és vizuálisan háttérbe szorulnak, ami a sportban a nők pozitívabb és tiszteletteljesebb ábrázolása felé történő elmozdulást jelez.

1.12. Az eredmények összefoglalása

A POWER projekt keretében végzett magyar nyomtatott sportmédia-elemzés mind előrelépést, mind tartós egyenlőtlenségeket tár fel a női sportolók ábrázolásában. Négy jelentős magyar lap (két általános és két sportfókuszú kiadvány) 169 számának elemzése alapján az eredmények összetett képet mutatnak a növekvő befogadásról, de a tartós egyensúlyhiányról is.

Figyelemre méltó eredmény a női sportolók viszonylag magas aránya: a kiadások 84%-ában legalább egy alkalommal említést tettek női sportolókról, és közel háromnegyedükben két vagy több kapcsolódó cikk jelent meg róluk. Ez a szint európai összehasonlításban kiemelkedő, és a nők sportban való nagyobb láthatóságának irányába mutató kézzelfogható változást tükröz – különösen a 2024-es párizsi olimpia kapcsán. A férfi sportolók azonban továbbra is dominálnak a médiában, kiadásonként jelentősen több cikkel (átlag = 6,95) szerepelnek, mint a női sportolók (átlag = 4,70). Ez a különbség statisztikailag szignifikáns és jelentős (Cohen $d = 2,24$), ami azt mutatja, hogy bár a női sportolók rendszeresen megjelennek, a szerkesztői figyelem tekintetében továbbra is másodlagosak a férfiakhoz képest.

A női sportolókat bemutató 136 cikk szövegelemzése általánosságban tiszteletteljes és sportközpontú tudósítást mutatott. A cikkek több mint 95%-a közvetlenül a sportolók sportteljesítményéhez kapcsolódott, és csak ritkán fordult elő tárgyiasítás (8,1%) vagy nemi sztereotípiák (18,4%). Kifejezetten figyelemre méltó, hogy ezeknek a cikkeknek 57,4%-a pozitív képet festett a női sportolókról, ismétlődő témaként pedig megjelentek az eredmények, a tehetségfejlesztés és az inspiráló történetek. Ez a szerkesztők szélesebb körű elkötelezettségét jelzi a pozitív ábrázolás iránt, bár a cikkek 14%-a még mindig tartalmazott negatív kereteket, gyakran kudarcokhoz vagy fegyelmi témákhoz kapcsolódva.

A vizuális ábrázolás hasonló tendenciát mutat. Míg a cikkek többsége (91,2%) tartalmazott legalább egy női sportoló képet, a képek mérete általában kicsi volt – több mint a fele kevesebb, mint egy oldal negyede. Fontos megjegyezni, hogy a statisztikai elemzés jelentős összefüggést tárt fel a képek mérete és a pozitív ábrázolás között: a nagyobb képek sokkal inkább dicsőítették az eredményeket, vagy a sportolókat vezetőként vagy példaképként ábrázolták. Ezzel szemben a negatív vizuális ábrázolás ritka volt (4,8%) és nem állt összefüggésben a képek méretével, általában csak niche

témakörökben vagy fegyelmi kontextusban jelent meg (kiemelendő példa erre a bokszoló Imane Khelif esete a párizsi olimpián).

Összességében az adatok arra utalnak, hogy a magyar nyomtatott sportmédia egyre inkább pozitív és tiszteletteljes képet fest a női sportolókról, különösen az élsportban. Ez a pozitív megítélés azonban továbbra is együtt jár a strukturális alulreprezentáltsággal, különösen a férfi sportolókkal összehasonlítva. Ráadásul a vizuális és szöveges keretbeállítás ünnepélyes és inspiráló hangvétele – bár üdvözlendő – gyakran inkább a nagy sikerekhez, például az olimpiai részvételhez kapcsolódik, mintsem a rendszeres tudósításokba integrálódva.

Ez olyan médiakörnyezetre utal, ahol az elismerés még nem egyenlő a jelenléttel. Az eredmények aláhúzzák annak fontosságát, hogy ne csak a bemutatást erősítsék, hanem a női sportolókat minden sportágban szisztematikusan és arányosan vonják be a tudósításokba. Az egyensúlyhiány megszüntetése azt jelenti, hogy a nőket teljesebb mértékben be kell integrálni a sportújságírás szerkesztői munkájába – nemcsak kivételes pillanatokban, hanem a magyar sport mindennapi narratívájának részeként.

2. Online sportmagazinok elemzése

A Magyarországon elemzett online sportkiadványok mintája két sportszakportált tartalmazott: a *player.hu* és a *sportime.hu* oldalakat. A *player.hu* népszerű csapatsportokról és motorsportokról közöl híreket, de a profi sport világról is jelentet meg cikkeket. A *sportime.hu* viszont leginkább a szabadidős sportok világából közöl híreket.

Ezekből a forrásokból összesen 19 bejegyzést gyűjtöttünk, amelyek a 2024 júniusa és 2025 februárja közötti időszakban jelentek meg. A kiválasztott cikkek a hét különböző napjaira terjednek ki, és tükrözik a két különböző online média szerkesztői naptárának sokszínűségét. Ez a minta betekintést nyújt a sportolók – mind a férfiak, mind a nők – láthatóságába és megjelenésébe a magyar online sportújságírásban.

Hét cikk (36,8%) vasárnap jelent meg, így ez volt a legforgalmasabb nap a héten. A második legsűrűbb nap a szombat volt, öt cikkel (26,3%). Ez azt mutatja, hogy a hétvége sokkal forgalmasabb volt, mint a hétköznapiak. Három cikk (15,8%) pénteken jelent meg.

Két cikk kedden (10,5%), egy cikk szerdán, egy cikk pedig csütörtökön (5,3% mindkettő) jelent meg. Érdekes, hogy az elemzett mintában egyetlen cikk sem jelent meg hétfőn.

2.1. Az online sportmagazinokban elemzett cikkek száma

Az alábbi táblázat összefoglalja az egyes online sportmagazinokból gyűjtött cikkek számát. A táblázat az egyes kiadványoknál elemzett összes kiadás számát tükrözi, nemtől és a sportoló egyéb jellemzőitől függetlenül:

10. táblázat: A cikkek megoszlása online magazinok szerint

Online sportmagazin	Cikkek száma	Százalék
Player.hu	10	52,6
Sportime.hu	9	47,4
Összesen	19	100

A táblázatból látható, hogy a cikkek megoszlása a két portál között szinte egyenlő.

2.2. Az adatgyűjtés időszaka

A 11. táblázat a magyar online sportmagazinokból elemzett 19 bejegyzés eloszlását mutatja a megjelenés hónapja szerint. Az adatok gyűjtése 2024 júniusa és 2025 februárja között történt, így több szezonra és szerkesztési ciklusra kiterjedő időbeli pillanatképet ad.

11. táblázat: A cikkek eloszlása az adatgyűjtési időszak szerint

Hónap	Gyakoris	Százalék
2024 június	2	10,5
2024 július	2	10,5
2024 augusztus	3	15,8
2024 szeptember	2	10,5
2024 október	2	10,5
2024 november	2	10,5
2024 december	2	10,5
2025 január	2	10,5
2025 február	2	10,5
Összesen	19	100

A 11. táblázat szerint a cikkek eloszlása a kilenc hónapban szinte egyenletes. Augusztus kivételével – amikor három cikk került a mintába (15,8%) – minden hónapban két cikk (10,5% mindegyik) szerepelt az elemzésben. Ez az egyenletes eloszlás lehetővé teszi, hogy átfogó képet kapjunk, csökkentve a szezonális torzítás kockázatát. A 12. táblázat a cikkeknek a hét napjai szerinti eloszlását mutatja.

12. táblázat: A cikkek eloszlása megjelenésük napjai szerint

Hét napja	Gyakoriság	Százalék
Hétfő	0	0
Kedd	2	10,5
Szerda	1	5,3
Csütörtök	1	5,3
péntek	3	15,8
Szombat	5	26,3
Vasárnap	7	36,8
Összesen	19	100

A 12. táblázatból kitűnik, hogy a vasárnap volt a leggyakoribb megjelenési nap (36,8%), amelyet a szombat (26,3%) és a péntek (15,8%) követett. A hét első felében a kedd volt a legsűrűbb nap (10,5%). A hét közepén lévő munkanapok – szerda és csütörtök – a minta legkisebb hányadát tették ki (5,3%). Érdekesség, hogy hétfőn egyáltalán nem jelent meg cikk. A hétvégi publikációk túlsúlya tükrözheti a szerkesztőségi ciklusokat, amelyek előtérbe helyezik a hétvégi élő sportközvetítésekről vagy a sportolók bemutatásáról szóló híreket. A publikációs napok sokszínűsége megerősíti a minta megbízhatóságát, mivel elkerüli az egyetlen napra vagy a lefedettség egyetlen mintájára való túlzott támaszkodást.

2.3. A férfi és női sportolóknak szentelt cikkek száma

Az alábbi rész összehasonlítja a férfi és női sportolóknak szentelt cikkek számát a vizsgált mintában.

A 13. táblázat mutatja, hogy a 19 elemzett kiadásban említettek-e női sportolókat. A változó dichotóm (igen/nem).

13. táblázat: Női sportolók említése a mintában

A kiadás említ női sportolókat?	Gyakoriság	Százalék
Igen	16	84,2

Nem	3	15,8
Összesen	36	100

Minden kiadás (19 – 100%) tartalmazott utalást férfi sportolókra, és 16 (84,2%) említett női sportolókat. Az adatokat a megfigyelt lefedettség mennyisége alapján tartományokba soroltuk.

Mivel minden kiadásban szerepeltek férfi sportolók, és 15,8% nem említett nőket, enyhe nemek közötti egyenlőtlenség figyelhető meg.

A 14. táblázat a 19 kiadásban a férfi és női sportolóknak szentelt cikkek számának eloszlását mutatja.

14. táblázat: A férfi és női sportolóknak szentelt cikkek száma

Cikkek száma	Férfi sportolók	Női sportolók
Nincs	0	3
Egy	0	11
2 és 4 között	13	5
5 és 8 között	6	0
8 felett	0	0
Összesen	19	

A férfi sportolók esetében 13 kiadás (68,4%) két és négy cikk közötti, további hat kiadás (31,6%) pedig öt és nyolc cikk közötti számot mutat. Ezek együttesen teszik ki a teljes mintát.

Ezzel éles kontrasztban 11 kiadásban (57,9%) csak egy cikk jelent meg női sportolókról. További öt kiadásban (26,3%) két és négy közötti számú cikk jelent meg női sportolókról. A fennmaradó három kiadásban (15,8%) nem volt egyetlen cikk sem női sportolókról.

Ezek az eredmények azt tükrözik, hogy a női sportolók jelentősen kevesebb láthatóságot kapnak a vizsgált mintában.

A kutatás ezen része megerősíti azt az általános megállapítást, hogy a magyar sportújságírásban a nők rendszerszerű alulreprezentáltsága továbbra is fennáll. A nőkkel kapcsolatos hírek alacsony gyakorisága aláhúzza a sportmédiában a nemek közötti egyenlőtlenség továbbra is fennálló jelenlétét.

2.4. A női sportolókról szóló cikkek elemzése

A teljes mintában 16 olyan kiadás volt, amelyek említést tettek női sportolókról. Ezek a kiadások szolgálnak alapjául a női sportolók ebben a sportmédia-szegmensben való megjelenítésének részletesebb elemzéséhez. Az elemzett jellemzők között szerepel a sportág típusa és a bemutatott női sportolók versenyszintje, amelyeket a 15. táblázat tartalmaz.

15. táblázat: A női sportolókat bemutató cikkek jellemzői Magyarországon (n = 16)

Változó	Kategória	Gyakoriság	Érvényes százalék
A bemutatott sportág típusa	Csapat-sport	6	37
	Egyéni sportágak	6	37
	Csapat- és egyéni sportok	4	25
Sportolók versenyszintje	Amatőr, alapszintű	1	6
	Alapszintű	1	6,3
	Professzionális	11	68,8
	Professzionális, olimpiai	3	18

Hat kiadás kizárólag csapatsportokkal, négy kiadás pedig kizárólag egyéni sportokkal foglalkozott (37,5% mindkettő), míg négy kiadás (25%) mind csapatsportokról, mind egyéni sportokról tartalmazott cikkeket. Ez a csapatsportok és az egyéni sportok egyenlő arányú megjelenését jelzi.

A versenyszint tekintetében a legtöbb cikk a profi sportolókat helyezte középpontba (68,8%). Három kiadás (18,8%) foglalkozott mind profi, mind olimpiai szintű sporttal. Egy kiadás (6,3%) kizárólag amatőr sportról szólt, míg egy másik kiadásban mind amatőr, mind alapszintű sport szerepelt (6,3%). Az alacsonyabb szinten versenyző női sportolók korlátozott megjelenése a női sportról szóló tudósítások szerkesztői hiányosságaira utal, ugyanakkor rávilágít a közösségi és az utánpótlás-nevelési női sport iránti figyelem hiányára is.

Fontos kiemelni, hogy ezek az eredmények kifejezetten a megadott időtartam alatt vizsgált mintára vonatkoznak. Ez azt jelenti, hogy az eredmények nem általánosíthatók a magyar sportmédia egészére. Ugyanakkor a tanulmány más részeiben más médiumok publikációs stílusában is hasonló mintázatok figyelhetők meg.

2.5. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a szövegben

Mint már említettük, a magyar minta összesen 16 olyan kiadást tartalmazott, amelyben női sportolók szerepeltek. A minta elemzése hat esetben tárt fel szexista nyelvhasználatot (37,5%). Ezek mind a szenzációhajhásabb player.hu magazinban jelentek meg. Diszkriminatív terminológiájuk a női sportolók külsejét vagy sportpályán kívüli életét emelte ki.

Három cikk (18,8%) – mind a player.hu-n jelent meg – bagatellizálta a női sportolók teljesítményét azáltal, hogy lekicsinyelte eredményeiket. Négy kiadás (25%) tartalmazott utalást nemi sztereotípiákra, ezek szintén mind a player.hu oldalon jelentek meg. Ezek közül három azt sugallta, hogy a sportolók sikere összefügg a külsejükkal – kettő röplabdában, egy úszásban. Egy kiadásban jelent meg egy cikk, amely erőteljes nemi sztereotípiákat tartalmazott, hagyományos nemi szerepeket sugallva, utalva a sportoló feltételezett érzelmességére és arra, hogy ő másodlagos a férfiakkal képest.

Öt kiadásban (31,3%) fordult elő női sportolók szexualizálása vagy tárgyiasítása a tartalomban, mindegyik a player.hu oldalon jelent meg. Négy esetben a cikkek inkább a sportolók megjelenésére összpontosítottak, mint képességeikre, nem megfelelő vagy felesleges megjegyzéseket tettek a testükre, illetve tárgyiasító nyelvet használtak, amely a sportolókat a megjelenésükre redukálta. Egy cikk még a sporttal összefüggésbe nem hozható provokatív nyelvet is használt.

Fontos megjegyezni, hogy ezek az eredmények egy nagyon korlátozott mintára vonatkoznak, amely nem tükrözi a magyar online sportmédia teljes spektrumát. Noha előfordultak a női sportolók elfogult ábrázolásának esetei, mindegyik a player.hu oldalon jelent meg, amely inkább egy bulvár jellegű online platform sportrovattal, mint egy sportmagazin.

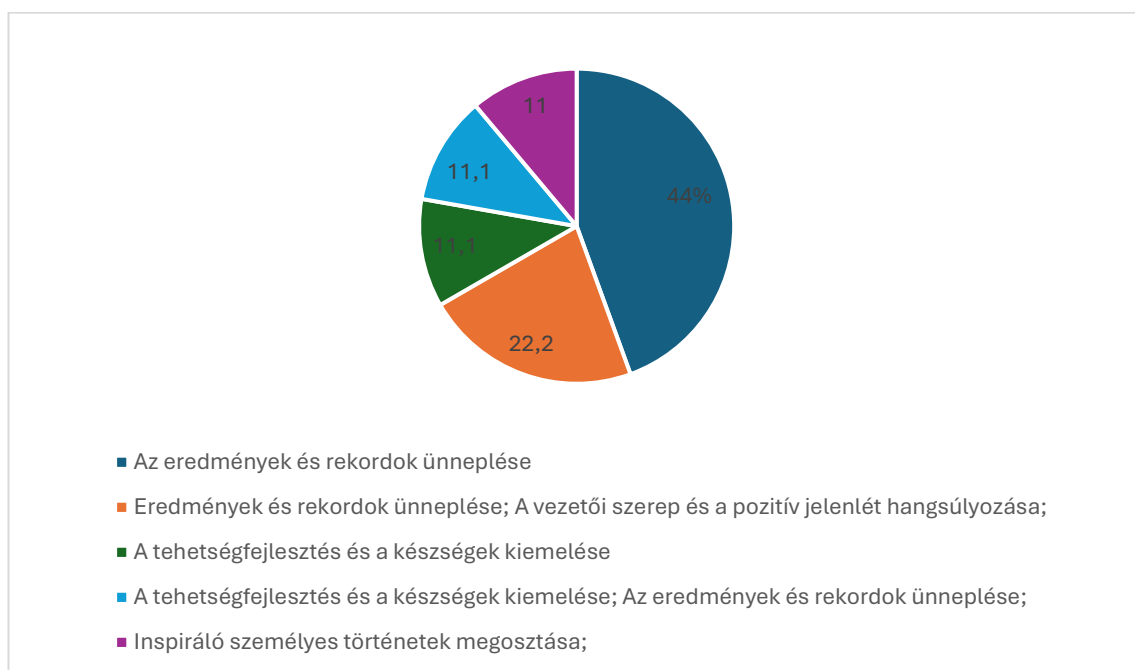
Ezek az eredmények összhangban vannak a tanulmány más részeiben szereplő eredményekkel, amelyek szerint a sportra fókuszáló médiumok inkább a női sportolók teljesítményét mutatják be, mint a megjelenésüket vagy a pályán kívüli életüket, azonban összességében továbbra is kevés láthatóságot biztosítanak számukra.

2.6. Negatív és pozitív keretezés a szövegben

A magyar online sportmagazinokban megjelent, női sportolókat említő 16 cikkből kettő (12,5%) negatív keretezést mutatott. Mindkettő a player.hu oldalon tette ezt, szankciók kiemelésével.

Ez az eredmény arra utal, hogy ebben a korlátozott alcsoportban a nőket általában tiszteletteljes és megerősítő módon ábrázolták, mivel 14 kiadás (87,5%) pozitív keretezést használt.

A 4. ábra a szövegben megjelenő pozitív keretezés kategóriáit mutatja



4. ábra: A pozitív keretezés szövegének kategorizálása (n=9)

Kilenc kiadás (az összes női sportolókat bemutató kiadás 56,3%-a) pozitív keretezést használt. Négy kiadás (25%) kizárólagos pozitív keretezési mintaként a női sportolók eredményeit és rekordjait ünnepelte. Kettő (12,5%) nemcsak ezeket az eredményeket ünnepelte, hanem kiemelte a női sportolók vezető szerepét és pozitív médiaszereplését is. Egy kiadás (6,25%) ünnepelte rekordjaikat, és kiemelte tehetségük fejlődését és képességeiket. Egy kiadás (6,25%) csak az utóbbit alkalmazta pozitív keretezésként. Egy másik kiadás (6,25%) inspiráló személyes történeteiket osztotta meg.

Érdemes megjegyezni, hogy ezeket az eredményeket óvatosan kell értelmezni a kis mintanagyság miatt. Az eredmények összhangban vannak a tanulmány más részeiben szereplő eredményekkel: elsősorban a női sportolók sportpályán elért eredményeit mutatják be, de alkalmanként a sportkarrierjüknél fontosabbnak tartják a külsejüket és a magánéletüket.

2.7. A képek jelenléte és száma a cikkekben

A magyar mintában szereplő 16 cikk, amelyben női sportolók szerepeltek, mindegyike tartalmazott legalább egy képet az említett sportolókról, ami 100%-os arányt jelent. Ebből 12 cikkben (75%) csak egy kép volt. A fennmaradó négy cikkben (25%) háromnál több kép volt azonosítható. Ezek az eredmények arra utalnak, hogy bár a képek jelenléte következetes, csak az esetek negyedében fordul elő kiterjedtebb vizuális ábrázolás, azaz több kép. Mindazonáltal a női sportolók vizuális megjelenítése, amikor szerepelnek a tartalomban, rendszeres szerkesztői gyakorlatnak tűnik az elemzett médiumokban.

2.8. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák a képekben

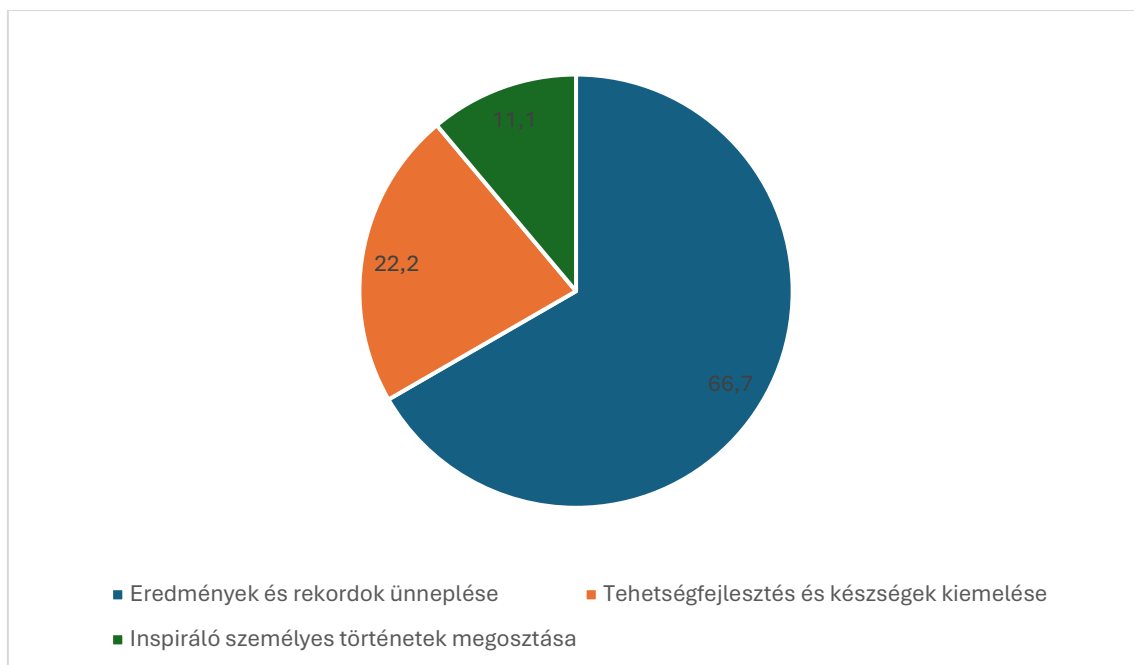
A női sportolókat ábrázoló 16 elemzett cikk közül csak egy esetben (6,3%) bagatellizálták a sportoló teljesítményét az eredményeinek lekicsinyítésével. Három esetben (18,8%) nemi sztereotípiák jelentek meg a fotókon, ami arra utal, hogy a sportolók sikereit a megjelenésükkel hozzák összefüggésbe. Öt esetben (31,3%) a képek a női sportolók szexualizálását vagy tárgyiasítását ábrázolták. Mind az öt esetben ez úgy történt, hogy a képek a sportolók képességei helyett a megjelenésükre összpontosítottak, a testüket nem megfelelően vagy szükségtelenül ábrázolták, és tárgyiasító ábrázolással a sportolókat a külsejükre redukálták. Három esetben a fotók emellett sportteljesítményhez nem kapcsolódó, pózoló, provokatív ábrázolást is tartalmaztak.

Érdemes megemlíteni, hogy ezek a fotók mind a bulvárlap jellegű player.hu magazinban jelentek meg. A sporttime.hu cikkekben nem találtunk szexista nyelvhasználatot, nemi sztereotípiákat, tárgyiasítást, szexualizálást vagy a teljesítmény trivializálását a képekben.

Negatív keretezésre utaló eseteket nem találtunk, ami arra utal, hogy az ilyen típusú portálokon a női sportolók ábrázolásakor igyekeznek elkerülni a diszkriminatív vagy megalázó vizuális gyakorlatokat.

Másrészt kilenc kép (56.3%) pozitív keretezést mutatott, ami a sportban szereplő nők iránti elismerő hozzáállást tükrözi. Az azonosított pozitív keretezési kategóriák olyan témákat tükröznek, mint a tehetség, a vezetői képességek, a siker és az inspiráló történetek. A fennmaradó nyolc kép (50%) sem negatív, sem pozitív keretezésű nem volt, hanem semleges, egyértelmű értékelő jelzések nélküli ábrázolás.

Az 5. ábra a pozitív keretezésű képek kategorizálását mutatja.



5. ábra: A képek pozitív keretezésének kategorizálása (n=8)

Ezek a vizuális ábrázolások összhangban vannak a szöveges tartalomban megfigyelt mintákkal, megerősítve az olyan pozitív szimbolikus tulajdonságokat, mint az eredmények ünneplése (6 – 66,7%), a készségek kiemelése (2 – 22,2%) és az inspiráló személyes történetek (1 – 11,1%).

Bár a minta kicsi, az adatok kedvező szerkesztői tendenciát jeleznek a női sportolók vizuális megjelenítése tekintetében.

2.9. A képek mérete és a női sportolók keretezése közötti kapcsolat elemzése

A közzétett képek mérete és a női sportolók pozitív keretezése közötti kapcsolat feltárása érdekében elemeztük a magyar online sportmagazinokból származó cikkeket, amelyek pozitív vizuális ábrázolásokat tartalmaztak a sportolónőkről. Ez a kvalitatív minta rendkívül kicsi, ezért óvatos értelmezést igényel, de releváns betekintést nyújt a médiareprezentációba.

Az elemzésben két fő változót vettünk figyelembe:

Kép mérete: a cikkben látható kép alapján kódolva (azaz a cikk kevesebb mint ¼-e, ¼-e, fele vagy több mint fele).

Pozitív keret a képen: korábbi kvalitatív kódolás alapján azonosítva olyan kategóriákba, mint „Eredmények és rekordok ünneplése”, „Tehetségfejlesztés és készségek kiemelése” és „Inspiráló személyes történetek megosztása”.

A 16. táblázat tartalmazza az elemzés eredményeit.

16. táblázat: A képek méretének és a pozitív keretezés kategóriáinak kereszttáblája

Képméret	Pozitív keretezés kategóriák	Gyakoriság	Százalék
A cikk kevesebb mint egynegyede	Eredmények és rekordok ünneplése	1	1
A cikk negyede	Eredmények és rekordok ünneplése	2	25
	A tehetségfejlesztés és a készségek kiemelése	1	12,5
	Inspiráló személyes történetek megosztása	1	1
A cikk fele	Tehetségfejlesztés és készségek kiemelése	1	12,5
A cikk több mint fele	Az eredmények és rekordok ünneplése	2	2

A női sportolókat pozitív módon ábrázoló cikkek elemzése nem mutat egyértelmű összefüggést a kép mérete és a pozitív keretezés típusa között. Bár a nagyobb képek (a cikk felét vagy több mint felét kitöltő képek) valamivel nagyobb valószínűséggel emelték ki az eredményeket, hasonló tartalom kisebb formátumban is megjelenik. Ez arra utal, hogy a pozitív ábrázolás nem feltétlenül kapcsolódik a vizuális kiemeléshez ebben a mintában. A nagyon korlátozott elemszám miatt azonban az

eredményeket óvatosan kell értelmezni. Kiemelendő, hogy az eredmények ünneplése volt a leggyakoribb keretező téma, gyakran a magyar sportolónők 2024-es párizsi olimpiai sikereivel összefüggésben, ami a kép méretétől függetlenül teljesítményük szimbolikus elismerését tükrözi.

2.10. Az eredmények összefoglalása

A magyar online sportmagazinok elemzése, amely két kiadványra (player.hu és sporttime.hu) összpontosított, vegyes képet mutat a női sportolók ábrázolása tekintetében. A 2024 júniusa és 2025 februárja között megjelent 19 cikkből 84,2% említett női sportolókat, ami viszonylag magas arányt jelent. A legtöbb esetben azonban a nők csak egy cikk tárgyát képezték egy-egy kiadásban, míg a férfi sportolók következetesen nagyobb terjedelmet és szerkesztői figyelmet kaptak. Ez megerősíti a szimbolikus alulreprezentáltság tendenciáját, amely más médiumokban is megfigyelhető a tanulmányban.

A hangnem és a keretbeállítás tekintetében a női sportolókat bemutató cikkek többsége pozitív hangvételű volt: 87,5%-ukban pozitív narratívát használtak, amely dicsérte az eredményeket, kiemelte a vezetői képességeket vagy a tehetséget, vagy inspiráló történeteket osztott meg. Csak két cikk (12,5%) mutatott negatív keretezést, mindkettő szankciókkal volt kapcsolatos. Mindazonáltal a nők ábrázolása nem volt mentes az elfogultságtól: a player.hu-n közzétett cikkek gyakran alkalmaztak szexista nyelvezetet, nemi sztereotípiákat és tárgyiasítást. Ezzel szemben a sporttime.hu-n nem találtunk ilyen példákat, ami arra utal, hogy a hangnem és a megjelenítés minősége jelentősen eltér a különböző médiumok között, különösen a bulvárlapok és a szakportálok között.

A vizuális ábrázolás hasonló tendenciákat mutatott. Mind a 16 cikk, amelyben női sportolók szerepeltek, legalább egy képet tartalmazott, és 50%-uk pozitív keretbe helyezte őket – leggyakrabban eredményeiket ünneplve. A képek fele azonban semleges maradt, és öt esetben (31,3%) szexualizált vagy tárgyiasító vizuális elemek jelentek meg, ismét kizárólag a player.hu oldalon. Negatív vizuális keretezés nem volt megfigyelhető, a sporttime.hu pedig tiszteletteljes vizuális színvonalat tartott fenn, nemi alapú előítéletek nélkül. Ezek az eredmények arra utalnak, hogy bár a képek megjelenítése következetes, azok keretezése erősen függ a szerkesztői stílustól és a médium értékeitől.

Végül, nyolc pozitív keretbe helyezett vizuális ábrázolás feltáró elemzése nem talált szignifikáns összefüggést a kép mérete és a keret típusa között. Ünnepélyes narratívák minden képméretben megtalálhatók voltak, a kis miniatűrökön át a nagyobb vizuális elemekig. A kis mintanagyság miatt azonban ezeket az eredményeket óvatosan kell értelmezni. Érdeemes megjegyezni, hogy a pozitív ábrázolások közül sok a magyar nők 2024-es párizsi olimpiai eredményeihez kapcsolódott, ami rámutat egy lehetséges szerkesztői tendenciára, miszerint elsősorban a nagy nemzetközi események alkalmával emelik ki a női sportot. Összességében, bár az online médiában, különösen a szakosodott csatornákon, ígéretes jelek mutatkoznak, az eredmények aláhúzzák, hogy a magyar digitális sportújságírásban továbbra is szükség van a női sportolók következetesebb, inkluzívabb és elfogulatlanabb ábrázolására.

3. Közösségi média: X profilok elemzése

Ez a fejezet X platformon (korábban Twitter) elemzi a női sportolók jelenlétét és reprezentációját. Ebben a részben arra törekszünk, hogy megértsük, hogyan járulnak hozzá (vagy épp nem járulnak hozzá) a sportágazaton belüli intézményi X profilok a nők láthatóságához a digitális térben. Az X az egyik legszélesebb körben használt közösségi médiaplatform a sportszövetségek, klubok, újságírók és sportolók körében a valós idejű sporttartalmak terjesztésére.

Az elemzés véletlenszerűen kiválasztott napokra koncentrál 2024 júniusa és 2025 februárja között. Ez lehetővé teszi a posztokban megjelenő nemi dinamikák pontos, ugyanakkor feltáró vizsgálatát. Az adatgyűjtés a POWER projekt által kidolgozott közös protokoll szerint történt, figyelembe véve a platformon releváns tevékenységet folytató magyar profilokat. Két intézményi médiaprofil választottunk ki, amelyek nagy számú követővel rendelkeznek: az egyik sportra specializálódott (*NSOnline*), a másik általános profilú (*tenyek_tv2*). A sportplatformnak az elemzés idején körülbelül 13,5 ezer követője volt, míg az általános hírekkel foglalkozó fióknak körülbelül 7,6 ezer.

3.1. Az elemzett bejegyzések száma X profilonként

A 17. táblázat a magyar esettanulmányban elemzett 58 bejegyzés eloszlását mutatja az azok eredetének megfelelő intézményi X profilok szerint. Két nagy követőszámmal rendelkező országos profil került be a mintába: az *NSOnline*, egy sporttal foglalkozó hírportál, és a *Tények*, egy általános televíziós hírműsor X profilja.

17. táblázat: A bejegyzések megoszlása X fiókok szerint

Hírportál	Sporttal foglalkozó fiók?	Bejegyzések száma	Százalék
NSOnline	Igen	31	53,4
Tények TV2	Nem	27	46,6
Összesen		58	100

A minta mindkét profilból viszonylag kiegyensúlyozott számú bejegyzést tartalmaz, ami lehetővé teszi a sportközpontú és az általános hírmédia összehasonlító elemzését. Az *NSOnline*, mint sporttal foglalkozó platform, tartalmazott több bejegyzést (53,4%), ami tükrözi a sporttal kapcsolatos tartalmak következetes megjelenését. A *Tények TV2* jelentős aránya (46,6%) azonban lehetővé teszi annak értékelését, hogy a női sportok hogyan jelennek meg a specializált kontextusokon kívül.

3.2. Az adatgyűjtés időszaka

A 18. táblázat az 58 cikk megjelenési hónap szerinti megoszlását mutatja. Az adatokat a 2024 júniusától 2025 februárjáig terjedő időszakban megjelent bejegyzések közül gyűjtöttük, ami lehetővé teszi a potenciális szezonális vagy kontextuális eltérések megfigyelését.

18. táblázat: A bejegyzések eloszlása az adatgyűjtési időszak szerint

Hónap	Gyakoriság	Százalék
2024 június	6	10,3
2024 július	6	10,3
2024 augusztus	6	10,3
2024 szeptember	6	10,3
2024 október	6	10
2024 november	6	10,3
2024 december	6	10,3
2025 január	7	12,1
2025 február	9	15,5

Az elemzett napok időben jól eloszlának, minden szezont lefednek, és 2025 februárjában érnek csúcsra (15,5%). Az időbeli sokszínűség erősíti a minta megbízhatóságát, mivel csökkenti az egyes időszakokhoz kapcsolódó torzításokat.

A 19. táblázat az elemzett 58 nap eloszlását mutatja a közzétételük napja szerint, ami segít azonosítani a heti szerkesztési mintákat.

19. táblázat: A bejegyzések eloszlása megjelenésük napja szerint

Hét napja	Gyakoriság	Százalék
Hétfő	9	15
Kedd	8	13,8
Szerda	8	13,8
Csütörtök	7	12,1
Péntek	8	13,8
Szombat	7	12,1
Vasárnap	11	19
Összesen	58	100

A vasárnapokon megjelent cikkek aránya a legmagasabb (19%), ami valószínűleg a hétvégi sporteseményekről szóló tudósításokkal kapcsolatos szerkesztői rutinra utal.

3.3. A férfi és női sportolóknak szentelt X bejegyzések száma

A 20. táblázatban található összegzés a férfi és női sportolóknak szentelt bejegyzések számát mutatja.

20. táblázat: Sportolók említése az X fiókokban nemek szerint

Milyen sportolókat említenek az X bejegyzések nemek szerint?	Gyakoriság	Százalék
Nincs említés	21	36,2
Igen – csak férfiak	5	8,6
Igen – csak nők	2	3,4
Igen – mindkettő	30	51,7
Összesen	58	99,9

Érdemes megjegyezni, hogy az adatbázisban szereplő 58 elemzett napból 21 (36,2%) nem tartalmazott sporttal kapcsolatos tartalmat, és mindegyik a Tények fiókjához kapcsolódott. Másrészt 30 nap (51,7%) foglalkozott mindkét nem sporttal kapcsolatos híreivel, és mindegyik a sportra fókuszáló *NSonline-on* jelent meg.

A 21. táblázat betekintést nyújt a női sportolók reprezentációjába ezekben az X posztokban. A változó dichotomikus (igen/nem), és kiemeli azon napok számát, amikor egyáltalán nem történt említés női sportolókról, hogy fel lehessen mérni a nők láthatatlanságának mértékét a sportmédia e szegletében.

21. táblázat: Női sportolók említése az X fiókokban

Az X bejegyzések említene női sportolókat?	Gyakoriság	Százalék
Igen	33	56,9
Nem	25	43,1
Összesen	58	100

33 nap (56,9%) említett női sportolókat, ami magas arány, tekintve, hogy 21 nap (36,2%) egyáltalán nem említette a sportot. A 22. táblázat a férfi és női sportolóknak szentelt bejegyzések számát mutatja.

22. táblázat: Férfi és női sportolóknak szentelt bejegyzések száma (n=58)

Bejegyzések száma	Férfi sportolók	Női sportolók
Nincs	22	25
Egy	6	7
2 és 4 között	-	13
5 és 8 között	-	5
Több, mint 8	30	8

A magyar esettanulmányban összesen 58 nap bejegyzését elemeztük, amelyek kilenc hónapon oszlanak el. A sporteseményekről szóló tudósításokban egyértelműen megkülönböztethető a sportágspecifikus és az általános platform, ami a két média profilját tekintve érthető. Az összes olyan napi hírfolyam, amikor nyolcnál több bejegyzés jelent meg mind a férfi, mind a női sportolókról, az *NSOnline* sportfókuszu fiókon volt található. A sportról szóló napi tudósításokat tekintve általában a férfi sportolókról szóló bejegyzések túlsúlyban voltak a női sportolókról szólókkal szemben.

Ezek az adatok kizárólag a POWER projekt keretében a mintába bevont és elemzett intézményi X profilon közzétett bejegyzésekre vonatkoznak. Bár nem tükrözik sem a magyarországi sportkommunikáció egészét, sem a platformokét, az adatok arra utalnak, hogy a női sportolók alulreprezentáltak a férfiakhoz képest. Ez azt jelenti, hogy a vizsgált közösségi média fiókokban továbbra is fennáll a nemek közötti egyensúlyhiány.

3.4. Női sportolókról szóló X bejegyzések elemzése

A teljes megfigyelésből 33 bejegyzés (56,9%) tartalmazott utalást női sportolókra a magyar profilok (*Tények* és *NSOnline*) X bejegyzései között. Ezek a bejegyzések alapul szolgálnak a női sportolók online médiában való megjelenésének részletesebb

elemzéséhez. A női sportolókra vonatkozóan elemeztük a sportág típusát és a szereplő női sportolók versenyszintjét. Az eredményeket a 23. táblázat tartalmazza.

23. táblázat: A női sportolókat bemutató magyarországi bejegyzések jellemzői (n=33)

Változó	Kategória	Gyakoriság	Érvényes százalék
A bemutatott sportág típusa	Csapatportok	16	48,5
	Egyéni sportágak	14	42,4
	Csapat-, egyéni és vegyes csapatportok	3	9,1
Sportolók versenyszintje	Amatőr	2	6,1
	Olimpiai	7	21,2
	Professzionális	20	60,6
	Professzionális, olimpiai	2	6,1
	Amatőr, olimpiai	1	3
	Alulról épülő, amatőr, profi, olimpiai	1	3

A csapatportok kissé nagyobb szerepet kaptak, mint az egyéni sportok, az X bejegyzések 48,4%-ában szerepeltek. A versenyszint tekintetében a legtöbb bejegyzés kizárólag profi sportolókról szólt (60,6%). Kizárólag olimpiai szintű sportolókról hét esetben (21,2%) esett szó, míg kizárólag amatőrökről kétszer (6,1%).

Fontos kiemelni, hogy ezek az eredmények kifejezetten a *Tények* általános híroldal és az *NSOnline* sporttal foglalkozó napilap X fiókjának jelen mintájára vonatkoznak. Bár az eredmények nem általánosíthatók a magyar sportmédia egészére, összhangban állnak a tanulmány más részeiben azonosított mintákkal: a férfi sportolókról többet publikálnak, és az amatőr sportokról kevesebbet, mint a profi sportokról.

3.5. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák az X bejegyzésekben

Mint már említettük, a magyarországi adatgyűjtés során 33 olyan X posztot azonosítottunk, amelyekben utalás történt női sportolókra. Ezek közül 29 (87,9%) sporttal kapcsolatos tartalmat tartalmazott, míg 4 (12,1%) sporton kívüli tartalmat női sportolók. A posztok szövegelemzése nem tárt fel semmilyen explicit példát szexista nyelvhasználatra vagy nemi alapú becsmérlő kifejezésekre, és nem bagatellizálta a női sportolók teljesítményét sem. Nemekhez kötött sztereotípiák két esetben (6,1%) fordultak elő. Az egyik esetben a sportoló nőiességét kérdőjelezték meg, a másikban pedig a sportoló érzelmességét feltételezték. Az ilyen típusú narratívák megerősítik az

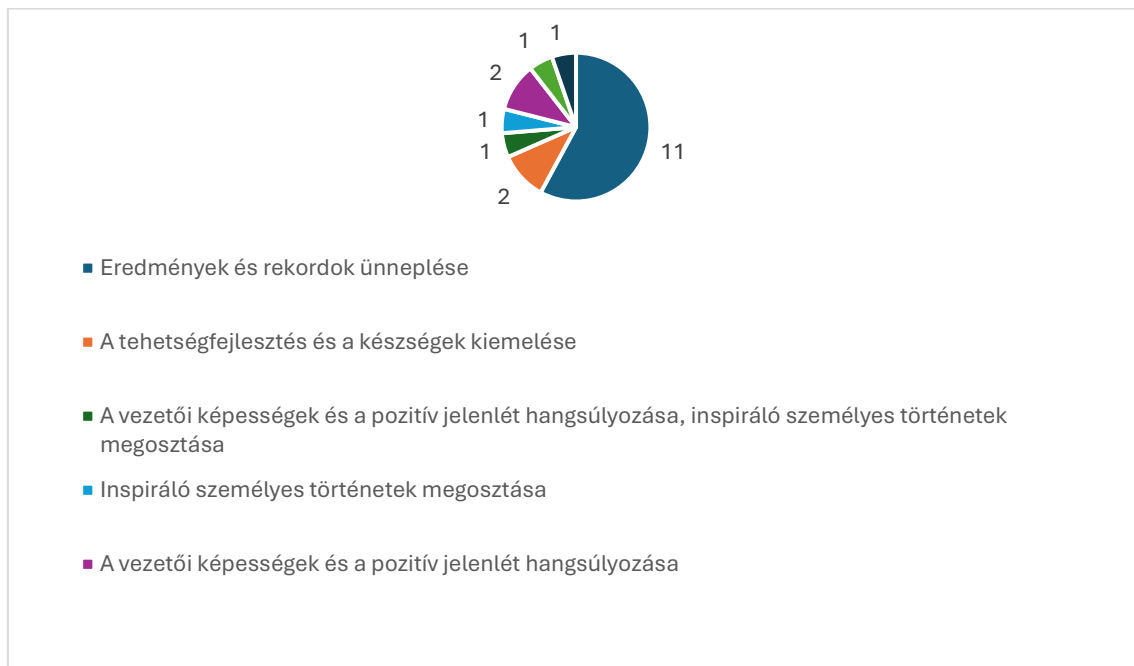
elavult felfogásokat, és kritikai figyelmet érdemelnek a szélesebb szerkesztői gyakorlat kontextusában.

Érdemes kiemelni, hogy a bejegyzések tartalmában nem azonosítottunk női sportolók szexualizálásának vagy tárgyiasításának eseteit, ami pozitív fejleményt jelezhet a nőkkel kapcsolatos sportkommunikációs tartalmak tekintetében. Ezt a következtetést azonban óvatosan kell értelmezni, mivel a minta viszonylag kicsi, és csak két X fiókból származik.

19 bejegyzés (57,6%) tartalmazott pozitív ábrázolást női sportolókról, míg kettő (6,1%) negatív ábrázolást mutatott. Az egyik esetben a publikáció a sportoló fizikai korlátaira helyezte a hangsúlyt, és fegyelmi problémákat emelt ki. A második esetben a bejegyzés kizárólag fegyelmi problémákról szólt.

A 6. ábra mutatja be a női sportolók pozitív ábrázolásának formáit a mintában. A pozitív ábrázolás leggyakoribb formája az eredmények és rekordok ünneplése volt, amely 11 bejegyzésben (57,9%) önmagában, további kettőben pedig más pozitív ábrázolásokkal együtt fordult elő. A többi ábrázolás a tehetségfejlesztés és a készségek kiemelését (összesen három tweetben), a vezetői képességek és a pozitív megjelenés hangsúlyozását, valamint inspiráló személyes történetek megosztását tartalmazta.

Az ilyen ábrázolások arra utalnak, hogy a sportmédia diskurzusában a nők szerepét és eredményeiket értékelik.



6. ábra: A pozitív keretezésű szövegek kategorizálása (n=19)

Bár ezek az eredmények nem általánosíthatók a magyar közösségi média egészére, jelzésértékű képet adnak arról, hogy a női sportolók hogyan jelennek meg az elemzett X bejegyzésekben. A negatív sztereotípiák és tárgyiasítás alacsony előfordulása, valamint a pozitív ábrázolások gyakorisága fontos mutatóként szolgálhat.

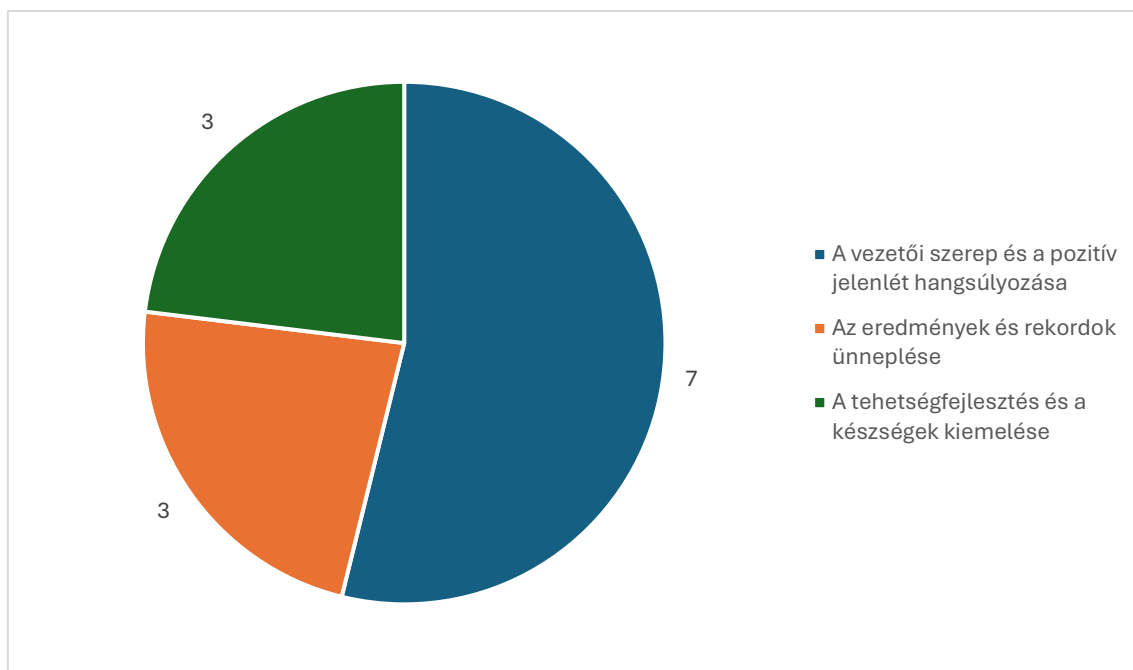
3.6. Képek jelenléte és száma az X bejegyzésekben

A 33 X bejegyzést, amelyben női sportolókat említene, elemeztük a képek jelenléte szempontjából is. Az adatok szerint 17 bejegyzés (51,5%) nem tartalmazott képet. 15 bejegyzés (45,5%) tartalmazott legalább egy képet női sportolókról, míg egy bejegyzés (3%) egy férfi képével volt illusztrálva. Ezek az adatok azt jelentik, hogy még mindig jelentős arányban nem használnak képeket, ami korlátozhatja a női sportolók vizuális hatását és láthatóságát a közösségi médiában. A képek jelenléte különösen fontos a nők sportban való megjelenésének erősítése szempontjából, főleg olyan platformokon, mint az X, ahol a vizuális tartalom központi szerepet játszik a közönség elérése és bevonása terén. Fontos megjegyezni, hogy ezek az eredmények a jelen tanulmány keretében elemzett magyar profilok korlátozott mintájára vonatkoznak, és nem általánosíthatók az egész digitális sportmédia területére.

3.7. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák az X bejegyzések képein

A női sportolókat említő 15 X bejegyzés közül egyetlen esetben sem fedeztük fel a teljesítmény bagatellizálását a vizuális ábrázolásokban. Két bejegyzésben a női sportolók szexualizálása vagy tárgyiasítása volt látható, azaz a képek a képességeik helyett a külsejükre összpontosítottak. Mindkét bejegyzésben a képen a női kézilabdázó arcának közeli felvétele volt látható, ahelyett, hogy a játékból vett akciójelenetet mutatott volna. Egy esetben nemi sztereotípiák voltak láthatók, amelyek feltételezett érzelmesség formájában jelentek meg, mivel a képen két ellenfél csapatának kézilabdázói voltak láthatók, akik a mérkőzés után vigasztalják egymást.

Csak egy bejegyzés (6,7%) tartalmazott negatív keretezést, amely a képen ábrázolt szankciókhoz vagy fegyelmi kérdésekhez kapcsolódott. 13 bejegyzés (86,7%) pozitív keretezést alkalmazott a képeiben. A 7. ábra ezeknek a bejegyzéseknek a pozitív vizuális keretezésének alkategóriáit mutatja.



7. ábra: A képekben megjelenő pozitív keretezés kategorizálása (n=13)

Hét kép pozitív keretezést használt, hangsúlyozva a női sportolók vezető szerepét és pozitív jelenlétét, ami a pozitív keretezésű képek 53,8%-át teszi ki. Három bejegyzés a női sportolók eredményeit ünnepelte (23,1%), míg további három a tehetségfejlesztést és a készségeket emelte ki. Mindezek a képek megerősítették az érdemekkel, a vezetői képességekkel vagy az inspirációval kapcsolatos szimbolikus tulajdonságokat. Bár az elemzett minta korlátozott, a női sportolók szexualizálásának vagy tárgyiasításának, valamint a nemi sztereotípiáknak a nagyon csekély jelenléte a vizsgált digitális tudósításokban tiszteletteljesebb és konstruktívabb megközelítést jelezhet.

3.8. Az eredmények összefoglalása

A POWER projekt keretében elvégzett, a X platformon található két magyar profil bejegyzéseinek elemzése értékes betekintést nyújt a női sportolók digitális megjelenítésébe. Az eredmények enyhe nemek közötti egyensúlyhiányt mutatnak a sporttudósításban: 25 bejegyzés (43,1%) egyáltalán nem említett női sportolókat. Fontos megjegyezni, hogy 22 (37,9%) bejegyzés férfi sportolókat sem említett. Ez a hírportál általános sporttudósításának korlátozottságára utal. A kizárólag sporttal foglalkozó médium esetében az elemzett időszakban csak egy nap telt el anélkül, hogy női sportolóról szóló bejegyzés jelent volna meg. Ezek a minták megegyeznek a tanulmány más részeiben azonosítottakkal: a magyar médiában a férfi sportolók enyhe túlsúlya.

Ezen egyensúlytalanság ellenére a bejegyzések hangvétele és tartalma (mind szöveges, mind vizuális) nem tartalmazott egyértelmű példákat szexista nyelvhasználatra, és alig fordult elő tárgyiasítás vagy szexualizálás. Ezen túlmenően a bejegyzések többsége pozitív keretbe helyezte a sportolókat, kiemelve vezető szerepüket, eredményeiket, tehetségüket vagy inspiráló példájukat. Ez arra utal, hogy amikor szerepelnek a médiában, a női sportolókat általában méltóságteljesen és érdemeiknek megfelelően ábrázolják.

Ezeket az eredményeket azonban az elemzés korlátai figyelembevételével kell értelmezni. A minta kicsi (n=58) és csak két intézményi X profilra épül, amelyek nem tükrözik teljes mértékben ezeknek a médiumoknak a szerkesztői stratégiáit, sem a magyar sportmédia nemek közötti reprezentációjának szélesebb körű összetettségét. Ezenkívül a bejegyzések korlátozott száma korlátozza a következtető statisztikai elemzések elvégzésének lehetőségét. Bár lehetséges leíró tendenciákat azonosítani, a

minta nem elég nagy ahhoz, hogy általánosításokat vagy statisztikailag érvényes hipotézisek tesztelését lehetővé tegyen.

Végül, az adatok arra utalnak, hogy a női sportolók továbbra is alulreprezentáltak a magyar digitális sportmédiaterben, még olyan platformokon is, mint az X, amelyek lehetőséget kínálnak a tartalmak közvetlenebb és inkluzívabb terjesztésére. A jövőbeli kutatásokhoz nagyobb minták, szélesebb profilválaszték (pl. sportolók, szövetségek) és hosszabb időtáv szükségesek, hogy megerősítsék ezeket a tendenciákat és elősegítsék a nők egyenlőbb láthatóságát a magyar sportban.

4. Tévéműsorok online változatának elemzése

Ez az elemzés a POWER projekt keretében, 2024 júniusa és 2025 februárja között leadott magyarországi online televíziós hírműsorok sportblokkjait elemzi. A tanulmány a női sportolók láthatóságát és megjelenítését vizsgálja a nemzeti televíziós csatornák sporttal kapcsolatos hírműsoraiban.

4.1. Az elemzett epizódok száma televíziós csatornánként

A 24. táblázat a 43 elemzett hírműsorepizód eloszlását mutatja be két nagy országos csatorna, az M1 és az RTL+ között. Az M1 Magyarország állami finanszírozású közszolgálati csatornája, amely általában a kormányhoz közel álló szerkesztői álláspontot tükrözi. Ezzel szemben az RTL+ vezető kereskedelmi csatornaként működik, és általában a kormánypolitikával szemben kritikusabb hozzáállás és a társadalmi nézőpontok szélesebb körű bemutatása jellemzi. Egy közszolgálati és egy kereskedelmi csatorna vizsgálatba való bevonása lehetővé teszi a különböző intézményi és politikai keretek között alkalmazott szerkesztői gyakorlatok összehasonlító elemzését.

24. táblázat: Az epizódok csatornánkénti megoszlása

TV-csatorna	Epizódok száma	Százalék
RTL+	21	48,8
M1	22	51,2

A minta mindkét csatornán viszonylag kiegyensúlyozott, ami lehetővé teszi az összehasonlító elemzést. A közszolgálati országos csatorna, az M1 híradó a minta

valamivel több mint felét (51,2%) teszi ki, ami arra utal, hogy ennek a csatornának az epizódjai valamivel gyakrabban kerültek be a mintába.

4.2. Az adatgyűjtés időszaka

A 25. táblázat a 43 epizód eloszlását mutatja sugárzásuk hónapja szerint. Az elemzési időszak 2024 júniusától 2025 februárjáig terjed, így különböző időszakokat és hírciklusokat fed le.

25. táblázat: Az epizódok havi megoszlása

Hónap	Gyakoriság	Százalék
2024 június	4	9,3
2024 július	6	14
2024 augusztus	4	9,3
2024 szeptember	4	9,3
2024 október	7	16,3
2024 november	4	9,3
2024 december	4	9,3
2025 január	6	14
2025 február	4	9,3

Az eloszlás nagyjából egyenletes a hónapok között. 2024 októberében volt a legmagasabb a kódolt epizódok aránya (16,3%), míg hat hónapban hat (14%), másik hat hónapban négy epizód volt (9,3%).

A 26. táblázat az epizódok eloszlását mutatja a sugárzás napja szerint. Ez lehetővé teszi a szerkesztői rutinok vagy bizonyos napokhoz kapcsolódó trendek azonosítását.

26. táblázat: Az epizódok eloszlása a hét napjai szerint

Hét napja	Gyakoriság	Százalék
Hét	6	14
Kedd	6	14
Szerda	6	14
Csütörtök	8	18,6
Péntek	7	16,3
Szombat	6	14

Vasárnap	4	9,3
----------	---	-----

Hétköznapokon egyenletes eloszlás (6-8 gyakoriság) figyelhető meg, és csütörtökön a legmagasabb az arány (18,6%). Ez arra utal, hogy a sporthírek a hét minden napján egyenletesen jelennek meg, egyik nap sem kap kiemelt figyelmet.

4.3. Női vonatkozású tévériportok és hírműsorok elemzése

A teljes mintából csak hét epizódban szerepelt női sportolókra utalás. Ezen hét hírműsorban összesen kilenc hír/riport foglalkozott női sportolókkal. Fontos megjegyezni, hogy ezek a hírek/riportok mind a 2024-es nyári olimpiai és paralimpiai játékokkal kapcsolatosak voltak. Ezek a hírek/riportok képezik az alapját egy részletesebb elemzésnek, amely a női sportolók magyar televíziós hírműsorokban való megjelenésének sajátosságaira összpontosít. A legfontosabb eredményeket a 27. táblázat tartalmazza.

27. táblázat: Női sportolókat bemutató hírek/riportok jellemzői

Változó	Kategória	Gyakoriság	Érvényes százalék
A riport milyen típusú sporttal kapcsolatos?	Csapat-sport	2	2
	Egyéni sport	3	33,3
	Csapat- és egyéni sportok	4	44,4
A sportág típusa	Úszás	2	2
	Vízilabda	2	22,2
	Bokszt	2	2
	Kézilabda	1	11,1
	Vívás	1	11,1
	Dzúdó	1	11,1
Sportolók versenyszintje	Professzionális/olimpiai	9	100

Minden riport közvetlenül kapcsolódott a sporthoz, elsősorban a tipikus magyar olimpiai sportágakra összpontosítva, az úszástól a vívásig. Nem volt utalás amatőr sportolókra, és minden bemutatott nő professzionális sportoló, egyben olimpián volt.

4.4. Szexista nyelvezet és nemi sztereotípiák

Az elemzett híradások többsége nem bagatellizálta vagy becsmérelte a női sportolók teljesítményét. Nyílt nemi sztereotípiákra csak két esetben volt példa, mindkettő a bokszt sportághoz kapcsolódott. Konkrétan az algériai bokszoló Imane Khelif és a magyar bokszoló Hámori Luca mérkőzéséről szóló tudósításokról volt szó. Mindkét riportban implicit módon megkérdőjelezték az algériai sportoló nőiességét, hangsúlyt fektetve férfias megjelenésére. Figyelemre méltó, hogy egyetlen híradó sem tartalmazott szexualizált vagy tárgyiasító ábrázolást női sportolókról, ami pozitív eltérést jelent a korábbi médiakutatásokban megfigyelt tendenciákhoz képest.

A női sportolókat bemutató kilenc híradás közül hét (77,8%) pozitív színben ábrázolta őket. Ezek a riportok általában sportteljesítményüket dicsérték, különös tekintettel a 2024-es párizsi olimpiai és paralimpiai játékokon elért eredményeikre. Ezen belül három riport (körülbelül 43%) kiemelte a női sportolók vezetői képességeit és erős nyilvános jelenlétét, míg egy riport a tehetséggondozás és a fizikális képességek fontosságát hangsúlyozta.

Ezzel szemben a kilenc szegmens közül kettőt semleges hangvételűnek ítéltünk. Az egyik az Imane Khelif ellen hozott lehetséges fegyelmi intézkedésekre összpontosított, és az algériai sportolót viszonylag negatív kontextusban ábrázolta. Ez arra utal, hogy bár a pozitív keretezés dominál, bizonyos körülmények között, különösen a hagyományos nemi normákat megkérdőjelező sportolók esetében, még mindig előfordulhatnak negatív vagy sztereotípiákra épülő ábrázolások.

4.5. A nemek jelenléte és a műsoridő a televíziós riportokban

A 43 elemzett hírműsor közül

- 17 adás (39,5%) tartalmazott legalább egy szegmenst, amely férfi sportolókra összpontosított;
- 7 adás (16,3%) tartalmazott utalást női sportolókra.

A női sportolóknak szentelt becsült teljes sugárzási idő az összes adásban körülbelül 10 perc volt. Fontos megjegyezni, hogy ezek szinte teljes egészében a 2024-es nyári olimpiai és paralimpiai játékok teljesítményeire koncentráltak. Ez az időbeli és tematikus

koncentráció aláhúzza a nők televíziós sportriportokban való megjelenésének korlátozott és eseményvezérelt jellegét.

Az adatok egyértelmű egyensúlytalanságot mutatnak a férfi és női sportolók megjelenése és a szerkesztői hangsúly között. A férfi sportolók több mint kétszer olyan sok epizódban szerepeltek, mint női társaik. Ráadásul, még akkor is, ha női sportolók is szerepeltek, a róluk szóló tudósítások általában lényegesen rövidebbek voltak. Érdekes módon a női paralimpikonok több műsoridőt kaptak, mint férfi társaik, ami valószínűleg annak köszönhető, hogy a magyar nők több érmet nyertek a paralimpián – ez a változó további kutatásokat érdemel.

Összességében a női sportolóknak több hónap alatt és több csatornán összesen mindössze 10 percnyi sugárzási időt szenteltek, ami jól illusztrálja a női sportolók folyamatos marginalizálódását a televíziós hírmédiában. Ez a korlátozott láthatóság megerősíti a szimbolikus alulreprezentáltság általánosabb mintáit, és aláhúzza a sportújságírásban a nemek közötti egyenlőség elérése érdekében szükséges tartósabb és strukturáltabb szerkesztői stratégiák kidolgozásának szükségességét.

4.6. Az eredmények összefoglalása

A magyar televíziós műsorok elemzése jelentős korlátokat tár fel a női sportolók láthatóságát és bemutatását illetően a televíziós tudósításban. Fontos megjegyezni, hogy a kódolt hírműsorok száma viszonylag csekély volt ($n=43$), és csak hét műsorban tettek utalást női sportolókra, összesen kilenc hírműsorszegmensben. A korlátozott mintanagyság óvatosságra int a megállapítások értelmezésében, és megakadályozza a magyar médiaképre vonatkozó szélesebb körű általánosítást. Mindazonáltal az adatok tartós nemek közötti egyensúlyhiányra utalnak, ami összhangban áll a korábbi kutatásokkal és a meglévő empirikus bizonyítékokkal. Míg a férfi sportolók az elemzett epizódok közel 40%-ában szerepeltek, a női sportolók csak 16,3%-ban. Ráadásul a női sportolóknak szentelt becsült teljes sugárzási idő mindössze 10 perc volt, amely elsősorban a párizsi nyári olimpiai és paralimpiai játékok eredményeit fedte le. Ezek az eredmények arra utalnak, hogy a nők jelenléte a televíziós sporthírekben továbbra is szórványos és marginális, és nagyrészt olyan nagy nemzetközi eseményekre korlátozódik, mint az olimpia, és egyértelműen nem része egy következetes szerkesztői megközelítésnek.

Azonban amikor női sportolók is szerepeltek az adásokban, ábrázolásuk általában pozitív volt. A tudósítások inkább a fizikális teljesítményt, az eredményeket és a tehetséget emelték ki, és csak két esetben fordultak elő nemi sztereotípiák vagy negatív keretezés. Mindkét eset ugyanahhoz a bokszeseményhez kapcsolódott, amelyen a korábban említett, férfias megjelenésű algériai sportoló szerepelt. Ez arra utal, hogy a szerkesztők igyekeznek elkerülni a nyíltan diszkriminatív narratívákat és inkább a női sportolók sikereire koncentrálnak, különösen a nagy horderejű versenyek kontextusában. Mindazonáltal az ilyen pozitív keretezés nem oldja meg a strukturális alulreprezentáltság mélyebb problémáját. A rendszeres és tartós láthatóság nélküliség továbbra is hozzájárul a szimbolikus marginalizációhoz.

Összegzésként elmondható, hogy bár a magyar televíziós tudósítások hangvétele pozitívabb irányba mozdul el, a női sportolók megjelenésének gyakorisága és mélysége továbbra is elégtelen. A sportmédiában tapasztalható nemek közötti egyensúlytalanság kezelése ezért nem csupán méltányos keretbe foglalást igényel, hanem a női sportolók következetes, sokszínű és strukturált bevonását a napi médiaprogramba.

5. Fókuszcsoport-elemzés

A fókuszcsoportos technika alkalmazása lehetővé tette számunkra, hogy rövid idő alatt megfelelő mennyiségű adatot gyűjtsünk. Ugyanakkor nem állíthatjuk teljes bizonyossággal, hogy a résztvevők hozzászólásai spontánok voltak. Mindazonáltal a fókuszcsoportos beszélgetés során gyűjtött információk egy része potenciálisan nagy értékű, mivel azok komplex módon, ám a valóság egyszerű megfigyelésével kerültek összegyűjtésre (Freitas et al., 1998, 4. o.).

A fókuszcsoport célja, hogy a résztvevők megértsék a kutató számára érdekes témát, függetlenül attól, hogy azt önmagában vagy más kutatási módszerekkel együtt alkalmazzák. Kihasználva ennek a technikának az interszubjektív és megosztott jellegét, ez a lépés különösen hasznos a női sportolók médiában való megjelenését meghatározó tényezők azonosításában. Így pontosabb képet kaphatunk erről a jelenségről.

Fő célok

- Reflektálni a női sportolók sportmédiában való ábrázolására.
- Megvitatni a médiában fellelhető, nemek közötti egyenlőtlenség okait és következményeit.

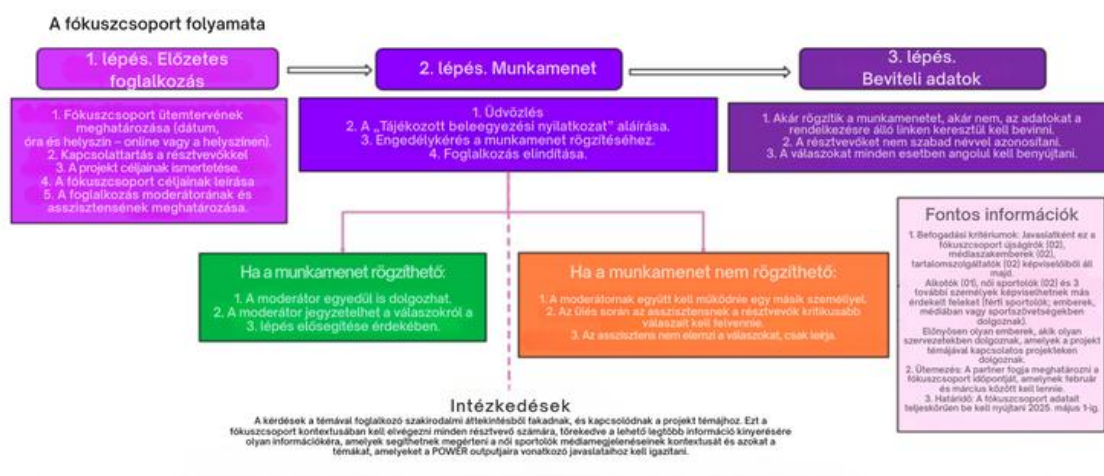
Felvételi kritériumok

A magyar fókuszcsoporthoz tagjai:

- Két női sportoló;
- két újságíró;
- két további médiaszakember;
- egy tartalomgyártó;
- a sportágzatban dolgozó három további szakember (egy sportszövetségnél dolgozó egykori sportoló, egy hírügynökségnél dolgozó médiaszakember és egy sportmenedzser, aki egyben amatőr sportoló is).

A nemek közötti egyensúly érdekében öt nő és öt férfi vett részt a fókuszcsoporthoz. Koruk is sokszínű volt: két résztvevő 35 év alatti, négy 36 és 45 év közötti, négy pedig 45 év feletti volt. Ez a sokszínűség lehetővé tette a kutatók számára, hogy több generáció szemszögéből mutassák be a magyar sportot.

A 8. ábra a magyar fókuszcsoporthoz üléseinek folyamatát mutatja be az előkészítéstől az adatok beviteléig.



8. ábra: A magyar fókuszcsoporthoz üléseinek menete

5.1. Elemzési keret és kategóriák kidolgozása

A tanulmányban használt tematikus kategóriák egy hibrid megközelítéssel jöttek létre, amely a magyar fókuszcsoporthoz induktív megállapításait ötvözte a meglévő

szakirodalomra épülő deduktív keretrendszerrel. Braun és Clarke (2006) tematikus elemzési modelljére támaszkodva a kódolási folyamat a jegyzetek többszöri elolvasását, a kiemelkedő minták azonosítását és az ezeket követő, tágabb elemzési kategóriákba sorolását jelentette.

A fókuszcsoport kérdéseit irányító előre meghatározott struktúra a sportmédiában megjelenő nemi reprezentáció kutatásának legfontosabb tudományos eredményein alapul. George és társai (2001) és Sherwood és társai (2016) alapvető tanulmányai rávilágítottak a női sportolók láthatóságának és megjelenítésének tartós egyensúlyhiányára a szöveges és vizuális médiában, beleértve a szerkesztői gyakorlatok és a közönség elvárásainak szerepét a tudósítás alakításában. Martínez-Abajo és társai (2020) tovább vizsgálták, hogy a női sportolók hogyan érzékelik saját ábrázolásukat, kiemelve az alulreprezentáltsággal, az érzelmi sztereotípiákkal és a sportteljesítményre való összpontosítás hiányával kapcsolatos visszatérő aggályokat.

Kane, LaVoi és Fink (2013) kritikai betekintést nyújtott a női sportolók tárgyiasításába és szexualizálásába, különösen a vizuális tudósításon keresztül, míg Jones és Greer (2011) bemutatta, hogy a női megjelenés hogyan befolyásolja a közönség percepcióját és a média sportban dolgozó nőkkel való bánásmódját. Ezek a munkák elméleti és empirikus alapot nyújtottak a fókuszcsoportos kérdésekhez, majd a későbbi elemzéshez.

Így alakult ki a kérdések hat kategóriája: egyenlőtlenség a médiában, sztereotípiák és szexualizálás, a teljesítményre való összpontosítás hiánya, a sportolók karrierjére gyakorolt hatás, szexista és nemi sztereotípiák, valamint a változás szükségessége. Ezek a kategóriák tükrözik a fókuszcsoportban azonosított tematikus mintákat és a korábbi kutatásokban megállapított néhány fogalmi alapot. Ez a megközelítés biztosítja, hogy az elemzés mind a résztvevők perspektíváján alapuljon, mind pedig elméletileg megalapozott legyen.

5.2. A fókuszcsoport témái és kérdései

1. Egyenlőtlenség a médiában

Meghatározás: a női sportolók mind mennyiségileg, mind minőségben jelentősen kevesebb figyelmet kapnak, mint férfi társaik. Ez az egyenlőtlenség hatással van a közvélemény elismerésére és csökkenti a sportvilágban megítélt értéküket.

Fókuszcsoport kérdései:

- Mit lehetne tenni annak érdekében, hogy a női sportolók több médiafigyelmet kapjanak?
- Mely női sportágak kapnak Ön szerint médiavisszhangot? Miért?
- Úgy gondolja, hogy a médiában való megjelenés hiánya befolyásolja a közvéleményt a nők sportban elért eredményeinek értékéről?

2. Sztereotípiák és szexualizálás

Meghatározás: a médiában gyakran erősítik a hagyományos nemi sztereotípiákat, vagy szexualizálják a női sportolókat, több figyelmet fordítva fizikai megjelenésükre és érzelmi tulajdonságaikra, mint sportteljesítményükre.

Fókuszcsoport kérdései:

- Ön szerint a közvélemény elvárja, hogy a női sportolókat egy bizonyos módon ábrázolják? Ha igen, ez hogyan befolyásolja a médiában megjelenő képet róluk?
- Észrevett szexualizált ábrázolásokat női sportolókról a médiában? Mit gondol, ez hogyan befolyásolja a közvéleménynek a sportolókról alkotott képét?

3. A teljesítményre való összpontosítás hiánya

Meghatározás: a női sportolókról szóló tudósítások hajlamosak figyelmen kívül hagyni a sportteljesítményt, és inkább az életmódra, a megjelenésre vagy a személyes történetekre koncentrálnak, ami aláássa a sportolók eredményeit.

Fókuszcsoport kérdései:

- Ön szerint mi annak az oka, hogy a média inkább a női sportolók személyes vagy felszínes aspektusaira koncentrálnak, a képességeik és sportteljesítményük helyett?
- Úgy gondolja, hogy a sportolóknak nagyobb kontrollt kellene gyakorolniuk a saját történeteikről szóló beszámolók felett? Milyen eszközök vagy platformok segíthetnek ebben a folyamatban?

4. Hatás a sportolók karrierjére

Meghatározás: a női sportolókra vonatkozó korlátozott és elfogult tudósítások negatívan befolyásolják a szponzorok, a médiaszereplési szerződések és a hosszú távú sportkarrier megszerzésének és megtartásának esélyeit.

Fókuszcsoporthoz kérdések:

- Milyen hatással lenne a női sportteljesítmények nagyobb láthatósága a jövő generációinak inspirálására?

5. Szexista és nemi sztereotípiák

Meghatározás: a médiában gyakran megerősítik a szexista előítéleteket, a nőket érzelmesség, függőségi viszony vagy alacsonyabb rendűség szűk keretein belül ábrázolják, míg a vizuális tartalmak tárgyiasíthatják vagy marginalizálhatják jelenlétüket.

Fókuszcsoporthoz kérdések:

- Ön szerint a média pozitív irányba változik a nemi sztereotípiák csökkentése tekintetében? Mi az, ami még javításra szorul?
- Milyen példákat látott a sztereotípiákon alapuló ábrázolásra a sportmédiában?

6. Változás szükségessége

Meghatározás: egyre inkább elismerik, hogy a sportban a nőket inkluzívabb, pontosabb és önérvényesítőbb módon kell ábrázolni. Az ábrázolásnak tükröznie kell a sokszínűséget, elő kell mozdítania az egyenlőséget, és a társadalmi változás motorjaként kell szolgálnia.

Fókuszcsoporthoz kérdések:

- Milyen jó példákat látott a médiában a nők sportban való ábrázolására? Mit tanulhatunk belőlük?

A 28. táblázatban bemutatjuk a fókuszcsoporthoz tíz résztvevőjét.

28. táblázat: Fókuszcsoporthoz résztvevői – profilösszefoglalás

Kód	Nem	Szakmai szerep / hovatartozás	Releváns háttér	Befogadási kategória
P1	Nő	Független sportújságíró. Online magazinoknál dolgozik, könyvekhez és közösségi oldalakhoz ír cikkeket.	Több, mint 25 éves tapasztalattal rendelkezik a sportújságírásban, a nők sportban való szerepvállalásának előmozdításáért küzd.	Újságíró
P2	Férfi	Újságíró, jelenleg egy országos sportszövetségnél dolgozik.	Több, mint 25 éves tapasztalat a sportújságírásban.	Újságíró

P3	Férfi	Több nyári és téli sportág televíziós kommentátora.	Több, mint 20 éves tapasztalat sportújságírásban és kommentátorként.	Médiaszakember
P4	Férfi	Többszörös díjnyertes szabadúszó sportfotós, aki nyomtatott és online újságoknál dolgozott.	Fiatal kora ellenére számos egyéni és csapatsportot követ nyomon hazai és nemzetközi szinten egyaránt. Jól ismeri a sport vizuális közvetítésének változó trendjeit a különböző típusú médiumokban.	Médiaszakember
P5	Nő	Női magazin tartalomfelelőse, és nagy követőtáborral rendelkezik a közösségi médiában, ahol sporttal kapcsolatos tartalmakat is megoszt.	Saját közösségi média csatornáin és podcastjában sokat beszél a női (sportolói) testről.	Tartalomgyártó
P6	Nő	Amatőr nyári sportoló egyéni sportágban. Emellett egy profi kerékpáros csapatnál is dolgozik.	Női sportoló, aki férfi sportolókkal dolgozik sportmenedzserként. Kommunikációs területen is dolgozik.	Női sportoló
P7	Nő	Amatőr téli sportoló egy csapatsportban, egyben bírónként is dolgozik a sportága világeseményein.	Egyéni és csapatsportban szerzett tapasztalatokkal rendelkezik, emellett nemzetközi bírónként is dolgozik.	Női sportoló
P8	Nő	Korábban egy nemzeti sportszövetség kommunikációs munkatársa, jelenleg egy vállalat sportmenedzsere és amatőr sportoló.	Tapasztalattal rendelkezik a magyar sport különböző szervezeteiben (pl. nemzeti sportszövetség, vállalat, sportklub).	További érdekelt fél (sportmenedzser és amatőr sportoló)
P9	Férfi	Sportszerkesztő egy hírügynökségnél	Több, mint 15 éves tapasztalat a sportkommunikációban, különböző sportágakban.	További érdekelt fél (sportszerkesztő egy hírügynökségnél)
P10	Férfi	Egyéni sportágban olimpikon, nemzeti irányító testület és sportlétesítmény döntéshozója.	Több, mint 30 éves tapasztalat a magyar sportban különböző pozíciókban.	További érdekelt fél (volt élsportoló, döntéshozó és sportlétesítmény-vezető)

5.3. Tematikus elemzés

Tematikus elemzést végeztünk a fókuszcsoport jegyzőkönyveiből kirajzolódó jelentésminták (témák) azonosítása és értelmezése céljából. A Braun és Clarke (2006) által javasolt hatfázisú megközelítést alkalmaztuk: (1) az adatok megismerése, (2) kezdeti kódok

kidolgozása, (3) témák keresése, (4) témák áttekintése, (5) témák meghatározása és elnevezése, valamint (6) a jelentés elkészítése.

Hibrid megközelítést alkalmaztunk, amely ötvözte a résztvevők válaszaiból származó induktív kódolást és a sportmédiában megjelenő nemi reprezentációval kapcsolatos szakirodalom deduktív iránymutatásait. A jegyzeteket többször elolvastuk és kézzel kódoltuk, hogy azonosítsuk az ismétlődő fogalmakat, attitűdöket és javaslatokat. A kódokat ezután szemantikai hasonlóságok és fogalmi koherencia alapján tágabb kategóriákba rendeztük.

Az elemzés szigorúságának biztosítása érdekében a kategóriákat a kutatók egymás között és elméleti mutatókkal is összevetették, majd a résztvevők hozzászólásainak gazdagságát tükrözve felülvizsgálták. Ezután minden kód szélesebb kategóriákba került csoportosításra. A résztvevők idézetei illusztrálják a felmerült témákat. A 29. táblázat táblázatos formában mutatja be a tematikus elemzés eredményeit.

29. táblázat: Tematikus elemzés Magyarországról

1. kategória: Egyenlőtlenség a médiában		
Alkategóriák	Tematikus elemzés	Résztevők
A férfi és női sportolók televíziós megjelenése között különbség van.	Több résztvevő egyetért abban, hogy a férfi és női sportok televíziós közvetítése terén egyenlőtlenség tapasztalható. A férfi sportok dominálnak.	P1, P2, P5
A média a keresletre reagál.	Általánosságban elmondható, hogy a férfi sportágak népszerűbbek és szórakoztatóbbak, ezért kapnak több médiafigyelmet. Bizonyos esetekben a női sportokról szóló tudósítások száma mesterségesen túlzott, ami társadalmi trendeknek és a sportirányító szervezetek nyomásának tudható be.	P2, P3, P6, P7, P8, P9, P10
A médiában való megjelenés a versenyek minőségétől is függ.	A legtöbb sportágban a férfiak versenyei magasabb színvonalúak, mint a nők versenyei. Ez is az egyik oka annak, hogy többet szerepelnek a médiában.	P7, P9
A magyar 2024-es paralimpiai csapatban a nők domináltak a versenyeken és a médiában egyaránt.	A nők a 15 éremből 12-t nyertek, és extrovertáltabbak voltak a médiával való kommunikációban.	P8
Lehet, hogy különbség van a férfiak és a nők közszereplési vágya között.	A médiában való megjelenés attól is függ, hogy a sportoló szeret-e a médiában szerepelni. Ebben a tekintetben lehet különbség a nemek között. Például a férfi teniszező, Fucsovics Márton igyekszik elkerülni a médiában való megjelenést, míg egyes női teniszezők éppen ezt keresik.	P2, P7
2. kategória: A pénz fontos tényező		
Alkategóriák	Tematikus elemzés	Résztevők

Könnyebb módszerek is vannak a pénzkeresésre, mint sportolóként keményen dolgozni.	A fiatal sportolók gyakran könnyebb pénzkeresési lehetőséget látnak maguk előtt, ahelyett, hogy keményen dolgoznának a sportban, abban a reményben, hogy világszínvonalú sportolók lesznek. A közösségi médiában való tartalomkészítés vagy kerékpáros futárként való elhelyezkedés néhány ilyen alternatíva.	P2, P3, P6, P10
Különleges dinamika a teniszben.	A nők és a férfiak között mesterségesen létrehozott egyensúly van a pénzdíjak terén, annak ellenére, hogy a férfiaknak több szettet kell nyerniük a Grand Slam-tornákon, hogy arányosan kevesebb pénzt keressenek. A vegyes párosok is hatalmas pénzdíjakat kapnak, annak ellenére, hogy nem népszerűek a szurkolók körében.	P1, P2, P9
A médiában való megjelenés attól függ, hogy a nézők mennyit hajlandók fizetni érte.	Minél több nézője van egy tévéműsornak, annál több bevételt hoz a csatornának. Ez a tévéműsorok alapja.	P7, P10

3. kategória: Sztereotípiák és szexualizálás

Alkategóriák	Tematikus elemzés	Résztvevők
A hangsúly gyakran a női sportolók megjelenésén van, nem pedig teljesítményükön.	Amikor a hagyományos média a női sportolók teljesítménye helyett a testüket emeli ki, az gyakran mentális nehézségeket okoz számukra. A szexualizálás a médiában mindenhol megtalálható, nem csak a sportban.	P1, P3, P4, P5, P7
Egyes női sportolók kihasználják vonzó testüket a közösségi médiában.	Teniszezők, mint Stollár Fanny és Eugénie Bouchard, valamint más női sportolók is használják a közösségi médiát, hogy szexualizált módon mutassák meg testüket, és így szerezzenek követőket és szponzorokat. A férfiak általában nem törekednek ilyenfajta hírnév és jövedelem szerzésére.	P1, P2, P5, P6

A női sportolók egyes női sportágakban vitatják a ruházati előírásokat.	Egyes sportágakban a női sportolók ruhái annyira sokat mutatnak, hogy a ruházati előírások betartása nagy stresszt okoz nekik, különösen a menstruáció idején. Ezért elkezdtek szembeszegülni a ruházati előírásokkal.	P1, P3, P7
A mai fogyasztói kultúra a női sportolók szexualizálása körül forog.	A mai kultúrában a női sportokról szóló tudósítások szexista megközelítése a valóság. A média is ebbe az irányba formálja a fogyasztói kultúrát.	P10
A férfi sportolók testét is gyakran szexualizálják.	A nézők szeretik a férfi sportolók tökéletes testét is. Néhány esetben a róluk szóló tudósítások is szexualizáltak.	P2, P4, P6, P7, P9
4. kategória: A eredmények helyett a történetekre összpontosítás		
Alkategóriák	Tematikus elemzés	Résztvevők
A clickbait címek növelik az olvasottságot, de félrevezetik az olvasókat.	A nagy olvasottság érdekében kattintáscsalogató (clickbait) címek használata nem új jelenség, és nagyon gyakori. Kárt okozhat a sportolóknak, a médiával való kapcsolatuknak, sőt az edzőikkel való kapcsolatuknak is.	P2, P3, P9
A médiával való tudatos kapcsolattartás fontos, de ritka.	A sportolók, akik gyakran nagyon fiatalok, nem rendelkeznek tudatos és stratégiai megközelítéssel azzal kapcsolatban, hogy mit közöljenek magukról, és/vagy nincs erős erkölcsi értékrendjük. Ezért fontos a környezetük - például a szüleik és a médiamenedzserük - szerepe.	P1, P3, P5, P7, P9, P10
A kattintásvadász pletykák kitalálása trenddé vált. Ezek könnyebben megérthetőek, mint a sporteredmények.	Ha nincs miről beszélni, a média kitalál egy sztorit, például a teniszezők, Alexandra Eala és Coleman Wong közötti románcot. Könnyebb kitalálni egy sztorit, mint megmagyarázni az árnyalt sporteredményeket.	P2, P3, P7
A sportolók személyisége fontos a médiakapcsolataik szempontjából.	Az, hogy egy sportoló mennyire piacképes, mennyire jó a médiával való kapcsolattartásban, a személyiségétől függ. Példák a teniszből, a kerékpározásból és a gyorskorcsolyából.	P8, P9

A sportdokumentumfilmek népszerűsítik a sportot és a sportolókat.	A sportdokumentumfilmek szórakoztatóak, de gyakran tartalmaznak félrevezető információkat, amelyek károsak lehetnek.	P2, P3, P6, P9
5. kategória: Pozitív változások a női sportban és a médiában		
Alkategóriák	Tematikus elemzés	Résztevők
Az újságírókat szűrik, hogy megvédjék a női sportolókat.	Egyes sportszervezetek és rendezvények szervezői csak hiteles médiaorgánumok képviselőinek adnak akkreditációt, hogy biztosítsák a tárgyilagos és magas színvonalú tudósítást.	P2, P8
A kulturális különbségek csökkennek.	Korábban elképzelhetetlen lépések történnek a nők sporton keresztül történő emancipációja érdekében, például az arab világban.	P2, P10
Az új NOB-elnök nő, ami egy lépés a jó irányba.	Az, hogy a NOB elnöke nő, több évtizedes kemény munkának köszönhető, amelynek célja a nők sportban való szerepvállalásának erősítése.	P2
A vegyes sportágak a nemek közötti együttműködést mutatják be.	Ezek az új szakágak különböző sportágakban tudatosságnövelő hatással bírnak és szórakoztatóak is. Sporttörténelmi értékük azonban megkérdőjelezhető.	P1, P2, P7

1. kategória: Egyenlőtlenség a médiában

A résztvevők elismerték, hogy a női sportolók továbbra is kevesebb médiafigyelmet kapnak, mint férfi társaik. Ez annak köszönhető, hogy a férfi versenyek szórakoztatóbbak és színvonalasabbak. A televíziós műsorok a nézők igényeire reagálnak, de a társadalmi trendek miatt a női sportok gyakran több képernyőidőt kapnak, mint amit az igény diktál. A tudósítások függenek a sportolók médiaszereplési hajlandóságától is. A férfiak által dominált tudósítási trendben kivételt képezett Magyarországon a 2024-es párizsi paralimpiai játékok.

Ahogy P2, egy férfi újságíró fogalmazott: *„Egyes sportágakban a női sport nem olyan szórakoztató. Ez még a női labdarúgó-világbajnokságra is igaz, annak ellenére, hogy elért egy bizonyos szórakoztatási szintet. (...) Úgy gondolom, hogy azokban a sportágakban, ahol a női versenyek színvonala alacsonyabb, a médiában való megjelenés fejlődéséhez a színvonalnak is fejlődnie kell.”*

Következmény: ez az egyensúlyhiány fenntartja a női sportolók láthatatlanságát, és akadályozza a közvéleményt abban, hogy elismerje legitimitásukat és értéküket. Az egyenlő képviselő hiányában a női sportolók hátrányban maradnak az elismertség elérésében, a szponzorok megszerzésében és a jövő generációk inspirálásában. A női sportok további mesterséges túlkínálata pozitív hatással lehet a nézettségre, de ugyanakkor el is veheti a nézők kedvét a csatorna nézésétől.

2. kategória: A pénz fontos tényező

A pénz számos sportágban jelentős szerepet játszik. Fontos szerepet játszik a fiatal sportolók karrierbeli döntéseiben és a televíziós csatornák műsorszerkesztésében. A fiatal sportolók gyakran abbahagyják sportkarrierjüket, mert könnyebb és jobban fizető munkában reménykednek. A televíziós csatornák azt sugározzák, amit a nézők szeretnének látni. A teniszben a díjazás tekintetében mesterségesen létrehozott egyensúly jött létre a nemek között, ami ellentmondásos reakciókat vált ki.

Ahogy P6, egy női sportoló elmondta: *„Úgy gondolom, hogy csökken a munkavállalási kedv, és az emberek a könnyű pénzszerezés felé fordulnak. Ezt látom a TikTokon. A 22 évesek már nem akarnak dolgozni. Tartalmakat készítenek az internetre, és többet keresnek, mint én valaha. És ez működik.”*

Következmény: a sportolók és a média több bevételt próbál szerezni, ezek a dinamikák alakítják a sport világát. Számos tehetséges fiatal sportoló hátrahagyja a profi sport kemény világát, és könnyebb munkát választ. Ez kevesebb sportolói sikertörténetet és kevesebb

példaképet jelent a következő generációk számára. Minél magasabb színvonalúak és szórakoztatóbbak lesznek a női sportágak, annál nagyobb az esélye, hogy elég érdekesek legyenek a tévé nézők számára.

3. kategória: Sztereotípiák és szexualizálás

A résztvevők szerint a hagyományos médiában jelen van a női sportolók szexualizált ábrázolása, és ez a mai fogyasztói kultúra része. Ez a tendencia mentális nehézségeket okozhat ezeknek a sportolóknak. Egyes sportágakban a női sportolóknak túlzottan feltáró öltözködési szabályokkal kell szembenézniük, ami szintén stresszt okoz nekik. Ugyanakkor egyes női sportolók saját közösségi média profiljaikon szexualizálják magukat, hogy több figyelmet és bevételt szerezzenek. Felhívták a figyelmet arra is, hogy a férfi sportolók testét is szexualizálják.

Ahogy P7, egy női sportoló elmagyarázta: „Amikor a női sportolók nem a teljesítményükre koncentrálnak, hanem arra, hogy a fotósok mit fognak lefotózni, és hogy a médiában erről fog szólni a tudósítás, akkor nem tudják a legjobb formájukat hozni.”

Hozzátette: „Legyünk őszinték, mi sem feltétlenül a gólok miatt nézzük a férfi vízilabdát.”

Következtetés: a női sportolók ilyen szexualizált ábrázolása a médiában megerősíti a nemi szerepeket, rontja a sportolók teljesítményét és mentális kihívásokat okoz számukra. A sportban mindkét nem túlzottan szexualizált ábrázolása elriaszthatja a fiatalokat attól, hogy sikeres sportolókat tekintsenek példaképnek.

4. kategória: Az eredmények helyett a történetekre való összpontosítás

Több résztvevő osztotta azt a véleményt, hogy a clickbait címek és a kattintásokért kitalált történetek a jelenlegi médiatrendek, amelyek félrevezetőek és károsak a sportolókra nézve. A sportdokumentumfilmek is félrevezetőek lehetnek, mivel gyakran szenzációhajhász módon készülnek. A sportolók tudatos hozzáállása a médiában való megjelenésükhöz és személyiségük kulcsfontosságú a médiával való egészséges kapcsolat kialakításához.

Ahogy P2, egy férfi újságíró fogalmazott: „Úgy gondolom, manapság a „történet” fontosabbá válik, mint a teljesítmény. Az élet minden területén. Szükségünk van történetekre. (...) Könnyebb megérteni egy történetet, mint megérteni a különbséget 9,87 és 10,12 másodperc között 100 méteres síkfutásban.”

P3, egy médiaszakember ezt mondta: „A Netflix mindenhol történeteket generál. A Forma-1-es dokumentumfilmben néhány idézetet nem akkor mondtak a való életben, mint ahova be lettek vágva a filmbe.”

Következtetés: amikor a média nem emeli ki a sportolók eredményeit, az leértékeli a teljesítményüket és gyakran félrevezeti a rajongókat. Ez aláássa a sportot, mint eredmény alapú rendszert és az eszményt népszerűsítő erőfeszítéseket. Ugyanakkor növeli a nézettséget azzal, hogy a sportteljesítményt történetekkel „adja el”, amelyek gyakran magánéleti elemeket is tartalmaznak.

5. kategória: Pozitív változások a női sportban és a médiában

A résztvevők néhány pozitív fejleményt azonosítottak a női sportban és a média női sporttal kapcsolatos hozzáállásában. Az egyik ilyen fejlemény az, hogy elutasítják azoknak az újságíróknak a sajtóbelépési kérelmét, akik nem tudnának elfogulatlanul és sztereotípiáktól mentesen tudósítani a versenyről. Egy másik fejlemény az, hogy az arab világban több női szakágat vezettek be, különböző sportágakban vegyes nemű versenyeket indítottak, és a NOB nemrégiben megválasztott elnöke is nő, először a történelemben.

Ahogy P1, egy női újságíró fogalmazott: „A vegyes csapatok és a vegyes párosok fontosak, mert a mindennapi életben nincs szükségünk feministákra és szexistákra, hanem együttműködésre – mind a sportban, mind az életben. A sport szépen megmutathatja, hogyan tudnak a férfiak és a nők közös értékek mentén együttműködni.”

Következtetés: Több sportirányító szervezet – például a NOB és a WTA – munkájának köszönhetően lépések történtek a nők sportban való szerepvállalásának erősítése érdekében. A vegyes nemű szakágak viszonylag új keletűek, és fejlesztésre szorulnak, hogy ugyanolyan szórakoztató erejük legyen, mint a nem vegyes szakágaknak. A nők sportban való szerepvállalásának erősítése terén világszerte további pozitív változásokra van szükség. Néhány pozitív példa már előttünk áll.

5.4. Szófelhőelemzés

A tematikus elemzés kiegészítéseként szófelhőt készítettünk a fókuszcsoport résztvevőinek hozzászólásaiban szereplő kifejezések gyakorisága alapján. A szófelhő elkészítéséhez a nemzeti jelentés angol nyelvű verzióját használtuk a magyar nyelv agglutináló jellege miatt. Az angol verzióban szereplő szavak közül kizártuk a névelőket, a kötőszavakat, a módosítószavakat és az indulatszavakat, hogy csak a jelentésükben fontos szavakra koncentrálhassunk. A végleges listát úgy finomítottuk, hogy csak azok a kifejezések kerültek

women
 sport
 athletes
 men
 tennis
 performance
 media
 coverage
 competition
 socialmedia
 programme
 stats
 gap
 prizemoney
 fannystollar
 wear
 olympics
 discipline
 focus
 swimming
 worldcup
 clicks
 mediacoverage
 hungarian
 male
 tv
 viewers
 artificially
 gender
 responsibility
 waterpolo
 depends
 level
 watching
 think
 popular
 photos
 content
 win
 tennisplayer
 money
 game
 pressure
 followship
 track
 quality
 body
 female
 coverage
 prize
 money
 fannystollar
 stats
 gap
 prizemoney
 fannystollar
 stats
 gap

A szavak jelentése a betűméret csökkenő sorrendjében: nők, sport, férfiak, sportolók, gondolkozik, népszerű, nő, tenisz, média, teljesítmény, közösségi média, lefedettség, teniszjátékos, közösségi média, labdarúgás, pénz, tévé, nézi, meccs, statisztikák, minőség, test, Stollár Fanny, verseny, győz, fotók, világbajnokság, nézők, szexuális nem, szint, vízilabda, függ, felelősség, mesterségesen, csinos, követőtábor, férfi, magyar, médiavisszhang, nyomás, klikkek, úszás, fókusz, sportág, pénzdíj, hord, olimpia, program, szünet, tartalom.

Az eredmények összefoglalása – Magyarország

A Magyarországon végzett formátumok közötti elemzés azt mutatja, hogy a sportmédiában a női sportolók kissé alulreprezentáltak a férfi sportolókhoz képest. Fontos kiemelni, hogy az adatgyűjtés időszakába beleesett a 2024-es nyári olimpiai játékok, és az olimpiai időszak általában a sport, így a női sport médiában való megjelenésének növekedését is magával hozza. Az újságokban, az online magazinokban, az X közösségi médiaplatformon és a televíziós hírműsorokban a nők jelenléte korlátozott, fragmentált volt, és nagyrészt az élsportra korlátozódott. Magyarországnak erős hagyományai vannak több nők által dominált egyéni- és csapatsportban, például kajak-kenuban, úszásban, vívásban, öttusában, kézilabdában és vízilabdában, mégis ezen sportágak női szakágainak a jelenléte a médiában korlátozott volt. A férfi labdarúgás domináns jelenléte a nemzeti sporthírekben úgy tűnik, hogy tovább súlyosbítja ezt az egyenlőtlenséget, gyakran háttérbe szorítva más sportágakat és tovább marginalizálva a női sportolókat.

A nyomtatott média mintájában két általános és két sporttal foglalkozó újság kiadásait elemeztük. A 169 kiadásból 162 tartalmazott sportolókról szóló híreket. Ebből a 162 kiadásból 136 (84%) foglalkozott női sportolókkal, 121 (74,7%) pedig legalább két cikket szentelt a női sportnak. A női sportolókról szóló hírek többsége az élsportra – egyéni és csapatsportokra egyaránt – összpontosított, és a sportolók eredményeit dicsérte. Ugyanakkor 25 esetben (18,4%) fordult elő szöveges nemi sztereotipizálás, és 14 cikk (10,3%) tartalmazott szöveges utalásokat a női sportolók szexualizálására vagy tárgyiasítására. Hasonló minták figyelhetők meg a híreket illusztráló képek kiválasztásában is. Noha a női sportokról szóló tudósítások aránya magas volt, aggasztó a nemi sztereotípiák és a női sportolók szexualizálásának magas aránya.

Az online sportmagazinok, nevezetesen a player.hu és a sportime.hu esetében 19 bejegyzést elemeztünk. Míg mindegyik tartalmazott utalást férfi sportolókra, csak 16 utalt női sportolóra (84,2%). 11 kiadásban csak egy cikk jelent meg a női sportról, míg mind a 19 kiadásban legalább két cikk jelent meg férfi sportokról. Ez azt jelenti, hogy a férfi sport dominanciája ezekben az online magazinokban egyértelmű. A női sportolókról

szóló cikkek többsége a profi és olimpiai sportra összpontosított, és nem volt különbség az egyéni és a csapatsportok lefedettségében.

A közösségi média elemzése a sporttal foglalkozó hírportál, az *NSOnline* és a *Tények*, egy általános televíziós hírműsor X (korábban Twitter) fiókjának bejegyzéseire összpontosított. Az 58 bejegyzésből csak 37 említette egyáltalán sportolókat (63,8%). Női sportolókat 33 bejegyzésben (56,9%) említettek. Ezek a bejegyzések többnyire rövidkeek voltak, gyakran képek nélkül, és főként a csapat- és egyéni sportágakban kiemelkedő teljesítményű sportolók eredményeire koncentráltak.

A bejegyzések szövegelemzése nem tartalmazott szexista nyelvezetet vagy nemi alapú becsmérlő kifejezéseket, és nem bagatellizálta a női sportolók teljesítményét. Nemekhez kötött sztereotípiák csak két esetben fordultak elő (6,1%). Bár a szexualizálás hiánya és a sztereotipikus nyelv korlátozott használata pozitívum, a férfi sportok dominanciája a hírekben kérdéseket vet fel a szerkesztői prioritásokkal és a digitális követőgyűjtés stratégiáival kapcsolatban.

A magyar televíziós tudósítások egyértelmű marginalizálódást mutatnak: az elemzett 43 hírműsorból csak hétben szerepelt utalás női sportolókra, ami mindössze kilenc szegmenst és becslésünk szerint 10 perc műsoridőt jelent. Bár a hangvétel általában pozitív volt és az eredményekre összpontosított – főként a párizsi olimpia idején –, a nők megjelenése továbbra is szórványos és kivételes eseményekre korlátozódik. Női sportolók csak a műsorok 16,3%-ában szerepeltek, és összességében minimális volt a láthatóságuk, ami rámutat a televíziós sportújságírásban a nemek közötti egyenlőségre vonatkozó következetes szerkesztői megközelítés hiányára.

Végül a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés megerősítette a különböző formátumokban megfigyelt mintákat. A résztvevők egyetértettek abban, hogy a hagyományos médiában egyenlőtlenség tapasztalható a férfi és női sportokról szóló tudósításokban, és hogy a tudósítások gyakran szexualizáltak. Említésre került a női sportolók önmaguk szexualizálásának tendenciája a közösségi médiában, és a résztvevők egyetértettek abban, hogy ez pénzügyi lehetőségeket jelent a női sportolóknak. Pozitív tendenciák figyelhetők meg a nők sportban betöltött szerepének erősödése terén is, de az intézményes szabályozás hiánya lehetővé teszi a médiának, hogy félrevezető történetmeselési gyakorlatokat alkalmazzon. Ez káros hatással lehet a sportolók mentális egészségére, valamint a környezetükkel és a médiával való kapcsolatukra is.

Fontos megjegyezni, hogy néhány minta kis elemszámú volt, ami korlátozza az általános következtetések levonásának lehetőségét. Mindazonáltal a különböző formátumokban, platformokon és tartalomtípusokban megfigyelt eredmények konzisztenciája a magyar médiaképben strukturális problémára utal. A rendszeres, sokszínű és érdemi láthatóság nélküli megjelenítés tovább erősíti a szimbolikus marginalizációt. A sportmédiában tapasztalható nemek közötti egyensúlytalanság kezelése ezért nemcsak a sztereotípiák felszámolását igényli, hanem mindenekelőtt a női sportolók tartós és stratégiai módon történő beépítését a napi hírekbe.

