



POWER

WOMEN ATHLETES IN SPORTS MEDIA

D3.1 előállított eredmény – 2. kimenet:

POWER projekt

**Stratégia és iránymutatások a női sportolók
sportmédiában való méltányos ábrázolásához**

2026 Március

ERASMUS-SPORT-2023-SCP

Támogatási megállapodás száma: 101185115



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya







Sport
Evolution
Alliance



Az Európai Unió finanszírozásával. A kifejtett nézetek és vélemények azonban kizárólag a szerző(k) sajátjai, és nem feltétlenül tükrözik az Európai Unió vagy az Európai Oktatási és Kulturális Végrehajtó Ügynökség (EACEA) véleményét. Ezekért sem az Európai Unió, sem az EACEA nem vonható felelősségre.

TARTALOM

	1	Tartalom
	2	Üdvözljük
	3	Összefoglalás
	4	I. BEVEZETŐ ÉS A POWER PROJEKT HÁTTERE
	4	A probléma leírása: nemi előítéletek a sportmédiában
	5	A stratégia és irányelvek indoklása
	6	Főbb tanulságok és azonosított hiányosságok
	7	II. A POWER STRATÉGIA
	7	1. A POWER stratégia stratégiai víziója és küldetése
	8	2. Átfogó cél
	9	3. Főbb stratégiai üzenetek – üzenetküldő eszközkészlet az inkluzív sportmédiához
	10	4. Stratégiai cselekvési terv
	11	5. Megfigyelési és értékelési megközelítés
	22	III. POWER IRÁNYELVEK
		Nemzeti kontextusok és személyre szabott ajánlások
	24	1. Magyarország
	26	IV. MELLÉKLETEK
	27	1. melléklet: A POWER (WP2) kutatási eredményekből származó főbb azonosított hiányosságok
	28	2. melléklet: A dokumentum alapelvei és értékei
	29	3. melléklet: A használt iránymutatások feltérképezése
	30	4. melléklet: Irodalomjegyzék és hivatkozások



ÜDVÖZLET

A sportnak megvan az a ereje, hogy inspiráljon, összekössön, és alakítsa azt, ahogyan a társadalmak a vezetői képességeket, a rugalmasságot és a kiválóságot értelmezik. Európában azonban a női sportolók sportmédiában való ábrázolása továbbra is egyenetlen, szórványos és gyakran korlátozott. Bár az elmúlt években előrelépés történt, a sportban tevékenykedő nők továbbra is strukturális alulreprezentáltsággal, a nagy eseményeken kívüli csökkentett láthatósággal, valamint olyan narratívákkal szembesülnek, amelyek nem tükrözik teljes mértékben eredményeik mélységét, vezetői képességeiket és társadalmi hatásukat.

A médiában való megjelenés nem semleges cselekvés. Alakítja a közvéleményt, befolyásolja a szponzorálást és a befektetéseket, és meghatározza, hogy mely példaképek lesznek láthatók a jövő generációi számára. Amikor a női sportolókat elsősorban elszigetelt sikerek, sztereotip narratívák vagy marginális tudósítások révén ábrázolják, csökken a sport és a társadalom iránti hozzájárulásuk. A sportban való egyenlőség elérése nemcsak részvételi és teljesítési lehetőségeket igényel, hanem tisztességes, folyamatos és tiszteletteljes láthatóságot is.

A **POWER projekt** erre a valóságra reagálva jött létre. A több európai országban végzett kutatások tartós hiányosságokat tártak fel a tudósítások gyakoriságában, a keretbe foglalás sokszínűségében, a vizuális ábrázolásban és a szerkesztői prioritásokban. Ezek az eredmények rávilágítanak arra, hogy a kihívás nem csupán a sztereotípiák elkerülésében rejlik, hanem a láthatóságot és a narratív sokszínűséget korlátozó strukturális minták kezelésében is.

A **POWER stratégia és irányelvek a női sportolók méltányos ábrázolásához a sportmédiában** a változás iránti közös elkötelezettséget jelképezik. Ez a dokumentum gyakorlati, tényeken alapuló útmutatást nyújt a médiaszakemberek, a sportszervezetek és a döntéshozók számára. Konkrét intézkedéseket javasol az egész éven át tartó láthatóság, a sokszínű történetmesélés, a kiegyensúlyozott sportprogramok, a felelősségteljes vizuális szabványok és az intézményi elszámoltathatóság biztosítása érdekében.

A sport vezetői elismerjük, hogy a láthatóság egyfajta hatalom. A női sportolók ábrázolásának erősítésével hozzájárulunk egy inkluzívabb sportkultúrához, elősegítjük az esélyegyenlőséget, és inspiráljuk a következő generáció lányait és fiatal nőit, hogy magukat is visszatükrözve lássák a sport által kínált kiválóságról szóló történetekben. Felkérjük az európai médiaszakembereket, intézményeket és érdekelt feleket, hogy fogadják el ezeket az irányelveket, és csatlakozzanak hozzánk egy olyan sporttörténet kialakításában, amely méltányos, reprezentatív és méltó az általa ünnepel



Leila Marques

A Nemzetközi Paralimpiai Bizottság alelnöke

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

Cél és háttér

A **POWER – A női sportolók ábrázolása a sportmédiában** projekt az **Erasmus+ Sport program** finanszírozásával jött létre. A **POWER – A női sportolók ábrázolása a sportmédiában** projekt a női sportolók méltányos, elfogulatlan és sztereotípiáktól mentes ábrázolását támogatja a médiában. A POWER célja kutatások, képzések és tudatosságnövelő tevékenységek révén, hogy Európa-szerte inkluzívabb és nemek közötti egyenlőséget biztosító sportmédiakörnyezetet teremtsen. A projekt emellett **gyakorlati eszközöket** – képzési anyagokat, nemzeti iránymutatásokat és kommunikációs forrásokat – is kidolgoz, hogy segítse a média és a sport szakembereit a nemi előítéletek felismerésében és leküzdésében a mindennapi munkájuk során.

A projektet az **Athens Network of Collaborating Experts (ANCE, Görögország)** koordinálja, együttműködve **portugál Sport Evolution Alliance (SEA)**, **spanyol Unión de Federacions Esportives de Catalunya (UFEC)**, **olasz Istituto Italiano dei Media (ISIDEM)**, **magyar Budapesti Egyesület a Nemzetközi Sportért (BAIS)** és **bolgár Association Mundus Bulgaria (AMB)** szervezetekkel. Ezzel a dokumentummal a projekt célja egy **közös európai stratégia és gyakorlati iránymutatások** kidolgozása, amelyek átfogó kutatáson alapulnak, amely elemzi, hogyan jelennek meg a női sportolók a sportmédiában különböző nemzeti kontextusokban.

Az adatokat **szekunder kutatás** (bibliometriai és irodalomkutatás), **tartalomelemzés** (sajtó, televízió, online és közösségi média), **fókuszcsoporthoz** (sportolókkal, újságírókkal és médiaszakemberekkel) és egy **országok közötti összehasonlító elemzés**, valamint 6 országban 720 fő megkérdezésével végzett percepciók felmérés segítségével gyűjtötték össze.

Ezen eredményekre építve a projekt célja **a nemek közötti egyensúly javítása és a nők sztereotipikus ábrázolásának csökkentése az összes médiaformátumban**, így teremtve egy igazságosabb, inkluzívabb narratívát az európai sportkommunikációban.

Célközönség

Ez a dokumentum sportszervezetek, közintézmények és nem kormányzati szervezetek kommunikációs munkatársainak, valamint a sportújságírásban és a médiában dolgozó szakembereknek készült.

Referenciakeretként szolgál minden olyan szereplő számára, aki hozzájárul a sporttal kapcsolatos nyilvános kommunikációhoz.

Felépítés és célok

1

Az első rész bemutatja a projektet, annak fő céljait és a fő problémát.

2

A második szakasz a **POWER stratégiát** vázolja fel, amely a projekt kutatási eredményeit és a nemzetközi iránymutatásokból származó ismereteket egyértelmű célokká, kulcsüzenetekké és stratégiai cselekvési tervvé alakítja, hogy útmutatást nyújtson a média szereplőinek, sportszervezeteknek és tartalomalkotóknak mind uniós, mind nemzeti szinten.

3

A harmadik szakasz a **POWER iránymutatásokat** mutatja be, különös tekintettel a projekt által részletesen elemzett 6 nemzeti kontextusra. Ezek az iránymutatások konkrét, gyakorlati, tényeken alapuló ajánlások a női sportolók méltányos és inkluzív ábrázolásához. Világos, megvalósítható útmutatást nyújtanak újságírók, újságíró hallgatók, szerkesztők, tartalomalkotók és kommunikációs szakemberek számára, biztosítva, hogy az ábrázolások mentesek legyenek az előítéletektől, a sztereotípiáktól és a diszkriminációtól, és alkalmazkodjanak a helyi médiakörnyezethez és kulturális kontextushoz.

Ez a dokumentum a POWER projekt 3. munkacsomagjának fő eredményét képviseli, és alapot nyújt a politikai ajánlások, képzési programok és tudatosságnövelő kampányok végrehajtásához a nemek közötti egyenlőség előmozdítása érdekében a sportban és a médiában egész Európában.

I. BEVEZETŐ ÉS A POWER PROJEKT HÁTTERE

A nemek közötti egyenlőtlenség továbbra is minden sportszinten jelen van, ami egyenlőtlen fizetésben, korlátozott erőforrásokhoz való hozzáférésben, a vezetői pozíciókban való alulreprezentáltságban és tartós sztereotípiákban nyilvánul meg. A részvétel és a teljesítmény terén elért jelentős előrelépés ellenére a női sportolók továbbra is **kevesebb figyelmet, láthatóságot és promóciót** kapnak, mint a férfiak. Amikor mégis szerepelnek a médiában, gyakran elfogult narratívákban ábrázolják őket, amelyek inkább a külsejükre, érzelmeikre vagy családi szerepeikre koncentrálnak, mint sportteljesítményükre. A nők alulreprezentáltak újságíróként, kommentátorként és szerkesztői döntéshozóként is. Az UNESCO megjegyzi, hogy bár a sportközvetítésekhez való hozzáférés javult, a nők tényleges jelenléte ezekben a szerepkörökben továbbra is aránytalanul alacsony Európában.

„A médiában való megjelenés tehát egyaránt a társadalmi egyenlőtlenség tünete és mozgatórugója”.



Az elfogult tudósítások megerősítik a nemi normákat, míg a kiegyensúlyozott riportok inspirálhatják az új generációkat, harcolhatnak a diszkrimináció ellen és egy inkluzívabb sportkultúrát építhetnek. Bár nemzetközi szervezetek, mint a NOB, az ENSZ Nők és az Európa Tanács iránymutatásokat adtak ki a nemek közötti egyenlőségről a sportmédiában, azok végrehajtása továbbra is inkonzisztens. Ráadásul hiányoznak a **harmonizált és naprakész adatok** arról, hogy a női sportolókat hogyan ábrázolják az EU-országokban – ezt a hiányosságot a POWER közvetlenül kezeli.

A méltányos képviselő előmozdításával a projekt a következőképpen járul hozzá a nemek közötti egyenlőséghez:

- **A sztereotípiák megkérdőjelezésével**, a nők sportteljesítményének, vezetői képességeinek és versenyképességének bemutatásával.
- **Példaképek bemutatásával**, a láthatóságot növelve és a lányokat és a fiatal nőket inspirálva.
- **A diszkrimináció elleni küzdelemmel**, a méltányos és pontos ábrázolás biztosításával.
- **A beruházások ösztönzésével**, mivel a kiegyensúlyozott tudósítások elősegítik a szponzorálást és a közönség érdeklődését.



FŐ CÉLOK

- 1 A női sportolók médiában való ábrázolásának **elemzése** az egyes partnerországokban.
- 2 Közös európai stratégia és „nemek közötti egyenlőség a sportmédiában” iránymutatások **kidolgozása** újságírók és kommunikációs szakemberek számára.
- 3 Újságírók, médiaszakemberek, diákok és sportkommunikációs szakemberek **képzése** ezen irányelvek és egyéb alapvető anyagok alkalmazására.
- 4 A tisztességes ábrázolás **tudatosítása** és a nemek közötti egyenlőtlenség leküzdése a sportban és a médiában.

A probléma leírása: nemi előítéletek a sportmédiában

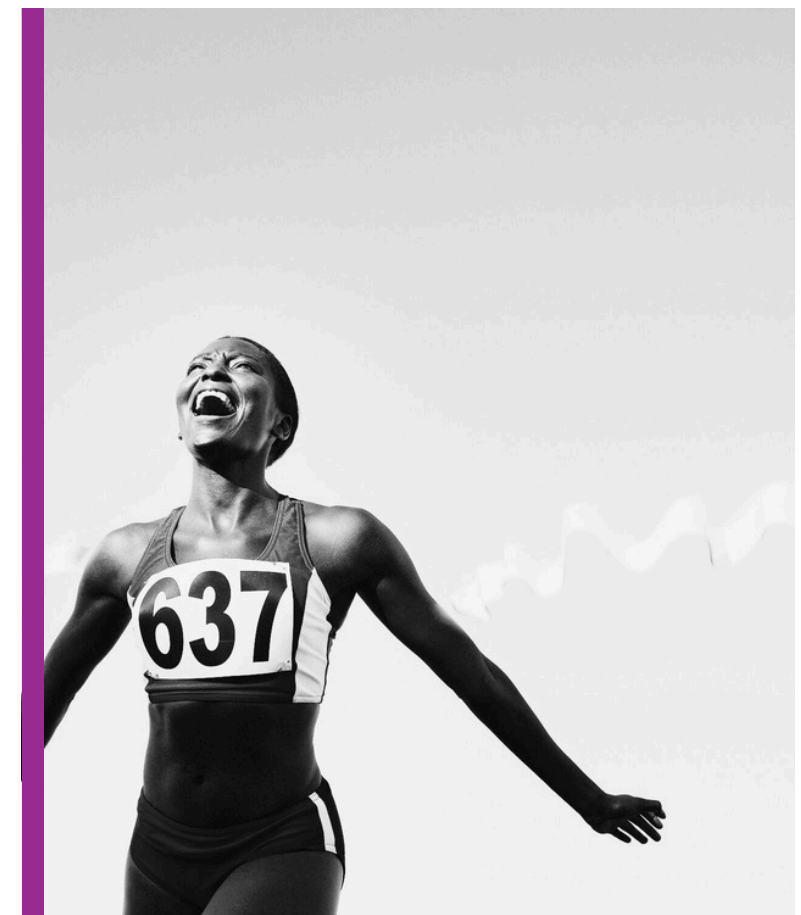
A médiában való megjelenés az egyik legerőteljesebb mutatója a társadalmi elismertségnek. A sportban a megjelenés határozza meg, hogy kit ünnepelnek, kire emlékeznek, és ki inspirálja a következő generációt. A női sportolók azonban továbbra is csak a sport hírek és a műsoridő kis részét foglalják el Európában – gyakran a teljes lefedettség 10% alatt. Még akkor is, ha megjelennek, **ábrázolásuk általában nemi szempontok alapján történik, amely inkább a fizikai megjelenést, az érzelmeiket vagy a magánéletet hangsúlyozza, mint a képességeket, a vezetői képességeket és a professzionalizmust.**

A POWER projekt keretében végzett kutatások azt mutatják, hogy ez az egyensúlytalanság nem véletlen, hanem **strukturális**. Az összes partnerországban **a férfi sportok dominálnak a címlapokon és a képekben, míg a nők eredményeit marginalizálják vagy leegyszerűsítik**. A média ritkán mutat be nőket vezető pozíciókban, például edzőként, bíróként vagy döntéshozóként, ami tovább erősíti azt a felfogást, hogy a sport a férfiak területe.

Ráadásul **a digitális és a közösségi média** – annak ellenére, hogy demokratizálhatná a láthatóságot – gyakran **ugyanazokat az előítéleteket tükrözi**. Bizonyos adatok arra utalnak, hogy az elkötelezettségi mutatók a férfi sporttartalmakat részesítik előnyben, és **a női sportolóknak nagymértékben támaszkodniuk kell az önreklámra, hogy figyelmet kapjanak**, ami növeli a munkaterhelésüket és az online zaklatásnak való kitettségüket.

A következmények túlmutatnak a médián. Az alulreprezentáltság **korlátozza a nők hozzáférést a szponzorokhoz, a szakmai lehetőségekhez és a társadalmi befolyáshoz**. Aláássa sportolóként és vezetőként való legitimitásukat, csökkenti a női sport láthatóságát minden szinten, és megerősíti azokat a sztereotípiákat, amelyek visszatartják a lányokat a sportkarrier folytatásától.

Gyakran a teljes lefedettség kevesebb, mint 10%-a



A stratégia és az irányelvek indoklása

A női sportolók méltányos médiareprezentációjára vonatkozó stratégia és iránymutatások kidolgozásának indokai közvetlenül ezekből a megállapításokból fakadnak. A POWER elismeri, hogy a nemek közötti egyensúly javítása és a sportmédiában való elfogulatlan megjelenítés nem csupán tudatosságot igényel, **hanem adatokkal, gyakorlati eszközökkel és intézményi elkötelezettséggel alátámasztott szisztematikus, strukturális változást is.**

A STRATÉGIA

A **stratégia** koherens keretet biztosít a médiszakemberek, kommunikációs csapatok, bloggerek, tartalomgyártók és sportszervezetek számára a fenntartható, egyenlőségorientált gyakorlatok felé történő elmozduláshoz. Az országok közötti összehasonlító kutatások során gyűjtött bizonyítékokra épül, és célja, hogy képzéssel felhatalmazza az újságírókat, szerkesztőket és kommunikációs szakembereket, és segítse őket a munkájukban fellelhető elfogultságok felismerésében és leküzdésében. Ezen túlmenően ösztönzi a média, a sportintézmények és a politikai döntéshozók közötti közös fellépést a kommunikációs normáknak az EU nemek közötti egyenlőségre vonatkozó célkitűzéseire való igazítása érdekében.

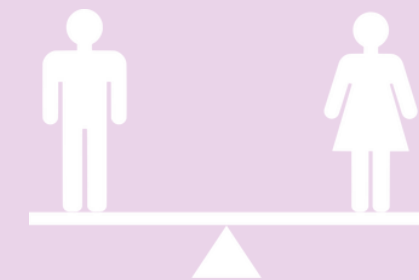


AZ IRÁNYELVEK

Az **irányelvek** kiegészítik ezt a stratégiai keretet azzal, hogy gyakorlati, felhasználóbarát eszközöket kínálnak a nemek közötti egyenlőségre érzékeny megközelítések alkalmazásához az egyes országok napi kommunikációjában. Az iránymutatások a főbb hiányosságok azonosításával végigvezetik az olvasót az országos kontextuson, majd gyakorlati ajánlásokat adnak a konkrét ország helyzetének javítására.

A stratégia és az iránymutatások együttesen arra törekednek, hogy **a láthatóságot egyenlőséggé** alakítsák. Cselekvésre készítő útmutatásokat kínálnak újságírók, hallgatók, szerkesztők és szervezetek számára, hogy:

- Az eseményekre összpontosító tudósításokról áttérjenek a női sportolók következetes és sokszínű bemutatására a különböző sportágakban és szinteken;
- Az érzelmi vagy esztétikai keret helyett a teljesítményalapú történetmesélést alkalmazzák;
- A nők szakértelmét és vezető szerepét népszerűsítsék a sportban;
- Beépítsék a nemek közötti egyenlőség célkitűzéseit a kommunikációs politikákba, a képzési tantervekbe és a médiaértékelési rendszerekbe; és
- Erősítsék a sportszervezetek, a média, az egyetemek és a civil társadalom közötti ágazatközi együttműködést.



Végül, a POWER stratégia és iránymutatások mögötti indoklás stratégiai és átalakító jellegű. A női sportolók ábrázolásának kérdésével foglalkozva a projekt az egyenlőtlenség egyik legszembetűnőbb tünetét – a nők megítélését – kezeli, és ezáltal hozzájárul ahhoz, hogy megváltozzon a nők megítélése. A cél nem egyszerűen a médiában megjelenő nők számának növelése, hanem a narratíva megváltoztatása: a kivételtől a normaig, a sztereotípiától a képességig, a szimbolikus gesztustól a teljes egyenlőségig a reprezentációban.

Főbb tanulságok és azonosított hiányosságok

A POWER projekt 2. munkacsomagja (WP2) biztosította az elemzési alapot a projekt stratégiájának és iránymutatásainak kidolgozásához. Különböző kutatások kombinációjával vizsgálta, hogyan jelennek meg a női sportolók az európai médiaplatformokon.

Országos kutatás és közös kihívások

A jelenlegi helyzet felmérése érdekében a partnerek hat országban végeztek országos szintű diagnosztikát. A kutatás minden országban közös egyensúlytalanságot tárt fel: **a női sportolók mediaszereplése korlátozott a férfiakéhoz képest.**

Az elemzés konkrétan az alábbi **strukturális és kulturális egyenlőtlenségi mintákat** tárt fel **országoként:**

Görögország	A tudósítások a nők személyes tulajdonságaira koncentrálnak; korlátozott finanszírozás és szponzorálás.
Spanyolország	A sportban elért sikerek ellenére továbbra is alulreprezentáltak; kevés nő tölti be vezető pozíciókat.
Bulgária	A média figyelme a ritmikus gimnasztikára korlátozódik; alacsony a képviselet a vezetésben.
Magyarország	Növekszik az elismertség, de a láthatóság terén továbbra is strukturális egyenlőtlenségek vannak.
Portugália	Növekvő részvétel, de minimális és egyenetlen médiafigyelem.
Olaszország	Marginalizálódás mind a hagyományos, mind a digitális médiában; kevés nő van vezetői vagy újságírói pozícióban.

Annak ellenére, hogy a nők egyre nagyobb arányban vesznek részt a sportban és egyre nagyobb láthatóságot élveznek, **a médiában való megjelenésük továbbra is nagyon egyenlőtlen, fragmentált és sztereotipikus. A női sportolók továbbra is ritkábban jelennek meg, szűkebb narratívákban írják le őket, és gyakran olyan vizuális elemekkel ábrázolják őket, amelyek nem közvetítik professzionalizmusukat, energiájukat vagy vezető szerepüket.** Minden országban a nemek közötti egyenlőségre érzékeny tudósítási gyakorlatok nagyrészt egyéni kezdeményezéseken, nem pedig intézményi politikákon alapulnak, ami következetlenséget és korlátozott előrelépést eredményez.

A szakirodalom áttekintése, a tartalomelemzés és a fókuszcsoportos megbeszélések keresztolvasása révén kiderült, hogy a sportmédiá nemi előítéletessége inkább strukturális, mint véletlenszerű. Ez az alulreprezentáltság, a narratív sokszínűség hiánya, a vizuális egyensúlytalanság és az intézményi tehetetlenség ismétlődő mintáiban nyilvánul meg. Ezek a tendenciák nem elszigetelt nemzeti problémák – hanem szélesebb körű, európai szintű kihívásokat tükröznek, amelyek ahhoz kapcsolódnak, hogy a sportmédiá hogyan értékeli, tervezi és mutatja be a női sportolók eredményeit.

- A közvélemény érdeklődése a női sport iránt
- A nők elit szintű eredményeinek elismerése
- Digitális platformokon keresztüli elkötelezettség



Ugyanakkor a kutatás ígéretes fejleményeket is kiemelt: **a női sport iránti közérdeklődés növekedését, a nők elit szintű eredményeinek egyre nagyobb elismertségét és a digitális platformokon keresztül történő erőteljesebb elköteleződést.** Ezek az eredmények azonban szisztematikus szerkesztői elkötelezettség, politikai támogatás és szakmai kapacitásépítés nélkül továbbra is törekenyek maradnak.

Ezekre a megállapításokra alapozva a POWER konzorcium **öt kulcsfontosságú fejlesztési területet azonosított**, amelyek együttesen képezik **a projekt stratégiai ajánlásainak gerincét.** Minden terület az adatokban megfigyelt egy konkrét hiányosságnak felel meg, és strukturális változásokra irányuló útmutatásokat javasol:

1	Láthatóság és konzisztencia hiánya	a női sportokról szóló tudósítások szabálytalan és eseményvezérelt jellege.
2	Narratív sokszínűségbeli különbség	a korlátozott történetmesélés, amely a női sportolókat egydimenziós ábrázolásokra redukálja.
3	Szerkezeti egyensúlyhiány	a férfi labdarúgás aránytalan dominanciája, amely elhomályosítja az egyéb sportágakat.
4	Vizuális ábrázolásbeli különbség	a sportban szereplő nők dinamikus, önbizalmat keltő képeinek hiánya.
5	Irányítás és elszámoltathatóság hiánya	Az intézményi politikák, ellenőrző eszközök és elszámoltathatósági mechanizmusok hiánya, amelyek biztosítanák a nemek közötti egyenlőséget a médiában.

Az öt hiányosság összefoglaló táblázata és magyarázata **a 1. mellékletben** található. Ezek együttesen felvázolják a POWER kutatásból levont legfontosabb tanulságokat, és kiindulási pontot kínálnak a jövőbeli intézkedésekhez és a politikai összehangoláshoz az európai sportmédiá-ökoszisztémában.

II. A POWER STRATÉGIA

A stratégia a kutatási eredményeket **olyan gyakorlati megoldásokká** alakítja, amelyeket a média szakemberei, a hallgatók, a sportszervezetek kommunikációs csapatai, az oktatók és a politikai döntéshozók alkalmazhatnak. Célja, hogy az elemzésről a megvalósításra térjen át, inspirációt, ötleteket és megoldásokat kínálva a nők sportban való **inkluzív, méltányos és nemek közötti egyensúlyt tükröző médiában** való megjelenésének elősegítésére.

A **POWER stratégia** összehangolt, transznacionális megközelítéssel **igyekszik megváltoztatni a női sportolók ábrázolásának, megítélésének és értékelésének módját**. A kutatás során azonosított öt fő hiányosság – láthatóság és következetesség, narratív sokszínűség, strukturális egyensúlyhiány, vizuális ábrázolás, valamint irányítás és elszámoltathatóság hiánya – kezelésével a stratégia tervet nyújt a hosszú távú, fenntartható változáshoz.

A stratégia öt egymással összefüggő részből áll:

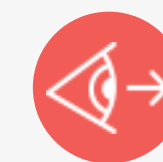
1	Stratégiai jövőkép és küldetés	a stratégiát irányító hosszú távú törekvés és cél meghatározása.
2	Átfogó cél	Általános, de konkrét célkitűzés meghatározása a hiányosságok orvoslására, amely minden médiumra alkalmazható, méretétől és nemzetiségétől függetlenül.
3	Főbb stratégiai üzenetek	A különböző érdekelt feleket célzó központi kommunikációs elvek és tudatosságnövelő üzenetek összefoglalása.
4	Stratégiai cselekvési terv	A hiányosságoktól a cselekvésig – ez a rész részletezi az egyes hiányosságokhoz tartozó célokat, néhány konkrét ajánlott intézkedéssel és a végrehajtáshoz kapcsolódó bevált gyakorlatok példáival.
5	Megfigyelés és értékelés megközelítés	Mechanizmusok javaslata az előrehaladás nyomon követésére, a hatások értékelésére, valamint a stratégia alkalmazkodóképességének és hatékonyságának biztosítására.



Ezek a komponensek együttesen **átfogó cselekvési tervet** alkotnak. A POWER stratégia nem csupán a médiában megjelenő egyenlőtlenségekre adott válasz, hanem egy **előremutató eszköz is, amelynek célja az intézményi változások ösztönzése, a szakmai gyakorlat fejlesztése, valamint az egyenlőség és a sokszínűség előmozdítása az európai sportmédiá ökoszisztéma minden szintjén, hosszú távú pozitív hatásokat eredményezve az összes fent említett területen.**

1. A POWER projekt stratégiai víziója és küldetése

VÍZIÓ



Egy inkluzív európai sportmédiakörnyezet, ahol a női és férfi sportolók egyenlő láthatóságot, elismerést és tiszteletet kapnak, és ahol a média tudósítása a sokszínűséget, a méltányosságot és a professzionalizmust tükrözi, előítéletek és sztereotípiák nélkül.

MISSZIÓ



A sportmédiá gyakorlatának átalakítása, bizonyítékokon alapuló stratégiák, inkluzív kommunikáció és szektorok közötti együttműködés révén – újságírók, szerkesztők és sportszervezetek ellátása olyan eszközökkel, amelyek biztosítják, hogy a női sportolók ábrázolása minden médiaplatformon méltányos, kiegyensúlyozott és ösztönző legyen.

2. Átfogó cél

E dokumentum fő célja a fő vízió és a bemutatott küldetés elérése. Magába foglalja a POWER kutatás eredményeit, és figyelembe veszi más nemzetközi tanulmányokat is. Ez a POWER stratégia egyetlen, átfogó célja.

CÉL

A nemek közötti egyenlőség és a sokszínűség beépítése a szerkesztői politikákba és a szervezeti struktúrákba képzések révén, a nők sportmédiában való ábrázolásának javítása érdekében.

MI?

▶ A nemek közötti egyensúly és láthatóság javítása a sportmédiában

Miről szól ez a cél? → Arról, hogy a nemek közötti egyenlőséget és az inkluzivitást beépítsék a sportmédiá gyakorlatának minden szintjébe – szerkesztői döntések, történetmesélés, vizuális elemek és intézményi politikák – annak érdekében, hogy a női sportolók méltányos és folyamatos megjelenése biztosítva legyen.

KI?

▶ Önnek! A sportmédiá szakemberének!

Kinek szól ez a célkitűzés? → A sportmédiá ökoszisztéma minden szereplőjére vonatkozik – újságírókra, szerkesztőkre, fotósokra, tartalomkészítőkre, műsorszolgáltatókra és sportszervezetek kommunikációs munkatársaira. Emellett azoknak a nem kormányzati szervezeteknek, szövetségeknek és politikai döntéshozóknak is szól, akik támogathatják és nyomon követhetik a változást.

MIÉRT?

▶ Annak érdekében, hogy média szakemberként fejlődjön és fejlessze szervezetét!

Miért fontos ez? → A kiegyensúlyozott megjelenítés erősíti az újságírás integritását, támogatja a közönség sokszínűségét, növeli a szponzorálást és a hitelességet, és összhangban áll az EU egyenlőségre és inkluzivitásra vonatkozó értékeivel. Ez nem csak méltányos, hanem jó újságírói és jó üzleti gyakorlat is.

HOGYAN?

▶ Az akcióterv és az iránymutatások ajánlásainak követésével

Hogyan lehet ezt elérni? → A POWER Acon tervének és iránymutatásainak alkalmazásával: a női sportok egész éven át tartó tudósításának megtervezésével, a témák diverzifikálásával, inkluzív nyelv és vizuális elemek alkalmazásával, valamint szerkesztői nemek közötti egyensúlyi célok és diverzitási stratégia bevezetésével, belső ellenőrzéssel.

MIKOR?

▶ Már ma elkezdheti!

Mikor kell ezeket az intézkedéseket végrehajtani? → Azonnal és fokozatosan: kezdje a gyors eredményekkel (kiegyensúlyozott tudósítási terv, inkluzív nyelvhasználat), majd egy-három éven belül vezessen be rendszerszintű intézkedéseket (politikák, auditok, személyzeti képzés).



Tényleg szükségem van erre?



TIPP: Tegye fel magának ezeket a kérdéseket, és nézze meg, hogy Önnek és szervezetének van-e szükségük fejlesztésre! Ha igen, további útmutatásért nézze meg az AKCIÓTERVET!

KÜLÖNBÉSÉG KÉRDEZZE MEG ÖNMAGÁTÓL ELLENŐRIZZE MIÉRT FONTOS EZ?

A láthatóság és következtetesség hiánya	<ul style="list-style-type: none"> ❓ Egész évben foglalkozunk-e a női sportokkal, és nem csak a nagy események alkalmával? ❓ A női bajnokságok és a helyi versenyek szerepelnek-e a rendszeres tartalomnapárunkban? ❓ Tervezünk-e interjúkat vagy riportokat női sportolókkal a versenyszézonon kívül is? 	<ul style="list-style-type: none"> ✅ ✅ ✅ 	A rendszeres tudósítás hűséges közönséget épít, új szponzorokat vonz és javítja a médium hírnevét, mint előremutató és inkluzív médiaforrás. A következtetesség egyenlő a hitelességgel – és a kereskedelmi potenciállal.
Narratív sokszínűség hiánya	<ul style="list-style-type: none"> ❓ A női sportolókat vezetőként, szakértőként vagy változáshoz vezető személyiségként mutatjuk-e be, és nem csak versenyzőként? ❓ Cikkeink inkább a képességeikre, eredményeikre és tapasztalataikra koncentrálnak-e, mint a külsejükre vagy érzelmeikre? ❓ Beépítjük-e a nők hangját kommentátorok, elemzők vagy edzők formájában? 	<ul style="list-style-type: none"> ✅ ✅ ✅ 	A sokszínű történetmesélés gazdagítja a tartalmat, szélesebb közönséget vonz, és a médiumot friss, hiteles perspektívák forrásaként pozicionálja – nem pedig klisékkel. Emellett növeli az elkötelezettséget és az olvasók bizalmát.
Szerkezeti egyensúly hiánya	<ul style="list-style-type: none"> ❓ A férfi labdarúgás dominálja-e sport híreinket és műsoridőnket? ❓ Egyenlő teret biztosítunk-e a nők által kiemelkedően üzött különböző sportágaknak? ❓ Megmértük-e, hogy tartalmaink mekkora része szentelt a női versenyeknek? 	<ul style="list-style-type: none"> ✅ ✅ ✅ 	A sporttudósítások diverzifikálása bővíti a közönség bázisát, erősíti a márka identitását, és segít meghódítani az új piacokat és a jelenleg alulszolgáltott rajongói közösségeket.
Vizuális ábrázolásbeli hiányosság	<ul style="list-style-type: none"> ❓ Fotóink és videóink a női sportolókat cselekvés közben mutatják-e – erőteljesen, dinamikus és professzionálisan? ❓ Kerüljük-e az objektívizáló vagy passzív képeket? ❓ Vizuális anyagaink tükrözik-e a testalkat, az életkor és a háttér sokszínűségét? 	<ul style="list-style-type: none"> ✅ ✅ ✅ 	A magas minőségű, inspiráló vizuális elemek növelik a professzionalizmust és a vizuális vonzerőt. Emellett pozitív figyelmet vonzanak a közösségi médiában, erősítik a márka értékeit és bizonyítják a szerkesztői integritást.
Irányítás és elszámoltathatóság hiánya	<ul style="list-style-type: none"> ❓ Követünk-e egyértelmű elveket vagy irányelveket – személyes vagy szervezeti szinten –, amelyek biztosítják a nemek méltányos és kiegyensúlyozott ábrázolását az általunk készített vagy megosztott sporttartalmakban? ❓ Nyomon követjük és figyelemmel kísérjük-e a reprezentációs adatokat? ❓ Csapataink részesültek-e nemek közötti egyenlőségre érzékeny riportkészítés vagy vizuális történetmesélés képzésben? 	<ul style="list-style-type: none"> ✅ ✅ ✅ 	A szisztematikus egyenlőségi gyakorlatok védik a médium hitelességét, megelőzik a hírnév kockázatát és javítják a belső professzionalizmust. A felelősségre vonhatóság mérhetővé és fenntarthatóvá teszi a méltányosságot.

3. Főbb stratégiai üzenetek – üzenetküldő eszközkészlet az inkluzív sportokhoz

„Nem tudja, hogyan beszéljen helyesen a nők sportról? Itt megtalálja a legfontosabb üzeneteket és példákat, amelyeket felhasználhat kampányokban, cikkekben vagy bejegyzésekben – közvetlenül a POWER kutatásból!”

1. Fő stratégiai üzenetek

Téma	Fő üzenet / szlogen	Forrás / Hivatkozás
Láthatóság és következetesség	„Ne csak az érmét, hanem az egész szezont is mutasd be!”	POWER WP2 Research; IOC Portrayal Guidelines for Gender Equality in Sport (2022)
Narratív sokszínűség	„A medálon túl: mesélik el a nők sportban betöltött szerepének teljes történetét.”	UNESCO Gender Equality in Sports Media (2020); EBU Reimagining Sport (2021)
Szerkezeti egyensúly	„Egyenlőség a hangban, sokszínűség a történetben, erő a méltányosságban.”	Council of Europe All In: Towards Gender Balance in Sport (2019)
Vizuális ábrázolás	„Mutassák meg a sportoló erejét, ne a pózát!”	IOC Portrayal Guidelines; UN Women Unstereotype Alliance
Irányítás és elszámoltathatóság	„A láthatóság építi az egyenlőséget – a felelősségvállalás tartja fenn.”	POWER Research (WP2); EU Work Plan for Sport (2021–2024)

„Minden történet valahol kezdődik, gyakran ÖNNEL! Akár a kamera mögött, a billentyűzet előtt vagy az igazgatótanácsban ül, az Ön döntései határozzák meg, hogy KI és HOGYAN kerül a figyelem középpontjába. Tegyük ezeket a döntéseket jelentőssé!”

2. Fő üzenetek célcsoportok szerint

Célcsoport	Beszélgéti pontok és szlogenek	Támogató források
Újságírók, hallgatók és médiaszakemberek	<ul style="list-style-type: none"> „A teljesítményt helyezze előtérbe, ne a megjelenést.” „Kiegyensúlyozott tudósítás = jobb újságírás.” „A szavak számítanak – válassza a méltányosságot.” 	IOC Portrayal Guidelines (2022); UNESCO Gender Equality in Media (2019); POWER WP2
Bloggerek és tartalomgyártók	<ul style="list-style-type: none"> „A platformja alakítja a sportkultúrát.” „Erőről szóló történeteket meséljen, ne sztereotípiákat.” „Az inkluzív tartalom növeli a közönséget.” 	UN Women Media Compact on Gender Equality (2021); The Inclusion Playbook: Women's portrayals Media Guide (2023)
Kommunikációs munkatársak sportszervezetekben	<ul style="list-style-type: none"> „A márkája tükrözi az értékeit – minden sportolót egyenlően képviselje.” „A láthatóság az egyenlőségi politikája része.” „Népszerűsítse a női sportokat egész évben, ne csak Nemzetközi Nőnapon.” 	EU High-Level Group on Gender Equality in Sport (2022); POWER Research
Nem kormányzati szervezetek és érdekképviseleti szervezetek	<ul style="list-style-type: none"> „A láthatóság hatalom – támogassa azokat a történeteket, amelyek átalakítják a sportot.” „A média egyenlősége erősíti a sport egyenlőségét.” „Lépjön partnerségre a médiával, hogy a változás láthatóvá váljon.” 	Council of Europe All In (2019); UN Women Sport for Generation Equality (2021)



Inspiráló kulcsfontosságú tudatosság

és kampány szlogenek

- „Az inkluzív történetmesélés megváltoztatja, ki vezet a holnapot.” – UNESCO Nők a sportban fórum (2020)
- „Több, mint sport: vezetés, hatás, identitás.” – A POWER fókuszcsoport eredményeiből származik
- „Egyenlő műsoridő. Tisztességes keret. Hiteles hangok.” – Összefoglaló az EBU Pathways to Gender-Balanced Coverage (2021) alapján



TIPPEK

- A nyelvhasználat fontos:** kerülje a felesleges nemi jelzőket („női bíró”), hacsak azok nem relevánsak.
- Mutassa meg a cselekvést:** használjon dinamikus, erőt sugárzó képeket – kerülje a passzív vagy szexualizált pózokat.
- Változtasson hangokat:** vonjon be nőket szakértőként, kommentátorként és elemzőként.
- Szélesebb körű történeteket mutasson be:** hangsúlyozza a vezetői szerepet, a társadalmi hatást és a közösségi elkötelezettséget.
- Vállaljon intézményi kötelezettséget:** integrálja a nemek közötti egyenlőséget a szerkesztői vagy kommunikációs politikába.

4. Stratégiai cselekvési terv

HATALMI KÜLÖNBSÉGEK AZ INTÉZKEDÉSEKHEZ



„Készen áll az ötletek megvalósítására?” Ez a szakasz bemutatja, hogyan valósítható meg a POWER stratégia – konkrét célokkal, javasolt intézkedésekkel és valós példákkal, amelyek segítenek a médiában megjelenő öt azonosított hiányosság megszüntetésében.

Fő hiányosság	Magyarázat / következmény	CÉLOK	Javasolt intézkedések	A siker mutatói / Hogyan mérje az előrehaladást?
<p>Láthatóság és következetesség</p>	A női sportolók médiában való megjelenése rendszertelen és eseményvezérelt, az olimpia vagy a nagy tornák idején tetőzik, majd hosszú időre eltűnik. Ez megakadályozza a közönséget abban, hogy megismerje a sportolókat, a csapatokat és a történeteket. Csökkenti továbbá a kereskedelmi láthatóságot és a szponzorálási lehetőségeket.	<p>A női sportok médiában való megjelenésének gyakoriságának és folytonosságának erősítése.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Népszerűsítse a kiegyensúlyozott médiajelenléteket. Szerkesztői/média sokszínűségi célok. • Erősítse a szerkesztői tervezést és képzést a női sportok egész éven át tartó láthatóságának biztosítása érdekében. • Biztosítson rendszeres láthatóságot egy diverzifikált programmal, amely kevésbé népszerű sportágakat is magába foglal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ mérhető, ✓ kontextusok között alkalmazható, ✓ összhangban az 5. szakaszban szereplő ellenőrzési eszközökkel. <ul style="list-style-type: none"> ✓ A női sportokkal kapcsolatos publikált cikkek vagy sugárzott műsorok számának növekedése (negyedévente nyomon követve). ✓ A közönség elkötelezettségének növekedése a női sporttal kapcsolatos tartalmak iránt (megtételek, kattintások, elérhetőség, hozzászólások). ✓ A női sportokról szóló tudósítások beépülése a heti vagy havi szerkesztői ütemtervekbe.
<p>Narratív sokszínűség</p>	A női sportolók médiában való megjelenését gyakran személyes vagy érzelmi szempontok határozzák meg, nem pedig sportteljesítményük és professzionalizmusuk. Ritkán emelik ki vezető, mentori vagy változáshoz vezető szerepüket, ami korlátozza a közvéleményt abban, hogy teljes mértékben megértse a sport és a társadalom iránti hozzájárulásukat.	<p>A női sportolók ábrázolásának kiszélesítése: bemutatni képességeiket, vezető szerepüket és társadalmi hatásaikat sokszínű, ösztönző történetek révén, és méltatni teljes mértékű hozzájárulásukat a sport és a társadalom területén.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Javasoljon szélesebb körű történetmeselési megközelítéseket, amelyek magukba foglalják a vezetést, a társadalmi elkötelezettséget és a személyes fejlődést. Mutassa be őket cselekvés közben/vezetői szerepekben, összpontosítson a készségekre és az eredményekre, ne pedig az esztétikára, a nőieségre vagy az érzelmeire. • Támogassa a nemek közötti egyenlőségre érzékeny és inkluzív tudósításra vonatkozó képzéseket. • Hangsúlyozza a pozitív példaképeket és a sportban elért sokszínű sikereket. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A női sportolók szakmai szerepeit és eredményeit kiemelő tartalmak aránya a személyes/életmódbeli aspektusokkal szemben (tartalomkódolás). ✓ A vezetői szerepet, aktivizmust vagy közösségi szerepvállalást bemutató mélyreható vagy riportjellegű cikkek száma. ✓ Kvalitatív szerkesztői felülvizsgálat (pl. évente egyszeri „nyelvi audit”) révén ellenőrzött, kiegyensúlyozott és ösztönző nyelvhasználat. ✓ A női sportolók hozzájárulásának fokozott elismerése a címekben, a képaláírásokban és a cikkek keretezésében (szerkesztői ellenőrzési ellenőrzőlista alapján mérve).
<p>Szerkezeti egyensúlyhiány</p>	A férfi labdarúgás dominanciája a hírszerkesztőségekben, a műsorszerkesztésben és a szponzorálásban strukturális akadályokat teremt más sportágak láthatóságának. Ez az elfogultság háttérbe szorítja a női sportokat és torzítja a közvélemény sportági sokszínűségről alkotott képét. Emellett korlátozza a nők által kiemelkedően űzött alternatív sportágakba történő befektetéseket.	<p>Ösztönözze a női és kevésbé népszerű sportágak méltányosabb megjelenését a médiában.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Javasoljon változatosabb médiatartalmakat, hogy azok szélesebb körű sportágakat és versenyeket öleljenek fel. • Erősítse az intézményi elkötelezettséget a különböző sportágak egyenlő láthatósága iránt. • Tudatosítsa a női sportok értékét és versenyképességét a közvéleményben. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A teljes sporttartalom százalékos aránya, amely a férfi labdarúgáson kívüli női vagy vegyes nemű versenyeket fed le. ✓ A médiatartalmakban szereplő új- vagy alulreprezentált sportágak száma. ✓ A tudósítások sokszínűsége. ✓ A női sportszövetségekkel vagy egyesületekkel létrehozott médiapartnerségek vagy együttműködések száma.
<p>Vizuális ábrázolás</p>	A női sportolók vizuálisan alulreprezentáltak, és gyakran statikus, semleges vagy passzív módon ábrázolják őket. A dinamikus képek hiánya ellentétben áll a férfi sportolók ábrázolásával – akiket cselekvésben, érzelmesen és erőteljesen mutatnak be –, ezáltal megerősítve az energia, a versenyképesség és az érték egyenlőtlen megítélését.	<p>Gondoskodjon arról, hogy a női sportolók képei és videói dinamizmust, professzionalizmust és sokszínűséget közvetítsenek.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Javítsa a vizuális ábrázolást a sportoló nők dinamikus, cselekvésalapú képeinek népszerűsítésével. • Dolgozzon ki közös vizuális szabványokat az egyenlőség és a professzionalizmus érdekében. Ajánljon nem szexuálizált, önbizalmat növelő képeket. • Ösztönözze a vizuális sokszínűséget a szerepek, sportágak és testtípusok ábrázolásában. Kínáljon vizuális ellenőrzőlistákat vagy sablonokat. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A nők dinamikus, aktív és professzionális környezetben ábrázolt képei a publikált vagy sugárzott vizuális anyagok százalékában (cél $\geq 70\%$). ✓ A nemek arányának egyensúlya a képekben (legalább 40% női sportoló a sportfotó-tartalmakban). ✓ A belső vizuális egyenlőségi ellenőrzések során „zöld” minősítésű vizuális anyagok aránya (a közlekedési lámpa rendszer használatával). ✓ Belső vizuális irányelvek elfogadása és/vagy a „Vizuális egyenlőségi ellenőrzőlista” eszköz használata.
<p>Irányítás és felelősség</p>	A legtöbb médiumnak nincs hivatalos nemek közötti egyenlőségi stratégiája, szerkesztői politikája vagy ellenőrző mechanizmusa. Intézményi elkötelezettség és elszámoltathatósági eszközök hiányában a nemek közötti egyenlőségre érzékeny tudósítás inkább az egyéni erőfeszítéseken múlik, mint a rendszeres gyakorlaton. Ez fenntartja az inkonzisztenciát és a lassú haladást.	<p>A nemek közötti egyenlőség beépítése a média irányítási struktúrába politikák, mérhető célok és monitoring rendszerek révén.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dolgozzon ki világos szerkesztői irányelveket és nemek közötti egyenlőségre és sokszínűségekre vonatkozó politikákat a sportmédiában. Biztosítson képzési modulokat a nemek közötti egyenlőségre érzékeny nyelvhasználatról. Vonjon be több női újságíró a médiába. • Vezessen be megfigyelési- és értékelési rendszereket a haladás és az elszámoltathatóság nyomon követése érdekében. Határozzon meg belső célokat vagy KPI-akat. • Mozdítsa elő a média szervezetek, közintézmények és egyenlőségi szervek közötti együttműködést. Ösztönözze a szövetségekkel és klubokkal való partnerségeket a rendszeres tudósítás elősegítése érdekében. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Belső nemek közötti egyenlőségi vagy szerkesztői sokszínűségi politika léte (igen/nem). ✓ A nemek közötti egyenlőségre és az inkluzivitásra érzékeny tudósításokról képzett alkalmazottak száma vagy aránya. ✓ Éves vagy féléves egyenlőségi előrehaladási jelentések vagy átláthatósági nyilatkozatok közzététele. ✓ A nők aránya a szerkesztői, produkciós vagy vezetői pozíciókban (növekedés a kiindulási értékhez képest). ✓ A szerkesztői nemek közötti egyensúlyi ponttáblázat vagy hasonló belső megfigyelési eszköz rendszeres használata.

CÉLOK

HOGYAN ÉRHETI EL ŐKET?

„Lássuk a gyakorlatban!

Így lehet kezelni az öt hiányosságot –
valós példákkal, bevált ötletekkel és
lépésekkel, amelyeket saját
médiagyakorlatában is alkalmazhat.”



1. CÉL: A női sportok médiában való megjelenésének gyakoriságának és folytonosságának

A láthatóság és a folytonosság hiányának kezelése



„A nemek közötti egyenlőség a keret megteremtésével kezdődik. A nők médiában való megjelenésének átírása a legkézenfekvőbb a sztereotípiák leküzdéséhez, a médiában és a társadalomban tapasztalható nyomás enyhítéséhez, amely különösen a fiatalabb generációkat terheli.”

Fiorenza Gherardi De Candei

Kommunikációs menedzser és sajtótitkár, szabadúszó

? Miért fontos ez?

A következetes és látható tudósítás kulcsfontosságú a nők sportban való jelenlétének normalizálásához. Amikor a női versenyek a nagy események mellett is tartós figyelmet kapnak, a közönség hosszú távú elkötelezettséget és elismerést fejleszt ki, ami segít a láthatósági hiányosságok megszüntetésében.

„A láthatóság nem véletlenül jön létre... A világ minden táján a médiaszolgáltatók bizonyítják, hogy a következetes, magas színvonalú tudósítás nem csak lehetséges, hanem a jövő is! Ne maradjon le, írme néhány inspiráló példa és tippek, hogyan alkalmazhatja őket!”

Hogyan lehet kezelni: inspiráló példák és bevált gyakorlatok

Példa / Forrás	Mit tartalmaz?	Gyakorlati ajánlások a médiának
NOB ábrázolási irányelvek „A kiegyensúlyozott és folyamatos tudósítás biztosítása” (2024, 17. o.) Olvassa el itt	Hangsúlyozza a női sportok rendszeres és integrált tudósításának fontosságát, a nagy eseményekhez kötődő alkalmi tudósítások helyett. Ösztönzi a női versenyek beépítését a rendszeres műsorszórási és publikációs ütemtervekbe.	<ul style="list-style-type: none"> Építse be a női sportokat a rutin programokba és a sportoldalakba, ne szigetelje el „különleges” tartalmakként. Biztosítson egyenlő teret az eredmények, előzetesek és mérkőzésbeszámolók számára.
NOB ábrázolási irányelvek „A női sport egész évben történő népszerűsítése” (2024, 17. o.) Olvassa el itt	Ajánlja a női események proaktív promócióját a versenyek előtt, alatt és után, hogy a közönség megismerje és tartósan elköteleződjön.	<ul style="list-style-type: none"> Készítsen szerkesztői naptárakat, amelyek tartalmazzák a női versenyek előzeteseit, élő közvetítéseit és utólagos beszámolóit, hogy a narratíva folytonossága biztosítva legyen.
BBC Sport esettanulmány BBC #ChangeTheGame kampány „Női Sport Alapítvány” (2021, 28. o.) Olvassa el itt	A BBC 2019-es #ChangeTheGame kampánya a női sport iránti legnagyobb elkötelezettségét jelezte, egész éven át, több platformon is közvetítve olyan jelentős eseményeket, mint a FIFA Női Világbajnokság és a Netball Világbajnokság. A kezdeményezés jelentősen növelte a közönség elkötelezettségét, vonzotta a fiatalabb nézőket, és javította a BBC női sporttal kapcsolatos megítélését.	<ul style="list-style-type: none"> Jelöljön ki a női sportokért felelős szerkesztői szerepköröket vagy bajnokokat. Biztosítani a platformok közötti promóciót és az egyenlő láthatóságot a weboldal szakaszaiban és a közösségi média feedjeiben. Készítsen integrált, több platformon futó kampányokat, amelyek a női sportot népszerűsítik a nagy események előtt, alatt és után.
The Telegraph esettanulmány „Női Sport Alapítvány” (2021, 27. o.) Olvassa el itt	A Telegraph (Egyesült Királyság) a női sportokat egész éves szerkesztői tervezésébe integrálta külön szekciók, napi tudósítások és továbbfejlesztett digitális történetmesélés révén. Bemutatja, hogyan lehet tartós láthatóságot elérni, ha a női sport a különleges események tartalmának helyett a mindennapi szerkesztői rutin részévé válik. Az eset bizonyítja, hogy a következetes tudósítás idővel növeli a közönség érdeklődését, a hitelességet és a kereskedelmi értéket.	<ul style="list-style-type: none"> Hozzon létre állandó női sport szekciót; alkalmazzon szakosodott szerkesztőket/riportereket; Vegyen fel egy több platformra kiterjedő tervet (hírszerkesztőség, nyomtatott sajtó, podcast, közösségi média). Kövessék nyomon a teljesítményelemzéseket a közönség növekedésének bemutatására.

Ellenőrzőlista – Gyors átgondolás a publikálás előtt

- Biztosítunk-e előzeteseket, tudósításokat és utólagos beszámolókat a női eseményekről, hogy idővel fenntartsuk a láthatóságot?
- A női sportok ugyanolyan hangsúlyt kapnak-e a honlapunkon, a címlapjainkon vagy a műsorunkban?
- Közvetlenül a versenyek előtt és után is következetesen használjuk-e a közösségi médiát a női sportesemények népszerűsítésére?
- Nyomon követjük és felülvizsgáljuk a női és férfi sporteseményekről szóló tudósítások arányát az év során?



2. CÉL:

Árnyaltabb képet festeni a női sportolókról a médiában: inspiráló történeteken keresztül mutatjuk be tehetségüket, vezetői szerepüket és társadalmi hatásukat, elismerve mindazt, amit a sportért és a közösségért tesznek.

A narratív sokszínűség
hiányának kezelése



„Mi többek vagyunk, mint a győzelem pillanatai – vezetők és csapattársak vagyunk, akiket őszinte ambíciók hajtanak, és a legjobb eredményre törekszünk.”

Denia Kopita
futballista és görkorcsolyázó

**Miért fontos ez?**

A nők ábrázolása alakítja a közvéleményt. Azáltal, hogy a sportolók képességeit, vezetői szerepét és társadalmi hatását emeli ki – és nem csak a magánéletüket vagy a külsejüket –, a média megkérdőjelezheti a sztereotípiákat, és a női sportolókat teljes, többdimenziós szakemberekként mutathatja be.

„Kíváncsi, hogy ez hogyan néz ki a gyakorlatban? Nézze meg, hogyan alakítják át mások a történetet, és mutatják az utat!”

Hogyan kezeljük: inspiráló példák és bevált gyakorlatok

Példa / Forrás	Mit mutat	Gyakorlati ajánlások a médiának
Naomi Osaka esszéje a TIME magazinban „(2021) Olvassa el itt	Első személyű narratíva, amely nemcsak Osaka sportteljesítményét, hanem identitását, aktivizmusát és mentális egészségért való kiállását is bemutatja. Emberi arcát mutatja meg, mint többdimenziós személyiséget, és megmutatja, hogy az atléták saját hangjának megadása hogyan elősegíti az empátiát, az autenticitást és a közönséggel való kapcsolatot.	<ul style="list-style-type: none"> Ösztönözzön olyan riportokat vagy interjúkat, amelyekben a női sportolók közvetlenül megoszthatják véleményüket. A felszínes narratívák helyett a mélységet és az önkifejezést helyezze előtérbe. Hangsúlyozza a sport sikerei mögött álló társadalmi hatást és emberi történeteket.
NOB ábrázolási irányelvek „Mutassa be a vezetői képességeket és a karaktert” (2024, 18. o.) Olvassa el itt	Ajánlja, hogy a sportolók karakterére, professzionalizmusára és vezetői képességeire összpontosítsanak, hogy kiegyensúlyozzák a közvéleményt. Hangsúlyozza, hogy kerüljék az olyan kérdéseket vagy megfogalmazásokat, amelyek megerősítik a háztartási vagy nemi sztereotípiákat.	<ul style="list-style-type: none"> Építse be a narratív sokszínűséget a szerkesztői politikába és a képzésbe. Tekintszen el az interjúkészítési gyakorlattól, hogy elkerülje a személyes vagy családra fókuszáló kérdéseket. Mutassa be a női sportolókat vezetőként, innovátorként és mentorként.
Senki tulajdona „Teika Esport Femení Manual” (2023, 26. o.) Olvassa el itt	Példákkal illusztrálja, hogyan alááshatja a nyelv finoman az autonómiát azáltal, hogy a női sportolókat a férfiakhoz viszonyítva definiálja (pl. „a felesége”, „a lánya”). A nők független szakemberekként való ábrázolását támogatja.	<ul style="list-style-type: none"> Mutassa be a női sportolókat történeteik független alanyainak. Végezzen rendszeres nyelvi ellenőrzéseket a kapcsolati vagy lekicsinylő kifejezések felismerése érdekében. Vegyenek fel nemek közötti egyenlőségre figyelmes nyelvi képzést az újságírók számára.

Ellenőrzőlista – Gyors átgondolás a publikálás előtt

- Ez a cikk kiemeli a sportoló képességeit, professzionalizmusát vagy vezetői képességeit?
- Elkerüli-e a megjelenéssel, családdal vagy érzelmekkel kapcsolatos sztereotípiákat?
- Hangot és cselekvési lehetőséget ad-e a sportolónak?
- Hozzájárul-e a sportban szereplő nők sokszínű és hiteles képének kialakításához?



3. CÉL:

Ösztönözzék a női és kevésbé népszerű sportágak méltányosabb megjelenését a médiában

A strukturális
egyensúlytalanság
megszüntetése



„A sportban az egyenlőség akkor kezdődik, amikor minden sportág – és minden sportoló – lehetőséget kap arra, hogy lássák, értékeljék és ünnepejjék.”

Petra Schmitt
Főtitkár, Magyar
Teniszszövetség

**Miért fontos ez?**

A férfi labdarúgás dominál a sportmédiában, így más sportágaknak és női sportolóknak kevés lehetőségük van a figyelem felkeltésére. A tartalom diverzifikálása erősíti az egyenlőséget, új közönséget vonz és bemutatja a sportolói kiválóság teljes spektrumát.

„Gyors emlékeztető: a férfi labdarúgás nagyszerű, de nem ez az egyetlen sport a városban! Osszuk meg a reflektorfényt, és adjunk lehetőséget minden sportágnak! Íme, hogyan zajlik már a változás, és hogyan lehet részese lenni!”

Hogyan lehet megoldani: inspiráló példák és bevált gyakorlatok

Példa / Forrás	Mit mutat	Gyakorlati ajánlások a médiának
Stílusúti „Teika Esport Femení Manual” (2023, 39–42. o.) Olvassa el itt	Iránymutatásokat ad a női sportok kiegyensúlyozott médiakezeléséhez, felszólítva a különböző sportágak lefedettségének és a szerkesztői figyelem elosztásának egyenlőségére.	<ul style="list-style-type: none"> Használja a stílusútimitatót referenciaként arra, hogy mely sportágak alulreprezentáltak a tudósításában. Határozzon meg belső célokat a futballon kívüli sportágakról szóló cikkek számát illetően.
NOB ábrázolási irányelvek (2024, 22. o.) Olvassa el itt	Megmutatja, hogyan támogathatják a sportszervezetek a kiegyensúlyozott tudósítást azáltal, hogy a versenynaptárak, a közvetítési időpontok és a jogtulajdonosokkal kötött megállapodások biztosítják a női és férfi események egyenlő megjelenését. Kiemeli, hogy az események egyenlő sorrendje és időzítése a médiatervezést igazságosabbá és költséghatékonyabbá teszi a médiumok számára.	<ul style="list-style-type: none"> Támogassa a jogtulajdonosokat és a szövetségeket abban, hogy a női eseményeket kedvező időpontokra ütemezzék. Törekedjen a nemek közötti egyensúlyra az események ütemezésében, amikor a bajnokságokról tudósít. Gondoskodjon arról, hogy a szerkesztői tervezés „tisztességes időzítésen” alapuljon, hogy a nők is megjelenjenek.
Egyesült Királyság kormánya Női Sport Hét Kezdeményezés, a „Nők és sport: kormányzati stratégia” című dokumentumban (2015, 7–8. o.) Olvassa el itt	Nemzeti kampány, amelynek célja a női sport láthatóságának növelése több médiumban. Ösztönözte a műsorszolgáltatókat, újságokat és digitális platformokat arra, hogy évente egy héten keresztül a női sportnak szenteljék a tudósításokat, ami lendületet adott a kampánynak és tartós láthatóságot biztosított a kampányidőszakon túl is.	<ul style="list-style-type: none"> Indítson el éves tematikus médiakezdeményezéseket, például „Női sport hét” néven, együttműködve a szövetségekkel és a műsorszolgáltatókkal. Építsen ki ágazatközi partnerségeket, hogy az egész évben fenntarthassa a lendületet.

Ellenőrzőlista – Gyors átgondolás a közzététel előtt

- Tükrözi-e tudósításunk a női sportok sokszínűségét a labdarúgáson és más domináns sportágakon túl?
- Egyenlő láthatóságot biztosítunk-e a különböző sportágakban és szinteken (elit, országos, helyi) zajló női versenyeknek?
- Kiegyensúlyozott időbeosztást és kiemelt szerepet biztosítunk-e a női eseményeknek a címlapjainkon, műsorainkban vagy online oldalainkon?
- Segít-e a történetmesélésünk a közönségnek új sportágakat és sportolókat felfedezni, szélesítve ezzel a nők sportban betöltött szerepének általános képét?



4. CÉL:

Meggyőződni arról, hogy a női sportolók képei és videói dinamizmust, professzionalizmust és sokszínűséget közvetítenek.

A vizuális ábrázolás hiányosságainak kezelése



„Minden kép erőt adhat vagy gyengíthet. Mutassuk meg a nőket mozgásban – erősek, koncentráltak és szabadok. Ott kezdődik az igazi egyenlőség.”

Leila Marques

Nő, anya, háziorvos és családorvos, IOC diplomás sportorvos, négyszeres paralimpiai úszó, többszörös világbajnok, a Portugál Paralimpiai Bizottság alelnöke, a Nemzetközi Paralimpiai Bizottság alelnöke, a Portugál Sportban a Nemek Közötti Egyenlőség Munkacsoport koordinátora.



Miért fontos ez?

A képek befolyásolják, hogy a közönség hogyan értékeli a sportolókat. A dinamikus, cselekvésorientált és sokszínű vizuális elemek segítenek a nőket erőteljesnek és profinak ábrázolni, ellensúlyozva a sportképekben még mindig fennálló sztereotípiákat.

„Ha egy kép többet mond ezer szónál, akkor gondoskodjunk arról, hogy a miénk a megfelelő történetet mesélje el! Nézzük meg, hogyan definiálják újra mások a hatásos képek fogalmát!”

Hogyan kezeljük a problémát: inspiráló példák és bevált gyakorlatok

Példa / Forrás	Mit mutat	Gyakorlati ajánlások a médiának
NOB ábrázolási irányelvek – Képek (2024, 14. o.) Olvassa el itt	Gyakorlati vizuális kommunikációs elveket nyújt a női sportolók dinamizmusának, professzionalizmusának és tiszteletének ábrázolásához. Ösztönzi az aktív képek, a kiegyensúlyozott kameraállások és a nemek közötti egyenlő bánásmód használatát.	<ul style="list-style-type: none"> Alkalmazza a NOB (IOC) ábrázolási útmutatóját, hogy a női sportolók ereje, tehetsége és sokszínűsége méltó módon jelenjen meg. Biztosítson képzést kreatív csapatának az elfogulatlan vizuális megjelenítés alapjairól.
Sport England – „This Girl Can” kampány Közberső jelentés (2014, 21. o.) Olvassa el itt	Egy mérföldkőnek számító kampány, amely újrafogalmazta a sportban alkalmazott vizuális történetmesélést azáltal, hogy valódi nőket használt fel profi sportolók vagy modellek helyett. Kihívást jelent a testképpel, az önbizalommal és a részvétellel kapcsolatos sztereotípiáknak. 2015-ös elindítása óta a kampány több millió embert ért el, több mint 7 millió YouTube-megtekintéssel és egyértelmű bizonyítékkal a viselkedésre gyakorolt hatásra vonatkozóan.	<ul style="list-style-type: none"> Használjon hiteles, inkluzív képeket, amelyek tükrözik a nők valós tapasztalatait és önbizalmát a sportban. Ünnepelje az erőt, a sokszínűséget és az örömet a tökéletesség és az esztétika helyett.
Getty Images és Women’s Sport Trust partnerség (2021) Olvassa el itt	A partnerség célja a sportban szereplő nők kereskedelmi és szerkesztői ábrázolásának átalakítása, a sztereotípiákon túli reprezentáció biztosítása. Dinamikus, sztereotípiáktól mentes fotógyűjteményeket népszerűsít.	<ul style="list-style-type: none"> Működjön együtt fotóügynökségekkel és médiapartnerekkel egy sokszínű, sztereotípiáktól mentes képgyűjteménylétrehozásában. Alakítson ki belső irányelveket a tárgyiasítástól mentes, erőt és önbizalmat sugárzó képi világ használatára.

Ellenőrzőlista – Gyors átgondolás a közzététel előtt

- A felvétel a dinamikát, a technikai tudást és az intenzitást tükrözi a beállított pózok helyett?
- Megjelenik-e a női sportolók ábrázolásában ugyanaz a profizmus és erő, mint amit a férfiaknál megszoktunk?
- Kellően sokszínűek a vizuális anyagaink a testalkatok, az etnikumok és a sportágak tekintetében?
- Sikerült elkerülnünk a tárgyiasító kameraállásokat és a külsőségek öncélú hangsúlyozását?



5. CÉL:

Érvényesíteni a nemek közötti egyenlőséget a média vezetési struktúráiban világos irányelvek, mérhető célkitűzések és ellenőrzési rendszerek segítségével.

A kormányzás és az elszámoltathatóság hiányosságainak kezelése



„A változás akkor kezdődik, amikor az inkluzivitás politikává válik, és nem csak ígéret marad. A médiában megjelenő egyenlőséget mérni, figyelemmel kísérni és láthatóvá tenni kell.”

Pepa Muñoz Quintana
elnök, Federació ACELL-Special Olympics

**Miért fontos ez?**

A tartós változáshoz struktúra szükséges. A világos belső politikák, irányelvek és monitoring eszközök biztosítják, hogy a nemek közötti egyenlőség a média mindennapi gyakorlatának részévé váljon, és ne csak egyszeri kezdeményezés maradjon.

csak egy szlogen vagy trend, hanem egy rendszer, amelyet felépíthettek. Ne legyetek az utolsók, akik cselekszenek, íme, hogyan járnak már egy lépéssel előttetek mások!”

Hogyan lehet kezelni: inspiráló példák és bevált gyakorlatok

Példa / Forrás	Mit mutat	Gyakorlati ajánlások a médiának
UNESCO „Média és nemek közötti egyenlőség tanulmány” a Sport és nemek közötti egyenlőség játéktervben: Iránymutatások a nemek közötti egyenlőséget elősegítő sportpolitikákhoz és programokhoz (2023, 42. o.) Olvassa el itt	Új-Zéland 2019 óta zajló mintaprojektjét mutatja be, amely a nők sportmédiabeli láthatóságát célzó országos törekvéseket szemlélteti. A kezdeményezés keretében rendszeresen publikálnak éves jelentéseket, infografikákat és esettanulmányokat, amelyek a nők médiamegjelenését elemzik. A tudatos építkezés eredményeként a női sportokról szóló tudósítások aránya a 2020-as 15%-ról 2024-re 27%-ra emelkedett.	<ul style="list-style-type: none"> Rendszeres nyomon követési és jelentéstételi folyamatokat kell kidolgozni a sportmédiá nemi egyensúlyának vizsgálatára. Az éves láthatósági jelentések közzététele és az adatvezérelt tájékoztatás növeli a műsorszolgáltatók és kiadók felelősségvállalását. A módszertani háttér és a felhasználható források a Sport NZ Media Analysis (Sport NZ Médiaelemzés) című dokumentumban olvashatók.
UN Women Esettanulmány: Nők a hírekben és a sportban (WINS) program (2025, 31. o.) Olvassa el itt	A Women in News and Sport (WINS) kezdeményezés célja a női újságírók és médiaszakemberek támogatása, hogy a sportközvetítésekben is hangsúlyosabbá váljon az esélyegyenlőség. Az ázsiai és csendes-óceáni térségben működő program vezetői képzésekkel, mentori rendszerrel és szakmai továbbképzésekkel segíti a résztvevőket. Emellett ösztönzi a társadalmi sokszínűsége nyitott tudósításokat, és a befogadó szerkesztőségi kultúra kialakításán dolgozik.	<ul style="list-style-type: none"> Építse be a szervezetfejlesztési programokat és az esélyegyenlőségi szempontú vezetői képzéseket a médiaszervezetek működésébe! Alakítson ki partnerséget olyan kezdeményezésekkel, mint a WINS, hogy biztosítsa a befogadó vezetői utánpótlást, és rögzítsen világos esélyegyenlőségi célokat a szerkesztési elvekben.
Egyesült Királyság kormánya Nők a sportban tanácsadó (2015, 22. o.) Olvassa el itt	A szöveg hangsúlyozza a különböző szereplők – kormányzati szervek, műsorszolgáltatók, sportszövetségek és szponzorok – közötti ágazatközi összefogás jelentőségét a női sport láthatóságának növelése és irányításának korszerűsítése érdekében. A jelentés szerint a kulturális és strukturális fordulat alapfeltétele a közös felelősségvállalás és az összehangolt kommunikáció.	<ul style="list-style-type: none"> Ösztönözze a partnerségeket a média szervezetek, az állami intézmények és a sport irányító testületei között a tudatosságnövelő kampányok koordinálása és a nemek közötti egyenlőségi célok összehangolása érdekében. Rendszeres több érdekelt felet bevonó fórumok vagy munkacsoportok létrehozása a következetes előrelépés és a felelősségre vonhatóság biztosítása érdekében.

Ellenőrzőlista – Gyors átgondolás a közzététel előtt

- Rendelkezünk-e írásos szerkesztőségi irányelvekkel, amelyek elősegítik az esélyegyenlőséget és a sokszínű megjelenítést?
- Van-e kijelölt felelőse vagy dedikált csapata a tartalmi és munkatársi nemi arányok nyomon követésének?
- Gyűjtünk és elemzünk-e nemenkénti bontású adatokat a sajtómegjelenésekről, a szerzőkről és a láthatóságról?
- Nyilvánossá tesszük-e az eredményeket az átláthatóság és a szakmai felelősségvállalás jegyében?



„Tápláld ötleteidet!

Friss, inspiráló médiaesetek, amelyek kreativitással helyezik előtérbe a női sportot.”

Inspirálódjon! JÓ GYAKORLATOK a média világából!



1. ESET

2023. év

Orange - Női labdarúgás / A Bleues legfontosabb eseményei

Franciaország női labdarúgó-válogatottja 2023-as világbajnokság reklám



2. ESET

2024

Állj a női gael futballért folytatott küzdelem mögé

Lidl Írország



3. ESET

2024

Mindenki nézze a női sportot kampány



4. ESET

2023

LUX: Változtasd meg a szöveget

Hé, kamera



5. ESET

2023

A Matildas-hatás

2023-as FIFA Női Világbajnokság

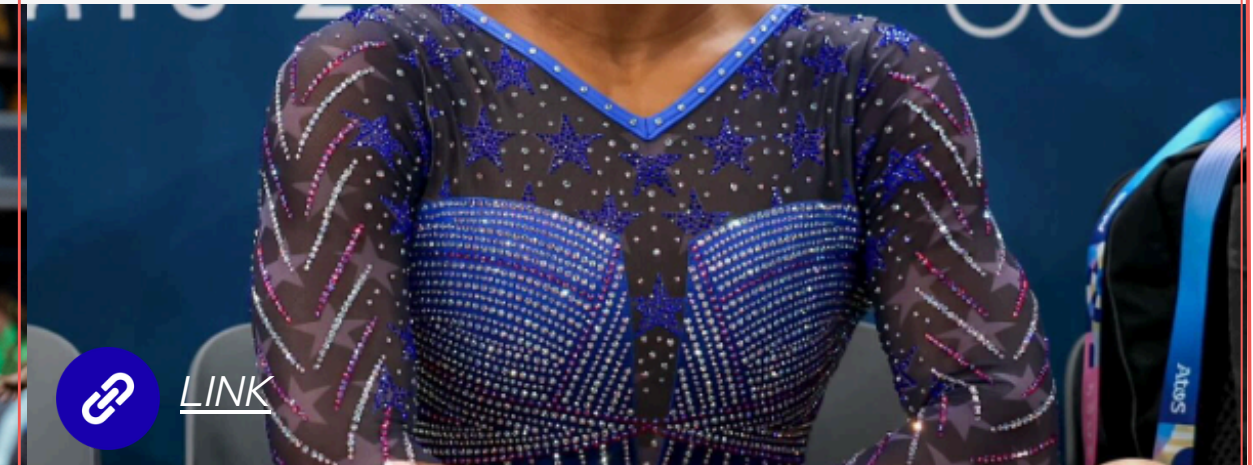


6. ESET

2024

Simone Biles

A kiegészés helyett a „határokat” választottam, és olimpiai történelmet írtam



5. Monitoring és értékelési megközelítés

ÁLTALÁNOS ÁTTEKINTÉS

ESZKÖZ

ÖNÉRTÉKELÉS Ellenőrzőlista

- Hol tartunk jelenleg?
- Melyek a legkritikusabb területek, ahol javulnunk kell?

„Tekintse ezt a haladása ellenőrzésének!

Használja ezeket az eszközöket, hogy felmérje, mennyire sikerül áthidalnia a hiányosságokat, és hogy lépésről lépésre tovább javuljon, függetlenül attól, hogy milyen szerepet tölt be, mekkora a mérete vagy milyen platformja van. Kinyomtathatja ezeket az ellenőrző listákat és eszközöket, hogy kommunikációs csapatával együtt javítsák a női sporttal kapcsolatos kommunikációjukat.”

TIPP



A POWER stratégia hatékony végrehajtásának biztosítása érdekében rugalmas és praktikus monitoring keretrendszer alakítottak ki. Minden hiányosságot **különböző eszközökkel vagy bizonyítékforrásokkal** lehet nyomon követni – kombinálva **a kvantitatív, kvalitatív és participatív módszereket**, miközben reális és könnyen kezelhető marad (így még a kis médiumok vagy független alkotók is használhatják). Ez a médiumok, kommunikációs osztályok és tartalomalkotók számára eszközöket biztosít a nemek közötti egyenlőség és a női sportolók kiegyensúlyozott megjelenésének előmozdításában elért előrehaladásuk önértékeléséhez.

Gyakorlati vizuális kommunikációs elveket biztosít a női sportolók dinamizmusának, professzionalizmusának és tiszteletének ábrázolásához. Ösztönzi az aktív képek, a kiegyensúlyozott kameraállások és a nemek közötti egyenlő bánásmód használatát.

- ▶ **Cél:** Segíteni a szerkesztőknek, újságíróknak és kommunikációs szakembereknek abban, hogy értékeljék, mennyire következetesen és méltányosan jelennek meg a női sportok a tudósításaikban, és hogy azonosítsák a fejlesztésre szoruló területeket.
- ▶ **Utasítások:** Minden állításnál értékelje jelenlegi gyakorlatát 1-től (soha) 5-ig (mindig).



1 Szerkesztői tervezés és gyakoriság

Sportközvetítéseinkben rendszeresen bemutatunk női sportolókat és csapatokat, nem csak a nagy eseményeken. Szerkesztői naptárunk egész évben tartalmaz női versenyeket és bajnokságokat. Szerkesztői értekezleteken felülvizsgáljuk a nemek közötti egyensúlyt a tudósításokban. A női és férfi sport híreket egyformán kiemelten kezeljük és helyezzük el.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2 Tartalom sokszínűsége és a történetek megközelítése

A női sportolókról olyan cikkeket is közlünk, amelyek túlmutatnak az eredményeken (pl. vezetői szerep, edzői tevékenység, aktivizmus). Cikkeinkben idézünk vagy bemutatunk női szakértőket, edzőket és elemzőket. Rendszeresen tudósítunk a kevésbé nyilvános női sportokról és helyi versenyekről. A női és férfi sportolók interjúinak és bemutatásának egyenlő teret és mélységet szentelünk.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 Intézményi gyakorlatok és monitoring

Legalább negyedévente nyomon követjük és jelentjük a sportközvetítések nemek közötti arányát. Szervezetünk szerkesztői irányelvekkel rendelkezik a nemek közötti egyensúly és az inkluzív reprezentáció tekintetében. Szövetségeket, klubokat vagy nem kormányzati szervezeteket vonunk be, hogy hozzáférjünk a női sportokkal kapcsolatos tartalmakhoz. Van egy belső kapcsolattartó vagy sokszínűségi tisztviselő a média egyenlőségéért.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4 Vizuális és digitális megjelenítés

A női sportolókról nem csak pózolt portrékat, hanem dinamikus, cselekvésen alapuló fotókat is használunk. Minden női sportolókról szóló cikkben legalább egy releváns kép vagy videó szerepel. Közösségi média csapataink gondoskodnak a nemek közötti egyensúlyról a bejegyzésekben és a láthatóságban. A képaláírások és a címsorok semleges, nem sztereotipikus nyelvet használnak.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5 Közönség és hatások

A közönség elkötelezettségét a bemutatott sportolók nemének megfelelően elemezzük. Összegyűjtjük a közönség visszajelzéseit a női sportokról szóló tudósításainkról. Népszerűsítjük a női sportokról szóló tudósításokat támogató szponzorokat és partnereket.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Reflexió és cselekvés

Pontszám értelmezése: ▶

- **1-2:** Kritikus hiányosság – azonnali fejlesztés szükséges
- **3:** Részleges integráció – strukturált intézkedések kidolgozása
- **4-5:** Erős gyakorlat – fenntartás és megosztás mint bevált gyakorlat

Következő lépések ▶

- 2-3 alacsony pontszámú terület azonosítása
- Belső felelősség kijelölése (szerkesztőség / digitális / HR)



1. LÁTHATÓSÁG ÉS KÖVETKEZETESSÉG HIÁNYA

„Ideje szembenézni a valósággal – valójában mennyire láthatóak a női sportok az Ön üzletében?” Ez az önértékelés segít abban, hogy a jó szándékokat következetes cselekvéssé alakítsa.

ESZK ÖNÉRTÉKELÉS Ellenőrzőlista ✓ (negyedéves vagy féléves felülvizsgálat)

Jelzőszám	Iránymutató kérdés	Bizonyíték / Hogyan ellenőrizhető	Pontszám (1-5)
A tudósítások gyakorisága	Milyen gyakran publikálunk vagy sugárzunk tartalmat a női sportokról a férfi sportokhoz képest?	Tekintse át az elmúlt 3-6 hónap publikációs/közvetítési adatait.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Folyamatos	A lefedettség egész évben fennáll, vagy csak a nagyobb események (pl. olimpia, világbajnokság) idején?	Elemesse a tartalomnaportárát vagy a szerkesztői naplót.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Szerkesztői tervezés	Beépítjük-e a női sportokat a rendszeres szerkesztői értekezletekbe, ütemtervekbe vagy tartalmi tervekbe?	Ellenőrizze a terveket vagy az értekezletek jegyzőkönyveit.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Láthatóság	A női sportokról szóló cikkek hasonló láthatóságot kapnak-e (honlap, címlap), a férfiakéihoz képest?	Tekintse át a honlapokat, bejegyzéseket, címlapokat és főcímeteket.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
A sportok sokszínűsége	Kínálunk-e a női sportok széles skáláját, és nem csak a legnépszerűbbeket (pl. labdarúgás, torna)?	Számolja meg, hány különböző sportág szerepel a tudósításokban.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5

PONTOK
ÜTMUTATÓ

1

Ritkán/
Soha

3

Néha

5

Következetesen
/Teljesen
integrált

Javasolt további intézkedések

Ha az átlagos pontszámod 3 alatt van, fontold meg a következőket:

- Vezessen be egy külön szerkesztői naptárat a női sportok számára.
- Belső láthatósági célok kitűzése (pl. „a sportközvetítések legalább 40%-ában szerepeljenek női sportolók”).
- A sikertörténetek megosztása a közönséggel a folyamatos elkötelezettség demonstrálása érdekében.



2. A NARRATÍV DIVERZITÁS HIÁNYA

Váltson nézőpontot! Fedezzük fel, hol válnak egysikúvá a történetei, és hogyan tehetjük őket sokszínűbbé tudatosabb megközelítéssel!

ESZKÖZ TÖRTÉNETKERET REFLEXIÓS GYAKORLAT



Mini szerkesztői műhely

Formátum: 1 órás csapatmunka vagy egyéni reflexió 6 havonta.

Hogyan működik

1

Válasszon ki **10 közelmúltbeli cikket** vagy **bejegyzést**, amelyben női sportolók szerepelnek.

2

Mindegyikhez sorold be adomináns szempontot:

- Teljesítmény/Készség
- Vezetői képességek/hang
- Társadalmi hatások/aktivizmus
- Személyes/érzelmi

3

Beszélgétek meg a mintákat: A legtöbb cikk a külsőről, az érzelmekről vagy a magánéletről szól?

4

Határozzon meg 2-3 módszert a jövőbeli tudósítások egyensúlyának helyreállítására (pl. interjúk sportolókkal a vezetői szerepről, a közösségben betöltött szerepekről).

Mutató: A készségek/teljesítmény vagy vezetői képességek köré épülő cikkek aránya (cél: +25% 1 év után).

Eredmény: Jobb szerkesztői tudatosság a keretbe foglalási mintákról és a több erőt adó történetek elmesélésének lehetőségeiről.

Opcionális eszköz: Használjon **ingyenes szófelhő-generátort** (pl. WordArt.com) a tudósításokban leggyakrabban használt szavak vizualizálásához – ez segít meglátni, hogy olyan témák dominálnak-e, mint a „szépség”, „anya”, „győzelem” vagy „kapitány”.



3. STRUKTURÁLIS EGYENSÚLYHIÁNY

„Spotlight ellenőrzés! Mennyi a férfi labdarúgásról szóló tudósítások aránya? Keressük meg a hiányosságokat, és kezdjük el diverzifikálni a közönségnek nyújtott tartalmakat.”



ESZKÖZ	TARTALOMTÉRKÉP ÉS DIVERZITÁSI MÉRŐTÁBLÁZAT			
Sporttípus / Kategória	Férfiak lefedettsége (%)	Nők lefedettsége (%)	Vegyes/közös lefedettség (%)	Tervezett fejlesztési intézkedések
Labdarúgás				
Atlétika				
Kosárlabda				
Úszás				
Kézilabda				
Röplabda				
Egyéb sportágak				

Javasolt monitoring lépések:

- **Negyedévente** végezzen **felülvizsgálatot** a lefedettség nemek és sportágak szerinti megoszlásáról.
- Készítsen vizuális táblázatot az eredményekről, hogy azok jól láthatóak és összehasonlíthatóak legyenek.
- Beépítheti a **digitális és közösségi média** mutatókat (pl. bejegyzések, megjelenítések, interakciók).
- Hasonlítsa össze az eredményeket az idő függvényében, hogy negyedévente nyomon követhesse a kiegyensúlyozott képviselet felé tett előrelépést a csapatával.

Cél: Értékelje, hogy a női sportolók vizuális ábrázolása dinamikus, ösztönző és befogadó-e.

Javasolt ellenőrzési lépések:

- Félévente végezzen vizuális ellenőrzést a médiatartalmakon az ellenőrzőlista segítségével.
- Használjon egyszerű „közlekedési lámpa” rendszert
 - zöld = kiegyensúlyozott
 - sárga = javításra szorul
 - piros = problémás
- Legalább évente egyszer külső értékelőt vagy nemi kérdésekkel foglalkozó tanácsadót is bevonhat.



4. VIZUÁLIS ÁBRÁZOLÁS HIÁNYOSSÁGA

„Emlékszik, mit mondanak? Egy kép többet mond ezer szónál...
Milyen történetet szeretne, hogy az Ön képe meséljen?”



ESZKÖZ	VIZUÁLIS TARTALOM MINŐSÉGI ÁTVIZSGÁLÁS	✓ Ellenőrzőlista
Kritériumok / mutatók	Megfigyelés	Szükséges intézkedés
A nőket aktív, versenyképes vagy vezető szerepben ábrázolják?		
A vizuális ábrázolás tiszteletteljes, mentes a szexualizálástól és a tárgyiasítástól?		
Az arckifejezések és a testbeszéd összhangban vannak-e az atlétikai erővel, koncentrációval vagy elszántsággal?		
A képek tükrözik-e a testalkat, etnikai hovatartozás, életkor és képességek sokszínűségét?		
A fotók minősége és kiemelkedése egyensúlyban van-e a férfi sportokkal összehasonlítva?		
Van-e elegendő dinamikus, akció közben készült felvétel, a passzív vagy pózolt képek helyett?		
A vizuális hangvétel összhangban van-e az egyenlőségre törekvő kommunikációs elvekkkel?		
A vizuális elemek megfelelnek-e a fotózás etikai és hozzájárulási szabványainak?		



5. IRÁNYÍTÁS ÉS ELSZÁMOLTATHATÓSÁG

HIÁNYOSSÁGA

Cél: Értékelje, hogy a női sportolók vizuális ábrázolása dinamikus, ösztönző és befogadó-e.

„Ellenőrizze a rendszert! Az egyenlőséget nyomon kell követni, nem csak beszélni róla. Ellenőrizze, hogy politikái, csapata és elszámoltathatósági rendszerei megfelelnek-e az elvárásoknak!”

ESZKÖZ	NEMI EGYENLŐSÉG ÉS SZERKESZTŐI ELSZÁMOLTATHATÓSÁG NYOMKÖVETŐ		
Indikátor terület	Monitoring kérdés	Állapot (Igen / Nem / Folyamatban)	Követés / Következő lépések
Szerkesztői irányelvek	Van-e a szervezetnek nemek közötti egyenlőségre vagy inkluzív képviseletre vonatkozó irányelve?		
Nemek közötti egyenlőségre érzékeny irányelvek	Vannak-e belső irányelvek vagy szerkesztési szabványok, amelyek elősegítik a nők és férfiak egyenlő ábrázolását?		
Vezetés és személyzet	A nők hány százaléka tölti be szerkesztői vagy vezetői pozíciókat?		
Képzés és kapacitásépítés	A munkatársak rendszeresen kapnak-e képzést a nemek közötti egyenlőségre érzékeny tudósításokról és az inkluzív kommunikációról?		
Monitoring és értékelés	Van-e rendszeres belső vagy külső ellenőrzés a tartalom nemek közötti képviseletét illetően?		
Partnerségek	Együttműködik-e a szervezet nem kormányzati szervezetekkel, egyenlőségi szervekkel vagy akadémiai partnerekkel?		
Átláthatóság és jelentéstétel	A haladás eredményeit nyilvánosan közzéteszik vagy megosztják (pl. éves jelentés)?		

Javasolt monitoring lépések:

- Végezzenek éves intézményi önértékelést, és osszák meg az eredményeket belsőleg.
- Használjon súlyozott pontozási rendszert a fejlődés nyomon követéséhez (pl. 1 = nincs intézkedés, 3 = részben végrehajtva, 5 = teljes mértékben végrehajtva).
- Kössék össze az eredményeket a szerkesztői teljesítménymutatókkal vagy a belső elismerési rendszerekkel.



„A sport ereje hatalmas: közösséget teremt, befogad és értelmet ad. A mi felelősségünk, hogy ez az erő minden lányhoz eljusson – egyenlő esélyeket és méltó láthatóságot biztosítva számukra. Ha ez megvalósul, a lányok és nők hinni fognak abban, hogy helyük van a sportvilágban, és magabiztosan építik majd saját jövőjüket.”

Joanna Dochevska

A Bolgár Sportfejlesztési Szövetség elnöke

III. IRÁNYELVEK

BEVEZETÉS

A következő szakasz a női sportolók sportmédiában való méltányos és kiegyensúlyozott ábrázolására vonatkozó gyakorlati POWER iránymutatásokat tartalmazza. Ezek az iránymutatások a projekt kutatási eredményeit és stratégiai prioritásait világos, megvalósítható ajánlásokká alakítják, amelyeket a média szakemberei, a tartalomkészítők és a sportszervezetek alkalmazhatnak mindennapi munkájukban.

Az egyes országokra vonatkozó szakaszok közös felépítésűek, és a következőket tartalmazzák: (1) a WP2 kutatás során azonosított legfontosabb nemzeti eredmények és főbb hiányosságok, (2) a méltányos ábrázolást támogató, az adott országra szabott ajánlások és tilos cselekvések, valamint (3) konkrét jó gyakorlatok példái gyakorlati tanulságokkal. Az angol nyelvű változatban mind a hat országra vonatkozó iránymutatások szerepelnek, hogy az országok egymástól tanulhassanak. A lefordított országos változatokban csak az adott országra vonatkozó iránymutatások szerepelnek, így biztosítva a helyi médiakontextusra való relevanciát és használhatóságot.

Az egyes országok médiumait, újságíróit és tartalomalkotóit arra ösztönözzük, hogy ezeket az irányelveket gyakorlati munkaként használják. Az irányelvek rugalmasan alkalmazhatók a szerkesztői tervezés, a történetek kidolgozása, a vizuális anyagok kiválasztása és a sportban a nemek közötti egyenlőségről szóló belső megbeszélések támogatására. Akár önreflexióra, csapatképzésre vagy a szerkesztőségi politika kidolgozására használják, az irányelvek célja, hogy segítsék a szervezeteket a hiányosságok azonosításában, a napi gyakorlatok javításában és a sportról szóló tudósítások méltányosabbá és inkluzívabbá tételében.



Közös elköteleződés a nemek közötti egyenlőségért a sportban

A sport társadalmunk értékeit tükrözi, és a nemek közötti egyenlőség megvalósítása ezen a területen mindenki közös és aktív elköteleződését igényli. Bár jelentős előrelépések történtek, a női sportolók igazságos és kiegyensúlyozott megjelenítésének biztosítása – különösen a médiában – továbbra is közös felelősség, amely folyamatos cselekvést igényel.

Ebben a folyamatban a férfiak szerepe alapvető fontosságú. A sport ökoszisztémáján belül vezetőként, döntéshozóként és kommunikátorként a férfiak felelőssége, hogy aktívan támogassák a nemek közötti egyenlőséget, megkérdőjelezzék a meglévő előítéleteket, és előmozdítsák a befogadóbb narratívákat. Valódi és tartós változás csak akkor valósulhat meg, ha ezt az elköteleződést az egész ágazat közösen vállalja és magáénak érzi.

A POWER projekt erős példája annak, hogy az együttműködés miként mozdíthatja elő ezt a változást. Egy elkötelezett európai konzorcium közös munkáján keresztül a partnerek együtt dolgoztak – ötvözve a kutatást, a szakértelmet és a különböző nemzeti nézőpontokat – annak érdekében, hogy kidolgozzanak egy Stratégiát és Iránymutatásokat, amelyek valós kihívásokra adnak választ, és céljuk a női sportolók sportmédiában való megjelenítésének átalakítása.

Az UFEC számára nagy megtiszteltetés és kiváltság volt ennek a közös folyamatnak a vezetése. Az ilyen elkötelezett partnerekkel való együttműködés tovább erősítette a kooperáció jelentőségét az érdemi és tartós hatás elérésében. A POWER Stratégia és Iránymutatások közös európai elköteleződést testesítenek meg egy befogadóbb, kiegyensúlyozottabb és reprezentatívabb sportnarratíva megteremtésére a jövő generációi számára.



Gerard Esteva

A Katalán Sportszövetségek Uniójának (UFEC) elnöke,

A Spanyol Autonóm Sportszövetségek Unióinak Konföderációjának (CUFADE) elnöke.

MAGYARORSZÁG

NEMZETI IRÁNYELVEK A NŐI SPORTOLÓK MEGFELELŐ ÁBRÁZOLÁSÁRÓL

Főbb megállapítások és fő hiányosságok

FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSOK

A WP2 kutatás rávilágít arra, hogy Magyarországon egyre nagyobb elismertségnek örvendenek a sikeres női sportolók, különösen a nagy nemzetközi versenyeken. Ugyanakkor a strukturális egyenlőtlenségek továbbra is fennállnak: a női sportok csak korlátozott műsoridőt és lefedettséget kapnak az elitversenyeken kívül. A szerkesztői döntéshozatal továbbra is férfiak által dominált, és a szponzorálási egyenlőtlenségek továbbra is befolyásolják a láthatóságot. A média narratívái inkább az érzelmi, személyes vagy megjelenésbeli aspektusokat emelik ki, mintsem következetesen a sportteljesítményre és a szakértelemre koncentrálnának.

- A női sportolók főként akkor kapnak nagyobb láthatóságot, ha nemzetközi sikereket érnek el, de a rendszeres tudósítások továbbra is korlátozottak.
- A vezetői és szerkesztői pozíciók továbbra is férfiak által domináltak.
- A finanszírozás és a láthatóság terén továbbra is egyenlőtlenségek tapasztalhatók a sportágak között.

FŐBB HIÁNYOSSÁG

Narratív sokszínűségi szakadék



A médiában nem jelennek meg következetesen a női sportolók mint képzett szakembereket és vezetőket.

Tennivalók és tilos dolgok

Hogyan használjuk a teendőket és a nem teendőket?

„Ezek a TEENDŐK és TILTOTT TEVÉKENYSÉGEK gyors, mindennapi tippeket adnak, amelyeket alkalmazhat a szerkesztőségében, sajtóirodájában vagy tartalomcsatornáján – függetlenül a szervezet méretétől.”

TEDD

- **Használjon teljesítményközpontú és készségalapú nyelvet** a címsorokban, képaláírásokban és bevezető mondatokban – hangsúlyozza az atlétikai szakértelmet, az eredményeket, a stratégiát és a csapatmunkát a személyes háttérrel szemben.
- **Vegye be a női sportolókat a rendszeres tudósításokba**, ne csak a nagy nemzetközi versenyek (pl. olimpia) idején – növelje a láthatóságot folyamatos történetmeséléssel, még az események között is.
- **Hangsúlyozza a vezetői képességeket, a rugalmasságot és a taktikai intelligenciát**, mint meghatározó tulajdonságokat – mutassa be a nőket példaképekként, csapatkapitányokként és mentorokként.
- **Változatossá tegyék a vizuális keretet** – használjanak olyan képeket, amelyek az aktív részvételt, az erőfeszítést, az ünneplést és a csapatdinamikát ábrázolják; helyezték előtérbe a sportolási kontextust a pózolt vagy passzív vizuális elemekkel szemben.
- **Keressék a nők perspektíváját** – idézzenek közvetlenül női sportolókat, edzőket és szakembereket; hagyják őket beszélni edzéseikről, céljaikról és tapasztalataikról.

NE TEDD

- **Ne írja le a női sportolókat a férfiakhoz viszonyítva** – kerülje az olyan kifejezéseket, mint „a felesége”, „a lánya” vagy „a női változata” egy férfi sportolónak.
- **Ne összpontosítson a megjelenésre, a ruházatra vagy az érzelmekre**, hacsak azok nem közvetlenül kapcsolódnak a teljesítményhez – kerülje az objektívizáló vagy szenzációhajhász megfogalmazásokat.
- **Ne használjon kicsinyítő vagy infantilizáló nyelvet** – kerülje az olyan kifejezéseket, mint „lányok” felnőtt sportolókra, vagy leereszkedő dicséretet (pl. „meglepően erős”).
- **Ne korlátozza a tudósítást érzelmi vagy emberi érdekességi szempontokra** – gondoskodjon arról, hogy az újságírói érték a technikai teljesítményben és a sport relevanciájában is megmutatkozzon.
- **Ne állítsa be a sikert kivételesnek csak azért, mert a sportoló nő** – mutassa be a győzelmeket edzés, fegyelem és tehetség eredményeként, ne pedig anomáliaként.

MAGYARORSZÁG



JÓ GYAKORLAT

„Női sportvezetők reggelije”

Egy figyelemre méltó és inspiráló kezdeményezés Magyarországon, amely példázza a sportvezetés terén a nemek közötti egyenlőség iránti strukturális elkötelezettséget, a Magyar Olimpiai Bizottság Esélyegyenlőségi Bizottsága által szervezett „Női sportvezetők reggelije” (Női sportvezetők reggelije).

Ez az esemény összehozta a magyar sport ökoszisztéma női vezetőit – köztük a nemzeti sportszövetségek és más fontos szervezetek képviselőit –, hogy megosszák tapasztalataikat, betekintést nyújtsanak és megvitassák a nők sportvezetői szerepével kapcsolatos kihívásokat. A kezdeményezés kifejezetten a közösségépítésre, a kölcsönös támogatás elősegítésére és a magyar sportban a nők vezetői szerepekbe való előrelépésének fenntartására irányult.

A reggeli nem csupán networking lehetőséget nyújtott, hanem az első lépés volt egy strukturáltabb platform létrehozása felé, amely a sportirányításban dolgozó nők közötti folyamatos szakmai cserét szolgálja. A résztvevők kerekasztal-megbeszéléseken vettek részt, amelyek során kiemelték a közös akadályokat és a sikerhez vezető gyakorlati stratégiákat, hangsúlyozva, hogy a meghívások **szakmai eredményeken és vezetői kompetenciákon** alapultak, nem pedig szimbolikus gesztusokon. A magas rangú sportvezetők jelenléte és nyitóbeszédei is megerősítették a nők sportirányításban való részvételének fontosságát minden szinten.

Ezen pozitív tapasztalatokra építve az Egyenlőségi Bizottság javasolta olyan jövőbeli workshopok kidolgozását, amelyek kiterjesztenék e kezdeményezés hatókörét és hatását. Ezek a workshopok célzott szakmai fejlesztést kínálnának – például tárgyalási, protokolláris és vezetői készségek terén – mind a sportvezetői pozíciókban dolgozó nők, mind a férfiak számára. Az ilyen tervezett bővítések tükrözik az elkötelezettséget a női sportvezetők támogatási mechanizmusainak intézményesítése iránt, kihasználva a reggeli rendezvény által teremtett lendületet a tartós kapacitásépítés előmozdítására.

Jó gyakorlatok inspirációja

„Ötletekre van szükséged? Ez a példa megmutatja, mi működik már máshol, és hogyan alkalmazhatod a saját valóságodra.”



Gyakorlati tanulság

- Rendszeres, strukturált hálózatépítési lehetőségek létrehozása, amelyek összehozzák a női sportvezetők: ez erősítheti a társaktól kapott támogatást, elősegítheti a mentorálást és közösséget építhet.
- Fókuszáljon a szakmai előrelépésre és a készségfejlesztésre: a gyakorlati témájú workshopok olyan eszközökkel ruházhatják fel a nőket, amelyek támogatják karrierjük előrehaladását és befolyásukat a döntéshozatalban.
- Vonja be a felső vezetést a láthatóság és a támogatás biztosításába: ez jelzi a szervezet elkötelezettségét, és kiemeli a nemek közötti egyenlőséget, mint stratégiai prioritást.
- Dokumentálják és osszák meg nyilvánosan a tanulságokat: az ilyen események eredményeiről és tanulságairól szóló beszámolók erősítik a felelősségvállalást és motiválják más szervezeteket hasonló intézkedések bevezetésére.



[Link: Magyar Olimpiai Bizottság](#)

IV. FÜGGELÉK

- 1** A POWER (WP2) kutatási eredményei alapján azonosított legfőbb hiányosságok 2
 - 2** A dokumentum alapelvei és alapértékei 3
 - 3** Az alkalmazott irányelvek áttekintése 4
 - 4** Irodalomjegyzék és hivatkozások 5
-

IV. FÜGGELÉK

A POWER (WP2) kutatási eredményei alapján azonosított legfőbb hiányosságok

FŐ AZONOSÍTOTT HIÁNYOSSÁG	Magyarázat / Következmények:	Fejlesztendő terület (POWER tanulmány)	Megfigyelt mintázat (POWER kutatás alapján)
Láthatósági és folytonossági hiányosság	A női sportolók médiamegjelenése rendszertelen és eseményvezérelt; az olimpiák vagy nagy tornák alatt tetőzik, majd hosszú időre eltűnik. Ez megakadályozza, hogy a közönség megismerje a sportolókat és csapataikat, valamint csökkenti a szponzorációs lehetőségeket.	1. A tudósítások gyakorisága és folytonossága	Intermittent presence, concentrated in elite events; lack of year-round narratives.
Narratív sokszínűség hiánya	A női sportolókról szóló híreket gyakran személyes vagy érzelmi szempontok alapján keretezik a sportteljesítmény helyett. Vezetői vagy mentori szerepük ritkán kap hangsúlyt, ami korlátozza a társadalmi hatásuk megértését.	2. A keretezés (framing) diverzifikálása	Szinte kizárólag a közvetlen sporteredményekre fókuszálnak; kevés tér jut a vezetői szerep vagy a személyes történetek bemutatására.
Strukturális egyenlőtlenség	A férfi labdarúgás dominanciája a szerkesztőségekben és a műsorrendben akadályozza más sportágak láthatóságát. Ez háttérbe szorítja a női sportot, és eltorzítja a sportolói sokszínűségről alkotott képet.	3. A férfi labdarúgás aránytalan súlyának csökkentése	A férfi labdarúgás szerkesztőségi monopóliuma még azokban az országokban is jelen van, ahol erősek a női sportolói hagyományok.
Vizuális ábrázolásbeli hiányosság	A női sportolók vizuálisan alulreprezentáltak, gyakran statikus vagy passzív módon ábrázolják őket. A dinamikus képi világ hiánya erősíti az energiáról és versenyképességről alkotott egyenlőtlen képzeteket.	4. Vizuális elemek következetes használata	A képek gyakori hiánya vagy korlátozott, statikus portrék használata; a vizuális dinamizmus hiánya.
Irányítási és elszámoltathatósági hiányosság	A legtöbb médiumnál hiányoznak a nemek közötti egyenlőségi stratégiák és ellenőrző mechanizmusok. A fejlődés így inkább egyéni erőfeszítéseken, mintsem rendszerszintű gyakorlaton múlik.	5. Intézményi támogatás és szerkesztőségi irányelvek	A nemek közötti egyensúlyra vonatkozó egyértelmű célkitűzések hiánya a médiamegjelenésekben.

IV. FÜGGELÉK

2. A dokumentum alapelvei és értékei

ALAPELVEK

- **Kutatásalapú megközelítés**

Minden ajánlás és üzenet a WP2 kutatási eredményein és a meglévő nemzetközi szabványokon alapul, biztosítva ezzel a relevanciát és a hitelességet.

- **Gyakorlati orientáció**

A stratégia konkrét javaslatokkal és valós példákkal ellátott, használható és megvalósítható forrásként szolgál a médiaszakemberek, a tartalomkészítők és a sportkommunikációs szakemberek számára.

- **Helyi körülményekhez való igazíthatóság**

A stratégia és az iránymutatások rugalmasak, lehetővé téve a helyi médiakörnyezetet, kulturális normákat és nyelvi sajátosságokat tükröző nemzeti szintű adaptációt.

- **Tudatosságon keresztül történő felhatalmazás**

A stratégia nemcsak tájékoztatni kíván, hanem viselkedésváltozásra is ösztönözni, hozzájárulva egy inkluzívabb médiakultúrához, amely előtérbe helyezi a nők hangját és láthatóságát a sportban.

- **Együttműködés és közös felelősség**

A nemek közötti egyensúly a sportmédiában kollektív elkötelezettséget igényel. A stratégia ösztönzi a médiumok, sportszövetségek, oktatási intézmények és egyenlőségi szervek közötti együttműködést a rendszerszintű, tartós hatások elérése érdekében.

ALAPÉRTÉKEK

- **Nemek közötti egyenlőség**

Elkötelezettség a nők és férfiak méltányos képviselete, kezelése és esélyegyenlősége mellett minden sportmédiában.

- **Sokszínűség és befogadás**

A női sportolók sokszínűségének elismerése és tükrözése különböző háttérrel, képességekkel, etnikai hovatartozással és identitással.

- **Pontosság és méltányosság a képviseletben**

A női sportolók kiegyensúlyozott, tiszteletteljes és sztereotípiáktól mentes ábrázolásának előmozdítása, összpontosítva képességeikre, eredményeikre és vezetői képességeikre.

- **Etikus kommunikáció**

Elkötelezettség az integritás és az etikus újságírás iránt – a szenzációhajhászat, a szexualizálás vagy az elfogult keretezés elkerülése, valamint a tiszteletteljes, méltóságteljes történetmesélés biztosítása.

- **Felelősségre vonhatóság és átláthatóság**

A felelősségvállalás kultúrájának előmozdítása a sportmédiában a nemek közötti egyenlőség céljainak elérésében elért haladás rendszeres nyomon követése, értékelése és nyíltsága révén.

IV. FÜGGELÉK

3. Az alkalmazott útmutatók feltérképezése

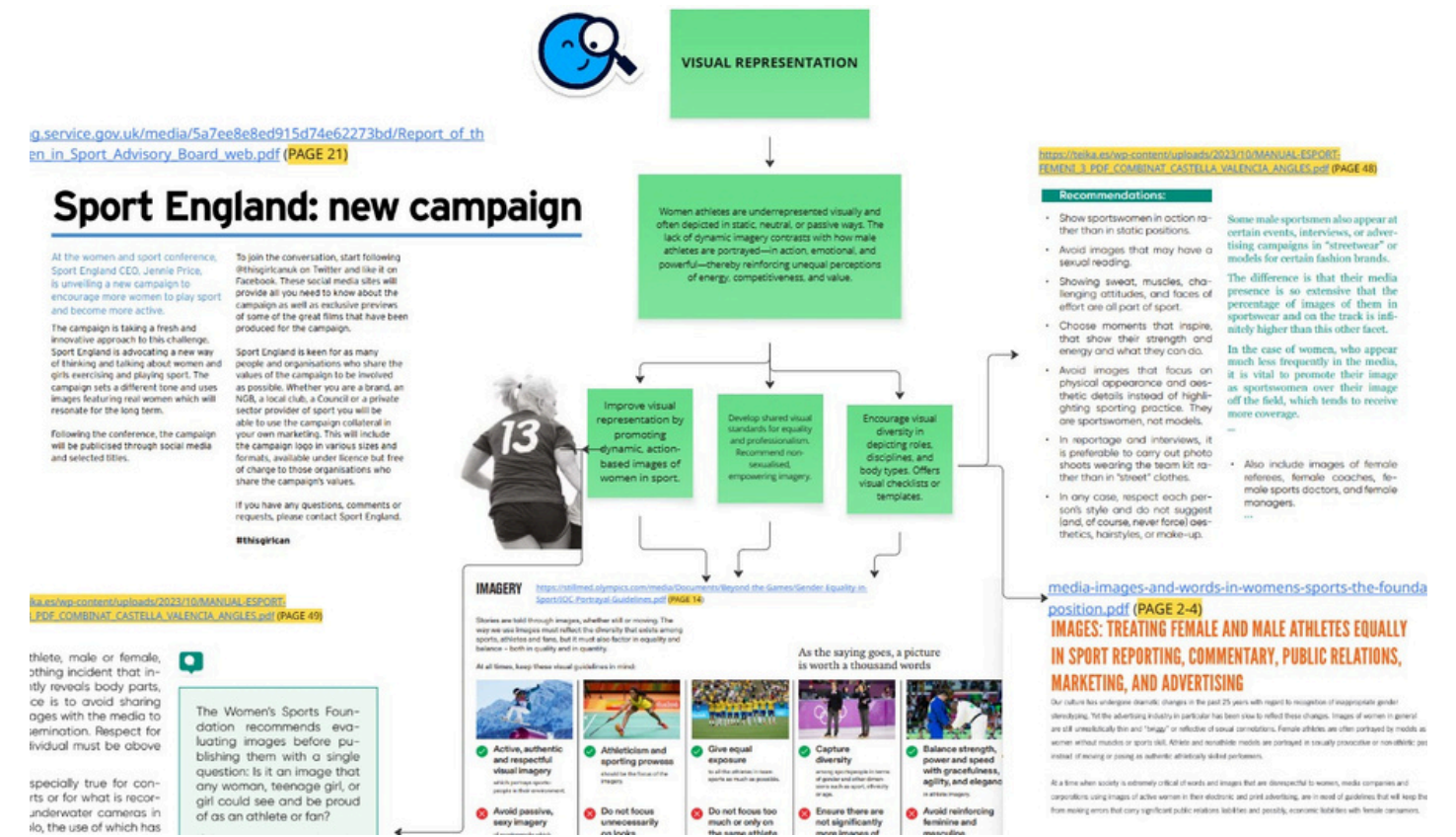
A projekt konzorcium egy strukturált és együttműködésen alapuló folyamatot hajtott végre a női sportolók sportmédiában való ábrázolásával kapcsolatos meglévő iránymutatások azonosítása, elemzése és értékelése céljából. Minden partner nemzeti felmérést végzett egy közösen validált azonosítási sablon és értékelési rács segítségével. Minden szervezet legalább öt, az elmúlt 10 évben közzétett releváns anyagot biztosított, így összesen 50 iránymutatás és stratégiai dokumentum gyűlt össze nemzeti, uniós és nemzetközi forrásokból, többek között sportszövetségektől, közintézményektől, NGO-któl és médiaszervektől.

Ezeket az anyagokat közös kritériumok alapján szisztematikusan értékelték, figyelembe véve a célközönséget, a sportban megjelenő nemi szerepekkel való relevanciát, a gyakorlati útmutatást, az erősségeket és gyengeségeket, valamint a POWER eredmények referenciájaként való alkalmasságukat. A nem ajánlott anyagokat kizárták a további elemzésből. A fennmaradó 42 dokumentumot újraelosztották a partnerek között szakértői értékelés céljából, biztosítva, hogy minden szervezet az eredetileg benyújtottaktól eltérő anyagokat elemezzon, és szükség esetén figyelembe vegye a nyelvi kompetenciákat.

A szakértői elemzés során az anyagokat alaposan megvizsgálták a WP2 kutatás során azonosított főbb hiányosságok szempontjából: láthatóság és következetesség, narratív sokszínűség, strukturális egyensúlyhiány, vizuális ábrázolás, valamint irányítás és elszámoltathatóság. Ez biztosította, hogy a feltérképezési folyamat közvetlenül kapcsolódjon a projekt kutatási szakaszában azonosított valódi kihívásokhoz. Az eredményeket egy vizuális „Miro board” gondolatterképben rendezték el, amely lehetővé tette a konzorcium számára, hogy egyértelműen azonosítsa az erősségeket, az átfedéseket és azokat a területeket, ahol az iránymutatások továbbra is elégtelenek.

Végül keresztösszehasonlítást végeztek a WP2 eredményei és az elemzett iránymutatások között. Ez a relevancia- és alkalmazhatósági értékelés biztosította, hogy a jövőbeli POWER stratégia és iránymutatások ne duplikálják a meglévő erőforrásokat, hanem innovatív és bizonyítékokon alapuló módon kezeljék a feltárt hiányosságokat.

A POWER stratégia és iránymutatások kidolgozásához alapul szolgáló legfontosabb dokumentumok a IV. mellékletben találhatóak.



IV. FÜGGELÉK

4. Irodalomjegyzék és hivatkozások

AGCOM. (2017). *Raccomandazione sulla corretta rappresentazione dell'immagine della donna nei programmi di informazione e di intrattenimento.*
<https://www.agcom.it/provvedimenti/delibera-442-17-cons>

Aristotle University of Thessaloniki. (2015). *Οδηγός καταπολέμησης των διακρίσεων λόγω φύλου στα ΜΜΕ [Guide for combating gender discrimination in the media].*
https://jour.auth.gr/wp-content/uploads/sites/332/2024/11/odigos_final_%CE%9C%CE%9C%CE%95.pdf

Bilitis Foundation. (2022). *Handbook for improving the prevention and combating of gender-based violence in sport.*
<https://bilitis.org/wp-content/uploads/2022/09/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D0%B8-%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B1%D0%B0-%D1%81-%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B0-%D0%B2-%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B0.pdf>

Bulgarian Ministry of Labour and Social Policy. (2020). *National strategy for promoting equality between women and men 2021–2030.*
<https://www.mlsp.government.bg/uploads/41/test/strategy2021-2030.pdf>

CGBV Basketball Project. (2024). *Early detection of GBV in basketball: Raising awareness handbook for coaches, trainers and staff.*
https://cgbvbasket.eu/wp-content/uploads/dlm_uploads/2024/02/Raising-Awareness-Handbook-on-Early-Ditection-of-GBV-in-Basketball.pdf

Commission for Protection Against Discrimination (Bulgaria). (2025). *The diversity toolkit for media.*
<https://kzd-nondiscrimination.com/wp-content/uploads/2025/06/diversitytoolkit-1.pdf>

CONI Trento. (2024). *Parità di genere – Linguaggi, norme, pratiche: Spazi sportivi e parità di genere.*
https://trento.coni.it/images/trento/trento/documenti_scaricabili/2024/1_da_condividere_Formazione_CONI_Trento_110423-compresso.pdf

4. Irodalomjegyzék és hivatkozások

Council of Europe. (2025). *Gender equality in sport: Greece (ALL IN Plus country report)*.

<https://rm.coe.int/all-in-plus-greece-05022025/1680b420ee>

Council of Europe. (2019). *How to make an impact: Gender equality toolkit*.

<https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2>

European Commission. (2014). *Gender equality in sport: Proposal for strategic actions 2014–2020*.

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7e7a7ff2-5bff-42b4-90f9-8266b3ddc01c>

European Commission. (2022). *Towards more gender equality in sport: Recommendations and action plan*.

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/684ab3af-9f57-11ec-83e1-01aa75ed71a1>

European Institute for Gender Equality. (2014). *Greece: Advancing gender equality in decision-making in media organisations*.

https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/advancing_gender_equality_in_decision-making_in_media_organisations_-_greece.pdf

European Institute for Gender Equality. (2019). *Toolkit on gender-sensitive communication*.

<https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/toolkit-gender-sensitive-communication>

European Union. (2020). *A union of equality: Gender equality strategy 2020–2025*.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0152>

Fédération Internationale de Motocyclisme. (2024). *FIM portrayal guidelines*.

https://www.fim-moto.com/fileadmin/user_upload/Documents/2024/FIM_Portrayal_Guidelines_Final.pdf

Getty Images. (2016). *Guidelines for women & girls in sport*.

<https://engage.gettyimages.com/women-in-sports-form>

4. Irodalomjegyzék és hivatkozások

Getty Images. (2022). *Visual GPS: Women and girls in sport guidelines.*

<http://reports.gettyimages.com/VisualGPS-Women-And-Girls-In-Sport-Guidelines.pdf>

Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes. (2025). *Media and gender equality guidelines.*

https://www.egalsport.com/files/ugd/64d17e_14ceaf40e7274980ab11e679301cdb82.pdf

Inclusion Playbook. (2024). *Ultraviolet & the inclusion playbook.*

https://www.inclusionplaybook.com/files/ugd/eba935_ccce78dcfd97485b9859d9063842c07a.pdf

International Federation of Journalists. (2012). *Learning resource kit for gender-ethical journalism and media house policy: Book 1 – Conceptual issues.*

https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_1_EN.pdf

International Federation of Journalists. (2012). *Learning resource kit for gender-ethical journalism and media house policy: Book 2 – Practical resources.*

https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_2_EN.pdf

International Hockey Federation. (2024). *FIH portrayal guidelines review.*

<https://www.fih.hockey/static-assets/pdf/fih-gedi-portrayal-review-july-2024.pdf>

International Olympic Committee. (2024). *IOC portrayal guidelines.*

<https://stillmed.olympics.com/media/Documents/Beyond-the-Games/Gender-Equality-in-Sport/IOC-Portrayal-Guidelines.pdf>

POWER – The portrayal of women athletes in sports media. Deliverable D2.1 – Output 1: Research methodology, production of national reports and the EU report (2025, August). (Grant Agreement No. 101185115).

https://project-power.eu/wp-content/uploads/2025/10/101185115_D2.1-Output-1.pdf

Research Centre for Gender Equality (KETHI). (2018). *Guide for the media on the elimination of sexism and gender discrimination.*

https://www.kethi.gr/sites/default/files/wp-content/uploads/2018/03/%CE%9F%CE%94%CE%97%CE%93%CE%9F%CE%A3_mme_publ.pdf

4. Irodalomjegyzék és hivatkozások

Sport e Salute. (2024). *ALL IN Plus: Promoting greater gender equality in sport.*

https://www.sportesalute.eu/images/studi-e-dati-dello-sport/schede/2024/202_all_in_plus.pdf

Teika Comunicación. (2023). *Manual de tratamiento periodístico del deporte femenino y las mujeres deportistas.*

https://teika.es/wp-content/uploads/2023/10/MANUAL-ESPORT-FEMENI_3_PDF_COMBINAT_CASTELLA_VALENCIA_ANGLES.pdf

UK Government. (2015). *Final report of the Government's Women and Sport Advisory Board.*

<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a755da3e5274a59fa717970/FINAL.pdf>

UK Government. (2016). *Interim report of the Government's Women and Sport Advisory Board.*

https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7ee8e8ed915d74e62273bd/Report_of_the_Government_s_Women_in_Sport_Advisory_Board_web.pdf

UNESCO. (2012). *Gender-sensitive indicators for media.*

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831>

UNESCO. (2024). *Sport and gender equality game plan: Guidelines for gender-transformative sport policies and programmes.*

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390527>

Women's Sport Trust. (2021). *Closing the visibility gap: Growing the value of women's sport through the impact of visibility.*

https://www.womenssporttrust.com/wp-content/uploads/2021/04/WST_Closing-the-Visibility-Gap_vFINAL-VERSION.pdf

Women's Sports Foundation. (2016). *Media images and words in women's sports.*

<https://www.womenssportsfoundation.org/wp-content/uploads/2016/08/media-images-and-words-in-womens-sports-the-foundation-position.pdf>

Women's Sports Foundation. (2024). *Play to lead: The generational impact of sport on women's leadership.*

<https://www.womenssportsfoundation.org/wp-content/uploads/2024/09/Play-to-Lead-Report-2024.pdf>