



Ipsos MediaCT

The Media, Content and Technology Research Specialists



A kiskorúak médiareprezentációja, a fiatalok védelme a hazai nyomtatott és online sajtóban

Dátum: 2012. December 14.

Ipsos Media CT, 1096 Budapest, Thaly Kálmán u. 39.

Az Ipsos Zrt. 2012-ben is elnyerte a Business Superbrands díjat.

© 2012 Ipsos • Ipsos Zrt. Minden jog fenntartva. Az Ipsos tulajdonát képező bizalmas információkat tartalmaz.

A jelen ajánlat tartalma az Ipsos •Szonda Ipsos és/vagy annak társult vállalatának egyedüli és kizárólagos tulajdonát képezi. Az Ipsos fenntart minden jogot, jogcímet és érdekeltséget bármely olyan Ipsos védjegy, kereskedelmi titok, szerzői jog, szabadalom, adatbázis, szoftver és számítógépes program, technológia, módszer, termék és know-how vonatkozásában, amelyet a jelen ajánlat tartalmaz, vagy amely a jelen ajánlatból ered, vagy amely a jelen ajánlat Ipsos általi elkészítésével kapcsolatban kerül felhasználásra. A jelen ajánlat nem minősül semmiféle engedély kifejezett vagy hallgatólagos megadásának.

A jelen ajánlat tartalma bizalmas jellegű, és azt a címzett, annak tisztviselői, igazgatói és munkavállalói kizárólag az Ipsos által nyújtandó szolgáltatásokra vonatkozó ajánlat értékelésére használhatják fel. A felhasználás egyéb formája nem megengedett, és a címzett beleegyezését adja ahhoz, hogy a jelen ajánlat egészét vagy egy részét nem hozza harmadik felek tudomására az Ipsos előzetes, írásos engedélye nélkül.



Jogi összefoglaló a Magyar Lapkiadó Egyesület által 2012. évben a „A kiskorúak médiareprezentációja, a fiatalok védelme az érintett médiumokban” című ágazati vizsgálatához

„A mai fiatalok (...) fesztelenül beszélnek olyan dolgokról, amelyekre az én fiatalkoromban még csak gondolni is alig mertünk, másrészt azonban lélekben borzasztó ártatlanok. Mindenkinnek mindent elhisznek. És ha az ember megpróbálja figyelmeztetni őket, akár csak a legóvatosabb formában is, rögtön azt vágják a fejéhez, hogy begyepesedett vén számár, és az agya helyén kelt tészta van:”

Agatha Christie

A kiskorúak védelme a médiaszabályozás egyik különös figyelemmel kísért területe, amely kiemelt célként jelenik meg a Médiatanács előtt.

Az ágazati vizsgálatra a fenti célkitűzés mellett szintén fontos okot szolgáltatottak a 2010-ben hatályba lépett médiatörvények, melyek a kiskorúak védelmét szorgalmazzák (2010. évi CLXXXV. törvény és a 2010. évi CIV törvény), de nem térnek ki a kiskorúak médiabeli reprezentációjának szabályozására. A két törvény a kiskorúak védelmét a jogalkotó szándéka szerint más szempont szerint közelíti meg: a törvényben a hangsúly a kiskorúakon, mint fogyasztókon van, nem pedig mint „fogyasztottakon”.

Ennek egyebek között az is oka lehet, hogy a magyar jogszabályi környezetben felülreprezentált a kiskorúak/fiatalkorúak „fogyasztóként” való védelme, ugyanakkor a személyiségüknek, mint korlátozottan cselekvőképes jogalanyoknak a védelme nem kap elegendő figyelmet.

A célcsoportos vizsgálatok során a médiával szembeni kritikaként fogalmazódott meg, hogy a média néha túl nagy hangsúlyt helyez a kivételes eseményekre és incidensekre. Erejénél és befolyásánál fogva ugyanakkor a média rendelkezik azzal a képességgel is, hogy olyan társadalmi problémákra és tényekre is felhívja az emberek figyelmét, mint például a gyerekekkel kapcsolatos események, vagy a gyerekjogok, ami kapcsolódik a gyermekeknek, mint személyiségeknek a védelméhez.

Általánosságban is megállapítható, hogy a gyermekek jogainak védelme Magyarországon egy meglehetősen elhanyagolt jogterület. A gyermeki jogok érvényesülését nem lehet az általános jogérvényesítési eszközrendszerre bízni, mert a gyermekjogi problémák egyik legfőbb specialitása éppen az, hogy maguktól csak véletlenül és esetlegesen artikulálódnak, speciális jellegük miatt pedig

az általános jogalkalmazás folyamatában nincsen gazdájuk. Ezen a területen a jövőben óriási lehet a média szerepe, illetve felelőssége. Jóllehet az 1997. évi XXXI. törvény a gyermekek védelméről kimondja „a gyermeknek joga van a szabad véleménynyilvánításhoz, és ahhoz, hogy tájékoztatást kapjon jogairól, jogai érvényesítésének lehetőségeiről, továbbá ahhoz, hogy a személyét és vagyonát érintő minden kérdésben közvetlenül vagy más módon meghallgassák, és véleményét korára, egészségi állapotára és fejlettségi szintjére tekintettel figyelembe vegyék”, ennek a törvényi szintre emelt alapelvnek az érvényesülése a mindennapokban több mint kétséges.

A média, aktív kommunikációs segítségnyújtással hatékonyan járulhat hozzá a gyermekjogok érvényesítéséhez, akár a jogon túli területeken is. A gyermeket, mint embert minden alkotmányos alapvető jog megillet, de életkorából és eltérő érettségi szintjéből, mindezekből következő speciálisan védendő helyzetéből, azok biztosítása a felnőtt társadalomra hárul. Ebből a feladatból a jövő nemzedékének érdekében a médiának is ki kell vennie a részét.

A média alapvető szerepet tölthet be a gyermekek véleménynyilvánítási jogának köztudatba emelésében, és tájékoztatás különböző csatornáinak segítségével, lehetővé téve, hogy a gyermekek saját jogaikkal kapcsolatos média-kezdeményezéseket fejlesszenek és vezessenek. A médiának fontos szerepe van abban, hogy a gyermekek hozzájussanak olyan tájékoztatáshoz és anyagokhoz, melyek előmozdítják szociális, szellemi és erkölcsi jólétét, lehetőséget biztosítanak az önkifejezésére, a pozitív társadalmi hozzájárulásra. A médiának ugyanakkor tisztában kell lennie a társadalmi felelősségével, kiterjedt társadalmi szerepével és hatásával a gyermekek és fiatalok felé irányuló kommunikációja és információ közvetítése során.

Az ágazati vizsgálat során fókuszcsoportos beszélgetések során nem merült fel a vizsgált célcsoport (gyermek és fiatalok) vonatkozásában jogsértés. Mindazok a vélemények, melyek a fókuszcsoportos beszélgetés során a megkérdezettek mindhárom csoportban előadtak, általában a nyomtatott média pozitív szerepét emelte ki, a gyermek és fiatalok nyomtatott médiában való megjelenítése megfelel a társadalmi elvárásoknak, az újságírói etikának. Vannak azonban olyan területek (a vizsgálat megállapításai szerint elsősorban az online sajtómegjelenés területén), ahol a gyermeki identitás felfedésének a kérdésén a jövőben indokolt lehet változtatni (tipikusan a fiúkról szóló, negatív szerepábrázolású cikkek).

A Magyar Lapkiadók Egyesülete üdvözlöi és támogatja dr. Szabó Máté professzor, az alapvető jogok biztosa javaslatát gyermekek és fiatalok médiabeli megjelenítésére vonatkozó képzést illetően. Az MLE támogat és részt vesz minden olyan kezdeményezésben, mely a gyermekek és fiatalok jogainak érvényesítését segíti elő, hozzájárul a tudatos médiafogyasztás ismereteinek az elsajátításához.

Mit tehet a nyomtatott média ennek a képnek az árnyalására, a valóságnak megfelelő ábrázolásra? Egyre nagyobb jelentőségre tesz szert a médiaértés fejlesztésének fontosságára való folyamatos figyelmeztetés, azaz olyan készségek és értelmezési képességek kialakítása, melynek alapján a fiatalok elsajátítják hatékony média használatot, így képesek

- a személyes használaton alapuló médiában való kompetens kommunikációra
- megalapozottan választanak médiát és
- megértik a szolgáltatás és a tartalom jellegét.

A hatékony médiahasználat elsajátítása segíthet abban is, hogy segítsen elosztatni azt a tévhitet, miszerint a kétpólusú felfogás (jók és rosszak) csupán a média „világlátása”. Megállapítható, hogy a mai magyar valóságában lezajló folyamatok hasonló képet mutatnak: a társadalom nagy része pontosan ilyen kétpólusú gondolkodású, nem mutat fogékonyságot az árnyaltabb szemléletre.

Divatos irányzat manapság minden felelősséget a médiára hárítani még akkor is, ha a megkérdozettek véleménye e tekintetben talán visszafogottabb az átlagnál. Álláspontunk szerint az egymásra mutogatástól nem várható semmilyen eredmény, ugyanakkor azt is határozottan le kell szögezni a média védelmében, hogy az elmúlt időszakban hatékony műszaki, vagy egyéb megoldások születtek annak érdekében, hogy megvédjék a kis- és fiatalkorúakat a káros hatásoktól, veszélyektől. A felelősségi lánc másik oldalán állók – tisztelet a kivételeknek – nem vagy alig jutottak túl a „csináljon már valaki valamit!” típusú elvárások megfogalmazásánál. Magyarországon szinte alig működik az ún. „szülői mediáció”: a szülők, nevelők aktív erőfeszítése, amely arra irányul, hogy a fizikai és szociális környezet komplex természetét az adott gyermek számára kognitív képességeinek megfelelően „lefordítsák”, közvetítsék, érthetővé tegyék. A szülők felelőssége a médiafogyasztási szokások kialakításában rendkívüli jelentőségű, amit nem lehet (csak) a médiára hárítani.

A fókuszcsoportos beszélgetésekből az látszik, hogy még a gyerekvédelmi szakemberek is a médiától várják el azt, ami a szűkebb környezet, jelesül a család feladata: a gyerekek nevelését, a pozitív példák közvetítését. Az öltözködési szokások és elvárások megtanítása – egyéb fontos értékek közvetítése mellett -, elsősorban a család, a szülők feladata.

A tudatos médiahasználatot, meg kell tanítani a közönségnek, így a fiatalkorúaknak is. Hiába vannak szigorú szabályok, kemény bírságok, ha a nézők-olvasók nem tudják használni a médiát. E nélkül a jogi eszközök szükségszerűen kudarcra vannak ítélve. Ez igaz a gyermekek védelmére is. A jogi előírások végtelenül leegyszerűsítenek egy komplex problémát, és a szankciót alkalmazó hatóságok gyakran más sérelmeiket is e rendelkezéseken keresztül torolják meg. Ideje szembenézni azzal a helyzettel, hogy a külföldön működő televíziókkal, a facebook- kal, az online tartalmakkal szemben a jog erőtlen. Szankciók helyett a médiapolitikának arra kell irányulnia, hogy a szülőket, a tanárokat, magukat a gyerekeket felkészítse a médiarendszer kockázataira.

Tény, hogy nem pusztán a médiatudatosságban „utazó” kutatók, pedagógusok belső ügye a médiatudatosság fejlesztésének napirenden tartása. A mediakörnyezet átalakulása, a szabályozás és kontroll lehetőségének korlátai szerte a világban a „Media literacy”, a médiaértés elterjesztése irányába vezették a gondolkodást. Teljesen más szerepe van a médiát érintő gyermekvédelemben a tiltó, korlátozó szabályoknak és azok állami érvényesítésének, és más a médiatudatosság fejlesztését jogszabályban is előíró állami szerepvállalásnak (legyen az médiapolitika vagy oktatásügy), illetve ezekre figyelve, de tőlük függetlenül a civil szféra szerteágazó tevékenységének.

Az Európai Bizottság 2009-es ajánlása a következőket rögzíti:

„(15) A médiaműveltség napjaink információs társadalmában befogadás és polgári részvétel kérdése is. A médiaműveltség mára az aktív és teljes körű polgári részvétel egyik elengedhetetlen előfeltételévé vált, amellyel kivédhető vagy mérsékelhető a közösségi életből való kirekesztődés.

16) A »médiaművelt« társadalom egyszerre lehet ösztönzője és előfeltétele a média pluralizmusának és függetlenségének. A társadalmon belüli vagy társadalmak közötti különféle csoportok különböző nyelveken közölt különféle nézeteinek és eszméinek kifejezése kedvezően hat a sokféleség, a tolerancia, az átláthatóság, a méltányosság és a párbeszéd által képviselt értékekre.

(17) A demokrácia a polgárok közösségi életben való aktív részvételének függvénye, a médiaműveltség pedig biztosíthatja azokat a készségeket, amelyek az új kommunikációs technológiákon keresztül nap, mint nap érkező megannyi információ értelmezéséhez szükségesek."

A dokumentum kiindulópontja, hogy a hálózati társadalom korában a nyilvánosság struktúrájában jelentős változás zajlik. A felhasználó nem pusztán információt gyűjt, hanem ennek révén válik a társadalom részévé, nyílik lehetősége a hagyományos csatornákon túl az akaratképzésben való részvételre. Ilyen módon az önmagáért felelősséget vállalni tudó közösségi együttélésre képes személyiséggé válás fontos eleme nem pusztán az értő, hanem a médiát aktív módon, tudatosan használó attitűd. A médiapedagógia alapvető célkitűzése a médiaértés, a médiaműveltség fejlesztése. Az oktatási rendszeren túl, az iparági szereplők és a civil szféra is feladatot vállal a médiaműveltség fejlesztésében, és részben így válhat a médiaműveltség fejlesztése az „életen át tartó tanulás” kiemelt területévé.

A demokratikus értékek elsajátítása a hálózati társadalomban egyre szorosabban kapcsolódik össze a médiaértés, médiaműveltség és így a médiaoktatás kérdésével. A nyilvánosság struktúrája a web2 eredményeként jelentősen megváltozott, ma már a felhasználók által létrehozott tartalom, a közösségi média véleményalakító hatása meghatározó szöveget képvisel a nyilvánosság egészén belül.

Fentieket felismerve, a Magyar Lapkiadók Egyesülete csaknem tíz éve olvasásra nevelési programot működtet, melynek célja a diákok olvasási szokásainak tudatosabbá tétele, s ezen keresztül médiatudatosságuk kialakítása. E komplex képesség tartalmilag szorosan kötődik a nyilvánosság színterein zajló kulturális és közéleti kommunikációhoz, így e kommunikációs formák műfajainak, működési mechanizmusainak, az őket mozgató érdekeltségek és érdekek, elvek megismerése hozzásegít mélyebb megértésükhöz is.

A jelen kutatás összegzéseként megállapítható, hogy a fentiekben vázolt feladatoknak és új kihívásoknak a nyomtatott sajtó igyekszik eleget tenni akkor is, ha tudjuk, hogy az iparág gazdasági helyzete egyre romlik, az olvasók száma folyamatosan csökkenő tendenciát mutat.

Mint azt az NMHH „A média hatása a gyermekekre és fiatalokra” címmel szervezett VI. Nemzetközi Médiakonferencia lezárását követő közös nyilatkozat is tartalmazza bár a gyermek- és fiatalkorúak a médiahasználattal kapcsolatos ismereteik jelentős részét kortársaiktól szerzik, és a fiatalokat elsősorban az új médiumokon keresztül, az ő nyelvükön megfogalmazott üzenetekkel lehet elérni, a médiaoktatás és a media tudatosságra való felkészítés területén a nyomtatott és online sajtó reprezentatív képviselői továbbra is készek a társadalmi szerepvállalásra.

Kovács Tibor

Magyar Lapkiadók Egyesülete

elnök





KUTATÁSI JELENTÉS

Kiskorúak médiareprezentációja a
nyomtatott és online sajtóban

Kvantitatív elemzés

2012. december 14.

Tartalom

| | | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Vezetői összefoglaló | 8 |
| 1.1 | A kutatás célja | 8 |
| 1.2 | A kutatás módszere | 8 |
| 1.3 | A kutatás fontosabb eredményei | 9 |
| 1.4 | Összefoglalás | 12 |
| 2 | Bevezető | 15 |
| 2.1 | A kvantitatív kutatás céljai és szempontjai | 15 |
| 2.2 | A kutatás fontossága | 15 |
| 2.3 | Elméleti háttér / keret | 16 |
| 2.4 | A gyerekek média reprezentációjára vonatkozó szabályozások, ajánlások, kódexek..... | 17 |
| 2.5 | A gyerekek média reprezentációjával kapcsolatos hazai és nemzetközi vizsgálatok rövid áttekintése..... | 18 |
| 4 | Alkalmazott módszertan..... | 20 |
| 5 | Eredmények..... | 22 |
| 5.1.A | A hírforrások általános jellemzése (lapcsoport, régió, megjelenés gyakorisága) | 22 |
| 5.2 | A cikkek tematika szerinti jellemzése | 23 |
| 5.3 | A cikkek hírjellege szerinti jellemzése | 24 |
| 5.4 | A cikkek hírforrás szerinti jellemzése | 24 |
| 5.5 | A cikkek jellemzése nagyságuk, megjelenésük helye szerint | 24 |
| 5.6 | Fotók, képaláírások..... | 25 |
| 5.7 | A cikkek fókusza..... | 25 |
| 5.8 | A cikkekben szereplő gyerekek demográfiai jellemzői..... | 26 |
| 5.9 | A legjellemzőbb gyerekszerepek és általános gyerekábrázolások | 27 |
| 5.10 | A gyermeki ábrázolás nyelve, tónusa, kontextusa | 32 |
| 5.11 | A gyermeki identitás megjelenítése (nevek, fotók)..... | 32 |
| 5.12 | Gyerekszerepek és ábrázolások nemek szerint – a legfontosabb különbségek..... | 38 |
| 5.13 | Gyerekszerepek és ábrázolások korcsoport szerint | 39 |
| 5.14 | Gyerekszerepek és ábrázolások etnikum szerint - a legfontosabb különbségek | 41 |
| 5.15 | Gyerekszerepek és ábrázolások a bulvár és a nem bulvár sajtóban | 42 |
| | Melléklet 1. sz..... | 44 |
| | Melléklet 2. sz..... | 46 |
| | Hivatkozások..... | 50 |

Kiskorúak médiareprezentációja a nyomtatott és online sajtóban

„A fiúk rosszak, a lányok jók, a kicsik védtelenek, a nagyok erőszakosak”

1 Vezetői összefoglaló

1.1 A kutatás célja

A kiskorúak megítélését, a velük kapcsolatos attitűdök és sztereotípiák kialakítását és fenntartását nagyban befolyásolja média reprezentációjuk. Általános dolog, hogy a médiából szerzünk információt olyan jelenségekről, amelyeket saját magunk nem, vagy csak közvetve tapasztalhatunk meg. Jóllehet a médiából szerzett információk hasznosak, sok esetben félrevezetőek lehetnek, hiszen a média szelektál, és előfordul, hogy csak bizonyos, leginkább az újságírói és olvasói akaratnak és kíváncságnak megfelelő módon és aspektusban mutat be jelenségeket.

Mindezek különösen indokoltá teszik, hogy az élethelyzetükből, korukból fakadóan némileg kiszolgáltatott kiskorúak vagy azok egy csoportja milyen színben és képben jelenik meg a médiában.

Mindezek alapján a vizsgálat céljai a következők voltak:

- Áttekintő képet adni a kiskorúak (18 év alattiak) magyarországi média reprezentációjáról
- Megvizsgálni, hogy a gyerekek milyen kontextusokban jelennek meg a hazai nyomtatott és írott elektronikus (internet) sajtóban
- Megvizsgálni, hogy a hazai nyomtatott és online sajtó figyelembe veszi-e a kiskorúak média reprezentációjára vonatkozó törvényi előírásokat, ajánlásokat

1.2 A kutatás módszere

Kutatásunk elsősorban exploratív, azaz feltáró jellegű vizsgálat volt, melynek célja –amint az a fentiekben olvasható –hogyan alapvető, tájékoztató jellegű képet kapjunk a kiskorúak hazai média reprezentációjáról a nyomtatott és írott elektronikus sajtó felhasználásával. Tudomásunk szerint ilyen áttekintő jellegű vizsgálat Magyarországon még nem készült.

1. táblázat: Áttekintett sajtóanyagok száma

| | Nyomtatott sajtó | Internetes sajtó |
|-------------------------------------------|------------------|------------------|
| Áttekintett források száma | 118 db | 52 db |
| Releváns újságok, weboldalak száma | 66 db | 46 db |
| Feldolgozott cikkek száma | 1187 db | 618 db |

A kutatás során összesen 118 nyomtatott sajtóanyagot, illetve 52 weboldalt tekintettünk át. Összesen 66 újságban és lapban, illetve 46 weboldalon találtunk a kutatás szempontjából releváns cikkeket, amelyek akár direkt, akár indirekt módon kiskorúakról szóltak. A nyomtatott sajtóban 1187, míg az elektronikus sajtóban 618 db cikket és írást dolgoztunk fel. Megjegyzendő, hogy a vizsgált online megjelenés minden esetben rendelkezik print háttérrel, más szóval ugyanazok a szerkesztőségek állítják elő mind a print, mind az online tartalmakat. A vizsgálati mintába olyan

online megjelenésű hírportál, újság nem került be, amely kizárólag online megjelenéssel bír. Az áttekintett írások mind 2012. szeptemberében jelentek meg.

A cikkek feldolgozásakor kvantitatív tartalomelemzés módszert alkalmaztunk. Első lépésben egy olyan kategória rendszert alakítottunk ki, amelyek segítségével a feldolgozni kívánt cikkeket egy előre meghatározott szakmai szempont szerint osztályozni, csoportosítani és jellemezni lehetett. A kategorizálás szempontjait a hasonló jellegű nemzetközi vizsgálatok, valamint kutatásunk céljai határozták meg. Elsődlegesen az áttekintett sajtóforrások és cikkek legfőbb jellemzőiről (újság és laptípusok, megjelenési helyük és gyakoriságuk, a cikkek típusai, cikkek és képek elhelyezése, nagysága), a kiskorúak kontextuális (textuális és vizuális) ábrázolásáról, megjelenítéséről, a cikkek és cikk címek nyelvezetéről, tónusáról, valamint a cikkekben szereplő gyerekek alapvető demográfiai jellemzőiről gyűjtöttünk adatokat. Az adatokat egy adatbázisba vittük be (cikkszintű adatbázis), majd az SPSS statisztikai programcsomag segítségével dolgoztuk fel.

A kidolgozott kategóriák teljes listáját és az azokhoz tartozó magyarázatokat a 2. sz. Melléklet tartalmazza.

1.3 A kutatás fontosabb eredményei

- Az áttekintett újságcikkek túlnyomó része (69%-a) regionális napilapokból származik, míg az országos, illetve regionális jellegű internetes sajtóoldalakon megjelent cikkek aránya gyakorlatilag teljesen megegyezik.
- A cikkek tematika szerinti jellemzésével kapcsolatban elmondhatjuk, hogy mind a nyomtatott, mind az online sajtóból származó cikkek elsősorban oktatással és neveléssel (26% illetve 23%), másodsorban pedig sporttal és szabadidővel (21% illetve 17%) kapcsolatos közlések. A nyomtatott sajtó esetén a bulvár hírek 14%-os, míg a bűnügyi hírek 13%-os arányt képviselnek. Az online sajtó esetében a harmadik leggyakrabban előforduló tematika a bűnügy (17%), amit az életmód és egészség követ (13%).
- A cikkek nagy része hazai hírforrásból származik és hazai történésekről ad hírt: az újságok esetében ez az arány 87%, az internetes írások esetében 75%.
- A vizsgálat során azt találtuk, hogy nem jellemző a gyerekek cikkekben történő megszólaltatása. Szintén nem jellemző, hogy a kiskorúakkal kapcsolatos cikkek az újságok címlapjára, vagy az újság elejére kerüljenek, ezek nagyrészt az újságok középső-hátsó részében találhatóak (3. és utolsó oldal közti rész). **Újságok címlapján, vagy elején (első három oldal) inkább a negatív szerepben ábrázolt gyerekek jelennek meg (kiskorú bűnözés, áldozat, betegség, veszélyhelyzet, stb.).** Ugyanakkor a negatív szerepeket tartalmazó cikkek jellemzően kisméretűek (negyedoldalnál kisebbek, illetve az oldal bal vagy jobb szélén találhatóak).
- A nyomtatott cikkek nagyobb részét kíséri fotó (68%) is, míg az internetes cikkek esetében ez az arány 44%. A fotóval ellátott újságcikkek többnyire az újság középső-hátsó részében vannak elhelyezve; mind a pozitív, mind a negatív árnyalatú képekről elmondható, hogy azok nagy része az újságok 3. és utolsó oldala között szerepelnek. Jellemző, hogy a képi ábrázolások alapvetően nem negatívak, nem ábrázolják a gyereket hátrányos színezetben. Amennyiben igen, az inkább a 14-18 év közötti gyerekekről készült fotókat jellemzi. Ugyanakkor a pozitív képi ábrázolás nagyobb arányban fordul elő a celebgyerek(ek)ről és a sikeresnek ábrázolt gyerekekről szóló, a 0-6 évesekről megjelent cikkekben, illetve a pozitív és semleges színben ábrázolt gyerek cikkekben.
- Szintén fontos megállapítás, hogy az **Interneten nagyobb arányú** (kétszer annyi) a **negatív képi ábrázolások** előfordulása (nyomtatott sajtó: 4%, online sajtó: 8%), ami leginkább a bulvár jellegű írásokat jellemzi. Ugyanakkor a pozitív képi ábrázolások nagyobb arányban fordulnak elő az oktatás, nevelés, életmód, sport és bulvár jellegű cikkekben, a közéleti híreket közlő weboldalakon, a 0-6 és 7-13 éves korcsoportról íródott, a nevet tartalmazó írásokban. Itt kell felhívni a figyelmet arra, hogy mind az online, mind a nyomtatott tartalmakat ugyanazok a szerkesztőségek állítják elő, de ettől függetlenül úgy tűnik, hogy az

online és a print tartalmak megjelenítése (függetlenül attól, hogy ugyanaz a szerkesztőség) számos aspektus mentén különbözik.

- Továbbá, a vizsgálati mintában szereplő pozitív gyerekábrázolású cikkek (pl.: versenyt nyerő gyerekek) nagy részét (nyomtatott sajtónál 75%, webes cikkek esetében 81%) kíséri fotó, míg a negatív ábrázolású újságcikkek (pl.: segítségre szoruló, beteg gyerekek) mindössze 38%-ához rendeltek képet (ez az arány a webes cikkek esetében még alacsonyabb). A konkrét gyerekekről szóló gyerekszerepek esetében az összes előnytelen képi ábrázolás (11) negatív kontextusú cikkhez tartozik, és ez elmondható a weben megjelent negatív árnyalatú képekről is. A nyomtatott cikkekben megjelentetett gyerekek demográfiai jellemzőit illetően elmondhatjuk, hogy azok nagyobb része a fiúkat, a magyar állampolgárságú gyerekeket, valamint a 0-6 éves korcsoportot állítja a cikkek fókuszába. Úgy is fogalmazhatunk, hogy a lányok, illetve a **6 és 18 év közöttiek** kissé **alulreprezentáltak** a hazai sajtóban. A lányok, illetve a 6-18 évesek alulreprezentációja még **erősebb az internetes** cikkek esetében.
- Elenyésző a **roma gyerekekről** szóló cikkek száma, azaz rendkívüli módon **alulreprezentáltak** mind az írott, mind az online sajtóban. A weben megjelent roma gyerekekről szóló cikkek száma kissé nagyobb. Ugyanakkor meg kell említeni, hogy a roma identitás feltüntetése csak indokolt esetben tehető meg, így feltehetően nagyobb a romákról szóló írások aránya. A roma gyerekek **ábrázolásának minősége** alapvetően **kiegyensúlyozottnak mondható**, azaz nagyrészt egyenlő a **semleges**, a **pozitív** és a **negatív ábrázolások** aránya, bár az online sajtó esetében enyhe túlsúlyban van a roma gyerekeket negatívan ábrázoló cikkek száma.
- Mind a nyomtatott, mind az internetes cikkekről elmondható, hogy körülbelül egyharmaduk egy, vagy egy-két konkrét gyerekről szólnak (XY úszóbajnok lett, ezt nevezzük „szerepnek”), míg nagyobb részük általában a gyerekekről, vagy azok egy elhatárolt csoportjáról (egy adott iskola tanulói, a fiúk, stb., ezt nevezzük általános „gyerekábrázolásnak”).
- A nyomtatott sajtóban **25%-os** arányt képviselnek a szezonális hírek, a közvélekedést befolyásoló aktualitások (évkezdés, oktatásügyi változások, mint a köpeny bevezetése, a szakképzés átalakítása, stb.). Az **évkezdés** és a **családi erőszak** témák mindkét médiumban a legnépszerűbbek, bár az Internetes sajtó esetében az ilyen témájú cikkek aránya kissé alacsonyabb. Szembeötlő különbség a két médium között, hogy a **nyomtatott sajtó** jóval nagyobb arányban foglalkozik az **évkezdéssel** és a **szakképzésbeli változásokkal**, addig az **online sajtó** a **családtámogatások megvonásának** és a kötelező **köpenyviselés** témáknak biztosít nagyobb megjelenési arányt.
- A konkrét gyermekábrázolásokat, tehát a gyerekszerepeket vizsgálva azt tapasztaltuk, hogy mind a nyomtatott, mind az internetes sajtóban **magas a negatív szerepekben** ábrázolt gyerekek aránya - a webes cikkek esetében ez az arány közel 80%. Ugyanakkor a pozitív szerepekben ábrázolt gyerek aránya ettől jóval elmarad (lapok, újságok: 27%, Internet: 8%). A legjellemzőbb **negatív** gyerek sztereotípa az **erőszakot elkövető gyerek**, míg tipikusan **pozitív sztereotípa a valamilyen versenyt nyerő, jó teljesítményt nyújtó, tehetséges** gyermek. Az is fontos eredménye a kutatásnak, hogy a negatív szerepekben ábrázolt gyerek többségében valamilyen **passzív, kiszolgáltatott** élethelyzetben szerepel, de ez elmondható az általános gyerekábrázolásokról is (gyermekbántalmazás, betegség, illetve valamilyen szociális, egészségi rászorultság).
- Ezen túl a nyomtatott sajtóban a **negatív** szerepekben megjelenített gyerekek (bűnöző, áldozat, sérült, stb.) nagyobb arányban szerepelnek a bűnügyi témájú cikkekben, a **14-18 év közötti és fiúkról** szóló cikkekben. Ugyanakkor a sikeres gyerek karakterek tipikusan a 14-18 év közöttiek és lányok – az ilyen írások semleges árnyalatú fotót tartalmaznak és semleges nyelvezetűek. A **netes sajtó** sajátossága, hogy a **negatív** gyerekszerepek főként a **bűnügyi jellegű** írásokban, a **fiúkról és a 0-6 éves** gyerekekről szóló írásokban fordulnak elő, ugyanakkor a **pozitív** gyerek karakterek tipikusan a **sporttal, oktatással** kapcsolatos írásokban, a közéleti jellegű weblapokon található. Fókuszában inkább **7-13 évesek, fiúk**, illetve valamilyen sikert elérő karakterek állnak (fotóval, névvel ellátva).

- Nem jellemző sem a nyomtatott, sem az elektronikus sajtóra, hogy a cikkek és a címszavak nyelve a gyerekekre sértő, ártalmas, degradáló kifejezéseket használja, illetve hogy a cikkek kontextusa ne lenne világos, érthető. A cikkek túlnyomó része (egy két kivételtől eltekintve) objektívan ír a gyerekekről.
- A gyermeki identitás felfedése és megjelenítése tekintetében egy másik fontosabb megállapításunk, hogy a gyerekek neve a cikkek címeiben csupán a webes sajtóban szerepelnek nagyobb arányban (40%), míg a nyomtatott cikkekre ez jóval kevésbé jellemző (18%). A cikkek már ugyanakkor jóval nagyobb arányban tartalmaznak neveket: a nyomtatott sajtó esetében ez az arány 59%, a webes cikkek esetében 40%. Érdekes és fontos különbség a két médium között, hogy amíg a nyomtatott sajtó jellemzően pozitív vagy semleges szerepekben feltüntetett gyerekek nevét közli, addig a webes sajtó a negatív szerepekben ábrázolt cikkekhez közöl nevet (tipikusan a fiúkról szóló, negatív szerepábrázolású cikkekben).
- Beszédes és egyben számot tevő különbség a nemek között, hogy a nyomtatott sajtóban a **fiúkat** szignifikáns módon nagyobb arányban ábrázolják bűnesetek áldozat- vagy elkövető szerepekben. A **lányok** ugyanakkor inkább a **siker** szerepekben, illetve a veszélyben lévő szerepekben jelennek meg (pl.: katasztrófák). A hazai, illetve külföldi celeb gyerekek között is nagyobb a lányok aránya. Ha összesítjük a különböző negatív és pozitív szerepeket, azt látjuk, hogy a **fiúk** inkább **negatív**, a **lányok** pedig inkább **pozitív** szerepekben jelennek meg. Ha az általános gyerekábrázolásokat nézzük, az tapasztalható, hogy a sikert elérő gyerekcsoportokról szóló cikkekben nagyobb a **fiúk** aránya.
A weben a gyerekszerepeket tekintve a **lányok** inkább áldozatként szerepelnek - bűneset elkövetőjeként egy cikk kivételével nem is ábrázolnak lányokat. A **sérült, beteg** gyerekszerepek, valamint a **sikert elérő** szerepek között viszont a **fiúk** aránya nagyobb. Ha összevonnuk a különböző negatív és pozitív szerepeket, azt látjuk, hogy azokban a fiúk és lányok aránya egyforma. Fontos tehát látnunk, hogy az internetes és a nyomtatott sajtóban meglehetősen eltérő szerepekben és ábrázolásokban mutatják meg a fiúkat és a lányokat: a nyomtatott sajtó negatív, míg az elektronikus negatív és pozitív szerepekben is megjeleníti a fiúkat.
- A nyomtatott sajtóban a **korcsoportok** eltérő megjelenítésének egyik legfontosabb jellemzője, hogy mind a **negatív**, mind a **pozitív** szerepekben nagyobb a **idősebb** gyerek korcsoport (14 – 18 évesek) aránya, miközben az online sajtóban ez a korcsoport jellemzően **bűnesetek** elkövetőiként szerepel. A **0-6 éves** gyerekekről szóló cikkek közel **kétharmada negatív** szerepben ábrázolja a kisgyermeket mind a nyomtatott, mind az online sajtóban (áldozat, beteg, megsérült). Az internetes cikkekben a **sikeres gyermek** karakter megjelenítése inkább a **7-13 évesekre** jellemző.
- Az általános gyerekábrázolásokban a **0-6 évesek** tipikusan **megsegítettként, segítségre szorulóként** szerepelnek mind a nyomtatott, mind az Internetes cikkekben. A **7-13 éves** korcsoport ábrázolásáról azt mondhatjuk el leginkább, hogy a **nyomtatott** sajtóban inkább **pozitív**, míg a **netes cikkekben** inkább **semleges** ábrázolást kölcsönöznek nekik.
- Végezetül elmondható, hogy a **nyomtatott bulvár cikkek** a gyerekeket vagy **beteg, sérült, veszélyben** lévő, vagy magyar és külföldi celeb családtag szerepekben mutatják be, illetve tipikus általános gyerek ábrázolása a rendezvényen részt vevő gyerekek, illetve a segítségben részesülő gyerekek. A **nem bulvár** jellegű írások legfőbb karakterisztikuma, hogy a gyerekeket **bűneset elkövető**, illetve **sikerszerepekben** ábrázolja, illetve nagy arányban jeleníti meg a gyereket **semleges** ábrázolásban (programon vesznek részt, tanfolyamon, pályázaton indulnak).
- A **bulvár jellegű netes** cikkek – hasonlóan a nyomtatott sajtóhoz - veszélyben lévő, illetve magyar és külföldi celebek családtagjaként ábrázolnak gyerekeket, míg általános gyerekábrázolásuk semleges színezetű. A **nem bulvár** Internetes cikkek jellemzően **bűneset áldozat, elkövető, illetve beteg, sérült szerepekben** írnak a kiskorúakról, míg általános

gyerekábrázolásuk jelentős része a rendezvényen, programon résztvevő gyerek, a segítségre szoruló gyerek, illetve az egészséggel, életmóddal kapcsolatos gyerek cikkek.

- Egyrészt tehát azt tapasztaltuk, hogy mindkét médiumra jellemző, hogy szűk skálán mutatja be a különböző gyerekszerepeket. Ugyanakkor az **Internetre** jobban jellemző a **negatív gyerekszerep** ábrázolás, főként a nem bulvár jellegű közleményekben. További különbség, hogy a **webes** bulvárcikkek a **fiúkat**, a **nyomtatott** bulvárcikkek pedig a **lányokat** reprezentálják felül.

1.4 Összefoglalás

Jelen kutatás keretein belül arra kerestük a választ, hogy hazai nyomtatott, illetve írott elektronikus sajtó hogyan reprezentálja a kiskorúakat. Másképpen fogalmazva: milyen a gyerekek magyarországi média reprezentációja, hogyan járul hozzá bizonyos sztereotípiák fenntartásához, ezen keresztül pedig a gyerekekkel kapcsolatos attitűdök erősítéséhez. A kutatás során számos, 2012 szeptemberében a nyomtatott sajtóban és az interneten megjelent cikket tekintettünk át.

A vizsgálat alapján vegyes képet kaptunk a gyerekek média reprezentációját illetően. Elsőként meg kell jegyezni, hogy a gyerekekről szóló cikkek nyelvezete, tónusa, színezete túlnyomórészt semleges. Egyáltalán nem jellemző a degradáló, hátrányos helyzetet teremtő nyelvhasználat, valamint a negatív, hátrányos vizuális ábrázolás. Amennyiben az előfordul, az inkább az internetes sajtó sajátossága. Tovább az is elmondható, hogy érvényesül az újságírói objektivitás, amely főként a tényközlések esetén fontos: a cikkek kontextusa érthető, nem félrevezető, illetve nagyrészt objektív módon ábrázolják a gyerekeket.

Ha a cikkek tematikáját nézzük, azt láttuk, hogy azok legnagyobb arányban az oktatással, neveléssel, másodsorban sporttal, szabadidővel, harmadrészt pedig bűnüggyel és bulvárral, illetve a gyerekek életmódjával és egészségével kapcsolatos közlések.

A gyerekekkel kapcsolatos hírek egy jelentős része az újságok hátsó felében találhatóak, azaz az újságok kevésbé feltűnő helyére teszik őket: az ilyen hírek tipikusan semleges (rendezvényen vannak), vagy pozitív színezetűek (sportsikerek). Ugyanakkor a gyerekeket kevésbé előnyös színben feltűntető cikkek – jóllehet jellemzőn kisméretűek – inkább az újságok első részeire, azaz feltűnőbb helyekre kerülnek. A negatív ábrázolások egy jelentős hányadát a lapok tetejére vagy közepére helyezik, illetve egész oldalasak, tehát szintén a figyelmet jobban felkeltő helyre kerülnek. Vagyis úgy tűnik, hogy a gyerekeket kevésbé előnyös szerepben ábrázoló cikkek sok esetben az olvasói szem számára jóval feltűnőbb helyre kerülnek, ami tovább erősítheti a negatív sztereotípiák fenntartását.

Kutatásunk másik fontos megállapítása, hogy egyes gyerekcsoportok felül-, mások pedig alul vannak reprezentálva a hazai sajtóban. A nyomtatott sajtó a fiúkat, illetve a 0-6 éves korcsoportot reprezentálja felül, miközben szembeötlő a lányok és különösen a 6 és 18 év közöttiek alulreprezentáltsága, amely az Internetes cikkek esetében még markánsabban tapasztalható. A kiskorúak korosztály (7-13) valami oknál fogva kevés média megjelenítést kap, viszont amit kap, az soha nem negatív. Szintén elenyésző a roma gyerekekről szóló cikkek aránya. A kutatás alapján elmondhatjuk, hogy az ő alulreprezentáltságuk a legszembetűnőbb, ugyanakkor megjegyzendő, hogy önmagában a származásra való utalás nem engedett, csak indokolt esetekben. Ennél fogva pontosan nem állapítható meg, hogy valójában mekkora a roma gyerekekről szóló cikkek aránya. Némi pozitívum ezzel kapcsolatban, hogy a roma gyerekek ábrázolása kiegyensúlyozott.

Fontos szempontként kezeltük a kiskorúak identitását: nem elhanyagolandó, hogy milyen kontextusban fedik fel nevüket, ábrázolnak róluk képeket. Megállapítható, hogy a képi ábrázolások alapvetően nem negatívak, nem ábrázolják hátrányosan a gyereket: túlnyomórészt semlegesek, kis

részen kifejezetten pozitívak, illetve negatívak. Hátrányos képi ábrázolással inkább a 14-18 év közöttiek esetében találkoztunk. Az is elmondható, hogy a gyerekeket közlő fotók jellemzően pozitív, vagy semleges szerepekben, illetve ábrázolásokban megjelenő cikkekhez kapcsolódnak.

Mint említettük korábban, a különböző médiumoknak kiemelkedő szerepe van a gyerekekkel kapcsolatos attitűdök, nézetek, sztereotípiák fenntartásában, befolyásolásában. Adataink azt bizonyítják, hogy a hazai nyomtatott és elektronikus újságírás nem kis arányban jeleníti meg a gyerekeket negatív, hátrányos szerepekben (az Internetes sajtónál ez még markánsabban jellemző). Mindazon felül, hogy a negatív gyerekszerepek túlsúlyban vannak, nagyarányú a tehetetlen, kiszolgáltatott helyzetekben megjelenített gyerekcikkek aránya.

A siker-sztorik jelentős része helyi, regionális lapokban jelenik meg, helyi vonatkozásban (iskolai sikerek, sport sikerek,) de a regionális médiáról szintén elmondható, hogy nagyobb arányban jelenít meg negatív gyerek szerepeket és tartalmakat egyaránt. Ugyanakkor a regionális online média kisebb megjelenítési felületet nyújt a negatív gyerek szerepek, illetve sztereotípiák megnyilvánulásának. Mindezekből egyrészt arra következtethetünk, hogy a pozitív, sikeres gyerek sztereotípiák nem igazán jutnak el egy szélesebb nyomtatott médiát fogyasztó olvasói közönséghez (azaz a felnőttekhez), másrészt a regionális online sajtó jobban ügyel a gyerekek médiareprezentációjára, ami főként akkor lehet hasznos, ha ezeket a tartalmakat a fiatalok is olvassák. Másrészt az adatok azt sugallják, hogy a regionális média – függetlenül attól, hogy nyomtatott vagy online – jobban „ügyel” a gyerekek média megjelenítésére.

Jobban érinti a hátrányos megkülönböztetés a fiúkat, hiszen reprezentációjuk jóval nagyobb negatív szerepekben, miközben a lányokat inkább pozitív szerepekkel ruházza fel a sajtó. A tipikus negatív gyerek sztereotípiája az erőszakot elkövető gyerek (aki fiú), míg a tipikusan pozitív sztereotípiája a valamilyen versenyt nyerő, jó teljesítményt nyújtó gyermek (aki többnyire lány): azaz olyasmit sugalmaz a média, hogy a fiúk „rosszak”, a lányok „jók”.

Szintén a hátrányos sztereotípiák erősítését szolgálja, hogy a negatív szerepábrázolásokat tekintve a 0-6 éves korosztály, mind a nyomtatott, mind az online sajtóban nagyrészt passzív szerepekben tűnik fel (áldozat, kiszolgáltatott, beteg, stb.), míg a legnagyobbak – főként a print sajtóban – aktív szerepekben tűnnek fel (erőszakos, bűncselekményt követ el, botrányt okoz): mindez azt sugallja, hogy a „kicsik” védtelenek, a „nagyok”, a kamaszok durvák, erőszakosak. Ráadásul a gyerekek által elkövetett bűncselekmények média reprezentációjának aránya nem fedi a valóságos arányokat: a sajtót olvasva azt hihetjük, hogy a gyerekbűncselekmények aránya Magyarországon drasztikusan magas.

Negatív szerepek kor és cselekvőképesség szerinti bontásban (%)

| Kor | passzív* | aktív** | Összesen |
|-------------------------|----------|---------|------------|
| <i>Nyomtatott sajtó</i> | | | |
| 0-6 éves | 93 | 8 | 100 |
| 7 -13 éves | 63 | 38 | 100 |
| 14-18 éves | 31 | 69 | 100 |
| <i>Online sajtó</i> | | | |
| 0-6 éves | 86 | 14 | 100 |

| | | | |
|-------------------|----|----|------------|
| 7 -13 éves | 67 | 33 | 100 |
| 14-18 éves | 50 | 50 | 100 |

*erőszak, bűncselekmény áldozata, beteg, sérült, magatehetetlen (passzív)

** bűncselekmény, erőszak elkövetője, botrány elkövetője (aktív)

Kissé aggályos, hogy a feldolgozott cikkek nagyon elenyésző hányadában szólaltatják meg a gyereket, ami azt sugallja, hogy a sajtó kevés lehetőséget biztosít saját véleményük nyilvánítására.

Végezetül azt is elmondhatjuk, hogy a bulvár cikkek, illetve a kevésbé ellenőrzött Internetes sajtó cikkek nagyobb mértékben tartalmaznak negatív gyerek szerepeket, amivel jobban hozzájárulhatnak a kiskorúak negatív média reprezentációjához, a velük kapcsolatos hátrányos megkülönböztetések, attitűdök megerősítéséhez, valamint a gyerekek saját magukról kialakított képük torzításához.

2 Bevezető

2.1 A kvantitatív kutatás céljai és szempontjai

Kutatásunk elsődleges célja az volt, hogy áttekintő képet adjunk a kiskorú gyerekek (18 év alattiak) média reprezentációjáról a hazai nyomtatott és írott elektronikus sajtón keresztül.

Mindazon túl, hogy egy leíró képet adjunk, azt is vizsgáltuk, hogy a gyerekek milyen kontextusokban jelennek meg a sajtóban: milyen képet formál róluk a zszurnalisztika, milyen helyzetekben mutatják meg őket, milyen üzeneteket sugallnak velük kapcsolatban az olvasók felé, mennyiben és hogyan járulnak hozzá pozitív és negatív sztereotípiák kialakításához és fenntartásához.

A kijelölt célokon túl az alábbi szempontok szolgáltatták a vizsgálat alapját:

- a társszabályozás hatáskörébe tartozó médiumok esetében a kiskorúakra hátrányosan ható, vagy őket hátrányosan érintő témák megjelenésének vizsgálata (szexualitás, stb.)
- a fejlődést segítő, orientációt támogató, mintát adó témák, pozitív példák megjelenésének vizsgálata
- gyerekek szerepeltetése, ábrázolása a médiában
- a fiatalkorúak által elkövetett bűnesetek megjelenítése a médiában - annak esetleges sugallása, hogy az erőszak elfogadható
- a gyerek- és fiatalkorúakra vonatkozó, őket érintő, vagy rájuk hatást gyakorló események megjelenítése – például ugyanazon események feldolgozása a különböző médiumokban – különös tekintettel az országos-, a tömeg-, a lokális-, és közösségi médiumok közötti különbségekre
- hogy tudnak a rizikócsoporthoz tartozó érintettek a médiában megnyilvánulni, megszólalni és látszódni. Milyen módon folyik az események utókövetése a sajtóban (felelőségek, konzekvenciák)

2.2 A kutatás fontossága

Amint azt a fentiekben említettük, a média rendkívül fontos szerepet játszik a kiskorúakról kialakított képek és sztereotípiák kialakításában, fenntartásában és megerősítésében, legyenek azok akár előnyös vagy hátrányos színezetűek. Ugyanakkor a médiának legalább annyira pótolhatatlan szerepe van a gyermekek és fiatalok személyiségfejlődésének formálásában, hiszen a kívülről érkező hatások, reflexiók meghatározóak a személyiség, egyéniség kialakulásában. Gyermekek- és ifjúsági korban alapozódnak meg a felnőttkori fogyasztói szokások is. Az **Ipsos 2008-as és 2012-es gyerekek és szüleik körében végzett nagymintás „kid.comm”** kutatása is rávilágított arra, hogy a média kiemelt szerepet játszik a példaképek, referenciák, és az életmód kialakulásában is.

A média nagy segítségünkre van abban is, hogy olyan jelenségekről, korcsoportokról, helyekről szerezzünk információt, amiket közvetlenül vagy egyáltalán nem tudunk meg tapasztalni. Mindezen túl nem elhanyagolandó tényező az sem, hogy sok esetben nincs idő, lehetőség az alapos tájékozódásra, amiben a különböző médiumok nagy segítséget nyújtanak. Ez azonban hátránnyal és veszéllyel is járhat: nem mindegy, hogy a beszerzett információ mennyire hiteles, pontos, hogy milyen színben és formában jeleníti meg az adott jelenséget, történetet, karaktereket.

A kiskorúak egy olyan célcsoportot képviselnek, akik média reprezentációjának minősége több okból kifolyólag is fontos. A gyerekek sok szempontból kiszolgáltatottabbak és sérülékenyebbek, mint a felnőttek, ugyanakkor számos olyan pozitív tulajdonsággal és előnnyel rendelkeznek, amivel a felnőtt korúak kevésbé, vagy nem. Mindebből kifolyólag nem mindegy, hogy ezek a tulajdonságok, karakterisztikumok milyen arányban jelennek meg a médiában, mennyire torzítják vagy tartják egyensúlyban a gyerekekről kialakított képeket, véleményeket, közvélekedést, diskurzust.

Korábbi nemzetközi vizsgálatok általános tapasztalata, hogy a gyerekek rendkívül leegyszerűsített sémákban és narratívákban jelennek meg a médiában, ami nem tükrözi valósan és hitelesen életüket, életmódjukat, érzéseiket és gondolataikat: sok esetben kiszolgáltatottnak, tehetetlennek tűnnek, illetve olyan színben tünteti fel őket a média, ami hátrányosan befolyásolja a magánélethez és az emberi büszkeséghez való jogaikat. Mivel nagyobb volumenű általános vizsgálat még nem készült Magyarországon (vagy nem került publikálásra) a kiskorúak média reprezentációjáról, nem tudjuk, csak feltételezzük, hogy milyen az ő sajtóban történő megjelenítésük a nemzetközi tapasztalatokhoz képest.

A vizsgálatra szintén fontos okot szolgáltatott a 2010-ben hatályba lépett, a kiskorúak védelmét szorgalmazó törvényi előírás is (2010. évi CLXXXV. törvény), amely nem tér ki a kiskorúak médiabeli reprezentációjának szabályozására. A törvény a kiskorúak védelmét más szempont szerint közelíti meg: a törvényben a hangsúly a kiskorúakon, mint fogyasztókon van, nem pedig mint „fogyasztotakon”. Ennek az is oka, hogy a magyar jogszabályi környezetben felülreprezentált a kiskorúak/fiatalkorúak „fogyasztóként” való védelme, ugyanakkor a személyiségüknek, mint korlátozottan cselekvőképes jogalanyoknak a védelme nem kap elegendő figyelmet.

Számos kutatás számol be ugyanakkor arról, hogy hogyan hat a média a gyerekekre, de jóval limitáltabb azon vizsgálatok száma, ami a gyerekek médiaábrázolását helyezné fókuszába. Egyik legjellemzőbb vizsgálati aspektus a gyermekkori bűnelkövetés és áldozattá válás média megjelenítésének feltérképezése, amely ugyan fontos szempont (Isd. OKRI tanulmány), de nem ad komplexebb képet a gyerekek általános sajtóbeli megjelenítéséről, más gyermek szerepekről és újságírói narratívákról (egészséges, sikeres, veszélyeztetett, tanulékony, stb. gyerek). Továbbá jellemző a különböző kisebbségekhez tartozó csoportok (romák, vallási felekezetek, stb.), nők média megjelenítését vizsgáló tanulmány.

2.3 Elméleti háttér / keret

A reprezentáció lényege, hogy egy dolog vagy jelenség összetett, komplex megjelenítését adja, ami lehetővé teszi annak pontos és valóság-hű megismerését, jellemzését. Ez egy szelekciós és konstrukciós folyamat eredménye, amely üzenetet közöl nem csak a kreatorról (jelen esetben újságíró, illetve a média), hanem a kreálról (cikkek alanyai, témái) is. A média tulajdonképpen az emberi konstrukciós folyamatot egészíti ki: segít a világról alkotott képünket kialakítani, hiányzó elemekkel kiegészíteni. A gyermeki média reprezentáció vizsgálata azért fontos, mert nagy szerepet játszik a gyermek konstrukció és identitás megteremtésében, illetve tájékoztat arról is, hogy mi a gyerekek társadalmon belüli helye.

Általános tapasztalat, hogy a hírek általában negatív színezetűek, abból a leegyszerűsített zsenialisztikai kiindulásból fakadóan, hogy a rossz hírekből lesznek a jó, fogyasztható hírek (az embereket jobban érdekli a katasztrófákról, bűnesetekről, balesetekről szóló hírek). A média mindemellett néha túl nagy hangsúlyt helyez a kivételes eseményekre és incidensekre. Erejénél és befolyásánál fogva ugyanakkor a média rendelkezik azzal a képességgel is, hogy olyan társadalmi problémákra és tényekre is felhívja az emberek figyelmét, mint például a gyerekekkel kapcsolatos események, vagy a gyerekjogok.

Általánosságban is megállapítható, hogy a gyermekek jogainak védelme Magyarországon egy meglehetősen elhanyagolt jogterület. A gyermeki jogok érvényesülését nem lehet az általános jogérvényesítési eszközrendszerre bízni, mert a gyermekjogi problémák egyik legfőbb specialitása éppen az, hogy maguktól csak véletlenül és esetlegesen artikulálódnak, speciális jellegük miatt pedig az általános jogalkalmazás folyamatában nincsen gazdájuk. Ezen a területen a jövőben óriási lehet a média szerepe, illetve felelőssége. Bár a gyermekvédelmi törvény kimondja „a gyermeknek joga van a szabad véleménynyilvánításhoz, és ahhoz, hogy tájékoztatást kapjon jogairól, jogai

érvényesítésének lehetőségeiről, továbbá ahhoz, hogy a személyét és vagyonát érintő minden kérdésben közvetlenül vagy más módon meghallgassák, és véleményét korára, egészségi állapotára és fejlettségi szintjére tekintettel figyelembe vegyék”, ennek az alapelvnek az érvényesülése a mindennapokban több, mint kétséges.

A médiának kötelessége, hogy pontosan, igazságosan és kiegyensúlyozottan informáljon, illetve hogy mindvégig szem előtt tartsa az emberek büszkeségéhez és magánéletéhez való jogait. Számos tapasztalat áll rendelkezésre arra vonatkozóan, hogy a gyerekek sokkal nagyobb mértékben vannak kitéve igazságtalan bánásmódnak és jogsértésnek. Az ezzel kapcsolatos események és történések hírértéke ugyanakkor nagyobb, és a médiában történő bemutatásuk annak kockázatát hordozza, hogy a gyerekek másodlagos traumának, rossz megítélésnek lesznek kitéve. Kiemelten fontos a 10 - 15 éves korosztály média reprezentációjának minőségi vizsgálata, hiszen ez az a korcsoport, amely énképe – emocionális okokból – még a legképlékenyebb, azaz bármilyen előnytelen vagy túlzó beállítás káros hatással lehet személyiségük fejlődésére. A média kötelessége, hogy tudósítson a gyerekekkel kapcsolatos történésekről, de ezt a gyerekek legjobb érdekeinek szem előtt tartásával kell, hogy tegye.

2.4 A gyerekek média reprezentációjára vonatkozó szabályozások, ajánlások, kódexek

Számos nemzetközi ajánlás létezik, amely a gyerekek média reprezentációjának védelmét célozza. Ezek közül ki kell emelnünk az ENSZ Gyermekjogvédelmi Kartáját (UNCRC, 1989), amely többek között ajánlást fogalmaz meg a gyerekek jogainak védelmére, negatív diszkriminációjuk megelőzésére, véleményük médián belüli szabad kifejezésére. Ezen túl kihangsúlyozza, hogy a médiának nagy a felelőssége a gyerekek méltóságához való jogainak megtartásában, főként olyan esetekben, amikor bűnesetek elkövetőiként, vagy áldozatként szerepelnek a sajtóban.

Az UNICEF és a Nemzetközi Újságírói Szövetség (IFJ) közösen létrehozta egy olyan etikai ajánlás gyűjteményt, amely az újságíróknak ad útmutatást arra vonatkozólag, hogy milyen előírásokat kell követni a gyerekekkel kapcsolatos hírek, események közlésekor. E szerint az újságíróknak minden esetben törekedniük kell a gyerekekkel kapcsolatos hírek pontos közlésére, az újságírói érzékenység betartására, a megfelelő és óvatos nyelvi, illetve képi ábrázolásra, amely megakadályozza a negatív sztereotípiák erősítését, illetve a hatásvadász elemek kialakulását, használatát (IFJ, 2002).

Érdemes ehelyütt megemlíteni egy másik, 2005-ben megjelent UNICEF kiadványt is (Jempson és Searle: *The Media and Children's Rights – Média és Gyermekjogok*), amely szintén jól használható útmutató újságírók számára. Ez szolgál alapjául az UNICEF Magyar Bizottság „Együtt a Gyermekéért” c. kiadványa is, amely a negatív gyerek sztereotípiákra és az inkorrekt újságírói magatartás veszélyeire hívja fel a figyelmet (UNICEF Magyar Bizottság, 2012).

A már korábban idézett hazai törvény (2010. évi CLXXXV. törvény) sajnálatos módon csak nagyon kis utalást tesz a gyerekek média reprezentációjára vonatkozóan. A 24. § (1) cikkelyében A médiaszolgáltatásban közzétett kereskedelmi közlemény kapcsán jegyzi meg, hogy a média indokolatlanul nem ábrázolhat kiskorút veszélyes helyzetekben.

A Magyar Újságírók Országos Szövetsége (MUOSZ) által létrehozott etika kódex (MUOSZ, 2011) egyes elemei már tesznek utalást a kiskorúak média reprezentációjának bizonyos kritériumaira, miszerint: „Az újságírónak tiszteletben kell tartania az emberi jogokat. Nem kelthet gyűlöletet, nem szólíthat fel rasszista megkülönböztetésre népek, nemzetek, nemzetiségek ellen. Vallása, felekezeti hovatartozása, neme, testi, szellemi vagy lelki állapota, mássága, életkora, életmódbeli, életviteli különbözősége miatt senkit sem becsmérelhet, nem terjeszthet senkiről előítéletet kifejező

rágalmakat”. Továbbá azt is kihangsúlyozza, hogy „Etikai vétséget követ el, aki fiatalok személyiségi jogait sérti. Akkor is megállapítható az újságíró etikai felelőssége, ha a fiatalok törvényes képviselője hozzájárult a nyilvánossághoz. Gyermek csak a szülők, törvényes képviselők, tanítási, gondozási időben csak az osztályfőnök, óvodapedagógus engedélyével szerepeltethető. Ha erre az anyag felvételénél nincs lehetőség, leadás előtt meg kell szerezni a hozzájárulásukat” (2. § Újságírói szabadság, felelősség).

Ezek a kitételek azonban közel sem képezik le a korábban idézett IFJ kódex komplexitását.

2.5 A gyerekek média reprezentációjával kapcsolatos hazai és nemzetközi vizsgálatok rövid áttekintése

Számos, a gyerekek média reprezentációjával kapcsolatos nemzetközi kutatás és vizsgálat áll rendelkezésre. Ezek közül most csak pár kerül röviden áttekintésre.

A Media Monitoring Project (2004) a dél-afrikai médiumokban megjelenő gyermek reprezentációját vizsgálva megállapította, hogy a gyereket alulreprezentálják a médiában, és abban a kevés cikkben, ami róluk szól, túlnyomórészt hátrányos kontextusokban és színezetben (áldozat) jelenítik meg őket. Ezen kívül a kisebb gyerekek (6 év alatt) minimális médiafigyelmet kapnak.

Az Ipsos MORI 2004-ben Nagy-Britanniában végzett vizsgálata a kiskorúak nagyfokú médiabeli negatív sztereotipizálására hívta fel a figyelmet (MORI, 2004). Ezen kívül az UNICEF számos más vizsgálatot idéz, amelyek azt támasztják alá, hogy az újságírók sok alkalommal figyelmen kívül hagyják az etikai kódexeket és ajánlásokat, sértve ezzel a gyerekek személyiségjogait.

Merchant (2010) az Új-Zélandon élő kisebbségi etnikumok negatív média reprezentációját, valamint a gyerekek szexuális bántalmazásával kapcsolatos elfogult sajtó megjelenítését hangsúlyozta ki munkájában.

Devlin (2000) kvantitatív tartalomelemzése során négy országos ír napilapot tekintett át fiatalokkal kapcsolatos pozitív és negatív sztereotípiák után kutatva. Kutatása szerint az áttekintett hírek 85%-a valamilyen negatív szerepben ábrázolta a fiatalokat (elkövető, áldozat, könnyen bántalmazható, problémás). Vizsgálata szintén felhívta a figyelmet arra is, hogy a negatív színezetű cikkek címei már előre tematizálják a hírt, és a lehető legfeltűnőbb helyre kerülnek az újságokban (címlap).

Bolzan (2003) kvantitatív tartalomelemzése szintén azt hangsúlyozta ki, hogy a kiskorúak, mint „problémás személyek” ábrázolása rendkívül jellemző a médiában, Ausztráliában is. Ugyanakkor azok, akik a helyi közösségekben közvetlen kapcsolatban vannak kiskorúakkal (szülők, rokonok, szomszédok, tanárok, gyermekvédelmi szakemberek), kevésbé fogadják el a negatívan tematizált hírek igazságtartalmát.

A nemzetközi vizsgálatok tehát azt sugallják, hogy a gyerekek média reprezentációja alapvetően két séma szerint rendeződik: a passzív, védtelen, ártalmatlan gyerek és az erőszakos, félelemkeltő, bűnelkövető gyerek – a sajtóérdeklődés ebben a két esetben a legnagyobb.

Magyarországon nem születtek a gyerekek, illetve kiskorúak média reprezentációjára irányuló szélesebb látókörű vizsgálatok. Több kutatás található a nők, romák, megváltozott munkaképességűek, más kisebbségek média ábrázolására vonatkozólag. Érdekes ehelyütt röviden megemlíteni két olyan hazai tanulmányt, amely a gyerekek médián belüli kriminológiai ábrázolásával foglalkoztak. Az egyik az UNICEF Magyar Bizottsága (2012) által boncolgatott Simek Kitti ügy, aki álmában lőtte fejbe édesapját. A vizsgálat szerint mindazon túl, hogy az ügy túl nagy média reprezentációt kapott, a szerzők szerint az ügy tálatásának minősége és milyensége sem volt megfelelő: az akkor 13 éves kislányt a média túldemonizálta.

A másik az Országos Kriminológiai Intézet Által végzett kutatás volt „A bűn és a gyermekek ábrázolása a médiában” címmel (2009), amely a kriminális deviancia, azon belül is a 0 és 18 év közötti, bűncselekménnyel kapcsolatba kerülő kiskorúak médiamegjelenítésével foglalkozott (erőszak, bűncselekmény, szabálysértés, áldozattá vagy elkövetővé válás). A kutatás öt médiumban vizsgálta a gyerekekkel kapcsolatos híreket, és arra a legfőbb megállapításra jutott, hogy a kriminális, bűnügyi hírek dominálnak a médiumokban, és a kiskorúakat jelentős mértékben túlreprezentálják az ilyen jellegű híradásokban ahhoz képest, hogy valójában a különböző bűncselekmények hányadát követik el, vagy követik el ellenük.

4 Alkalmazott módszertan

A kvantitatív tartomelemzés alapjául a Magyar Lapkiadók Egyesületének (MLE) Magatartási Kódexének hatálya alá eső összes nyomtatott sajtótermékeit és online site-jait (összesen: 440 db) vettük alapul. Mind a nyomtatott sajtótermékek, mind az online tartalmak beszerzését az MLE támogatásával végeztük.

A vizsgálathoz 2012 szeptemberében megjelent nyomtatott és online médiumokat választottunk ki. A választás azért esett szeptemberre, hogy kiszűrjük az esetleges szezonális hatásokat: a nyár hírek, események szempontjából uborkaszezonnak számít, míg a szeptemberi iskolakezdés – többek között több aktualitás révén, amely a közvéleményt és a diskurzust is megmozgatja - újra a gyerekek felé fordítja a figyelmet. (gondolunk itt többek között az oktatásügyi változásokra, illetve változás tervezetekre, mint a kötelező mindennapos testnevelésóra bevezetése, kötelező köpeny viselés bevezetése, az iskolák finanszírozásának és tulajdonjogi helyzetének megváltozása)

Első lépésként átfésültük az adott médiumokat, és a kiskorúak szempontjából nem releváns lapokat és site-okat kiemeltük a mintából. Így a vizsgálati mintába összesen 118 nyomtatott sajtóanyag (lap, magazin, újság), illetve 52 weboldal maradt (ezek teljes listáját az I. számú Melléklet tartalmazza). Ezt követően áttekintettük a mintában maradt lapokat, újságokat illetve site-okat, és összesen 66 újságban és lapban, illetve 46 weboldalon találtunk a kutatás szempontjából releváns cikkeket (kiskorúakról szóló cikkek). A nyomtatott sajtóból 1187, míg az elektronikus sajtóból 618 cikket választottunk ki (az összes olyat, ami akár direkt, akár indirekt módon érintette a kiskorúakat). Megjegyzendő, hogy a vizsgált online megjelenés minden esetben rendelkezett print háttérrel, más szóval ugyanazok a szerkesztőségek állították elő mind a print, mind az online tartalmakat. A vizsgálati mintába kizárólag online megjelenésű hírportál, újság nem került be.

A cikkek szűréséhez a következő keresőszavakat használtuk:

- gyermek
- kisgyerek
- kisgyermek
- kiskorú
- óvodás
- iskolás
- iskoláskorú
- kamasz
- serdülő
- gyerek
- tinédzser

2. táblázat: Áttekintett sajtóanyagok száma

| | Nyomtatott | Online |
|----------------------------------|------------|----------------|
| Vizsgálati minta | 118 db lap | 52 db weboldal |
| Releváns médiumok száma | 66 db lap | 46 db weboldal |
| Feldolgozott cikkek száma | 1187 cikk | 618 cikk |

Ezt követően kezdtük el a cikkszintű adatbázis építését egy előre meghatározott szempontlista alapján. Első lépésben egy olyan kategória rendszert alakítottunk ki, amivel a feldolgozni kívánt cikkeket osztályozni, csoportosítani és jellemezni lehetett. A kategorizálás szempontjait a hasonló jellegű nemzetközi vizsgálatok (Media Monitoring Project, 2004; Merchant, 2010; MORI, 2004) valamint kutatásunk céljai és vizsgálati szempontjai határoztak meg. A szempontlista elemei egy-egy cikkre vonatkozólag a következők voltak:

Cikkekre vonatkozó alapszabványok:

- cikk mérete
- az oldalon történő elhelyezése
- melyik lapban/site-on jelent meg
- lapra/site-ra vonatkozó alapszabványok
- cikk tematikus besorolása
- cikkhez tartozó képek mennyisége
- a cikk szöveggörnyezetére vonatkozó információk
- a cikkben szereplő gyerekek demográfiai jellemzői (kor, nem, származás)
- a cikkek származása

Cikkekre vonatkozó 'kvalitatív' jellegű információk:

- cikk hangvétele, tónusa (milyen színben tünteti fel a gyereket)
- cikk kontextusának érthetősége
- cikk nyelvezete
- a történet előadásmódja
- a kiskorúak szerep ábrázolása (pozitív-negatív tengely mentén)
- a fiatalok képek általi negatív, semleges vagy pozitív bemutatása

A cikkek kódolását elősegítendő, egy kézikönyvet dolgoztunk ki. Az útmutató, mindazon felül, hogy tartalmazza a kategóriák nevét és definícióját, útmutatást ad a kategória kódok felhasználására vonatkozóan. Az útmutatót a 2. sz. Melléklet tartalmazza.

Az adatokat egy adatbázisba vittük be, majd az SPSS statisztikai programcsomag segítségével dolgoztuk fel.

5 Eredmények

5.1.A hírforrások általános jellemzése (lapcsoport, régió, megjelenés gyakorisága)

Nyomtatott sajtó

3. táblázat: Legjellemzőbb nyomtatott források laptípus szerint

| Laptípus | % |
|-------------------------------------------------|------------|
| Regionális napilapok | 69 |
| Országos napilapok | 12 |
| Sztármagazinok | 6 |
| Női lapok (heti, kétheti) | 4 |
| Vasárnapi lapok | 2 |
| Szabadidő, természettudomány, ismeretterjesztés | 2 |
| Gazdasági, politikai, közéleti lapok | 2 |
| Egyéb | 3 |
| Összesen | 100 |

Az áttekintett újságcikkek túlnyomó része (69%) regionális napilapokból származik, amit 12%-kal követnek az országos napilapok. A sztármagazinokban megjelent fiatalokkal kapcsolatos cikkek aránya 6%, a női heti-, kétheti lapokban talált cikkek aránya pedig 4%. Közel 2%-nyi a vasárnapi lapokban, a szabadidővel, természettudománnyal, ismeretterjesztéssel foglalkozó lapokban, valamint a gazdasági, politikai, közéleti lapokban megjelenő cikkek aránya.

A régió szerinti felosztást tekintve az látható, hogy helyi, vagy regionális sajtóanyagból származik az áttekintett nyomtatott anyagok közel 70%-a, míg 30%-nyi az országosan megjelenő újságokból származó cikkek aránya.

4. táblázat: Források a lapok megjelenési gyakorisága szerint

| Megjelenés gyakorisága | % |
|------------------------|------------|
| Naponta megjelenő | 77 |
| Hetente megjelenő | 17 |
| Havonta megjelenő | 6 |
| Összesen | 100 |

A megjelenés gyakoriságát tekintve az átvizsgált cikkek túlnyomó része (77%) naponta megjelenő újságokból és lapokból származik, egy kisebb része pedig hetente (17%), illetve havonta (6%) megjelenő sajtótermékekből.

Elektronikus sajtó

Az áttekintett elektronikus cikkek túlnyomó része (83%) közéleti jellegű weboldalon, 13%-a bulvár, míg 4%-a életmóddal kapcsolatos oldalon található.

Az országos, illetve regionális jellegű internetes sajtóoldalakon megjelent cikkek aránya gyakorlatilag teljesen megegyezik (50%-50%).

5.2 A cikkek tematika szerinti jellemzése

Nyomtatott sajtó

5. táblázat: A cikkek tematika szerinti eloszlása

| Tematika | % |
|-------------------|------------|
| Oktatás, nevelés | 26 |
| Sport, szabadidő | 21 |
| Bulvár | 14 |
| Bűnügy | 13 |
| Életmód, egészség | 12 |
| Politika | 5 |
| Egyéb | 9 |
| Összesen | 100 |

Az áttekintett cikkek több mint negyede (26%) oktatással, neveléssel kapcsolatos híryananyag volt, 21%-a sporttal és szabadidővel kapcsolatos cikk, 14%-a bulvár jellegű közlés, 13%-a bűnügygel, míg 12% életmóddal, egészséggel foglalkozik.

Elektronikus sajtó

6. táblázat: A cikkek tematika szerinti eloszlása

| Tematika | % |
|-------------------|------------|
| Oktatás, nevelés | 23 |
| Sport, szabadidő | 17 |
| Bűnügy | 17 |
| Életmód, egészség | 13 |
| Bulvár | 10 |
| Szociális | 5 |
| Közéleti | 5 |
| Egyéb | 10 |
| Összesen | 100 |

A weboldalak esetében is az oktatási témájú cikkek voltak túlsúlyban (23%), ezt követik 17%-kal a sport, szabadidő, illetve a bűnügyi jellegű közlések, illetve az életmód-egészség (13%), és a bulvár cikkek (10%).

5.3 A cikkek hírjellege szerinti jellemzése

Nyomtatott sajtó

A nyomtatott sajtóban megjelent anyagok túlnyomó része (94%) a normál, valamilyen hírt közlő cikkek közé sorolható, míg elenyésző részük (2%) interjú.

Elektronikus sajtó

Az elektronikus felületeken megjelent cikkek jelentős része szintén normál cikk (95%), 2% szerkesztői írás, 2% interjú vagy riport.

5.4 A cikkek hírforrás szerinti jellemzése

Nyomtatott sajtó

A cikkek 87%-a magyar hírforrású, és hazai történéssel kapcsolatos hírt közöl, míg 11%-a külföldi, 2% pedig nem besorolható.

Elektronikus sajtó

A cikkek 75%-a magyar hírforrású, 24%-a külföldi, 1% pedig nem besorolható.

5.5 A cikkek jellemzése nagyságuk, megjelenésük helye szerint

Ebben a részben csak a nyomtatott sajtótermékeket tekintjük át, mert az alábbi kategóriák az internetes oldalak esetén nem értelmezhetőek. A nyomtatott sajtótermékek közül kihagytuk az olyan magazinokat, amelyek kevesebb, de nagyobb ívű cikkeket közölnek (pl. Magyar Narancs), ahol az alábbi kategóriák szintén nem relevánsak.

7. táblázat: Újságcikkek megjelenési helye

| Újságcikk helye az adott lapban | % |
|-----------------------------------------|------------|
| Címlap | 14 |
| 2-3.oldal | 21 |
| 3. és utolsó előtti oldal között | 59 |
| Lap hátulja | 6 |
| Egyéb | 10 |
| Összesen | 100 |

A gyerekekkel kapcsolatos közlések 14%-a a címlapon, 21%-a a 2-3.oldalon, nagy része, 59%-a a 3. és utolsó oldal közti részen, míg 6%-a lap hátulján jelenik meg. A újságok címlapján, vagy elején (első három oldal) megjelentette cikkek jelentős része (kb. 90%-a) inkább negatív szerepben ábrázolja a gyerekeket (kiskorú bűnözés, áldozat, betegség, veszélyhelyzet, stb.).

8. táblázat: Újságcikkek mérete

| Újságcikkek mérete | % |
|---------------------------------|------------|
| Egész oldal | 5 |
| Háromnegyed oldal | 11 |
| Féloldal | 18 |
| Negyed oldal | 21 |
| Negyed oldalasnál kisebb | 45 |
| Összesen | 100 |

Az áttekintett cikkek 5%-a egész oldalas, 11%-a háromnegyed oldalas, 18%-a féoldal, 21%-a negyed oldalas, míg túlnyomó része (45%) még ennél is kisebb. A negatív szerepben feltüntetett gyerekek nagyrészt a legkisebb méretűek (a negyedoldalasnál is kisebbek).

9. táblázat: Újságcikkek megjelenési helye egy oldalon belül

| Újságcikk elhelyezése az oldalon | % |
|----------------------------------|------------|
| Lap teteje | 20 |
| Lap teteje - közepe | 14 |
| Lap közepe | 12 |
| Lap alja | 19 |
| Lap bal oldala | 16 |
| Lap jobb oldala | 14 |
| Egyéb (egész oldal, féoldal) | 5 |
| Összesen | 100 |

Amennyiben egy cikk egy oldalon való elhelyezését nézzük, az látható, hogy az írások közel egyötödét a lap tetején, illetve a lap alján jelentették meg. A cikkek 16%-a a bal oldalon, közel 14%-a a jobb oldalon, illetve a lap teteje-közepén, míg 12%-a a lap közepén található. A kiskorúakat negatív szerepben feltüntető cikkek 38%-a a lap tetején, teteje-közepén jelenik meg, vagy pedig egész oldalasak.

5.6 Fotók, képaláírások

Nyomtatott sajtó

Az írások több mint kétharmadához (67%) rendeltek olyan fotót, amin a gyerek rajta van, 33%-hoz pedig nem. A képek 48%-ához van képaláírás, 52%-ához nincs. A fotóval ellátott cikkek többnyire az újság középső-hátsó részében, illetve a lap tetején és alján jelennek meg magasabb arányban.

Elektronikus sajtó

Az interneten megjelent cikkek 44%-ához van kép is, míg 56%-ához nincs. A képek 23%-ához van képaláírás, 77%-ához nincs.

5.7 A cikkek fókusza

Nyomtatott sajtó

A cikkek 35%-a egy, vagy egy-két konkrét gyerekről, illetve hozzájuk kapcsolódó történésről, aktualitásról szól (gyerekszerepek), 65%-uk pedig általában a gyerekekről, vagy azok egy csoportjáról (gyerek ábrázolások).

Egy másik megvilágításban: a cikkek 63%-ában a gyerekek szerepelnek a cikk fókuszában, míg 37%-ában nem kifejezetten ők (az olyan írások például, amelyek a kötelező mindennapos testnevelés óráról szólnak, indirekten ugyan a gyerekekről szólnak, de inkább politikai árnyalatúak, és ebből kifolyólag inkább ebbe az utóbbi kategóriába tartoznak).

Elektronikus sajtó

A cikkek 33%-a konkrétan egy, vagy egy-két gyerekről szól, 67%-a pedig a gyerekeket általánosságban ír. A netes írások 65%-a a gyerekeket szerepelteti a cikk fókuszában, míg 35%-a nem.

5.8 A cikkekben szereplő gyerekek demográfiai jellemzői

Nyomtatott sajtó

10. táblázat: Korcsoportok aránya a nyomtatott sajtóban

| Korcsoportok aránya | % |
|---------------------|------------|
| 0-6 éves | 33 |
| 7-13 éves | 23 |
| 14-18 éves | 25 |
| Nem derül ki | 19 |
| Összesen | 100 |

Az írások **egyharmada** a **0-6 éves** korcsoportba tartozó gyerekről vagy gyerekekről szól, **23%-a** a **7-13**, míg **25%-a** a **14-18 éves** korcsoportba tartozókról. A cikkek 18%-a nem említi a gyerek életkorát (helyette a „fiatal”, „serdülő”, „gyerek”, stb. címkéket használja).

Többségben vannak a fiúkról szóló cikkek (46%), kicsivel több, mint egyharmadnyi (36%) a lányokról szóló írások aránya, 9%-9%-ban pedig vagy fiú és lány is szerepel a cikkben, vagy nem lehet eldönteni az írás alapján, hogy a gyerek milyen nemű.

A hazai hírek esetében a cikkek túlnyomó többsége (97%-a) magyar állampolgárságú gyerekekről szól, 1,4%-a külföldről, 0,6%-a illegális bevándorlóról, míg fél százalék esetében ezt nem lehetett eldönteni.

Ha csak a magyar gyerekekről szóló cikkeket nézzük, azt tapasztaljuk, hogy azok nagy többségében, 93%-ában nem lehet megállapítani, hogy romáról, nem romáról, vagy éppen milyen nemzeti kisebbségűekről van –e szó, hiszen az állampolgárság közlése személyi adatvédelem alatt áll. Csak sejtjük, hogy a cikkekben nagyobb a romákról, illetve más etnikumhoz tartozókról szóló írások aránya. Az írások 4%-ában szerepel a „roma” kifejezés, tehát roma gyerekekről szólnak, míg 1%-ról tudható biztosan, hogy fókuszában nem roma gyerekek állnak. Szintén elenyésző az olyan cikkek aránya, amiről biztos tudható, hogy egyaránt szólnak roma és nem roma gyerekekről.

Elektronikus sajtó

11. táblázat: Korcsoportok aránya az online sajtóban

| Korcsoportok aránya | % |
|---------------------|------------|
| 0-6 éves | 43 |
| 7-13 éves | 20 |
| 14-18 éves | 11 |
| Nem derül ki | 26 |
| Összesen | 100 |

Az **írások 43%-a** a **0-6 éves** korcsoportba tartozó gyerekről vagy gyerekekről szólnak, **20%-a** a **7-13**, míg **11% a 14-18 éves** korcsoportba tartozókról. Az írások több mint egynegyede (26%-a) nem említi a gyerek életkorát (helyette a „fiatal”, „serdülő”, „gyerek”, stb. címkéket használja). Az internetes cikkek 10%-a több életkorú gyerekről is szól.

A netes alapú cikkek **40%-a** olyan jellegű írás, ahol a gyerek nemének megadása releváns: tehát olyan cikkek tartoznak ide, amelyek gyerekszerepekről (konkrét gyerekekről) szólnak, vagy olyan általános gyerekábrázolások, amiben fontos és releváns a gyerek neve (pl. győztes kiskunmajsai kézilabdás lányok). Ahol releváns volt a nem közlése, az látható, hogy a többségben vannak a fiúkról szóló cikkek (**38%**), míg a lányokról szóló cikkek aránya **egynegyednyi** (23%). 20%-nyi az olyan cikkek aránya, ahol

fiú és lány is szerepel a cikkben, míg a cikkek 19%-a nem közölte az adott kiskorú nemi hovatartozását.

A hazai hírek esetében a cikkek túlnyomó többsége (95%-a) magyar állampolgárságú gyerekekről szól, 3%-a külföldről, 1%-a illegális bevándorlóról, míg egy százalék esetében nem lehetett a hovatartozást eldönteni.

Ha csak a magyar gyerekekről szóló netes írásokat nézzük, azt látjuk, hogy 85%-ában nem lehet megállapítani, hogy romáról, nem romáról, vagy éppen nemzeti kisebbségűekről van –e szó. A cikkek 12%-ában szerepel a „roma” kifejezés, tehát tudhatóan roma gyerekekről szólnak, míg 2%-ról biztosan tudható, hogy nem rom gyerekekről. Szintén alacsony az olyan cikkek aránya, amiről biztos tudható, hogy roma és nem roma gyerekekről is szól.

5.9 A legjellemzőbb gyerekszerepek és általános gyerekábrázolások

Gyerekszerepek

Először azokat a cikkeket tekintjük át, amelyek egy adott konkrét gyerekről, gyerekekről, illetve esetekről szólnak: ezek a legtipikusabb **gyerekszerepek**.

Nyomtatott sajtó

12. táblázat: Legjellemzőbb gyerekszerepek a nyomtatott sajtóban

| Gyerekszerep típusa | % |
|-------------------------|------------|
| Siker, tehetséges | 20 |
| Bűncselekményt követ el | 15 |
| Bűncselekmény áldozata | 12 |
| Magyar celeb gyereke | 17 |
| Nem derül ki | 26 |
| Összesen | 100 |

Első megállapításunk, hogy a cikkek **20%-ában** a gyerek valamilyen kiemelkedő eredményt, **sikert ért** el, vagy egyszerűen tehetséges. A cikkek 17%-a magyar celeb gyerekekről szól, semleges hangnemben. 15%-a gyereket, mint bűncselekmény elkövetőjét jeleníti meg, 12%-a pedig mint bűneset áldozatát – azaz a gyerekcikkek negyede valamilyen bűnesethez kapcsolható. Az írások 6%-a a külföldi celeb gyerekeket veszi fókuszba, míg 5% körüli azon cikkek aránya, ahol a gyerek valamilyen betegségben szenved, vagy mozgássérült, illetve valamilyen veszélyben volt vagy van (természeti katasztrófa, baleset).

Összességében a cikkek **63%-a a gyereket valamilyen negatív, nem előnyös szerepben** jeleníti meg (áldozat, elkövető, veszélyben van, eltűnt, éhez, stb.), **27%-a pedig kifejezetten pozitívban, előnyösben**.

Tipikusan negatív sztereotípiát az **erőszakot elkövető gyerek**, míg a tipikusan pozitív sztereotípiát a valamilyen **versenyt nyerő, jó teljesítményt** nyújtó gyermek.

Más megvilágításban azt is mondhatjuk, hogy a negatív szerepet ábrázoló cikkek **kétharmadában a gyerek passzív**, magatehetetlen, kiszolgáltatott karakterként szerepel, akivel történik valami, míg **egyharmadában** inkább valamilyen negatív dolog aktív szereplője, elkövetője (erőszakos, rabol, stb.). A siker-sztorik jelentős része helyi, regionális lapokban jelenik meg, helyi vonatkozásban (iskolai sikerek, sport sikerek,) de a negatív szerepek is a regionális médiában jelennek meg magasabb arányban.

A gyermekidentitás megjelenítése szempontjából érdekes annak elemzése, hogy a különböző gyerek szereppel kapcsolatos cikkek az újság mely részén helyezkednek el, vagyis az olvasók számára mennyire feltűnőek.

13. táblázat: Leggyakoribb szerepek a cikk megjelenési helye szerinti bontásban

| Szerep típusa | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Sikeres gyerek (%) | Magyar celeb gyereke (%) |
|---------------------------------|----------------------|------------------------|--------------------|--------------------------|
| Címlap | 13 | 28 | 3 | 0 |
| 2-3. oldal | 49 | 41 | 4 | 6 |
| 3. – utolsó előtti oldal | 36 | 26 | 74 | 83 |
| Utolsó oldal | 2 | 5 | 20 | 11 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

A fenti táblázat a leggyakoribb gyerekszerepek újságon belüli elhelyezését mutatja. Látható, hogy a bűneset áldozatként ábrázolt gyerekek fele a 2-3. oldalra kerül, 13%-a pedig a címlapra. Azaz az áldozat, elkövető szerepek közel kétharmada a lapok első részébe kerül. Amennyiben bűneset elkövetőként jelenítik meg a gyerekeket, a cikkek 28%-a a címlapon, közel fele pedig a 2-3. oldalon jelenik meg. Ezzel szemben a sikeres, kiemelkedő eredményt elérő gyerekekről szóló írások nagyrészt az újság második felébe (74%), illetve az utolsó oldalra (20%) kerülnek. Végezetül azok a cikkek, amelyek magyar celebek gyerekeiről szólnak, legnagyobb részben a lapok közepén, második felében találhatóak.

Ezen kívül azt is megállapíthatjuk, hogy a leggyakoribb **negatív szerepeket** megjelenítő írások (bűncselekmény elkövetője, áldozata) a **negyedoldalnál is kisebb méretűek, és nagyrészt a lap bal oldalára** kerülnek.

14. táblázat: Cikkek megjelenési helye a cikk színezete szerint

| Milyen színezetű a cikket kísérő fotó? | Negatív szerep (%) | Pozitív szerep (%) | Semleges szerep (%) |
|----------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Címlap | 18 | 3 | 12 |
| 2 -3. oldal | 35 | 4 | 12 |
| 3. és utolsó előtti oldal | 39 | 74 | 65 |
| Utolsó oldal | 8 | 20 | 12 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 |

Ha összesítjük az összes negatív szerepet (bűneset elkövetője, áldozata, erőszak áldozata, beteg, hátrányos helyzetben lévő, stb.), a pozitív szerepeket (sikeres gyerek), illetve a semleges szerepeket (megszületett, iskolába megy, celeb gyereke, stb.), akkor azt látjuk, hogy a **negatív** szerepeket tartalmazó cikkeket jóval nagyobb arányban helyezik **feltűnőbb** oldalakra, mint a pozitív szerepben ábrázolt gyerek cikkeket. A pozitív szerepekben feltűnő gyerekek cikkek nagyrészt a lapok közepébe, hátsó részeibe kerülnek (ennek azonban az egyik ésszerű magyarázata, hogy a sporthírek, amikben a gyerekek tipikusan sikeresként vannak feltüntetve, a lapok hátsó részeiben vannak).

A negatív szerepeket megjelenítő gyerekábrázolások szignifikáns módon nagyobb arányban találhatóak a következő lapokban, cikkeken:

- regionális lapokban
- bűnügyi cikkeken
- a kép nélküli írásokban
- semleges nyelvezetet használó írásokban
- 14-18 év közötti gyerekről szóló cikkeken
- fiúkról szóló cikkeken
- hazai forrású cikkeken
- magyar gyerekekről szóló, neveket nem tartalmazó cikkeken
- olyan írásokban, amiben a gyerekeket nem szólaltatják meg

Ugyanakkor a 14-18 éveseket és a lányokat magasabb arányban jelenítik meg **sikeres szerepekben**. **Az ilyen cikkeket** semleges árnyalatú fotó kíséri, és semleges nyelvezetűek.

A negatív szerep-ábrázolású cikkek (rászorultak, elnyomottak, fizikailag bántalmazottak, stb.) nagyobb arányban találhatók meg a következőkben:

- regionális lapokban
- az életmód, illetve politikai témájú cikkekben
- a semleges fotóábrázolású cikkekben
- a gyerekeket semleges színben ábrázoló, illetve nyelvezetű írásokban
- a hazai forrású cikkekben

Elektronikus sajtó

15. táblázat: Legjellemzőbb gyerekszerepek az online sajtóban

| Gyerekszerep típusa | % |
|-------------------------|----|
| Sikeres, tehetséges | 7 |
| Bűncselekményt követ el | 13 |
| Bűncselekmény áldozata | 10 |
| Beteg, sérült | 13 |
| Erőszak áldozata | 7 |
| Veszélyben volt, van | 7 |
| Erőszak áldozata | 7 |
| Meghalt | 6 |

Az internetes cikkekben a gyerekszerepek 13%-ában vagy betegként, vagy valamilyen bűneset elkövetőjeként ábrázolják a gyereket, míg 10%-ban valamilyen bűneset áldozataként. 7% körüli azoknak a cikkeknek az aránya, amelyekben a gyerek sérülést szenvedett, kórházba került, veszélyben volt vagy van, erőszak áldozata, illetve valamilyen kiemelkedő eredményt ért el.

Ha összesítjük a negatív szerepeket, azt látjuk, hogy a cikkek **79%-ában valamilyen negatív** szerepben jelenik meg a gyerek (a táblázatban csak a legtipikusabb negatív szerepek vannak felsorolva), és mindössze **8%-ában** jelenik meg kifejezetten **pozitívban**.

A weblapok cikkei esetében nehezebb negatív sztereotípiákról beszélni (nem tudunk ilyet azonosítani), ugyanakkor tipikusan pozitív sztereotípiát a **sikert elérő, tehetséges** gyerek.

Más megvilágításban azt is mondhatjuk, hogy a negatív szerepet közlő cikkek **63%-ában a gyerek passzív**, magatehetetlen karakterként szerepel, akivel történik valami, míg 37%-ában inkább valamilyen dolog aktív szereplője, elkövetője (erőszakos, rabol, stb.).

A **negatív szerepekben** ábrázolt gyerekek szignifikáns módon nagyobb arányban találhatók meg a

- a közéleti jellegű weboldalakon megjelenő cikkekben
- a bűnügyi témájú írásokban
- a fotó nélküli cikkekben
- a 0-6 éves gyerekekről szóló cikkekben
- fiúkról szóló írásokban
- a konkrét neveket nem tartalmazó hírekben
- az objektív előadásmódú cikkekben
- valamint az interjút nem tartalmazó cikkekben.

A **pozitív** gyerek szerepek (sikeres, tehetséges, eredményes) ugyanakkor tipikusan

- a sporttal, oktatással kapcsolatos írásokban,

- fotóval ellátott írásokban,
- a konkrét gyerek névvel megjelent cikkekben
- a közéleti jellegű weblapokon található
- fókuszában inkább 7-13 évesek, fiúk állnak.

A **regionális** online média **kisebb megjelenítési felületet** nyújt a **negatív gyerek szerepek**, illetve sztereotípiák megnyilvánulásának.

Gyerekébrázolások

Most azokat a cikkeket tekintjük át, amelyekben a gyerekekről általánosságban írnak: ezek az úgynevezett gyerekébrázolások.

Nyomtatott sajtó

16. táblázat: Legjellemzőbb általános gyerekébrázolások a nyomtatott sajtóban

| Gyerekébrázolás típusa | % |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Programon, rendezvényen vesz részt | 17 |
| Segítséget kapnak | 11 |
| Tanfolyam, pályázat, programsorozat indul, indult, lezárult | 12 |
| Oktatásügyi változások | 11 |
| Gyerekek egészsége, életmódja | 8 |
| Évkezdés | 8 |
| Fizikailag bántalmazott | 5 |
| Beteg, fogyatékos, fizikailag, lelkileg sérült | 5 |

Legjellemzőbb gyerekébrázolás a valamilyen programon, rendezvényen való részvétel (17,3%), amelyek jellemzően semleges színezetű cikkek (pl. kirándulni mennek a gyerekek). 11%-12%-os azoknak az írásoknak az aránya, amiben a gyerekek segítséget kapnak (pl. sportrendezvényt szerveznek a leukémiás gyerekekért), vagy valamilyen tanfolyamot, programsorozatot, pályázatot szerveztek nekik. Kifejezetten sikeresnek, tehetségesnek állítja be a gyerekeket a cikke 6%-a, míg bántalmazottnak, illetve betegnek, fogyatékkal élőknek a cikkek kb. 5%-5%-a. A cikkek **11%-a** szól az **oktatásbeli változásokról** (szakképzés, köpeny, mindennapos testnevelés, állami, egyházi fenntartásba vétel, erkölcsstan bevezetése).

Összességében tehát a cikkek **19%-ában valamilyen negatív** ábrázolásban jelennek meg a kiskorúak (beteg, rászorult, kihasznált, megvert, stb.), **24%-nyiban** pedig kifejezetten **pozitívban**.

Szintén fontos megjegyzés, hogy a negatív gyermekébrázolások esetében a gyerekek **zömében elszenvedői** egy helyzetnek (beteg, segítségre szorult, veszélyben van, stb.).

Elektronikus sajtó

17. táblázat: Legjellemzőbb általános gyerekébrázolások az online sajtóban

| Gyerekébrázolás típusa | % |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Programon, rendezvényen vesz részt | 17 |
| Segítséget kapnak | 11 |
| Tanfolyam, pályázat, programsorozat indul, indult, lezárult | 8 |
| Oktatásügyi változások | 10 |
| Gyerekek egészsége, életmódja | 8 |

| | |
|------------------------------------------------|---|
| Évkezdés | 4 |
| Fizikailag bántalmazott | 4 |
| Beteg, fogyatékos, fizikailag, lelkileg sérült | 5 |

Az általános webes gyerekábrázolások 17%-át a valamilyen programon, rendezvényen való részvétel teszi ki, 11%-ban pedig az olyan cikkek, amiben a gyerekek valamilyen segítséget kapnak. Nagyjából egyforma azoknak az írásoknak az aránya (8%), amiben a gyerekek valamilyen tanfolyamon, programsorozaton, pályázaton indulnak, illetve amelyek a gyerekek egészségével, életmódjával kapcsolatban írnak. A cikkek 10%-a szól az oktatásbeli változásokról (szakképzés, köpeny, mindennapos testnevelés, állami, egyházi fenntartásba vétel, erkölcsstan bevezetése).

Összességében a cikkek **21%-ában valamilyen negatív ábrázolásban** jelennek meg a gyermekek (beteg, rászorult, kihasznált, megvert, stb.), és mindössze **9%-nyiban pozitívban, miközben a semleges témákban történő megjelenítései arányuk 73%-os.**

Amennyiben a gyerekek negatív ábrázolásban jelennek meg, azok tipikusan a gyermekbántalmazással, betegséggel, illetve valamilyen szociális rászorultsággal kapcsolatosak.

A negatív gyerekábrázolás az alábbi cikktípusokban található meg nagyobb arányban:

- politikai, illetve életmóddal, egészséggel kapcsolatos cikkek
- a fotót nélkülöző írások
- a semleges nyelvezetű cikkek
- a semleges címtónusú cikkek
- a hazai hírforrásokból származó írások

Ugyanakkor a pozitív gyerekábrázolás magasabb arányban található meg a

- közéleti témákat feldolgozó weboldalakon
- a sporttal és oktatással foglalkozó írásokban
- a fotóval ellátott cikkekben
- és a 7-13 évesekről szóló írásokban.

A fejezet végén áttekintjük a szezonális, aktuális témák megjelenésének gyakoriságát.

18. táblázat: A szezonális, aktuális témákkal foglalkozó cikkek aránya

| | Nyomtatott sajtó | Internetes sajtó |
|------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Évkezdés (iskola, óvoda) | 8% | 4,2% |
| Családi erőszak | 5,5% | 4% |
| Kötelező köpeny -viselés | 2,4% | 4% |
| Változás a szakképzésben | 2,6% | 0,7% |
| Kötelező mindennapos testnevelés | 3,3% | 2,5% |
| Iskolák állami, egyházi fenntartásba vétele | 2,3% | 2% |
| Kötelező erkölcsstan | 0,4% | 0,7% |
| Család támogatás megvonása sok hiányzás esetén | 0,1% | 2% |
| Összesen | 25% | 20,1% |

A nyomtatott sajtóban gyerekekről általában szóló cikkek **25%-át** teszik ki a szezonális hírek, a közvélekedést befolyásoló aktualitások (évkezdés, oktatásügyi változások, mint a köpeny bevezetése, a szakképzés átalakítása, stb.). Az Internetes sajtó esetében ez az arány **20%**. Az **évkezdéssel** és a **családi erőszakkal** kapcsolatos témák mindkét médiumban a legnépszerűbbek. A két médium közti különbség, hogy a **nyomtatott** sajtó jóval nagyobb arányban foglalkozik az **évkezdéssel** és a **szakképzésbeli változásokkal**, míg az **online sajtó** a **családtámogatások megvonásának** és a **köpeny**

témáknak biztosít nagyobb megjelenési arányt. Ugyanakkor az **erkölcsstan** kötelező bevezetésével kapcsolatos írások különösebben **egyik médium figyelmét sem** keltették fel.

5.10 A gyermeki ábrázolás nyelvezete, tónusa, kontextusa

Nyomtatott sajtó

Az esetek túlnyomó többségében, 97%-ában semleges a nyomtatott sajtóban megjelenő cikkek nyelvezete (nem használ sem sértő és degradáló, sem dicsérő jelzőket), 3 %-a pedig kifejezetten dicsérő szóhasználatot ír a gyerekekről. Mindössze négy olyan cikket találtunk, ahol némileg sértő szóhasználatot viseltek a gyerekek iránt. Azaz verbális sértést a nyomtatott sajtó esetében nem tapasztaltunk.

Hasonlóképpen jellemezhetjük az átvizsgált cikkek címeit is: azokban gyakorlatilag nem találtunk degradáló szóhasználatot (11 cikkcím kivételével, ahol enyhén sértőnek éreztük a nyelvhasználatot: ezek inkább a fiúkról, 0-6 évesekről és a beteg, sérült gyerekekről szóltak, de az alacsony esetszám miatt ezekből továbbmenő következtetéseket nem érdemes levonni).

94%-ában objektívnek, és mindössze **6%-ban szubjektívnek** ítéltük meg a cikkek előadásmódját. Utóbbiak tipikusan a női heti -, kétheti lapokra, a regionális lapokra, illetve a sztármagazinokra, illetve a bulvár-és egészségmód témájú cikkekre jellemző.

A feldolgozott cikkek 100%-áról mondható el, hogy azok kontextusa érthető, világos, és nem zavarja a megértést.

Elektronikus sajtó

Az elektronikus sajtóval kapcsolatban is elmondható, hogy esetek túlnyomó többségében (97%) a cikkek nyelvezete semleges, 2 %-a pedig kifejezetten dicsérő szóhasználatot ír a gyerekekről, gyerekekről. Mindössze 9 esetben azonosítottunk némileg sértő szóhasználatot. Azaz az online sajtó esetében sem tapasztaltunk verbális, nyelvi sértést.

Hasonlóképpen jellemezhetjük az átvizsgált cikkek címeit is: abban gyakorlatilag nincs degradáló szóhasználat - 20 cikkcím kivételével, amelyek inkább sértő módon írnak a gyerekekről. Ezek nagyrészt a közéleti jellegű weboldalakon találhatóak, illetve az életmóddal, egészséggel, és a bűnügyi esetekkel foglalkozó rovatok. Továbbá fiúkról, 0-6 évesekről, bűnelkövető, és a beteg, sérült gyerekekről szóltak, de az alacsony esetszám miatt ezekből továbbmenő következtetéseket nem érdemes levonni.

A webes cikkek előadásmódját 92%-ában objektívnek, és mindössze 8%-ában ítéltük szubjektívnek. A szubjektív hangvételű írások a közéleti témájú honlapokon, valamint az életmóddal, egészséggel, és a bulvár jellegű rovatokban volt nagyobb arányú.

A feldolgozott cikkek 100%-áról elmondható, hogy a cikk kontextusa érthető, világos, a megértést nem zavaró.

5.11 A gyermeki identitás megjelenítése (nevek, fotók)

Nyomtatott sajtó

A cikkcímek 82%-ában nem említik meg a gyerek **nevét**, 18%-ában igen. A konkrét nevek címben történő említése leginkább

- a regionális napilapokra,
- a kiemelkedő eredményekről beszámoló cikkekre,
- a magyar celeb gyerekekről szóló írásokra,
- a betegséggel, eltűnéssel kapcsolatos cikkekre,
- a bulvár és sport-szabadidős témájú cikkekre,
- a semleges nyelvezetű és tónusú,
- a 14-18 évesekről,

- a lányokról közlést adó írásokra,
- illetve a magyar forrású közlésekre jellemző.

A gyerek nevét szintén nagy arányban említik meg olyan cikkek címében, ahol nincs egyértelmű utalás a származására.

A cikkek címének túlnyomó többsége (98%-a), semleges, és mindössze 1%-a negatív tónusú. Utóbbiak a lapok hátulsó részében, a fotóval ellátott cikkekben található meg legnagyobb arányban. A cikkek **58%**-a tartalmaz konkrét gyereknevet. Ezt leginkább a regionális lapokról mondhatjuk el, de a sztármagazinok és az országos lapok is nagy arányban írják le a gyerek nevét.

19. táblázat: Névvel szereplő cikkek nemek szerinti eloszlása

| A cikkben szerepel-e a gyerek neve? | Igen (%) | Nem (%) |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Fiú | 43 | 73 |
| Lány | 57 | 27 |
| Összesen | 100 | 100 |

A fenti táblázat (19. táblázat) elárulja, hogy a lányokról szóló cikkekben nagyobb arányban tüntetik fel a gyerek nevét, mint a fiúkról szólóban.

A neveket tartalmazó cikkek nagyobb arányban található még meg

- a bulvár jellegű hírekben,
- a sporttal kapcsolatos cikkekben,
- a fotókkal illusztrált írásokban,
- a semleges, illetve inkább pozitív tónusú cikkekben (negatív tónusú cikkekre ez nem jellemző),
- a sikerről beszámoló cikkekben,
- a magyar celeb gyerekekről szóló írásokban,
- tovább az olyan cikkekben, amelyek lányokról szólnak, hazai forrásból származnak
- és magyar gyerekekről szólnak.

20. táblázat: Fotóval kísért cikkek korcsoport szerinti bontásban

| A cikket kíséri-e fotó? | Igen (%) | Nem (%) |
|-------------------------|------------|------------|
| 0-6 éves | 46 | 31 |
| 7-13 éves | 30 | 25 |
| 14-18 éves | 24 | 44 |
| Összesen | 100 | 100 |

Mint korábban említettük, a cikkek kétharmadát **fotó** kíséri. Ha a korcsoport szerint bontást nézzük (20. táblázat), azt látjuk, hogy a legkisebbekről fotók szignifikáns módon nagyobb arányban jelennek meg, mint a másik két korcsoportról, azaz a 0-6 évesek vizuális megjelenítése a leggyakoribb. Legkevésbé a 14-18 évesekről szóló cikkeket kíséri kép.

21. táblázat: Fotóval kísért cikkek a legjellemzőbb szerepábrázolás szerint

| A cikket kíséri-e fotó? | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Sikeres gyerek (%) | Magyar celeb gyerek (%) |
|-------------------------|----------------------|------------------------|--------------------|-------------------------|
| Igen | 15 | 27 | 72 | 97 |
| Nem | 85 | 73 | 28 | 3 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

A 21. táblázatból kiolvasható, hogy a magyar celeb gyerek cikkekhez szinte kivétel nélkül van kép, de a sikeres gyerekről szóló cikkek közel háromnegyedéhez is kíséri fotó. A bűneset elkövetőjeként megjelenített gyerekek 27%-át illusztrálják képpel, míg a kiskorú áldozatok képi megjelenítésének aránya 15%-nyi.

22. táblázat: Fotóval kísért cikkek összesített szerepek szerint

| A cikket kíséri-e fotó? | Negatív (%) | Pozitív (%) | Semleges (%) |
|-------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Igen | 38 | 72 | 70 |
| Nem | 62 | 28 | 30 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 |

Ha összesítjük a különböző konkrét szerep megjelenítéseket (22. táblázat), azt látjuk, hogy a pozitív szerepekben feltűnő gyerekek nagy részéről kép is van az újságban, míg a negatív szerepekben lévőkről 38%-ban. A semleges gyerekszerep ábrázolások nagy részéhez van kép is.

Ezen kívül fotók szignifikánsan nagyobb arányban találhatók meg

- a regionális lapokban megjelenő cikkekben,
- a sport, oktatás-nevelés és bulvár hírekben,
- hazai forrásból származó cikkekben,
- olyan írásokban, amelyek témája egy eseményen, rendezvényen való részvétel,
- illetve amelyek hangvétele objektív.

23. táblázat: Fotóval kísért cikkek általános gyerekábrázolás szerinti bontásban

| A cikket kíséri-e fotó? | Rendezvényen vesz részt (%) | Segítségre szorul, segítséget kap (%) | Gyerektanfolyam, pályázat indul (%) | Gyerek egészség, életmód (%) |
|-------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|
| Igen | 79 | 51 | 85 | 80 |
| Nem | 21 | 49 | 15 | 20 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

Kiválasztottuk a leggyakrabban előforduló általános gyerekábrázolásokat. A 23. táblázat azt árulja el, hogy ezek közül a tipikusan semleges gyerek ábrázolások nagy részéhez van fotó is, míg a negatív ábrázolású cikkek felét illusztrálták képpel.

24. táblázat: Fotóval kísért cikkek összesített gyerekábrázolás szerinti bontásban

| A cikket kíséri-e fotó? | Negatív (%) | Pozitív (%) | Semleges (%) |
|-------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Igen | 47 | 82 | 71 |
| Nem | 53 | 18 | 29 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 |

Ha összesítjük a különböző általános gyerekábrázolásokat, azt látjuk (24. táblázat), hogy a pozitív gyerekábrázolásokat (sikeres, jól tanuló, kitüntetett gyerekek, megépülő, megszépülő óvodák, iskolák) nagyrészt fénykép is kíséri (82%), míg a semleges ábrázolások (rendezvényen vesznek részt, pályázatok indulnak, gyerekegészség) 71%-ához tesznek képet. Ugyanakkor a negatív ábrázolások (szociálisan rászorult, hátrányos helyzetű, éhezett, éheznek, digitális veszélyben a gyerekek, stb.) alig feléhez van fotó.

A képi illusztrációk milyenségének vizsgálata szintén releváns szempont. Az általunk áttekintett fotók 73%-a semleges, 22%-a pozitív, 4%-a pedig negatív, kevésbé előnyös színben tünteti fel a cikk fókuszában szereplő gyereket, gyerekeket.

25. táblázat: Cikkeket illusztráló fotók színezete korcsoport szerinti bontásban

| Milyen színezetű a cikket kísérő fotó? | Pozitív (%) | Semleges (%) | Negatív (%) |
|----------------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 0-6 éves | 52 | 45 | 20 |
| 7-13 éves | 31 | 32 | 7 |
| 14-18 éves | 16 | 23 | 73 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 |

A 25. táblázat szerint a 0-6 évesekről szóló cikkeket kíséri legnagyobb arányban pozitív árnyalatú kép, míg a 14-18 éveseket legkevésbé. Ugyanakkor a kevésbé előnyös képábrázolások legnagyobb arányban a 14-18 évesekről szóló cikkekhez készültek.

A negatív árnyalatú képek közel fele jól látható helyen, a lap tetején található, míg egyharmada az oldal teteje-közepén, tehát szintén jól látható helyen. A pozitív képi ábrázolások meglehetősen egyenlő arányban oszlanak el a lap különböző részein.

A negatív vizuális ábrázolások nagyobb arányban találhatók meg a fél- és háromnegyed oldal méretű cikkek kiegészítőjeként, valamint a lap tetején, illetve teteje-közepén.

Továbbá nagyobb arányban fordulnak elő negatív árnyalatú képek

- a regionális lapokban
- a sport, illetve bűnügyi témájú cikkekben
- a negatív képaláírással ellátott fényképes cikkekben
- a gyereknevet nem tartalmazó cikkekben

A pozitív árnyalatú fotók nagyobb arányban találhatók meg

- az oldal alján és tetején
- celeb gyerekekről vagy sikeres gyerekekről szóló írásokban
- semleges ábrázolású, a gyerekekről általában szóló cikkekben
- lányokról szóló,
- illetve neveket tartalmazó írásokban

A képeket kísérő aláírások döntő hányada (92%) semlegesen kommentálja a képet, míg 4%-4%-a pozitívan, illetve negatívan. A negatív képaláírások szignifikánsan magasabb arányban találhatók meg az alábbi lapokban, cikkekben:

- regionális lapok
- bűnügyi cikkek
- negatív tematikájú cikkek
- negatív gyerekfotók alatt
- semleges hangvételű cikkek
- olyan írásokban, ahol a gyerek, mint bűneset elkövetője jelenik meg
- az olyan általános gyermekábrázoló cikkekben, amiben a gyerekek digitális veszélynek vannak kitéve
- a 14-18 év közötti gyerekekről, korcsoportról szóló cikkekben
- a fiúkról szóló cikkekben
- a magyar gyerekekről szóló cikkekben

A nyomtatott cikkek **mindössze 4%-ában szólatatnak** meg gyereket. A gyerekek legnagyobb arányban az alábbi esetekben adnak hangot véleményüknek:

Média-, Reklám-, Piac- és Véleménykutató Zrt.

- regionális lapok, női heti-, kétheti lapok
- bulvár, illetve sport témájú cikkek
- fotóval ellátott cikkek
- sérült, kórházba szállított gyerekről, illetve az óvodai, iskolai évadkezdekről szóló írások
- semleges nyelvezetű cikkek
- 14-18 év közötti gyerekről szóló cikkek
- fiúkról szóló cikkek
- gyerek nevét is tartalmazó cikkek

Itt kell megjegyeznünk, hogy a **negatív gyerekszerepeket** ábrázoló cikkekben a főszerepelőt, vagy a főszereplőket **nem** szólaltatják meg. A **kiemelkedő** eredményt elérő gyerekek a cikkek **mindössze 18%-ában** szólnak meg.

Elektronikus sajtó

Az elektronikus sajtót áttekintve azt tapasztaltuk, hogy a **gyerek nevét a cikk címében csak kis arányba említik meg (7%)**.

26. táblázat: Cikkek címében említett nevek a leggyakoribb szerepek bontásában

| A cikk címében szerepel-e a gyerek neve? | Beteg, sérült (%) | Külföldi celeb gyerek (%) |
|------------------------------------------|-------------------|---------------------------|
| Igen | 31 | 21 |
| Nem | 69 | 79 |
| Összesen | 100 | 100 |

A 26. táblázatból jól látszik, hogy a leggyakoribb gyerek szerepeket megjelenítő online cikkek közül a beteg, sérült gyerekről szóló írások címének egyharmadában szerepel a gyerek neve, míg a külföldi celebek gyerekeiről szóló cikkek címének egyötödében.

A fényképes cikkek nagy részében szerepel a gyerek neve is.

A webes cikkek **40%-a** tartalmaz konkrét **gyereknevet, míg 60%-a nem**.

27. táblázat: Nével szereplő cikkek a leggyakoribb szerepek szerinti bontásában.

| A cikkben szerepel-e a gyerek neve? | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Beteg, sérült (%) | Sikeres (%) |
|-------------------------------------|----------------------|------------------------|-------------------|-------------|
| Igen | 9 | 11 | 59 | 93 |
| Nem | 91 | 89 | 41 | 7 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

A táblázat elárulja, hogy a sikeres gyerekekről szóló cikkek nagy része említi a gyerek nevét. Ha a cikk beteg, sérült gyerekről szól, az esetben az írások 59%-a tartalmazza az illető nevét is. Jóval kisebb ez az arány a bűneset elkövető, illetve áldozat szerepben megjelenített cikkek esetében.

Mindezen túl a gyermek neve nagyobb arányban található meg

- közéleti témákkal foglalkozó weboldalakon,
- bulvár jellegű írásokban,
- fényképpel ellátott cikkekben,
- semleges nyelvezetű és tónusú cikkekben,
- 0-6 éves gyerekekről szóló cikkekben,
- fiúkról szóló, negatív szerepábrázolású cikkekben.

Az interneten található cikkek közel felét, **44%-át kíséri kép.**

28. táblázat: Képpel ellátott cikkek szerepek szerinti bontásban

| A cikket kíséri-e fotó? | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Beteg, sérült (%) | Sikeres (%) |
|-------------------------|----------------------|------------------------|-------------------|-------------|
| Igen | 9 | 28 | 58 | 81 |
| Nem | 91 | 72 | 42 | 19 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

A 28. táblázat tanúsága szerint legnagyobb arányban a sikeres gyerekekről szóló cikkeket kíséri fotó (81%), de magas arányban közölnek képet a beteg, sérült gyerekekről is. A bűncselekmények elkövetőinek közel egyharmadáról jelent meg kép, de mint áldozatáról alig (9%).

Szignifikáns módon nagyobb arányban találunk meg képeket

- az oktatás, valamint sport témájú cikkekben,
- az olyan írásokban, amelyekben a gyerekek valamilyen rendezvényen, programon vesznek részt (tanévnnyitó, kiállítás, stb.),
- a 0-6 éves gyerekekről szóló cikkekben,
- a fiúkról szóló írásokban,
- a negatív szerepeket ábrázoló cikkekben,
- valamint a neveket tartalmazó cikkekben.

A fotók **81%-a semlegesén, 11%-a pozitívan, 8%-a pedig kissé hátrányos** színben tünteti fel a cikk gyereket (a negatív képi ábrázolások aránya fele ekkora a nyomtatott sajtóban!).

29. táblázat: Cikkeket illusztráló fotók színezete korcsoport szerinti bontásban

| Milyen színezetű a cikket kísérő fotó? | Pozitív (%) | Semleges (%) | Negatív (%) |
|----------------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 0-6 éves | 46 | 49 | 78 |
| 7-13 éves | 46 | 28 | 0 |
| 14-18 éves | 7 | 22 | 22 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 |

A fenti táblázat azt mutatja, hogy a 0-6, illetve a 7-13 évesekről jelenik meg pozitív színezetű fotó a legnagyobb arányban, míg a 14-18 évesekről szinte alig. Negatív képi ábrázolások legnagyobb arányban a 0-6 évesekről jelennek meg, ugyanakkor a 7-13 évesekről nem is jelent meg előnytelen színezetű fotó.

Negatív képi reprezentáció nagyobb arányban fordul elő

- az életmóddal kapcsolatos, illetve bulvár jellegű cikkekben,
- semleges nyelvezetű és tónusú cikkekben,
- neveket tartalmazó cikkekben.

Ugyanakkor **a pozitív** képi ábrázolások nagyobb arányban találhatók meg

- az **oktatás, nevelés, életmód, sport és bulvár** jellegű cikkekben,
- a közéleti híreket közlő weboldalakon,
- a negatív (beteg, kiszolgáltatott, éhező, stb.) illetve semleges (gyerek a rendezvényen, tanévnnyitón, stb.) gyermek ábrázolású cikkekben.

A webes cikkek mindössze **3%-ában** szólal meg gyerek. Az alábbi módon jellemezhetőek azok a cikkek, amikben a gyerekeket szignifikáns módon nagyobb arányban szólaltatják meg:

- a gyerekek életmódjával kapcsolatos írások
- a 7-13 éves korcsoportról szóló cikkek
- a gyerek nevét tartalmazó cikkek.

5.12 Gyerekszerepek és ábrázolások nemek szerint – a legfontosabb különbségek

Nyomtatott sajtó

A nemek közti különbségeket az alábbi módon foglalhatjuk össze.

30. táblázat: Leggyakoribb szerepek nemek szerinti bontásban

| Szerep típusa | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Sikeres gyerek (%) | Magyar celeb gyerek (%) |
|-----------------|----------------------|------------------------|--------------------|-------------------------|
| Fiú | 71 | 95 | 46 | 40 |
| Lány | 29 | 5 | 54 | 60 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

A táblázatból kiolvasható, hogy a legjellemzőbb gyerekszerep ábrázolások közül a **negatívabbak a fiúról**, míg a **semleges vagy pozitívak** inkább a **lánnyokról szólnak**. Legszembetűnőbb különbség, hogy bűneset elkövetőiként szinte csak fiúkról cikkeznek, ugyanakkor a két nem között viszonylag kiegyenlített a sikeres gyerekszerep ábrázolások aránya.

Ha összesítjük a különböző negatív és pozitív szerepeket és ábrázolásokat, azt látjuk, hogy a fiúk inkább negatív, a lányok pedig inkább pozitív szerepekben jelennek meg.

Ha az általános gyerekábrázolásokat nézzük, az tapasztalható, hogy a **sikert elérő gyerekcsoportokról** szóló cikkekben nagyobb a **fiúk** aránya.

További eltérések a két nem között:

- a fiúk inkább a kisebb méretű cikkekben jelennek meg
- nagyobb a lányok aránya a lap tetején elhelyezett cikkekben, míg a fiúkról szóló cikkek a lap teteje-közepén, közepén és alján jelennek meg inkább
- a lányok képi megjelenítése jellemzőbb
- a negatívabb képi ábrázolás inkább a fiúkra, a pozitívabb inkább a lányokra jellemző
- nagyobb a fiúk aránya a dicsérőbb nyelvezetű cikkekben
- lányok nevét nagyobb arányban említik meg cikkekben, mint a fiúkét
- lányok inkább a 0-6 éves, míg fiúk inkább az ennél idősebb gyerekekről szóló cikkekben jelennek meg
- nagyobb arányban szerepeltetik a lányok nevét a cikkek címeiben

Elektronikus sajtó

31. táblázat: Leggyakoribb szerepek nemek szerinti bontásban

| Szerep típusa | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Beteg, sérült (%) |
|-----------------|----------------------|------------------------|-------------------|
| Fiú | 36 | 96 | 46 |
| Lány | 64 | 4 | 54 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 |

A lányok nagyobb arányban szerepelnek **áldozatként**, mint a fiúk, míg bűneset elkövetőiként majdhogynem kizárólag fiúk szerepelnek. A **fiúk** aránya nagyobb a **sérült, beteg** gyerekszerepek, valamint a **sikert elérő** szerepek között. Ha azonban összevonjuk a különböző negatív és pozitív szerepeket, azt látjuk, hogy a fiúk és lányok aránya egyforma.

Általános gyerek ábrázolás esetében a pozitív ábrázolás (valamilyen siker elérése) a fiúkra jellemző (alacsony esetszám!).

Továbbá elmondható, hogy

- mindkét nem képviselői a bűnügyi és a bulvár jellegű cikkekben szerepelnek legnagyobb arányban
- mind a bűnügyi, mind a bulvár cikkekben nagyobb a fiúk aránya
- bármely korcsoportot nézzük, a fiúk megjelenése nagyobb arányú
- a konkrét neveket említő cikkekben nagyobb a fiúk aránya

5.13 Gyerekszerepek és ábrázolások korcsoport szerint

Nyomtatott sajtó

32. táblázat: Leggyakoribb szerepek korcsoport szerinti bontásban

| Szerep típusa | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Sikeres gyerek (%) | Magyar celeb gyereke (%) |
|-------------------|----------------------|------------------------|--------------------|--------------------------|
| 0-6 éves | 15 | 6 | 8 | 56 |
| 7-13 éves | 44 | 18 | 29 | 20 |
| 14-18 éves | 41 | 76 | 63 | 24 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

Mind a sikeres gyermekszerep, mind a bűncselekmény elkövetője szerep a 14-18 évesekről szól legnagyobb arányban. 6 éven aluliakat csak kis arányban ábrázolnak bűneset áldozataként. A kisiskolások, illetve a kamaszok jelennek meg nagyobb mértékben bűnesetek áldozataiként. A magyar celeb gyereke szerepben leginkább a 0-6 éveseket ábrázolják.

Mindezen túl a 0-6 évesek közt nagyobb arányú a beteg gyermek szerep és a veszélyben lévő szerep. Ha összesítjük a különböző negatív és pozitív szerepeket, azt látjuk, hogy a mind a negatív, mind a pozitív szerepekben a legidősebb gyerek korcsoport aránya a nagyobb. Ugyanakkor a 0-6 éves gyerekekről szóló cikkek közel kétharmada negatív szerepben ábrázolja a kisgyermeket (áldozat, beteg, megsérült).

Az általános gyerekábrázolásokat vizsgálva az tapasztalható, hogy a 7-13 évesek aránya magasabb a siker sztorikban, illetve a semlegesebb hangnemű rendezvényen, eseményen való megjelenést tartalmazó cikkekben. Túlnyomó részt a 0-6 évesekről szólnak az olyan írások, amiben a gyerekek segítséget kapnak, az egészségükkel, életmódjukkal kapcsolatban írnak, amiben valami megépül, elkészül (óvoda), illetve ami valamilyen demográfiai változásról szól (több, kevesebb óvodás).

További fontosabb eltérések a különböző korcsoportok között:

- az egész, illetve féoldalas cikkekben nagyobb a 0-6 évesek aránya, míg a háromnegyedes méretű cikkekben a 14-18 évesek aránya
- nagyobb arányban szerepelnek 14-18 évesek a bal-, illetve jobb oldalon megjelenő cikkekben, míg a legkisebbek jellemzőn inkább a lap tetején, illetve közepén megjelenő írásokban vannak jelen

- a fotóval, és ezen belül a pozitív árnyalatú fotóval kísért írások között nagyobb a 0-6 évesek aránya, míg a 14-18 évesekre nagyobb arányban jellemző a kevésbé előnyös képi ábrázolás
- pozitívabb hangnemben inkább a 6 éven felüliekről írnak, míg a semleges nyelvezetű cikkek között jóval nagyobb a legkisebbek aránya
- a legkisebbekről szóló cikkek közel kétharmada lányokat ábrázol, a 7-13 évesekről szólók pedig fiúkat
- a gyerek neve a 14-18 évesekről szóló cikkekben jelenik meg legnagyobb arányban

Elektronikus sajtó

A 0-6 éves korcsoport kissé nagyobb mértékben jelenik meg bűnesetek **áldozataiként**, mint más korcsoportok, és nagyon jellemző a beteg, sérültként, illetve a veszélyhelyzetben való média megjelenítésük is. **Bűneset elkövetőiként a 14-18 évesek** megjelenítése a leggyakoribb, míg a sikeres gyermek leginkább a 7-13 évesek jellemzője.

Az általános gyerekábrázolásokban a 0-6 évesek tipikusan **megsegítettként** szerepelnek. Az általános negatív, illetve semleges helyzetben történő ábrázolás is jobban jellemző a 0-6 évesekre, míg sikeres gyerekeként inkább a 7-13 éveseket jelenítik meg (alacsony esetszám!).

További korcsoport szerinti eltérések:

- mind a bulvár, mind az életmód jellegű weboldalakon a 0-6 évesek vannak túlsúlyban
- a nem regionális jellegű weboldalakon túlsúlyban vannak a 0-6 évesek, míg a regionális lapokon már kisebb mértékű a túlreprezentáltságuk
- az életmóddal, egészséggel, kapcsolatos írásokban, valamint a bulvár jellegű cikkekben szintén a legkisebb korcsoport nagyobb arányú megjelenítése a jellemző, de szintén nagyobb arányban jelennek meg olyan írásokban, amelyek az oktatással, illetve a bűnügyvel kapcsolatosak
- sport és szabadidős írásokban a 7-13 éves korosztály megjelenítése jobban jellemző, általában sikeresként feltüntetve őket
- a 0-6 évesek vizuális ábrázolása is jobban jellemző
- nagyobb arányú előnytelenebb képi ábrázolást is inkább a 0-6 évesek esetében találtunk
- mind a fiúk, mind a lányok nagyobb arányú reprezentációt kapnak a 0-6 éves korcsoportban
- a 0-6 évesekről szóló cikkekben nagyobb arányban említik meg az érintett gyerek nevét, mint más korosztályok esetében
- az objektívebb hangvételű cikkekben inkább a 0-6 évesek, míg a szubjektívebbekben a 7-13 évesek vannak jelen nagyobb arányban
- a legnagyobb arányban a 7-13 évesek szólalnak meg a cikkekben

5. 14 Gyerekszerepek és ábrázolások etnikum szerint - a legfontosabb különbségek

Nyomtatott sajtó

33. táblázat: Legjellemzőbb roma ábrázolások – cikkek száma

| Sajtóforrás jellege | Nyomtatott sajtó (db) | Internetes sajtó (db) |
|--------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Szociálisan rászorult, hátrányos helyzetű | 1 | 3 |
| Sikeres | 3 | 2 |
| Segítséget kap, segítségre szorul | 0 | 3 |
| Tanfolyam, programsorozat indul számukra | 1 | 2 |
| Fizikailag bántalmazott | 2 | 0 |

Az etnikai hovatartozás szerinti bontás és statisztikai elemzés azért nehéz, mert a cikkek csak bizonyos esetekben nevezhetik meg az etnikai hovatartozás, akár nyomtatott sajtóról, akár elektronikus sajtóról van szó. Nagyrészt nem derül ki, hogy mi az etnikai hovatartozás az adott gyerekről, vagy gyerekcsoportokról szóló írásokban. Összesen 17 olyan cikket találtunk, ahol kifejezetten utalás van a romaságra.

Ez alapján azt mondhatjuk, hogy a romák a következő kontextusokban jelennek meg:

- regionális napilapokban
- a nem bulvár jellegű cikkekben
- oktatással, neveléssel, illetve sporttal kapcsolatos írásokban
- a legkisebb méretű cikkekben
- a 3. és az utolsó előtti oldalakon
- semleges képpel illusztrált cikkekben
- az általános gyerekábrázolású cikkekben
- sikeres, vagy semleges ábrázolásokban
- semleges nyelvezetű és tónusú írásokban

Elektronikus sajtó

A webes cikkekben a romák az alábbi ábrázolásokban jelennek meg:

- nagyobb arányú az oktatási-nevelési rovatokban történő reprezentációjuk
- semleges színben, semleges nyelvezetű és címtónusú, objektív újságírói megközelítést használó írásokban igyekeznek feltüntetni őket
- egyrészt szociálisan rászorultakként, illetve segélyezetttekként, másrészt sikerek elérőiként és programok résztvevőiként jelenítik meg őket

5.15 Gyerekszerepek és ábrázolások a bulvár és a nem bulvár sajtóban

Nyomtatott sajtó

34. táblázat: Leggyakoribb szerepek bulvár – nem bulvár felosztás szerint

| Szerep típusa | Bűneset áldozata (%) | Bűneset elkövetője (%) | Sikeres gyerek (%) | Magyar celeb gyerek (%) |
|-------------------|----------------------|------------------------|--------------------|-------------------------|
| Nem bulvár | 91 | 95 | 85 | 16 |
| Bulvár | 9 | 5 | 15 | 84 |
| Összesen | 100 | 100 | 100 | 100 |

A **nem bulvár** jellegű cikkekben nagyobb az olyan cikkek aránya, amiben a gyerek **bűncselekmény áldozataként vagy elkövetőjeként** szerepel. A **sikeres** gyerekekről is inkább a **nem bulvár** jellegű írások szólnak, ugyanakkor a magyar **celeb** gyerekekről túlnyomórészt **bulvár** jellegű cikkekben olvashatunk.

A bulvár cikkek markáns jellemzője még, hogy a gyerekeket vagy beteg, sérült, veszélyben lévő, vagy magyar és külföldi celeb családtag szerepekben mutatja be. A bulvárban a rendezvényen részt vevő gyerekek, illetve a segítségben részesített gyerekek ábrázolása a legjellemzőbb.

A bulvár cikkekről azt is elmondhatjuk még, hogy

- nagyrészt képpel jelenítik meg a gyereket és nem szólaltatják meg őket
- semleges színben, semleges nyelvezettel tüntetik fel őket
- a cikkek címének tónusa semleges
- a cikkek többségében említik a gyerek nevét
- túlreprezentálják a lányokat
- cikkeiben nagyobb arányú a szubjektív nyelvhasználat
- nem kiegyensúlyozott a különböző korcsoportok reprezentációja: a 0-6 évesek aránya közel kétharmadnyi a bulvár cikkekben, míg a nem bulvárokban mindössze egyharmadnyi.

A **nem bulvár** jellegű írások jellemzője, hogy

- kevésbé vizuálisak (arányaiban kevesebb fotót közölnek, mint a bulvárcikkek)
- semleges színben, semleges nyelvezettel tüntetik fel őket
- a cikkek címének tónusa semleges
- kisebb arányban jelenítenek meg negatív szerepeket és ábrázolásokat
- kiegyenlítettten reprezentálják a különböző korcsoportokat
- kiegyenlített a neveket tartalmazó és nem tartalmazó cikkek aránya
- túlreprezentálják a fiú gyerekeket
- szinte kizárólag ők írnak a romákról

Elektronikus sajtó

A bulvár jellegű netes cikkek – hasonlóan a nyomtatott sajtóhoz – legnagyobb arányban a veszélyben lévő, illetve magyar és külföldi celeb családtagjaként prezentálja a gyerekeket.

A netes bulvár cikkekre jellemző még

- hogy képileg nem jelenítik meg a gyerekeket, ha igen, akkor is inkább semleges színben

- inkább egyedi karaktereket jelenítenek meg, semleges színben és semleges nyelvezettel feltüntetve őket
- túlreprezentálják a fiúkat
- nem írnak a romákról
- jobban jellemző az ilyen cikkekre, hogy feltüntetik a gyerek nevét, mint a nem bulvár jellegű cikkekre
- nagyrészt országos relevanciájú honlapokon jelennek meg

A *nem* bulvár Internetes cikkek jellemzően bűneset áldozat, elkövető, illetve beteg, sérült szerepekben írnak a kiskorúakról, míg általános gyerekábrázolásuk jelentős része a rendezvényen, programon résztvevő gyerek, a segítségre szoruló gyerek, illetve az egészséggel, életmóddal kapcsolatos gyerek cikkek.

Mindezen túl

- nagyrészt negatív gyerekszerepeket ábrázolnak
- általános gyerekábrázolásuk közt nagyarányú a semleges megjelenítés
- túlreprezentálják a fiúkat
- a cikkek mindössze egyharmada tartalmaz nevet.

Melléklet 1. sz.

A kvantitatív tartalomelemzés során áttekintett nyomtatott sajtó és online termékek

| Nyomtatott | Online |
|---------------------------------------|------------------|
| 24 óra | autoblog.hu |
| 7nap plusz | bama.hu |
| Autó Motor | baon.hu |
| Békés Megyei Hírlap | beol.hu |
| Best | blikk.hu |
| Blikk | boon.hu |
| Blikk Nők | borsonline.hu |
| Blikk Nők Egészség | brekimagazin.hu |
| Bors | cosmo.hu |
| Csók és Könny | delmagyar.hu |
| Dél-Magyarország | eduline.hu |
| Délvilág | eletforma.hu |
| Demokrata | glamouronline.hu |
| Dunántúli Napló | haon.hu |
| Élelmiszer | hazipatika.hu |
| Elle | helyitema.hu |
| Érdi Újság | heol.hu |
| Észak-Magyarország | hirszerzo.hu |
| Éva | hotdog.hu |
| Földgömb | hvg.hu |
| GEO | kisalfold.hu |
| Gyermekgyógyászati Továbbképző Szemle | kiskegyed.hu |
| Gyöngy | magyarnarancs.hu |
| Helyi Téma | metropol.hu |
| Helyi Téma I. | mipszi.hu |
| Helyi Téma Pest | mon.hu |
| Helyi Téma Tata | naplo-online.hu |
| Heti Téma | neon.hu |
| Heti Válasz | nepszava.hu |
| Heves Megyei Hírlap | ngkids.hu |
| Hot | nlc.hu |
| HVG | nol.hu |
| IM | nso.hu |
| Joy | patikamagazin.hu |
| Kelet-Magyarország | pink.hu |
| Képes Sport | sonline.hu |
| Kisalföld | storyonline.hu |
| Kiskegyed | szon.hu |
| Kiskegyed Fitt | teol.hu |
| Kismama | vasnepe.hu |

| | |
|------------------------------------------------|----------------|
| Magyar Narancs | www.168ora.hu |
| Marie Claire | zalaihirlap.hu |
| Meglepetés | zsaru.hu |
| Mindennapi Pszichológia | |
| Napi Gazdaság | |
| National Geographic | |
| Nemzeti Sport | |
| Népszabadság | |
| Népszabadság Egészség | |
| Nőgyógyászati és Szülészeti Továbbképző Szemle | |
| Nők Lapja | |
| Nők Lapja Egészség | |
| Nők Lapja Évszakok | |
| Nők Lapja Psziché | |
| Nők Lapja | |
| Party | |
| Patika Magazin | |
| Petőfi Népe | |
| Somogyi Hírlap | |
| Story | |
| Természetbúvár | |
| Tolnai Népújság | |
| Új Néplap | |
| Vasárnapi- Kelet-Magyarország | |
| Vasárnapi 24 óra | |
| Vasárnapi Észak-Magyarország | |
| Vasárnapi Tolnai Népújság | |
| Veszprémi 7 nap | |
| Világgazdaság | |
| Vital | |

Melléklet 2. sz.

Kézikönyv

Az adatbázisban alkalmazott kategóriák és kódok nemzetközi tanulmányok és a vizsgálati szempontok alapján történtek, amelyek szintén a gyerekek média reprezentációjával foglalkoztak.

1 Forrás megnevezése

Ide annak a nyomtatott sajtóterméknek, vagy weblapnak a címe kerül, ahonnan az adott cikk származik.

2 Cikk megjelenésének dátuma

Ide az a dátum kerül, amikor az adott cikk megjelent.

3 Cikk címe

Ide az érintett cikk címét kell beírni.

4 Lapcsoport

Itt a nyomtatott sajtótermékekre vonatkozó lapcsoport kategóriák szerepelnek. Amennyiben az adott cikk egyik kategóriához sem sorolható, az „Egyéb” kategóriába kerül.

5 Régió

Ez a kategória azt jelenti, hogy az adott lap vagy honlap alapvetően, túlnyomóan országos, vagy regionális jellegű híreket közöl.

6 Megjelenés gyakorisága

Ez a kategória azt jelöli, hogy az adott nyomtatott sajtótermék milyen gyakorisággal jelenik meg. Az „Egyéb” kategóriába az kerül, amely egyikbe sem sorolható be.

7 Tematika

Ez a kategória azt jelöli, hogy az adott cikk milyen rovat tematika alatt jelent meg. A rovat jellegét nem minden esetben adják meg az újságok vagy honlapok, ez esetben a kódoló helyezi el a cikket a megfelelő kategóriába. Amennyiben a cikk több kategóriába is sorolható, akkor azt a kategóriát választjuk, amelybe az adott cikk inkább sorolható (tipikus határeset: szociális – oktatás). Ezt a kódoló dönti el.

Az „Egyéb” kategóriába az a cikk kerül, amely egyikbe sem sorolható be.

8 Cikk nagysága

Ez azt jelöli, hogy a nyomtatott sajtóban megjelenő cikk mekkora méretű. A kategóriákat alapvetően az oldal negyedelés alapján alakítottuk ki. A weblapokon megjelenő cikkek esetében a kategória nem releváns, hiszen az adott cikkekre rákattintva azok egész oldalon, elszeparálva jelennek meg.

9 Cikk megjelenésének a helye 1

Ez azt jelöli, hogy a nyomtatott sajtóban megjelenő cikk a lapban hol jelent meg.

- címlap: a lap első oldal, címlapja
- 2-3. oldal: a címlap után következő két oldal
- 3 – utolsó előtti oldal
- lap hátulja (utolsó oldal)

A kategória kialakítására azért volt szükség, mert a fontosabbnak vélt cikkek általában a címoldalon, vagy az azt követő 2. és 3. oldalon jelennek meg (sok esetben az olvasó, főleg ha gyors áttekintést igényel, az első 3 oldalt nézi meg tüzetesebben).

Ez a kategória a weblapokon megjelenő cikkek esetében nem alkalmazható.

10 Cikk megjelenésének helye 2

Ez a kategória azt jelöli, hogy az adott cikk az adott oldal mely részén jelent meg.

- lap teteje: kb. felső egyharmad
- közepe: kb. középső egyharmad
- alja: kb. alsó egyharmad
- bal széle: a lap bal oldalán, a lap szélétől számított kb. 2/6-odnyi rész
- jobb széle: a lap jobb oldalán, a lap szélétől számított kb. 2/6-odnyi rész
- egész oldalas cikk
- kb. fél oldalas cikk
- egyéb: az a cikk, ami sehova sem sorolható

Itt különösen a felső egyharmadban megjelenő cikkeknek van jelentősége, mert az újságok zöménél, amelyeket félbehajtva árulnak, a lap tetején lévő cikkek látszanak a legjobban, melynek egyben figyelemfelhívó szerepe is van mindamellett, hogy a fontosabbnak vélt híreket a lap ezen részén helyezik el.

Hasonló logikán alapulva: a kevésbé fontosnak vélt cikkeket alulra, jobb oldali lapszélre, vagy a lap aljára helyezik el.

Ha pl. a cikk az első oldalon kezdődik, de a 4. folytatódik, az 1. oldal lesz bekódolva.

11 Van-e cikkhez fotó ami a gyerekről, gyerekekről készült?

Amennyiben van ilyen fotó, akkor az 1-es kategóriát kell jelölni, ha nincs, a 2-est.

12 Milyen színben jelenik meg a gyerek a képen?

Ez a kategória azt jelöli, hogy a cikkhez tartozó képen hogyan reprezentálja a fotós a gyereket, milyen színben próbálja feltüntetni.

Ha nincs fotó, semmit sem kell jelölni.

13 Képaláírás jellege

Ez a kategória azt jelöli, hogy a képhez tartozó képaláírás hogyan kommentálja a képen látható gyereket. Ha nincs kép, vagy nincs képaláírás, semmit sem kell jelölni.

14 Írás, cikk jellege

Azt jelöli, hogy milyen jellegű írásként definiálható a cikk. Néhány fontosabb kategória magyarázata:

- szerkesztői írás: a lap szerkesztője által írt vezércikk, ami leginkább egy adott helyzetre adott reakció, vélemény.
- kritika: egy adott művészeti alkotásról írt kritika, aminek van gyerek vonatkozása
- olvasói vélemény: az olvasók által írt cikk, beküldött levél, stb.
- nem lehet eldönteni: amennyiben lehetetlen megállapítani, hogy milyen jellegű az írás, cikk

Weblapok esetén az alábbi kategóriák relevánsak:

| |
|----------------------|
| 1 - hír, normál cikk |
| 2 - szerkesztői írás |
| 3 - olvasói vélemény |
| 4 - kritika |
| 5 - blog |
| 6 - interjú, riport |
| 7 - egyéb |

15 Cikk aspektusa

- egy adott gyerek, vagy gyerekcsoport (pl.: egy banda) egy konkrét dolgot csinált, vagy egy konkrét dolog történt vele (lopott, megsérült, megerőszakolták)

- általános helyzethez kötött: gyerekekről, vagy a gyerekek egy adott csoportjáról, szegmenséről (romák, fiúk, óvodások, stb.), azok helyzetéről általánosan író cikk: „Egyre több a kövér gyerek”
- nem lehet eldönteni: egyikbe sem sorolható

16 Cikk fókusza

A gyerek, vagy gyerekek vannak a középpontban, függetlenül attól, hogy egy adott, konkrét gyerekről, vagy a gyerekekről van szó: pl. ha egy cikk arról szól, hogy a gyerekek mostanában el vannak hívva, akkor általában ír a gyerekekről a cikk, és a gyerekek vannak a fókuszban. De előfordul az is, hogy bár általában ír a gyerekekről (kövérek), a cikk fókusza mégis inkább az étkeztetésre helyeződik, mintsem a gyerekekre.

17 Milyen színben tüntetik fel a gyereket?

Azt jelöli, hogy a cikk írója milyen színben ábrázolja a gyereket, gyerekeket. Pl. ha azt hangsúlyozza ki, hogy egyre lustábbak, akkor az negatív megítélésnek számít. Ha azt hangsúlyozza, hogy egyre többet tudnak, akkor az pozitív megítélés. De az pl. ha egy háborús helyzet kapcsán írnak gyerekekről, az nem feltétlenül negatív szín: ha sok hal meg, attól még lehet az ábrázolás semleges.

18 Gyerekszerep

Ezt a kategóriát akkor alkalmazzuk, amikor a cikk egy konkrét gyerekhez, vagy gyerekcsoporthoz kapcsolódik. Lényege, hogy lássuk, hogy milyen történet részeként, milyen szerepben jelenik meg a gyerek: meghal, elveszik, stb.

19 Gyerekábrázolás

Ezt a kategóriát akkor alkalmazzuk, amikor a cikk általában egy gyerekhez, vagy gyerekcsoporthoz kapcsolódik. Lényege, hogy lássuk, hogy milyen történet részeként, milyen szerepben jelennek meg a gyerekek: fogyatékosak, sikert értek el, stb.

20 Cikk nyelvezete

Azt jelöli, hogy a cikk írója milyen jelzőkkel, szavakkal illeti a gyereket, vagy gyerekeket. Tipikusan sértő, ha pl. olyan szavakat használ, hogy „duci”, „anyagos” vagy „szingli horda”. Tipikusan dicsérő, ha olyan jelzőket használ, mint „kiemelkedően ügyes”, stb.

A fokozatok, skálák alkalmazására azért van szükség, hogy differenciálni tudjunk a tónus, nyelvezet árnyalatai között.

21 Cikk címének tónusa

Azt jelöli, hogy a cikk írója milyen jelzőkkel, szavakkal illeti a gyereket, vagy gyerekeket **a cikk címében**. Tipikusan sértő, ha pl. olyan szavakat használ, hogy „duci”, „anyagos” vagy „szingli horda”. Tipikusan dicsérő, ha olyan jelzőket használ, mint „kiemelkedően ügyes”, „bravúros” stb.

A fokozatok, skálák alkalmazására azért van szükség, hogy differenciálni tudjunk a tónus, nyelvezet árnyalatai között.

22 Cikk címe

Azt jelöli, hogy a gyerek, vagy gyerekek konkrét neve említve van-e a cikk címében. Csak akkor releváns, ha konkrét gyerekről szól a cikk.

23 Gyerek, gyerekek kora1

Ez a kategória csak akkor releváns, ha a cikk konkrét gyerekről, gyerekekről szól. Ha a cikk általában ír a gyerekekről, a 99-es kódot kapja.

24 Gyerek, gyerekek kora2

Akkor kell ezt a kategóriát használni, ha nem csak egy gyerekről van szó a cikkben (pl. két gyerek halt meg). Ez a kategória csak akkor releváns, ha a cikk konkrét gyerekről, gyerekekről szól. Ha a cikk általában ír a gyerekekről, a 99-es kódot kapja.

25 Gyerek(ek) neve

Ez a kategória csak akkor releváns, ha a cikk konkrét gyerekről, gyerekekről szól, vagy általában szól ugyan róluk, de a nemük fontos: pl. sokat cigiznek a fiúk. Ha a cikk általában ír a gyerekekről, és a nemük nem fontos, a 99-es kódot kapja.

26 Hír származás országa

Azt jelöli, hogy hazai lapban megjelent, hazai vonatkozású hírről van-e szó, vagy külföldi vonatkozásúról.

27 Származás 1

Ez a kategória csak akkor alkalmazandó, ha hazai vonatkozású a hír, másképpen 99-es kódot kap.

- magyar: magyar állampolgár
- nem magyar: nem magyar állampolgár, de Magyarországon él, hivatalosan, legálisan
- illegális bevándorló, menekült, migráns, akinek még nincs magyar állampolgársága

28 Származás 2

Ez a kategória csak akkor alkalmazandó, ha magyar állampolgárról szól a hír, másképpen 99-es kódot kap.

- kisebbségi: itt élő, de hivatalosan a kisebbséghez tartozó személy, akár magyar, akár nem magyar állampolgár (pl. szerb, horvát, stb.)

29 Név említve van-e?

A cikkben konkrétan megemlítik-e a gyerek nevét. Ha a cikk általában szól a gyerekekről, 99-es kódot kap.

30 Cikk kontextusának érthetősége

Ez azt jelöli, hogy érthető-e, meg van-e magyarázva a cikk kontextusa. Azért fontos kategória, mert a nem érthető kontextus fals karakterábrázoláshoz vezethet. A fokozatok, skálák alkalmazására azért van szükség, hogy differenciálni tudjunk a kontextus érthetőségének árnyalatai között.

31 Történet előadásmódja

Ez a kategória azt jelöli, hogy a cikk írója mennyire objektíven adja elő a történetet (újságírói objektivitás, pl. egy hír objektív, személyes megjegyzésektől mentes előadása). Ha az előadásmód szubjektív, az azt jelenti, hogy a cikk írója érezhetően megjelenteti saját tónusát, véleményét a cikkben.

32 Interjú gyerekekkel

Azt jelöli, hogy a cikkben megszólaltatták-e a gyereket akár részlegesen, akár az egész cikk folyamán.

Hivatkozások

Bolzan, N. (2003): “Kids Are Like That!”: Community Attitudes to Young People, Canberra, National Youth Affairs Research Scheme, Department of Family and Community Services.

http://www.facs.gov.au/internet/facsinternet.nsf/aboutfacs/programs/youthkids_that.htm

Devlin, M. (2000): Representations of Youth in Ireland. unpublished PhD thesis, Department of Sociology, National University of Ireland, Maynooth.

International Federation of Journalists (IFJ): Putting Children in the Right, 2002.

2010. évi CLXXXV. törvény. A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról. 31959. 369/2010. (XII. 31.) Kormányrendelet.

Jempson, M., Searle, D. (Ed): The Media and Children’s Rights. UNICEF, 2005, New York

Media Monitoring Project: Children: Dying to make the news, 2004.

Merchant, R.L. (2010): Who are abusing our children?

MORI (2004): Media Image of Young People.

<http://www.mori.com/polls/2004/young-peoplenow.shtml> (downloaded September 2005)

UNICEF: Introducing Children’s Rights.

http://elearning-events.dit.ie/unicef/html/unit1/1_3_4.htm

UNICEF Magyar Bizottság: „Együtt a Gyermekéért”. Budapest, 2012.

United Nations Convention on the Rights of the Child (UNCRC), 1989.

A bűn és a gyermekek ábrázolása a médiában. In: Virág Gy. (szerk.): Kriminológiai Tanulmányok 46. OKRI, Budapest, 2009, 250–276. o.

http://www.okri.hu/images/stories/KT/KT46_2009/kt46_a%20bun%20es%20a%20gyermekek%20abrazolasa%20a%20mediaban.pdf



KUTATÁSI JELENTÉS

Kiskorúak médiareprezentációja a
nyomtatott és online sajtóban

Kvalitatív elemzés

2012. december 14.

Tartalom

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. A kvalitatív kutatási szakasról | 53 |
| 1.1 Célkitűzések | 53 |
| 1.2 Módszer – fókuszcsoporthoz beszélgetés | 53 |
| 1.3 Minta és időzítés | 54 |
| 2. Vezetői összefoglaló | 55 |
| 3. A csoportok összetételéből adódó sajátosságokról | 56 |
| 4. Kvalitatív kutatási eredmények | 57 |
| 4.1 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése a felelősség vonatkozásában | 57 |
| 4.2 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése az érzelmi bevonódás vonatkozásában | 59 |
| 4.3 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése a tematikájuk vonatkozásában... | 59 |
| 4.4 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése az elérés vonatkozásában..... | 63 |
| 4.5 Három konkrét, kiskorúakkal kapcsolatos esemény médiában való megjelenítésének megítélése..... | 65 |
| 4.5.1 Napi kötelező testnevelés óra bevezetése | 65 |
| 4.5.2 Az iskolaköpeny kötelezővé tétele | 66 |
| 4.5.3 A kaposvári gyermekgyilkosság | 67 |
| 5. Mellékletek..... | 69 |
| 6.1 Szűrőkérdőívek..... | 70 |
| 6.2 Guide-ok | 73 |

A kvalitatív kutatási szakasról

1.1 Célkitűzések

A kvalitatív szakasz célkitűzései és feladatai voltak a kiskorúak médiareprezentációjának tematikáján belül a következők voltak:

- Megismerni a viszonyulásukat és percepciókat azokhoz a képekhez és narratívákhoz, amelyek aktuálisan a kiskorúakról az egyes médiumokban megjelennek
 - Mindezzel együtt azt is megérteni, hogy e három vizsgált – különböző szempontból érintett – csoport percepciók mezőjét milyen emlékek, törekvések, mindennapi tapasztalatok, aspirációk és esetenként félelmek befolyásolják
- Megtudni, hogy milyen pozitív és negatív példák kerülnek a látóterükbe a fő tematikát illetően, s ezek milyen közvetlen vagy közvetett jelentéstartalmakat, üzeneteket hordoznak a továbbiakban
- Felszínre hozni, hogy milyen hasonlóságokat, illetve különbségeket látnak az egyes (országos-, tömeg-, lokális- és közösségi-) médiumok vonatkozásában a kiskorúak média által közvetített képét illetően
- Felmérni, hogy egy-egy téma média általi feldolgozása és a vizsgált csoportoknak ezen témára vonatkozó ismeretanyaga és hozzáállása mennyiben fedik egymást
- Feltérképezni a véleményüket azon nagyobb médiaeseményekkel kapcsolatban, amelyek az elmúlt időszakban (2012. szeptember-november) konstituálódtak.

1.2 Módszer – fókuszcsoportos beszélgetés

A célkitűzéseknek megfelelően és a vizsgálandó témakörök jellegéből adódóan a fókuszcsoportos beszélgetés metódusát alkalmaztuk a kutatás során. A fókuszcsoportos beszélgetés a kvalitatív módszerek közül való, olyan interjútechnika, melynek során a vizsgálandó célcsoport előzetesen, szűrőkérdőív segítségével kiválasztott tagjai egy olyan közös beszélgetésen vesznek részt, amelyet egy erre – mind a módszerrel, mind a tárgykörrel kapcsolatosan – speciálisan kiképzett moderátor vezet le a kutatás megrendelőjével előzetesen egyeztetett, a kutatás kérdéseit tartalmazó vezérfonal alapján. A kutatás során használt szűrőkérdőíveket és guide-okat a tanulmány mellékletében szerepeltetjük.

A következőkben a módszer főbb jellegzetességeire, valamint az elemzési folyamat rövid bemutatására térnénk ki.

A fókuszcsoportos beszélgetés módszere kifejezetten alkalmas arra, hogy a célcsoport vizsgált tematikával kapcsolatos vélekedéseit, megítélését, illetve az ezeket alakító és tevékenyen befolyásoló képzeteket, mögöttes értéktartalmakat, illetve attitűdmintákat és motivációkat megismerjük. Szemben a kérdőíves megkérdezéssel, amely elsősorban a vizsgált célcsoportra reprezentatív és számszerűsíthető eredményeket közöl, addig jelen módszer nem vállalkozik reprezentativitásra, illetve elsősorban a témával kapcsolatos vélemények, tudások miértjeit és hogyanjait veszi górcső alá. További előnye, hogy az interjúalanyok szabadabban és kötetlenebbül fejthetik ki véleményüket, elkalandozhatnak saját maguk által fontosnak vélt területekre is, s ezáltal korábban számításba nem vett szempontok is felszínre kerülhetnek. Természetesen a csoportbeszélgetések mindezzel együtt kontrolláltak, tehát minden olyan téma megbeszélésre kerül, melyet a kutatás megrendelője előzetesen elfogadott.

A fókuszcsoportos módszer során létrejövő csoportdinamika szintén kivételes lehetőséget nyújt arra, hogy ne csupán az egyéni gondolatmenetek megismerése váljon lehetővé a kutató számára, hanem tetten érhessük a különböző nézőpontokból fakadó véleménykülönbségeket, az ezek mögött meghúzódó argumentációs sémákat és érvelési stratégiákat is.

Az elemzés jellegét alapvetően a kommunikáció- és társadalomkutatási alapállás határozza meg, az analízis valójában a csoportbeszélgetések teljes kiírásából előálló szöveg és diskurzus elemzését jelenti, különös figyelmet fordítva az egyéni- és csoportvéleményeket meghatározó attitűdök, motivációk, értékek, képzetek és argumentációs stratégiák vizsgálatára.

1.3 Minta és időzítés

A kutatás teljes mintája összesen három nyolcfős fókuszcsoportos beszélgetésből állt: az első csoporton médiában dolgozó szakemberek, a második csoporton 12-16 éves olvasók, s végül a harmadikon a gyermekvédelem területén dolgozó szakemberek vettek részt.

A csoportokat Budapesten, az Ipsos Kvalitatív Stúdiójában folytattuk le, a következő időzítés szerint:

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Médiában dolgozó szakemberek (főszerkesztők, szerkesztőségi tanácsadó, újságíró) | 2012. november 21. (szerda) 17:00 |
| 12-16 éves olvasók (fiúk és lányok vegyesen, akik olvasnak nyomtatott magazinokat és online médiatartalmakat) | 2012. november 22. (csütörtök) 15:00 |
| Gyermekvédelem területén dolgozó szakemberek (védőnő, gyermekpszichológus, szociális munkások, fejlesztő pedagógusok, gyermekvédelmi szakember, gyógypedagógus) | 2012. november 22. (csütörtök) 17:10 |

Vezetői összefoglaló

- A válaszadók szerint három főbb témakörben jelennek meg ma kiskorúakkal kapcsolatos tartalmak a médiában, melyek a következők:
 - Tehetség, sikeresség
 - Gyermeknevelés, családi élet
 - Bűnözés – szélsőséges viselkedési minták (kiszolgáltatott helyzet)
- Míg gyermekszerepekkel és pozitív tartalmakkal sokkal inkább a regionális (megyei és kerületi) nyomtatott és online médiában találkozhat jelenleg az olvasó a válaszadók szerint, ezzel szemben úgy percipiálják, hogy a sugárzott médiumokban, valamint a nyomtatott és online bulvár sajtóban hangsúlyosan központi szerepben a negatív médiatartalmak állnak.
- A leginkább neuralgikus pontok a kérdezettek szerint a gyermekek, kiskorúak médiareprezentációját illetően a következők:
 - kevésbé differenciált a velük kapcsolatban megjelenő kép, sok esetben egy túlzottan általános, s ennél fogva torz és hamis kép kerül közvetítésre az olvasó, néző felé;
 - sok esetben hiányzik a kiskorúakkal, gyermekekkel kapcsolatos jelenségek, történések alapos körüljárása, a témák csupán addig maradnak a médiumok érdeklődésének középpontjában, amíg nem jelenik meg náluk érdekesebb, nagyobb érdeklődésre számot tartó téma;
 - további probléma – főképp a gyermekvédelmi szakértők szerint –, hogy a nem bulvár nyomtatott sajtót kivéve a kiskorúak legtöbbször nem olyan kontextusban kerülnek bemutatásra, mint korábban, vagyis elveszik az a lényeges üzenet a médiatartalmakból, hogy ezek a gyermekek a “mi gyermekeink”;
 - egyre csökkenőnek percipiálják az olyan médiatartalmak arányát a többivel szemben, amelyek egyfelől pozitív gyermekszerepeket közvetítenek, másfelől a nem kivételes helyzetekben, hanem a mindennapok tevékenységei mentén mutatják be, ábrázolják a gyermekeket. Ez alól egyedül a nyomtatott sajtót ítélték kivételnek, azonban szkeptikusak és borúlátók voltak a miatt, hogy a nyomtatott sajtót elérés vonatkozásában a leginkább hátrányos helyzetűnek észlelik a többi médium között. Úgy vélekednek, hogy a hatása is egyre kevésbé érzékelhető az online és a sugárzott médiumok mellett, mivel egyre kevésbé fogyasztott médiumként van jelen mind a felnőtt-, mind a gyermekközönség életében. Rendkívül fontos és sajnos igaz megállapítás, a nyomtatott média kiadónak ennek ellensúlyozására kell koncentrálniuk, ma kell megnyerniük a holnap olvasóit.
- Általános vélekedés a szakértői válaszadók körében, hogy amennyiben 15-20 év múlva visszatekintենék azon kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmakra, amelyek a nyomtatott, online és sugárzott médiában napjainkban megjelentek, összességében azt a következtetést vonhatnánk le a válaszadók szerint, hogy kiskorúnak, gyermeknek lenni 2012-ben Magyarországon inkább veszélyes, mert
 - a gyermekeket nagyon sok esetben események, történések passzív elszenvedőiként mutatják be, azt sugallva mindezzel, hogy jellemzően kiszolgáltatott helyzetben vannak;
 - elenyészőnek érzik az olyan médiareprezentációk arányát, amelyben a kiskorúak vagy gyermekek aktív és tevékeny szereplőkként kerülnek bemutatásra.
- Összességében a válaszadók egyetértettek abban, hogy egy kiskorúakról, gyermekekről szóló médiatartalom mind a felnőtt-, mind a gyermek olvasóban, nézőben erőteljes, érzelmi síkon is értékteli viszonyulást, és ezzel együtt kiemelt figyelmet és érdeklődést is generál.

A csoportok összetételéből adódó sajátosságokról

Lényeges a csoportok összetételére, alapvető jellemzőire röviden kitérnünk, mert ezek jelentősen befolyásolták a tárgyalt kérdéskörökkel kapcsolatban kapott eredményeinket.

A médiában dolgozó szakemberek többsége nyomtatott – megyei és országos terjesztésű – sajtótermékek és online portálok, illetve ezeken megjelenő tartalmak szerkesztésével foglalkozott. A beszélgetésen nem vettek részt a sugárzott médiumok (televízió és rádió) területén dolgozó szakemberek.

Mind a média területén, mind a gyermekvédelem területén dolgozó szakemberek többsége szülő is, ezért a témával kapcsolatos véleményeiket, meglátásaikat együttesen alakította a szakértői és a szülői szerepük. Ez nagyon hangsúlyosan volt megfigyelhető a gyermekvédelem területén dolgozó szakemberek – kizárólag nőkből (anyákból) – álló csoportján.

A 12-16 éves gyermek csoporton lányok és fiúk közösen vettek részt. Nagyon karakteresen látszott, hogy éppen az életkorukból adódóan a fiatalok egyfelől nehezebben nyilvánultak meg, beszéltek egymás előtt, s másfelől sok esetben kevés közös pontot mutattak a médiafogyasztás vonatkozásában: míg a fiúk olyan lapokat olvastak, csatornákat néztek, amelyek nagyon speciális érdeklődésüket, hobbiikat támogatták, addig a lányok sokkal inkább a zene, a divat, a szerelem, a sztárok tematikája iránt voltak fogékonyak. Mindezek mögött a kamaszkor alapvető motivációja, az Én-azonosság keresése húzódik meg.

Szintén életkori sajátosságukból következik, hogy a 12-16 évesek a körülöttük zajló, a média által tematizált események és történések rendszerezésekor, értelmezésekor is ellentmondásmentességre törekednek. Az interpretációig pedig sok esetben leegyszerűsítő módon, végletes válaszok segítségével jutnak el. A médiának abban is nagy felelőssége is van a szakértői válaszadók szerint, hogy fel tudja-e mutatni (meg tudja-e tanítani) a fiatalok számára azt, hogy ezen szemlélettel szemben létezik egy többszemponú, az eseményeket, történeteket dialektikusan feldolgozó hozzáállás, mód is, vagy csupán a „szeretem-utálom” közötti választásig vezeti el őket.

„Azt szerettem volna mondani, hogy éppen ezek a műsorok, ezek az igazán problémásak, mert hát meglátnak egy gyilkossági tudósítást, ott viszonylag még meg tudja különböztetni, hogy mi a jó, mi a nem jó. Pont ezek a nehéz helyzetek, mikor nem tudja, hogy ez most jó, nem jó. Nézem ezeket a valóságshow-kat, hát most milyen nehéz megmondani, hogy most ez a helyes út, ettől leszek jó ember, ez visz a siker felé.” (médiaszakértők)

„A kamaszok (10-15 évesek) a leginkább veszélyeztetett csoport, őket érinti a leginkább hátrányosan az, hogy milyen képet jelenít meg róluk a média, mert nekik még nincsen valós énképük, csak éppen alakulóban van.” (gyermekvédelmi szakértők)

„Én tudok szelektálni, hogy mit hiszek el, de egy gyerek tud-e szelektálni ezek között, és kivel tudja megbeszélni esetleg utána, amit hallott, látott.” (médiaszakértők)

Nem hagyható figyelmen kívül a média, mint szocializáló tényező sem, más szóval a média hatása a személyiségfejlődésre, annak pozitív hozamai, de a kétségtelenül meglévő potenciális veszélyek sem.

Kvalitatív kutatási eredmények

4.1 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése a felelősség vonatkozásában

A csoportbeszélgetések során sokszor keveredett, hogy a résztvevők a kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélésekor a kiskorúak-NAK vagy kiskorúak-RŐL szóló tartalmakról beszéltek, mondtak véleményt.

| Kiről szól? | Kinek szól (mi a feladó intenciója)? | Példák | Eléri-e a kiskorút (a feladó intenciójától függetlenül)? | Megítélés (melyek a neuralgikus pontok) |
|----------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| kiskorúról | kiskorúnak | iskolával, tanulással kapcsolatos témák; gyermekszikerek és tehetségek a sport, a művészetek területéről | igen | + |
| | | | nem | - |
| | nem kiskorúnak | bűnesetek, ahol a kiskorú vagy áldozat vagy elkövető; gyermekneveléssel kapcsolatos tartalmak | igen | - |
| | | | nem | + |
| nem kiskorúról | kiskorúnak | zenekarokról és filmekről szóló tartalmak | igen | + |
| | | | nem | - |
| | nem kiskorúnak | szexualitással kapcsolatos tartalmak | igen | - |
| | | | nem | + |

A fenti mátrix – bár több szempontot és eshetőséget is figyelembe vesz – mégis csupán egy leegyszerűsített képet mutat a téma kapcsán. Ezekon túl még számolnunk kell azzal, hogy

- az elérés során közvetlen vagy közvetett módon jut-e el a kiskorúhoz az adott tartalom,
- a tartalom milyen mélységben interpretált és milyen értékeket közvetít,
- kinek a kompetenciája ítéletet mondani arról, hogy mi számít értékesnek, s mi kevésbé értékesnek, mi számít megfelelő mélységű és jól körüljárt tartalomnak, s mi nem.

„Jó, csak mások a felnőttek, neki szól és róla szól, az ő lapjai. Nálunk például nem feltétlenül a kiskorúnak szól, de eléri, tők más dolgokra kell vigyáznom. Róla szól, de nem olvassa el, neki pedig egész más szempontok szerint kéne átjuttatni az információt.” (médiaszakértők)

A felelősség kérdéskörét arra vonatkozóan, hogy a kiskorúakat olyan tartalmak is elérik, amelyek nem nekik valók, s ezért negatív hatásúak, a médiaszakértői csoport résztvevői két irányból közelítették meg. Úgy érveltek, hogy a felelősség elsősorban a gyermeket körülvevő mikrokörnyezetbe tartozóké: hiszen az ő feladatuk az, hogy a gyermeket távol tartsák az olyan – akár kiskorúakról is szóló – médiatartalmaktól, amelyek károsak és veszélyesek lehetnek akár a személyiségfejlődésére, akár a gondolkodására, a világról alkotott képére, akár pedig arra, hogy mit tart helyesnek és mit helytelennek, s milyen szabályok, elvek, minták mentén alakítja később az életét.

“V1: Én is azt akartam mondani, hogy nem abszolutizálnám a médiának a hatását, tehát, hogy a média sem vonható ki úgy általában a társadalmi folyamatokból, mi is csak úgy elemei vagyunk, sodródunk néha a dolgokkal.

V2: Azt elmondhatjuk, hogy a gyerekek személyiségfejlődésére nem a nyomtatott sajtó jelenti a legnagyobb veszélyt.

V1: Sőt, abszolút nem jelenti.” (médiaszakértők)

Abban mind a médiaszakértők, mind a gyermekvédelem területén dolgozók egyet értettek, hogy aktuálisan a kiskorúak szűkebb-tágabb környezetében élő felnőttek nem rendelkeznek egyfelől sem elegendő idővel és energiával, másfelől tudással és felkészültséggel ahhoz, hogy hatékonyan kontrolálják és felügyeljék, hogy a gyerekek milyen médiatartalmakat fogyasztanak. Ebből következően a média területén dolgozók úgy gondolták, hogy a probléma megoldásának csupán egyik eleme a média szabályozása, másik – ugyanúgy elengedhetetlenül szükséges – eleme az, hogy a család és a társadalom is felkészültebbé váljon, s sokkal aktívabb szerepet vállaljon e területen.

„Amikor a szabályozást nézzük, akkor az fogalmazódott meg bennem, hogy mi mennyire is ismerjük a gyerekeket. Kicsit azt is érzem, hogy szülőként nem vagyunk felkészülve ennek a helyzetnek a kezelésére, mert itt belecsöppentünk mindannyian az információs társadalomba, ahol jönnek-mennek az információk szabadon és nincs mintánk arra, hogy ezt hogyan kell kordában tartani vagy hogyan kell megtartani egy szinten. Amint olvasni tud a gyerek, amint van számítógép, ugyanúgy hozzáfér az összes tartalomhoz, tehát ez mindenképpen hatni fog rá.” (médiaszakértők)

„Én sem abszolutizálnám a médiának a hatását, tehát, hogy a média sem vonható ki úgy általában a társadalmi folyamatokból, mi is csak úgy elemei vagyunk, sodródunk néha a dolgokkal.” (médiaszakértők)

„V1: Kellene valami külső kontroll is, kellene valaki, aki azért irányítja, hogy már pedig nem ülsz 5 órát a gép előtt.

V2: Nem lehet irányítani, mert elmegy a szülő dolgozni, a gyerek meg képes útközben is nyomkodni, meg a járdán és nyomkodja. Képtelenség.” (gyermekvédelmi szakértők)

A média területén dolgozók a következő eseti és általános szabályokról és alkalmazott stratégiákról számoltak be:

- Online felületek esetében az „Elmúltam 18 éves, belépek” nyomógombbal kerülnek elkülönítésre és jelzésre a nem kiskorúaknak való tartalmak
- Sok esetben a tartalom (szöveges és képi egyaránt) megszületése előtt kötelező szülői és iskolai beleegyező nyilatkozatokat kérni, illetve az elkészült szöveg, tartalom esetében még egyszer bemutatni az írást az érintetteknek

- Ad-hoc korlátozások és saját szabályok, melyek belső megbeszélések révén kristályosodnak ki, és mindig egyedi esetekre vonatkoznak

4.2 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése az érzelmi bevonódás vonatkozásában

Lényeges kérdése volt a kutatásunknak, hogy mi az oka annak, hogy a gyerekekről, kiskorúakról szóló médiatartalmak egyfelől nagyobb érdeklődést, másfelől erőteljesebb hatást keltenek a nézőkben, olvasókban. Összességében az eredmények alapján látszik, hogy mindkét fél (szülő és gyermek) jobban figyel egy gyerekkel, kiskorúval kapcsolatos hírré, történetre. Ezek a történetek a legtöbb esetben ki is lépnek a média területéről, s a családi beszélgetésekbe is bekerülnek, akár tiltások formájában, akár tanulság levonására alkalmas történetként. A gyermekekkel kapcsolatos történetek, narratívák mind gyermeknek, mind felnőttnek (szülőnek) egyaránt kínálnak azonosulási pontokat, egyszerre nyújtják a gyermeki és a szülői szerepbe való behelyezkedés lehetőségét. Ezért minden esetben egy emocionálisan értékteli viszony jön létre az olvasó / néző és a történet szereplői között.

„A gyerekek jobban odafigyelnek a gyerekekről szóló hírekre, tehát nekem van egy 14 éves lányom, ő sokkal jobban odafigyel az agyonvert 11 éves gyerek történetére, mint egy felnőtt. Mert az valaki, akivel el tudja képzelni, hogy ez vele is megtörténhet. Ha azt mondják, hogy agyonverték egy felnőttet, bárkit, az távol van, az vele nem történhet meg.” (médiaszakértők)

Amikor egy kiskorúról szóló történet, hír megjelenik a médiában, akkor a történet szemantikai keretében olyan attribútumok artikulálódnak és kerülnek megerősítésre, mint „ártatlanság”; „a gyermek a legfontosabb érték”. Fontos látni azt is, hogy éppen e kollektíven elfogadott „axiómák” veszítik el relevanciájukat akkor, amikor egy történetben a gyermek vagy kiskorú például bűncselekmény elkövetőjeként jelenik meg. S ebből adódóan azért is kelt sok esetben nagyobb visszhangot mindkét – mind a média, mind a befogadói – oldalon, mert ekkor maga a közösség is veszélybe kerül, mivel az alapértékei kérdőjeleződnek meg.

„Abban van talán nagyobb felelősségünk, hogy ha egy gyerekkel történik valami – főleg, ha negatív – arra sokkal jobban figyel a társadalom.” (médiaszakértők)

„A gyereket ártatlannak gondoljuk, ugye, nyilván és a felnőtt a felelős, de az ártatlanságban az életkor mintha egyre lejjebb kerülne, ugye, egyre fiatalabban csinálnak ők maguk is rossz dolgokat, a cigi, a drog, satöbbi. Meg a tanár verése.” (médiaszakértők)

4.3 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése a tematikájuk vonatkozásában

Érdekes eredménye a csoportbeszélgetéseknek, hogy a válaszadók hogyan vélekednek arról, hogy aktuálisan milyen tematikus gócpontok azonosíthatók a kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak vonatkozásában. Természetesen erről a kvantitatív tartalomelemzés nyújt egy sokkal teljesebb képet, a kvalitatív szakasz sokkal inkább az ezzel kapcsolatos percepciókat tudja megragadni.

A beszélgetések során a következő kulcsszavak mentén artikulálódó tematikus irányokat azonosítottuk:

1. Tehetség – sikeresség

A kérdezettek kivétel nélkül egyet értettek abban, hogy a médiának nagy szerepe van abban, hogy kiket és hogyan kínál fel követendő példának a gyerekek, kiskorúak számára.

„Most a mindennapi munkám során az olimpia után annyiszor hallom tőlük, hogy olyan szeretnék lenni, mint a Szilágyi Áron.” (gyermekvédelmi szakértők)

“A gyereksikerek. Ez nagyon hálás téma, ez be is jön, és egyetérttek veled, hogy a gyerekek sokkal jobban figyelnek rá, tehát, hogyha a látogatottságot nézzük, meg hogy honnan vannak, ha ilyen sikeres kisseréről írunk, akár sportban, akár más területen, az szerethető, egészen másképp viszonyulnak hozzá, mintha egy felnőtt ér el sikereket.” (médiszakértők)

A legfontosabb területek, amelyek a tehetség és a siker kapcsán megjelennek a következők:

- Sport
- Tehetségekutató vetélkedők
- Iskolai versenyek
- Iskolai teljesítmény
- Művészetek (zene, rajz, írás)

Különbségeket látnak a válaszadók a tehetséges és sikeres gyerekek bemutatásában a lokális (megyei vagy kerületi) nyomtatott sajtótermékek és az országos médiumok között. Míg az előbbiben meglátásuk szerint többször jelennek meg olyan, az adott kisebb közösség számára ismerős és érdekes, lokális léptékű gyereksikerek, mint helyi iskolai versenyek eredményei vagy városi, kerületi rendezésű vetélkedők, rendezvények beszámolóit. Addig az utóbbi inkább a nagyobb, tágabb közösség számára érdekes és releváns, nagyobb léptékű sikerek tematizálásában vállal szerepet (olimpiai eredmények, országos versenyek, vetélkedők eredményei).

“Évek óta folyik a Séta (Sajtó és tanulás) programunk: minden ősszel és minden tavasszal egy hónapig visszük az újságot különböző osztályokba, gimnáziumokba és akkor ők megírják egy-egy ilyen oldalt. Az előzőekben mondottakkal ellentétben, az itt megjelent fiatalok írása, ezek azért középiskolások, nagyon szellemesek, nagyon frissek és nagyon előremutatók, én imádom, tehát én szeretném mindegyiket gyakornoknak megszerezni, mert mindegyik annyira jó, és jó a világlátásuk.” (médiszakértők – megyei lap)

„A zuglói helyi lapban mindig beszámolnak arról, hogy a kerületi iskolások milyen versenyeken és hogyan szerepeltek. Itt rengeteg pozitív dolog van, amit érdemes elolvasni.” (gyermekvédelmi szakértők)

„Meg még egy dolog jutott eszembe a teljesítménykényszer kapcsán: hogy mit sugallunk, mikor olyan műsorokat lát, hogy Megasztár, X-Faktor. Ezekben 15-16 éves kortársaiból csinálnak felnőtt embert, akiknek azt kell sugallniuk, hogy amióta csak megszülettem, már tudtam, hogy én énekesnő leszek, táncosnő

leszek, és abból is a legjobb, ez az életem célja. Hát hol volt ez nekünk, hogy 15 évesen kiforrottan én azt tudtam mondani, hogy megasztár leszek, és hol fogok énekelni 18 évesen, egyszerűen kiöregítjük őket. Egy Radics Gigi 16 éves. Mi lesz ő 23 évesen?” (médiaszakértők)

2. Gyermeknevelés, családi élet

A gyermeknevelés egy kurrens és színes képet mutató téma, amely főképp a női (nyomtatott és online) magazinokban, de a televíziós műsorokban is megjelenik. Változást mutat a korábbi írások megközelítéséhez, stílusához, tartalmához képest; például az gyermekkorok nem csupán a szép oldalát, hanem az árnyoldalát, nehézségeit is megjelenítik; a gyermek szempontjai mind hangsúlyosabbá váltak, a különböző irányzatokról egyfajta étlap-szerűen válogathat az olvasó.

„Egy csomó frusztrációt is okozunk egyébként, ez a magzati kor, mert jaj, a gyerekekkel foglalkozni kell, és beszélni kell, és ha nem, akkor már rossz anya vagyok.” (médiaszakértők)

„A kamaszokat nagyon problémásnak mutatják be, sokkal inkább, mint a valóság. Egy kamasz tud nagyon aranyos, kedves, bűbájos lenni. Azért nem minden pillanatban hisztis és kiállhatatlan.” (gyermekvédelmi szakértők)

A gyermekvédelmi szakértők azonban úgy értékelték, hogy amennyiben összehasonlítjuk a korábbi, 10-15 évvel ezelőtti, e tematikus egységhez tartozó médiatartalmakat a mostaniakkal, akkor azt figyelhetjük meg, hogy a hangsúlyok eltolódása miatt egy újfajta értelmezési keret konstituálódik a gyermekek, kiskorúak körül. A válaszadók azt tapasztalják, hogy míg korábban a médiatartalmakban megjelenő gyermekek egyértelműen a „mi gyermekeink” voltak, akikkel szemben felelősséggel tartozik az őket körülvevő közösség, addig a jelenben sokkal inkább egyfajta távolítás figyelhető meg, ami tovább erősíti, hogy a kiskorúakról egy torzított kép kerüljön közvetítésre.

„Korábban azon volt a hangsúly, hogy mi hogyan tudunk együtt segíteni, most az van, hogy ki a hunyó a háttérben. Tehát nem segítségre ösztönöz, hanem ítélkezésre.” (gyermekvédelmi szakértők)

„Úgy tudnám fogalmazni, hogy régen ezek a gyerekek a mi gyerekeink, és hogy tudnánk még jobban segíteni, meg a szülőknek is segítséget adni. Most meg vannak az individuumok és mindegyiknek megvan a maga baja. Valahogy nem jön ez át meg a médiumokból, hogy a mindennapokban ezekért a gyerekekért dolgozunk, élünk-halunk.” (gyermekvédelmi szakértők)

Mind a gyermekvédelmi szakértők-, mind a gyermekcsoporton gyermekek és fiatalok által nézett sorozatként került említésre az RTL Klubon aktuálisan futó napi műsor, a Gyanú árnyékában, amelynek részei egy-egy bajba jutott család történetét dolgozzák fel. A fiatalok érdeklődését főképp az izgalmas és fordulatos történetek tartották fenn, de néhányan el is gondolkodtak azon, hogy ők mit csinálnának, ha hasonló helyzetbe kerülnének.

V1: *„Én nem szoktam beleélni magam, csak érdekel, hogy mi fog történni.”*

V2: *„Én igen, néha. Attól függ, milyen történet van.” (gyermekcsoport)*

3. Bűncselekmények – szélsőséges viselkedési minták

A kérdezettek szerint nagyon hangsúlyos faktorként alakítja azt, hogy milyen témájú kiskorúakról szóló tartalom jelenik meg a médiában, az eladhatóságának és kelendőségének mértéke. A klikkverseny és az eladási-nézettségi verseny miatt elsősorban éppen elsősorban a negatív és a szélsőséges történések élveznek prioritást a lehetséges témák között, nevezetesen például a bűnügyek.

“Olyan cikket senki nem fog leközölni, hogy olyan gyerekről írjunk, aki hazamegy az iskolából, leül, megtanulja, megfürdik, megvacsorázik, 8-kor lefekszik aludni és másnap megy az iskolába. Ez egy jó példa volt, hogy a gyerek diszkóba jár, lerészegedik és hajnali 3-kor megy haza. Nagyon kevés cikk jelenik meg arról, hogy valaki derekasan járta az iskolát, kitanulta a kőműves szakmát, hogy élére rakja a téglát és szenzációs szakember, ilyen cikk az kevés, holott ez lenne a jó példa.”
(médiaszakértők)

A válaszadók azt nehezményezték, hogy – elsősorban a bulvár lapok és a kereskedelmi csatornák bulvár tévéműsorai – egyfajta szenzációként tárják a közönség elé, sok esetben az emberi jogokat és a méltóságot sértő módon számolnak be az e tematikus egységbe tartozó történésekről, eseményekről. Nem abban látták tehát a káros hatásukat, hogy beszámolnak ilyen eseményekről, hanem abban, hogy ezek a történetek a legtöbbször nincsenek megfelelően körüljárva és lezárva, csupán addig maradnak a média érdeklődésének középpontjában, amíg szenzáció- és újdonságértékkel bírnak.

“Van különbség, én azt gondolom, hogy az újságokban, és a jobb minőségű újságokban egészen jó cikkek tudnak születni, alaposabban, jobban feldolgozzák az esemény történéseit, míg azt gondolom, hogy a tévében a szenzációt hajtják.”
(gyermekvédelmi szakértők)

További problémaként került említésre a médiaszakértők csoportjában, hogy e témák esetében egy nagyon erős verseny keletkezik az egyes médiumok között, mely versenyben való részvétel visszautasítása anyagi károkat okozhat az adott lapnak, csatornának vagy portálnak.

„Csak a médiának más a működése. Ez nem egy magyar specialitás, így működik mindenhol, mert az emberek erre kíváncsiak, a jóra kevésbé. Ezért aztán sokkal nagyobb hír, ha egy 11 éves gyereket megölnék, mint az, ha egy 11 éves gyerek rendben hazaér az iskolából, mert ezzel nagyon sok mindent nem lehet csinálni. Azt lehet szabályozni, meg abban lehet önkontrollt érvényesíteni, hogy ezekből a nem túl pozitív példákból mennyit engedünk hozzájuk, e tekintetben a nyomtatott sajtó visszafogottabb, már a maga jellemzői miatt is. Aztán a televízió meg az internet, gyakorlatilag nem is lehet elzárni, az, hogy most a médiahatóság rászerez egy 18-as gombot, azzal nem segít, mégis azt mondom még egyszer, hogy jó tanulóból sosem lesz újságcikk.” (médiaszakértők)

„Összességében a médiában most kevesebb gátlás van, nehéz a klikkversenybe nem beszállni, amely az online tartalmak között zajlik.” (médiaszakértők)

4.4 A kiskorúakkal kapcsolatos médiatartalmak megítélése az elérés vonatkozásában

Arra vonatkozóan, hogy melyik csatornán közvetített tartalom éri el könnyebben az érintett korosztályt, a válaszadók körében eltérő vélemény-mintázatok artikulálódtak. A médiában dolgozó szakemberek szerint legsikeresebben a televíziós, majd utána sorrendben az online, s végül a nyomtatott sajtóban megjelenő tartalmak jutnak el a fiataikorúakhoz. Így összességében a résztvevők inkább borúlátók voltak arra nézvést, hogy mennyiben van lehetősége az írott sajtónak tompítani vagy orvosolni azokat a negatívumokat, amelyek a televízióból érkezően hatnak a kiskorúakra.

„Az a gyerek, aki hajlandó egy flekket (hatvan újságsort) elolvasni, ami nem olyan sok, azzal már nem lehet baj. De őszintén megmondom, újságíró vagyok, gyerekeim van, kezébe adtam egy lovakról szóló cikket: 'Olvasd el, baromi érdekes!', és nincs az a pénz, hogy hatvan sort elolvasson belőle. Maximum az első bekezdést, ha ott állok fölötte.” (médiaszakértők)

„A médiafogyasztási szokások jelentősen eltérőek, amennyire én tudom, elsősorban a televíziós tartalmakat fogyasztják, utána az internetet, utána a nyomtatott termékeket, és még ezen belül is a kutatások azt mutatják, hogy elsősorban képeket fogyasztanak, nem olvasnak bele a cikkekbe, mindenképpen a képi megjelenítésnek sokkal nagyobb a felelőssége.” (médiaszakértők)¹

„A nyomtatott sajtó alkalmatlan eszköz, miután nem kerül a gyerek kezébe, és ha gyerek kezébe kerül, akkor sem olvassa el.” (médiaszakértők)

Ezzel szemben a gyermekvédelmi szakemberek szerint kiemelt és egyeduralgó helyzetben az online, s ezen belül is a Facebookon egymás között megosztott, illetve a felhasználó által kedvelt és követett oldalakról érkező tartalmak állnak.

„Totálisan áttevéődött a hangsúly náluk a tévéről a Facebookra. Az olvasás pedig lássuk be, egyszemélyes elmélyült élmény, a Facebook ezzel szemben kapcsolat. Azt éli meg, míg ott van, hogy nincsen egyedül.” (gyermekvédelmi szakértők)

Érdekes összevetni azonban e percepciókat azzal, hogy a gyermekcsoporton résztvevők miket szoktak nézni, olvasni, illetve hallgatni. Az eredmények alapján karakteresen körvonalazódott, hogy bár vásárolják és olvassák is az olyan fiataloknak szóló lapokat, mint az IM, Bravo, Bravo girl, Popcorn, amikor irányítottan rákérdeztünk arra, hogy mondják el, milyen cikkekre, tartalmakra emlékeznek pontosan, a többség nem tudott konkrétumokat mondani, sokkal inkább olyan tematikus részeket említettek, mint sminkelési tippek, zenekarok bemutatása, milyen filmek mennek a mozikban, sztárok magánélete, tesztek.

Egyedül az egyik lány résztvevő tudott konkrét cikket említeni, mely az aktuális tini problémák közül a depresszióval foglalkozott. Mindez párhuzamba állítható azzal az egyik médiaszakértő által felvetett gondolattal, miszerint a gyerekekről szóló médiatartalmak valójában leképezik azt a társadalmi, kulturális folyamatot, amelynek során a fiataikorúak és felnőttek világa között levő határ egyre inkább elmosódik.

¹ Ez egy percepció a médiaszakértői csoport egyik résztvevője részéről, mellyel a csoporttagok közül többen is egyet értettek. A hazai médiafogyasztási kutatási eredmények azonban azt mutatják, hogy míg a tévézésre fordított idő csökken, addig a netezéssel töltött idő nő ebben a korosztályban.

“Olyan iszonyatos osztályharc dűl már most a gyerekek között 10-14 éves korban, kinek milyen cipője, mobiltelefonja van, hová megy továbbtanulni, én például most biztos nem lennék gyerek, annyira kemény már most ebben a korban is, ez a romantika valahogy elveszett ebből a gyerekkorból. Már most nagyon nagy nyomás alatt vannak, nap, mint nap érzem ezt a munkám során is, amilyen témák merülnek fel.” (médiaszakértők)

Nagyon meglepő volt azonban, hogy az online tartalmak közül kizárólag a Facebook, a YouTube, a Google, illetve viccek és képes idézetek gyűjteményét kínáló oldalak kerültek említésre, vagyis egyetlen olyan portál sem, amely egy nyomtatott sajtótermékhez hasonló, szerkesztett tartalmakat, cikkeket kínálna számukra.

„A YouTube-on zenéket, videókat. Vicces videókat. Meg játékvideókat szoktam.” (gyermekcsoport)

„Én idézeteket inkább. Vicceseket is, szerelmes idézeteket, baráti idézetek, minden fajta.” (gyermekcsoport)

Főképp a tematikus tévécsatornákat (Discovery Channel, Viva, History Channel, Comedy Central) preferálják, illetve a kereskedelmi csatornák sorozatait (Barátok közt, Gyanú árnyékában), illetve tehetségkutató műsorait (X-Faktor, The Voice) nézik rendszeresen. A résztvevők közül senki nem említett egyetlen kifejezetten fiataloknak készített műsort sem.

„V1: A Discovery-n az Állítólag-ot nézem.

V2: Meg a Fegyverkovács is ott van. Ez fegyverekről, meg robbanásokról szól.

V1: Az Állítólag meg főleg mítoszokról.” (gyermekcsoport)

Összességében megállapíthatjuk, hogy a gyermekcsoportunk tagjai elsősorban vizuális, s sokkal kevésbé írott tartalmakat fogyasztanak: egyértelműen látszik, hogy nyitottabbak és könnyebben is fogadják be a képeket szemben a szövegekkel, s jobban is emlékeznek rájuk.

Mindez azért is érdekes, mert a másik két csoportbeszélgetésen éppen a vizuális vs. írott tartalmak összehasonlításakor merült fel, hogy melyik milyen hatással bír, s milyen kontextust teremt az adott narratíva köré. A médiaszakértők úgy vélekedtek, hogy egy vizuális tartalom, egy képi anyag esetében a nézőben többnyire nem merül fel a kétely, hogy amit lát az igaz-e vagy sem, ezzel szemben egy írott tartalom az olvasóban sokkal inkább felveti a viszonylagosság kérdését.

„Egy fotót mindenki elfogad tényyszerűnek, amit ott lát, még ha esetleg nem is igaz, elfogadja igaznak. De egy szöveggel két lehetőség van: vagy elfogadja igaznak, vagy nem fogadja el igaznak.” (médiaszakértők)

A csoportbeszélgetésen résztvevő gyerekek mindegyikénél megfigyelhető továbbá az is, hogy egyfelől olyan témák iránt érdeklődnek, amelyek nem kifejezetten nekik készültek, másfelől viszont még keresik a főképp gyermekeket célzó képi és szöveges tartalmakat is. E mögött az áll, hogy a résztvevők egy átmeneti korcsoportba tartoznak: úgy érzik, hogy már kiléptek a szigorúan vett gyerekkorból, de még nem tartoznak a felnőttek világába sem, ezért a választásaikból előálló „médiafogyasztási képük” nagyon vegyes, és sok esetben ellentmondásosnak is tűnik.

„A Metropolisban vannak Garfield viccek a végén, meg néhány képregény is. Ezeket mindig megnézem.” (gyermekcsoport)

*„A Blikket azért, mert tetszik a címlapon lévő fotó ☺. Van benne olyan, hogy hírek, felkelti a figyelmemet egy-két cikk. Például egy olyan sztárról, aki érdekel.”
(gyermekcsoport)*

4.5 Három konkrét, kiskorúakkal kapcsolatos esemény médiában való megjelenítésének megítélése

A csoportbeszélgetéseken arra is választ kerestünk, hogy konkrét eseményekről, történésekről megszületett médiatartalmak által milyen kép kerül közvetítésre a kiskorúakról, fiatalokról. Éppen ezért előzetesen, a tartalomelemzés eredményei alapján kiválasztottunk három olyan témát, amely kifejezetten sűrűn került tárgyalásra a 2012. szeptember-október között a magyar médiában.

4.5.1 Napi kötelező testnevelés óra bevezetése

A napi kötelező testnevelés óra bevezetése csupán a médiaszakértők csoporton került spontán említésre olyan témaként, amely egyfelől kiskorúakkal kapcsolatos tartalmakat generált a médiában, másfelől az online tartalmak esetében az olvasók körében sűrűbb kommentelést váltott ki. A résztvevők azonban nagyon hangsúlyosan a mellett érveltek, hogy szerkesztői és cikkírói oldalról tekintve e téma kapcsán született tartalmak kevésbé szóltak magukról a gyerekekről, mint sokkal inkább az iskolákra, azok aktuális helyzetére voltak kihegyezve, vagyis materiális és humán erőforrásbeli felkészületlenségeikről, hiányosságairól és nehézségeikről szóltak.

„Ez nem a kiskorúakról szólt a médiában, hanem arról, hogy hoztak egy szabályt, amit nem lehet betartani, mert alkalmatlan minden körülötte: nincs öltöző, nem tudnak zuhanyozni, nem zárhatja el az értékeit, nincsen tornaterem, sorolhatnám.” (médiaszakértők)

Annak ellenére, hogy mind a gyermekvédelmi szakértők, mind a gyerekek spontán nem, csupán irányított rákérdezés után tudták felidézni olyan kiskorúakkal kapcsolatos témaként a napi kötelező testnevelés óra bevezetését, amely a közelmúltban sűrűn került tárgyalásra az egyes médiumokban, jól látható, hogy egy teljesen másfajta értelmezési keretben tekintettek erre, mint a médiaszakértők.

Szerintük e tematika kapcsán a kiskorúakról a média által közvetített kép olyan elemeket is tartalmazott, amelyek egyfelől inkább negatívak, másfelől a túlzott általánosítás miatt nem fedik a valóságot, nevezetesen a következők:

- Nem sportolnak
„Persze van olyan, aki nem sportol külön, annak muszáj járni heti ötre, nekem ki lehetett kettőt váltani az edzéssel. Akinek ez nem sikerült, annak kilenc órája is van egy nap. Az azért nagyon sok már.” (gyermekcsoport)
- Elhízottak, lusták
- Kizárólag motiváció-hiány miatt nem sportolnak, s nem a túlterheltség vagy időhiány miatt

*„Főleg a negatívumokat hangsúlyozták velük kapcsolatban: hogy kövérek, nem mozognak eleget. Inkább tévéznek, eszik a chipset és isszák a kólát.”
(gyermekvédelmi szakértők)*

Mindezt az egyik gyermekvédelmi szakértő (a gyerekek ilyen mélységben nem tudták értelmezni e jelenséget) a kísérő képek alkalmazásában érezte leginkább problematikusnak, amikor a szövegeket olyan illusztrációkkal látták el, amelyeken láthatóan túlsúlyos gyerekeket mutattak testnevelés óra közben.

E mellett azonban a gyermekvédelmi szakértők azt is hiányolták, hogy a médiumok – s ezen belül is elsősorban a sugárzott média – nem hangsúlyozták ki eléggé a téma egyik nagyon fontos aspektusát, nevezetesen a társadalom és a gyereket körülvevő mikrokörnyezet felelősségét, és az aktuálisan fennálló nagyon egyenlőtlen helyzet meglétét. Hiszen véleményük szerint ma Magyarországon nincsen minden gyereknek lehetősége sportolni lakóhelye, családja anyagi lehetőségei, stb. okán, és a kötelező testnevelés óra bevezetésével sem kapja meg mindenki a szükséges támogatást és egyenlő esélyeket a sportoláshoz való hozzájutás terén.

4.5.2 Az iskolaköpeny kötelezővé tétele

E média által tárgyalt tematika mindhárom csoportbeszélgetésen a spontán említések között szerepelt, de ennek kapcsán is nagyon eltérő értelmezési kereteket azonosíthattunk az egyes szegmensek részéről.

A médiaszakértők sokkal inkább egy leíró, a világ országaiban aktuálisan már létező iskolai egyenruhák áttekintő bemutatását érezték hangsúlyosnak a nyomtatott sajtómegjelenésekben, s vagy egy pro és kontra egyaránt kiegyenlített, vagy inkább semleges, az egyik oldal felé sem elbillenő hozzáállást tapasztaltak mind az online, mind a nyomtatásban megjelent cikkek írói részéről.

„Nálunk volt egy összeállítás erről a témáról, hogy a világ különböző tájain milyen iskolai egyenruhák vannak, de abba nem mentünk bele, hogy ezt most helyes vagy sem bevezetni köpeny formájában Magyarországon.” (médiaszakértők)

Az egyik online portál szerkesztője az e témában született írások kommentjeinél azonban hangsúlyos sűrűsödést tapasztalt, amelyből arra következtetett, hogy a téma amellet, hogy nagyon megosztó, kiemelkedően foglalkoztatja is az érintett korosztályt, mivel a számukra elengedhetetlenül fontos önkifejezési eszközükre, az öltözködésre vonatkozik.

„K: Ez egy olyan téma volt, amiről szívesen beszéltek?

V: Igen, erről nagyon sok véleményt, hozzászólást kaptunk.

K: Erősebb volt, mint a kötelező tornaóra?

V: Sokkal, igen. Minden sokkal jobban foglalkoztatja őket, ami a külsejükkel kapcsolatos. Nagyon érdekes ebben a korcsoportban, s ami mindig is jelen volt, csak a mostani generációnál sokkal erősebb: ez az exhibicionizmus. Hogy hogyan néznek ki, az mindig nagyon érdekli őket, és érdekes módon a tornaóra bevezetésének is volt egy olyan aspektusa, hogy 'az a zavaró benne, hogy le kell vetkőznöm, hogy nem mindegy, hogy most kövér vagyok, vékony a lábam, satöbbi.' (médiaszakértők)

A gyermekvédelmi szakértők részéről egyfelől egy nosztalgikus hozzáállás volt tapasztalható magához a kezdeményezéshez, másfelől pedig a mindennapi munkájuk során szerzett saját, főképp negatív tapasztalataik alakították azt, hogy hogyan ítélték meg azt, hogy kötelező legyen-e újból az iskolaköpeny. Leginkább azt nehezményezték, hogy a nyomtatott, sugárzott és online médiatartalmak szerintük sokkal inkább arról szóltak, hogy azért van szükség az iskolaköpenyre, hogy a diákok közötti – az öltözködésükben is megjelenő – anyagi és társadalmi különbségeket eltakarják, s

kevésbé vagy egyáltalán nem helyeztek hangsúlyt arra a – szerintük – sokkal fontosabb kérdéskörre, hogy a diákok nem megfelelően öltözködnek az iskolákban.

„K: Az újságcikkekben, a műsorokban megjelent ez, hogy mondjuk azért kéne a köpeny, mert nem megfelelően öltözködnek?”

V1: Nem.

V2: Arra volt kihegyezve, hogy ne látsszon a különbség.

V1: Igen.” (gyermekvédelmi szakértők)

„Hát hogy mennek ki, látom reggel a gyerekeket, én még diszkóba nem mentem így anno. Kifestve, nyolcszínű hajjal...” (gyermekvédelmi szakértők)

A gyerekek az egyéniségnek és az individuum döntési lehetőségének elvesztéseként értékelték magát a felvetést, s elsősorban azzal a médiában megjelenő és őket jellemző „képpel” vitatkoztak némileg hevesebben, hogy ők felszínesek lennének, s elsősorban a külsőségek mentén választanának barátokat vagy ítélnének meg másokat az iskolában.

„V1: Azt mondják, hogy azért lenne jó, hogy a diákok ne abból ítéljék meg a másikat, hogy ez full gazdag, mert olyan márkás cuccai vannak, ez meg szegényes.

K: És mit gondolsz, tényleg ilyenek a fiatalok?”

V1: Nem, nálunk ilyen nincsen szerencsére.

V2: Nálunk sem.” (gyermekcsoport)

Az iskolaköpeny kötelezővé tétele kapcsán a kiskorúakról a média által közvetített kép központi eleme a következő volt:

- Hátrányosan megkülönböztetik azokat, akik nem a „menő” ruhákba öltöznek

4.5.3 A kaposvári gyermekgyilkosság

Mindhárom csoportbeszélgetésen még a beszélgetések kezdetén felmerült a résztvevők részéről a kaposvári kisfiú meggyilkolása, amelyet egybehangzóan a média által kifejezetten sűrűn tárgyalt történésként észleltek, s amely kivétel nélkül minden résztvevőhöz eljutott, s nagyon erős érzelmi reakciókat váltott ki. A gyermekcsoportokon ez hangsúlyosan olyan témának mutatkozott, amely a mindennapi, szüleikkel folytatott beszélgetéseikbe is bekerült.

„K: Emlékszel esetleg olyan témára, amit anyáékkal is megbeszéltek?”

V: Én igen. A Szita Bence gyilkosság. Meg is néztük anyáékkal a Frizbit.” (gyermekcsoport)

Abban mindkét szakértői csoporton résztvevők egyetértettek, hogy e rendkívül tragikus történet elsősorban azt mutatta meg számukra, hogy egy gyermek alapvetően kiszolgáltatott helyzetben van, s e miatt könnyen válhat áldozattá. Továbbá azt a kérdést vetette fel bennük, hogy mennyire veszi körül a kiskorúakat ma aktuálisan Magyarországon egy olyan közeg vagy akár intézményi rendszer, amely hatékony védelmet tud nyújtani a számukra.

„Az egész magyar helyzet ijesztő. Hogy lehet, hogy egy anya elengedi magától a gyermekét csak azért, mert azt gondolja, hogy a jobb anyagi körülmények miatt lesz majd jobb élete.” (gyermekvédelmi szakértők)

Nagyon fontosnak tartjuk, s jól mutatja azt, hogy egy kiskorúval kapcsolatos történés médiában való bemutatása, reprezentációja mennyire felelősségteli feladat, hogy a médiaszakértői csoport egyik résztvevője arról számolt be, hogy az ő lapjuk saját belső korlátozási jogával élt, és egy belső megbeszélés során arról döntöttek közösen, hogy nem számolnak be arról, hogy a kislány még életben volt, mikor eltemették a gyilkosai. Úgy ítélték ugyanis, hogy ezzel egyfelől sértik a gyermek jogait, illetve az öt gyászoló érzéseit, másfelől az adott olvasói közönség számára egy félelmet és szorongást keltő üzenetet közvetítenek.

„Szerintem ez a része nagyon nehéz, amikor áldozat lesz belőlük és azt hogyan tálaljuk, hogyan közöljük.” (médiaszakértők)

„A szerkesztőségben belül komoly beszélgetések voltak, hogyan dolgozzák fel, és hát mi írtuk meg először, de aztán lemaradtunk mondták többen és nem akarom festeni magunkat, de a szerkesztőség úgy döntött, hogy önmérsékletet tanúsít, például, egy héttel korábban tudtuk, hogy élt valamilyen fokon, amikor eltemették, ezt abszolút nem írtuk meg például, ebben az ügyben ez a döntés született.” (médiaszakértők)

Összességében a médiaszakértők abban érezték elsősorban a média és a saját felelősségüket – s ez a konkrét eset kapcsán is az egyik legfontosabb következtetésük volt, hogy az általuk közvetített kép mennyiben üzeni azt az olvasóknak, hogy a gyermekeket egy kifejezetten veszélyes “világ” veszi aktuálisan körül, s ezáltal éppen ellenkező hatást elérve, torz és negatív érzéseket erősít meg bennük.

„Az nagyon fontos szempont, hogy az az adott lap vagy az adott site mit akar elmondani. Tehát, hogy ez egy olyan hely, ahol rettegni kell, és ki se menj az utcára anélkül, hogy gázspray legyen a táskádban és folyamatos szorongás az élet, vagy azt sugalljuk, hogy ilyenek mindig is történtek, csak most sokkal szélesebb rétegben, sokkal több részletet tud róla sokkal több ember. Ilyen szempontból nagyon fontos, hogy mennyi önmérsékletet tanúsít egy adott szerkesztőség, milyen szempontok vezérlik a vezetőt adott helyzetben, és ennek megfelelően mozdul rá a lap vagy a site.” (médiaszakértők)

„Az mindenképpen érdekes, hogy sokkal veszélyeztetettebbnek érezzük vagy tüntetjük fel a gyerekeket, mint amilyenek valójában.” (médiaszakértők)

Mellékletek

| | | |
|----------------------------------------------------------------|--|--|
| 5. könnyen barátkozik, szeret társaságban lenni | | |
| 6. nehezen igazodik el az ismeretlen helyeken | | |
| 7. hamar megszokja az új helyeket, nem izgul egy új helyzetben | | |
| 8. jó vele beszélgetni | | |
| 9. inkább otthon szeret lenni | | |

MINDENKI AZ IGAZAT VÁLASZTJA A KÖVETKEZŐ KÉRDÉSEKRE: 1., 3., 5., 7., 8.

LAPOLVASÁSI SZOKÁSOK

8.A Megmondanád, kérlek, hogy a következőkben felsorolt lapok közül melyiket és milyen rendszerességgel szoktad elolvasni? (az elmúlt fél évre gondolj!)

- | | | | |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------|---------|
| 1. Metropol | A. gyakran (szinte mindegyik számot) | B. ritkán | C. soha |
| 2. Popcorn | A. gyakran (szinte mindegyik számot) | B. ritkán | C. soha |
| 3. Bravo | A. gyakran (szinte mindegyik számot) | B. ritkán | C. soha |
| 4. IM (Ifjúsági Magazin) | A. gyakran (szinte mindegyik számot) | B. ritkán | C. soha |
| 5. Egyéb, éspedig (Pl.: Blikk, 100XSzép, stb.):..... | A. gyakran (szinte mindegyik számot) | B. ritkán | C. soha |

FIGYELD A KVÓTÁT! VEGYESEN A FELSOROLT LAPOK KÖZÜL, MINDENKI LEGALÁBB EGYET RENDSZERESEN OLVAS!

8.B Megmondanád, kérlek, hogy az előzőekben felsorolt lapok online változatát is szoktad-e olvasni?

1. Igen, rendszeresen 2. Igen, de ritkán 3. Nem, soha

ONLINE LAPOKAT IS OLVASNAK!

8.C Megmondanád, kérlek, hogy miket szoktál még olvasni, milyen lapokat, oldalakat az interneten?

.....

TÖBBFÉLE OLDALT IS FELSOROLNAK!

9. Megmondanád, kérlek, hogy a fentiek közül melyik a kedvenced, melyiket szereted a legjobban?

.....

VEGYESEN, LEGALÁBB CSOPORTONKÉNT EGY A FENTI LAPOK KÖZÜL EGY FŐNEK A KEDVENCE!

10. Mondd meg, kérlek azt is, hogy miért szereted ezt a lapot, magazint?

.....

FIGYELD, HOGY MENNYIRE TUDJA GYORSAN ÉS ÜGYESEN MEGFOGALMAZNI A GONDOLATAIT! CSAK OLYAT SZERVEZZ, AKINEK NEM OKOZ GONDOT, HOGY SZÉPEN KIFEJTSE AZ ÉRVEIT AZ ADOTT KEDVENC LAPJA MELLETT, S NEM IJED MEG A FELADATTÓL!

HA A KÉRDEZETT MINDEN SZEMPONTNAK MEGFELEL, HÍVD MEG A BESZÉLGETÉSRE. HOZZON MAGÁVAL EGY FÉNYKÉPES IGAZOLVÁNYT, AMENNYIBEN VAN NEKI!

A SZÜLŐI BELEEGYEZŐ NYILATKOZATOT IS ÍRASD ALÁ, MAJD KÉRD EL ÉS CSATOLD A SZÜRŐKÉRDŐÍVHEZ! A CSOPORTRA CSAK OLYAN JÖHET, AKINEK VAN ÍRÁSOS SZÜLŐI BELEEGYEZŐ NYILATKOZATA.

A SZÜLŐNEK MONDD EL, HOGY TERMÉSZETESEN VAN MÓD ARRA, HOGY A GYERMEKÉT MEGVÁRJA EGY KÜLÖN HELYISÉGBEN!

| | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------|----------|-------------------------------|
| dátum: | Kérdező: | A kérdezett részt vesz-e? | Igen | Nem |
| A válaszadás önkéntes! | | | | |
| Szűrőkérdőív a Médiatartalmak nevű fókuszcsoportos munkához – Szakértői csoport | | | | |
| Jó napot kívánok! vagyok, az Ipsos Média, Vélemény és Piackutató Intézet munkatársa. Jelenleg egy kiskorúakról szóló tartalmak médiában való jelenlétéről szóló csoportos beszélgetéshez keresünk résztvevőket. A beszélgetésen Önhöz hasonlóan olyan szakértők vesznek részt, akik a mindennapi munkájuk során foglalkoznak családokkal, gyermekekkel. Mivel mi kifejezetten olyan szakértőket keresünk, akik foglalkoznak gyermekekkel, fiatalokkal, kérem, engedje meg, hogy feltegyek néhány kérdést. | | | | |
| 1. A kérdezett neme (NE KÉRDEZD, CSAK JELÖLD): | | 1. Nő | 2. Férfi | |
| 2. Kérem, mondja meg, hogy az alábbi területek közül, Ön melyiken dolgozik, tevékenykedik? | | | | |
| 1. Gyermekevédelem területén | | 2 FŐ CSOPORTONKÉNT! | | |
| 2. Szociális munkásként | | 2 FŐ CSOPORTONKÉNT! | | |
| 3. Családvédelmi területen, családsegítőben | | 2 FŐ CSOPORTONKÉNT! | | |
| 4. Gyámügyben | | 2 FŐ CSOPORTONKÉNT! | | |
| 3. Kérem, mondja meg, hogy Ön foglalkozik-e, kapcsolatba kerül-e a munkája során fiatalokkal, gyermekekkel? | | | | |
| 1. Igen | | 2. Nem | | KÖSZÖNJ EL! |
| 4. Kérem, mondja meg, hogy hány éve dolgozik e területen? ÍRD IDE, MAJD JELÖLD: éve | | | | |
| 1. Kevesebb, mint egy éve | | KÖSZÖNJ EL! | | |
| 2. 1-3 éve | | | | |
| 3. 3 évnél régebben | | | | |
| MINDENKI LEGALÁBB 1 ÉVE DOLGOZIK E TERÜLETEN! | | | | |
| 5. Kérem, mondja meg, hogy mi az Ön pontos végzettsége: | | | | |
| A KÖVETKEZŐ VÉGZETTSÉGŰ EMBEREKET KERESSÜK: SZOCIÁLIS MUNKÁS, SZOCIOLÓGUS, PSZICHOLOGUS, MENTÁLHIGIÉNIÉS SZAKEMBER, FEJLESZTŐ PEDAGÓGUS! | | | | |
| 6. Megmondaná, kérem, hogy magyar állampolgár-e? | | | | |
| 1. igen | | 2. nem | | FEJEZD BE A KÉRDEZÉST! |
| 5. Dolgozik-e jelenleg vagy dolgozott-e az elmúlt öt évben Ön vagy valamely közeli hozzátartozója az alábbi területek valamelyikén? OLVASD FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! | | | | |
| 1. Hirdetés / promóció | | | | |
| 2. Média (TV, rádió, sajtó, Internet) | | | | |
| 3. Marketing/piackutatás | | | | |
| 4. Újságírás | | | | |
| 5. Public Relations | | | | |
| 7. Lapterjesztés, lapkiadás | | | | |
| AKI A FENTI TERÜLETEK BÁRMELYIKÉT MEGNEVEZI, NEM KERÜLHET A CSOPORTBA! | | | | |
| 6. Vett-e már részt fókuszcsoportos beszélgetésen, mélyinterjún vagy terméktesztelésen? | | | | |
| 1. még soha | | 2. igen | | FEJEZD BE A KÉRDEZÉST! |
| AMENNYIBEN A KÉRDEZETT MÁR VETT RÉSZT KVALITATÍV KUTATÁSBAN, NEM KERÜLHET A CSOPORTBA! | | | | |
| HA A KÉRDEZETT MINDEN SZEMPONTNAK MEGFELEL, HÍVD MEG A BESZÉLGETÉSRE. HOZZON MAGÁVAL EGY FÉNYKÉPES IGAZOLVÁNYT! | | | | |

6.2 Guide-ok

Guideline

a *Médiatartalmak* nevű fókuszcsoportos kutatáshoz – Szakértői csoport

Kb. 120 perc

1. BEMUTATKOZÁS (10 PERC)

A MODERÁTOR BEMUTATKOZIK, ELMONDJA A PIACKUTATÁS LÉNYEGÉT, JELLEMZŐIT.

KÖRÜLMÉNYEK BEMUTATÁSA (VIDEÓ ÉS HANGFELVÉTEL, DETEKTÍV TÜKÖR, ADATOK BIZALMASSÁGA, IDŐKERETEK)

BEMUTATKOZÁS (MUNKAHELY, BEOSZTÁS)

2. KISKORÚAKRÓL SZÓLÓ CIKKEK A KÜLÖNBÖZŐ MÉDIÁBAN

- Hogyan jelennek meg a kiskorúakról szóló témák a különböző médiában?
 - Milyen szabályokat kell követni, betartani?
 - Hol és milyen szerepe van a médiának a közvélemény kiskorúakról kialakított képének befolyásolásában?
 - Mennyire jellemző a kiskorúakat hátrányosan érintő témák megjelenítése?
 - Hogyan változott ez a megjelenítési mód, az elmúlt 10-15 évben? Milyen tendenciák figyelhetők meg?
 - Milyen területei vannak a kiskorúakról szóló cikkeknek? Hogyan lehet ezeket csoportosítani?
 - Hogyan hat a kiskorúakra ezen témák megjelenése a médiában?
- KÉRDEZZ RÁ A KÖVETKEZŐKRE:
- Személyiségfejlődés
 - Egyéniség kialakulása
 - Példaképek, referenciák
 - Életmód

- Mondjanak **pozitív** példákat a kiskorúak médiában való megjelenésére?
- Miért gondolják ezeket pozitív példának?

- Mondjanak **negatív** példákat a kiskorúak médiában való megjelenésére?
- Miért gondolják ezeket negatív példának?
- A kiskorúakról a médiában megjelenő kép mennyire tükrözi a valóságot?
- Hol vannak az eltérések?
- Ha pl. 100 év múlva kezünkbe kerülne egy 2012. szeptemberi összes nyomtatott és on-line sajtóanyag, mit gondolnánk a kiskorúakról pusztán ezek alapján, ami a médiában megjelent?
- Vannak-e stílusbeli eltérések az egyes médiatípusokban a kiskorúakról szóló hírek vonatkozásában?
- Mondjanak konkrét példákat!
- Kik a legveszélyeztetettebb csoportjai a kiskorúaknak, akiket leginkább negatívan érinthet a médiában való megjelenés?
- Hogyan tudnak az érintettek megnyilvánulni a médiában, megszólalni, látszódni?
- Hogyan folyik az események utánkövetése a sajtóban?

- Vannak-e pozitív példák, akikről pozitív vagy a valóságnál pozitívabb képet fest a média?

3. KONKRÉT PÉLDÁK, ESEMÉNYEK, MEGJELENÉSEK

- Milyen események, történések média megjelenése gyakorol leginkább hatást a kiskorúakra?
- Milyen ez a hatás? Mitől függ ez?
- Melyek voltak az elmúlt hónapokban azok a témák, amely kiskorúakat érintettek és nagy médiavisszhangjuk volt? Mondjanak konkrét példákat!

HA NEM EMLÍTIK, KÉRDEZZ RÁ:

- Hogyan jelent meg a médiában a **kötelező testnevelésóra**k bevezetése? Milyen cikkek jelentek meg róla? Milyen képet festettek ezek a megjelenések a kiskorúakról?
- Hogyan jelent meg a médiában **az iskolaköpeny újbóli kötelezővé** tételének ötlete? Milyen típusú cikkek jelentek meg erről? Hogyan mutatta ez be a kiskorúakat?
- Hogyan befolyásolták ezek a cikkek a kiskorúakról kialakított képet?
- Hogyan jelent meg a kaposvári gyilkosság a médiában? Mi volt ezekről a média-megjelenésekről a véleményük?
- Hogyan jelent meg ezekben a cikkekben a kiskorúak védelme?
- Hogyan fog változni a kiskorúak média-megjelenése a jövőben?

4. BEFEJÉZÉS, AJÁNDÉKOK ÁTADÁSA

- Maradt-e még bármi, ami a téma kapcsán fontos, de nem beszéltünk róla?

A MODERÁTOR MEGKÖSZÖNI A CSOPORTNAK A RÉSZVÉTELT, ÁTADJA AZ AJÁNDÉKOT, MAJD ELKÖSZÖN.

Guideline

a Médiatartalmak nevű fókuszcsoportos kutatáshoz – Gyerekcsoport Kb. 120 perc

I. BEMELEGÍTÉS (10 PERC)

A MODERÁTOR ISMERTETI A TECHNIKAI FELTÉTELEKET (AUDIO- ÉS VIDEOFELVÉTEL KÉSZÍTÉSE, ANNAK OKA), ELMONDJA A FÓKUSZCSOPORTOS BESZÉLGETÉSEK ALAPVETŐ JELLEMZŐIT. FELHÍVJA A RÉSZTVEVŐK FIGYELMÉT A BESZÉLGETÉS SZABAD JELLEGÉRE, BÁTORÍTTJA ŐKET, HOGY NYUGODTAN MONDJANAK BÁRMIT, AMI A TÉMÁVAL KAPCSOLATBAN ESZÜKBÉ JUT, NINCSENEK JÓ VAGY ROSSZ VÁLASZOK. BEMUTATKOZIK, MAJD MEGKÉRI A CSOPORTTAGOKAT, HOGY MUTATKOZZANAK BE.

II. MÉDIAFOGYASZTÁSI SZOKÁSOK ÉS A NÉZETT/HALLGATOTT/OLVASOTT MÉDIUMOK MEGÍTÉLÉSE (40 PERC)

NYOMTATOTT SAJTÓ / ONLINE MEDIA / TELEVÍZIÓ / RÁDIÓ:

- Milyen újságokat olvastok / Tévécatornákat néztek / Rádióadókat hallgattok / Online felületeket látogattok?

A MODERÁTOR KÁRTYALAPOKRA ÍRJA AZ EMLÍTÉSEKET, S ÜGYEL ARRRA, HOGY A KÖVETKEZŐ LAPOK A FELSOROLTAK KÖZÖTT LEGYENEK: 100XSZÉP, METROPOL, BRAVO, IM, POPCORN.

A KÖVETKEZŐ KÉRDÉSEK MENTÉN BESZÉLI MEG A CSOPORT AZ ÖSSZES KÁRTYALAPRA KERÜLT EMLÍTÉST:

- Mit szerettek benne? Mit nem szerettek benne?
- Milyen ez a lap/csatorna/adó szerintetek? Milyen jelzőkkel lehetne bemutatni?
- Melyik mit ad nektek? Miben hasznos ez számotokra? Milyen információkat ad nektek?
- Milyen ennek a lapnak / műsornak / oldalnak a hangvétele? Inkább pl. barátságos, kioktató, lekezelő, zavaros, részrehajló – valamelyik oldal felé, semleges, ítélező?
 - Szeretitek ezt benne vagy nem? Miért?
 - Milyen témákkal foglalkozik?
 - Van-e benne olyan, ami fiatalokról / gyerekekről szól?
 - Mondjatok konkrét példákat is, amikre emlékeztek, és fiatalokról, gyerekekről szóltak!
 - Hogyan írnak /szólnak ezek a fiatalokról? Mit mondanak, milyenek a fiatalok?
 - Milyen cikkekkel / műsorokkal lehet itt találkozni?
- Kiknek szól ez főleg? Inkább nektek, hozzátok hasonló korúaknak vagy inkább felnőtteknek?
 - Miben látszik az, hogy egy újság inkább fiataloknak szól vagy inkább felnőtteknek szól?

III. A FIATALOKKAL KAPCSOLATOS TÉMÁK MEGJELENÉSE AZ EGYES MÉDIUMOKBAN, LAPOKBAN (40 PERC)

- Mindegyikben jelennek meg olyan témák, cikkek, műsorok, amelyek a fiatalokkal, gyerekekkel kapcsolatosak. Próbáljuk most összegyűjteni az összes lehetséges témát, ami fiatalokkal, gyerekekkel kapcsolatban megjelenik mostanában!
 - Miket olvastok / láttatok legutóbb, amelyek fiatalokkal kapcsolatosak?
 - Milyen témák jellemzőbbek szerintetek mostanában?

A MODERÁTOR FLIPCHARTRA ÍRJA AZ EMLÍTÉSEKET. AMENNYIBEN NEHEZEN ÉRTIK A KÉRDÉST, A MODERÁTOR SEGÍT, S A KÖVETKEZŐKRE IRÁNYÍTOTTAN IS RÁKÉRDEZ:

- ISKOLA, ISKOLAI ÉLET, TANÁR-DIÁK VISZONY, TOVÁBBTANULÁS,
 - DIVAT, ISKOLAI ÖLTÖZKÖDÉS,
 - ZENE, FILMEK, TÁNC
 - SPORT
 - SZÓRAKOZÁS,
 - PROBLÉMÁK, VESZÉLYEK (DROG, ALKOHOL),
 - SZERELEM, PÁRKAPCSOLAT, STB.
- Mit olvastatok, hallottatok konkrétan ezzel kapcsolatban? Mondjatok minél több példát nekem!

MINDEN KONKRÉT EMLÍTÉS KAPCSÁN A MODERÁTOR RÁKÉRDEZ A KÖVETKEZŐKRE:

- Szoktatok-e erről másokkal is beszélgetni?
 - Nagyon érdekelne, hogy erről mi a barátaitok, osztálytársaitok véleménye? Ők mit gondolnak erről?
 - És a születek milyen véleményen vannak?
 - És a tanáraitok?
 - És ti magatok?
- Beszéltünk az előbb az összes olyan lapról, csatornáról, stb. amelyet néztek, olvastok. Most játszunk egy kicsit! Azt szeretném kérni, hogy próbáljuk meg ezeket oly módon csoportosítani, hogy
 1. Inkább **milyen témák** jelennek meg bennük? Csináljunk egy olyan csoportot az újságokból, tévéműsorokból, online oldalakból, ahol inkább az ISKOLÁ-val kapcsolatos dolgokról lehet olvasni, hallani! Egy másikat pedig azokból, ahol inkább a SZÓRAKOZÁS-sal kapcsolatosakról, és így tovább!
 2. Most próbáljuk meg egy másik szempont szerint is csoportosítani ezeket, mégpedig a szerint, hogy **hogyan mutatják be a fiatalokat!** Csináljunk egy olyan csoportot, ahova azok a lapok, oldalak, műsorok kerülnek, ahol úgy mutatják be a fiatalokat, gyerekeket, ahogy az nekünk tetszik, amivel mi is egyet tudunk érteni! És csináljunk egy másik csoportot, ahova meg azok kerülnek, amelyekben torz, nem igaz, ahogy a fiatalokat, gyerekeket bemutatják!
 - Mit csinálnak ezek jól, akik az első csoportba kerültek?
 - És miben hibáznak ezek, akik a másik csoportba kerültek?
- Tudtok-e konkrét példákat felidézni: cikkeket, műsorokat, amelyekben inkább pozitívan jelennek meg a fiatalok szerintetek?
- És tudtok-e olyat felidézni, amit láttatok, olvastatok, hallottatok, s utána rossz érzések lettek tőle, mert nem úgy mutatták be a fiatalokat, ahogy kellett volna?
- Vannak-e olyan a fiatalokkal kapcsolatos témák, amelyek szerintetek hasznosak? Amelyekből számotokra is tanulságok szűrhetők le! Miért gondoljátok ezeket hasznosnak?
- És vannak-e olyanok, amelyek szerintetek károsak valamilyen okból? Akár mert torz képet közvetítenek a fiatalokról, akár mert olyan témák állnak a középpontjukban, amelyek negatívak, stb.

IV. LEGJELLEMZŐBB TOPIKOK (KÖPENY, KÖTELEZŐ TESTNEVELÉSÓRA, STB.) (30 PERC)

- Átnéztem jó néhány online és nyomtatott sajtóterméket az elmúlt időszakban, és két olyan témát találtam, amelyek a legtöbbször, legsűrűbben jelentek meg a fiatalokkal, gyerekekkel kapcsolatban:
 - Az egyik a napi kötelező testnevelés óra
 - A másik pedig, hogy legyen-e újra kötelező az iskolaköpeny.
- Kezdjük a testnevelés órával!

A MODERÁTOR A KÖVETKEZŐ KÉRDÉSEK MENTÉN BESZÉLI MEG MINDKÉT TÉMÁT A CSOPORTTAGOKKAL:

- Mit hallottatok ti erről?
 - Beszélgettetek-e osztálytársakkal, barátokkal erről a témáról? Miket pontosan?
 - És a születeknek mi a véleménye erről? Ők mit gondolnak?
 - Iskolában téma-e ez? A tanárok hogyan gondolkodnak erről szerintetek?
 - És ti mit gondoltok?
- Kíváncsi volnék arra is, hogy ti emlékeztek-e bármire, hogy akár a kedvenc lapjaitokban, online oldalaitokon hogyan jelent meg ez a téma?
- Miket olvastatok róla?
 - Milyenek találtátok ezeket?
 - Mi volt a véleményetek róluk?
- Hogyan írtak e téma kapcsán a fiatalokról szerintetek?
- Vontak-e le általános megállapításokat a fiatalokról e téma kapcsán?
 - Mikre emlékeztek konkrétan?
- Összességében, ha véleményt kellene mondanotok róla, akkor ti mit írtatok volna e téma kapcsán?
 - Mennyire mást / ugyanazt, mint ami ezekben a lapokban megjelent? Miért?

V. BEFEJEZÉS, BÚCSÚ

- Maradt-e még bármi, ami a téma kapcsán fontos, de nem beszéltünk róla?

A MODERÁTOR MEGKÖSZÖNI A CSOPORTNAK A RÉSZVÉTELT, ÁTADJA AZ AJÁNDÉKOT, MAJD ELKÖSZÖN.