

**A változó apakép vizsgálata az Instagram posztok
tükrében**

Jelige: MIV927

Dolgozat lezárásának dátuma: 2023. 01. 11.

TARTALOMJEGYZÉK

<u>1. BEVEZETÉS.....</u>	<u>4</u>
<u>2. APASÁG A MÚLTBAN ÉS NAPJAINKBAN.....</u>	<u>5</u>
2.1. NEMI SZEREPEK, CSALÁDMODELLEK ÁTALAKULÁSA.....	6
2.2. VÁLTOZÓ MASZKULINITÁS – ÚJ FÉRFI ÉS APA IDENTITÁS	8
2.3. APATÍPUSOK ÉS APASZEREPEK.....	9
2.3.1. HAGYOMÁNYOS ÉS MODERN APATÍPUS.....	10
2.3.2. A GYERMEKÉVEL OTTHON MARADÓ APA	11
2.4. APÁK BEVONÓDÁSA A GYERMEKNEVELÉSBE.....	12
<u>3. KÉPEK FELHASZNÁLÁSA A TÁRSADALOMTUDOMÁNYOKBAN.....</u>	<u>13</u>
3.1. KÉPEK ÉS AZ ONLINE IDENTITÁS KAPCSOLATA	14
<u>4. KÖZÖSSÉGI MÉDIA ÉS AZ APASÁG</u>	<u>15</u>
4.1. SZÜLŐSÉG MEDIATIZÁLÓDÁSA A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN.....	15
4.2. AZ APASÁG MEGJELENÍTÉSE A KÖZÖSSÉGI MÉDIA PLATFORMOKON	16
4.2.1. AZ INSTAGRAMON MEGJELENŐ APAKÉP ÉS AZ ÚJ APAI IDENTITÁS	18
<u>5. A KUTATÁS CÉLJA, MÓDSZERTANA, ÉS A KORPUSZ KIALAKÍTÁSA</u>	<u>19</u>
5.1. KUTATÁSI KÉRDÉSEK	19
5.2. MINTAVÉTEL ÉS ADATGYŰJTÉS.....	19
5.3. KVALITATÍV ÉS VIZUÁLIS TARTALOMELEMZÉS	21
<u>6. KUTATÁSI EREDMÉNYEK BEMUTATÁS</u>	<u>22</u>
6.1. KÓDOLÁS.....	22
6.2. AZ ELEMZÉS FELÉPÍTÉSE.....	23
6.3. KÉPEK ÉS SZÖVEG STRUKTÚRÁJA	23
6.4. A KÉPEKEN ÉS A SZÖVEGBEN MEGJELENŐ SZEMÉLYEK ÉS AZ INTERPERSZONÁLIS KAPCSOLATOK REPREZENTÁCIÓJA.....	25
6.4.1. APA ÉS GYEREKEK MEGJELENÍTÉSE A POSZTOKBAN	25
6.5. APAI BEVONÓDÁS A GYEREKNEVELÉSBE	28
6.5.1. SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEK.....	28
6.5.2. TANÍTÁS, FEJLESZTÉS ÉS NEVELÉS	29
6.5.3. KÖZVETLEN GONDOSKODÁS.....	31

6.5.4. TÁMOGATÁS ÉS BIZTONSÁG.....	32
6.6. AZ APAI SZERETET ÉS ANNAK KIFEJEZÉSI MÓDJAI.....	34
6.7. APAI ATTITŰDÖK ÉS IDENTITÁS MEGJELENÉSE A POSZTOKBAN.	35
6.7.1. APATÍPUSOK.....	36
6.7.3. APA SZEREPEK ÉS DILEMMÁK AZ APASÁGGAL ÉS NEVELÉSSSEL KAPCSOLATBAN	38
<u>7. ÖSSZEGZÉS</u>	<u>39</u>
<u>SZAKIRODALOM.....</u>	<u>44</u>
<u>ÁBRAJEGYZÉK.....</u>	<u>46</u>
<u>MELLÉKLETEK</u>	<u>46</u>
KÓDTÁBLÁZATOK	46
BEJEGYZÉSEK URL LINKEK	48

1. Bevezetés

Napjainkban kialakulóban van egy új apai identitás és apakép, amely már nem a hagyományos nemi szerepekre épül, hanem sokkal inkább egy egalitárius szerepfelfogásra. Az apa szerep számos változáson ment keresztül a történelem folyamán, amelyre jelenleg is szüntelen hatást gyakorolnak a társadalmi elvárások, a munkaerőpiac és a szociálpolitika. A kenyérkereső apatípustól hosszú út vezetett az aktívan törődő apaságig, az apák igénye pedig egyre növekszik a gyermeknevelésben való aktívabb részvételre. Az apaság önmagában nem értelmezhető, szükség van a maszkulinitással kapcsolatos elméletekre is, erre mutat rá Rohner és Veneziano (2001), szerintük kiemelkedő szerepet kell fordítani az apaság és a férfiasság konstrukciójának összefonódására, és azok értelmezésére (Rohner – Veneziano 2001¹ hivatkozva: Hunter–Riggs–Auogustinos 2017).

Az említett befolyásoló tényezők mellett – szociálpolitika, munkaerőpiac –, a közösségi média hatása is számottevő, hiszen az élet minden szegmensét behálózza, központi tényezőként befolyásolja az emberek magatartását, gondolkozását és a világról alkotott képét. A közösségi média szereplői, akár az influencerek, bloggerek és sztár apák körében egyre népszerűbb az apaság prezentálása, az új apai trendek megvitatása és ezek kommunikálása a követők irányába. Az insta-posztokban előszeretettel mutatják be, milyen jó apának lenni, és miként vonódnak be a gyermeknevelés különböző területeibe.

A kutatás fő céljai és kérdése az új apakép és apai identitás feltérképezése az Instagram posztok kontextusában. Az posztok értelmezése új mintázatokra és trendekre mutathat rá, amelyek a valós életben nem feltétlen manifesztálódnak nyíltan. A témában a legtöbb kutatás az anyák nézőpontja felől közelíti meg a közösségi média szerepét, ezért szükséges az apák és apaság közösségi médiareprezentációjának vizsgálata a (Salzmann-Erikson –Erikson 2013² hivatkozva: Diniz–Sepúlveda 2021). Az Instagram világa szabadságot ad a vizuális és textuális önreprezentációnak, ezáltal úgy is értelmezhető, mint egyfajta identitásteremtő platform, ahol az emberek megmutathatják saját magukat és azt is, amit szeretnének.

¹ Rohner, R. P., & Veneziano, R. A. (2001). The importance of father love: History and contemporary evidence. *Review of General Psychology*, 5(4), 382-405. doi: 10.1037//1089-2680.5.4.382

² Salzmann-Erikson, M. & Eriksson, H. (2013). Fathers sharing about early parental support in health-care -virtual discussions on an Internet forum. *Health & Social Care in the Community*, 21, 381-390. <https://www.doi.org/10.1111/hsc.12028>

A tanulmány elméleti részét három nagyobb egységre bontottam. Az apaság történeti áttekintése volt az első lépés, ahol az apa múltbéli szerepeit az apasághoz kapcsolódó normákat és társadalmi elvárásokat mutatom be. Az apaság megértéséhez a férfi identitás és a hozzá kapcsolódó normák feltárására volt szükség, mivel ezek szervesen összekapcsolódnak. A fejezet részét képezik a különböző nemi szerepekkel kapcsolatos – a tanulmány szempontjából releváns – elméletek. Bemutatásra kerülnek a fejezetben a maszkulinitással kapcsolatos elméletek, a változó apakép és az újradefiniált férfi identitás, továbbá a különböző apatípusok és a gyermeknevelésbe való bevonódás. A második fejezet központi témája a vizuális tartalmak jelentősége, és azok megjelenése a társadalomtudományokban. Konceptualizálom az online térben megjelenő identitás típusokat, és végül bemutatásra kerül a vizuális szociológia. Végül az utolsó fejezet lényegi pontjaként az Instagramon megosztott bejegyzések identitás teremtő hatását mutatom be. Az apaságot a közösségi média kontextusában közelítem meg, ebből az irányból kiindulva a szülőség és az apaság mediatizálódásának mai trendjeit ismertetem.

A szakirodalmi megalapozás után a kutatás módszertanát mutatom be, ezt követően az általam választott mintavételi eljárást ismertetem. Az Instagram posztok kutatáshoz a kvalitatív tartalomelemzés, és vizuális tartalom elemzés volt a leginkább megfelelő módszer, amelyet Atlas.ti szoftverelemző program alkalmazásával hajtottam végre. Az elemzés fázisát Sztompka (2009) vizuális szociológia megközelítésére alapozva végeztem el.

2. Apaság a múltban és napjainkban

Az apaság számos változáson ment át az elmúlt évtizedekben, megváltoztak a normák és a hagyományos nemi szerepek is átalakulóban vannak. A 21. században egyre nagyobb teret nyert az új apakép, amely szerint az apa már nem csak a család anyagi biztonságért felelős, hanem a gyermekgondozásban is aktív szerepet vállal. A mai apaszerep értelmezéséhez elengedhetetlen a múlt feltárása, és annak megértése, hiszen azok a folyamatok, körülmények formálták a jelenlegi apaképet (Bujna 2008).

Az apa szerep megváltozásának egyik fő oka az ipari társadalmi berendezkedésben az otthon és a munkahely különválása volt. Az iparosodás átformálta az addig termelési egységben működő családokat, az apáknak gyakran lakóhelyüktől távoli munkahelyeken kellett dolgozniuk. A távollétük miatt nem tudtak gyermekeikkel elegendő időt tölteni. A kimerült, fáradt férfiaknak a nők igyekeztek csendes békés körülményeket biztosítani, ami egyenlő volt azzal, hogy a gyermekek apjuktól elszeparálva nőttek fel (Vajda–Kósa 2005³, hivatkozva:

³ Vajda, Zs. - Kósa, E. (2005) Neveléslélektan. Budapest: Osiris.

Bujna 2008). Az apákkal szemben a tiszteletteljes és távolságtartó magatartást vártak el, amely az apák és gyermekeik között további szakadékot képzett.

A 19. században tovább gyűrűzött az apa-gyermek kapcsolatot háttérbe szorító társadalmi norma, szinte csak anyáknak szóló gyermekneveléssel kapcsolatos irodalmak jelentek meg, amelyek tovább erősítették azt a meggyőződést, hogy csak az anyák alkalmasak gyermekeik gondozására (Bujna 2008). Az apák kenyérkereső szerepét propagálták a korban megjelenő könyvek, ezzel tovább determinálva az anya elsődleges gyermekgondozó szerepét.

A 20. század számos változást idézett elő a családok életében, a tradicionális szülőséget érintő felfogások átalakulásnak indultak. A társadalmi és gazdasági változások átformálták az addig megszokott szerepköröket, a nők beáramlása a munkaerőpiacra egy új családmódel megjelenését hívta életre, a két keresős családmódel. Az új típusú családmódel azt eredményezte, hogy már nem csak a gyermekgondozás- és nevelés volt az egyetlen női szerep, hanem a munkába járás és pénzkeresés is. A kettős szerep egyúttal nagyobb terhet is rótt a nőkre, hiszen a munkában is helyt kellett állniuk, a családi szerepeket pedig továbbra is ellátni. (Johnson 2016⁴, hivatkozva: Sztáray–Drjenovszky 2021).

Magyarországon, hasonlóan más államszocialista országokhoz, a szülői gondoskodó szerepeket nagyrészt a nők látták el, vagy a közeli nő rokonok, elsősorban a nagymamák. Az apa meghatározó szerepe a pénzkereső tevékenységre korlátozódott, amellyel a család anyagi biztonságát támogatta, az apák ritkán a gyermekek körüli teendőkben is részt vettek „anyainasként” (Takács 2017: 117).

A társadalomban bekövetkezett változások lassan formálták a régi megszokott normákat, a már kétkeresős családmódellekben még mindig az egykeresős módel szerinti szülői szerepek domináltak. A nők végezték munka mellett továbbra is a gyermeknevelési és háztartási munkák nagyrésztét. Cseh- Szombathy (1979) szerint nemcsak a férfiak konzervatív régi normákat követő magatartása tartotta fent ezt az állapotot, hanem a nők ragaszkodása a régi megszokott munkaköreikhez (Cseh-Szombathy 1979).

2.1. Nemi szerepek, családmódellek átalakulása

A családmódellek folyamatosan változóban vannak, alkalmazkodva a társadalomban végbemenő folyamatokhoz. Az átalakulás során a családok belső szerkezete, az együttélés formái, a szülői és nemi szerepek átalakulása figyelhető meg. A nemi szerepek megtanulása

⁴ Johnson, S. (2016) *Role satisfaction in stay-at-home fathers: impact of social support, gender role attitudes, and parental self-efficacy* (Doctoral dissertation, Texas Woman's University).

részben érzékelhető tudatos szinten, az emberek viselkedésében teljesen természetesen és ösztönösen jelennek meg a nemekre jellemző magatartásmódok (Cernea 1975⁵: Cseh-Szombathy 1979).

A társadalomban a nemi jellegzetességek a mindennapi élet során végzett tevékenységek mentén alakulnak ki, tipikusan férfias és nőies normákat társítva ezekhez a cselekvésekhez. A folyamat újratermeli a tipikusan nőies és férfias nemi identitásokat, amely végül a társadalmi nemi szerepek fő meghatározójává válik (Moscovici 1988⁶ hivatkozva: Nagy és mtsai. 2018).

A társadalmi nemi szerepek megítélése erősen befolyásolja az apákról alkotott társadalmilag elfogadott képet. A hagyományos nemi szerepek a családfő szerepét az apával azonosítják. A családfő szerepe a leginkább meghatározó a család mindennapi életében, ennek definícióját Nagy (2011) a következőképpen fogalmazza meg:

„...a családfő intézménye hierarchikus viszonyt fejez ki a családtagok között, amely értelmében a családfő irányító szerepet tölt be a családi közösség életében, az ő szava döntő a legfontosabb kérdésekben. A társadalom felé ő képviseli a családot, és ő vállal felelősséget családtagjaiért. A családfő intézménye tehát a tradicionális nemek közötti szerepmegosztást tükrözi a családban.” (Nagy 2011, 156.o.)

Azokban a családokban, amelyek családfővel rendelkeznek, megközelítőleg 92%-ban a férfi és a fennmaradó 8%-ban a nő tölti be a családfő szerepét. A fővárosban felülreprezentáltak a (67%) családfővel rendelkező háztartások, továbbá a gyermekkel rendelkező párok családjában az átlagnál magasabb a családfővel rendelkezők aránya (Nagy 2011).

Munsch (2015) szerint számos előnnyel járhat a kétkeresős családmódel, pl. a család közös anyagi fenntartása nagyobb jövedelemszint elérését biztosítja, a munkahelyi tapasztalatok cseréje és megbeszélése kevesebb stresszhelyzet eredményez a pénzügyek terén (Munsch 2015⁷, hivatkozva: Nagy és mtsai. 2018).

Allen és Hawkins (1999) szerint, ha a társadalom nem közvetíti a férfiak irányába a családi feladatok gyereknevelésben, házimunka elvégzésében való egyenrangúságát - a nőkkel szemben viszont kettős elvárásokat fogalmaz meg -, akkor a nők háziasszonyként és családanyaként fogják identitásukat és szerepüket meghatározni. A szülők pedig a nemi

⁵ Cernea, M. (1975) The large scale formal organization and the family primary group. Journal of Marriage and the family 1975.(37). 4.sz. 927-936 Pp.

⁶ Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. European Journal of Social Psychology, 18,211 -50.

⁷ Munsch, C. L. (2015). Her support, his support: Money, masculinity, and marital infidelity. American Sociological Review, 80(3), 469-495.

szerepeiket a gyermeknevelési feladatok mentén próbálják meghatározni (Allen –Hawkins 1999⁸ hivatkozva: Murinkó 2014).

Európán belül erős differenciálódás mutatkozik a keleti és nyugati régiókban, továbbá a kapitalista és a volt-szocialista berendezkedésű országok között. A keleti régió országaiban még mindig a tradicionális nemi szerepek a meghatározóak, ellenben a nyugati régió országaival, ahol a női egyenjogúság eszméje erőteljesen formálja a nemek közötti munkamegosztást. Magyarországot – többi országhoz képest – erőteljes családoorientált értékekkel lehet leginkább jellemezni, amely erős konzervatív beállítottságot eredményez (Pongárcz 2005, 2011).

2.2.Változó maszkulinitás – új férfi és apa identitás

A 21. század elején egyre több férfival kapcsolatos kutatás jelent meg, amelyek a férfiak szerepét és az apasággal kapcsolatos normákat hivatottak újra értelmezni. A férfiasság meghatározása és társadalmi normái szoros összefüggésben vannak az apasággal kapcsolatos kérdésekkel (Takács 2017).

Connell (1995) hegemon maszkulinitás elmélete megfelelő kiindulópont a férfiasság értelmezésében, amelyet a következőképpen definiált:

„A maszkulinitás – amennyiben maga a fogalom definiálható egyáltalán – egyrészt a társadalmi nemi viszonylatokban folyamatosan jelenlévő helyként, másrészt a férfiak és nők által végzett tevékenységek együtteseként, harmadrészt e tevékenységek testi tapasztalatokban, személyiségben és kultúrában érzékelhető következményeiként fogható föl.”
(Connell 1995⁹ hivatkozva Hadas 2009: 33)

A hegemon maszkulinitás fogalmában a nyugati férfitípus körvonalazódik, amelyet alapvetően a férfiak kisebb része gyakorol csak, de mégis ezt tekintik a férfiasság normatívájának. Azok a férfiak is elismerik a hegemon maszkulinitást, akik eltérnek ettől, viszont a saját férfiasságukat is ehhez mérik (Connell 2000¹⁰, Connell–Messerschmidt 2009¹¹ hivatkozva: Hadas 2009).

Hunter és mások (2017) a hegemon férfiideált olyan tulajdonságokkal jellemezték, mint például: erős, sikeres, érzelem nélküli és irányító. A hegemon típusú identitásban meghatározó

⁸ Allen, S. M. – Hawkins, A. J. (1999): Maternal Gatekeeping: Mothers' Beliefs and Behaviors that Inhibit Greater Father Involvement in Family Work. *Journal of Marriage and Family*, 61(1): 199–212

⁹ Connell, R. W. (1995): *Masculinities*. Cambridge, UK: Polity Press.

¹⁰ Connell, R. W. (2000): *The Men and the Boys*. Cambridge, UK: Polity Press.

¹¹ Connell, R. W. és J. W. Messerschmidt (2009 [2005]): Hegemon maszkulinitás. A fogalom újragondolása. *Replika* 69: 135–163.

szerep jut a fizetett munkának és a karrier szimbolikus értékének. A hegemon maszkulin apa távolságtartó, a gyermeki számára érzelmi, és fizikai szinten is elérhetetlen.

A tradicionális férfitípus mellett megjelent az új férfi és apa típus is (new man, new father). Az új típusra jellemző a konvencionális női sajátosságoknak mondható érzékenység, az érzelmek kifejezése és a gondoskodásra való igény és képesség (Geszlér 2014).

Az elmúlt évtizedekben számos változáson ment keresztül a férfiasság és az apaság megítélése, kiemelkedően a skandináv és nyugati országokban. Az új diskurzus az 1950-es években bontakozott ki, amely a férfiakat a gyereknevelésben és az otthoni teendőkben való aktívabb részvétel felé irányítja (Nagy 2008¹², hivatkozva: Nagy és mtsai. 2018).

Az apaság és férfiasság társadalmi meghatározása szinkronban változik a szülői szerepek újraértelmezésével. Társadalmunkban erősen függ a gazdasági, politikai és kulturális hatásoktól, hogy miként értelmezzük a jó apaságot (Sztáray–Drjenovszky 2021). Wall és Arnold (2007) szintén a gazdasági és társadalmi változások hatásaként értelmezik a férfiakkal szemben támasztott normák megváltozását, ma már nagyobb szerepet várnak el a gyermeknevelésben és a háztartási feladatok terén is (Wall–Arnold 2007¹³, hivatkozva: Hunter et al. 2017).

Az új típusú férfi identitást Elliott (2015) gondoskodó férfiasságnak definiálja, az új típusú férfi a kapcsolatban kizárja a különböző nemi egyenlőtlenségek mentén létrejövő alá-fölérendeltségi viszonyokat, és a hozzá kapcsolódó jellemvonásokat, mint például az erőszak. A gondoskodó férfi identitásában átlényegülnek a régi férfias értékek, megjelenik az érzelmkifejezés, a gondoskodás, és a kapcsolati értékek fontossága. (Elliott 2015¹⁴, Lee–Lee 2018¹⁵ hivatkozva: Sztáray–Drjenovszky 2021).

2.3. Apatípusok és apaszerepek

Az új apakép és apaideál megjelenésével a férfiaknak nagyobb döntési szabadsága lehet már abban, hogy milyen apaként szeretnének a családban működni. A társadalom által ideálisnak vélt apaság jelenleg is változóban van, a modern és hagyományos apaszerepek egyaránt jelen

¹² Nagy B. (2008). A munka és a magánélet összeegyeztetése a férfi menedzserek életében. In Balogh P. - Dobos B. - Forgács A. - Nagy B. - Szűcs A. (szerk.). 60 éves a Közgazdaságtudományi Egyetem. A Jubileumi Tudományos Konferencia alkalmából készült tanulmányok. Társadalomtudományi Kar. (pp. 389-403) Budapest: Aula.

¹³ Wall Glenda, Arnold Stephanie. 2007. "How Involved is Involved Fathering? An Exploration of the Contemporary Culture of Fatherhood." *Gender & Society* 21:508–27.

¹⁴ Elliott, K. (2015) Caring masculinities: Theorizing an emerging concept. *Men and Masculinities*, 19(3), 240–259.

¹⁵ Lee, J. Y. – Lee, S. J. (2018) Caring is Masculine: Stay-at-Home Fathers and Masculine Identity. *Psychology of Men & Masculinity*. 19(1), 47–58

vannak. Az apáknak nagy kihívást jelent az átalakult társadalmi feltételek között megtalálni a jó és megfelelő apaságot. Kovács (2011) az apaszerep megtalálásának nehézségére világít rá, a mai társadalomban, ahol az anyák szerepe az anyasággal kapcsolatos normák sokkal inkább körülhatároltak, mint az apai szerep meghatározása. Alapvetően az anyák szerepét a sok norma korlátozza, ellenben az apák előtt viszont nincs elegendő minta, ahhoz, hogy működjenek jó apaként a megváltozott társadalomban (Kovács 2011).

2.3.1. Hagyományos és modern apatípus

Voltz (2007) az „új típusú” apa közvéleményben megjelenő képet – kérdésrendszer segítségével – kategorizálta, elkülönítve a hagyományos és a modern apa szerepeket. A kenyérkereső vagy hagyományos apaszerep legfontosabb feladata a család anyagi biztonságának előteremtése, és életének középpontjában a munka áll. A családban a férfi hozza meg a döntéseket (Voltz 2007¹⁶ hivatkozva: Spéder 2011:2013).

A tipológia másik pólusa az egalitárius modell értékeit képviselő modern férfi, aki számára fontos az emancipáció, és véleménye szerint mindkét nemnek azonos szinten kell kivenni a részét az otthon teendőkből és a gyermekneveléssel kapcsolatos feladatokból is. A modern apának a gyermeknevelés értelmet, és cél ad az életének (Voltz 2007 hivatkozva: Spéder 2011:2013).

Wall és Arnold (2007) az „új” apa típust érzelmileg nyitottnak, törődőnek és gyermeke iránt elkötelezettnek írja le, aki párjával szívesen osztja meg a gyerek körüli nevelési, gondozási feladatokat (Wall–Arnold 2007). Az új típusú apa jelen van a gyermek életében, megközelíthető, érzelmileg elérhető a gyermek számára.

Az új apatípus már érzelmileg elkötelezi gyermekei felé magát, ezért részt vevő apaságról beszélhetünk (involved fatherhood) (Sztáray-Drjenovszky 2021). Dermott (2003) a jelenség megragadására új fogalmat vezet be, ami az érzelmi közelség kialakítására törekvő apákat (intimate fathers) definiálja (Dermott 2003¹⁷ hivatkozva: Sztáray–Drjenovszky 2021: 14.o.).

Egy magyarországi kutatás szerint Makay és Spéder (2018) arra a következtetésre jutottak, hogy a népesség nagyobb része támogatja az aktívan törődő apaság szereptípusát, és az új gondoskodó apaképet. A családi munkamegosztás típusát tekintve, viszont továbbra is a

¹⁶ Voltz, R. 2007 Väter zwischen Wunsch und Wirklichkeit. In: Mühling, T.- H. Rost (Hrsg.): Väter im Blickpunkt. Opladen: Verlag Barbara Budrich, pp. 205-224.

¹⁷ Dermott, E. (2003) 'The intimate father': Defining paternal involvement. Sociological Research Online, 8(4), 28–38.

hagyományos forma az elfogadottabb, ebből kifolyólag az apák elsődleges feladata a család anyagi biztonságának megteremtése. (Makay – Spéder 2018).

2.3.2. A gyermekével otthon maradó apa

A gazdasági és politikai és társadalmi változások egy új apa típus megjelenését hívták életre, az otthon maradó apáét (stay at home father), az új szerepkör iránt a tudományos érdeklődés is egyre nagyobb növekedést mutat. Ma már egyre több apa hagyja el a munkaerőpiacot rövidebb vagy hosszabb időre, és vállalja a családban az elsődleges gondozó szerepét (Sztáray–Drjenovszky 2021). Az „elsődlegesen gondoskodó apák”¹⁸ szerepét Doucet (2004) a következőképpen fogalmazta meg: azok, akik „egy bizonyos időre részben vagy teljesen feladják a kenyérkereső munkájukat annak érdekében, hogy kisgyermekükkel otthon maradjanak, a férfiasságnak egy új formáját hozzák létre”. (Doucet 2004¹⁹ hivatkozva: Sztáray–Drjenovszky 2021).

Az elsődleges gondozói szerepet vállaló apák nemzetközi szinten is eltérő képet alkotnak a férfiasságról, és társadalmi státuszukat tekintve is körülhatárolhatóak. Az elsődleges gondozói szerepet ellátó apákkal több kutatás is készült a világon. Kanadában, Belgiumban és Norvégiában elvégzett kutatások arra mutatnak rá, hogy az elsődleges gondozói szerepet vállaló apák a közép és felsőosztályból kerülnek ki, akik már elérték szakmai és karrier céljaikat, továbbá stabil anyagi státuszt teremtettek meg. A kutatásban résztvevő férfiak nem érezték kockázatosnak a fizetett munkájuk feladását (Hunter et.al 2017).

Egy másik kutatás, amely a hongkongi apákat vizsgálta, azt állapította meg, hogy a munkásosztálybeli apák nagyobb arányban vállalják a gondozói szerepet, mint a közép- és felsőosztálybeli apák (Liong 2015²⁰ hivatkozva: Hunter et al 2017). Ez azzal indokolható, hogy a magasabb társadalmi osztályba tartozó apák nagymértékű megbecsülést – státuszt és hatalmat – kapnak a társadalomtól a fizetett munka elvégzésért. Ebből kifolyólag, az elsődleges gondozói szerepet csak átmenetinek tekintik, és továbbra is megpróbálnak kötődni a fizetett munkához (Hunter et al 2017).

További kutatások szintén alátámasztják, hogy az elsődleges gondozói szerepeket ellátó apák továbbra is kötődnek valamilyen formában a fizetett munkához, vagy nem fizetett munkával

¹⁸ Hunter S. C. – Riggs D. W. – Augoustinos, M. (2017) Constructions of Primary Caregiving Fathers in Popular Parenting Texts. *Social and Personality Psychology*, 23(1), 150–169. <https://doi.org/10.1177/1097184X17730593>

¹⁹ Doucet, A. (2004) “It’s almost like I have a job, but I don’t get paid”: Fathers at home reconfiguring work, care, and masculinity. *Fathering*, 2, 277–303

²⁰ Liong, M. (2015). Sacrifice for the family: Representation and practice of stay-at-home fathers in the intersection of masculinity and class in Hong Kong. *Journal of Gender Studies*, 1-16. doi: 10.1080/09589236.2015.1111200

helyettesítik azt, vagy közösségi munkákban vesznek részt. A férfiak ellátó identitása így kifejezésre kerülhet, amely egyfajta megnyugtató saját maguk számára, hogy még mindig férfiak (Hunter et.al 2017).

Sztáray és Drjenovszky (2021) kutatásukban az otthonmaradó apákkal készített interjúk alapján, három különböző típust azonosítottak: elsőként a hegemon maszkulinitást elutasító apákat, akikről elmondható, hogy gondoskodás mentes férfiasságot elutasítják, a munkavégzés és kenyérkeresés szerepét nem kötötték össze a férfiasággal. Második típus a hegemon maszkulinitás egyes elemeit megtartó apák, akiknek a férfiasság szerepkörébe belefér a gyermekről való gondoskodás és részvétel, viszont a tradicionális férfiszerepeket továbbra is fontosnak ítélték meg – nem engedték el. Végül a hegemon maszkulinitást elengedő apák csoportja, akik teljes szerepcseréként élik meg az otthon maradó apaságot (Sztáray–Drjenovszky 2021).

2.4. Apák bevonódása a gyermeknevelésbe

Az apai bevonódásra vonatkozóan Pleck (2010) öt különböző dimenziót határoz meg: az első a pozitív elkötelezettség, második a melegség, törődés és reagálás a gyermek érzelmeire, harmadikként az ellenőrzés és döntéshozatali dimenziója. A negyedik típus a közvetett gondozás közvetlen interakciók nélkül, ami olyan tevékenységeket foglal magában, amelyek a gyermek jólétét, fejlődését szolgálják. Az utolsó ötödik dimenzió a felelősség, amely magába foglalja gyermek jólétének teljesítését (Pleck 2010²¹ hivatkozva: Diniz-Sepúlveda 2021). Pleck modellje az apák bevonódását egyéni folyamatként határozza meg, amelyre hatást gyakorol a társadalmi és gazdasági státusz, a kulturális háttér és az interpeszonális kapcsolatok (Diniz–Sepúlveda 2021).

Az apai bevonódás már a várandósság ideje alatt is megkezdődhet, ez azért fontos, mert az elköteleződés annál nagyobb lehet a gyermek irányába (Roggman et.al. hivatkozva: Kovács 2011). Mai társadalmunkban az apák nagyrésze már bevonódik a várandósság folyamatába, jelen vannak a vizsgálatokon és az apás szülések is egyre gyakoribbak.

Parke és Ross (2000) azt a megállapítást tette, hogy a tradicionális családokra jellemző, hogy az apa, amikor a gyerekekkel tölti az idejét, az főként a játékról szól, és leginkább kültéren játszanak fizikai játékokat. Az anyák pedig a lelkében segítenek és mesét olvasnak. Azokban a

²¹ Pleck, J. H. (2010). Paternal involvement: Revised conceptualization and theoretical linkages with child outcomes. In M. E. Lamb (Ed.), *The Role of the Father in Child Development* (pp. 58-93). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

családokban, ahol apa és anya egyenlően osztják meg a feladatokat – gyereknevelés, munka, házimunka – ott ezek a különbségek eltűnnek. (Parke-Ross 2000²² hivatkozva Kovács 2011).

Különböző tanulmányok arra a megállapításra jutottak, hogy az apák és az anyák másként vesznek részt a gyermek életében. Az apákra jellemző, hogy szociális és szabadidős tevékenységekbe vonódnak be, és nem a közvetlen gondozás területibe. Az anyák esetében közvetlen gondozás területekre való bevonódás a jelentősebb – akiket leginkább elsődleges gondozónak tekintenek (Diniz-Sepúlveda 2021).

További fontos megállapítást tett Mercer²³ és mások (2018) mely szerint abban is különbség mutatkozik, ahogy a szülők megítélik a gyermekgondozásba való bevonódásukat. Az anyák úgy érzékelik, az apák kevésbé vonódnak be a közvetlen gondozási területekre, mint ahogyan magukról gondolják.

3. Képek felhasználása a társadalomtudományokban

Jelen kutatás egyik alapvető pillére a vizuális képi világ megértése, és az általa kínált nagyobb betekintés az apák online identitásának prezentálásban. A fejezetben ismertetem a képek jelentőségét, a vizuális szociológia tárgyát és a benne rejlő kutatási lehetőségeket. Végül az Instagram online identításban való meghatározó szerepét tárgyalom.

A képek ősidők óta az emberi kultúra részét képezik, minden korban megvolt a saját szerepük. Az emberek a képeket gyakran a valóság egyfajta visszaadásának irányából definiálják, mint egy leképződés vagy a valóság egy másolata (Gombrich 1951²⁴ hivatkozva: Pusztai 2020). Tasnádi (2012) szintén úgy véli, a képek nem csak szimplán alkotásnak minősülnek, hanem a társadalom lenyomatát rögzítik. A vizuális tartalmak minden korban és kultúrában a társadalom részét képezték, változatos szerepeket betöltve az élet számos területén. A társadalomtudományok körében változatos szinten jelenik meg a vizuális elemekre való fókuszálás, a szociológia területen jelenleg nem terjedt még el olyan mértékben, mint az antropológia és a történettudományokban.

A társadalomtudományok egyre nagyobb figyelmet fordítanak a világ vizuális ábrázolásának megértésére. A napjainkban létrejövő képeket – a mögöttük meghúzódó

²² Parke, R.D., Ross, D. (2000) Father Involvement: A Developmental Psychological Perspective. *Marriage and Family Review*, 29 (4), 43-58.

²³ Mercer, G. D., Jewkes, R., Esser, M., MacNab, Y. C., Patrick, D. M., Buxton, J. A. & Bettinger, J. A. (2018). Exploring low levels of inter-parental agreement over South African fathers' parenting practices. *The Journal of Men's Studies*, 26, 20–39.
<https://www.doi.org/10.1177/1060826517711160>

²⁴ Gombrich, E.H. *Meditations on Hobby Horse or the Roots of Artistic Form*. In: Whyte, L.L. (ed.): *Aspect of* from Bloomington: Indiana University Press, 1951. 209.

tartalmakat, hatásukat – nem lehet egy tudomány terület irányából megközelíteni, szükségessé válik a multidiszciplináris szemlélet (Pusztai 2020).

Sztompka (2009) a vizuális szociológia tárgyát a következőképpen határozta meg: „A vizuális ábrázolások és a vizuális jelenségek közösen alkotják a társadalom vizuális univerzumát (más szavakkal: a társadalom ikonoszféráját), és mindez együttesen képezi a vizuális szociológia tárgyát.” (Sztompka 2009:8) A vizuális szociológia a közösségi média előretörésével, a platformokon megjelenő – nagy mennyiségű – vizuális adatok elemzése új távlatokat nyithat a társadalomtudományok területén is.

3.1.Képek és az online identitás kapcsolata

Az identitás egy belső reprezentáció, amely cselekedeteinket irányítja, összetevői számtalan módon kifejeződhetnek mint pl. érzelmeken, attitűdökön és különböző reakciókon keresztül. Az embereknek igényük van arra, hogy kifejezhessék, és egyértelműen meghatározzák magukat (Berta 2015).

Az online térben újabb identitás típusok is megjelentek, amelyek konceptualizálása a kutatás szempontjából elengedhetetlen, mint pl. az online identitás, digitális identitás és virtuális identitás²⁵ - az utóbbi nem képezi a kutatás részét, ezért annak mélyebb ismertetésre nem kerül sor. Tószegi (2013) szerint az online identitás az interneten prezentált valós és fiktív megjelenésünk összessége. Az online identitás részét képezi a digitális és a virtuális identitás is. Fehér (2014) a következőképpen definiálja a digitális identitás:

„A digitális identitás azt az adathalmazt jelenti, amely az „én” -t reprezentálja a különböző digitalizált felületeken, ennek egy részét mi magunk hozzuk létre és alakítjuk elképzelésünk szerint, más része viszont akaratunktól függetlenül, mások online kapcsolódóan létezik.” (Fehér 2014²⁶ hivatkozva Berta 2015: 239.o.).

A digitális identitás mindig köthető egy adott személyhez, egyfajta lenyomata digitalizált verziója a valós személynek. A kutatás témáját fókuszban tartva a digitális identitás azon részét emelem ki, amely az emberek értékeit, attitűdjeit tükrözi vissza. Berta (2015) szerint a digitális identitásunkat elvileg teljes szabadsággal formálhatnánk, magunk határozhatnánk meg, hogy mit mutatunk meg, és véleményünket szerepeinktől függetlenül kifejezhetnénk. Az online térben ez a fajta elképzelés nem igazán látszik megvalósulni. Több kutatás is azt támasztotta alá, hogy az online térben az emberek igazodnak az aktuális trendekhez, ebből

²⁵ Virtuális identitás: főként internetes szerepjátékokban felvett nem valós identitásra használják, virtuális személyiséget, azaz avatárokat alakítanak ki.

²⁶ Fehér, K. Milyen stratégiák mentén épül fel a digitális identitás? Médiakutató 2, 2014.

kifolyólag mást mutatnak meg, vagy más dolgokra helyezik a hangsúlyt – mint amire feltehetően szeretnék (Berta 2015). Az online térben hasonló képen működik az identitásunk – mint a valóságban –, mivel az emberek teljes személyiségükkel jelen vannak, és minden felületen igyekeznek igazodni a szabályokhoz (Berta 2015).

A közösségi média felületre feltöltött képek alapvetően nem számítanak spontánnak, mivel feltöltésük előtt gyakran végig gondolja az ember, hogy milyen képet szeretne magáról megjeleníteni, megmutatni (Dede Éva 2009²⁷ hivatkozva: Visy 2015). A közösségi média adta lehetőségek által bármilyen képet megjeleníthetnek az emberek magukról, gyakran előfordul, hogy valós énjüktől különböző idealizált képet építenek fel.

4. Közösségi média és az apaság

Az apaság a közösségi média kontextusában egy új területnek számít, nemzetközi szinten is egyelőre néhány kutatás foglalkozott csak a témával. A szülőség közösségi médiában való mediatizálódási folyamatát, az Instagram és az influencerek identitás meghatározó szerepét igyekszem a meglévő irodalmak alapján keretbe foglalni.

4.1. Szülőség mediatizálódása a közösségi médiában

A közösségi média jelenléte ma már az élet minden szegmensét behálózza, központi tényezőként befolyásolja az emberek magatartását, gondolkozását és a világról alkotott képét is. Számos kutatás mutatott rá, hogy felhasználók körében ütemesen növekszik az olyan szülők jelenléte, akik konkrétan a szülőséget érintő témákat vitatják meg, mint pl napi események, családi programok, szülői kihívások stb. (Diniz –Sepúlveda 2021). Ebből következhet, hogy a közösségi média platformok nagymértékben befolyásolják a gyermekneveléssel kapcsolatos trendeket, a szülők folyamatosan információ áradattal találkoznak, amelyek hatást gyakorolnak a saját szülői szerepeikre.

Napjainkban az online világban a szülőség egy új fajta identitása jelent meg, ahol teljesen egyénre szabva prezentálhatják a szülőségről konstruált képüket, amelyek gyakran a valóságban eltérőek. Az online világ végtelen teret ad a szülőséggel kapcsolatos témák kiteljesedésére. Az újfajta identitás a közösségi média szocializációjának hatásaként is formálódik.

²⁷ Dede Éva: Én-bemutató és az ikonikus fordulat –amikor a képek beszélnek. In Balázs Géza–H. Vargha Gyula (szerk.): Ikonikus fordulat a kultúrában. Magyar Szemiotikai Társaság. Eger, Líceum, 2009.107

A szülőség mediatizálódásának egyik következménye a sharenting²⁸ jelensége. A szülők gyermekeikről posztolva igyekeznek identitásukat, szülőséggel kapcsolatos meggyőződéseiket a közösségi média felületén bemutatni. Clark (2011) úgy véli, hogy a megosztások nem racionális döntéseken alapulnak, sokkal inkább egyfajta versengés, a társadalmi szerepek közötti megfelelésben, amin keresztül a „jó szülői” önmegvalósítás beteljesedhet (Clark 2011:330).

A szülőség mediatizálódása és közösségi médiában való megjelenése egy új területet biztosít a tudomány számára, ahol láthatóvá válnak a családi struktúrák, az újfajta trendek, családi dinamikák, a szülői szerepekkel kapcsolatos normák változásai.

4.2. Az apaság megjelenítése a közösségi média platformokon

A kifejezetten apákra fókuszáló blogok és influencerek rendkívül megszorodtak napjainkban magyarországi viszonylatban is, amely vélhetően a változóban lévő új apaképet igyekszik prezentálni. A számos apablogg és professzionális oldal azt erősíti meg, hogy az apák igénye megnövekedett a családi életben való nagyobb részvétel felé. Azok a blogok, amelyekben főként apák és anyák írnak mindennapjaikról, a személyes blogok egy speciális változatát képviselik.

A közösségi média platformjai közül alapvetően a Facebook biztosítja a tematikus csoportok működését, ahol az apák egymás között tudják megbeszélni problémáikat, véleményeiket. A csoport által számos előnyhöz juthatnak – főként tapasztalati információk cseréjére gondolok – amelyek csökkenthetik az információ hiányból adódó szorongást és aggodalmakat. A Facebookon jelenleg is több zárt apa csoport működik.

Az Instagram felületén főként az influencerek és bloggerek, digitális tartalomkészítők által létrehozott professzionális oldalak működnek, amelyek tartalmi összetételében rendkívül sokszínűek lehetnek. A kutatás szempontjából csak a szülőséggel, és azon belül is kifejezetten apasággal kapcsolatos profilokra térek ki. Alapvetően ezek az Instagram profilok nem egy oda-vissza kommunikációra épülnek, sokkal inkább egy apai identitást, az apasággal kapcsolatos ideált igyekeznek prezentálni. Megfigyelhető, hogy néhány magyarországi közszereplő is fókuszba állította Instagram profilján a szülőséggel, és kifejezetten az apasággal és anyasággal kapcsolatos tartalomfelépítését. Ezek a profilok bepillantást adnak a mindennapi családi élet rendszerébe, dinamikájába, ötleteket és válaszokat adhatnak az apasággal kapcsolatos dilemmákra. Az Instagramon hashtagek segítségével bármelyik felhasználó megoszthat olyan

²⁸ Sharenting: Közöségi médiában posztolnak gyermekükéről különböző tartalmakat a szülők.

képeket, videókat, amelyek kifejezetten egy tartalomra koncentrálnak. A hashtag alapú keresés segítségével pedig bármelyik felhasználó eljuthat az általa keresett tartalmakhoz.

A szülőséggel kapcsolatos Instagram professzionális oldalai egyre inkább kezdenek a bloggokra hasonlítani, mivel a vizuális tartalmak megjelenítése mellett ma már a bejegyzések sokkal komplexebbek, gyakran – rövidebb és hosszabb – szöveggel is ellátják a posztokat. Knauf 2019-ben német családi bloggokkal kapcsolatban végzett kvalitatív szövegelemzést. A 100 leglátogatottabb blog elemzése arra világított rá, hogy a közösségépítés mellett egyfajta önsegítő funkciót is betöltenek és identitás fejlesztő hatásuk van (Knauf 2019). Az Instagram profiloknak mindamelllett, hogy erős közösségépítő hatásuk van, sok esetben szolgálnak kereskedelmi célokat is. A marketing célokkal színezett bejegyzések viszont az apaság Instagramon való értelmezésében erős torzításokhoz vezethetnek. Becker (2015) arra hívja fel a figyelmet, hogy egyre több cég szponzorál közösségi média platformot aktívan használó szülőket, akik a felmerülő kérdések megvitatása kapcsán, szponzorált tartalmakat ajánlják, azaz WOM²⁹-ba hozzák. Knauf (2019) tanulmánya³⁰ szintén alátámasztja, hogy a bloggok és bloggerek egyre inkább meghatározó aspektusává vált a kommercializálódás, amelyek a gyerekneveléssel és szülőséggel kapcsolatos reklámokon keresztül jutnak nyereséghez. A magyar Influencerek vagy akár a közéleti szereplők körében is egyre inkább megfigyelhető jelenségé válik a kommercializálódás, mondhatni eladják a saját szülőségüket. Az apaságot és anyaságot mindig egy-egy aprólékosan megkonstruált szponzorált tartalomhoz igazítják.

Ammari és Schoenebeck 2015-ben végzett kutatásukban apákkal készítettek interjút a közösségi médiahasználatával kapcsolatban. Az eredmények arra mutattak rá, hogy az apák főként azért használják a közösségi média platformokat, hogy apasággal kapcsolatos bejegyzéseket archiváljanak, továbbá támogatást kapjanak más apáktól, és megtanuljanak jó apáknak lenni. A vizsgálat eredményei arra is rávilágítottak, hogy az apák hiányolják a kifejezetten apáknak szóló online tartalmakat, mivel az anyáknak szóló online tartalmak vannak túlsúlyban (Ammari - Schoenebeck 2015). Magyarországon főként a Facebook platformján tudják az apák szülőséggel kapcsolatos kérdéseiket megvitatni. A jelenleg legnagyobb ilyen tematikus csoport a Baba-Apa csoport 11 ezer taggal, amelyben naponta átlagosan 10 bejegyzés kerül megosztásra. Számos apablogg is megjelent az elmúlt években a közösségi média felületeken, – számuk pedig egyre növekszik –, ezeknek a tematikus bloggoknak főként apákból álló követői tábora van, és bárki számára elérhetőek. A tematikus zárt csoportokkal ellentétben, a bloggok egy-egy aktuális témát dolgoznak fel, amelyek egyfajta iránymutatással szolgálnak

²⁹ WOM: word-of-mouth=szóbeszéd

³⁰ Knauf, H. (2019) Disenchantment of the Family Mediatization of Parenthood in Family Blogs

az apák számára. Ilyen blogok pl. az Apapara 11 ezer követővel, Apa and Apu 63 ezer követővel, Santa Bros Blog 6 ezer követővel.

4.2.1. Az Instagramon megjelenő apakép és az új apai identitás

Az Instagram a 21. század legnépszerűbb közösségi média platformja, amely országokat, kultúrákat átívelő virtuális fotóalbum. Az Instagram egyediségét a tartalomalapú hashtag keresés alapozta meg. Alapvetően a fő profilja a vizuális tartalmak megjelenítése volt, de ma már a bejegyzések sokkal komplexebbek, gyakran szöveggel is ellátják a posztokat. Az Instagramon bárki követhet bárkit, a Facebookkal ellentétben itt nem ismerősi tábora van a felhasználónak, hanem követői tábor.

Laestadius (2017) rávilágít, hogy a hashtageket a kommunikáció fontos részeként alkalmazzák az Instagram felhasználók, ezenfelül többféle szándékkal is használják, mint pl. kontextusba helyezés, láthatóság, közösségépítés és közösséghez tartozás előmozdítására (Laestadius, 2017³¹ hivatkozva: Dinit–Sepúlveda 2021).

Az Instagramon ábrázolt apaképre a különböző szociálpszichológia jelenségek lehetnek hatással, mint pl. kognitív disszonancia, társas összehasonlítás és társas befolyásolás. Az influencerek által ábrázolt „új apa” főként egy túl idealizált, a valóságban sok apa számára kivitelezhetetlen apaideált ábrázol, de mindemellett az új apa ideálra való törekvést is hirdetik. Az Instagramon való megosztás a legerősebb hajtóereje az önbemutatásnak és az önkifejezésnek (Lee et.al. 2015³² hivatkozva O’donnell 2018)

Miller (2011) úgy véli, hogy a társadalomban történt változások következtében a médiában megjelenő apakép is megváltozott, nagyobb szerepet tulajdonít az apai bevonódásnak és az ideális apa érzelmeit kifejező, gondoskodó képe jelenik meg (Miller 2011³³ hivatkozva Hunter et.al. 2017).

Az apaság Instagramon való megjelenítésével kapcsolatban rendkívül kevés tanulmány készült, az elmúlt időszak legizgalmasabb kutatása a 2021-ben Dinez és Sepúlveda publikálta. A tanulmány kifejezetten #fatherhood kereső szóval lefedett bejegyzések alapján végzett tartalomelemzést. A kiválasztott bejegyzéseket három dimenzió mentén vizsgálták – az apák, mint a gyermek szeretetének forrása (fathers as a source of the child’s affection),

³¹ Laestadius, L. (2017). Instagram. In L. Sloan & A. Quan-Haase (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE.

³² Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(9), 552–556.

³³ Miller Tina 2011. “Falling Back into Gender? Men’s Narratives and Practices Around Firsttime Fatherhood.” *Sociology* 45:1094–109.

gyermekgondozás (child caregiving), fejlesztés, játék (stimulation). A kutatás az apai részvétel Instagramon való megjelenítését igyekezett feltérképezni. 121 Instagram posztot elemeztek, amelyek eredményei arra mutatnak rá, hogy az apák széleskörben használják az Instagramot az apaság reprezentálására. A vizsgált bejegyzésekről megállapítható volt, hogy főként a játékot és a szabadidős tevékenységeket posztolják, a közvetlen gondozás alig jelent meg. Az Instagram a bloggokkal ellentétben – ahol gyermeknevelés és az új apaság mélyebb megértésére törekszenek – inkább a vizuális tartalomra helyezi a hangsúlyt és az „ideális apaság” performatív szerepét mutatja be (Diniz-Sepúlveda 2021).

5. A kutatás célja, módszertana, és a korpusz kialakítása

A kutatás fő célja a magyar apák apasággal kapcsolatos Instagram bejegyzéseinek feltérképezése, és változó apakép és identitás reprezentációjának megismerése. A kutatás a következő 5 kérdésre keresi a választ:

5.1. Kutatási kérdések

- A magyar apák milyen apasággal kapcsolatos identitást és attitűdöt tükröznek az Instagram társadalmi környezetében?
- Az apák által megosztott Instagram bejegyzésekben milyen apatípus fedezhető fel?
- Megjelenik-e az otthonmaradó, vagy aktívan gondoskodó apa típusa?
- A posztokban megjelenő apai részvétel a gyereknevelés mely területeit érinti?
- Az apák milyen érzelmeket és interperszonális kapcsolatokat prezentálnak a megosztott bejegyzésekben?

5.2. Mintavétel és adatgyűjtés

A kutatási kérdés megválaszolására az elemzendő korpuszt több lépcsőben, szakértői mintavétel alapján alakítottam ki.

Kutatásom vizsgálati populációját az Instagramon nyilvános profillal rendelkező magyar apák által megosztott azon posztok alkotják, amelyek az apasággal kapcsolatos tartalmakat prezentálják. Mivel kutatási célom a magyar apák apasággal kapcsolatos médiareprezentációjának feltérképezése volt, ezért a populációt a magyar nyelvű posztokra szűkítettem, ezzel biztosítva, hogy csak magyar apák által megosztott posztok kerüljenek majd

a végleges mintába. Adatvédelmi szempontból fontos megjegyezni, hogy a mintavételi keretbe csak a nyilvános, mindenki által elérhető tartalmak kerültek.

Kiindulásként az „apa” szóval kezdődő hashtageket térképeztem fel az Instagram keresőmotorjának segítségével, mint. #apa, #apalánya, #apafia, #apaság, #apavagyok. A #apa keresőszó a legnagyobb megosztási számú hashtag, azonban mivel a szót magát több nyelvben is használják, ezért számos, a kutatás szempontjából nem releváns posztot is jelöltek ezzel a keresőszóval. Az #apalánya, #apafia pedig alapvetően a lányos és fiús témájú posztokra szelektálja az apaságot, ami által nem kaphatunk teljes képet az apák önreprezentációjáról. Az #apaság hashtag pedig rendkívül kevés számú – felhasználható – posztot jelölt meg. A kutatás szempontjából nem lett volna megfelelő, ezért döntöttem az elvetése mellett. Így végül a mintavételi keretet egyedül az #apavagyok kereső szóra kapott posztok alkották. A kereső szóval jelölt tartalmak száma **2022.08.01-én 17 948 volt.**

A #apavagyok keresőszó által megjelölt **17948** posztot tovább szűkítettem, először a legkedveltebb (legnépszerűbb) kategóriában rangsorolt bejegyzésekre. A kategória kiválasztását követően az első 300 posztról képernyőfotót készítettem és dokumentáltam. A kategória választásának okát indokolta, hogy az apasággal kapcsolatos legnépszerűbb posztokat rangsorolja, amelyek ezáltal számos Instagram felhasználóhoz juttatják el az apaságról alkotott üzeneteket. A 300 poszt közül további szűrést végeztem, a mintavétel kritériumainak megfelelően. Eltávolítottam a fizetett együttműködés által létrejött posztokat, reklámokat, mémeket, idézeteket, fotós által megosztott családi képeket, az anyák és anyabloggerek által megosztott posztokat és a videókat. A táblázatban a 300 bejegyzés típust a 6 kategória szerint csoportosítottam, a 3. kategória alkotja a végleges mintát.

	Bejegyzések típusa	Bejegyzések száma
1. Kategória	Hirdetések / Reklámok / Fizetett együttműködések	98
2. Kategória	Mémek / Idézetek / Tanácsadó oldalak	96
3. Kategória	Apák által megosztott bejegyzések (apaságot ábrázoló)	53
4. Kategória	Anyabloggerek / Anyák által megosztott bejegyzések	32
5. Kategória	Apák által megosztott (nem releváns tartalom)	18
6. Kategória	Videó	3
	Összesen:	300

1.ábra bejegyzés kategóriák (saját táblázat)

A tartalmak szűrése után, a mintába kerülés kritériumainak megfelelően a 300 posztból 53 db apaságot reprezentáló bejegyzést kaptam. Az 53 db bejegyzés képezi a kutatás vizsgálati egységeit. A végleges mintát az Instagram profilok típusa és megosztási számuk szerint csoportosítottam. Az Instagram profil típusokat tekintve rendkívül sokfélék, még ha úgy is tűnik elsőre, hogy hasonlóak. A megosztói típusukat tekintve felülreprezentáltak a közösségi médiában tevékenykedő influencerek, apabloggerek és a közéleti szereplők.

	Instagram profil típusa	Megosztott posztok száma
1. Kategória	Digitális tartalomkészítők ³⁴ / influencerek ³⁵ apabloggerek ³⁶	27
2. Kategória	Közéleti szereplők (színész: 8, énekes: 2, rádiós: 1, riporter: 5, politikus: 4)	20
3. Kategória	Egyéb Instagram felhasználó	6
	Összesen:	53

2.ábra

a

végleges mintába kerülő posztok típusa és megosztási száma (saját táblázat)

5.3.Kvalitatív és vizuális tartalomelemzés

Instagramon megjelenő apákat ábrázoló posztokat vizuális és kvalitatív tartalomelemzés segítségével kísérlem meg elvégezni. A tartalomelemzésnek két külön típusú eljárása létezik, kvantitatív és kvalitatív módszer. A kvalitatív tartalomelemzés módszere nem a számokkal végez elemzést, nem próbál általános érvényű megállapításokat tenni. A jelentések mondanivalóját vizsgálja, a folyamatok megértésére fókuszál. A társadalmi jelenségek, az emberi viselkedés jellemzését és megértését néhány személy értelmezésére konstruálva hozza létre (Hajdu 2008).

A vizuális tartalomelemzésben Sztompka 2009-es elméletére építkeztem, a közösségi média összetettsége miatt a különböző elemzési stílusokat ötvöztem, mint a hermeneutikai elemzést és a strukturalista interpretáció módszerét. Az elemzést segítő kérdések: „Milyen a fénykép dentonációja? Mit ábrázol? Milyen a konnotációja? Milyen asszociációkat ébreszt? Milyen interakciós formákat lehet észrevenni? Sugall-e a kép valamilyen eszmét, az ábrázolt személyek meggyőződését?” A fényképen szereplő személyek megvalósítanak-e valamilyen szabályokat, normatív mintákat, értékeket? (Sztompka 2009: 152.o.)

A hermeneutikai elemzés középpontjában a fotót készítő személy áll – jelen kutatásban az Instagramon posztoló magyar apák. A hermeneutikai vizsgálat során olyan kérdések segítik a feltárást, mint pl. Ki készítette a képet és milyen szándékkal? Milyen érzelmek társultak a

fénykép létrehozásához? Milyen társadalmi helyzetre lehet következtetni a kép tartalma alapján? (Sztompka 2009). A mellékelt szöveg – cím, hashtag, leírás – ezt hogyan egészíti ki? A képet kiegészítő szöveg fontosságára hívta fel a figyelmet Barthes (1977), a kiegészítő szöveg kettős szerepet tölt be, mivel egyszerre „horgony” és „összekötő” is. A fotók mindig poliszemikusak (többjelentésűek), a szöveg segít létrehozni a jelentés lehorgonyozást, rávilágítva, hogy mire kell a figyelmet fordítani (Barthes 1977).

A strukturalista interpretáció legfőképpen a fotók mögött munkálkodó társadalmi hatások, interakciók feltárására törekszik. A módszer úgy tekint a fényképre, mint egy kulcsra, amely a társadalmi élet rejtett rétegének felszínét örökíti meg. A strukturalista elemzés a fotók összehasonlításában is hasznos lehet, mivel a társadalmi élet számos aspektusára lehet következtetni általa. A képeken felfedezhetővé válnak a társadalmi normáknak való megfelelés, vagy éppen azok ellenzése. Az általam vizsgált posztokban az apasággal kapcsolatos normákat igyekszem feltérképezni, megtalálni az erre utaló vizuális tartalmakat. A fotókon megfigyelhető továbbá a társadalmi hierarchiában elfoglalt szerepekre utaló motívumok.

6. Kutatási eredmények bemutatás

6.1.Kódolás

A kódolást az Atlas.ti szövegelemző szoftver segítségével, a posztok képi és szövegtartalmát külön kódolási eljárással végeztem el – hiszen más-más jellemzőkkel bírnak. A kódtáblázatokat a mellékletben megtekinthetők. A tartalomelemzés folyamatában fontos szerepet tulajdonítok a képek és szöveg közötti összefüggések feltérképezésére. A képeknél használt kódok kialakításánál egy 2021-es Diniz és Sepúlveda által írt tanulmány kódrendszere volt a kiindulási pont. A kódrendszer a kutatás szempontjából fontos részeket tartalmazza, amelyek a következő kódcsoportok tartalmazzák: Apai bevonódás területi (k1.), Interperszonális kapcsolatok megjelenése (k.2.), kép üzenete (k.3.), kép struktúrája (k.4.), képeken szereplő személyek (k.5.), képeket kiegészítő szöveg (k.6.), megjelenő apatípus (k.7.), megosztó profil (k.8.), szeretet kifejezése a képeken (k.9.). *Lásd melléklet képek kódtáblázat.*

A szöveg szoftveres kódolása után nyolc kódcsoportot alakítottam ezek a következők voltak: a poszt üzenete (sz.1.), apai bevonódás területi (sz.2.), apasággal kapcsolatos attitűdök (sz.3.), apatípusok (sz.4.), interperszonális kapcsolatok (sz.5.), megosztó profil(sz.6.), szöveg terjedelme (sz.7.), ünnepek és mérföldkövek (sz.8.). *Lásd melléklet szöveg kódtáblázat.*

6.2. Az elemzés felépítése

Az 53 db bejegyzés elemzését a mellékletben szereplő két kódtáblázat alapján végeztem el. A kódok alapján 5 fő dimenzió mentén építettem fel az elemzést, amelyek összhangban vannak a kutatási kérdésekkel. A dimenziók és az altémák kialakításához szükséges kódokat táblázatban használt sorszám szerint feltüntettem. Minden dimenzióban képekkel és a posztokból kiemelt idézetekkel illusztrálok a témát, kiegészítve az Atlas. ti program táblázataival. Az anonimitás felételeinek megfelelően a dolgozatban felhasznált képeken szereplő személyek arcát kitakartam, az idézett szövegekben konkrét személyekre való utalásokat töröltem. A képeket a mellékletben szereplő 53 db URL link számozása szerint hivatkozom az elemzésben.

Az első dimenzióban a képek (k.4.) kódcsoporthoz összes kódját (k.4.1-től-k.4.6-ig) és szövegterjedelmének kódcsoporthoz (sz.7.) és az abba tartozó kódokat (sz.7.1-től-sz.7.3-ig) a megosztó profilok (sz.6.) kódcsoporthoz tartozó összes kód kontextusában vizsgálom meg.

A második dimenzióban a képeken és a szövegben megjelenő személyek és az interperszonális kapcsolatok reprezentációjának összefüggéseit fogom bemutatni. A dimenzió altémái között külön kitérek a gyermekeket apákkal együtt ábrázoló posztokra, a családi fotókra és testvéreket ábrázoló képekre.

A harmadik dimenzióban az apai bevonódás területét elemzem négy altéma mentén, amelyek a következők: szabadidős tevékenységek (sz.2.3., k.1.2.), tanítás nevelés és fejlesztés (sz.2.4. k.1.3.), támogatás és biztonság (sz.2.1.), közvetlen gondoskodás (sz.2.2., k.1.1.). A bevonódási területek és a megosztó profilok (sz.6.1- től-sz.6.9. -ig, k.8.1-től k.8.9-ig) közötti összefüggéseket is bemutatom.

A negyedik dimenzióban az apai szeretet és annak kifejezési módjait elemzem különböző interperszonális kapcsolatok (sz.5.1-től-sz.5.7-ig, k.2.1-től k.2.4-ig) kontextusában. Az apai szeretetet képeken való megjelenését a szeretet kifejezése kódcsoporthoz, és az interperszonális kapcsolatok képi és szövegi megjelenésének kódcsoporthoz tartozó kódokat vizsgálom meg.

Az ötödik – egyben az utolsó dimenzióban – az apai attitűdök és identitás megjelenését fogom feltérképezni a következő altémák szerint: apatípusok megjelenése képen és szövegben (sz.4.1-től sz.4.4-ig és k.7.1-től-k.7.4-ig), apává válás (sz.3.4.), apai mintázat (sz.3.2.), apa szerepek (sz.3.1.), és dilemmák az apasággal (sz.3.5.) és gyerekneveléssel kapcsolatban (sz.1.4.).

6.3. Képek és szöveg struktúrája

A szövegek struktúráját a Szöveg terjedelme kódcsoporthoz (sz.7.) három kódja alapján – csak cím, rövidebb szöveg, hosszabb szöveg – csoportosítottam. A csak címet használó posztoknál

jellemzően egy nagyon találó mondatral egészítették ki a fotót, emellett a címekben gyakran alkalmaztak különböző emojiakat – vagy csak azokat. A rövidebb szövegeknél megfigyelhető volt, hogy összefüggésben vannak a képpel, kiegészítik.

		● Csak cím 👤 21	● Hosszabb szöveg 👤 16	● Rövidebb szöveg 👤 16
● Apablogger	👤 8	0	8	0
● Digitális tartalomkészítő	👤 5	2	1	2
● Egyéb felhasználó	👤 6	5	0	1
● Influencer	👤 14	1	6	7
● Közéleti szereplő (énekes)	👤 2	0	0	2
● Közéleti szereplő (politikus)	👤 4	4	0	0
● Közéleti szereplő (rádiós)	👤 1	0	0	1
● Közéleti szereplő (riporter)	👤 5	2	0	3
● Közéleti szereplő (színész)	👤 8	6	1	0

3. ábra Megosztó profilok és szöveg terjedelme közötti kapcsolat (saját kép Atlas.ti)

A posztokat megosztó Profil kódcsoportokat (k.8. és sz.4) tekintve különbségek mutatkoztak a szöveg terjedelmével kapcsolatos kódcsoportok (k.6., sz.7.) illetően az egyéb felhasználó profillal (k.8.3, sz.6.3.) rendelkezők egyáltalán nem osztottak meg hosszabb terjedelmű szöveget, mindössze egy esetben alkalmaztak rövidebb leírást. A közéleti szereplők közül a színészek (k.8.9, sz.7.9.) és politikusok (k.8.6., sz.6.6) szintén csak címet adtak a képeknek, egy esetet leszámítva, ahol egy hosszabb terjedelmű szöveg is megjelent. A riporterek (k.8.8., sz.7.8.), énekesek (k.8.5., sz.6.5.) viszont több esetben csak rövidebb szöveget alkalmaztak, ami a képet kiegészíti. Az apabloggerek (k.8.1, sz.6.1.) csak hosszabb szövegeket alkalmaztak, míg az influencerek (k.8.4., sz.6.4.) a rövidebb és hosszabb szövegeket közel hasonló mennyiségben alkalmazták a posztjaikban.

A szövegek terjedelmének és a megosztók profiltípusának együttes értelmezése arra mutat rá, hogy az influencerek (k.8.4, sz.6.4.) és apabloggerek (k.8.1., sz.6.1) fektetik a legnagyobb hangsúlyt az apasággal kapcsolatos posztok szövegi tartalmára, ellenben a közéleti szereplők között nagyobb különbségek mutatkoznak. A mintában szereplő egyéb felhasználók pedig csak a kép prezentációt részesítik előnyben.

A kiválasztott posztok magasabb számban tartalmaztak pózoló vagy szelfi képeket, mint pillanatképeket. A bejegyzések – legtöbb esetben – 1 képet tartalmaztak, de előfordult 2 vagy több képet tartalmazó poszt is, a 2 vagy több képek esetében ez mindig egy adott téma köré fonódott. A képek között nagyobb számban voltak kültéri fotók, mint beltériek, függetlenül a posztot megosztó profiljától. Az influencerek főként pózoló fotókat osztottak meg, amelyek gyakran az idealizált apaság asszociációját keltették. A pózoló fotóknál főként rövidebb szöveget és címet használtak, a pillanatképeknél pedig hasonló arányban fordultak elő a hosszabb szövegek és rövidebb szövegek.

6.4.A képeken és a szövegben megjelenő személyek és az interperszonális kapcsolatok reprezentációja

A képeken szereplő személyek nevű kódcsoporton (k.5.) belül nyolc kódot (k.5.1-től k.5.8-ig) alakítottam ki, amelyek összefüggésbe hozhatóak az interperszonális kapcsolatok nevű kódcsoport (sz.5.) hét kategóriájával (sz.5.1-től-sz.5.7-ig). A legtöbb fotón az apa szerepelt egy gyerekkel, ahol az apa-fiú kapcsolat említése volt a legmeghatározóbb. A második leggyakrabban előforduló típus a családi fotó volt, a szövegben a családi értékeket és az együtt töltött idő fontosságát emelték ki. Gyakorinak számított a csak gyermeket ábrázoló bejegyzés, amelyekben legtöbbször újszülött gyerekekről készültek képek szerepeltek.



4. ábra Képeken szereplő személyek (saját kép Atlas.ti)



5. ábra Szövegben szereplő interperszonális kapcsolatok (saját kép Atlas.ti)

6.4.1. Apa és gyerekek megjelenítése a posztokban

Az interperszonális kapcsolatok közül az apa-fiú kapcsolat említése volt a legmeghatározóbb. A megosztó profilját tekintve az influencerek, az apabloggerek és a színészek képein volt azonosítható az apa-fiú kapcsolat megjelenítése. A fiúgyermek a vizsgált posztok alapján az apák számára rendkívül nagy büszkeséget jelentenek, erre több említés is volt a posztok szövegében, mint pl. „*a fiammal meg van egy erős kötelék, ami olyan pasis dolog*” másik „*Egy*

fiúgyermek óriási büszkeség egy apa számára, legalábbis én ezzel így vagyok”, „büszke vagyok rád kisfiam”, „*már most felnézek rád*”.

A kategóriában olyan hashtageket is használtak, mint: #fiusnap, #büszkeapuka, #apafia, #myson, #apjafia.



25. poszt politikus



44. poszt színész

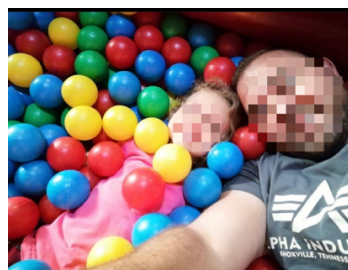
A 25. poszt képén az apa fiával közösen szerepel, a kép szabadban készült. A képet egy rövid cím kíséri, amelyben az apa kifejezi, hogy „*büszke vagyok rád kisfiam*”. A poszt dátumából arra lehetett következtetni, hogy évzáró után készült a fotó. A kép üzenete a gyermekére büszke apa érzésnek a megjelenítése.

A 44. poszt egy sorozatképből álló bejegyzés volt, amelyben egy rövid cím szerepelt „*Már most felnézek rá* ❤️❤️.” A képen az apa büszkén nézi gyermekét, a poszt üzenete a hashtagekből volt kikövetkeztethető, #ferfiasjatekok #egyuttlennijo #fiusnap. *A közösen együtt töltött időt igyekezett prezentálni az apa.*

Az apa és lány gyermekek képei nem mutatnak jelentős különbséget az apa és fiú gyermekekhez képest, a szeretetkifejezésében ebben az esetben az összebújás, és puszi mutatott eltérést az apa fiú kapcsolat megjelenítéséhez képest. A kategóriában használt hashtagek: #lányosapukavagyok, #babygirl, #daughter, #myprincess.



22. poszt egyéb felhasználó



33. poszt politikus

A 22. poszt képén pusztit kapó mosolygós apa látható. Az apát nagy büszkeséggel tölti el lánya szeretete. A szövegben az apai szeretetet a következőképpen fejezi ki a felhasználó „*Apának lenni a legcsodálatosabb, legkirályságosabb, legmenőbb dolog a világon!*” A szöveg további részében pedig párjának köszöni meg, hogy apává válhatott. A poszt fő üzenete az apaság érzésének megosztása és emellett az apák napi köszöntő. Az apák lány gyermekükkel közös képei jellemzően a fizikai közelség és a megóvás érzését keltik a nézőben.

A 33. poszt képén az apa a kislányával játéklabdák között fekszik, és jókedvűen mosolyognak. A kép jó kedvet áraszt, a szövegből viszont nem derül ki, hogy pontosan milyen közös programon vesznek részt – feltételezhető, hogy játszóházban készült a kép. A *#szuperhétvége* hashtagból arra lehet következtetni, hogy apa és lánya a hétvégi szabadidős programot együtt töltötte. A poszt üzenete egyértelműen az apaság pozitív oldalának prezentálása és a közös program élményének megosztása.

6.4.2. Család és testvérek

Az apák megosztásai között gyakori volt a családi képek és csak a testvéreket ábrázoló képek megosztásai. A családi képeken legtöbbször valamilyen szabadtéri programot lehetett felfedezni (kirándulás, strandolás, utazás) vagy ünnepi alkalmakat (karácsony, születésnap). Az influencerek gyakran emelték ki posztjaikban a család fontosságát, ezekre a posztokra jellemző volt az érzelmesség, az összetartozás fontosságának kihangsúlyozása. Több kutatás is rávilágított arra, hogy a családi fotókra jellemző, hogy egyfajta reprezentációt kínálnak a családtagokról, amelyek gyakran a szabadidős tevékenységekkel hozhatóak összefüggésbe (Shannon-Mccallum 2019).

A kategóriában gyakran használt hashtagek a következők voltak: *#együtt*, *#család*. Második leggyakrabban előforduló kép típus a családi fotó volt, itt főként a család fontosság kódjával mutatott erős összefüggést a kép és a szöveg közötti kapcsolat.



26. poszt influencer



17. poszt egyéb felhasználó.



23. poszt énekes

A 26. poszt képén egy boldog család látható, akik közösen töltik a szabadban az idejüket. A poszt üzenete egyértelműen a család fontossága, és az apa családdal töltött idő értékének prezentálása, a szövegben a következő képen utal erre a megosztó: „Akikkel mindig minden körülmények között, minden kerek „.

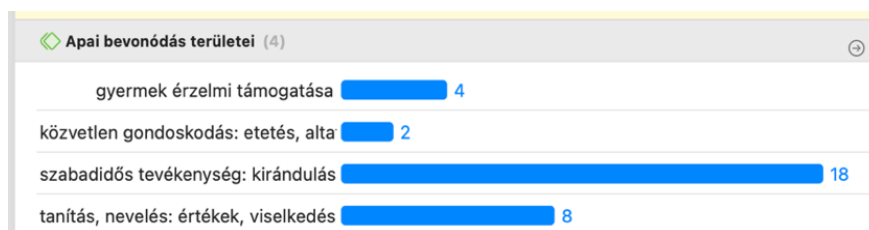
A 16. poszt képén a gyermek születésnapját ünneplő boldog családot láthatunk, a kiegészítő szöveg csak címet tartalmazott. A kép üzenete szintén a család fontossága és az összetartozás vizuális megjelenítése volt.

A 23. poszt képén két testvér látható egy kiskocsiban, apa a címben arra utal, hogy gyermekeire mindig van idő. A gyermekeivel töltött idő pedig örömet okoz számára, amit a

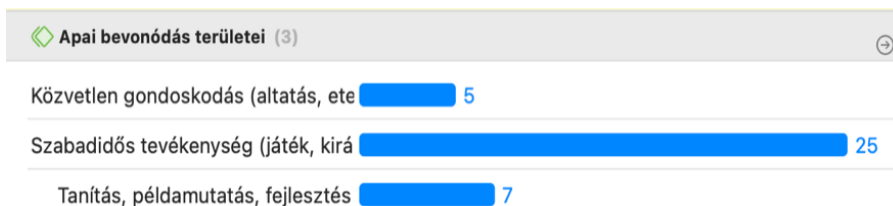
következőképpen fejez ki „Egyfajta feltöltődés ez számomra! 😊”. A poszt üzenet úgy értelmezhető, hogy apa prezentálja boldog gyermekeit, akik vele tölthetik az időt.

6.5. Apai bevonódás a gyereknevelésbe

Az apai bevonódás feltérképezésére a szöveg alapján (sz.2.) kódcsoporton belül négy kódot alakítottam ki, amelyek a következők voltak: a gyermek érzelmi támogatása, közvetlen gondoskodás (etetés, altatás, fürdetés, öltöztetés), szabadidős tevékenységek (kirándulás, közös játék, nyaralás stb.), tanítás, nevelés: (értékek, viselkedés, új ismeretek példamutatás). A képek esetében (k.1) egy kódot – gyermek érzelmi támogatása (sz.2.1) – leszámítva megegyeztek a kódok, a gyermekek érzelmi támogatását a képeken nem lehetett azonosítani. A képeken és a szövegekben is túlsúlyban szerepeltek a szabadidős tevékenységek megjelenítései. Az apai részvétel kategóriái sokszor átfedésben vagy együttesen jelentek meg a posztokban. Az (6-os és 7-es) ábra jól szemlélteti a képek és szöveg értelmezésének különbségét, amely azt a nézőpontot támasztja alá, hogy a kép és szöveg együttes értelmezése adhat teljes képet a posztok valódi üzenetéről.



6. ábra Apai bevonódás területi a szövegben (sajátkép Atlas.ti)



7. ábra Apai bevonódás területi a képeken (sajátkép Atlas.ti)

6.5.1. Szabadidős tevékenységek

Az ebben a kategóriában megjelenő képek mindegyikéről elmondható, hogy pozitív benyomás érzését ébresztik a megtekintőben. Az apás programok jó hangulatúak, kötetlenek, és idillikusnak hatnak. A szabadban készült fotók felülreprezentáltak ebben a kategóriában, de előfordult beltéren készült kép is. A fotókon túlnyomórészt apa van gyerekkel/gyerekekkel, anya csak néhány esetben jelent meg ezeken a fotókon. A szabadidős tevékenységek

mindegyikére jellemző volt, hogy az apák megosztották a gyermekükkel közösen töltött időt, egyfajta élménybeszámoló érzését keltették.



10. poszt apablogger

3. poszt influencer.

47. poszt apablogger

A 10. poszt képe egy szabadidős programot ábrázol, ahol apa és lánya boldogan összebújva mosolyog a libegőn. A képet egy hosszabb szöveggel egészítette ki, amely nem volt összefüggésben a képpel, az ábrázolt szabadidős programról egyáltalán nem tesz említést, viszont számos apaságot érintő témát fejteget. A 10-es poszt jól szemléletes, hogy gyakran a kép és szöveg nincs összhangban az Instagram bejegyzésekben, ezért lényeges az együttes értelmezésük.

A 3. poszt képén apa és fia jó kedvűen fagyiznak együtt a kikötőben, a szöveg röviden kontextusba helyezi, hogy pontosan mit is látunk a képen „*Egy extra finom fagy, egy extra szép környezetben, a legextrább kisfiúval a világon!*” A képet feltehetően egy harmadik személy készítette, esetleg a posztoló maga – időzítő funkcióval. A képet ebben az esetben a szöveg egészíti ki, és nagyobb hangsúly helyeződik a vizuális megjelenítésre.

A 47. poszt képén az apa három gyermekével játszik, teljesen átadja magát a játék hangulatának, igazi játszótárs szerepbe bújik. A képet anya készítette, amelyre utalást tesz a posztoló. A kép és szöveg összhangban voltak, amely a következőképpen írta körül a képen látottakat: „*Minden nap játékban úszik az egész ház, délutánra eluralkodik rajtuk az azt akarok csinálni, amit én akarok szindróma! 🤪🤪🤪*”

Az apák gyermeknevelésbe való bevonódásában az aktív szabadidős programok prezentálása volt tehát a meghatározó.

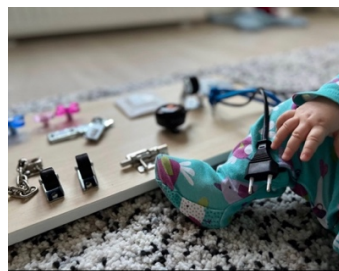
6.5.2. Tanítás, fejlesztés és nevelés

A második leggyakrabban előforduló kód, a gyermekek tanítása, erkölcsi nevelése, fejlesztése volt. A kategória magas számban való előfordulása arra enged következtetni, hogy az apák a játékon kívül egyre több területen vonódnak be a gyermekek életébe. A vizsgált posztokról megállapítható, hogy az apák nagy hangsúlyt helyeznek a gyermekek erkölcsi nevelésére, a helyes normák és szabályok kialakítására, mindezek mellett az új dolgok

tanítására, és a gyermekek fejlesztésére – ezeket a pillanatokat és tapasztalatokat pedig szívesen osztják meg. A neveléssel és példamutatással kapcsolatos kérdések és témák hosszas fejtegetése főleg az apabloggerekre és influencerekre volt jellemző, az egyéb felhasználók inkább a vizuális tartalmakra helyezték a fókuszot. A posztokból megállapíthatóvá vált, hogy minél nagyobbak a gyerekek, annál inkább vált a programok részévé az apa. A bejegyzésekben az apákra jellemző volt egyfajta ösztönzés az új dolgok tanulására.



12. poszt apablogger



49. poszt rádiós

A 12. poszt egy több fotót tartalmazott, amelyeken külön-külön szerepel apa és gyermek. A képet az apa saját magáról készítette egy október 23-i ünnepségen. A kép alapvetően nem fejezett ki érzelmeket. A képek összefüggésben voltak a szöveggel. A kisfiú és a magyar zászlók jól szimbolizálták a szöveg tartalmát, „*Van, amit nem lehet elég korán elkezdni tanítani a gyermekeidnek. A demokrácia, szabadság az egyik ilyen.*” A tanítás fontosságára helyezi a posztoló a hangsúlyt, viszont közös szabadidős programként is értelmezhető a szöveg további részei alapján.

A 49. posztban nem látszódik a gyermek, csak a test bizonyos részletei, és egy matatófal (fejlesztő játék) látható. A poszt szövege kontextusba helyezi a képet, amelyről megtudhatjuk, hogy apa készítette a játékot és szívesen tölti az idejét gyermeke fejlesztésével. A képeken és szövegekben gyakran volt utalás a gyermekek tanítására, fejlesztésére és szabad kibontakozására „*Minden zsinór, görgő, kapcsoló, dugvilla, csengő, amit egyébként szeret húzni, rágni, babrálni most egy helyen megtalálja. Szokatlan még neki, hogy nem szólunk rá, amikor ezekkel babrál.* 😂😂”.

A második leggyakoribb bevonadási terület, amelyet a vizsgált posztok alapján azonosítottam, arra enged következtetni, hogy az apák számára fontos, hogy gyermekeiknek jó példát mutassanak és új dolgokat taníthassanak.

6.5.3. Közvetlen gondoskodás

A közvetlen gondoskodásban való részvétel kevésbé jelent meg a vizsgált posztok között. A szövegekben mindössze két helyen, a képeken pedig öt esetben volt azonosítható az apák részvétele a gyermekek körüli gondozásban. Ezekre példa volt az altatás, öltöztetés és hordozás. Az altatás, és az alvással kapcsolatos képek voltak a kategórián belül kimagaslóak, ezek főként az apa-gyermek közötti kötődést szimbolizálhatják. Diniz és Sepúlveda 2021-es apasággal kapcsolatos Instagram posztok kutatásában az alvás, mint apa és gyermek közötti kötődés kifejezése gyakran megjelent a gondozási kategóriában (Diniz–Sepúlveda 2021).



11. poszt színész

40. poszt politikus

51. poszt digitális tartalomkészítő

A 11. poszt egy több fotót tartalmazó rövidebb szöveges bejegyzés volt, amelyet egy közéleti szereplő (színész) osztott meg. A poszt négy képet tartalmazott, de ebből csak a fentebb kiragadott kép hozható kontextusba a közvetlen gondoskodással. A képen az apa újszülött gyermekét tartja, a születés után kis idővel készülhetett a kép. A szövegből pedig kiderül, hogy apa aktív részese a baba körüli gondozásnak, erre utal a következő részlet „...*A holtpontok, a nagy nevetések, az órákon át tartó altatások, a belebújás, az illata, a gyönyörködés, a tekintete, a nem alvás, az aggodás, a szerelem.*” Követőinek ezzel azt az üzenetet közvetíti, hogy az apaságnak fontos része a gyermek körüli teendők aktív ellátása is.

A 40. posztot egy politikus osztotta meg, ebben a bejegyzésben szintén több kép is szerepelt, de csak a fenti kép köthető a közvetlen gondoskodáshoz. A képen két kisgyermek – testvérek – alszanak, a szöveg nem tett utalást arra, hogy mi történik a képen. A fotót az apa készíthette a gyermekek altatása/elalvása után. A kép önmagában is rendkívül beszédes, az apa részese volt valamilyen formában a gyermekek altatásának/elalvásának, tehát a közvetlen gondoskodásra enged következtetni.

Az 51. poszt mozaik képén az apa látható kislányával – mindketten jó kedvűek – és az öltöztetés fontosabb mozzanatait örökítették meg. Feltételezhetően a képet egy harmadik személy készítette. A kép üzenete a mindennapi rutinban való részvételre enged következtetni, és az apai gondoskodást igyekezett kifejezni a megosztó. A leíró szöveg a kép kiegészítésére szolgált, amelyben az apa tovább erősítette, hogy szívesen és örömmel vesz részt ebben a feladatban „*én jobban élvezem az öltöztetést mint a kicsajom!* 😊😘❤️”.

A közvetlen gondoskodás már megjelenik a posztokban vizuálisan és szöveges formában is, viszont kevés számuk arra enged következtetni, hogy a közvetlen fizikai gondoskodás nem olyan gyakori, mint a szabadidős hétvégi programokba való bevonódás.

6.5.4. Támogatás és biztonság

A posztok szövegében több alkalommal is felfedezhető volt az apák, mint érzelmi támogatók, biztonságot megteremtő személyek. Az érzelmi támogatás főként a hosszabb – egy esetben rövidebb – terjedelmű szövegekben volt észlelhető, profil típusokat tekintve pedig az apabloggerek, influencerek, és digitális tartalom készítők beszéltek róla. A vizsgált posztokban megjelenő érzelmi és biztonsági támaszt nyújtó apa képe összhangban van Lamb (2010) megállapításával, mely szerint a gyermekek kötődést alakítanak ki az apákkal, és betöltik a biztonságos menedék szerepkörét annak ellenére is, hogy általánosságban kevesebb időt töltenek a gyermekeikkel, mint az anyák. (Lamb, 2010³⁴ hivatkozva: Andrek 2019).



1. poszt apablogger



30. poszt digitális tartalomkészítő

Az 1. poszt képen egy falmászó gyermek látható, a kiegészítő szövegben az apa hosszasan fejtegeti a gyermekek támogatásának fontosságát. A kép önmagában nem keltett egy intim bensőséges érzést, viszont a szövegben az apa, mint érzelmi támogató és biztonságot adó személy erősen előtérbe kerül, továbbá a tanítás, nevelés kategóriával is szoros összefüggéssel jellemezhető.

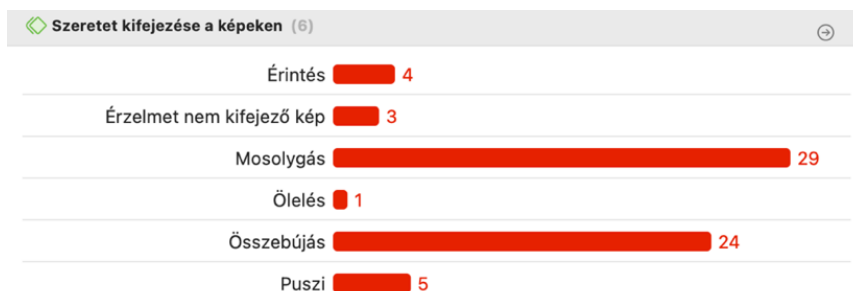
A 30. poszt képe egy apa-anyja keze által összefonódott ölelésben tartja a gyermek lábát, amely a családi összetartozást és védelmezést szimbolizálja. A szöveg kiegészíti a képen látottakat, „...*még erő van a két kezemben támasza leszek, ha elfáradna!* ❤️”. Az apai szerep meghatározó – biztonságot megteremtő – szerepére hívja fel a figyelmet a poszt.

A vizsgált és bemutatott posztok alapján az a következtetés vonható le, hogy az apák szívesen osztják még az érzelmi támogatással kapcsolatos képeiket, fontos számukra a biztonság megteremtése.

³⁴ Lamb, M. E. (2010). How do fathers influence children's development? Let me count the ways. In M. E. Lamb (Ed.), *The Role of the Father in Child Development* (pp. 1-27). Cambridge: John Wiley & Sons, University of Cambridge.

6.6. Az apai szeretet és annak kifejezési módjai

A negyedik témaként az apai szeretet (sz.3.3.) és annak vizuális (k.9) és textuális (sz.1.) kifejezéseit vizsgáltam meg. Az apai szeretet kategóriája az apai attitűdök kódcsoporton (sz.3.) belül jelent meg, és azért tartottam fontosnak önálló témaként kezelni, mert a posztokban a legnagyobb számban ez a kategória jelent meg. A képeken és a szövegekben változatosan jelentek meg a szeretet kifejeződései. Összeségben megállapítható, hogy az apai szeretet az egyik leggyakrabban előforduló kód volt a képeknél (k.9) és a szövegben is.



8. ábra Szeretet kifejezése a képeken kódcsoport (saját kép Atlas.ti)

A képeknél a szeretet kifejezésére utaló jelek voltak az érintés, a mosolygás, ölelés, összebújás, és puszi. A mosolygás ebben a kategóriában felülreprezentált volt, a legtöbb képen mosolygó arcokat láthattunk, emellett az összebújás volt a második leggyakrabban alkalmazott szeretet kifejeződés. Az interperszonális kapcsolatok (k.2., sz.5) és az érzelmek kifejezése között megállapítható, hogy a mosolygás az apa-fia kapcsolatokban nagyobb számban fordult elő, az apa-lánya kapcsolatoknál pedig az összebújás volt dominánsabb. A családi képeken az összebújás és a mosolygás volt a jellemző szeretet kifejezés. Profil típusok (sz.6, k.8.) szerint pedig az influencerek és színészek alkalmazták a szeretet vizuális megjelenítéseit leginkább. Az egyéb felhasználók mindegyike alkalmazta a szeretet kifejezésének valamely formáját.

		● apai szeretet
	25	
● anya említése	5	1
● apa fia kapcsolat említése	17	4
● apa lánya kapcsolat említése	6	4
● apa-gyerek kapcsolat általában	5	1
● család fontosságának említése	8	4
● párkapcsolat említése	8	1
● testvér kapcsolat említése	4	0

9. ábra Apai szeretet és Interperszonális kapcsolatok összefüggése (saját táblázat Atlas. ti)

A különböző posztokban megjelenő interperszonális kapcsolatok (sz.5., k.2.) összefüggésbehozhatóak az apai szeretet megjelenésével (sz.3.3.), a bejegyzések szöveges része gyakran egészítette ki az apai szeretet (k.9.) vizuális megnyilvánulásait. Az apa-lánya és

apa-fia kapcsolatok és a család fontosságának említésénél megegyező számban fordult elő az apai szeretet kifejezése, mint például a szeretet apa és lánya között örökké tart. A szeretettel kapcsolatos posztok gyakori további hashtagei a következők voltak: #szeretet, #boldogság, #szeretem.



5.poszt digitális tartalomkészítő 38. poszt apablogger 52. poszt apablogger

Az 5. poszt képén az apa gyermekét hordozza, arcukat összeérintve mosolyognak egymásra. A kép az őszinte apa és gyermek közötti szeretetet tükrözi vissza. A poszt szövege hosszasan fejtegeti az apává válás és az apai szerep fontosságát. A megosztó üzenete egyértelműen az apai szeretet megélése és, hogy a férfiasság megfér az odaadó érzékeny apaság mellett is.

A 38. poszt képe apa és fia összeborulását mutatja, az apai szeretet itt is egyértelműen megnyilvánul. Az apa üzenete a képpel, hogy jelen van a gyermeke életében, és felvállalja az apai érzelmeket, amelyeket gyermeke ébreszt benne „...a legkedvesebb pillanataim vele, amikor hazaérek és azonnal megölel, filmezés közben hozzám bújik és őszintén azt mondja: Szeretlek Apa!”. A kiegészítő szöveg tovább erősíti az apai érzelmek megélését és követőit is ugyanerre bátorítja. A szövegben felhívja az apai mintázat és apai szerep fontosságára a figyelmet. Az apaság érzelmes oldalának felvállalása a közösségi médiában egyre inkább megszokottá válik.

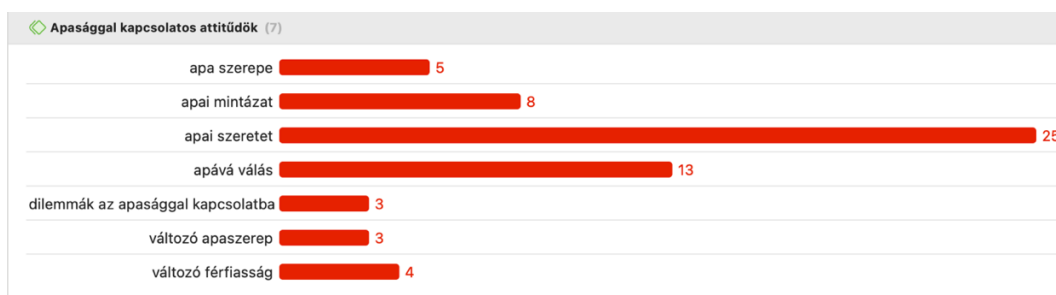
Az 52. poszt szintén az apai érzelmek felvállalását helyezi központi témájává, mint például az ölelés fontosságának hangsúlyozása. Férfitársait pedig arra ösztönzi az ölelés és a szeretet kimutatása kapcsán, hogy „Talán férfiként néha zavarba ejtő az ilyen fokú közelség, de megéri megtanulni kezelni. 😎”

Összeségében megállapítható, hogy az apák számára fontos, hogy a gyermekük felé érzett szeretetet prezentálják az Instagram felületén, amelyeket gyakran öleléssel, puszival fejeznek ki.

6.7. Apai attitűdök és identitás megjelenése a posztokban.

Az ötödik nagyobb témaként az apai identitást és az attitűdöket öleli fel, amelyek lényegében határozták meg a posztok szövegi tartalmát. Jelen téma olyan kategóriákat csoportosít, mint

például apai mintázat, apa szerepe. A táblázatban szereplő kategóriák gyakran jelentek meg együtt, egymást kiegészítve.



10. ábra Az apasággal kapcsolatos attitűdök kódcsoport (saját táblázat Atlas.ti)

6.7.1. Apatípusok

Az apatípusok kódcsoport (sz.4. és k.7.) alapján a posztokban nem volt felfedezhető az otthonmaradó apatípus (stay at home fathers), ami arra enged következtetni, hogy az Instagram felületén még vagy nincsenek jelen ezek az apák, vagy pedig kevés számuk miatt a mintába nem kerültek bele.

A közvetlen gondoskodó apatípus (sz.4.2.) mindösszesen három alkalommal jelent meg a bejegyzésekben, amelyek az alvással, hordozással és öltöztetéssel voltak összefüggésben.

A gondoskodó, nevelő, érzelmileg nyitott apatípus (sz.4.3.) jelent meg a legtöbbször a posztokban, erre a típusra jellemző volt, hogy aktív részesei a gyermek életének.

A távoli apa típusra (sz.4.1.) olyan utalásokból tudtam következtetni, mint pl. az egyik zenész megjegyzése: „amikor épp nem koncertezem, igyekszem időm nagy részét velük tölteni.” másik egy apabloggertől „Apaként nem biztos, hogy sok időt tudunk tölteni a gyerekekkel, de fontos, hogy számít ránk.” Gyakran jelent meg a hétvége említése, amely arra enged következtetni, hogy ez az az időszak, amikor az apák aktívabban jelen tudnak lenni a család és a gyermek életében. A következő utalásokat és hashtageket használták: „Családi hétvége”, „Pihenős hétvége”, „Weekend mood”, #szuperhétvége, #weekendvibes

Összeségében a megjelenő apatípusokat tekintve azt a következtetést lehet levonni, hogy az apák már aktívan jelen vannak a gyermekek életében, de az otthon maradó apatípus egyáltalán nem jelenik meg, és a közvetlen gondoskodásban résztvevő apák is csak kis százalékban voltak azonosíthatóak a vizsgált posztokban. A távoli apatípusra több utalás is megjelent, ami viszont nem zárta ki a gondoskodó nevelő apatípust.

6.7.2. Apává válás és apai mintázat

A témában legmagasabb számban az apává válás (sz.3.4.) folyamata és az apai mintázat (sz.3.2.) jelent meg – az apai szeretet kifejezést (sz.3.3.) külön témában elemeztem. Ezekről a

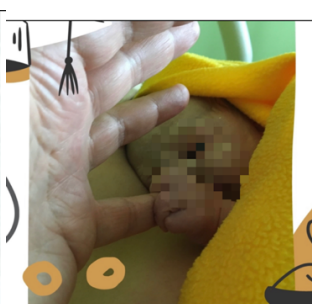
témákról szívesen, és hosszasan írtak, olyan kategóriákkal mutatott szoros összefüggést, mint például mérföldkövek (sz.8.1, k.3.4) és az apai szeretet (sz.3.3.). A megosztó típusok (sz.6., k.8.) között nem volt jelentős különbség. Az említett témák többnyire olyan képek mellett jelentek meg, amelyen apa és újszülött gyermek, vagy újszülött gyermek egyedül van.

Andrek (2019) úgy véli, hogy az apává válás több szinten zajló folyamat, a gyermek születése után a kialakult új érzések és viselkedési minták hatására a férfi addigi önképe transzformálódik. Az előbb említett folyamat már a várandósság alatt is megkezdődhet, mivel a mai apák nagyrésze aktívan jelen van a prenatális szakaszban is (Genesoni–Tallandini 2009: 20³⁵ hivatkozva: Andrek 2019). Az apává válás folyamatát olyan idézetek prezentálják legjobban, mint pl. *„Apaként sok minden megváltozott az életemben”* vagy *„Az apává válás egy nagy változás, és ha nem figyelünk oda, biza lemaradhatunk róla.”*

Az apai mintázattal kapcsolatban olyan utalásokat tettek az apák mint, *„Te a saját példádon keresztül is ezt erősíted, gyermeked is eltanulja”*.



1. poszt influencer



39. poszt apablogger



48. poszt Egyéb felhasználó

A 4. poszt képén az egyik influencer azzal szemlélteti az apává válás folyamatát, ahogyan gyermekét kezében tartja. A bejegyzésében megosztja a saját apává válási narratíváját, és azokat a külső hatásokat, amelyek a gyermek várás idején érték, mint például: *„...semmi sem lesz ugyan olyan, mint korábban Sokszor hallottam ezt a mondatot másoktól, akik némi cinikussággal, vagy negatív töltettel mondták ezt nekem. Ami azt sugallta, hogy a gyermek születése utáni időszak már nem is jó, és hogy előtte az igazi az élet.”* A posztban nyíltan beismeri, hogy természetesen semmi nem lett már ugyanolyan, mint a gyerekek születése előtt, de mégis pozitív fejlődésként tekint az apává válás folyamatára. A 4. poszt sok férfi számára adhat megerősítést abban, hogy nincsenek egyedül, sokan hasonló érzéseket élnek át.

A 39. posztban egy újszülött csecsemő és apa keze látható, egyfajta apa és gyermek közötti összekapcsolódást illusztrál. Az apai szeretet ezen a fotón is érzékelhetővé válik, és összhang van a kép és a szöveg között. Az apablogger saját apává válásának fontosabb

³⁵ Genesoni, L. & Tallandini, M. A. (2009). Men's psychological transition to fatherhood: An analysis of the literature, 1989–2008. *Birth*, 36, 305-318. doi: 10.1111/j.1523- 536X.2009.00358.x

momentumait emeli ki, mint pl. *„Emlékszem, én akkor lettem apa, amikor meghallottam a magzat gyermekem első szívverésének hangját, egy ütött kopott ultrahang gépen az 1980-as évekből.”* Napjainkban már természetes, hogy az apák részesei a várandósság folyamatának, az apai szerepre való felkészülés már itt kezdetét veszi.

A 48. posztot egy egyéb Instagram felhasználó osztotta meg, amelyen egy újszülött fotózáson készült kisbaba képe látható. Az apa egy rövid szöveggel egészítette ki a képet, amelyben bemutatta kislányát. A poszt nem tartalmazott más egyéb szöveget. A bejegyzés fő üzenete az új gyermek születése volt. Az apává válásnál az újszülött vagy babás képeket gyakran alkalmazták.

A vizsgált posztok arra mutatnak rá, hogy az apák számára fontos az apává válás folyamatának megjelenítése az Instagramon akár vizuális (újszülött gyermek képe) akár szöveges formában.

6.7.3. Apa szerepek és dilemmák az apasággal és neveléssel kapcsolatban

Az apa szerepre (sz.3.1.) nagy figyelem összpontosult a vizsgált bejegyzésekben, élénken jelen van az apasággal kapcsolatos posztokban. Jellemző volt, hogy hosszabb szövegekben (sz.7.2.) jelent meg olyan kódokkal, mint a változó férfiasság (sz.3.7.) és változó apaszerep (sz.3.6.) vagy pedig a gyermeknevelés (sz.1.4.). A kategória főként a bejegyzések szövegében volt értelmezhető, képeken erre utaló ábrázolás nem szerepelt a kódok között. Apa szereppel kapcsolatban olyan idézetek voltak azonosíthatók, mint *„Az apaság fontossága valahogy alulértékelt dolog. Nemcsak a köztudatban merül gyakran feledésbe az anyák mellett az apák szerepe, de nekünk férfiaknak is hiányzik a tudatunkból, kultúránkból a férfivá válás fontossága mellett az apává válásé (tisztelet a kivételnek), egészen addig amíg meg nem tapasztaljuk”*. A posztoló magas követői táborra miatt ez az üzenet számos felhasználóhoz juthatott el, amelynek kétségtelenül identitásteremtő hatása van.

A családban a női szerepek mellett ugyanannyira szükség van a férfi szerepekre is, mindkét nem hordoz férfias és nőies tulajdonságot, erre világít rá az 5. poszt szövege is: *„A nő, a férfi másik fele, a párja, társa, kiegészítője. Akkor leszel igazi férfi, ha megtalálsz a benned élő nőt is.”* Az új férfitípus pedig már nem csak a nőkhez kapcsolja az érzelmeket, hanem a férfiakhoz is. Elliott 2015 és Lee–Lee 2018 megállapítása szerint a gondoskodó férfi identitásában átlényegülnek a régi férfias értékek, megjelenik az érzelmkifejezés, a

gondoskodás, és a kapcsolati értékek fontossága. (Elliott 2015³⁶, Lee–Lee 2018³⁷ hivatkozva: Sztáray–Drjenovszky 2021).

7. Következtetések

Dolgozatomban a kutatásomhoz szükséges elméleti keretezés során az apaság rövid történetét és a nemi szerepekkel kapcsolatos elméleteket vettem sorra. A különböző apatípusok és szerepek mellett az apai bevonódással kapcsolatos megközelítéseket is bemutattam. Ezek mellett a közösségi médiára és az Instagramon zajló szülői mediatizációra és online identitásra helyeztem a hangsúlyt. Végül a vizuális szociológiát és a képek felhasználásnak lehetőségeit a társadalomtudományokban mutattam be.

Kutatásomban a vizuális tartalomelemzést ötvöztem a kvalitatív szövegelemzés módszerével. A két módszer segítségével kerestem a választ arra, hogy az Instagramon milyen apai identitás és attitűd jelenik meg, továbbá milyen apatípusok válnak azonosíthatóvá a képek és kísérő szövegek alapján. Vizsgálatom kiterjedt az apai bevonódás típusainak feltérképezésére és az interperszonális kapcsolatok megjelenítésére is. Az elemzést az Atlas.ti szövegelemző szoftver segítette, az elemzés típusát tekintve a strukturalista interpretációt igyekeztem a hermeneutikai interpretációval együttesen alkalmazni.

Az első kérdéskörben a magyar apák apasággal kapcsolatos identitásának és attitűdjének Instagramon való megjelenítését igyekeztem megvizsgálni. A posztok vizuális és textuális részeinek elemzése rávilágított, hogy a posztokban a modern apatípus felülreprezentált, amelyet pozitívan és büszkén vállalnak fel az Instagramon. A bloggerek és influencerek gyakori témája volt a modern apa jelensége, ahol hosszan fejtegették az apai mintákat és az apaság megítélését. Ez arra enged következtetni, hogy az új típusú apaság iránti igény egyre erőteljesebben jelen van a magyar társadalomban is, melynek a közösségi média szereplői hangot is adnak, követőiket pedig folyamatosan ösztönzik az új apaság felvállalására. Az Instagramon megjelenített apakép pedig megegyezik Wall és Arnold (2007) „új” apa típusával, aki érzelmileg nyitott, törődő és gyermeke iránt elkötelezett, párjával pedig szívesen osztja meg a gyerek körüli nevelési gondozási feladatokat (Wall–Arnold 2007). A bejegyzések elemzése után megállapíthatóvá vált, hogy az apák szívesen vonódnak be a gyermekek életébe, amelyeket különböző kontextusokban – játék, kirándulás, tanítás, érzelmi biztonság – jelenítenek meg a fotókon és a szövegben. A modern apatípus mellett megjelent három esetben

³⁶ Elliott, K. (2015) Caring masculinities: Theorizing an emerging concept. *Men and Masculinities*, 19(3), 240–259.

³⁷ Lee, J. Y. – Lee, S. J. (2018) Caring is Masculine: Stay-at-Home Fathers and Masculine Identity. *Psychology of Men & Masculinity*. 19(1), 47–58

hagyományos apa típusra való utalás is, ők azok, akik kevés időt tudnak a gyermekükkel tölteni munkájuk miatt.

Az apa és férfi szerepek összeegyeztetése a bloggerek és influencerek szintén gyakori témájának bizonyult, összekapcsolva a változó apaképpel és férfiassággal, továbbá a gyermeknevelés általános és filozofikus kérdéseivel. Érezhetően igyekeznek a mai modern apa ideáljának megfelelni és jelen lenni a gyermekek életében.

A megosztó bloggerekre, influencerekre, és néhány közéleti szereplőre jellemző volt, hogy saját apaságuk irányából közelítették meg az apaszerepek és kompetenciák kérdését. Az egyéb felhasználók és a közszereplők csoportja csak kevés esetben fejtette ki szöveges formában a témához kapcsolódó véleményét, az ő csoportjukban egyértelműen a vizuális megjelenítés volt jellemző. Az apasággal kapcsolatos dilemmákra olyan utalásokból lehetett következtetni, mint pl. az egyik apablogger szövege: *„Mikor mondhatja el magáról az ember, hogy jó apa? Szerintem nincs olyan. Pedig az ember vágná azokat a biztos pontokat, amik mentén ezt a sokszor égető kérdést el lehetne dönteni”*. A közösségi médiában egyre erőteljesebben jelen van az új apai identitás megfogalmazása. Az apává válás folyamatát jól akarják csinálni, és sokszor érezhetően kevés mintájuk és információjuk van erről.

Az Instagramon posztoló apák az egyik legfontosabb értéként jelenítették meg a családot vizuálisan és szövegben is. A család fontosságát úgy fogalmazták meg, mint pl. *„Hálás vagyok a családomért, a gyerekeimért és legfőképp a szerelmemért!”* vagy *„Mindegy, hogy merre járunk, a lényeg, hogy együtt legyünk.”*

Összességében megállapítható, hogy az Instagramon megjelenített apai identitás és attitűdök az új modern apa szerepét részesítik előnyben, mindemellett a tradicionális apa típusra utaló jelek gyakran szimultán jelen voltak a bejegyzésekben. Az Instagram apai ábrázolása egyértelműen pozitív és gyakran idillikus benyomást keltő. Miller (2011)-es megállapítása igazolódott, mely szerint a társadalomban történt változások következtében a médiában megjelenő apakép is megváltozott, nagyobb szerepet tulajdonít az apai bevonódásnak és az ideális apa érzelmeit kifejező, gondoskodó képe jelenik meg (Miller 2011³⁸ hivatkozva Hunter et.al. 2017). Ammari és Schoenebeck 2015-ben apákkal végzett interjúk kutatásának eredményei is összhangban vannak azzal a megállapítással, hogy az apák azért használják a közösségi média platformokat, hogy apasággal kapcsolatos bejegyzéseket archiváljanak, továbbá támogatást kapjanak más apáktól, és megtanuljanak jó apáknak lenni.

³⁸ Miller Tina 2011. "Falling Back into Gender? Men's Narratives and Practices Around Firsttime Fatherhood." *Sociology* 45:1094–109.

Második kérdéskörben arra szerettem volna választ kapni, hogy a bejegyzésekben milyen típusú apa jelenik meg, esetleg felfedezhetővé válik az otthonmaradó, vagy az aktív apatípus. Az eredmények arra mutattak rá, hogy a posztokban nem volt azonosítható az otthonmaradó (stay at home fathers) apa típusa, a közvetlen gondoskodó apatípus is csak három posztban is megjelent, de a legtöbb posztban pedig felfedezhető volt a gondoskodó, nevelő, érzelmileg nyitott apa.

A távoli apa típusra olyan utalásokból tudtam következtetni, mint pl. az egyik zenész megjegyzése: „*amikor épp nem koncertezem, igyekszem időm nagy részét velük tölteni.*” másik egy apabloggertől „*Apaként nem biztos, hogy sok időt tudunk tölteni a gyerekekkel, de fontos, hogy számít ránk.*” Gyakran jelent meg a hétvége említése, amely arra enged következtetni, hogy ez az az időszak, amikor az apák aktívabban jelen tudnak lenni a család és a gyermek életében. A következő utalásokat és hashtageket használták: „*Családi hétvége*”, „*Pihenős hétvége*”, „*Weekend mood*”, *#szuperhétvége*, *#weekendvibes*

A harmadik kérdéskörben az apai bevonódás területeit szerettem volna megvizsgálni. Az apai bevonódás kimagaslóan a szabadidős tevékenységek köré csoportosult. Az apák szívesen töltik gyermekükkel az időt, derül ki a képek és a kiegészítő szövegek alapján. Főként a kültéri programok vizuális megjelenítései voltak felülreprezentáltak a kategóriában. A szabadidő programos posztokon rendszerint apa szerepelt gyerekekkel, vagy gyerekekkel – ritkább esetben a család és gyerek egyedül. A szabadidős tevékenységek felülreprezentáltsága összhangban van Diniz és Sepúlveda 2021-es apasággal kapcsolatos Instagram posztok vizsgálatának eredményeivel, mely szerint az apák a könnyed szabadidős tevékenységekbe való részvételt helyezik előnybe. Parke és Ross (2000) azon megállapítása, mely szerint a tradicionális családokra jellemző, hogy az apa, amikor a gyerekekkel tölti az idejét az főként a játékról szól, és leginkább kültéren játszanak fizikai játékokat, arra enged következtetni, hogy a vizuális megjelenítés a tradicionális apakép erősen jelen van, a szövegben ezzel párhuzamban pedig a modern apa értékei dominálnak jobban.

A tanítással és neveléssel, fejlesztéssel kapcsolatos dimenzió a második leggyakrabban előforduló bevonódási területnek számított, a vizsgált posztok alapján. Az apák fontosnak tartották, hogy gyermekeiknek jó példát mutassanak, és megfelelő normákat alakítsanak ki, mindemellett új dolgokat is tanítsanak. Megfigyelhető volt, hogy a nagyobb gyerekeket ábrázoló képeken apa egyre inkább vált a programok részévé és jellemző volt egyfajta ösztönzés az új dolgok tanulására.

Az érzelmi biztonság és támogatás dimenziójában is azonosítható volt az apai bevonódás. Az érzelmi közelségre törekvő apákat Dermott (2003) (intimate fathers) definiálja

(Dermott 2003³⁹ hivatkozva: Sztáray–Drjenovszky 2021: 14) A posztokból kiderült, hogy fontos az apák számára, hogy biztonságos támaszt nyújtsanak gyermekeiknek, ez pedig alátámasztja Lamb (2010) megállapítását, mely szerint a gyermekek kötődést alakítanak ki az apákkal, és betöltik a biztonságos menedék szerepkörét annak ellenére is, hogy általánosságban kevesebb időt töltenek a gyermekeikkel, mint az anyák. (Lamb, 2010 hivatkozva: Andrek 2019).

A közvetlen gondoskodásban való részvétel volt a legritkábban elforduló apai bevonódás, amely szintén egyezést mutat Diniz és Sepúlveda 2021-ben végzett kutatási eredményeivel. A szövegekben mindössze két helyen volt említés, a képeken pedig öt esetben volt azonosítható az apák részvétele a gyermekek körüli közvetlen gondozásban. Ezekre példa volt az altatás, öltöztetés és hordozás. A vizuális megjelenítés a közvetlen gondozás esetében dominánsabb volt.

Az utolsó kérdéskörben azt szerettem volna megvizsgálni, hogy az apák hogyan és milyen formában alkalmazzák a szeretet kifejezését és milyen interperszonális kapcsolatok jelenítenek meg a bejegyzéseikben. Az elemzésben a szeretet kifejezésű téma kategóriái arra mutattak rá, hogy az apák az Instagram posztjaikban szívesen fejezik ki szeretetüket gyerekeik irányába és a család irányába is. A szeretet vizuális kifejezései között szerepelt az összébujás, ölelés, puszi, érintés. Az apai szeretetet kifejező képeket olyan szövegekkel egészítettek ki mint: „*Imádom a kis lurkót*”, „*A legnagyobb és a legkisebb szerelmemmel*”. „*Keresem a szavakat, de nem igazán találok..., talán erre nincsenek is.*”, „*A szeretet apa és lánya között örökké tart*”.

Az interperszonális kapcsolatok és az érzelmek kifejezése között megállapítható, hogy a mosolygás az apa-fia kapcsolatokban nagyobb számban fordult el, az apa-lánya kapcsolatoknál pedig az összébujás volt dominánsabb. A családi képeken az összébujás és a mosolygás volt a jellemző, mint vizuális szeretet kommunikáció. Profil típusok szerint pedig az influencerek és színészek alkalmazták a szeretet vizuális megjelenítéseit leginkább. Összességében megállapítható a vizsgált Instagram posztokról, hogy az apák kommunikációjában megjelenik az érzelmkifejezés, a gondoskodás, és a kapcsolati értékek fontossága, amely összhangban van Elliott 2015 és Lee–Lee 2018 -as megállapításával.

Az elméleti összefoglaló és a vizuális, kvalitatív tartalomelemzés alapján megállapíthatóvá vált, hogy az Instagramon reprezentált apai identitás a modern, aktívan gondoskodó apa képét ábrázolta. Az Instagram felületén az apaság főként pozitív, idillikus

³⁹ Dermott, E. (2003) 'The intimate father': Defining paternal involvement. Sociological Research Online, 8(4), 28–38.

oldalát helyezték fókuszba, nem jelentek meg a szülőséggel járó nehezebb pillanatok. Az elemzés rávilágított többek között arra is, hogy a közösségi média felületen tevékenykedő influencerek és bloggerek tartalomfelépítésében meglehetősen népszerűnek számítanak a szülői szerephez és az apasághoz köthető témák. Az apák bejegyzései már nemcsak a vizuális megjelenítésre korlátozódtak, a kísérő szövegek és hashtagek alkalmazásával komplexebben fejezték ki az identitásukat. Az apakép változása az Instagram társadalmi környezetében azonosítható volt, ami arra enged következtetni, hogy egyre erőteljesebb az aktív apaság irányába való eltolódás.

A jelen tanulmány megállapításainak ellenére, amelyek igyekeztek feltárni a változó magyar apaképet az Instagramon, bizonyos korlátokra is rámutatott, amelyek nem elhanyagolhatóak. Elsőként az **#apavagyok** címke bejegyzéseinek egy részének elemzése nem adhat teljes képet a lefedett tartalomról. Másodikként, ha csak a nyilvános Instagram-fiókok **#apavagyok** címkéjével ellátott bejegyzései vizsgáljuk, akkor arra is számítani kell, hogy a privát fiókokból származó releváns bejegyzések kimaradnak. Utolsóként pedig a bejegyzésekre érkezett reakciók figyelmen kívül hagyása szintén korlátozó hatású volt, mivel a megjelenő apakép társadalmi megítélése így nem volt értelmezhető.

A kutatás nagyobb mintán való végrehajtása, és a fentebb említett korlátok kiküszöbölése által tisztább képet kaphatnánk a magyar apák Instagramon való reprezentációjáról és a változó apakép társadalmi megítéléséről.

Szakirodalom

- Andrek Andrea (2019) *A szülő–magzat kötődést befolyásoló tényezők vizsgálata párkapcsolati és intergenerációs kapcsolati jellemzők figyelembevételével*. PhD Disszertáció ELTE PPK Pszichológiai Doktori Iskola Magatartápszichológiai Program, 2019. Budapest
- Ammari Tawfiq Schoenebeck Sarita (2015) Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. CHI '15: Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems:1905–1914. letöltés: 2022.10.13. elérhető: https://www.researchgate.net/publication/300727716_Understanding_and_Supporting_Fathers_and_Fatherhood_on_Social_Media_Sites
- Barthes, Roland (1977) Rhetoric of the Image. in Stephen Heath (szerk.). *Image, Music Text*. Fontana, London. 15.-32.o.
- Becker György (2015) A posztmodern és az iGeneráció. in: Kósa Éva (szerk.) *Médiaszocializáció* Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, Budapest: 119-154.o
- Bujna Eleonóra (2008) Az apa szerepe a múltbéli és a korszerű családban. *Módszertani közlemények*, (48) 3. 109-111. letöltés: 2022.07.03. Elérhető: http://acta.bibl.u-szeged.hu/28902/1/modszertani_048_003_109-111.pdf
- Berta Judit (2018) Identitás fejlődés serdülőkorban: közösségi oldalak és a digitális identitás kifejeződéseinek egyéb felületei. in: Kósa Éva (szerk.) *Médiaszocializáció* Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, Budapest. 227-257.o
- Clark L. Schofield. (2011). Parental Mediation Theory for the Digital Age. *Communication Theory*, 21(4), 323-343. letöltés: 2022.10.11. elérhető: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2011.01391.x>
- Cseh-Szombathy Mihály (1979) Családszociológiai problémák és módszerek. Berend T. Iván Huszár T., Kulcsár K. (szerk.) Gondolat Kiadó. Budapest
- Diniz, Eva - Sepúlveda, Rita (2021) Depicting #fatherhood involvement on Instagram: Caregiving, affection, and stimulation. *Communication and Society*. 2022, Vol. 35 Issue 4, 1-18. Letöltés 2022.07.02 elérhető: https://www.researchgate.net/publication/357429461_Depicting_fatherhood_involvement_on_Instagram_Caregiving_affection_and_stimulation
- Drjenovszky Zsófia – Sztáray Kézdy Éva (2021) Kisgyermekes szülők a munkaerőpiacon: otthonlévő apák - dolgozó anyák (i. rész) otthonlévő apák tapasztalatai. *Új munkaügyi szemle* II. évfolyam 4. sz. 32-42.
- Geszler Nikolett (2014) Menedzser férfiak munka és magánélet közötti egyensúlya. *Kultúra és közösség*, 4, 115–122.o.
- Hadas Mikós (2009) *A maszkulinitás társadalmi konstrukciói és reprezentációi*. Akadémiai doktori értekezés. letöltve: 2022.10.20 elérhető: <http://real-d.mtak.hu/342/1/Hadas.pdf>
- Hajdu Gábor (2008) A kvantitatív és a kvalitatív társadalomtudományi kutatás módszerei – dióhéjban. *Forum sententiarum curiae* 3 évf. 2. szám 1.- 2.o.
- Hunter, C. Sara –Riggs, Damian, W. – Augoustinos, Martha (2017) Constructions of Primary Caregiving Fathers in Popular Parenting Texts. *Men and Masculinities* Vol. 23(1) 150-169 letöltve: 2022. 09. 30. elérhető: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1097184X17730593>
- Knauf, Helen (2019) Disenchantment of the Family Mediatisation of Parenthood in Family Blogs, *MedienPädagogik Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*

- (Occasional Papers) 156-173 letöltve: 2022. 10. 13. elérhető: <https://www.medienpaed.com/article/view/1049/1165>
- Kovács Orsolya (2011) *A kenyérkereső apától a bevonódó apáig – Az apaszerep változása és körképe napjainkban*. Tudományos Diákköri Dolgozat. Budapesti Corvinus Egyetem
- Lamb, E. Michael (2000) The history of research on father involvement. *Marriage & family review*, Vol.29(2), 23-42. ISSN: 0149-4929, 1540-9635. https://doi.org/10.1300/J002v29n02_03
- Makay Zsuzsanna – Spéder Zsolt (2018) Apaság: A férfiak gyermekvállalása és családi szerepei. In: Monostori J. – Öri P. – Spéder Zs. (szerk.). *Demográfiai portré 2018*. 65.-82.o KSH Népeségtudományi Kutatóintézet. Budapest
- Murinkó Livia (2014) Gyermekgondozási munkamegosztás és a nemi szerepek megítélése. 02. szám Spéder Zsolt (szerk.): *A család vonzásában - Tanulmányok Pongrácz Tiborné tiszteletére*. 177.-216.o. KSH Népeségtudományi Kutatóintézet. Budapest
- Nagy Beaáta – Géring, Zsolt – Király Gábor (2018) (szerk.): *Dilemmák és stratégiák a család és munka összehangolásában*. L' Harmattan kiadó. Budapest
- Nagy Ildikó (2001) A családfő intézménye – nemi szerepek a családban. In Nagy Ildikó, Pongrácz Tiborné, Tóth István György (szerk.) *Szerepváltozások: Jelentés a nők és férfiak helyzetéről. 2001..* TÁRKI és a Szociális és Családügyi Minisztérium Nőképviseleti Titkársága:155.-175.o letöltés: 2022.09.20. Elérhető: <https://www.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/a501.pdf>
- O'donnell H. Nicole (2018) Storied Lives on Instagram: Factors Associated With the Need for Personal-Visual Identity. *Visual Communication Quarterly* Volume 25, 2018 - Issue 3. 131.-142.o. letöltés: 2022.12.10. elérhető: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15551393.2018.1490186>
- Pongrácz Tiborné (2005) Nemi szerepek társadalmi megítélése. Egy nemzetközi összehasonlító vizsgálat tapasztalatai In: Nagy Ildikó, Pongrácz Tiborné, Tóth István György, (szerk.) *Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről, 2005*. Budapest: TÁRKI, Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium, 73–86.
- Pusztai Virág (2020) *Vizualitás és Média*. Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó. Szeged
- Spéder, Zsolt (2011) Ellentmondó elvárások között..., In Nagy Ildikó - Pongrácz Tiborné (szerk.): *Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről*. Budapest: TÁRKI - Nemzeti Erőforrás Minisztérium, 207-228.
- Sztáray Kézdy Éva & Drjenovszky Zsófia. (2021). Gondoskodásviszonyok a gyermekükkel otthon lévő apák családjaiban Magyarországon. *socio.Hu*, 11(4), 142.-161.o. letöltés: 2022.08.03. Elérhető: <https://socio.hu/index.php/so/article/view/907/897>
- Sztompka Piotr (2009) *Vizuális szociológia – A fényképezés mint kutatási módszer*. Gondolat Kiadó. Budapest
- Takács Judit, (2017) Aktívan törődő apák Magyarországon *Szociológiai Szemle* 27(3): 104–126.o. letöltve: 2022.09.25 elérhető: https://szociologia.hu/dynamic/104_126_oldal.pdf
- Tasnádi Róbert (2012) Miről szólnak a képek. www.mediakutato.hu. letöltve: 2022.09.10. elérhető: https://www.mediakutato.hu/cikk/2012_04_tel/08_mirol_szolnak_a_kepek
- Visy Petra. (2015) Énkép és önértékelés a web 2.0 korában. Kósa Éva (szerk.) 2015 Médiaszocializáció Pp. 258-287. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, Budapest

Ábrajegyzék

1.ábra: bejegyzés kategóriák (saját táblázat)	21.o.
2.ábra: a végleges mintába kerülő posztok típusa és megosztási száma (saját táblázat) ..	21.o.
3.ábra: megosztó profilok és szöveg terjedelme közötti kapcsolat (saját kép Atlas.ti) ...	24.o.
4.ábra: képeken szereplő személyek (saját kép Atlas.ti).....	25.o.
5.ábra: szövegben szereplő interperszonális kapcsolatok (saját kép Atlas.ti)	
.....	26.o
6. ábra: apai bevonódás területi a szövegben (sajátkép Atlas.ti)	
.....	26.o
7.ábra: apai bevonódás területei a képeken (sajátkép Atlas.ti)	
.....	29.o
8. ábra szeretet kifejezése a képeken kódcsoport (saját kép Atlas.ti)	
.....	34.o.
9.ábra: apai szeretet és Interperszonális kapcsolatok összefüggése (saját táblázat Atlas.ti)	
.....	35.o.
10.ábra az apasággal kapcsolatos attitűdök kódcsoport (saját táblázat Atlas.ti)	
.....	36.o.

Mellékletek

Kódtáblázatok

Képek

Kód csoportok	Kódok
k.1. Apai bevonódás területei	k.1.1. Közvetlen gondoskodás (altatás, etetés, fürdetés,öltöztetés)
	k.1.2. Szabadidős tevékenység (játék, kirándulás, nyaralás)
	k.1.3. Tanítás, példamutatás, fejlesztés
k.2. Interperszonális kapcsolatok megjelenése	k.2.1. Apa-anya-gyerek kapcsolat
	k.2.2. Apa-fiú kapcsolat
	k.2.3. Apa-lánya kapcsolat
	k.2.4. Testvér kapcsolat
k.3. Kép üzenete	k.3.1. Az apaság pozitív
	k.3.2. Család fontossága
	k.3.3. Humor
	k.3.4. Születés
	k.3.5. Ünnepek
k.4. Képek struktúrája	k.4.1. Beltéri kép
	k.4.2. Egy fotó
	k.4.3. Kültéri kép
	k.4.4. Pillanatkép
	k.4.5. Pózoló fotó
	k.4.6. Több fotó
k.5. Képeken szereplő személyek	k.5.1. Apa egyedül a képen
	k.5.2. Apa gyerekekkel a képen
	k.5.3. Apa gyerekekkel a képen

	k.5.4. Barátok a képen
	k.5.5. Családi fotó
	k.5.6. Gyerek egyedül a képen
	k.5.7. Gyerekek egyedül a képen
	k.5.8. Szülők gyerek nélkül a képen
k.6. Képeket kiegészítő szöveg	k.6.1. Csak cím (nincs szöveg)
	k.6.2. Hosszabb szöveg
	k.6.3. Rövidebb szöveg
k.7. Megjelenő apatípus	k.7.1. Gondoskodó apa, aki jelen van a gyermek életében
	k.7.2. Közvetlen gondoskodó apa (etetés, altatás, öltöztetés)
	k.7.3. Gyermekével otthon maradó apa
	k.7.4. Távoli apa, aki kevés időt tud gyermekével tölteni
k.8. Megosztó profil	k.8.1. Apablogger
	k.8.2. Digitális tartalomkészítő
	k.8.3. Egyéb felhasználó
	k.8.4. Influencer
	k.8.5. Közéleti szereplő (énekes)
	k.8.6. Közéleti szereplő (politikus)
	k.8.7. Közéleti szereplő (rádiós)
	k.8.8. Közéleti szereplő (riporter)
	k.8.9. Közéleti szereplő (színész)
k.9. Szeretet kifejezése a képeken	k.9.1. Érintés
	k.9.2. Érzelmet nem kifejező kép
	k.9.3. Mosolygás
	k.9.4. Ölelés
	k.9.5. Összebújás
	k.9.6. Puszi

képek kódok (saját táblázat)

Szöveg

Kód csoportok	Kódok
sz.1. A poszt üzenete	sz.1.1. Apák a szülőségről
	sz.1.2. Apasággal kapcsolatos emlékek, történetek
	sz.1.3. Az apaság pozitív
	sz.1.4. Gyereknevelés általánosságban
	sz.1.5. Humor
	sz.1.6. Negatív üzenet apaságról (másoktól)
	sz.1.7. Nemi szerepekkel kapcsolatos említések
sz.2. Apai bevonódás területei	sz.2.1. Gyermek érzelmi támogatása
	sz.2.2. Közvetlen gondoskodás: etetés, altatás, fürdetés
	sz.2.3. Szabadidős tevékenység: kirándulás együtt, közös játék, közös programok.
	sz.2.4. Tanítás, nevelés: értékek, viselkedés, új ismeretek, példamutatás
sz.3. Apasággal kapcsolatos attitűdök	sz.3.1. Apa szerepe
	sz.3.2. Apai mintázat
	sz.3.3. Apai szeretet
	sz.3.4. Apává válás
	sz.3.5. Dilemmák az apasággal kapcsolatban
	sz.3.6. Változó apaszerep
	sz.3.7. Változó férfiasság
sz.4. Apatípusok	sz.4.1. Apa, aki kevés időt tud a gyermekével/gyerekekkel tölteni
	sz.4.2. Közvetlen gondoskodó apa (etetés, altatás, öltöztetés)

	sz.4.3. Gondoskodó, nevelő, érzelmileg nyitott apa, aki jelen van
	sz.4.4. Gyermekeivel otthon maradó apa
sz.5. Interperszonális kapcsolatok	sz.5.1. Anya említése
	sz.5.2. Apa fia kapcsolat említése
	sz.5.3. Apa lánya kapcsolat említése
	sz.5.4. Apa-gyerek kapcsolat általában
	sz.5.5. Család fontosságának említése
	sz.5.6. Párkapcsolat említése
	sz.5.7. Testvér kapcsolat említése
sz.6. Megosztó profil	sz.6.1. Apablogger
	sz.6.2. Digitális tartalomkészítő
	sz.6.3. Egyéb felhasználó
	sz.6.4. Influencer
	sz.6.5. Közéleti szereplő (énekes)
	sz.6.6. Közéleti szereplő (politikus)
	sz.6.7. Közéleti szereplő (rádiós)
	sz.6.8. Közéleti szereplő (riporter)
	sz.6.9. Közéleti szereplő (színész)
sz.7. Szöveg terjedelme	sz.7.1. Csak cím
	sz.7.2. Hosszabb szöveg
	sz.7.3. Rövidebb szöveg
sz.8. Ünnepek és mérföldkövek	sz.8.1. Mérföldkő: születés
	sz.8.2. Ünnepek

szöveg kódok (saját táblázat)

Bejegyzések URL linkek

- 1.poszt <https://www.instagram.com/p/CZrweP8PgS0/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- 2.poszt <https://www.instagram.com/p/CaPzg7FaulH/>
- 3.poszt <https://www.instagram.com/p/CRoulpMBE53/>
- 4.poszt <https://www.instagram.com/p/CPGoJYmBhQi/>
- 5.poszt <https://www.instagram.com/p/CflLxAc04WN/>
- 6.poszt <https://www.instagram.com/p/CQonlYyhM8b/>
- 7.poszt <https://www.instagram.com/p/CTzzWgpoQuv/>
- 8.poszt <https://www.instagram.com/p/CQBywWaBWGk/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- 9.poszt: <https://www.instagram.com/p/CcnnsQzoDuj/>
- 10.poszt <https://www.instagram.com/p/Ce-dx1Luvxp/>
- 11.poszt <https://www.instagram.com/p/CDYaeIkczWv/>
- 12.poszt <https://www.instagram.com/p/CGsYksGhV1D/>
- 13.poszt: <https://www.instagram.com/p/CZCnjBulJrz/>
- 14.poszt <https://www.instagram.com/p/CQOq9JUnZvH/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- 15.poszt <https://www.instagram.com/p/CJWiRIFBRTB/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- 16.poszt <https://www.instagram.com/p/CMcwagWheeC/>
- 17.poszt <https://www.instagram.com/p/CJBZN5UDdFj/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- 18.poszt <https://www.instagram.com/p/B6dIZt8ht7Y/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- 19.poszt <https://www.instagram.com/p/CBgcngThs3a/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- 20.poszt <https://www.instagram.com/p/CYRwOXJId8/>
- 21.poszt <https://www.instagram.com/p/CWOUC7KqJeG/>
22. poszt <https://www.instagram.com/p/CQWscR2BDm-/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
23. poszt <https://www.instagram.com/p/CUHjzL9rxco/>
24. poszt https://www.instagram.com/p/CQq2_ZMBOjy/
25. poszt <https://www.instagram.com/p/CfE2HO4tIIA/>
26. poszt <https://www.instagram.com/p/CUIIdK8zIFTT/>
27. poszt <https://www.instagram.com/p/CWF1sqDoWn6/>
28. poszt <https://www.instagram.com/p/B5pnUAihiJB/>

29. poszt <https://www.instagram.com/p/CfHNcgngsg7/>
30. poszt <https://www.instagram.com/p/CI5I5AbBhpY/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
31. poszt <https://www.instagram.com/p/CQbdL82Bn5L/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
32. poszt TÖRÖLT bejegyzés
33. poszt <https://www.instagram.com/p/CQvtvIP7huKE/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
34. poszt <https://www.instagram.com/p/COflr7OBAcE/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
35. poszt https://www.instagram.com/p/CQq2_ZMBOjy/
36. poszt TÖRÖLT poszt <https://www.instagram.com/p/CFXgvVYKIu/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
37. poszt <https://www.instagram.com/p/CJmF5E5ho4z/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
38. poszt https://www.instagram.com/p/CV5_7TAIJTm/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D
39. poszt <https://www.instagram.com/p/CMzyBAnF64v/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
40. poszt <https://www.instagram.com/p/CTaZvLQgSiy/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
41. poszt <https://www.instagram.com/p/CLbLmkDF3gk/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
42. poszt: <https://www.instagram.com/p/CZKcRT0IIRq/>
43. poszt <https://www.instagram.com/p/CLpPZ6gh8C1/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
44. poszt https://www.instagram.com/p/B1_mJNFhkru/
45. poszt <https://www.instagram.com/p/BwE3pvcgoYU/>
46. poszt <https://www.instagram.com/p/CKMx9HEB0Wy/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
47. poszt <https://www.instagram.com/p/B-cxebKBxWw/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
48. poszt https://www.instagram.com/p/B_KyEUFBbeQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D
49. poszt https://www.instagram.com/p/CW_BWQDoE3j/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D
50. poszt <https://www.instagram.com/p/B1R0wVSBj4J/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
51. poszt <https://www.instagram.com/p/CbqDLyIMDOG/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
52. poszt: <https://www.instagram.com/p/CFpUdk7HK7-/>
53. poszt https://www.instagram.com/p/CPv4b4yBo_s/