

Férfi felségterületre lépve

Novák Katalin vizuális önreprezentációjának vizsgálata a
közösségi média felületein

Jelige: DCT936

A dolgozat lezárásának dátuma: 2024. 05. 21.

Tartalomjegyzék

I. Bevezetés.....	1
II. Szakirodalmi áttekintés.....	3
II.1. Maszkulinitás, feminitás és a nemi szerepek.....	3
II.1.1. A Bem-féle nemiszerep kérdőív.....	3
II.1.2. Goffman és a reklámokban megjelenő nemi sztereotípiák.....	4
II.1.3. Hofstede és a szervezeti kultúrák.....	5
II.1.4. Eagly társadalmiszerep-elmélete.....	6
II.1.5. Fiske és a Sztereotípi Tartalom Modell.....	7
II.1.6. A nemek vizsgálata a selfie-k tükrében.....	7
II.1.7. Naomi Ellemers összefoglaló nemi sztereotípi elmélete.....	8
II.1.8. Maszkulinitás, feminitás és a kulturális struktúrák.....	10
II.2. Férfi felségterületre lépve.....	10
II.3. Női sportolók vizuális önreprezentációja és a brand alkotás.....	11
II.3.1. A közösségi média és a branding.....	11
II.3.2. Korábbi kutatások eredményei.....	11
II.3.3. Női sportolók ellentmondásos helyzete.....	12
II.3.4. Emmons és Mocarski kutatásai.....	12
II.4. A politikusok vizuális ábrázolásában megjelenő nemi sztereotípiák.....	12
II.4.1. Nemi sztereotípiák a vizuális kommunikációban.....	13
II.4.2. A politikusok ábrázolása a médiában.....	13
II.4.3. A politikusok önreprezentációja a közösségi felületeken.....	14
II.4.4. Feminin és maszkulin tematikák a politikusok önreprezentációjában.....	15
II.4.5. A politikusnők ellentétes helyzete.....	16
II.4.6. A média ábrázolása és az önreprezentáció közti különbség.....	17
III. Módszertan.....	18
III.1. Első kategória: A poszt tematikája, a textuális üzenet.....	19

III.2. Második kategória: A cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne	20
III.3. Harmadik kategória: A test megmutatása	21
III.4. Negyedik kategória – Az arcon megjelenő érzelem.....	22
III.5. Ötödik kategória – A tekintet iránya	22
III.6. Hatodik kategória – Másokhoz való viszonyulás, dominancia megjelenése több szereplő esetén.....	23
III.7. Hetedik kategória – A társadalmi szerep megjelenése.....	24
III.8. Nyolcadik kategória – A társadalmi státusz	25
III. 9. Limitáció	25
IV. Eredmények és diszkusszió.....	25
IV.1. Első kategória: a poszt tematikája, a textuális üzenet	26
IV.2. Második kategória: A cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne.....	28
IV.3. Harmadik kategória: A test megmutatása	28
IV.4. Negyedik kategória – Az arcon megjelenő érzelem	29
IV.5. Ötödik kategória – A tekintet iránya.....	30
IV.6. Hatodik kategória – Másokhoz való viszonyulás, dominancia megjelenése több szereplő esetén.....	30
IV.7. Hetedik kategória – A társadalmi szerep megjelenése.....	32
IV.8. Nyolcadik kategória – A társadalmi státusz.....	32
IV.9.További észrevétel:	32
V. Az eredmények összegzése	34
V.1.A tartalomelemzés eredményei	34
V.2.A Likert-skála kérdőív eredményei	38
VI. Összegzés, jövőbeni kutatások lehetősége	39
VII. Hivatkozások	41
VII. 1. Szakirodalom	41
VII. 2. További hivatkozások.....	43
VII. 3. Fényképek.....	45

VIII. Mellékletek	47
VIII. 1. Kategóriák és elméleti háttér	47
VIII. 2. Likert-skála kérdőív	52

Ábrajegyzék

1. táblázat: 1. Kategória – Maszkulin és feminin témák (saját szerkesztés)	47
2. táblázat: 2-8. Kategória-maszkulin és feminin vizuális jegyek (saját szerkesztés).....	47
1. ábra: A poszt tematikája	20
2. ábra: A cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne	20
3. ábra: A test megmutatása	22
4. ábra: Az arcon megjelenő érzelem	22
5. ábra: A tekintet iránya	23
6. ábra: Másokhoz való viszonyulás, dominancia megjelenése több szereplő esetén.....	24
7. ábra: A társadalmi szerep megjelenése	24
8. ábra: A társadalmi státusz	25

I. Bevezetés

A politikusnők reprezentációja már régóta kiemelt témája a politikai agendának (Lovenduski, 2008, p. 207), és számtalan kutatás született arról, miben tér el a férfi és női politikusok reprezentációja a média és a közösségi média különböző platformjain.

A férfiak helyzete bizonyos szempontból egyszerűbb, hiszen az asszertivitás és a versenyszellem tipikusan maszkulin jegyek, és egyben ezeket a tulajdonságokat azonosítjuk a vezetői szereppel is (Jungblut & Haim, 2021, pp. 1-2). Vezetőként elvárt kommunikációjuk így szervesen illeszkedik a nemükhöz általánosságban társított viselkedésmintákhoz. A női politikusok helyzete azonban sokkal összetettebb, a nemi sztereotípiák hátrányosan hathatnak rájuk (Bos, 2011 idézi Jungblut & Haim, 2021, p. 2), hiszen a nőket általában melegszívűnek, érzelmesnek és törődőnek tartjuk (Bauer, 2017, idézi Jungblut & Haim, 2021, p. 4). Így bármelyik elvárás is részesítik előnyben kommunikációjuk során, vagy szerethetőségükből, vagy pedig szakmai kompetenciájukból mindenképp veszítenek (Jungblut & Haim, 2021, p. 7).

A maszkulinitás és feminitás univerzális definiálása sokszor tudományos problémába ütközik. A tudósok jelenleg egyetértenek abban, hogy többféle maszkulinitás és feminitás felfogás létezik párhuzamosan, kultúrától és kontextustól függően (Rosen & Stacey, 2018). A feminitás olyan attribútumok, viselkedésminták és szerepek összessége, melyeket általában a nőkkel párosítunk asszociációs viszonyba, míg a maszkulinitás olyan attribútumok, viselkedésminták és szerepek összessége, melyeket általában a férfikkal párosítunk asszociációs viszonyba. Továbbá mindkét fogalom definiálását befolyásolják biológiai és kulturális hatások is (Phonkaewkate & Piayura, 2022, p. 2116). Jelen dolgozat a Kite és mtsai. (2018 idézi Ellemers, 2018) munkáját veszi alapul, amely sok hasonlóságot mutat Bem (1974) maszkulinitás és feminitás témájában alapműnek tekintett tanulmányával, így az asszertivitást és a teljesítményt tekinti maszkulin jegynek, míg a melegszívűséget és a másokkal való törődést feminin jegynek.

Lovenduski (2008) úgy fogalmaz, hogy amikor egy nő országgyűlési képviselő lesz, vagy bármilyen törvényhozói szerepbe lép, akkor egyértelműen férfi felségterületre merészkedik. Olyan intézménybe nyer becsátást, amelyet férfiak alakítottak ki, és ahol vezetői, de mindenképpen magas státuszt általában férfiak töltenek be (Lovenduski, 2008, p. 208). Mindezt mi sem bizonyítja jobban, mint hogy a nők aránya a politikában országos és európai szinten a mai napig is erősen alul reprezentált (Jungblut & Haim, 2021). Ebből adódóan a preferált kommunikáció is egyértelműen maszkulin jegyeket hordoz.

Ezzel szemben tudományos megállapítást nyert, hogy a média elsősorban nőként kezeli a női politikusokat, szakmai tevékenységükre kisebb hangsúlyt tesznek (Szamosi, 2007, pp. 98-99). Brands és mtsai. (2021) szerint a hagyományos médiumokban többet cikkeznek a női politikusok külsejéről, mint férfi társaikéről, és a nemük is többször van megemlítve. Van der Pas & Alderling (2020, idézi Brands és mtsai. 2021) is kimutatta, hogy a hírekben a női politikusok esetében általában hangsúlyozásra kerülnek a sztereotipikusan nőies jegyeik.

Ezzel összhangban áll az a közösségi médiában való önreprezentálásukkal kapcsolatban tett megállapítás, mely szerint a nőiesen felöltözött politikusnőket kevésbé találják szakmailag kompetensnek a potenciális szavazók (Brands és mtsai. 2021, p. 2019). Ugyanakkor a megjelenített szerepek szemszögéből vizsgálva a hagyományos női szerepeket (anya, feleség) megjelenítő politikusnők ítéltetnek meg szakmailag kompetensebbnek, nem pedig a férfi szerepeket (nemzet védelmében betöltött szerep) hangsúlyozó társaik (Michele és mtsai. 2011, p. 71). A közösségi média egyébként a benne uralkodó vizuális dominanciája miatt kimondottan alkalmas a személyes brandingre, és a politikusnők számára nagyobb önpromotálási lehetőséget is jelent, mint férfitársaik számára (Brands és mtsai. 2021, pp. 2017-2021).

Mivel Magyarországon Novák Katalin az első női köztársasági elnök, így nincs kutatás még arról, mi történik egy nővel hazánkban, ha olyan pozícióba lép, amelyet korábban jellemzően férfiak töltöttek be (Lovenduski, 2002, p. 48). A köztársasági elnöki pozíció betöltése, mivel nem csak hogy Magyarország diplomáciai képviselője, de a Magyar Honvédség főparancsnoka is egyben (Kormányportál, nd.), kiemelten vezető szerep, amit korábbi kutatások egyértelműen maszkulin jegyként azonosítanak (Zulli, 2019, idézi Brands és mtsai. 2021).

Kutatásom célja, hogy megvizsgáljam, Novák Katalin vizuális önreprezentációja változott-e a két pozíciója között. Az első pozíciójában családokért felelős tárca nélküli miniszterként tevékenykedett 2020. október 20-tól 2022. december 31-ig, míg a másodikban köztársasági elnökként 2022. május 10-től (Magyarország kormánya, n. d.). Dolgozatomban mindkét időszak esetében a pozícióba lépéstől számított egy hónapon keresztül vizsgálom fotó alapú Facebook posztjait komparatív, kvalitatív és vizuális tartalomelemzéssel. Ez alapján az első időszakban összesen 77 posztot és 114 képet vizsgáltam meg, míg a második időszakban 76 posztot és 280 képet.

Elvárásom az eredményt illetően, hogy mint általában a női politikusok, Novák Katalin esetében is részben kettős kommunikáció lesz megfigyelhető, a második időszakában a verbális síkon férfias üzenetek mellé vizuálisan nőies jegyek társulnak (Carpinella & Bauer, 2021). Így

szakmai hatékonyságot sugároznak verbálisan, míg vizuálisan a hagyományos női szerepek felelnek meg. Ez pedig ideális megoldás arra, hogy a vonzó feminin minőségek, mint például a részvét mellett verbális síkon kompetenciájukat hangsúlyozzák. A választók ebből adódóan "vegyes" sztereotip üzeneteket kapnak, amelyek potenciálisan befolyásolhatják a választói döntéshozatalt (Carpinella, & Bauer, 2021, idézi Jungblut & Haim, 2021). Hipotézisem szerint tehát az első időszak tematikai értelemben vett feminitását a második időszakban a tematikai értelemben vett maszkulinitás váltja fel, melyet vizuálisan feminin jegyek fognak ellensúlyozni.

A dolgozat jelentősen hozzájárulhat a már meglévő nemzetközi szakirodalomhoz, mivel Magyarországon hasonló kutatás még nem született. Ezen kívül, egy országban a nők politikai reprezentációja egyenesen arányos a nemi egyenlőség ideájának sikeres teljesülésével (Shan-Jan, 2018, p. 256). Novák Katalin elsőként tölti be nőként ezt a pozíciót, így személye szimbolikus értékű, önreprezentációjának vizsgálata pedig a későbbi magasrangú női vezetők tanulmányozása során tudományos hivatkozási alap lehet.

II. Szakirodalmi áttekintés

II.1. Maszkulinitás, feminitás és a nemi szerepek

A maszkulinitás és feminitás kutatása a 20. század elején kezdődött el. A nemi szerepekre már Freud is kitér pszichoszexuális szerepelméletében, de ekkor még a biológiai gyökereink általi determináltság fontosságát vallja a tudomány. A szerepek így elsősorban anatómiaiilag meghatározottak, az egyének vonásait és tulajdonságait a test tesztoszteron szintje szabja meg (Kozma, 2019, p. 5). A következőkben kronológiai sorrendben mutatom be a maszkulinitás – feminitás, valamint a nemi szerep és sztereotípiák fogalmához kötődő olyan meghatározó tudományos műveket és elméleteket, melyek szervesen illeszkednek vizsgálatom tárgyához.

II.1.1. A Bem-féle nemiszerep kérdőív

A maszkulinitás-feminitás kérdésre a tudomány sokáig egy dimenzió két külön végpontjaként tekintett (Kozma, 2019, p. 74). Bem (1974) azóta is sokat idézett munkájában fejtette ki álláspontot, mely szerint a férfiasság és nőiesség két külön dimenzió, és a férfi nemi szerepet azon tulajdonságok adják ki, melyek inkább a férfiakra jellemzőek, nem pedig a nőkre. A maszkulin és feminin kategória mellett megállapította egy harmadik kategória, az androgün létjogosultságát is (Bem, 1974, p. 155). Az elméletéhez szervesen csatlakozó „Bem-féle nemi szerep kérdőív” (Bem Sex-Role Inventory - BSRI) 20 maszkulin, 20 feminin és 20 semleges személyiségjegyet tartalmaz.

A megállapított három tulajdonságcsoporthat a következő:

Maszkulin jegyek: Vezetőként jár el, Agresszív, Ambiciózus, Analitikus, Asszertív, Sportos, Versenyképes, Megvédi saját meggyőződését, Domináns, Erőteltjes, Vezetői képességekkel rendelkezik, Független, Individualista, Könnyen hoz döntéseket, Férfias, Önálló, Önellátó, Erős személyiség, Hajlandó állást foglalni, Kockázatvállalási hajlandóság

Feminin jegyek: Szeretetteljes, Vidám, Gyermeki, Együttérző, Nem használ durva nyelvezetet, Szívesen vigasztalja mások megbántott érzéseit, Nőies, Hízeltgő, Gyengéd, Hiszékeny, Szereti a gyerekeket, Hűség, Értékeny mások szükségleteire, Szégyenlős, Halk szavú, Szimpatikus, Gyengéd, Megértő, Melegsívű, Engedékeny

Androgün jegyek: Alkalmazkodó, Öntelt, Lelkiismeretes, Hagyományos, Barátságos, Boldog, Segítőkész, Hatástalan, Féltékeny, Szerethető, Szeszélyes, Megbízható, Titokzatos, Öszinte, Ünneptyes, Taktikus, Színházi, Igazságos, Kiszámíthatatlan, Rendszertelen

(Bem, 1974, p. 156)

Bem munkássága rendkívül jelentős, hiszen számtalan későbbi kutató is az ő munkája alapján kategorizálta a maszkulin és feminin jegyeket. Ugyanakkor az, hogy mit tekintünk femininnek vagy maszkulinnak, nem statikus érték, társadalmi mozgások hatására változhat. Így munkájának konkrét megállapításai mára már sok szempontból elavultnak tűnhetnek.

II.1.2. Goffman és a reklámokban megjelenő nemi sztereotípiák

Goffman (1979) munkája Bem tematika-központúságával ellentétben már a vizualitásra fókuszál, azon belül is a férfi és női nem reklámokban megjelenő eltérő vizuális ábrázolását elemzi. Szerinte a társadalmi megnyilvánulásaink során a nem tudatosan megkonstruált megnyilvánulásaink árulják el rólunk legőszintébben azt, hogyan is érezzük magunkat az adott helyzetben, így ő ezeket vizsgálta (Goffman, 1979). Döring és mtsai. (2016) azzal indokolták Goffman kutatási területének fontosságát, hogy a média és a reklám világa nem csak egy tükörképet mutat a nemi szerepek aktuális felfogásáról, de egyfajta használati utasítást is ad ahhoz, hogyan éljük meg azokat (Döring és mtsai., 2016, p. 956).

Goffman hat fontos szempontot mutat be, ami különbözik a két nemnél:

A nők sztereotipikusan a gyengébb nemként vannak ábrázolva, ehhez kötődik, hogy a reklámokban fizikailag alacsonyabbak a férfiaknál, ami már egyben a státuszbeli különbséget is sugallja. Ezt Goffman (1979, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) a viszonylagos méret (*relative size*) fogalmaként jelöli.

A női érintés (*feminine touch*) kifejezés arra utal, amikor a nők rituálisan megérintenek egy személyt vagy tárgyat, vagy épp csak ujjakkal lekövetik annak körvonalát. A saját testük megérintése is ide tartozik. A nőket a reklámokban sokkal gyakrabban ábrázolják e mozdulat közben, mint a férfiakat (Goffman, 1979, p. 29).

A funkcióbeli rangsor (*function ranking*) azt jelenti, hogy amikor egy férfi és egy nő együttműködése van ábrázolva egy reklámban, akkor szükségszerűen a férfi tölti be a vezető szerepet, míg a nő csak asszisztál mellette (Goffman, 1979, p. 32). A nemek közti hierarchia ábrázolása fontos és visszatérő motívum.

A szubordináció ritualizálása (*ritualization of subordination*) esetében a státuszkülönbség fizikai szinten, direkt módon is megjelenítődik. Sztereotipikusan a fizikai lealacsonyodás, például az előre hajlott felsőtest alsóbb rangot, míg a felszegett fej felsőbbiséget sugároz. A nők és a gyermekek Goffman szerint sokkal gyakrabban vannak például előre hajtott fejjel, illetve ágyon vagy padlón ülve vagy fekvé ábrázolva, mint a férfiak. Ez a póz a kiszolgáltatottságon és az alárendeltségen túl természetesen szexuális alávetettséget és felkínálkozást is jelenthet (Goffman, 1979, pp. 40-44).

Az engedélyezett kivonulás (*licensed withdrawal*) fogalma arra utal, amikor az egyén bármilyen módon kivonja magát az adott társadalmi szituációból. Goffman szerint a nőket sokkal gyakrabban ábrázolják úgy, hogy elkapják a tekintetüket a kamerából, arcuk elé, vagy félelmükben tipikusan szájuk elé emelik a kezüket. Ez utóbbi a mások jóindulatától való függésüket, kiszolgáltatottságukat jelöli (Goffman, 1979, p. 57).

A család (*family*) ábrázolása kapcsán Goffman megfigyelte, hogy a reklámokban a nők inkább lányaikkal, a férfiak pedig fiaikkal vannak egymáshoz fizikailag közelebb ábrázolva, mintha egy családon belül is speciális kapcsolat lenne az azonos nemű szülő-gyermek kapcsolatban. Ezen kívül a férfi gyakran kissé kilép a képből, és védelmezve tekint feleségére és gyermekeire (Goffman, 1979, pp. 37-38). Kutatásomban Goffman több vizsgált kategóriája is helyet kapott.

II.1.3. Hofstede és a szervezeti kultúrák

Hofstede először 1980-ban megjelent munkája az országok és a szervezetek közötti kulturális különbségeket vizsgálja. Kulturális dimenzióinak egyike a maszkulinitás-feminitás kérdése, ami az emberi viselkedésre is lefordítható, így jelen dolgozat vonatkozásában is meghatározó. A magas maszkulinitású társadalmakban az erő, asszertivitás fontossága és a teljesítmény fókusz jelenik meg, cél az anyagi siker elérése (Hofstede, 2001, p. 297).

A maszkulinitás és feminitás fogalmához szervesen kötődik a *nemi szerep* fogalma. A European Institute for Gender Equality definíciója szerint a nemi szerep (*gender role*) azon társadalmi és viselkedésbeli normák összessége, amelyeket egy adott kultúrán belül egy adott nem képviselőire vonatkozóan széles körben társadalmilag elfogadottnak tekintünk. Ebből adódóan a nemi szerepek gyakran meghatározzák, hogy mely tevékenységi köröket rendelünk inkább a férfi, illetve a női nemhez. A nemi szerepeket több tényező is befolyásolja, például a háztartás szerkezete és az erőforrásokhoz való hozzáférés (EIGE, n. d.).

A nemi szerepek folyamatosan változnak. A női szerepekkel kapcsolatos legerősebb fordulat a 20. század második felében történt, amikor a nők hangsúlyosan megjelennek a munkaerőpiacon. Napi rutinjuk, s ebből adódóan elvárt viselkedés mintázataik is megváltoztak. A nők politikában való megjelenése pedig egyenes arányban nőtt azzal, ahogy egyre többen beléptek a munkaerőpiacra (Iversen & Rosenbluth, 2008, p. 478). Jelen dolgozat szempontjából fontos kiemelni, hogy ugyanakkor reprodukciós funkciójuk, ami a gyermek világrahozatalát és gondozást jelenti, helytől és időszaktól függetlenül megmaradt a női nem domináns jegyének (Pongrácz, 2006, p. 73), s ily módon vizsgálatom kódkönyvébe is bekerült.

Kozma (2019) szerint a nemi szerepek alapvetően társadalmi képződmények, és állandó változnak. Ma már a versenyszellem vagy asszertivitás nem csak megtűrt, de kimondottan preferált vonás egy ambiciózus nő esetében.

II.1.4. Eagly társadalmiszerep-elmélete

Eagly „Társadalmiszerep-elméletét” (Social Role Theory) először 1987-ben publikálta (Kozma, 2019, p. 12), és a nemekről alkotott társadalmi sztereotípiák fontosságát elemzi. Visszanyúl Freud munkájához és megállapítja, hogy a nők és férfiak társadalmi szerepei mögött elsődlegesen biológiai nemükhöz kötődő adottságaik húzódnak. A férfiak hagyományosan nagyobbak és erősebbek, a nőknél pedig a reprodukciós és a gyermekgondozó funkció a meghatározó. A társadalom e tulajdonságok alapján tart egyes tevékenységeket inkább férfiasnak, másokat pedig nőiesnek (Eagly & Wood, 2012. p. 458). Kovács (2007) szerint ez meghatározza a társadalmi munkamegosztást is. Az emberek meg akarnak felelni a nemük szerinti társadalmi szerepeknek, így „azok a tulajdonságok válnak a nemnek megfelelő sztereotípiá részévé, amelyek szükségesek az adott nem által betöltött társadalmi szerep ellátásához.” Így például a nőkkel szembeni elvárás, hogy másokkal törődjenek, eredményezi azt, hogy ők gyakrabban választanak tanári, ápolónői hivatást. Eagly (1999, idézi Kovács, 2007, p. 102)

II.1.5. Fiske és a Sztereotípi Tartalom Modell

Fiske (2002) „Sztereotípi Tartalom Modellje” (Stereotype Content Modell, SCM) a maszkulinitás-feminitás kérdéséhez is sokat tett hozzá. Fiske szerint a *kompetencia* és a *melegsívűség* a fő dimenziók az emberi érzékelésben (Fiske, 2012, pp. 4-5.) Hagyományosan a magas kompetenciához társulhat magas státusz, a kompetenciához pedig elengedhetetlen az alacsony *melegsívűség* (Fiske és mtsai., 2002, p. 878). Az inkompetencia a melegsívűséggel együtt tipikusan feminin karaktert ad ki, míg a kompetencia hidegséggel párosulva tipikusan maszkulin karaktert eredményez (Fiske, 2012, pp. 4-5.)

Ellemers (2018) magyarázatában a férfiakra inkább a kompetencia, a nőkre inkább a melegsívűség jellemző. A megállapítások összességéből pedig az következik, hogy a férfiakra inkább jellemző a magas státusz utáni vágy és annak kivívása.

Bár jelen dolgozat nem vizsgálja azt, hogy befogadói oldalról mely ábrázolások láttatják kompetensebbnek Novák Katalint, de látni fogjuk, hogy a kimondottan a politikusnők maszkulin és feminin jegyeit elemző kutatásokban a kompetencia kérdése alapvető fontosságú. Mindez azzal a korábban tett két megállapítással együtt lesz igazán érdekes, hogy bár a kompetenciához elengedhetetlen az alacsony *melegsívűség* (Fiske és mtsai. 2002, p. 878), mégis a hagyományos női szerepeket (anya, feleség) megjelenítő politikusnők ítéltetnek meg szakmailag kompetensebbnek, és nem a férfi szerepeket hangsúlyozó társaik (Michele és mtsai. 2011, p. 71).

II.1.6. A nemek vizsgálata a selfie-k tükrében

Döring és mtsai. (2016) munkája fontos mérföldkő, hisz már a kor aktuális trendjét alapul véve a nemeknek kimondottan a közösségi média selfie-ein keresztüli vizuális önreprezentációját elemezte (Döring és mtsai. 2016, p. 955). Nem szabad ugyanakkor elfelejteni, hogy a köztársasági elnökasszony nyilvános profilja sokkal inkább tekintendő hivatásos tartalomgyártók által működtetett reklámfelületnek, mint saját maga által készített selfie-k gyűjtő helyének.

Kiindulási pontként Goffman (1979) már bemutatott hat szempontját vizsgálták meg Facebook és Instagram posztokon, de ezekhez még hozzá vette Kang (1997, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) test megmutatása (*body display*) kategóriáját is. E szerint a nők gyakran vannak ábrázolva hiányos öltözetben, ami kíváncsiságukra, a férfinak való kiszolgáltatottságukra hívja fel a figyelmet. Mindez természetesen a női nem túlszexualizáltságához vezethető vissza.

A tanulmány még megemlíti további fontos észrevételeket is más kutatók munkáiból, amelyek közül néhány szintén jelen dolgozat kutatásának változói közé is bekerült. Farris (2014, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) szerint a nőket sokkal gyakrabban ábrázolják otthonukban, míg a férfiakat inkább valamely szakmájukhoz köthető tevékenység közben. Ez a megállapítás több korábban említett tanulmány eredményével is összecseng: Eagly és Woods (2012) tanulmányával is párhuzamot mutat, aki a nőknél kiemeli a gyermekgondozó és reprodukciós funkciót, de Fiske (2012) elméletével is rokonságot mutat, mely szerint a nőkre melegszívűség jellemző, nem a kompetencia. Végül Michele és mtsai. (2011) tanulmányával is egyezést mutat, mely szerint hagyományos női szerepek az anya és a feleség minősül.

A tanulmány röviden bemutatja még Tifferet & Vilnai-Yavetz (2014, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 957) munkáját, akik szerint a férfiak gyakrabban pózolnak társadalmi státuszukat sugalló tárgyakkal, például autóval. A társadalmi státusz megléte és hiánya szintén jelen dolgozat kutatásának tárgyát képezi, hisz így kapunk teljes képet arról, hogy a kívánt kompetencia milyen eszközök révén valósul meg.

II.1.7. Naomi Ellemers összefoglaló nemi sztereotípiák elmélete

Ellemers (2018) műve a maskulin és feminin kérdéskört járja körbe több tanulmány mentén. A rövid áttekintés fontos, mivel több bemutatott vizsgálati szempontja bekerült dolgozatom kódkönyvébe.

Ellemers (2018) Kite és mtsai. (2018) munkáját elemzi, mely Bem (1974) elméletén alapulva szintén megjegyzi, hogy az aszertivitás és a teljesítmény inkább a férfiakra, míg a melegszívűség és a másokról való törődés inkább a nőkre jellemző. Elődeihez képest Ellemers (2018) szintén a nagyobb fizikai erőt és a gyermekszülés képességét tekinti a nemek közti leglényegesebb különbségnek (Ellemers, 2018, p. 277). Ugyanakkor kibővíti Hyde (2014, idézi Ellemers, 2018, p. 278) megállapításával, mely szerint a határ a férfi és nő között nem olyan éles már. A különbségek a kognitív teljesítmény és a személyes jegyek terén inkább az egyes személyek között, nem pedig a csoportok között vannak.

Férfi sztereotípiának számít a tevékenység fókusz, az egyéni feladat teljesítése, a munka prioritása, a kompetencia fontossága. Női sztereotípiának számít a közösség fókusz, a másokkal való törődés, a család prioritása, a melegszívűség (Ellemers, 2018, p. 281).

Heilman & Haynes (2005, idézi Ellemers, 2018, p. 283) munkáját is megemlíti, akik szerint a férfiak esetében az egyéni teljesítmény a fontos erény, míg a nőket a csapatban való együttműködésük alapján ítéljük meg. Ez összecseng azzal a nézettel, hogy a személy

önmagában vett ábrázolása autoritást sugall és maszkulin jegy, míg a másokkal való együtt ábrázolás feminin jegy (Brands és mtsai. 2021, p. 2030), ami valóban előhívja a közösségért való tevékenykedés képét.

Matthews (2007, idézi Ellemers, 2018, p. 284) munkájában a két nem médiában való reprezentálását mutatja be. Szerinte a nőket inkább gondoskodó, a férfiakat pedig szakértő szerepben láttatják. Ehhez kapcsolódik az, hogy a férfiaknak inkább az arcát és a törzsük felső részét, míg a nőknek a teljes testét mutatják. Továbbá, hogy a közszereplők közül a nőknek inkább a külsejéről és személyes kapcsolatairól, a férfiaknak a szakmai teljesítményéről írnak.

A dolgozat fő tárgyát képező vizuális tartalomelemzés miatt a nonverbális kommunikáció szempontjából fontos testtartás vizsgálatát is meg kell említeni, amely nyilvános helyzetekben a kutatások szerint nagyon eltérő a két nem között. Cashdan (1998, idézi Ellemers, 2018, p. 285) szerint a férfiakra kiterjedtebb (például kinyújtott, szétterpesztett lábak), míg a nőkre a zártabb testtartás (például keresztbe tett lábak és karok) a jellemző. Érdekesség, hogy De lemus és mtsai. (2012, idézi Ellemers, 2018, p. 285) tanulmánya szerint a nőket már kislánykorukban is egyfajta zártabb mozgásformára nevelik, és a tradicionálisan női ruhadarabként vett szoknya szabása is ezt erősíti. A zárt testtartást pedig általában az alárendeltséggel és erőtlenséggel azonosítják. Carney és mtsai. (2010, idézi Ellemers, 2018, p. 285) kimutatta, hogy a testtartás milyensége az emberek önpercepciójára is visszahat. Ebből pedig azt a következtetést vonja le, hogy a nőket már szocializációjuk elején is alárendeltséget és kevesebb erőt sugalmazó metakommunikációra nevelik.

Az érzelmek kimutatásával kapcsolatban Plant és mtsai. (2000, idézi Ellemers, 2018, p. 286) azt állítja, hogy a két nem eltérő módon kommunikálja ugyanazon érzéseiket. Negatív érzelmek terén a férfiak mindent haragként kommunikálnak, ami egyfajta tette készséget implikál, míg a nők szomorúságot, ami a helyzet feletti kontrol hiányával azonosítható.

A tanulmány végül Schein és mtsai. (1996, idézi Ellemers, 2018, p. 286) munkáját említi meg, mely szerint a nőknek azért jelent nehézséget a vezetői szerepbe kerülés és annak megtartása, mert a jelenkori nyugati kultúrában a szakmai sikernek tekintett előre lépéshez kellő kompetenciák teljesen összeegyeztethetetlenek a női nemi sztereotípiákkal. A nyugati társadalom egyértelműen a maszkulin jegyként tekintett asszertivitást (Ellemers, 2018; Jungblut, 2021) preferálja vezetői kompetenciaként. Így egy karrierre vágyó nőnek le kell mondani arról, hogy könnyedén beleilljen a hagyományos női szerepbe.

II.1.8. Maszkulinitás, feminitás és a kulturális struktúrák

Moreno-Bella és mtsai. (2019) szerint a maszkulinitás és feminitás kulturális struktúrák, amelyek a genderhez is kapcsolódnak. Rámutattak arra a fontos csatlakozási pontra, hogy a maszkulin és feminin jegyek miként válnak a szintén sokat emlegetett nemi sztereotípiákká: Mivel ezek a jegyek azok a viselkedési megnyilvánulások, amelyeket férfiktól és nőktől a leginkább elvárunk, így összességében nemi sztereotípiaként is funkcionálnak. Szerinte a munka végrehajtása, a vezetőként való viselkedés, az önellátás, a függetlenség és az agresszió maszkulin jegyek, míg a mások jólétének szolgálata, mások megértése és szükségleteiknek szem előtt tartása feminin jegyek (Moreno-Bella és mtsai. 2019, p. 2).

II.2. Férfi felségterületre lépve

Mielőtt tovább lépnénk a politikusok által megjelenített maszkulin és feminin témák, valamint vizuális jegyek vizsgálatára, fontos néhány kitérőt tenni. Elsőként tömören foglaljuk össze a női politikusok kettős helyzetének természetét.

A politikusnők különleges helyzetét az adja, hogy választott szakmájukkal férfi felségterületre lépnek. Lovenduski példaként a Westminster-palotát, az Egyesült Királyság parlamentjét, a törvényhozás egyik fellegvárának működését említi. Tipikusan maszkulin jellegű hely, ahol a preferált kommunikáció is maszkulin jegyeket hordoz, így a nők szükségszerűen egyfajta kívülálló, alárendelt szerepbe kényszerülnek még intézményen belül is (Lovenduski, 2008, p. 208). E megállapítás természetesen egy tíz évvel korábbi állapotot tükröz, amit fontos tisztázni, hisz egy folyamatosan alakuló társadalmi jelenséget vizsgálunk. A nők helyzete a politikában egyenes arányban erősödik a munkaerőpiacon betöltött szerepükkel (Iversen & Rosenbluth, 2008, p. 478). A jómódú demokratikus országokban például a második világháború volt a fordulópont, amikor a nők fokozottabban léptek be a munkaerőpiacra és ezzel párhuzamosan a politikai életbe is. Így két részről is hagyományosan férfi felségterületnek tartott társadalmi terekbe nyertek belépést (Iversen & Rosenbluth, 2008, p. 492).

A másik ok, hogy a tradicionális feminin jegyek nem felelnek meg a mai világban preferált vezetői szerepnek (Jungblut & Haim, 2021, pp. 1-2). Fiske (2012) Sztereotípiák Tartalom Modelljében megemlítette, a nőkre jellemző melegszívűség nem kedvező vezetői tulajdonság. Szerinte az inkompetencia melegszívűséggel párosulva tipikus feminin személyiséget eredményez, míg a kompetencia a férfiak alapvető jegye (Fiske, 2012, pp. 4-5). Ebből következik, hogy a férfiak tradicionális értelemben jobban determinálva vannak a vezetői beosztásra, mint a nők.

Mindez ahhoz vezet, hogy a nők vagy kompetenciájukból, vagy szerethetőségükből mindenképp veszítenek, így tudatosan kialakított kommunikációs stratégiát követnek a veszteség csökkentésére (Jungblut & Haim, 2021, p. 7). A vizuális reprezentáció pedig szerves része a politikai kommunikációnak. Carpinella és Bauer (2019) már konkrétan azt állapította meg, hogy a politikusnők verbális üzeneteikben a maszkulin, míg az ehhez kötődő vizuális megjelenésükben a feminin jegyeiket hangsúlyozzák. Ezzel az ún. kettős kötéssel (double bind), tehát önellentmondást tartalmazó kommunikációval kívánnak megfelelni az ellentétes elvárásoknak (Jungblut & Haim, 2021, p. 8).

II.3. Női sportolók vizuális önreprezentációja és a brand alkotás

A női sportolók választott szakmájukkal szintén maszkulin jegyeket preferáló területen tevékenykednek, ugyanakkor külső megjelenésük rendkívüli hangsúlyt kap. A kemény, céltudatos munka, tehát a maszkulin jegyek a meghatározó erények az életükben, ugyanakkor gyakran látjuk őket akár férfi magazinok címlapjain pózolni, ahol női vonzerejük kerül előtérbe. A párhuzam tehát a politikusnők és női sportolók között nyilvánvaló. Dolgozatomban az ezen témát felölelő egyik szakirodalom rövid bemutatása azért szükséges, mert így a kódkönyvbe a sportolók testi ábrázolását vizsgáló szempontok is bekerülhettek. Emmons és Mocarski (2014) tanulmányában részletesen elemzi az élsportolók Facebook profil fotóiban megjelenő nemi sztereotípiák vizuális megjelenítését.

II.3.1. A közösségi média és a branding

A közösségi platformok kiválóan alkalmasak a brandingre, ami a stratégiai kommunikáción keresztül felépített brand alkotást jelenti (Emmons & Mocarski, 2014, p. 126). A férfi és női sportolók a közösségi médiában online identitásuk révén elsősorban önmaguk reklámjaként, de természetesen márkanagykövetként is tevékenykedhetnek. Ilyenkor egész személyes valójuk által közvetített üzenetet is annak a márkának a birtokába bocsátják, amelynek kampányában dolgoznak (Emmons & Mocarski, 2014, p. 129). Mindez párhuzamba hozható a politikusok online tevékenységével, akik egész énjüket a képviselt párt, idea vagy egyéb érdek szolgálatának rendelik alá.

II.3.2. Korábbi kutatások eredményei

Archer és mtsai. (1983, idézi Emmons & Mocarski, 2014, p. 128) kutatásai azt az eredményt hozták, hogy a média a férfiaknak inkább a fejét, míg a nőknek inkább a testét hangsúlyozza a vizuális ábrázolások során. A férfiaknál az agy mérete, a szellemi képességek és a befolyás hangsúlyozódik ezáltal ki, míg a nőknél a vonzó test és az ez által elérhető előnyök fontossága.

II.3.3. Női sportolók ellentmondásos helyzete

A nőknek a sportpályán sikerességük érdekében – és ebben azonosságot mutatnak a később vizsgált politikusnőkkel - olyan hagyományosan hegemon maszkulin jegyeket kell felvenniük, mint az agresszivitás vagy az erő. A női sportolókkal szemben azonban fontos elvárás az is, hogy elsődlegesen nőként, és csak másodlagosan sportolóként jelenjenek meg. - Ez egybeesik a politikusnőkről korábban tett megállapítással. - Ennek természetesen meg kívánnak felelni. Az általános előítélet szerint social media posztjaik fotóin gyakrabban hordanak a nőiességüket hangsúlyozó ruhát, mint sportöltözetet (Emmons & Mocarski, 2014, pp. 129-130).

II.3.4. Emmons és Mocarski kutatásai

Emmons és Mocarski (2014) a következőkre jutottak: A tekintet iránya szempontjából jelentős különbség figyelhető meg. A nők nagy arányban (51%) néztek a kamerába, míg a férfiak jellemzően (78%) kinéztek a képből. Ez alá is támasztotta a hipotézist, mely szerint a nők a virtuális szemkontaktussal törekednek arra, hogy tekintetükkel magukhoz láncolják rajongóikat. A férfiak kamerából való kinézése ellenben a rajongók sztereotipikus elvárásának kíván megfelelni, mely szerint ők a tényleges eredményre koncentrálnak, nem pedig a kiváltott hatásra (Emmons & Mocarski, 2014, p. 133). A férfiakon továbbá gyakrabban jelent meg a koncentráltság jele (59%), míg a nők inkább mosolyogtak (60%). Ez szintén azt az elvárást támasztja alá, mely szerint a nők személyes vonzerejükre alapozva hódítják meg rajongóikat (Emmons & Mocarski, 2014, p. 133).

Az álló, illetve a mozgásban lévő test szembeállításának vizsgálatából az derült ki, hogy a nők 75%-a pózolt a fotón, és csak 25%-ukról készült mozgás közben kép. A férfiaknál ugyanez az arány fordított, 48% illetve 52% volt. Ez alátámasztotta a hipotézist, mely szerint a nőket gyakrabban ábrázolják beállított pozícióban (Emmons & Mocarski, 2014, p. 133).

II.4. A politikusok vizuális ábrázolásában megjelenő nemi sztereotípiák

A női politikusok vizuális önreprezentálása sok hasonlóságot mutat a korábban bemutatott női sportolók ábrázolásával. A sportolóknál a test felfedése értelemszerűen nagyobb hangsúlyt kap, ugyanakkor a politikusoknál a női és férfi kommunikációs stratégiákhoz illesztett vizuális kommunikáció, valamint a női sztereotípiák és a vezetői tulajdonságok közti feszültség az, ami újdonságot jelent a vizsgálatban. Egyértelműen kiolvasható, hogy a férfiaktól elvárt tulajdonságok azok (asszertivitás, dominancia), amelyeket az emberek a jó politikus személyiségjegyeiként azonosítanak (Jungblut & Haim, 2021, pp. 1-2). A nőket súlytó sztereotípiák, mint például a melegszívűség, érzékenység és gondoskodás semmiképp nem tekinthetőek annak. Érthető ezek alapján, ha a női és férfi politikusok vizuális ábrázolása sok

tekintetben, a preferált témák, kamera beállítás, helyszín választás, az arcon megjelenő érzelem és képen megjelenő többi szereplőhöz kötődő attitűd szempontjából is jelentősen eltér egymástól (Jungblut & Haim, 2021, p. 2).

II.4.1. Nemi sztereotípiák a vizuális kommunikációban

A vizuális reprezentáció egyértelműen nagyobb szerepet kap a politikusok közösségi médiában való önreprezentálásában, mint a textuális, hisz könnyebben értelmezhető és a tudat alattira hat (Brands és mtsai. 2021, p. 2018).

A nemi sztereotípiák bizonyos tulajdonságokat férfiasnak míg másokat tipikusan nőiesnek tartanak (Ellemers, 2018). Ahhoz, hogy a férfiaknál és nőknél ábrázolt nemi sztereotípiákat elemezni tudjuk, a már meglévő sztereotípiákat le kell fordítanunk a vizuális reprezentáció különböző formáira (Jungblut & Haim, 2021, p. 3). Mivel a nőket sztereotipikusan gondoskodónak és melegszívűnek gondoljuk, ezért inkább azonosítjuk őket a szociális kapcsolatok ápolásával. Ebből adódóan az érzelmek megmutatása szempontjából nézve az arcukon gyakrabban látszódik mosoly vagy boldogság a képeken, mint férfi társaikon. A férfiakat sztereotipikusan harcosnak, versengőnek gondoljuk, akik megküzdnek egymással a vezetői szerepért. Mindehhez könnyebben köthető a harag érzése, így az arcukon megjelenő haragra utaló mimika is gyakoribb lehet, mint a nőknél (Jungblut & Haim, 2021, p. 4). A vizuális nemi sztereotípiákkal kapcsolatban a nőket kevésbé kompetitívnek és jobban közösség orientálnak gondoljuk, emiatt általában gyakrabban ábrázolják őket egy csapat tagjaként, mint egyedül. A férfiak esetében a fej kap hangsúlyt, vagy különböző technikai megoldások által nagyobbak tűnik a fej részük, ami dominanciát és ambicionizmust sugall (Jungblut & Haim, 2021, p. 4).

II.4.2. A politikusok ábrázolása a médiában

A tudósok számtalanszor megállapították már, hogy a média másként kezeli és ábrázolja a férfi és női politikusokat. Aaldering (2020, idézi Jungblut & Haim, 2021, p. 5) szerint ennek több oka is van: A női sztereotípiák eltérnek a sztereotipikus vezetői kvalitásoktól. Így, ha egy nő vezetői viselkedésmintákat vesz fel, valószínű nőiességét érintő negatív kritikával kell szembenéznie. Egy másik ok már a társadalmi berendezkedésben keresendő. Mivel a nők tradicionálisan távol maradtak a közösségi élettől, ezért az újságok a régi mintát követve nagyobb hangsúlyt fektetnek családjukra, magánéletükre és külső megjelenésükre. A férfiak ábrázolása ellenben inkább a társadalmi térben történik. Általánosságban elmondható, hogy az újságcikkek előszeretettel tükrözik vissza a sztereotipikus nemi jegyeket.

Szamosi (2007) szerint még a szakcikk is a „nőiség szubjektív képét” festik le a női politikusokkal kapcsolatban, szakmai tevékenységük objektív elemzése másodrendű. A politikusnők viselkedésükkel, öltözködésükkel azonban maguk is meg kívánnak felelni a női sztereotípiáknak (Szamosi, 2007, pp. 96-99).

A feminin jegyek hangsúlyozása azonban egyáltalán nem eredményez hátrányt egy politikusnő esetében, a helyzet összetett. Huddy és Terkildsen (1993, idézi Michele és mtsai. 2011, p. 71) megállapítása szerint azok a politikusnők, akik hagyományos női szerepbe helyezkedve például a szegénység vagy az egészségügy témájával foglalkoznak, kompetensebbnek ítéltettek, mint azok, akik férfi szerepbe helyezkednek, és kiemelten foglalkoznak például a nemzetvédelemmel. Ugyanakkor gyakran felróják nekik, hogy túlságosan nőies politikusként nem lehetnek komoly témákért felelősek (Szamosi, 2007, p. 99). Mindez összefüggésben állhat Fiske korábban bemutatott Sztereotípiák tartalom Modelljével, mely szerint az inkompetenciához társuló melegszívűség tipikusan feminin karaktert ad ki, míg a kompetens de hideg karakter a férfiakra jellemző (Fiske, 2012, pp. 4-5).

Schlehofer és mtsai. (2011) Fiske (2012) modellje alapján fogalmazták meg azt, hogy a magas beosztású nőket általánosságban kompetensnek ám hidegnek érzékeljük, és ez vonatkozik a politikusnőkre is (Michele és mtsai. 2011, p. 69). A szerethetőség és a karizmatikus vezető jegyek egyidőben való felmutatása számukra feloldhatatlan problémának tűnik. Carpinella és Bauer (2021) szerint a női jelöltek úgy oldják fel ezt a feszültséget, hogy nagy fokú vizuális-verbális konfliktust mutató kampányhirdetéseket sugároznak, amiben a férfias verbális üzeneteket nőies vizuális tartalommal párosítják. Így vezetői szerepkörüknek és a hagyományos női szerepeknek is megfelelnek egyszerre. A választók így "vegyes" sztereotíp üzeneteket kapnak, amelyek potenciálisan befolyásolhatják a választói döntéshozatalt (Carpinella, & Bauer, 2021).

II.4.3. A politikusok önreprezentációja a közösségi felületeken

A politikai kampányok egyik legfontosabb platformja is ma már a social media. Fontos előnye, hogy a politikusok itt már saját maguk dönthetnek arról, milyen tartalmakat helyeznek ki, mely oldalukat kívánják hangsúlyozni (Jungblut & Haim, 2021, p. 7.)

Az önreprezentáció Goffman (1959, idézi Maximova & Lukyjanova, 2020, p. 4) definíciója alapján az a folyamat, amely során az egyén önmagát a külvilág számára bemutatja, és ezt rendszerint az motiválja, hogy elnyerje mások tetszését. Thumim (2012, idézi Maximova & Lukyjanova, 2020, p. 4) a közösségi médiában való én bemutatását úgy jellemzi, mint

mindennapi életünk kiragadott pillanatainak tudatos és rendszeres kiválogatását majd összerendezését. Ezek alapján a politikusok önreprezentációjának vizsgálata során egy olyan egységes képet szemlélünk, mely az énük pozitív vetületeinek tudatosan szelektált momentumaiból lett összeállítva.

A nemek közti sikeresség szempontjából a nőknek határozottabban jobban kedvez a platform, a női politikusok több követést tudnak generálni a Facebookon, mint a férfiak (Brands és mtsai. 2021, p. 2017). Melynek valószínűleg ahhoz van köze, hogy a nők esztétikai megjelenése mindig nagyobb figyelmet kap, mint a férfiaké, és a vizualitásra fókuszáló platform ennek jobban kedvez. Továbbá érdekes megfigyelés, mely szerint a női és férfi politikusok egyaránt többször jelenítenek meg női viselkedéssjegyeket, mint férfiasat Instagram oldalukon (Brands és mtsai. 2021, p. 2017). A témában született munkák átfogó bemutatása után a két, már említett tanulmány részletes metodikájára térnék ki.

II.4.4. Feminin és maszkulin tematikák a politikusok önreprezentációjában

Brands és mtsai. (2021) tanulmányukban azt vizsgálták, hogy a férfi és női politikusok az Instagramon való önreprezentációjuk során miként használnak maszkulin és feminin jegyeket, és milyen reakciót vált ez ki követőikből.

A *tematikus vizsgálat* alapján az az eredmény jött ki, hogy a nők a politikai területen belül a feminin témákat jelenítették meg gyakrabban. A legkiemelkedőbb témák a következők voltak: gyermek és oktatás 16%-ban, emberi jogok 13,4%-ban, család 10,4 %-ban. Érdekesség, hogy a férfiak és a nők is gyakrabban utaltak valamely feminin témára (Brands és mtsai. 2021, pp. 2027-2028). A férfiak és nők között kiemelkedő különbség két területen volt: A feminin témának számító *emberi jogok* témára a nők 19,1%-ban utaltak, míg a férfiak csak 14,1 %-ban. A maszkulin témának számító *külfüggék* témára a nők 6,9 %-ban, míg a férfiak 14,1%-ban tettek utalást (Brands és mtsai. 2021, p. 2028).

Megállapították, hogy a női politikusok szívesebben kommunikálják a nőies témákat, és magasabb szavazatot is kapnak ez esetben. A férfi politikusok a maszkulin témák esetén kapnak nagyobb szavazatot. Ez összefügg azzal, hogy a szavazók kompetensebbnek ítélik meg a nőket olyan politikai témában, mint például emberi jogok, jólét vagy környezetvédelem, míg a férfiakat inkább a gazdaság, külpolitika és a háborús kérdésekben (Brands és mtsai. 2021, p. 2020).

A tanulmány a megjelenített témák elemzése mellett röviden kitér a *külső megjelenés és a képbeállítások* elemzésére is. A közösségi felületeken a nők ellensúlyozni kívánják a média

által hagyományosan sugallt képet, mely szerint inkább női terekben ábrázolják őket. Így aztán gyakrabban viselnek elegáns, hivatalos öltözetet (formal dress), mint férfi társaik. Flicker (2013, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2023) kiemeli, hogy a közkedvelt fekete nadrágkosztüm a maszkulin jelleget, és azon belül is a globalista vezetést képviseli, ami megint csak a kompetenciával vonható párhuzamba (Brands és mtsai. 2021, pp. 2018-2019).

A külső megjelenés és képbeállítások terén a következő megfigyelések lettek még kiindulási pontként megemlítve: Verser és Wick (2006, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) szerint stratégiai szempontból nézve a mosoly, a fotón lévő többi személyhez való közeli elhelyezkedés és a velük való interakció rendkívül pozitív hatást váltanak ki a nézőből. Ezek Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) kutatásai szerint feminin jegyként azonosíthatók. Ezzel szemben a dominanciát és a vezetői rátermettséget a hivatalos öltözet, a kép közepén, de a többi személytől távol való elhelyezkedés és a komoly arckifejezés sugallja. Ezek Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) szerint szintén maszkulin jegyek.

A külső megjelenés és a képbeállítások terén tett vizsgálatok eredménye a következő: Az önreprezentáció terén nagyon sok hasonlóság mutatható ki a két nem között. A politikusok nagy arányban, 77,7%-ban másokkal együtt mutatkoztak, egyedül csak ritkán. Ezekben a képeken 74,5 %-ban interakcióba léptek másokkal, és 84,6%-ban közel helyezkedtek el másokhoz, bár nagy arányban, 46,8 %-ban ők domináltak a képen. Jelentősen többször, 65,5%-ban ábrázolták őket közeli beállításból, a teljes alakos fotók pedig háttérbe szorultak. Férfiak és nők összességében túlnyomó arányban, 66,9%-ban mosolyogtak (Brands és mtsai. 2021, p. 2025). Az öltözetekkel kapcsolatban már jelentős eltérés mutatkozik. A férfiak öltönyt hordanak 56,7%-ban, míg a nők inkább (41,6%) kisestélyit, koktélsruhát, kosztümöt vagy köznapi öltözetet (Brands és mtsai. 2021, p. 2025).

Összességében, a mindkét vizsgált területet nézve elmondható, hogy mindkét nem esetében gyakrabban utaltak valamely feminin témára, az arcukon többször jelent meg mosoly, mint komoly arckifejezés. Ezek alapján a politikusok inkább emberi oldalukat hangsúlyozzák közösségi felületeiken, nem pedig hatalmi pozíciójukat (Brands és mtsai. 2021, p. 2030).

II.4.5. A politikusnők ellentétes helyzete

Jungblut és Haim (2021) tanulmányában a politikusnők több elvárásnak való megfelelésből adódó ellentétes helyzetét írja le. A közösségi média platformja kizárólagos szabadságot ad a politikusnak abban, milyen tartalmakat helyezzen ki magáról. Ez a döntési szabadság a nők

esetében felerősíti azt az ellentétet, mely szerint feszültség van a feminitásról való általános vélekedés és aközött, hogy milyen készségeket vár el egy vezetői pozíció betöltése. A női sztereotípa a szerethetőség, ami azonban könnyen aláássa kompetenciájukat. Ugyanakkor, ha vezetői jegyeket kívánnak felvenni, az nőietlenné és kevésbé szerethetővé teszi őket a potenciális szavazók szemében. Így aztán a politikusnő bármilyen kommunikációs stratégia mellett is dönt, az egyik szempont mindenképp a másik rovására megy (Jungblut & Haim, 2021, p. 7.) Ehhez kapcsolódik Fridkin és Kenney (2014, idézi Jungblut & Haim, 2021, p. 7) stratégiai sztereotípa elmélete (strategic stereotype theory), ami megoldást nyújt a nőknek. Szerintük a politikusok azon nemi sztereotípa jegyeiket hangsúlyozzák, amelyek pozitívan hatnak megítélésükre. Ez összefüggésben van azzal a megállapítással, hogy a politikusnők azért is sikeresek a social media felületeiken, mert itt szakemberek által tudatosan kiépített stratégia mentén helyezhetik ki saját tartalmaikat. Ez pedig csökkenti a nemi sztereotípiák káros következményeit.

A stratégiai sztereotípa elmélet összefügg Carpinella és Bauer (2019, idézi Jungblut & Haim, 2021, p. 8) már ismertett megállapításával, mely szerint a politikusnők verbális üzeneteikben a maszkulin, míg az ehhez kötődő vizuális megjelenésükben a feminin jegyeiket hangsúlyozzák. Ezzel az ún. kettős kötés (double bind), tehát önellentmondást tartalmazó kommunikációval kívánnak megfelelni mindkét elvárásnak.

II.4.6. A média ábrázolása és az önreprezentáció közti különbség

Jungblut és Haim (2021) kutatásukban a 2019-es Európai Parlamenti választásokon induló 13 811 jelöltet vizsgálták, akiknek 39%-a nő volt. A mintákat közösségi felületeiken elhelyezett posztokból és a hírekben megjelenő képeikből vették, így a két nem és a két platform használat közti különbség elemzésére is lehetőség nyílt (Jungblut & Haim, 2021, p. 10.) Arra az eredményre jutottak, hogy a hírekben a női politikusok jelentős mértékben mutatnak boldogságot, 10%-kal többször, mint a férfiak, illetve a közösségi médiában is ők voltak boldognak ábrázolva (Jungblut & Haim, 2021, p. 12). A többi szempont vizsgálatában nem mutatható ki számottevő különbség.

A két platformot összevetve azt láthatjuk, hogy a nők a hírekben többször voltak közösség tagjaként ábrázolva, mint közösségi felületeiken, a boldogság ábrázolása ugyanakkor a közösségi felületeken volt a gyakoribb. Ennek az az oka, hogy a boldogsággal melegszívűség fejezhető ki, így a nők a stratégiai sztereotípa elmélet miatt gyakran használják a mosolyt eszközként. Illetve a mosolyból eredő szimpátiakeltés segítségével önmaguk idealizált verzióját jelenítik meg (Jungblut & Haim, 2021, pp. 12-17).

A kutatás legjelentősebb megállapítása az érzelmek megmutatása terén az, hogy a nők mindkét platformon többször voltak boldognak ábrázolva. A harag ábrázolása alacsony fokú volt mindkét nem esetében, de a férfiak arcán egységesen többször jelent meg. Az arcdominancia szempontjából viszont meglepő, az elvárásoknak ellentmondó eredmény született. A nőkről sokkal több közeli felvétel készült, mint a férfiakra (Jungblut & Haim, 2021, pp. 15-16).

III. Módszertan

A bemutatott szakirodalmak részletesen vizsgálták a politikusnők vizuális önreprezentációját nemzetközi fronton. Hazánkban azonban még nem született ilyen vizsgálat, ezért hiánypótló az elemzése annak, hogy a felsorolt kritériumok hogyan teljesülnek egy hazai vezető beosztású politikusnő esetében. Dolgozatomban azt vizsgálom meg, miként változott meg Novák Katalin vizuális önreprezentációja a két vizsgált pozíciója között. Az első pozíciójában családokért felelős tárca nélküli miniszterként tevékenykedett 2020. október 20-tól 2022. december 31-ig, míg a másodikban köztársasági elnökként 2022. május 10-től napjainkig (kormany.hu). Mindkét időszak esetében a pozícióba lépéstől számított egy hónapon keresztül vizsgálom fotó alapú Facebook posztjait komparatív, kvalitatív és vizuális tartalomelemzéssel. A videó alapú posztok a mozgókép sajátosságos vizsgálati szempontjai miatt nem kerültek be a kiválasztott tartományba. Ez alapján az első időszakban összesen 77 posztot és a hozzájuk tartozó 114 képet vizsgáltam meg, míg a második időszakban 76 posztot és 280 képet.

Technikai szempontból nézve a változók felvitele majd a kódolás egy Excel-tábla és egy kódkönyv segítségével készült. Az Excel-táblában vízszintesen, egy fenti sorban helyezkedtek el az első majd a második periódus képeinek sorszámai. A több képet tartalmazó posztok esetében az első kép minden alkalommal jelölve lett, mint fő kép, hisz a hírfolyamban ez látszik leghangsúlyosabban. A befogadói percepció miatt fontos említeni, hogy a többi fotó is látszódik kisebb méretben a poszt szövege alatt. A vizsgált kategóriák az oszlopokban helyezkedtek el, az összesen nyolc vizsgált kategória közül a legtöbb további alkategóriákra is oszlik. Végül minden alkategória maszkulin és feminin megnyilvánulása került be a táblázatba.

Az első kategóriát a Mellékletekben található 1. táblázat szemlélteti. A posztok tematikáját, tehát a poszt szövegében megjelenő témákat vizsgálja, amiket *maszkulin és feminin témákként* osztottam fel, a későbbiekben leírt döntési mechanizmusok szerint.

A másodiktól a nyolcadik kategóriákat a Mellékletekben található 2. táblázat szemlélteti, és a posztokhoz tartozó kép vagy képek vizuális jegyeit vizsgálja. Jungblut és Haim (2021) szerint úgy kapjuk meg a vizuális nemi sztereotípiákat, hogy a már meglévő nemi sztereotípiákat

lefordítjuk a vizuális reprezentáció formáira. Én ezen elv alapján a szakirodalmi áttekintés tanulmányaiban felsorolt nemi sztereotípiákhoz a politikusnők esetében relevánsan társított maszkulin és feminin vizuális reprezentációk előfordulásait vizsgáltam meg meghatározott mintámon. A szakirodalmakban rögzített feminin vizuális reprezentációkat *feminin vizuális jegyként*, a maszkulin vizuális reprezentációkat *maszkulin vizuális jegyként* azonosítottam, a későbbiekben leírt döntési mechanizmusok szerint.

Minden kép esetében meg lett vizsgálva minden kategória és az azokhoz tartozó alkategóriák. Ez a kettős csoportosítás teszi lehetővé, hogy a későbbiekben a *feminin-maszkulin témák* és a *feminin-maszkulin vizuális jegyek előfordulásainak számát vizsgáljam, majd a közöttük megjelenő összefüggésekre is megállapítást tegyek*, Excel-függvények segítségével.

III.1. Első kategória: A poszt tematikája, a textuális üzenet

A poszt tematikája, a textuális üzenet kategória esetében kizárólag a poszt szövegében direkt módon előforduló maszkulin és feminin témák textuális előfordulását vizsgáltam, amelyeket *maszkulin és feminin témaként* azonosítottam. Mivel egy poszthoz több kép is tartozhat, ezért a több képpel rendelkező posztok esetében minden egyes kép tematikailag az első, tehát a fő fotó felett található szöveg alapján lett elemezve és besorolva. A kódolást Lell & Lim (2016, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2023) tipológiája alapján készítettem el, mely szerint feminin témának számítanak *a gyermekek, az oktatás, a jog, a család, a bevándorlás* (amennyiben a bevándorlók jogait értjük alatta), *a jólét, a szegénység, a művészet, a környezetvédelem és az állatok jogai*. Maszkulin témának számítanak *az adók, a fegyverkezés, a hadsereg, a külügy, a bevándorlás* (amennyiben határvédelmet értünk alatta), *a közgazdaság, az üzlet, a nemzet védelme, a tudomány és technológia, a terrorizmus és a bűnözés*. E szerint, amely poszt szövege bármilyen olyan kifejezést tartalmazott, amely által az egyértelműen valamely fent megnevezett tematikába volt sorolható, akkor a kép kódja alá az Excel-táblázatba az adott téma mellé egy egyes került. Az adott téma „nem előfordulása esetén” pedig üresen maradt az adott cella. A kutatás így tette lehetővé, hogy Excel-függvények segítségével pontos arányokat számoljunk ki a feminin és maszkulin témák, illetve vizuális jegyek alapján.

Egy poszt, s így annak képe vagy képei esetében természetesen több téma, akár maszkulin és feminin együtt is előfordulhat. Például az 1. ábrán látható poszt (Novák, 2020a) szövege a következő: *„A tervek valósággá válnak. Benyújtottuk az Országgyűlés elé azokat a törvényjavaslatokat, amelyek megteremtik az otthonteremtési program keretét, hiszen jogszabály módosítás szükséges ahhoz, hogy az ÁFA-t le tudjuk csökkenteni 5%-ra az új értékesítésű ingatlanoknál. Egy másik lehetőség is most nyílik meg a benyújtással, hiszen ebben*

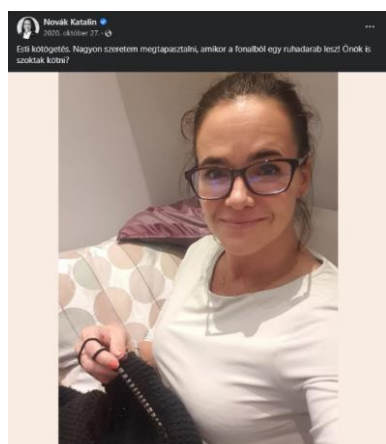
rendezzük majd az illeték kérdését is. Ez azt a lehetőséget teremti meg január elsejétől a családoknak vagy a családalapítás előtt állók...” E szövegben a *család, jólét és jog* feminin témákra kerül direkt utalás, de ezek mellett az ÁFA csökkentés említésével a *közgazdaságtan* maszkulin téma is megjelenik. A szöveg tehát három feminin és egy maszkulin témát tartalmaz.



1. ábra: A poszt tematikája

III.2. Második kategória: A cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne

A második kategóriától nézve már minden kategória a vizuális ábrázolásra irányul. A *cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne* vizsgálatához Farris (2014, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) gondolatából indultam ki, aki szerint a nőket sokkal gyakrabban ábrázolják otthonukban, míg a férfiakat inkább valamely szakmájukhoz köthető tevékenység közben. A feminin vizuális jegy így *a nőt az otthonában, családjá körében ábrázolja* című lett, a maszkulin pedig *a nőt szakmájához kötődő cselekvés közben ábrázolja* című. A második ábrán (Novák, 2020b) látható kép egyértelműen otthoni környezetben ábrázolja Novák Katalint, így a második kategória szerint feminin vizuális jegyet tartalmaz.



2. ábra: A cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne

III.3. Harmadik kategória: A test megmutatása

A harmadik kategória a *test megmutatása*, amely alkategóriákra bomlik. Az *öltözék* vizsgálatánál Brands és mtsai. (2021) alapján feminin vizuális jegynek minősítettem az elegáns, szoknya aljjal rendelkező kosztümöt, valamint estélyi-és koktélruhát. Maszkulinnak pedig a nadrágkosztümöt és a kifejezetten sportos, a testet nem hangsúlyozó öltözeteket.

A *hiányos öltözet* vizsgálatát Kang (1997, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) elmélete alapján állapítottam meg, így feminin vizuális jegynek minősítettem a test megmutatását, a hiányos öltözetet, amely a dekoltázs, derék, és/vagy a lábszár hangsúlyozását jelenti, míg maszkulinnak azt, amikor a ruha nem láttatja a testet.

A *teljes test, illetve az arc* hangsúlyozásának megkülönböztetésénél Matthews (2007, idézi Ellemers, 2018, p. 284) munkáját vettem alapul. Ez alapján feminin vizuális jegynek minősül, amikor a teljes testen van a hangsúly, maszkulin jegynek pedig amikor csupán az arcon van a hangsúly.

A *zártabb, illetve a kiterjedtebb testtartás* vizsgálatát Cashdan (1998, idézi Ellemers, 2018, p. 285) gondolata alapján építettem fel. A zártabb testtartás így feminin, a nyitottabb testtartás maszkulin vizuális jegynek minősül.

A *beállított pozíció és a mozgásban elkapott pillanat* arányát is vizsgáltam Emmons és Mocarski (2014, p. 133) munkája alapján. A beállított pózban való megörökítés feminin, a mozgás közben való ábrázolás maszkulin vizuális jegyként lett beazonosítva

A 3. ábrán látható kép (Novák, 2022a) a *nőies öltözék, a hiányos öltözet, teljes test, illetve az arc hangsúlyozása* szempontjából feminin vizuális jegyeket tartalmaz, mivel Novák Katalin egy elegáns koktélruhát visel, amely a lábszárat hangsúlyozza, és a teljes teste látszódik a képen. Viszont a *zártabb, illetve a kiterjedtebb testtartás, a beállított pozíció és a mozgásban elkapott pillanat aránya* szempontjából maszkulin vizuális jegyeket tartalmaz, mivel Novák Katalin egy nagy lépést téve, tehát kiterjedt testtartásban és mozgás közben van ábrázolva a képen. A harmadik kategória szerint ez a kép három feminin és két maszkulin vizuális jegyet tartalmaz.



3. ábra: A test megmutatása

III.4. Negyedik kategória – Az arcon megjelenő érzelem

A negyedik kategória az *arcon megjelenő érzelem*, amely két alkategóriára oszlik. A pozitív érzelmek megnyilvánulását Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2025) munkája alapján vizsgáltam. Ez alapján a *mosolyt* feminin, míg a *komoly arckifejezést* maszkulin vizuális jegyként azonosítottam. A negatív érzelmek megnyilvánulását Plant és mtsai. (2000, idézi Ellemers, 2018, p. 286) munkája alapján vizsgáltam. Ez alapján a *szomorúságot* feminin, míg a *haragot* maszkulin vizuális jegyként azonosítottam. A 4. ábrán látható kép (Novák, 2022b) pozitív érzelmek terén feminin vizuális jegyet jelenít meg, hisz Novák Katalint mosoly közben ábrázolja. Negatív érzelem ellenben feminin és maszkulin vizuális jegyként sem jelenik meg a képen.



4. ábra: Az arcon megjelenő érzelem

III.5. Ötödik kategória – A tekintet iránya

Az ötödik kategória a *tekintet iránya*, amely két alkategóriára oszlik. Az *engedélyezett kivonulás* alkategóriát Goffman elmélete mentén vizsgáltam. Ez alapján a kamerából való kipillantás, amennyiben az segítségkérésre irányul, illetve a személy ilyen módon kívánja kivonni magát a szituációból, feminin jegy. Ennek hiánya maszkulin jegy (Goffman, 1979, p. 57). A *kamerába nézés kontra cselekvésre fókuszálás* vizsgálatát Emmons és Mocarski (2014)

műve alapján vizsgáltam. Ez alapján a kamerába nézés feminin jegynek, míg az adott szituációba való bevonódás maszkulin jegynek minősül (Emmons & Mocarski, 2014, p. 133). Az 5. ábrán látható kép (Novák, 2022c) az *engedélyezett kivonulás* kategóriát nézve maszkulin vizuális jegyet tartalmaz, hisz Novák Katalin nem néz ki a képből, és a *kamerába nézés kontra cselekvésre fókuszálás* szempontjából is maszkulin vizuális jegyet tartalmaz, hisz a szituációra figyel.



5. ábra: A tekintet iránya

III.6. Hatodik kategória – Másokhoz való viszonyulás, dominancia megjelenése több szereplő esetén

A hatodik kategória a *több szereplő esetén megjelenő másokhoz való viszony, és a dominancia* megjelenésének vizsgálata, mely alkategóriákra oszlik. A *másokkal való kapcsolatot* Brands és mtsai. (2021) munkája alapján vizsgáltam. Ezen belül a *politikus önmagában való ábrázolása* maszkulin vonás, míg a *közösség tagjaként való ábrázolás* feminin jegy (Brands és mtsai. 2021, p. 2030). Szintén a másokkal való kapcsolaton belül vizsgáltam a *másokhoz való elhelyezkedés távolságát*, Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) munkája alapján. Ez alapján a másokhoz való közeli elhelyezkedés feminin, míg a másokhoz való távoli elhelyezkedés maszkulin jegy. Az *interakció meglétét* Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) elmélete alapján vettem fel vizsgálatomba. Ez alapján a másokkal való interakció megjelenése feminin, míg ennek hiánya maszkulin jegy.

A hatodik kategória második nagy alkategóriája *Goffman kategóriáinak vizsgálata*. Ez alapján feminin jegynek minősül, amikor a *nő alacsonyabbnak van ábrázolva a férfinál*, amikor *megérint másik személyt vagy tárgyat a képen*, amikor *mindkét nem együttműködése alkalmával a férfi tölti be a vezető szerepet*, illetve amikor a *nő alacsonyabb státusza fizikailag is megjelenik*. Maszkulin jegynek minősül mindezek hiánya, illetve ellentéte (Goffman, 1979). A 6. ábrán látható kép (Novák, 2022d) a másokkal való kapcsolat kategória minden alkategóriája szerint feminin vizuális jegyet tartalmaz, hisz Novák Katalin nem önmagában szerepel a képen,

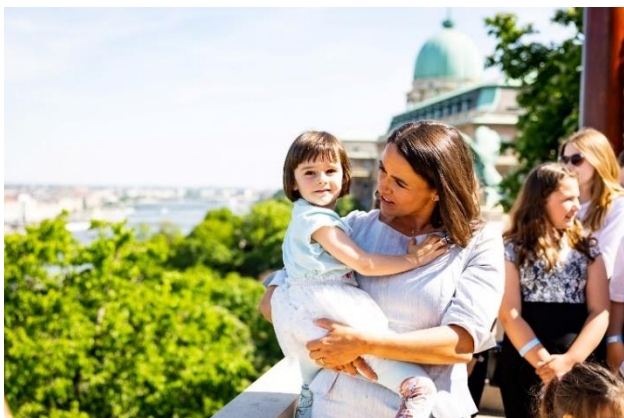
és a másik szereplőtől való elhelyezkedése közeli. Goffman kategóriát nézve pedig, mivel alacsonyabb a képen szereplő férfinál, ezért a *relative size* szempontjából nézve feminin vizuális jegyet tartalmaz, és a *feminin touch* szempontjából is, hiszen megérinti a másik személyt. A *functional ranking* teljesülését nézve feminin vizuális jegyet tartalmaz a kép, mivel nem derül ki, mely szereplő van vezető szerepben. A *szubordináció ritualizálása* szempontjából pedig maszkulin vizuális jegyet, mivel Novák Katalin alacsonyabb státusza nincs ábrázolva például felsőteste előre hajtásával.



6. ábra: Másokhoz való viszonyulás, dominancia megjelenése több szereplő esetén

III.7. Hetedik kategória – A társadalmi szerep megjelenése

A hetedik kategória a *társadalmi szerep megjelenését* vizsgálja, amelyet Eagly társadalmi szerepelmélete alapján dolgoztam ki. Ez alapján a reprodukciós és a gyermekgondozó funkció feminin, míg ennek hiánya maszkulin jegynek minősül (Eagly & Wood, 2012. p. 458). A 7. ábrán látható kép (Novák, 2022e) egyértelműen megjelenik a gyermekgondozói funkció, így feminin vizuális jegyet tartalmaz.



7. ábra: A társadalmi szerep megjelenése

III.8. Nyolcadik kategória – A társadalmi státusz

A nyolcadik kategória a *társadalmi státusz megjelenítését* vizsgálja, amelyet Tifferet & Vilnai-Yavetz (2014, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 957) munkája alapján készítettem el. Ez alapján a társadalmi státuszt sugalló tárgyak hiánya feminin, míg ezek megléte maszkulin jegynek minősül. A 8. ábrán látható kép (Novák, 2022f) esetében a Novák Katalin háta mögött szereplő zászlók egyértelműen országvezetői titulusával hozhatók összefüggésbe, tehát társadalmi státuszára vonatkoznak. Ez alapján ez a kép maszkulin vizuális jegyet tartalmaz.



8. ábra: A társadalmi státusz

III. 9. Limitáció

A módszertani részben számolnom kellett olyan kategorizációs problémákkal, amelyek a kutatás jellegéből és korlátaiból adódtak. Egy poszt szövegben egyszerre megjelenhet több, akár vegyesen maszkulin és feminin téma is. Már önmagában az egyszerre megjelenő feminin és maszkulin témák között is felléphet disszonancia, vagy akár egyik dominánsabb szerepbe kerülhet a másikkal. Ezen kívül egy fotón akár több maszkulin és feminin vizuális jegy is megjelenhet egyszerre, amely szintén disszonanciát szülhet. Ha mindehez hozzászámítjuk, hogy egy poszthoz akár 7-8 fotó is tartozhat, akkor könnyen belátható, hogy jelen dolgozat nem tudja mérni, hogy a vegyes maszkulin és feminin témák és vizuális jegyek közül a befogadói percepció során mi kódolódik például dominánsabban.

A kutatás a befogadói percepció vizsgálatára természetesen tudatosan nem tér ki, így a felsoroltakon kívül Novák Katalinnak a dolgozat végén megállapított önreprezentálási stratégiájának sikerességét sem tudja mérni. Ez mindenféle képen egy következő kutatásnak adna újabb területet.

IV. Eredmények és diszkusszió

Dolgozatomban azt kutattam, hogy Novák Katalin vizuális önreprezentációja miként változott meg két pozíciója között. Az 1. kategória feminin és maszkulin témáival és a 2-8. kategória

feminin és maszkulin vizuális jegyeivel kapcsolatban a következő eredményekre és összefüggésekre jutottam:

IV.1. Első kategória: a poszt tematikája, a textuális üzenet

Az első vizsgált kategória a *poszt tematikája, a textuális üzenet* volt, melynél a poszthoz tartozó szöveges leírást vettem alapul, ez határozza meg ugyanis a posztok és a hozzájuk tartozó képek értelmezési tartományát. A kódolást Lell & Lim (2016, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2023) tipológiája alapján készítettem el, és a következőkre jutottam: Az első időszak feminin témáit vizsgálva az látszik, hogy a család volt a leggyakoribb téma, 64-szer fordult elő, tehát a képek 56%-a ezt a témát bemutató poszthoz tartozott. A második leggyakoribb téma a gyermek volt, 51-szer fordult elő, tehát a képek 45%-a tartozott e témát bemutató poszthoz. A harmadik leggyakoribb téma a jólét volt, 41-szer fordult elő, tehát a képek 36%-a tartozott e témát bemutató poszthoz. Az állatok jogai csupán 1 képen jelentek meg, míg a környezetvédelem egy képen sem. A többi feminin téma megjelenési aránya sem pozitív, sem negatív értelemben nem volt jelentős. Egészében véve az első időszakban a feminin témák átlagos megjelenése Brands és mtsai. (2021) rendszere alapján 17%-os volt.

Míg az első időszak képei összesen 198 feminin témát jelenítettek meg, addig csupán 69 maszkulint. Így egészében véve az első időszakban a maszkulin témák átlagos megjelenése csupán 6%-os volt, a feminineké pedig 17%-os.

Az első időszak maszkulin témáit vizsgálva az látszik, hogy a *közgazdaság* volt a leggyakoribb téma, 50-szer fordult elő, tehát a képek 45%-a tartozott e témát bemutató poszthoz. A második leggyakoribb téma a *nemzet védelme és az adó* volt, mindkettő 107 képen jelent meg, tehát a képek 6-6%-a tartozott e témát bemutató poszthoz. A *fegyverkezés, a külügy, a bevándorlás* (határvédelem) és az *üzlet* egy képen sem jelentek meg, míg a többi maszkulin téma csupán néhányszor.

A második időszakban összesen 76 db posztot és 280 képet vizsgáltam meg. Ez azt jelenti, hogy az 1. időszakban az egy poszthoz rendelt képek átlagos száma 1,48 volt, a 2. időszakban pedig jelentősen több, 2,71 lett. A második időszakban tehát nagyobb hangsúlyt fektettek a vizuális megjelenítésre. Mivel azonban itt több poszthoz gazdag, akár 7-8 képet is tartalmazó képgaléria tartozott, amelyek Novák Katalinon kívül a hallgatóságot, a politikai partnert vagy a helyszínt is bemutatták, ezért Novák Katalin megjelenésének és nem megjelenésének az aránya a képeken közel azonos. Míg az első időszak összesen 114 képe közül 33 képen, tehát a képek 29%-án nem látszódott Novák Katalin, addig a második időszak összesen 280 képe közül 73

képen, tehát a képek 26 %-án nem látszódik. A második időszakban tehát a képek 74%-án látszódik a köztársasági elnök.

A második időszak feminin témáit vizsgálva a következőket látjuk: Az első korszakhoz képest a család megjelenési aránya már csak 8%, tehát hetedére csökkent. A gyermek megjelenési aránya már csak 6%, tehát nagyjából szintén heted részére csökkent. A második időszakban a művészet volt a leggyakoribb feminin téma, 33-szor fordult elő, tehát a képek 12%-a tartozott ezt a témát bemutató poszthoz. A második leggyakoribb feminin téma a család volt, 23-szor fordult elő, így mindösszesen a képek 8%-a tartozott ezt a témát bemutató poszthoz. A jólét, a környezetvédelem és az állatok jogai egyszer sem fordultak elő, míg a többi feminin téma néhány fotón jelent meg. A feminin témák átlagos megjelenési aránya a második időszakban 4% volt, tehát jelentősen csökkent az első időszakhoz képest.

A második időszak maszkulin témáit vizsgálva a következőket látjuk: Míg az első időszakban a közgazdaság jelent meg 45%-ban, addig a második időszakban a külügy, így átvéve az első helyet. 125 kép tartozott olyan poszthoz, amely ezt a témát mutatta be. A közgazdaság a második időszakban csupán 25-ször jelent meg, a képek 9%-a tartozott olyan poszthoz, amely ezt a témát jelenítette meg.

A második leggyakoribb téma a nemzet védelme volt, 105 -ször fordult elő, tehát a képek 38%-a tartozott olyan poszthoz, mely ezt a témát mutatta be. Bár a nemzet védelme az első időszakban is a második leggyakoribb maszkulin téma volt, ott csak 6%-ban fordult elő. Jelentős eredmény, hogy a képek pontosan ötöde, 20%-a tartozott olyan poszthoz, amely a hadsereg témáját mutatja be, hisz 55-ször fordult elő. Evvel a hadsereg lett a harmadik leggyakoribb téma. Ezt követi a fegyverkezés 40-szeri előfordulással, ami azt jelenti, hogy a képek 14%-a tartozott olyan poszthoz, amely a fegyverkezés témáját mutatja be. A tudomány és technológia, valamint az adó egyszer sem jelentek meg, míg a többi téma csupán néhányszor.

Az első időszakban a maszkulin témák átlagos aránya 6% volt, amely a második időszakra jelentősen növekedett, 13%-ra. *A poszt tematikája, a textuális üzenet* kategória szempontjából az első időszakban a feminin, a másodikban a maszkulin témák voltak jellemzőbbek.

További észrevételem, hogy bár a család és gyermek témájának előfordulása az első időszakban kiemelkedő volt, 56% és 45%-os, a második időszakban pedig jelentősen kevesebb, 8% és 6%-os, addig Novák Katalin saját családtagjainak a képeken való szerepeltetése nem követi ezeket a mintázatokat. Az első időszakban csupán 4, a második időszakban pedig 5 képen láthattuk rokonai társaságában.

IV.2. Második kategória: A cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne

A cselekvés kontextusa, a kép elkészültének helyszíne vizsgálatához Farris (2014, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) gondolatából indultam ki, aki szerint a nőket sokkal gyakrabban ábrázolják otthonukban, míg a férfiakat inkább valamely szakmájukhoz köthető tevékenység közben. Novák Katalin mindkét időszakában a szakmájához kötődő cselekvés közben való ábrázolás, tehát a maszkulin vizuális jegy volt a domináns. Az első időszakban a képek 5%-án volt családja körében, otthonában ábrázolva, míg a második időszakban csupán a 2%-án.

IV.3. Harmadik kategória: A test megmutatása

A test megmutatása kategóriánál több alkategóriát vizsgáltam, melyeket több kutató kódkönyve alapján állítottam össze. Brands és mtsai. (2021) szerint a nőies, elegáns öltözké nagyon jellemző a politikus nőkre, evvel hangsúlyozzák nemüket. Novák Katalin az első időszakban 81 képen látszik, ebből 63 képen, tehát az őt megjelenítő képek 78%-án visel *nőies öltözetet*. A második időszakban ez az arány jelentősen nőtt, mivel 207 képen látszik, ebből 190 képen, tehát az őt megjelenítő képek 92%-án visel nőies öltözetet.

A hiányos öltözet kategóriát Kang (1997, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) gondolata alapján tettem bele a vizsgálatomba, aki művében ezt *body display-nek* nevezi. E szerint a nők gyakran vannak ábrázolva hiányos öltözetben, ami a női nem túlszexualizáltságához vezethető vissza. Novák Katalin az első időszakban 81 képen látszik, ebből 6 képen látszódnak hangsúlyozottan a dekoltázs, dereka és/vagy a lábszára, tehát az őt ábrázoló képek csupán 7%-án teljesül a hiányos öltözet elvárása. A második időszakban ez az arány is jelentősen nőtt, 207 képen látszik, ebből 71 képen, tehát az őt ábrázoló képek 34%-án teljesül a hiányos öltözet elvárása. Ez alapján elmondható, hogy a második időszakban a feminin vizuális jegyek kerülnek túlsúlyba, Novák Katalin női nemének vizuális hangsúlyozása látványosan nagyobb szerepet kapott.

A teljes test, illetve az arc hangsúlyozásának megkülönböztetésénél Matthews (2007, idézi Ellemers, 2018, p. 284) munkáját vettem alapul, aki szerint a nőket inkább gondoskodó, a férfiakat pedig szakértő szerepben láttatják. Ehhez kapcsolódik, hogy a férfiaknak inkább az arcát és a törzsük felső részét, míg a nőknek a teljes testét mutatják. Ez egybeesik Archer és mtsai. (1983, Emmons & Mocarski, 2014, p. 128) megállapításával, aki szerint a média a férfiaknak inkább a fejét, tehát a szellemi teljesítményét, míg a nőknek inkább a testét, tehát a szexuális vonzóságra való képességét hangsúlyozza a vizuális ábrázolások során. Novák Katalin esetében elmondható, hogy míg az első időszakban 81 képen látszik, ebből 39-en, tehát az őt ábrázoló képek 48%-án a teljes testen van a hangsúly, addig a második időszakban 207

képen látszik, ebből 164, tehát az öt ábrázoló képek 79%-án van a teljes testen a hangsúly. Tehát egyértelműen a teljes test, s így módon a női vonzerő hangsúlyozása, tehát a feminin vizuális jegyek felé történik eltolódás a második időszakban.

A zártabb, illetve a kiterjedtebb testtartás vizsgálatát Cashdan (1998, idézi Ellemers, 2018, p. 285) gondolata alapján építettem fel, aki szerint a férfiakra kiterjedtebb, nyitottabb (például kinyújtott, szétterpesztett lábak), míg a nőkre zártabb testtartás (például keresztbe tett lábak és karok) jellemző. Novák Katalin mindkét korszakában a képeknek egyaránt 60%-án van zártabb testtartással, keresztbe tett lábbal vagy keresztbe font kézzel ábrázolva. A nyitottabb testtartás is többnyire a szükségszerű kézfogásban nyilvánul meg. Novák Katalin ábrázolását e szempontból tehát a feminin vizuális jegyek uralják, a korszakok között nem történt változás.

A beállított pozíció és a mozgásban elkapott pillanat arányát is vizsgáltam. Emmons és Mocarski (2014) megállapították, hogy a nőket sokkal inkább beállított pózban fotózzák, míg a férfiakat mozgás közben (Emmons & Mocarski, 2014, p. 133). Novák Katalin esetében mindkét korszakában a beállított pozíció a gyakoribb. Az első időszakban 81 képen látszik, ebből 49-en, tehát az öt ábrázoló képek 60%-án van beállított pózban megörökítve, a második időszakban pedig 207 képen látszik, ebből 134-en, tehát az öt ábrázoló képek 64%-án van beállított pózban megörökítve. Novák Katalin önreprezentációját e szempontból nézve tehát következetesen feminin vizuális jegyek uralják.

IV.4. Negyedik kategória – Az arcon megjelenő érzelem

Az arcon megjelenő érzelmek kapcsán a *mosoly*, illetve komoly arckifejezés, valamint a negatív tartományon belül a szomorúság és harag megjelenését vizsgáltam. Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) szerint a mosoly egyértelműen feminin vizuális jegy, de politikusok esetében mindkét nemnél a mosoly sokkal gyakrabban fordul elő képeken, mint a komoly arckifejezés. Novák Katalin esetében a mosoly ábrázolásában jelentős a növekedés az első időszakhoz képest. Az első időszakban 81 képen látszik, ebből 38-an, tehát az öt megjelenítő képek 47%-án mosolyog, addig a második időszakban 207 képen látszik, ebből 136-on, tehát az öt megjelenítő képek 66%-án mosolyog. A mosoly ellenpárja, a komolyság mindkét időszakában ritkán jelenik meg. Novák Katalin esetében az arcon megjelenő érzelem szempontjából így egyértelműen egy feminin irányba való elmozdulást láthatunk.

Plant és mtsai. (2000, idézi Ellemers, 2018, p. 286) fejti ki, hogy *negatív érzelmek terén* a férfiak mindent haragként kommunikálnak, ami egyfajta tette készséget implicál, míg a nők szomorúságként, ami a helyzet feletti kontrol hiányával azonosítható. Novák Katalin esetében

a negatív érzelmek egyik korszakában sem jelennek meg. A feminin jegynek tartott szomorúság egy alkalommal, míg a maszkulin vonásnak tekintett agresszió egyszer sem látható a vizsgált posztokon. Ez összefügg azzal a többször hangsúlyozott megállapítással, hogy a politikusok közösségi felületeiken jókedvűnek, könnyen megközelíthetőnek kívánnak tűnni.

IV.5. Ötödik kategória – A tekintet iránya

A tekintet irányának vizsgálata szempontjából Goffman tett fontos megállapítást, mely szerint a nők gyakran az engedélyezett kivonulással (*licensed withdrawal*) élve kivonják magukat a társadalmi szituációból, például kipillantanak a kamerából (Goffman, 1979, p. 57). Novák Katalin esetében ez természetesen mindkét időszakában csupán néhányszor, egy-egy líraibb hangvételű poszt esetében fordult elő. Egy politikustól nem függetlenül alapvető elvárásunk, hogy a szituáció aktív részeseként jelenjen meg.

Mindez összefügg a második alkategória, a *kamerába nézés, nézővel való szemkontaktus implikálása kontra cselekvésre fókuszálás* szempontjával is. Emmons és Mocarski (2014) szerint a nők sokkal nagyobb arányban néznek a kamerába, mint a férfiak. A kamerába nézés a virtuális szemkontaktusnak felel meg, s így módon kívánnak kapcsolatot kialakítani rajongóikkal. A férfiak ellenben a tényleges eredményre koncentrálnak, ezt szimbolizálja a kamerából való kinézés, illetve a cselekvésre koncentráció (Emmons & Mocarski, 2014, p. 133). Novák Katalin esetében mindkét korszakában a cselekvésre fókuszálás volt a gyakoribb, mint vizuális jegy, és jelentős emelkedés történt az első időszakhoz képest. Az első időszakban 81 képen látszik, ebből 48 képen, tehát az öt ábrázoló képek 59%-án a cselekvésre fókuszál, a második időszakban 207 képen látszik, ebből 151 képen, tehát az öt ábrázoló képek 73%-án lett a cselekvésre fókuszálva megörökítve. A kamerába nézés szempontjából Novák Katalint egyértelműen maszkulin ábrázolás jellemzi, amely második korszakában tovább erősödött.

IV.6. Hatodik kategória – Másokhoz való viszonyulás, dominancia megjelenése több szereplő esetén

A hatodik kategória esetében a másokkal való kapcsolatot vizsgáltam, illetve, hogy a többi szereplővel való interakció és Novák Katalinnak a hozzájuk képest meghatározott fizikai elhelyezkedése fejez-e ki dominanciát. Az alkategóriák meghatározásánál több kutató munkáit vettem alapul.

A *politikus önmagában való ábrázolása* Brands és mtsai. (2021, p. 2030) szerint autoritást sugall, tehát maszkulin vizuális jegy, míg a közösség tagjaként való ábrázolás pedig feminin vizuális jegy. Novák Katalin az első időszakában a képek 37%-án szerepelt másokkal együtt,

míg ez a második időszakban jelentősen növekedett, 68%-ra. Elmondható tehát, hogy a több szereplő szerepeltetése szempontjából Novák Katalint az első időszakban maszkulin ábrázolásmód jellemezte, amely a második időszakra femininné változott.

Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) szerint a *másokhoz való közeli elhelyezkedés* feminin vizuális jegy, míg a távoli elhelyezkedés maszkulin. Novák Katalin az első időszakban 41 képen szerepel másokkal együtt, ebből 30 képen közel helyezkedik el hozzájuk képest, tehát a képek 73%-án helyezkedik el másokhoz közel. A második időszakban 190 képen szerepel másokkal együtt, amely közül 167 képen helyezkedik el közel a többi szereplőhöz, tehát a képek 86%-án közel helyezkedik el a többi szereplőhöz. A második időszakban tehát a többi szereplőhöz képest való elhelyezkedés szempontjából a femininebb ábrázolásmód felé történt elmozdulás, de általánosságban véve mindkét korszakát feminin ábrázolás jellemezte.

Az *interakció meglétét* Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) elmélete alapján vettem fel vizsgálatomba, akik szerint a másokkal való kommunikáció feminin vizuális jegy, míg az elzárkózás maszkulin. Novák Katalin a több szereplős képek esetében az első időszakban a képek 56%-án lép interakcióba másokkal, míg a második időszakban a képek 58%-án. Ez alapján tehát egyik korszakának ábrázolása sem minősül sem kimondottan femininnek, sem maszkulinnak.

Goffman (1979) tanulmányában a nők ábrázolásának jellegzetességeit elemzi, amelyek rendre a női nem másodrendűségét fejezik ki. Elmélete szerint a nő általában alacsonyabbnak van ábrázolva a férfinál (*relative size*). Novák Katalin esetében ez az első időszakban 39%-ban, a második időszakban 63%-ban teljesült. E téren tehát a maszkulin ábrázolás irányába történt elmozdulás, bár szükséges megjegyezni, hogy Novák Katalin viszonylag alacsonyabb termetű hölgy, így természetes, ha a nem beállított fotókon alacsonyabb férfitársainál.

A *feminin touch* megjelenése, tehát amikor a nő megérint másik személyt vagy tárgyat a képen az első időszakban 41%-ban, a második időszakban 35%-ban teljesült. Tehát egyik időszakban sem jelentős. A *functional ranking* azt jelenti, hogy mindkét nem megjelenése esetén együttműködés alkalmával a férfi tölti be a vezető szerepet. Ez az első időszakban 27%-ban, a második időszakban 4%-ban teljesült. A *szubordináció ritualizálása* pedig azt jelenti, hogy a nő alacsonyabb státusza fizikailag is megjelenik, például ül vagy előre hajol. Ez Novák Katalin esetében az első időszakban 12%-ban teljesült, míg a második időszakban 5%-ban.

Ezek alapján elmondható, hogy a köztársasági elnök férfiakkhoz képesti vizuális ábrázolása mindkét korszakában maszkulin jelleget öltött.

IV.7. Hetedik kategória – A társadalmi szerep megjelenése

Eagly (2012) társadalmi szerepelmélete szerint a férfiak hagyományosan nagyobbak és erősebbek, a nőknél pedig a reprodukciós és a gyermekgondozó funkció a meghatározó, és a későbbi munkamegosztást is ez határozza meg (Eagly & Wood, 2012. p. 458). Novák Katalin esetében a gyermekgondozói és reprodukciós funkció ábrázolása mindkét korszakában elenyésző volt. Sőt, enyhe csökkenés figyelhető meg az első időszakhoz képest. Az első időszakban 81 képen látszódik, ebből 15 képen, tehát az őt ábrázoló képek 19%-án jelenik meg a gyermekgondozói és reprodukciós funkció. A második időszakban 207 képen szerepel, ebből 27 képen, tehát az őt ábrázoló képek 13%-án jelenik meg. Ez ellentétes azzal az eredménnyel, hogy az első kategóriában részletezett a *poszt tematikája, a textuális üzenet* szempontjából a család és a gyermek fogalma tematikusan nagyon sűrűn, 56 és 45 %-ban jelentek meg az első korszakban. A család és gyermek témákat tartalmazó nagyszámú posztokat tehát nem kísérték vizuálisan is gyermeket és családot ábrázoló képek. A társadalmi szerep megjelenése szempontjából tehát Novák Katalint maszkulin ábrázolás jellemzi.

IV.8. Nyolcadik kategória – A társadalmi státusz

Tifferet & Vilnai-Yavetz (2014, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 957) munkája szerint a férfiak gyakrabban pózolnak társadalmi státuszukat sugalló tárgyakkal, míg a nőkre ez kevésbé jellemző. Novák Katalin esetében a társadalmi státusz hangsúlyozása egyik korszakában sem jellemző, és szembetűnő változás sem történt az arányokban. Az első időszakban 81 képen látszik, ebből 26 képen, tehát az őt ábrázoló képek 33%-án látszódik együtt valamely társadalmi státuszt reprezentáló tárggyal. A második időszakban 207 képen látszik, ebből 79 képen, tehát az őt ábrázoló képek 38%-án teljesül ez a feltétel. Fontos megemlíteni, hogy ezek a tárgyak többnyire a nemzeti zászló vagy címer, Novák Katalin drága autóval, lappal, telefonnal vagy bármely más közismerten értékes tárggyal sosincs együtt fotózva.

IV.9. További észrevétel:

A második időszakot vizsgálva a következő érdekességgel találkoztunk: Novák Katalin a 280 kép közül 20 képen viselt rózsaszín ruhát, mely színnel az első időszakban nem találkozunk. E 20 kép közül a maszkulin témákat vizsgálva 17 kép, tehát a képek 85%-a tartozott a külügy, 11 kép, tehát a képek 55%-a tartozott a fegyverkezés, és 3 kép, tehát a képek 15%-a tartozott az üzlet témájához. A feminin témákat nézve azonban csak a család témájában viselt rózsaszínt, azt is csupán 4 képen. A többi témához kapcsolódóan egyáltalán nem viselte ezt a színt.

Elmondható tehát, hogy a rózsaszín színt kiemelkedően a maszkulin témák, és leginkább a 9. ábra (Novák, 2022g) szerinti külügy és a 10. ábra (Novák, 2022h) szerinti fegyverkezés témájában használta. Érdekes egybeesés, hogy ez a két téma volt többek között az, amely az első időszakában egyszer sem jelent meg a képein.



9. ábra-Külügy



10. ábra-fegyverkezés

Fontos néhány szót ejteni a legnagyobb változáson átment feminin vizuális alkategóriákról a maszkulin témák tükrében. Vizsgálatom kimutatta, hogy a második korszakban a három leggyakoribb maszkulin téma a *külügy*, a *nemzet védelme* és a *hadsereg* lett. A legnagyobb változás pedig a következő négy feminin vizuális jegy esetében történt: *nőies öltözék*, *hiányos öltözet* (dekoltázs, derék és/vagy a lábszár megmutatása), *teljes test hangsúlyozása* és a *több szereplővel való együtt szereplés*. Ezek a jegyek a második időszakra jelentősen gyarapodtak.

Mindezeket összefüggésében nézve a következő eredményre jutottam:

Nőies öltözék:

99-szer látható Novák Katalin külügyi témához tartozó képen, s ezek közül 96-szor fordul elő, hogy külügyi témában nőies öltözéket visel. 77-szer látható Novák Katalin a nemzet védelme témában, s ezen belül 69-szer fordul elő, hogy nemzet védelme témában nőies öltözéket visel. 36-szor látható Novák Katalin hadsereg témájú képen, s ezen belül 30-szor fordult elő, hogy hadsereg témában nőies öltözéket viselt.

Hiányos öltözet – a test megmutatása:

99-szer látható Novák Katalin külügyi témához tartozó képen, s ezen belül 37-szer fordul elő, hogy külügyi témában hiányos öltözete visel. 77-szer látható Novák Katalin a nemzet védelme témában, s ezen belül 34-szer fordul elő, hogy a nemzet védelme témában hiányos öltözetet

visel. 36-szor látható Novák Katalin hadsereg témájú képen, s ezen belül 11-szer fordul elő, hogy hadsereg témában hiányos öltözetet visel.

Hangsúly a teljes testen:

99-szer látható Novák Katalin külügyi témához tartozó képen, s ezen belül 81-szer fordul elő, hogy a teljes testen van a hangsúly. 77-szer látható Novák Katalin a nemzet védelme témában, s ezen belül 60-szor fordul elő, hogy a teljes testen van a hangsúly. 36-szor látható Novák Katalin hadsereg témájú képen, s ezen belül 25-ször fordul elő, hogy a teljes testen van a hangsúly, nem az arcán vagy a fején.

Más szereplőkkel való együtt szereplés:

99-szer látható Novák Katalin külügyi témához tartozó képen, s ezen belül 92-szer egy vagy több szereplővel látható együtt. 77-szer látható Novák Katalin nemzet védelme témában, s ezen belül 69-szer egy vagy több szereplővel látható együtt. 36-szor látható Novák Katalin hadsereg témájú képen, s ezen belül 29-szer egy vagy több szereplővel látható együtt.

Ezek alapján elmondható, hogy a *nőies öltözék* (kosztüm, estélyi ruha), mint feminin vizuális jegy mindhárom maszkulin témát megjelenítő képeken hangsúlyosan megjelenik, és a külügy témában a legkiemelkedőbben. A *teljes test hangsúlyozása* mindhárom témában inkább jellemző az *arc hangsúlyozásához* képest. A *más szereplőkkel való együtt szereplés* szintén mindhárom korszakban jellemzőbb az *egyedül való ábrázoláshoz* képest. A *hiányos öltözet*, a dekoltázs, derék és/vagy a lábszár hangsúlyozása, mint vizuális feminin jegy azonban elvárásainkkal ellentétben egyik említett maszkulin témában sem jellemző.

V. Az eredmények összegzése

V.1. A tartalomelemzés eredményei

Az első időszakban a *poszt tematikáját*, a *textuális üzenetet* tekintve a leggyakoribb téma a család és a gyermek volt. Michele és mtsai. (2011) kutatásai alapján tehát e korszakot a feminin témák túlsúlya határozta meg, illetve megállapítható, hogy az első korszakban a hagyományos női szerepek (anya, feleség) jelennek meg. A második időszakban e két feminin téma a minimálisra csökkent, míg az első időszakban a család a képek 56%-án a gyermek pedig a képek 45%-án jelent meg, addig ugyanez a két arány a második időszakban 8%-ra illetve 6%-ra csökkent. A tematikai változás következtében a hagyományos női szerepek (anya, feleség) vizuális reprezentációja is csökkent, mivel Novák Katalin többnyire szakmai tevékenység közben volt ábrázolva. Viszont a *külügy* valamint a *nemzet védelme*, mint maszkulin témák

jelentős arányban megjelentek, így ezek lettek a leggyakoribb maszkulin témák. A *poszt tematikája*, a *textuális üzenet* kategória szempontjából az első időszakban a feminin, a másodikban a maszkulin témák voltak jellemzőbbek.

A *cselekvés kontextusa*, a *kép elkészültének helyszíne* kategóriát nézve Novák Katalin mindkét korszakában a munkájához kötődő cselekvés közben van ábrázolva, és nem az otthonában. Farris (2014, idézi Döring és mtsai. 2016, p. 956) kutatásai alapján tehát e szempontból egyértelműen maszkulin ábrázolásmód jellemzi mindkét korszakát.

A *test megmutatása* kategórián belül a *nőies öltözék* (Brands és mtsai. 2021), a *hiányos öltözet* Kang (1997, idézi Döring és mtsai. 2016), és a *teljes test hangsúlyozása* terén (Matthews, 2007, idézi Ellemers, 2018) is a feminin vizuális jegyek felé történt az elmozdulás a második időszakra.

A *zártabb illetve kiterjedtebb testtartást*, valamint a *beállított pozíció és a mozgásban elkapott pillanat* arányát nézve Cashdan (1998, idézi Ellemers 2018, p. 285) kutatásai alapján is mindkét korszakát a feminin jelleg uralja.

Az *arcon megjelenő érzelem* kategóriáját nézve a mosoly a második időszakra sokkal meghatározóbbá vált, tehát a feminin jelleg felé történt elmozdulás. Egyúttal beigazolódott Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, p. 2018) megállapítása is, miszerint a mosoly a politikusok esetében rendkívül gyakori, míg a komoly arckifejezés ritkán fordul elő.

A *tekintet iránya* kategóriáját nézve Emmons és Mocarski (2014) kutatásai alapján mindkét korszakban a cselekvésre fókuszálás, tehát a maszkulin jelleg volt a meghatározóbb, de ezen belül is erősödés mutatkozott a második időszakra. E szempontból tehát a maszkulin vizuális jegyek felé történt elmozdulás a második korszakban.

A *másokhoz való viszonyulás, dominancia megjelenése* kategóriáját nézve a másokkal való együtt szereplés száma a második időszakra jelentősen emelkedett. Tehát Brands és mtsai. (2021) kutatásai alapján értékelve itt is a feminin irányba történt elmozdulás. A másokhoz való közeli elhelyezkedés mindkét korszakra jellemző, ám ennek további emelkedésével szintén a feminin jelleg felé történt az elmozdulás Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai. 2021, kutatásai alapján.

Az *interakció meglétét* nézve Novák Katalin önreprezentációja semlegesnek mondható a többi vizsgált szemponthoz képest. Egyik vizsgált korszakában sem nyilvánul meg maszkulin vagy

feminin vizuális jegy jelentős mértékben Carpinella és Bauer, (2021, idézi Brands és mtsai. 2021,) kutatásainak értelmezése szerint.

Goffman (1979) jelen dolgozatba átvett kategóriát nézve egyik tipikusan femininként besorolt vizuális jegy sem jelenik meg, egyik vizsgált időszakban sem. A *relative size* kategória a kivétel, amely a második időszakra jelentősen emelkedik. Ez azonban betudható annak, hogy Novák Katalin alacsony termetű, így bármely nem manipulált fotón alacsonyabbnak tűnhet akár átlagos termetű férfi kollegái mellett is. Elmondható tehát, hogy az 1979-es tanulmányban a reklámokban feminin jegyként beazonosított jegyek Novák Katalin esetében egyáltalán nem jellemzőek.

A *társadalmi szerep megjelenése* Eagly és Wood (2012) kategóriáját nézve a gyermekgondozó és reprodukciós funkció vizuálisan egyik korszakban sem jelenik meg. Tehát a feminin jelleg itt nem kap hangsúlyt. A *társadalmi státusz kategóriáját* nézve egyik korszakban sem jellemző a státuszszimbólumok hangsúlyozása, Tifferet & Vilnai-Yavetz (2014, idézi Döring és mtsai. 2016) kutatásai alapján tehát mindkét korszak femininnek minősül.

Általánosságban nézve beigazolódott a hipotézisünk, miszerint a politikusnők esetében kettős kommunikáció figyelhető meg. A verbális síkon férfias üzenetek mellé vizuálisan nőies jegyek társulnak (Carpinella & Bauer, 2021). Novák Katalin esetében elmondható, hogy a második időszakában megjelenő maszkulin tematikákat feminin vizuális jegyek egészítik ki. Ez a *test megmutatása* és az *arcon megjelenő érzelmek* kategóriákra vonatkozóan kiemelkedően igaz. A *másokhoz való viszonyulás* kategóriáján belül a *másokkal való együtt szereplés* és a *másokhoz való közeli elhelyezkedés* esetében, valamint a *társadalmi státusz kategóriája* esetében is teljesül. A *cselekvés kontextusára, a tekintet irányára, a másokhoz való viszonyuláson* belül az interakció meglétére és Goffman csoportjaira, valamint a *társadalmi szerep megjelenésére* azonban nem igaz az, hogy feminin irányú eltolódás jelent volna meg a második időszakban az első időszakhoz képest.

Volt néhány tematika, amelyeknél a várakozásainkkal ellentétben a maszkulin vizuális jegyek domináltak. A *cselekvés kontextusa* és a *tekintet iránya* esetében mindkét korszakot maszkulin ábrázolás jellemzi. A *másokhoz való viszonyulás* kategóriáján belül az interakció megléte és a Goffman-féle csoportok alkategóriát egyik korszakban sem minősülnek jelentősen femininnek vagy maszkulinnak. A *társadalmi szerep megjelenése* szempontjából azonban mindkét korszakát erőteljesen maszkulin ábrázolás jellemzi.

Novák Katalin önreprezentációjának vizsgálatakor észrevehető, hogy második időszakában megjelent a rózsaszín szín viselése, amely kiemelkedő arányban a külügy és a fegyverkezés maszkulin témáknál jelenik meg. A rózsaszín hagyományosan az egyik legnőiesebbnek tekintett szín, amely továbbá a boldogságot, a reményt és az optimizmust jeleníti meg (Simigné, 2018). A köztársasági elnök tehát e magas agresszió faktorú maszkulin témáknál nagy arányban viseli ezt a nőies jegyeket megtestesítő árnyalatot.

Novák Katalin második vizsgált korszakában a leggyakoribb maszkulin témái a *külügy, a nemzet védelme és a hadsereg* voltak. Mindhárom téma esetén kiemelkedően magas a *nőies öltözék* aránya, míg a *hiányos öltözet – a test megmutatása* nem jelenik meg jelentős mértékben. A *teljes test hangsúlyozása* mindhárom témában inkább jellemző az arc hangsúlyozásához képest. A *más szereplőkkel való együtt szereplés* szintén mindkét korszakban jellemzőbb az *egyedül való ábrázoláshoz* képest. A *hiányos öltözet*, a dekoltázs, derék és/vagy a lábszár hangsúlyozása, mint feminin vizuális jegy azonban elvárásainkkal ellentétben egyik említett maszkulin témában sem jellemző.

Jelen dolgozat nem tért ki a befogadói oldal percepciójának vizsgálatára. Ezért a szakirodalmi áttekintésben említett két fontos elmélet összevetése, mely szerint a férfiakra a kompetencia, a nőkre pedig a melegszívűség jellemző (Fiske és mtsai. 2002), viszont politikusnők esetében mégis a hagyományos női szerepet reprezentáló politikusok ítéltetnek meg kompetensebbnek (Michele és mtsai. 2011, p. 71), nem tudott megtörténni. Illetve, mivel Novák Katalin második időszakában az adott pozícióból fakadóan köteles rendre maszkulin témában is megnyilvánulni, függetlenül attól, milyen kommunikációs stratégiát követ, ezért ezen gondolat bizonyítása az ő esetében szükségtelen.

Ugyanakkor Jungblut & Haim (2021, p. 8) gondolata, mely szerint a politikusnők vagy kompetenciájukból, vagy szerethetőségükből mindenképp veszítenek, így tudatosan kialakított kommunikációs stratégiát követnek a veszteség csökkentés, beigazolódni látszik. Novák Katalin a három legmaszkulinabb téma, és azon belül is a külügy és fegyverkezés esetében viseli az egyértelműen nőies rózsaszín színt, és a nőies öltözék aránya is e három témájú posztok esetében kiemelkedően gyakori. Tehát a magasabb agresszió faktorú maszkulin témák kiegészítéseként tudatosan választja a pozitív érzelmeket generáló színt és egyéb feminin vizuális jegyeket. Az első időszakban megjelenített, inkább feminin témákat pedig kevésbé kísérik feminin vizuális jegyek, a mosoly megjelenése, mint a szimpátia keltés és a követők meggyőzésének tipikus eszköze is ritkább ekkor. Ez értelmezhető úgy is, hogy az eleve szerethetőbbnek tekintett témákat szükségtelennek tartották nőies öltözékkel, vagy más feminin

jeggyel „tompítani”. Hisz már maga a megjelenített téma is Novák Katalin szerethető státuszát erősítette. Egészében véve tehát elmondható, hogy a nemzetközi szakirodalmak eredményei hazai viszonylatban is beigazolódnak látszanak.

V.2. A Likert-skála kérdőív eredményei

A nemzetközi reprezentatív eredmények és saját kutatásom összevetésére készítettem egy nem reprezentatív kérdőívet a Likert-skála segítségével, mely adott fogalomhoz kötődő attitűd felmérését vizsgálja (spssabc.hu., n.d.) A kérdőívet az 1. függelék tartalmazza. A 45 kitöltőnek a mintából kiválasztott nyolc, Novák Katalint ábrázoló kép esetében kellett megmondaniuk egytől ötig terjedő skálán, hogy mennyire értenek egyet a két megnevezett állítással. A következőkben a kérdőív leglényegesebb eredményeit vázoló röviden.

A 7. kép esetében a válaszadók 89%-a jelölte azt, hogy egyetért a „*Novák Katalin megjelenése ezen a fényképen rendkívül nőies*” állítással. Ezt a képet ítélték meg tehát átlagosan a leginkább nőiesnek. A köztársasági elnökasszony ezen a fotón rózsaszín, elegáns, a dekoltázsát és a lábszárát is hangsúlyozó ruhát visel, ugyanakkor egyedül látható rajta, munkahelyi környezetben. A 8. képre ugyanilyen százalékban érkeztek egyetértő válaszok, ezen a képen szintén nőies, a lábszárát megmutató ruhát visel, szakmai környezetben látható, ugyanakkor családja körében. Az 5. kép esetében mindössze a válaszadók 29%-a jelölte azt, hogy egyetért a „*Novák Katalin megjelenése ezen a képen rendkívül nőies*” állítással. Ezt a képet ítélték meg a legkevésbé nőiesnek. Ezen a fotón otthon, a konyhában látható, amint fiával süteményt készít, kapucnis pulóverben.

Ellentmondásos, hogy ugyanakkor szintén az 5. kép az, ahol a válaszadók 76%-a jelölte azt, hogy egyetért a „*Novák Katalin tipikusan nőies szerepben van ábrázolva ezen a fényképen*” állítással. Ezt a képet ítélték meg a leginkább nőies szerepet ábrázoló képnek. E szerint tehát a nőies megjelenés egyáltalán nem feltételezi a tipikus nőies szerep meglétét is, a kettő létezhet egymás nélkül.

A 6. kép esetében a válaszadók 22%-a jelölte azt, hogy egyetért a „*Novák Katalin tipikusan nőies szerepben van ábrázolva ezen a fényképen*” állítással. Ezt a fotót ítélték meg a legkevésbé nőies szerepet ábrázolónak. Ezen a képen a köztársasági elnökasszony a Parlamentben látható, egyedül, és barna színű nadrágkosztümöt visel. Érdekes, hogy ugyanezen fotó esetében érkezett a legtöbb semleges válasz mindkét állítással kapcsolatban. A válaszadók 31%-a jelölte az „*egyet is értek meg nem is*” választ a nőies megjelenéssel kapcsolatban, míg 24%-uk a női szerep ábrázolásával kapcsolatban

VI. Összegzés, jövőbeni kutatások lehetősége

Kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam, Novák Katalin vizuális önreprezentációja változott-e két pozíciója között. A családokért felelős tárca nélküli miniszteri pozíciójában 77 posztot és 114 képet, míg köztársasági elnöki pozíciójában 76 posztot és 280 képet vizsgáltam meg. A kutatás eredményei azt mutatják, hogy Novák Katalin önreprezentációja megváltozott két pozíciója között. Általánosságban nézve beigazolódott a hipotézisünk, miszerint a politikusnők esetében kettős kommunikáció figyelhető meg (Carpinella & Bauer, 2021). Novák Katalin második pozíciójában Magyarország diplomáciai képviselője és a Magyar Honvédség főparancsnoka is egyben, az ilyen fokú vezető szerepet pedig a korábbi kutatások egyértelműen maszkulin jegyként azonosítják (Zulli, 2019, idézi Brands és mtsai. 2021). Ezen túl a tevékenységi körből eredően is megnőtt a maszkulin, kimondottan a *külgügy* és a *nemzet védelme* témák száma posztjaiban. Végeredményként elmondhatjuk, hogy önreprezentációjában a második időszakra megszorozódott maszkulin témákat feminin vizuális jegyek egészítik ki. Ez legdominánsabban a *test megmutatása* és az *arcon megjelenő érzelem* kategóriákra vonatkozóan igaz. Ezen kívül fontos megállapítás nyert, hogy a második pozíciójában megjelenő rózsaszín szín használata a maszkulin témák, kiemelten a *külgügy* és a *fegyverkezés* témájában jelent meg. Érdekes egybeesés, hogy e két téma az első időszakában egyszer sem jelent meg a képein. Mindez szintén azt támasztja alá, hogy Novák Katalin a maszkulin tematikájú posztjaihoz tudatosan választ feminin megjelenést ruhájának szabása és a színválasztás terén is. Ugyanakkor a *cselekvés kontextusa*, a *tekintet iránya* és a *társadalmi szerep* megjelenése esetében mindkét korszakot inkább maszkulin ábrázolás jellemzi.

A Likert-skála segítségével tett nem reprezentatív kérdőív nem bír tudományos bizonyító erővel, de benyomások rögzítésére alkalmas. Ez alapján elmondhatjuk, hogy befogadói oldalról nézve is a testet megmutató, elegáns öltözk és a rózsaszín szín használata esetén ítélték meg a kérdőív kitöltői nőiesnek a képeket, míg a családtagokkal való együtt szereplés a hagyományosan nőies szerepre engedte őket asszociálni. A szakirodalmak eredményével mutat párhuzamot az is, hogy az a kép generálta mindkét állítás esetében a legtöbb semleges választ, amelyen Novák Katalin nadrágkosztümöt visel, mely egyértelműen maszkulin, globalista vezetői jelleget sugároz (Brands és mtsai. 2021, pp. 2018-2019).

A Likert-skálával végzett nem reprezentatív kutatás továbbá felhívta egy fontos jelenségre a figyelmet, miszerint a nőies megjelenés és a hagyományos női szerep megléte egy fotón belül nem igényli egymás meglétét. A politikai közegben készült elegáns ruhát láttató fotó nőiesnek, ám hagyományos női szerepet nélkülözőnek bizonyult, míg az otthoni közegben és öltözkében

ábrázolt fotó magas pontot ért el a hagyományos női szerep skáláján, ám alacsonyat a nőies megjelenés skáláján.

Mindezek alapján a kutatás továbbvitele esetében érdemes lenne vizsgálni, hogy a befogadó oldaláról nézve mely maszkulin tematika és mely feminin vizuális jegy párosítása generál magas arányú kedvelést és engagementet, illetve mely párosítások váltanak ki esetlegesen ellenérzést Novák Katalin Facebook követőiből. E jövőbeni közösségi média területén tett kutatás átfogó képet adna arról is, hogy a sokak által radikálisabbnak ítélt maszkulin témák pontosan milyen vizuális keretezés segítségével tudnak könnyen befogadhatóvá válni az arra nem feltétlen nyitott állampolgárok esetében. Mindez pedig a politikai véleménybefolyásolás területén mutatna fel további jelentős eredményeket.

Megjegyzés: Szakdolgozatom a már korábban megírt és leadott intézményi TDK-dolgozatomnak egy hosszabb, „továbbfejlesztett” verziója.

VII. Hivatkozások

VII. 1. Szakirodalom

Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155-162.

Brands, C., Kruikemeier, S., & Trilling, D. (2021). Insta(nt)famous? Visual self-presentation and the use of masculine and feminine issues by female politicians on Instagram. *Information, Communication & Society*, 24(14), 2016-2036. DOI: 10.1080/1369118X.2021.1962942

Carpinella, C., & Bauer, N. M. (2018). A visual analysis of gender stereotypes in campaign advertising. *Politics, groups and identities*, 9 (2), 369-386.

<https://doi.org/10.1080/21565503.2019.1637353>

Döring, N., Reif, A., & Poeschl, S. (2016). How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. *Computers in Human Behavior*, 6(B), 955-962.

Eagly, A. H., & Woods, W. (2012). *Social Role Theory. Handbook of theories and social psychology*, 1(2), 458-476.

Ellemers, N. (2018). *Gender Stereotypes. Annual Review of Psychology*, 69, Annual Reviews Inc. 275-298. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011719>

Emmons, B., & Mocarski, R. (2014). She Poses, He Performs: A Visual Content Analysis of Male and Female Professional Athlete Facebook Profile Photos, *Visual Communication Quarterly*, 21(3), 125-137. DOI: 10.1080/15551393.2014.893752

Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick P., & Xu J. (2002). A Model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow From Perceived Status and Competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902. DOI: 10.1037//0022-3514.82.6.878

Fiske, S., T. (2012). Warmth and Competence: Stereotype Content Issues for Clinicians and Researchers. *Can Psychol*, 53(1), 14–20. doi:10.1037/a0026054.

Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. Harper Torchbooks.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage Publication.

Iversen, T., & Rosenbluth, F. (2008). Work and Power: The Connection Between Female Labor Force Participation and Female Political Representation. *Annual Review of Political Science*, 11, 479-495. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.151342>

Jungblut, M., & Haim, M. (2021). Visual Gender Stereotyping in Campaign Communication: Evidence on Female and Male Candidate Imagery in 28 Countries. *Communication Research*, 0(0), <https://doi.org/10.1177/00936502211023333>

Kordsmeyer, T. L., Freund, D., Vugt, M. van, & Penke, L. (2019). Honest Signals of Status: Facial and Bodily Dominance Are Related to Success in Physical but Not Nonphysical Competition. *Evolutionary Psychology*, 17(3), <https://doi.org/10.1177/1474704919863164>

Kovács, M. (2007). Nemi sztereotípiák, nemi ideológiák és karrier aspirációk. *Educatio*, 16(1), 99-114.

Kozma, L. (2019). Mintakövetés, genetikai örökség vagy társas alkalmazkodás? Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Pszichológia Doktori Iskola Evolúciós és Kognitív Pszichológia Doktori Program.
https://btk.pte.hu/sites/btk.pte.hu/files/pszichologia_intezet/Dokumentumok/Dokumentumok/Doktori%20Iskola%20dokumentumok/H%C3%A1zi%20v%C3%A9d%C3%A9s-%20disszert%C3%A1ci%C3%B3k/hv-kozma_luca.pdf

Lovenduski, J. (2002). Feminizing Politics. *Women: a cultural review*, 13(2), 207-220. DOI: 10.1080/09574040210149004. <https://doi.org/10.1080/09574040210149004>

Maximova, O. B., & Lukyanova, G. O., (2020). Gender differences online: self-representation and involvement in political communication on Facebook. *Heliyon*, 6(12) <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05613>

Michèle, M., Bettina, J., Michelle, C. Bligh, Angela, R., & Grotto (2011). Navigating Public Prejudices: The Impact of Media and Attitudes on High-Profile Female Political Leaders. *Sex Roles*, 65, 69–82. DOI 10.1007/s11199-011-9965-9

Moreno-Bella, E., Willis, G. B., & Moya, M. (2019). Economic Inequality and Masculinity–Femininity: The Prevailing Perceived Traits in Higher Unequal Contexts Are Masculine. *Front. Psychol., Sec. Personality and Social Psycholog.*, 10, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01590>

Phonkaewkate, A., & Piayura, O. (2022). The Gender of Male Characters in Category Y-Style Fiction Literature. *Journal of Positive Psychology & Wellbeing*, 6 (2), 2209 – 2224.

Pongrácz, T. (2005). Nemi szerepek társadalmi megítélése. Egy nemzetközi összehasonlító vizsgálat tapasztalatai. *Szerepváltozások*, 73–86. <https://www.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/a966.pdf>

Rosen, N.L., & Nofziger, S. (2019). Boys, Bullying, and Gender Roles: How Hegemonic Masculinity Shapes Bullying Behavior. *Gend. Issues*, 36, 295–318
<https://doi.org/10.1007/s12147-018-9226-0>

Schleofer, M. M., Casad, B. J., Bligh, M. C., & Grotto, A. R (2011). Navigating Public Prejudices: The Impact of Media and Attitudes on High-Profile Female Political Leaders. *Sex Roles*, 65, 69-82, <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9965-9>

Shan-jan, S. L., (2018). Are Female Political Leaders Role Models? Lessons from Asia. *Political Research Quarterly*, 71(2), 255–269. <https://doi.org/10.1177/1065912917745162>

Simigné, F. S., (2018). Gender coding: Nemek és színek. A rózsaszín és a kék szerepe a női és férfi identitás kifejezésében. *Publicationes Universitatis Miskolcensis, Sectio Philosophica*, 22(1), 179-189.

Sumra, M. K. (2019). Masculinity, femininity, and leadership: Taking a closer look at the alpha female. *PLUS ONE*. 14(4),: e0215181. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215181>

Szamosi, B. (2007). Politikai cikkekben megjelenő diszkriminatív nyelvi elemek. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények. Miskolc*, 2(1), 93-108.

Zhang, J., Norvilitis, J., & Jin, S. (2001). Measuring Gender Orientation with the Bem Sex Role Inventory in Chinese Culture. *Sex Roles*. 44(3), 237-251.
DOI:[10.1023/A:1010911305338](https://doi.org/10.1023/A:1010911305338)

VII. 2. További hivatkozások

European Institute for Gender Equality. (n. d.) *Gender roles*.
<https://eige.europa.eu/thesaurus/terms/1209>

Kormányportál. (n d). *A köztársasági elnök*. <https://2010-2014.kormany.hu/hu/mo/a-koztarsasagi-elnok>

Magyarország bíróságai. (n. d.) *Köztársasági elnök.*

http://projektjeink.birosag.hu/sites/default/files/allomanyok/e-learning/alaptorveny_birok/at_allamszervezet/lecke2_lap1.html

Magyarország kormánya. (n. d.) *Tárca nélküli miniszter.* <https://2015-2019.kormany.hu/hu/tarca-nelkuli-miniszter-novak-katalin/eletrajz>

Spssabc.hu, (n.d). <https://spssabc.hu/kutatasmodszertan/likert-skala-fogalma-elemzese/>

VII. 3. Fényképek

Novák, K. (2020a, 10, 28). *A tervek valósággá válnak! Benyújtottuk az Országgyűlés elé azokat a törvényjavaslatokat,...* Facebook.

<https://www.facebook.com/novak.katalin.official/photos/a.646993832066519/3211246685641208>

Novák, K. (2020b, 10, 27). *Esti kötögetés. Nagyon szeretem megtapasztalni, amikor a fonalból egy ruhadarab lesz.* Facebook.

<https://www.facebook.com/novak.katalin.official/photos/a.651602481605654/3209557969143413>

Novák, K. (2022a, 06, 10). *A bukaresti csúcstalálkozó után négyszemközt is volt lehetőségünk beszélni Klaus Iohannis...* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=575409090613344&set=pcb.575409257279994>

Novák, K. (2022b, 05, 18). *Köszönöm a tegnapi baráti fogadtatást! Bízom benne, hogy hamarosan viszonzhatom a kedves vendégszeretetet.* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=561668648660100&set=pcb.561672611993037>

Novák, K. (2022c, 05, 18). *Köszönöm a tegnapi baráti fogadtatást! Bízom benne, hogy hamarosan viszonzhatom a kedves vendégszeretetet.* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=561669241993374&set=pcb.561672611993037>

Novák, K. (2022d, 05, 10). *Őrségváltás. ma reggel átvettem a Sándor-palota kulcsát Áder Jánostól.* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=553656286121958&set=a.436395471181374>

Novák, K. (2022e, 05, 14). *Isten hozta Önöket a Sándor-palotában!* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=556688929152027&set=pcb.556689045818682>

Novák, K. (2022f, 05, 18). *Köszönöm a tegnapi baráti fogadtatást! Bízom benne, hogy hamarosan viszonzhatom a kedves vendégszeretetet.* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=561668471993451&set=pcb.561672611993037>

Novák, K. (2022g, 06, 10). *A bukaresti csúcstalálkozó után négyszemközt is volt lehetőségünk beszélni Klaus Iohannis...* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo?fbid=575409173946669&set=pcb.575409257279994>

Novák, K. (2022h, 06, 10). *Megérkeztem a Bukaresti Kilencek csúcstalálkozójára, Klaus Iohannis román és Andrzej Duda lengyel elnök meghívására.* Facebook.

<https://www.facebook.com/photo?fbid=575116880642565&set=a.436395471181374>

VIII. Mellékletek

VIII. 1. Kategóriák és elméleti háttér

1. táblázat: 1. Kategória – Maszkulin és feminin témák (saját szerkesztés)

1. Kategória	Elméleti háttér/Alkategória	Maszkulin/Feminin	Maszkulin/feminin téma
1.a poszt tematikája, a textuális üzenet	Lell & Lim (2016, idézi Brands és mtsai).	Feminin	gyermek
			oktatás
			jog
			család
			bevándorlás (bevándorlók jogai)
			jólét
			szegénység
			művészet
			környezetvédelem
			állatok jogai
		Maszkulin	adó
			fegyverkezés
			hadsereg
			külügy
			bevándorlás (határvédelem)
			közigazgatás
			üzlet
			nemzet védelme
			tudomány és technológia
			terrorizmus és bűnözés

2. táblázat: 2-8. Kategória-maszkulin és feminin vizuális jegyek (saját szerkesztés)

2-8. Kategória	Elméleti háttér/Alkategória	Maszkulin/Feminin	Maszkulin/feminin vizuális jegy
2.a cselekvés kontextusa, ahol a kép készült	Farris (2014, idézi Döring és mtsai., 2016)	Feminin	a nőt az otthonában, családja körében ábrázolja
		Maszkulin	a nőt szakmájához kötődő cselekvés közben ábrázolja

3. a test megmutatása	Brands és mtsai., (2021): öltözék vizsgálata	Feminin	nőies öltözék, kosztüm, estélyi, nőies hétköznapi viselet
	Kang (1997, idézi Döring és mtsai., 2016): body display		a test megmutatása, hiányos öltözet, a dekoltázs, derék és/vagy lábszár hangsúlyozása
	Matthews (2007, idézi Ellemers, 2018): teljes test kontra arc hangsúlyozása		a teljes testen van a hangsúly, nem az arcon vagy a fejen
	Cashdan (1998, idézi Ellemers, 2018): test ábrázolása kiterjedtség szempontjából		zártabb testtartás (például keresztbe tett lábak és karok)
	Emmons & Mocarski, 2014: a test mozgásbanlévősége		a nő nem mozgásban van lefényképezve, esetleg kifejezetten pózol vagy beállított pozícióban van
	Brands és mtsai., 2021: öltözék vizsgálata	Maszkulin	nadrágkosztüm, sportos öltözék
	Kang (1997, idézi Döring és mtsai., 2016): body display		a ruha nem láttatja a testet, a body display nem teljesül
	Matthews (2007, idézi Ellemers, 2018): teljes test kontra arc hangsúlyozása		az arcon van a hangsúly, nem a testen
	Cashdan (1998, idézi Ellemers, 2018): test ábrázolása kiterjedtség szempontjából		kiterjedtebb, nyitottabb testtartás (például kinyújtott, szétterpesztett lábak)
	Emmons & Mocarski, 2014: a test mozgásbanlévősége		a nő mozgás közben van lefényképezve

4. az arcon megjelenő érzelem	Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai., 2021)	Feminin	mosoly
	Plant és mtsai. (2000, idézi Ellemers, 2018)		negatív érzelem szomorúságként jelenik meg, nem haragként
	Carpinella és Bauer (2021, idézi Brands és mtsai., 2021)	Maszkulin	komolyság
	Plant és mtsai. (2000, idézi Ellemers, 2018)		negatív érzelem haragként jelenik meg, nem szomorúságként

5.a tekintet iránya	Goffman, 1979	Feminin	engedélyezett kivonulás (licensed withdrawal): az egyén kivonja magát az adott társadalmi szituációból, pl. kipillant a képből
	Emmons & Mocarski, 2014		a nő a kamerába néz, virtuális szemkontaktust implikál nézőjével
	Goffman, 1979	Maszkulin	engedélyezett kivonulás (licensed withdrawal): nincs arra utaló jel, hogy az egyén bármilyen módon kivonja magát az adott társadalmi szituációból
	Emmons & Mocarski, 2014		a nő nem a kamerába néz, hanem az adott cselekvésre koncentrálni

6. több szereplő esetén a másokhoz való viszonyulás, dominancia	Brands és mtsai. (2021): másokkal való kapcsolat	Feminin	szerepel más is a képen
			másoktól való elhelyezkedés: közeli van interakció másokkal
			relative size: a nő alacsonyabb a férfinál
			feminin touch: a nő megérint másik személyt vagy tárgyat
			functional ranking: ha mindkét nem megjelenik a képen, akkor együttműködés esetén a férfi tölti be a vezető szerepet
			szubordináció ritualizálása: a nő alacsonyabb státusza fizikailag megjelenik, pl. ül, fekszik, meghajtja a fejét vagy törzsét
	Brands és mtsai. (2021): másokkal való kapcsolat	Maszkulin	nem szerepel más a képen
			másoktól való elhelyezkedés távoli
			nincs interakció másokkal
	relative size: a nő nem alacsonyabb a férfinál		
	feminin touch: nem érint meg másik személyt vagy személyt		
	functional ranking: ha mindkét nem megjelenik a képen, akkor együttműködés esetén nem kap hangsúlyt, hogy a férfi vagy a nő tölti be a vezető szerepet, vagy pedig egyértelműen a nő tölti be a vezető szerepet a férfi tölti be a vezető szerepet		
	Goffman (1979): női ábrázolás jellegzetességei		szubordináció ritualizálása: a nő alacsonyabb státusza fizikailag megjelenik, pl. ül, fekszik, meghajtja a fejét vagy törzsét

7. társadalmi szerep megjelenése szerint	Eagly & Wood, 2012	Feminin	megjelenik a reprodukciós és gyermekgondozói funkció
		Maszkulin	nem jelenik meg a reprodukciós és gyermekgondozói funkció, vagy pedig bármilyen fizikai erővel párosítható társadalmi szerep jelenik meg

8. társadalmi státusz megjelenítése	Tifferet & Vilnai-Yavetz (2014, idézi Döring és mtsai. 2016)	Feminin	társadalmi státuszt sugalló tárgyak nem látszódnak
		Maszkulin	társadalmi státuszt sugalló tárgyak látszódnak

VIII. 2. Likert-skála kérdőív

A válaszok nem szerkeszthetők!

Női politikusok vizuális önreprezentációja

Kérlek kattints! Varga Dóra Eszter vagyok, a Budapesti Corvinus Egyetem kommunikációs és médiatudomány mesterképzésének hallgatója. Személyeskedtem a női politikusok vizuális önreprezentációját kutató, képek segítségével azt, hogy miképpen a következő nagyon rövid leírásra. Köszönöm az érdeklődést!

* Kötelező kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő kété. állítással?



Tejes mértékben egyetérték.	Inkább egyetérték.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
☒	☐	☐	☐	☐
"Női Katálm megjelenése ezen a fórumon rendkívül nőies."				
☐	☐	☐	☐	☒
"Női Katálm főképpen nőies szerepben van ábrázolva ezen a fórumon."				

1. kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő kété. állítással?



Tejes mértékben egyetérték.	Inkább egyetérték.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
☐	☐	☐	☒	☐
"Női Katálm megjelenése ezen a fórumon rendkívül nőies."				
☐	☐	☒	☐	☐
"Női Katálm főképpen nőies szerepben van ábrázolva ezen a fórumon."				

2. kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő kété. állítással?



Tejes mértékben egyetérték.	Inkább egyetérték.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
☒	☐	☐	☐	☐
"Női Katálm megjelenése ezen a fórumon rendkívül nőies."				
☐	☒	☐	☐	☐
"Női Katálm főképpen nőies szerepben van ábrázolva ezen a fórumon."				

4. kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő kété. állítással?



Tejes mértékben egyetérték.	Inkább egyetérték.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
☐	☐	☐	☒	☐
"Női Katálm megjelenése ezen a fórumon rendkívül nőies."				
☐	☒	☐	☐	☐
"Női Katálm főképpen nőies szerepben van ábrázolva ezen a fórumon."				

5. kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő kété. állítással?



Tejes mértékben egyetérték.	Inkább egyetérték.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
☐	☒	☐	☐	☐
"Női Katálm megjelenése ezen a fórumon rendkívül nőies."				
☐	☐	☒	☐	☐
"Női Katálm főképpen nőies szerepben van ábrázolva ezen a fórumon."				

3. kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő kété. állítással?



Tejes mértékben egyetérték.	Inkább egyetérték.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
☐	☐	☒	☐	☐
"Női Katálm megjelenése ezen a fórumon rendkívül nőies."				
☐	☐	☐	☒	☐
"Női Katálm főképpen nőies szerepben van ábrázolva ezen a fórumon."				

6. kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő két állítással?



	Teljes mértékben egyetértek.	Inkább egyetértek.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
"Hovik Katalin megjelenése ezen a főnyitáson rendkívül nőies."	☒	☐	☐	☐	☐
"Hovik Katalin tipikusan nőies szerepben van ábrázolva ezen a főnyitáson."	☐	☐	☒	☐	☐

7. kérdés

Te mennyire értesz egyet a következő két állítással?



	Teljes mértékben egyetértek.	Inkább egyetértek.	Egyet is értek, mag nem is.	Inkább nem értek egyet.	Nem értek egyet.
"Hovik Katalin megjelenése ezen a főnyitáson rendkívül nőies."	☒	☐	☐	☐	☐
"Hovik Katalin tipikusan nőies szerepben van ábrázolva ezen a főnyitáson."	☐	☐	☒	☐	☐

8. kérdés