

JANKY BÉLA – KMETTY ZOLTÁN – NASZÁLYI NATÁLIA – TAMÁSSY RÉKA¹

MÉDIAKERETEZÉS ÉS LMBTQ+ EMBEREK IRÁNTI ATTITÚDÖK

Egy survey- és természetes kísérlet eredményei

DOI: 10.18030/SOCIO.HU.2018.3.1

ABSZTRAKT

A tanulmányban a Budapest Pride médiareprezentációját, valamint a reprezentáció LMBTQ+ emberek és jogaik iránti attitűdökre gyakorolt hatását vizsgáljuk. Kutatásunkban televíziós hírműsorok Pride-tudósításait elemeztük, továbbá 1000 fős online lakossági mintán végeztünk médiakeretezést szimuláló, kísérleti kezeléseket tartalmazó kérdőíves adatfelvételt (survey-kísérletet). Az adatfelvétel különlegessége, hogy a minta fele a 2017. július 8-i Pride felvonulás előtti héten töltötte ki a kérdőívet, a másik fele pedig a Pride-ot követő napokban. Tehát a kérdezés során alkalmazott kísérleti ingerek mellett egy természetes kísérletet is végeztünk, hogy megvizsgáljuk, hatott-e az esemény az emberek témával kapcsolatos attitűdjeire. Adataink összességében csekély mértékű hírkeretelési főhatásokat mutatnak. Leglátványosabban az mutatkozott meg, hogy a közéleti cselekvéssel összefüggő kérdésekben a politikai keretelés képes lehet módosítani a véleményeket.

Kulcsszavak: survey kísérlet, média keretelés, LMBTQ, Budapest Pride

MEDIA FRAMING AND ATTITUDES TOWARD LMBTQ PEOPLE

The results of a survey- and natural experiment

ABSTRACT

In this paper, we investigate media representation of Budapest Pride and the effect of this representation on attitudes toward LMBTQ people and their rights. In our research, we analysed the reports of television news about Pride and also conducted an online national survey with 1000 respondents using an experimental approach (called survey experiment) to simulate the effect of media framing. It is a unique survey as half of the respondents answered the questionnaire before Budapest Pride (organised 08.08.2017), while the other half filled it in after the event. So, besides the experimental treatments used we also conducted a natural experiment to test whether the Pride event changed people's attitudes. Our results show only minor effects of news framing. The most significant result is that political framing might modify people's opinions on public issues.

Keywords: survey experiment, media framing, LMBTQ, Budapest Pride

¹ Janky Béla: tudományos főmunkatárs, MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Szociológiai Intézet és BME GTK Szociológia és Kommunikáció Tanszék. Kmetty Zoltán: ELTE Társadalomtudományi Kar Szociológia Intézet és MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont. Naszályi Natália: ELTE Társadalomtudományi Kar. Tamássy Réka: Budapesti Corvinus Egyetem, Szociológia Doktori Iskola.

MÉDIAKERETEZÉS ÉS LMBTQ+ EMBEREK IRÁNTI ATTITÚDÖK

Egy médiavizsgálat és egy kísérlet eredményei

BEVEZETÉS

A tanulmány a *Budapest Pride* (korábbi nevén *Melegbúszkeség napi felvonulás*) médiareprezentációját, valamint a reprezentáció LMBTQ+ emberek² és jogaik iránti attitűdökre gyakorolt hatását vizsgálja. Kutatásunkban először televíziós hírműsorok korábbi Pride-tudósításait elemeztük. Ezt követően, a médiaelemzés tapasztalatainak figyelembevételével egy ezer fős online lakossági mintán végeztünk médiakeretezést szimuláló, kísérleti kezeléseket tartalmazó kérdőíves adatfelvételt (ún. *survey*-kísérletet). Az adatfelvétel különlegessége, hogy a minta fele a 2017. július 8.-i Budapesti Pride felvonulás előtti héten töltötte ki a kérdőívet, a másik fele pedig a Pride-ot követő napokban. Tehát a kérdezés során alkalmazott kísérleti ingerek mellett a válaszadók egy része a valós életben is hozzájuthatott az aktuális Pride-ról szóló információkhoz.

A *survey*-kísérletben négy kérdésben vizsgáltuk az emberek lesbikus/meleg kapcsolatok és jogok iránti attitűdjeit. A kísérlet részeként a négyből három kérdés szóhasználatát manipuláltuk. A médiakeretezést szimuláló kísérletünkben négyféle fiktív Pride-tudósítás hatását vizsgáltuk a fenti kérdésekre kialakított véleményekre. Mindezt egy olyan adatfelvétel keretében, amelynek első része a Pride előtt zajlott, a másik közvetlenül utána. A kísérleti manipulációk mellett a kérdőívben adatokat gyűjtöttünk a válaszadók médiahasználati szokásairól. Az alábbiakban – az említett keretek korlátai között – röviden bemutatjuk, hogy a valós médiatudósítások milyen jellemzői alapján terveztük meg kísérleteinket. Továbbá viszonylag részletesen ismertetjük a kísérleti dizájnt is. Az eredmények közül nem tematikusan válogattunk. Ebben a tanulmányban, amely a kutatás eredményeinek első ismertetője, áttekintjük az összes kísérleti kezelés főhatását, továbbá néhány eredményt a vinyetták és a médiafogyasztás interakciós hatásairól is.

Más országokban végzett hasonló felmérésekkel összhangban azt találtuk, hogy a lesbikus/meleg vs. homoszexuális szóhasználat aktivisták és társadalomkutatók jól megalapozott várakozásaival ellentétben ma már nem gyakorol érdemi befolyást e csoportokkal kapcsolatos kérdésekben kinyilvánított véleményekre. Emellett adataink néhol érezhető, de összességében csekély mértékű hírkeretezési főhatásokat mutatnak. A keretezési kísérletekben itt vizsgált főhatásokra (a teljes mintában vizsgált átlagos hatásokra) vonatkozó eredmények egyik fontos tanulsága, hogy a hírkeretezés kérdésspecifikusan befolyásolja a véleményeket. Leglátványosabban az mutatkozott meg, hogy a politikai keretezés valamilyen mértékben képes lehet a közéleti cselekvéssel összefüggő kérdésekben módosítani a véleményeket.

² A tanulmányunk alapjául szolgáló kérdőíves kutatásban lesbikusokról és melegekről (illetve homoszexuálisokról, ld. alább) kérdeztük az embereket. A tanulmányunkban értelemszerűen emiatt, de az egyszerűbb fogalmazás miatt is melegeket említünk néha olyankor is, amikor állításaink az LMBTQ+ emberek szélesebb csoportjára is érvényesek.

A KIINDULÓPONT: AZ LMBTQ+ TÁRSADALOM MÉDIAÁBRÁZOLÁSA MAGYARORSZÁGON

Elemzésünk során a leszbikus, meleg, biszexuális, transznemű és *queer* társadalom ábrázolását vizsgáltuk két magyar televíziócsatorna kiválasztott hírműsoraiban. A vizsgálat az M1 mint az elsős számú közszolgálati adó és az RTL Klub mint Magyarország jelenleg legnézettebb híradóját sugárzó kereskedelmi csatornája híradóira terjedt ki (Tamássy 2017). A vizsgálat alapját a 2009–2017 közötti Budapest Pride felvonulások adták, melyek jelenleg Magyarország legnagyobb LMBTQ+ rendezvényei, és mint ilyenek elválaszthatatlanok a meleg közösség megítélésétől.

Módszertan

A korpusz (a két adón összesen 30 riport) elemzésére két tartalomelemzési módszerrel, kódutasításos tartalomelemzéssel és kritikai diskurzuselemzéssel került sor. A kódutasításos tartalomelemzés esetében a hír tárgyalása során megfigyelni kívánt szempontokat a híradók megtekintése előtt alakítottuk ki. Nem csupán a használt kifejezések, nyelvi fordulatok és szerkezetek kaptak figyelmet, hanem az elemzett szövegrész tartalma is, így jól strukturált, egységes rendszerek kialakítására és vizsgálatára is sor kerülhetett (Krippendorff 2004, Harwood–Garry 2003, Bernáth–Messing 2012, 2015).

Bár a megalkotott kódutasításos keret jól lefedte a vizsgált témakört, mégsem nyújtott teljes képet az LMBTQ+ társadalom ábrázolásáról. A kutatás folyamán így merült fel lehetőségként a kritikai diskurzuselemzés. Ezen módszer esetében a már megtekintett híradókból leszűrt információk alapján állt össze a megfigyelés szempontrendszere, melynek kérdéseire választ adva kirajzolódott a hírek szerkesztésénél alkalmazott keretrendszer (Géring 2014, 2017). Az elemzésben különös figyelmet kapott a kritikai álláspontot felvétele, és minden olyan részlet kiemelése, mely bármilyen szempontból hatással lehet e társadalmi csoport megítélésére (Scheufele 1999, Wodak–Meyer 2001).

Közvetlen keretezés

A közvetlen keretezés a híreket és a felkonferálásuk előtt és után közvetlenül elhangzó híreket vizsgálta. Utóbbiak a Pride riportok befogadását nagyban befolyásolhatják, negatív asszociációkat idézhetnek elő, ugyanakkor kizárólag a szerkesztői döntésen múlnak. Ezen a területen mindkét csatornánál megjelentek a Pride értelmezését befolyásoló, potenciálisan negatív asszociációkat kiváltó keretezési eljárások (Tamássy 2017). Ilyen keretezés érhető tetten a hírsorrendben, amikor a híradó végén, az „uborkahírek” között kap helyet a Pride. Az M1 esetében például a 2013-as felvonulásról szóló hírblokkot a XVIII. Jász Világtalálkozó Jászfelsőszentgyörgyön elnevezésű hír előzte meg, az RTL Klubon pedig 2011-ben szorult Daisy, a sztártehén híre mögé a felvonulásról szóló tudósítás. Emellett a hírek közvetlen környezetében elhangzó hírek és konferálások is befolyásolhatták az LMBTQ+ társadalom legnagyobb rendezvényének megítélését. Az RTL Klub 2014-ben egy fekáliával teli kaposvári lakásról szóló hírt konferált fel részleteibe menően közvetlenül a Pride előtt, az M1 pedig a Pride ellentüntetőiről és a kordonok áttöréséről váltott azonnal a pamplonai bikaviadalra 2012-ben. 2017-ben elsőként fordult elő, hogy a Pride után egy, az LMBTQ+ társadalommal szorosan összekapcsolható, mégsem ellentüntetőkről szóló hír kapott helyet: az RTL Klub a Medián kutatásáról számolt be, melynek témája az LMBTQ+ családalapítás elfogadottsága volt a magyar lakosság körében.

Érzékenyítés és elfogadtatás

Az érzékenyítés vagy elfogadtatás megjelenése a hírekben nemcsak az LMBTQ+ társadalom elfogadását segítheti elő, de a csatorna keretezési módját is nagyban meghatározza. Ezen a területen látványosabb különbségek mutatkoztak a két csatorna között. Az RTL Klubon a kezdeti években (2009-től 2013–2014-ig) a Pride mint esemény elfogadtatása nagyobb teret kapott, mint az LMBTQ+ társadalom felé irányuló érzékenyítés. Az elfogadtatást több motívum rendszeres szerepeltetésével hangsúlyozta a csatorna. Ilyen például a felvonulás elindítójaként elismert 1969-es stonewalli lázongás ismertetése, amely valójában igen fontos része a felvonulásnak, azonban túlzott hangsúlyozása eltávolíthatja a nézőt a Pride mai politikai, jogi és társadalmi céljaitól. További elfogadtató motívum volt a nagykövetek kiemelése és a nyugati mintához felzárkózás mint törekvés megjelenése is. A vizsgált években négy hírblokkból is megtudhatta a néző, hogy mely európai nagyvárosokban hogyan ünneplik a Pride-ot. Ezen motívum kiegészítéseként jelent meg a nagyobb márkák és ismert meleg emberek támogatása.

Az elfogadtatásra tett próbálkozásnak tudható be az is, hogy a csatorna évekig kerülte a nyíltan LMBTQ+ emberek bemutatását vagy megszólaltatását, miközben támogató résztvevők és aktivisták többször megszólaltak. 2009 és 2014 között a csatorna fő üzenete az volt, hogy a Pride-ra nem csak meleg jár, az ott lévő melegek visszafogottak, a felvonulás pedig egy szórakoztató és látványos esemény.

A 2014–2015-től jellemző, érzékenyítésre tett kísérletek között van a melegtársadalmat sújtó egyenlőtlenségek ismertetése. Ekkortól jelentek és szólaltak meg nyíltan LMBTQ+ résztvevők is, közsímet meleg szereplők (például Árvai Péter, a Prezi alapítója). Az RTL Klubon vizsgált 15 hírblokkból háromban kapott szót összesen öt LMBTQ+ ember, ebből kétszer „átlagemberek” szólalhattak meg, az ilyen megszólalások többsége 2014 után volt látható.

A magyar állami csatorna a fentiekkel ellentétes tendenciákat mutatott az érzékenyítés és az elfogadás terén is. Az érzékenyítés csak az LMBTQ+ emberektől függetlenül jelent meg a hírblokkokban. A legtöbb híradásban megtudhatta a néző, hogy honnan indult és hová érkezett meg a menet, illetve a felvonulás konkrét okát, témáját, azonban ezt is egyre cinikusabb hangvételben. Résztvevőket egyszer sem szólaltattak meg, ahogy vállaltan meleg embereket sem. Minden évben helyet kaptak viszont a tudósításokban az ellentüntetők, sokszor magában a felvonulásról szóló hírből és egy külön hírblokkban is.

Az elfogadtatás tipikus motívumai sem jelentek meg: az M1 tudósításaiban egyszer sem hangzott el, hogy hányan támogatják az eseményt, akár hírességek, akár nagyvállalatok. A támogató nagykövetségeket az esetek többségében nem nevezték meg. A többségi társadalom elfogadására semmilyen jel nem utalt, a résztvevők számáról egyszer, 2011-ben közöltek egy becslést. Semmiféle utalást nem hallhatott a néző Stonewallról vagy bármilyen egyéb melegjogi küzdelemről (az érzékenyítés és elfogadtatás megjelenítéséről lásd bővebben: Tamássy 2017).

Politika

A politika is eltérő mértékben és módon jutott szerephez a két csatornán. Míg az RTL Klubon 2013-tól volt jellemző egyes résztvevő pártok és politikusok megmutatása, addig az M1 szisztematikusan minden évben beszámolt a jelenlévő politikai szereplőkről. A kormánypártok az RTL Klubon egyszer jelentek meg, ekkor azonban nem nyilatkoztak a felvonulásról. 2017-ben a csatorna a már korábban említett, a felvonulással kapcsolatos közvetlen hírt követő, az LMBTQ+ családalapítás elfogadottságával kapcsolatos hírt közölt, melyben az elfogadás mértékét összekapcsolta a megkérdezettek által támogatott politikai pártokkal. Az M1-en egy évben fejezhette ki véleményét mindkét kormánypárt. Ekkor közvetetten Orbán Viktor és a KDNP is távolságtartó elutasítását fejezte ki a menettel, illetve az LMBTQ+ társadalom jogaival szemben. Az állami csatorna az évek során egyértelműen ellenzéki pártokhoz kötötte a Pride-ot, egyre részletesebben mutatta be a jelenlévő politikusokat, a 2010-es évek elejétől látványosan kiemelte az ellenzéki politikusokat a vágóképekben is. 2017-re a politikai pártok és szereplők megjelenítése mintegy 1/3-át tette ki a Pride-ról szóló riportnak. Az ellenzék bevonása nem csupán a jellemzően baloldali, részt vevő politikusokra terjedt ki, a Jobbik évente megismételt elítélő nyilatkozataival jelent meg az M1 politikai síkú Pride ábrázolásában. Az ellenzéki politikusokkal szemben kormánypárti szereplők egyáltalán nem jelentek meg a híradásokban, a 2013-as megszólalást kivéve (Tamássy 2017).

Képi ábrázolás

A Budapest Pride-dal kapcsolatos negatív képi ábrázolások két kategóriába sorolhatók. Negatív, deviáns képi ábrázolások azok, melyeken a résztvevők a többségi társadalom számára idegen, szokatlan helyzetekben (például azonos nemű párok kézen fogva), arc nélkül jelennek meg. Ezen ábrázolási mód kapcsán kiemelendő, hogy nem minden, szokásostól eltérő megjelenésű, viselkedésű résztvevő sorolható ebbe a kategóriába. Negatív ábrázolási mód továbbá az is, melyben a többségi társadalom számára szokatlanul viselkedő vagy a társadalmi nemi szerepeknek *nem megfelelő* ruhadarabot viselő résztvevőre a kamera szándékosan ráközelít, követi a tömegben, pásztázza testét. A második kategóriába azok a felvételek tartoznak, melyek képi tartalma olyan viszonyban áll a felvétel alatt elhangzó narrációval, hogy megváltoztatja a felvétel üzenetét (Tamássy 2017). Az RTL Klubon ellensúlyozás nélküli egyértelműen deviáns ábrázolási módra összesen kétszer volt példa.

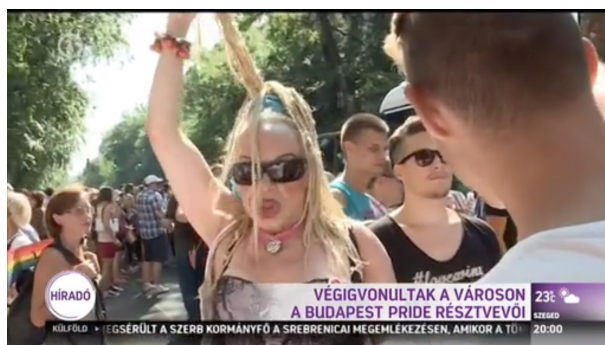
A magyar közszolgálati csatorna Pride ábrázolása sokat változott a vizsgált időszakban. Az elemzett első néhány évben a távolságtartás jegyében készült riportok alatt kirívóan negatív képi ábrázolásra nem került sor. Ez a szerkesztési norma 2013-ban változott meg. Az addigi távoli, tömeget ábrázoló képsorokat felváltották a nyíltan deviáns képek, melyek ezután minden évben megjelentek a Pride-dal kapcsolatos riportokban. Az 1. és 2. képen látható 2015-ös példán egy feltehetően *crossdresser* résztvevőt követ a kamera a tömegben, többször ráközelít, végigméri.

A kép és a narráció kapcsolatának elemzésekor az RTL Klubon nem fordult elő olyan kép- és hangfelvétel, melyek kizárólag összecsengésüknél fogva negatív keretbe helyeznék a Budapest Pride felvonulóit. Bár az M1-en sem volt jellemző ez az ábrázolási mód a vizsgált évek túlnyomó többségében, 2015-től kezdve minden évben láthatók példákat a nézők ilyen negatív összecsengésre. Példaként a 3–5. képeken a 2015-ös felvonulásból látható részlet. Ezen a felvételen egy vélhetően drogos vagy alkoholos befolyásoltság alatt álló, táncoló

1. kép. Crossdresser résztvevő a Budapest Pride-on.
A kamera követi a tömegben.
Forrás: M1 Híradó, 2015.07.11



2. kép. Crossdresser résztvevő a Budapest Pride-on.
A kamera követi a tömegben.
Forrás: M1 Híradó, 2015.07.11.



3. kép. Táncoló férfi a Budapest Pride-on. Forrás:
M1 Híradó, 2015.07.11.



4. kép. Táncoló férfi a Budapest Pride-on.
Forrás: M1 Híradó, 2015.07.11.



5. kép. Szexuális aktust imitáló férfi alsónadrágban
a budapesti Pride felvonuláson.
Forrás: M1 Híradó, 2015.07.11.



férfi volt látható. A 8 másodperces snitt után a riportban egy alsónadrágos férfit mutattak, aki a kamera előtt elsétálva közönséget imitáló mozdulatokat tett. A képi megjelenés és a narráció összecsengése a pedofília és a homoszexualitás összekötését eredményezi. A rendezvényen elhangzott: „bátor az a fiatal, aki kamaszkorában először megérzi, hogy az azonos neműekhez vonzódik. A homofóboknak azt üzenték, hogy a homoszexualitás veleszületett tulajdonság, és soha nem lehet tudni, mikor kell egy homofóbnak is azzal szembesülnie, hogy a gyermeke homoszexuális.” (Az M1 riportere. Forrás: M1 Híradó 2015.07.11.)

A kirajzolódott ábrázolási keretek

Összességében elmondható, hogy az RTL Klub elfogadó keretben foglalkozott a melegekkel, azonban az LGBTQ+ társadalmat nem annak saját jogán, hanem a többségi társadalom támogatása, a híres emberek, ismert politikusok és világmárkák segítségével próbálta elfogadtatni. 2015-től megfigyelhető a változás: nagyobb hangsúlyt kapott az érzékenyítés, a melegek saját jogukon való meg- és elismertetése. Az utolsó vizsgált évben a Pride fő eseménye a kordonmentes felvonulás volt, és bár a jelenség kiszorította a személyes történeteket a riportból, a csatorna minden addiginál átlagosabban ábrázolta a résztvevőket, majd külön riportban foglalkozott az LGBTQ+ családalapítással.

Az M1 vizsgált hírblokkjaiban jutott a legnagyobb szerephez a politikai kontextus. A csatorna tudósítási eleinte távolságtartóak voltak, majd 2013-tól inkább elutasítók lettek, az LGBTQ+ társadalmat mint a társadalom perifériáján élő deviánsokat ábrázolták, akik veszélyt jelentenek a magyar családokra és hagyományokra. Az ábrázolási keret 2017-re egyértelműen az ellenzéki politikusok és pártok kiemelésére, Pride-dal való összekötésére és az átlagtól eltérő résztvevők ellensúlyozás nélküli ábrázolására futott ki.

A MÉDIAREPREZENTÁCIÓ HATÁSA: AZ ELMÉLETI HÁTTÉR

Vizsgálatunk fókuszában az a kérdés áll, hogy a Pride-ről tudósító médiatartalmak keretezése hogyan befolyásolja az LGBTQ+ emberekhez, jogaikhoz és az őket érintő politikákhoz való viszonyulást.

A kommunikációelmélet képviselői a médiatartalmak társadalmi attitűdökre gyakorolt hatásának vizsgálatában is preferálják a keretezés eredeti, szűk értelmezését. Eszerint a keretezési hatások olyan attitűdváltozások, amelyek nem annak következményei, hogy mit közöltek a hírforrások, hanem hogy miképpen prezentálták az adott információkat (Scheufele–Iyengar 2012). Például egy gyógyító eljárás értékelését befolyásolhatja, hogy prezentálásakor a megmenthető életek számát vagy a halálozási számokat mutatjuk be (ami logikailag ekvivalens).

A szociológusok ezzel szemben már régóta használják sokkal tágabb értelemben a keretezés fogalmát. E tágabb értelmezésben a keret egy olyan gondolati séma és történetvezetési mód, amely az események bizonyos aspektusait kiemeli, míg másokat hanyagol (Gamson–Modigliani 1994). Például a fenti gyógyító eljárás bemutatásakor nem mindegy, hogy a gyógyítási eredményeket hangsúlyozzuk, vagy a költségekkel és mellékhatásokkal foglalkozunk inkább részletesen. A médiareprezentáció hatásai szempontjából ez utóbbi, tágabb értelmezést tartjuk termékenynek, és ha fontosnak tartjuk az elkülönítését, témakeretezésként hivatkozunk rá (Slothuus 2008), megkülönböztetve a szűkebb értelemben vett keretezéstől, amelyet a szakirodalmat követve ekvivalencia keretezésnek nevezünk.

A témakeretezésnek több típusa létezik. Vizsgálataink szempontjából egyrészt az értékkeretezésnek van jelentősége. Az értékkeretezés alapvető értékeket köt konkrét társadalmi kérdésekhez (Ball-Rokeach et al. 1990, Schemer et al. 2012). Brewer (2003) szerint bizonyos értékeket szembetűnővé téve befolyásolni tudjuk a melegekkel és melegjogokkal kapcsolatban kinyilvánított véleményeket (kísérleti eredményekhez ld. Gainous–Rhodebeck 2016, egyéb attitűdökhöz Domke et al. 1999, Schemer et al. 2012, Shah et al. 1996, Shen–Edwards 2005).

Klasszikus tanulmányában Brewer (2003) a melegekkel kapcsolatos amerikai tudósításokban két média-keretet azonosított: az erkölcsi tradicionalista keretet és az egalitáriánus keretet (ld. még Gainous–Rhodebeck 2016, keretek azonosításához pedig Zhang–Min 2013). Az erkölcsi tradicionalista keretet alkalmazó médiatestakban a homoszexualitás deviáns, hagyományos családi értékeket sértő jellege domborodik ki. Az egalitáriánus keretet alkalmazó tudósításokban a minden embert megillető szabadságjogokkal kötik össze a szexuális kisebbségek ügyét. Mi a fenti médiaelemzés eredményei alapján ezeket a kereteket politikai-ideológiai keretké alakítottuk át vizsgálatunkban, hogy jobban tükrözzék a meleg és a melegmozgalom magyarországi reprezentációját. Azaz a fenti kereteknek megfelelő tartalmakban a morális konklúziókat politikai mezőben ismert érvekkel és érvelőkkel alapoztuk meg. A továbbiakban ezekre a keretekre nem is értékkeretként, hanem politikai keretként hivatkozunk, mivel feltételezzük, hogy jelentős részben a politikai identitás véleménybefolyásoló motivációit hívják életre.

Azonban értékkeretekkel is foglalkozunk. Tamássy (2017) további eredményeiből kiindulva vizsgálatunkban kiegészítettük Brewer (2003) tipológiáját, és az erkölcsi megfontolások dimenzióinak általános modelljét kínáló morális alapok elméletét is alkalmaztuk kereteink kialakításához (Graham et al. 2008). Két alapértéket vizsgálunk: az erkölcsi-testi tisztaság, továbbá a gondoskodni akarás/másoknak ártás elkerülésének megfontolásait (ld. Feinberg–Willer 2013 tanulmányát, ahol e két alapérték felhasználásával készítették médiakeretezési kísérlethez vinyettákat). A morális alapok elmélete alapján feltételezzük, hogy a melegjogokkal kapcsolatos negatív attitűdök forrásai többek között a homoszexualitással kapcsolatos kényelmetlen érzések (Brewer et al. 2016). Ezt kísérletünkben a tisztaság alapértékéhez kötjük (vö. Graham et al. 2011). Feltételezzük továbbá, hogy nem csupán a politikai liberalizmus vagy egalitarianizmus talajáról lehet támogatni a melegjogok kiterjesztését, hanem a mások bántásával szembeni averzió alapján is. Tamássy (2017) meleg iránti érzékenyítő médiakeretek elemzéséből egyértelműen körvonalazódik egy ilyen értékre apelláló hírkeretezési stratégia.

Régi feltételezés, hogy a szóhasználat fontos szerepet játszik a melegekről szóló diskurzus stigmatizáló vagy destigmatizáló hatásában. Az ezzel kapcsolatos kísérletek egymásnak ellentmondó eredményeket mutatnak (talált szóhasználati hatást pl. McCabe–Heerwig 2011, Husser–Fernandez 2016, nem talált pl. Pizmony-Levy–Ponce 2013, Lau et al. 2017). Egy pár évvel ezelőtti metaelemzés arra jutott, hogy ezen a területen nincs érdemi szóhasználati hatás (Flores 2015). Ám figyelembe kell venni, hogy ez társadalmi kontextustól erősen függhet, és a tanulmányok jelentős része az euroatlanti társadalmakban végzett vizsgálatokon alapul (Távol-Keletről származó eredményekhez ld. Lau et al. 2017).

ADATOK ÉS MÓDSZEREK

Az adatfelvétel

Kérdéseink vizsgálatára 2017. júliusában 1000 fős online kérdőíves adatfelvételt szerveztünk. A vizsgálatot a legnagyobb online válaszadói pannellel rendelkező céget, az NRC-t bíztuk meg. Az adatfelvétel kvótás mintavételnek tekinthető. A minta nem, kor és lakóhely szerinti megoszlása a hazai felnőtt népesség arányait követi.³

Az adatfelvétel július elején kezdődött oly módon, hogy a válaszadásra felkérő meghívólevelek száma és kvóták szerinti aránya alapján a július 8-i Budapest Pride napjának reggelére várhatóan körülbelül ötszáz kitöltő legyen úgy, hogy a demográfiai változók szerinti kvóták arányai nagyjából teljesüljenek. A Pride napján indult a felkérések következő köre, és egy héten belül sikerült az összes kérdőívet a kvóták szerinti arányokban kitölteni.

A függő változók

A kérdőívben négy kérdés segítségével vizsgáltuk az LMBTQ+ emberek és jogaik iránti attitűdöket. Az első három esetben arra voltunk kíváncsiak, hogy a válaszadó mennyire ért egyet az alábbi kijelentésekkel:

- „A homoszexuális kapcsolat természetellenes.”
- „Hagyni kell, hogy a homoszexuális férfiak és nők szabadon éljék az életüket homoszexuálisként úgy, ahogy érzéseik szerint kívánják.”
- „Örvendtes, hogy évente sokezren vonulnak fel Budapesten a homoszexuális büszkeség menetén, a Pride-on.”

A negyedik kérdésben két, egymással szemben álló állítást olvashattak a kérdezettek annak kapcsán, hogy „Magyarország 2011-es Alaptörvénye szerint Magyarország védi a házasság intézményét, mint férfi és nő között, önkéntes elhatározás alapján létrejött életközösséget.” Egyrészt: „Maradjon a korlátozás: házasság csak férfi és nő között jöhessen létre”, másrészt „Töröljék el ezt a korlátozást: Magyarországon is házasodhassanak azonos nemű párok.”

A válaszadók az első három item esetében ötfokozatú Likert-skálán fejezhették ki véleményüket egyenként az állításokról, a negyedik kérdésnél 11 fokozatú skálán helyezhették el saját pozíciójukat a két állítás között. E kérdésekre adott válaszok elemzéseink függő változói. Az első három kérdés esetében csak minden második válaszadó olvasott „homoszexuálisokról”, a többiek a „meleg/leszbikus” kifejezéspárt olvashatták ehelyett.

A „normalitásra” vonatkozó első állítás szándékaink szerint a morális alapok elméletében elkülönített erkölcsi-testi tisztaság és az ennek megszegése által okozott undor megfontolásához és érzületéhez kapcsolódik (Haidt–Graham 2007, Graham et al. 2011). A szerelemre való jogról szóló kérdés a morális alapok elméletében elkülönített két másik megfontoláshoz kötődik: egyrészt a másoknak ártás elkerüléséhez, másrészt a tisztesség iránti elkötelezettséghez. Az elmélet feltevései szerint ezek a megfontolások empirikusan kapcsolódnak ideológiai beállítottságokhoz, azonban azoknál alapvetőbbek, és az aktuálpolitikai preferenciáktól függetlenül létező, önálló motivációk. A második kérdés ezen túlmenően az aktuális *Meleg Büszkeség Hónap* rendezvényeinek mondanivalójához is próbál illeszkedni.

³ Az iskolai végzettség nem volt kvóta szempont, ezért az alacsony végzettségűek alul vannak reprezentálva a mintában. Ez nem magyar sajátosság, a nemzetközi kutatási gyakorlatban is ez a jellemzője az online mintáknak.

A Pride felvonulásra vonatkozó kérdés a fentiekkel szemben erősebben kötődik az azonos nemű romantikus kapcsolatok megítélésétől független ideológiai, és esetleg aktuálpolitikai megfontolásokhoz is. Emellett triviálisan kötődik a kérdezés idején zajló rendezvényhez, amelynek médiareprezentációja kutatásunk egyik fókusza.

A negyedik kérdés összetett, a fentiek közül többféle megfontolást mozgósító dilemmát vet fel. Feltevéseink szerint különböző, egymástól távoli motivációk egyaránt befolyásolhatják a kinyilvánított véleményeket, a „tisztaság” általános igényétől kezdve az aktuális kormány politikájának megítéléséig.

A kísérleti kezelések

Kutatásunk a keretezési hatásokra vonatkozó kutatások népes főáramához tartozik, ahol a kutatók rövid távú hatások elkülönítésére vállalkoznak, viszont e hatásokat kísérleti módszerrel mutatják ki, lehetővé téve a hagyományos társadalomtudományi elemzések eredményeinek érvényességét gyengítő zavaró tényezők kiküszöbölését (Chong–Druckman 2007). Eredményeinket e módszer előnyeinek és korlátainak figyelembevételével kell értékelni.

A kísérleti eljárás során a kérdezettek egy része minden előzetes inger nélkül válaszolt a függő változónak választott kérdésekre. Ők alkotják a kísérlet kontrollcsoportját. Ebben a vizsgálatban a kontrollcsoportba tartozók a kérdőív elején, általunk semmilyen módon nem befolyásolva szembesültek a fenti, melegekre vonatkozó kérdésekkel. A többiek, az ún. kezelt csoportokba tartozók válaszadás előtt valamilyen ingert kapnak, kifejezetten azzal a céllal, hogy válaszaikat befolyásoljuk. Mivel a válaszadók véletlenszerűen kerülnek a különböző csoportokba, a kontroll és kezelt csoportok átlagos véleménye közötti eltéréseket a kezelésnek tulajdonítjuk.

Médiahatás-vizsgálatok esetében a leggyakoribb eljárás, hogy a kezelt csoportokba sorolt kérdezettek a függő változóként szolgáló kérdésekhez kötődő fiktív riportokat olvasnak, mielőtt a kérdésekre válaszolnak. Az ilyen típusú kísérleti kezelések nem tudják szimulálni a tömegkommunikációban zajló diskurzusok komplex, hosszú távú hatásait – különösen a 21. századi, web2-vel összefonódó új típusú médiapiacra. Ugyanakkor kiszűrjük a legtöbb megfigyeléses médiahatás-vizsgálat rákfénjét, az önszelekciót. Az emberek ugyanis a világnézetükkel kongruens médiatartalmakat keresik. Ez az önszelekció kimutathatatlanná teszi a valós médiatartalmak véleményekre gyakorolt hatását. Ehelyett csak a vélemények és a médiafogyasztási szokások közötti korrelációt lehet kimutatni, az oksági viszonyok tisztázása nélkül. Továbbá a kísérletek alkalmasabbak analitikus vizsgálatokra, mivel kísérleti manipuláció segítségével külön lehet vizsgálni a keretezés egyes elemeinek önálló hatását. A médiakeretezés kísérleteken nyugvó kutatási programjának egyik alapvetése, hogy a kísérletekben kimutatható, egyszemélyes ingerekre adott rövidtávú hatások a valós életben tapasztalható (csak közvetlen módon nagyon nehezen mérhető) komplex és hosszú távon is érvényesülő hatások építőkövei.

Mindezzel együtt, a médiahatások egyes kutatói keresik azokat a lehetőségeket, amikor természetes kísérletet végezhetnek. Ezek olyan helyzetek, amikor valamilyen új információ megjelenése előtt és közvetlenül utána is mérni tudják különböző hírforrások fogyasztóinak véleményét. Ilyenkor a szelekciós hatás feltételezhetően minimális, mert a fogyasztókat éppoly „meglepetésként” éri az adott információ, mint a kísérleti médiavizsgálatok alanyait, és nem feltételezzük, hogy egy konkrét hírtartalom miatt már előzetesen szelektálnának a hírforrások között. A legtöbb ilyen természetes kísérlet választási reklámokhoz, esetleg szerkesztőségi

állásfoglaláshoz kapcsolódik, amelyek eredményei nem visznek közelebb a hírkeretezés befolyásoló szerepének megértéséhez. Az utóbbi időben indultak politikai kampányok idején végzett panelvizsgálatokon nyugvó médiahatás-elemzések (Matthes–Schemer 2012, Schemer 2012, Schemer et al. 2012). Ez fontos előrelépés komplex és tartós hatások kimutatásában.

A budapesti Pride médiareprezentációjának vizsgálata során a hagyományos kérdőív-kísérleti paradigma mellett mi is terveztünk egy természetes kísérletet: a kérdezettek körülbelül fele a nagy médianyilvánosságot kapott Pride felvonulás előtt, fele pedig közvetlenül utána töltötte ki kérdőívünket.

A keretezés, ezen belül a hírek keretezésének elméletei és korábbi elemzései arra figyelmeztetnek, hogy jelenségek, események és csoportok bemutatásakor nem elegendő pozitív és negatív kereteket elkülöníteni. A Pride magyar és ír médiareprezentációjával kapcsolatban Tamássy (2017) mutatja meg, hogy például a támogató médiareprezentációnak is többféle, egymástól markánsan eltérő stratégiája létezik. A Pride médiareprezentációjának idézett eredményei alapján a témakeretezés két típusát különítettük el: az értékkeretezést és a politikai keretezést.

Az értékkeretezésen belül a morális alapok elméletére támaszkodva a „tisztaság” és az ártalommentesség igényeire koncentrálnak (Haidt–Graham 2007). Egy-egy fiktív cikk (ún. vinyetta) épít ezekre a megfontolásokra. Az említett elméletre alapozott „tisztaság” keret arra a feltételezésre épül, hogy sok ember számára a homoszexualitás ösztönösen taszító. Az ezt a hírkeretet alkalmazó cikk a „normális” emberekkel szembeni provokációnak mutatja a Pride-ot, amelyen szokatlanul („gusztustalanul”) viselkedő emberek masíroznak a városban. Az ártalommentesség keretét alkalmazó médiareprezentáció ezzel szemben azt hangsúlyozza, hogy az LMBTQ+ emberek egyszerűen csak békésen szeretnének vonulni, és azt, hogy ők diszkriminációtól és kiközösítéstől szenvednek. Kísérleti vizsgálatokban hírek értékkeretezéséhez korábban Feinberg–Willer (2013) használta a morális alapok elméletét, benne a „tisztaság” és ártalommentesség megfontolásait – ők környezeti attitűdöket vizsgáltak (ld. még Clifford et al. 2015 vizsgálatát az őssejtkutatás megítélésével kapcsolatban).

A politikai keretezésnek is kétfajta kivitelezését teszteltük. Az egyik keret, melyet liberális-globalistának is nevezhetünk, azt hangsúlyozza, hogy az LMBTQ+ jogok terjedőben vannak a nyugati világban, sokan támogatják e folyamatot, és a Pride támogatói között ott vannak a legtrendibb cégek is. Ezt a keretet azonosította Tamássy (2017) az RTL Klub korábbi híradóinak Pride tudósításaiban. A másik politikai keret, melyet konzervatív-nacionalistának is nevezhetünk, azt hangsúlyozza, hogy a felvonulás támogatói között külföldről támogatott szervezetek vannak, és az ország jelenlegi jobboldali miniszterelnöke egyetért a felvonulással kapcsolatos fenntartásokkal. Fontos továbbá, hogy e fenntartások hangoztatása a magyarok szólásszabadság és függetlenség iránti vágyát tükrözi.

Négy fiktív cikk (vinyetta) készült tehát, kettő értékkeretben, kettő politikai keretben. Továbbá mindkét kerettípusban egy-egy cikk pozitív, illetve negatív színben tünteti fel a Pride felvonulást. Mindegyik cikk egy kb. 200 szavas fiktív híradás volt a Pride-ról, amely az alapvető információk egységes (de nem egyforma) közlése mellett tartalmazott keretspecifikus állításokat és az értékkeretek két-két, a kerethez illeszkedő képet is (ld. a Mellékletet). A kutatások szerint az emberek jobban idegenkednek a férfi homoszexualitástól, mint a nőitől (pl. Brewer et al. 2016), ezért a tisztaság keretben férfiakat mutatunk, míg a bántás elleni keretben nőket. Az értékkeretek építenek a válaszadók ösztönös erkölcsi intuícióna, ezért is támogattuk meg ezeket a kereteket

képekkel. A politikai keretek kevésbé a melegekre, mint inkább a válaszadók politikai-világnézeti identitására és az ehhez kapcsolódó elvárt véleményekre próbálják ráirányítani a figyelmet, ezért nem tartalmaznak képeket.

Mind a Pride felvonulás előtti, mind pedig az utána felvett mintában egyforma eséllyel kerültek a válaszadók a cikk nélküli kontrollcsoportba, illetve a négy cikk egyikét olvasó kezelt csoportok valamelyikébe.

Kutatásunkban kérdéseink szóhasználatának manipulációja (homoszexuális vs. leszbikus/meleg) ekvivalencia keretezésnek minősül, míg az egymástól jelentősen különböző fiktív újságcikkeink tartalmának meghatározása témakeretezésnek tekinthető.

Elemzési stratégia és hipotézisek

Összesen négy függő változó szerepelt a kutatásban, amelyek mind a melegekkel kapcsolatos elfogadást érintik, de eltérő perspektívából kiindulva. Az elemzésben mind a négy függő változót külön-külön vizsgáljuk, nem készítünk belőlük indexet. Ennek tartalmi és módszertani okai is vannak. Bár azt gondoljuk, hogy általánosságban az emberek elhelyezhetőek egy homoszexualitást elfogadó skálán, de tartalmilag ez az elfogadás nagyon különböző elemekből állhat össze. A kérdések esetében vegyül a morális szempontokra való reflektálás, illetve az aktuális, politikai közéleti eseményekkel kapcsolatos attitűd (Pride, melegházasság), amely szempontok esetében nem feltétlenül várunk átfedést az elfogadó és vagy elutasító válaszok között. A tartalmi mellett, ahogy megjegyeztük, statisztikai okai is vannak a kérdések külön szerepeltetésének: az első elemzések azt mutatták, hogy nem elég erős a kérdések összekapcsolódása ahhoz, hogy egy megbízható indexet lehessen belőlük készíteni. Az ezzel kapcsolatos eredményeink visszaköszönek majd a statisztikai elemzésünk elején.

A *survey*-kísérletek alapvetően a konfirmatív kutatási logikát támogatják, mivel a kérdőív tervezésénél már nagyon világosan látni kell, hogy mik azok a hatások, amiket tesztelni szeretnénk. A hipotéziseink így értelemszerűen ezeknek a kísérleti ingereknek a tesztelésére irányulnak. Mostani tanulmányunkban négy hipotézist fogalmaztunk meg.

H1. A melegfelvonulás hatására megváltozhat az emberek attitűdje a melegek elfogadásával kapcsolatban. Különösképpen a felvonulásra konkrétan fókuszáló kérdésnél várunk elmozdulást. A melegfelvonulás előtt kitöltő válaszolók pozitívabb véleménnyel fognak rendelkezni a melegekről, mint a felvonulás után kitöltők.

A H1 kapcsán magunk is bizonytalanok voltunk abban, hogy milyen irányú elmozdulás várható. Mivel az elmúlt években jellemző volt a médiára (főleg a közszolgálatira), hogy inkább negatívan tüntette fel az eseményt, és az azzal járó különböző problémákat mutatta be (ellentüntetések, lezárások), ezért inkább azt vártuk, hogy negatív irányú elmozdulás lesz a kérdésben.

H2. A kérdés kapcsán jelentősége van, hogy milyen szavakat használunk. A homoszexuális szóhoz több negatív konnotáció társulhat, a meleg kifejezés ezzel szemben köznapibb, nincs benne direkt utalás a szexualitásra. Tehát azt feltételezzük, hogy azok, akik a kérdésekben a meleg szót olvasták, pozitívabban ítélik meg a melegeket, mint azok, akik a kérdőívben a homoszexuális kifejezést olvashatták.

H3. A keretezés pozitívan és negatívan is befolyásolhatja az emberek véleményét. A tisztaság és a konzervatív-nacionalista keret csökkenti az elfogadást a melegekkel kapcsolatban, míg az ártalommentesség és a liberá-

lis-globalista keret növeli az elfogadást a kontrollcsoporthoz képest.

H4. A kérdezettek médiafogyasztási szokásai felerősíthetik, legyengíthetik az egyes kereteket. A jobboldali médiafogyasztók esetében a két negatív keret növelheti a negatív elmozdulást ahhoz képest, ha nincs keret.

A tanulmányban az első három hipotézist teszteltük részletesebben, az utolsó hipotézisre csak röviden térünk majd ki elemzésünk végén.

Az első három hipotézist kétféleképpen is vizsgáltuk. Egyszerű kétváltozós elemzésekkel teszteltük a főhatások működését (H1 és H2 esetében t-próba, H3 esetében Anova/Welch próba és post-hoc tesztek segítségével), majd ordinális regressziós modellekkel vizsgáltuk, hogy a kísérleti ingerek külön-külön és egymással interakcióban szignifikánsan hatnak-e a függő változókra. Ahogy korábban is írtuk, mind a négy függő változóra külön-külön elvégeztük az elemzéseket.

A H4 hipotézis esetében szintén ordinális regressziót használtunk, de a bal-jobb médiafogyasztási változót tettük interakcióba a kísérleti ingerekkel.

A SURVEY-KÍSÉRLET EREDMÉNYEI

Leíró statisztikák

A kutatásban az adatok leíró statisztikája mellett részletesen megvizsgáltuk a kísérleti ingerek hatásait az egyes csoportokban (bővebben ld. Naszályi 2017). Az első három kérdés esetén 95% és 97% között van a válaszolási arány. A kérdések megoszlása jól mutatja, hogy milyen összetett kérdésről van szó. Nagyon kiegyenlített annak az aránya, hogy hányan gondolják azt, hogy természetellenes a homoszexuális kapcsolat, és azok aránya, akik ezzel nem értenek egyet, bár egy picit többségben vannak azok, akik szerint természetellenes ez a kapcsolati forma. Viszont a többség amellett van, hogy hagyni kell, hogy a melegek szabadon éljék az életüket, de a Pride-nak általában inkább nem örülnek (1. táblázat).⁴

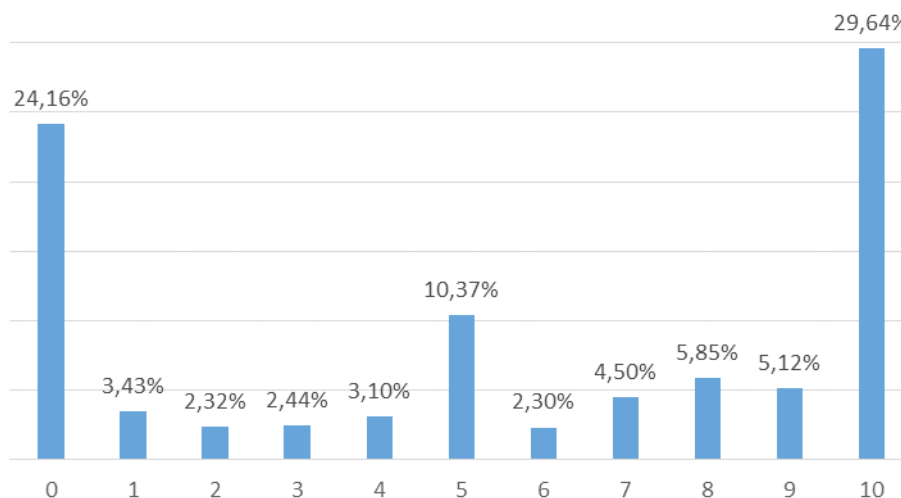
1. táblázat. Az első három függő változóra adott válaszok százalékos megoszlása

	Q1. Természetellenes a homoszexuális kapcsolat	Q2. Hagyni kell, hogy szabadon éljék a melegek az életüket	Q3. Örül a Pride-nak
Egyáltalán nem ért egyet	23,7%	12,8%	46,2%
2	11,2%	8,7%	12,8%
3	21,5%	19,6%	20,6%
4	10,2%	17,2%	5,6%
Teljesen egyetért	29,3%	38,2%	10,1%

Az azonos nemű párok házasságának támogatottságát mérő kérdésre kapott válaszok esetén kimagasló számú jelölést kapott a két szélsőérték, illetve a középső, neutrális érték (1. ábra). A legtöbb jelölést az azonos neműek közötti házasság teljes mértékű támogatása kapta. Ebben a kérdésben a legnagyobb a nem válaszolás aránya, 6,8%. A válaszok átlaga 5,52, vagyis a skála közepéhez képest az azonos neműek házasságának támogatása felé áll közelebb a középérték (1. táblázat) (Naszályi 2017).

⁴ A táblázatokban a kérdések rövidített változatát használjuk.

1. ábra. Támogatja, hogy azonos nemű párok is házasodhassanak (Q4) - oszlopdiagramm



A bevezető módszertani részben már felmerült, hogy a meleg elfogadottságával kapcsolatos kérdéseket külön-külön elemezzük, nem képezzük belőle közös indexet. Ezt részben elméleti okokkal is alátámasztottuk, másrészt jeleztük, hogy statisztikai okok is vannak a külön kezelés mögött. A négy kérdés közül a legerősebb együttjárás a Pride elfogadása és a meleg szabad élete között volt ($r=0,49$), de az utóbbi kérdés és a meleg kapcsolat természetellenességének feltételezése között a korreláció mindössze 0,23 volt (természetesen negatív előjellel). Ellenőriztük a változók összevonását Cronbach-alfa statisztikával is, de 0,6 alatti értéket kaptunk erre is. Ezek az eredmények megerősítik, hogy nem feltétlenül vonhatók össze az állítások a meleggel kapcsolatos beállítottság vizsgálatára, ezért a későbbiekben is külön kezeljük őket.

Pride előtt és után

A leíró statisztika alapján a felvonulás utáni kitöltők inkább elutasítóbbak voltak a homoszexuálisok jogaival szemben a négyből három kérdés esetén, de mindegyik esetben nagyon kicsik az átlagok eltérései. A t-próbák eredményei szerint statisztikailag nem szignifikánsak a különbségek (2. táblázat). Tehát az esemény nem okozott változást az attitűdökben, legalábbis a teljes mintán nem figyelhetők meg szignifikáns eltérések.

2. táblázat. T-próba eredménye Pride előtti, illetve utáni válaszokat összevetve

	t	df	szignifikancia érték (kétoldali)
Természetellenes a homoszexuális kapcsolat	0,46	960	0,65
Hagyni kell, hogy szabadon éljék a meleg az életüket	0,85	963	0,39
Örül a Pride-nak	0,86	944	0,39
Támogatja, hogy azonos nemű párok is házasodhassanak	0,90	930	0,37

Szóhasználat

A kutatás egyik legérdekesebb kérdése, hogy a szóhasználat, az egyes kifejezésekhez társított különböző jelentés változtatja-e a kitöltők véleményét. Viszonylag széles azon kutatások köre, amelyek alátámasztották már a szóhasználat fontosságát, azonban az eredmények eltérnek azon a téren, hogy mely témák, kutatási területek alkalmasak arra, hogy az emberek meglévő véleményét befolyásolják ezáltal.

A jelenlegi kérdőívben két alternatívaként a „homoszexuális”, illetve „meleg/leszbikus” megnevezés szerepelt, körülbelül fele-fele arányban a kitöltők kérdőíveiben. A négy általunk vizsgált kérdés közül az első háromban „manipuláltuk” így a szóhasználatot.

A kitöltés idejéhez hasonlóan nagyon kicsi a különbség a három kérdés átlaga között. A homoszexualitás természetellenessége kérdésnél a homoszexuális kifejezést használó kérdőívekre érkeztek talán nem várt módon elfogadóbb válaszok, míg a második és harmadik kérdésnél ez a szóhasználat érte el az alacsonyabb átlagot, tehát a meleg szóra negatívabban reagáltak a kérdezettek. Azonban a Pride előtt és utáni kitöltéshez elmondható, hogy 95%-os megbízhatósági szinten nem támasztható alá az átlagok különbözősége (3. táblázat).

3. táblázat. T-próba eredmények a szóhasználat szerinti csoportokat összevetve

	t	df	szignifikancia érték (kétoldali)
Természetellenes a homoszexuális kapcsolat	1,78	960	0,08
Hagyni kell, hogy szabadon éljék a melegek az életüket	- 0,75	963	0,45
Örül a Pride-nak	- 1,03	951	0,30

Tehát ebben a témában a szóhasználat nem változtatta meg az attitűdöket. Itt persze jogosan felmerülhet, hogy a melegekre a hétköznapi diskurzusban sokkal durvább jelzőket is szoktak használni, amelyek viszont egy kérdőívben nem használhatók. Erre a problémára reflektálunk majd írásunk végén is.

Vinyetta

A vinyetták szerinti vizsgálat almintái a kontrollcsoportból és a négy cikket olvasó csoportból állnak össze. A cikkek között szerepelt a morális alapok elmélete alapján egy „tisztaság” keretezésű, egy ártalommentesség keretezésű, a politikai keretezésen belül pedig egy liberális-globalista, illetve egy konzervatív-nacionalista keretezésű fiktív cikk.

A 4. táblázat mutatja a vinyetta csoportok szerinti válaszok átlagait a négy függő változó esetén. Az első, a harmadik és a negyedik kérdés esetén, vagyis amely azt vizsgálta, hogy a kitöltők egyetértenek-e a homoszexualitás természetellenes mivoltával, amely a Pride-dal való egyetértést méri, illetve az azonos neműek házasságának támogatását mérő változók esetén a varianciaanalízis nem talált szignifikáns különbséget a vinyetta csoportok átlagai között.

4. táblázat. A függő változók átlagai a vinyetta csoportok mentén

	Természetellenes a homoszexuális kapcsolat	Hagyni kell, hogy szabadon éljék a melegek az életüket	Örül a Pride-nak	Támogatja, hogy azonos nemű párok is házasodhassanak
Kontroll csoport	2,0	3,5	2,1	5,4
Tisztaság	2,0	3,6	2,1	5,9
Ártalommentesség	2,3	3,7	2,3	5,7
Liberális-globalista	2,2	4,0	2,5	5,9
Konzervatív-nacionalista	2,3	3,7	2,1	4,9

A második kérdésnél, amely a szexuális orientáció szabadságával kapcsolatban vizsgálta az attitűdöket, a Welch-próba szignifikáns különbséget mutatott az átlagok között. A különbség a kontrollcsoport és a liberális-globalista cikket olvasó válaszadók között állt fenn. Aki olvasta az adott cikket, az a semmilyen cikket nem olvasókhöz képest várhatóan 0,44-dal magasabb értéket ad ($p = 0,016$) a válaszra, vagyis pozitívabban nyilatkozik a homoszexuálisok felé ebben a kérdésben az eredmények szerint. A többi csoport közt nem mutatható ki szignifikáns különbség.

Regressziós modellek

Ordinális függő változók modellezésére alkalmas ordinális logit regressziós elemzéssel tovább vizsgáltuk az adatokat. A regressziós koefficienseket önmagukban nehéz értelmezni, ezért a marginális hatásokat mutatjuk be a következő táblázatban (5. táblázat). A regressziós modellek építése lehetővé tette a főhatások és az interakciós hatások vizsgálatát egy-egy függő változó esetén, tehát egyszerre tudtuk vizsgálni az összes kísérleti ingert, ezek egymásra és a válaszokra való hatását.

Az első függő változó esetén, amellyel a homoszexualitás természetellenessége felé irányuló attitűdöket mértük, a marginális hatások szignifikáns eredményt hoztak az ártalommentesség és a konzervatív-nacionalista vinyetta esetén, melyek közül az előbbinek a szóhasználattal való interakciója, utóbbinak pedig a kitöltés időpontjával való interakciója is szignifikáns 95%-os megbízhatósági szint mellett.

A második kérdésre épített regressziós modellnél („Hagyni kell, hogy a melegek szabadon éljék az életüket”) a főhatások közül szignifikáns eredményt hozott a marginális hatások alapján a liberális-globalista vinyetta, mint ahogyan korábban a varianciaanalízis is mutatta. Az interakciós hatások közül az ennek a vinyettacsoportnak a szóhasználattal való interakciója szintén szignifikáns eredményt hozott, illetve a kitöltés időpontjával is található összefüggés három vinyettacsoport esetén is, viszont nem egységes, hogy a Pride előtt vagy után működik inkább a keretezés.

A harmadik függő változóhoz („Örül a Pride-nak”) tartozó regressziós modell esetében a liberális-globalista főhatás, ennek a vinyetta-csoportnak a szóhasználattal és kitöltési idővel való interakciója bizonyult szignifikánsnak, illetve a szóhasználat és a kitöltési idő interakciója.

A negyedik, azonos neműek házasságának támogatását mérő változóhoz tartozó regressziós modellnél szignifikáns eredményt mindössze a liberális-globalista vinyetta kitöltés időpontjával való interakciója eredményezett.

A regressziós elemzések alátámasztották a korábbi eredményeket, miszerint nem láthatók erős összefüggések az ingerek és a kapott eredmények között, csak szórványosan lehet szignifikáns összefüggéseket találni. Az eredmények értelmezésére a záró fejezetben visszatértünk.

5. táblázat. Marginális hatások vizsgálata a főhatásokra és interakciós hatásokra, a négy függő változón

			Q1	Q2	Q3	Q4	
Vinyetta főhatás	kontrollcsoport		0,00	0,00	0,00	0,00	
	„tisztaság”		0,00	-0,01	0,01	-0,05	
	ártalommentesség		0,10	-0,03	-0,04	-0,02	
	liberális-globalista		0,07	-0,06	-0,11	-0,04	
	konzervatív-nacionalista		0,08	-0,02	0,04	0,04	
Szóhasználat főhatás	homoszexuális (0)		0,00	0,00	0,00	-	
	meleg/leszbikus (1)		0,05	-0,01	-0,04	-	
Kitöltés időpontja főhatás	Pride előtt (0)		0,00	0,00	0,00	0,00	
	Pride után (1)		-0,01	0,01	0,02	0,02	
Interakció: szóhasználat * kitöltés időpontja	homoszexuális	Pride előtt	0,00	0,00	0,00	-	
		Pride után	0,00	0,00	0,00	-	
	meleg/leszbikus	Pride előtt	0,07	0,00	0,02	-	
		Pride után	0,03	-0,03	-0,10	-	
Interakció: vinyetta * szóhasználat	kontrollcsoport	homoszexuális	0,00	0,00	0,00	-	
		meleg/leszbikus	0,00	0,00	0,00	-	
	„tisztaság”	homoszexuális	-0,01	-0,02	-0,05	-	
		meleg/leszbikus	0,00	0,00	0,07	-	
	ártalommentesség	homoszexuális	-0,01	-0,03	-0,04	-	
		meleg/leszbikus	0,20	-0,03	-0,04	-	
	liberális-globalista	homoszexuális	0,15	-0,07	0,00	-	
		meleg/leszbikus	-0,01	-0,05	-0,21	-	
	konzervatív-nacionalista	homoszexuális	0,13	-0,05	0,09	-	
		meleg/leszbikus	0,04	0,01	-0,01	-	
	Interakció: vinyetta * kitöltés időpontja	kontrollcsoport	Pride előtt	0,00	0,00	0,00	0,00
			Pride után	0,00	0,00	0,00	0,00
„tisztaság”		Pride előtt	0,04	0,01	-0,04	-0,06	
		Pride után	-0,05	-0,04	0,06	-0,03	
ártalommentesség		Pride előtt	0,09	-0,06	-0,08	-0,01	
		Pride után	0,10	0,00	0,00	-0,03	
liberális-globalista		Pride előtt	0,10	-0,08	-0,14	-0,11	
		Pride után	0,03	-0,04	-0,07	0,04	
konzervatív-nacionalista		Pride előtt	-0,02	0,03	0,10	0,06	
		Pride után	0,19	-0,07	-0,03	0,03	
Elemszám				964	974	959	937

Q1: Természetellenes a homoszexuális kapcsolat

Q2: Hagyni kell, hogy szabadon éljék a melegek az életüket

Q3: Örül a pride-nak

Q4: Támogatja, hogy azonos nemű párok is házasodhassanak

Megjegyzés: A táblázatban szereplő értékek 95%-os konfidencia intervallum mellett meghatározva vastagon szedve jelölik a szignifikáns eredményeket. Vinyettacsoportoknál a viszonyítási alap a kontrollcsoport, a kitöltés időpontjánál a Pride előtti válaszadók, szóhasználat terén a homoszexuális kifejezést olvasók.

Médiafogyasztás

A szóhasználat hatásvizsgálatának kiindulópontja, hogy különböző kifejezések eltérő jelentéseket hívnak elő az emberekben. Ezeket az eltérő jelentéseket többféleképpen alakíthatják ki magukban. Az egyik legfontosabb befolyásoló tényező a tömegkommunikáció lehet. A médiatartalmak keretezése és szóhasználatuk alakítja, hogy milyen jelentést tartalom társul a tartalmak fogyasztóiban az egyes kifejezésekhez. A téma médiareprezentációját bemutató elemzésünk jól mutatta, hogy az egyes televíziós csatornákon eltérő módon ábrázolták a témát. Ezt a lehetséges médiahatást vizsgáltuk meg a következő elemzésünkben.

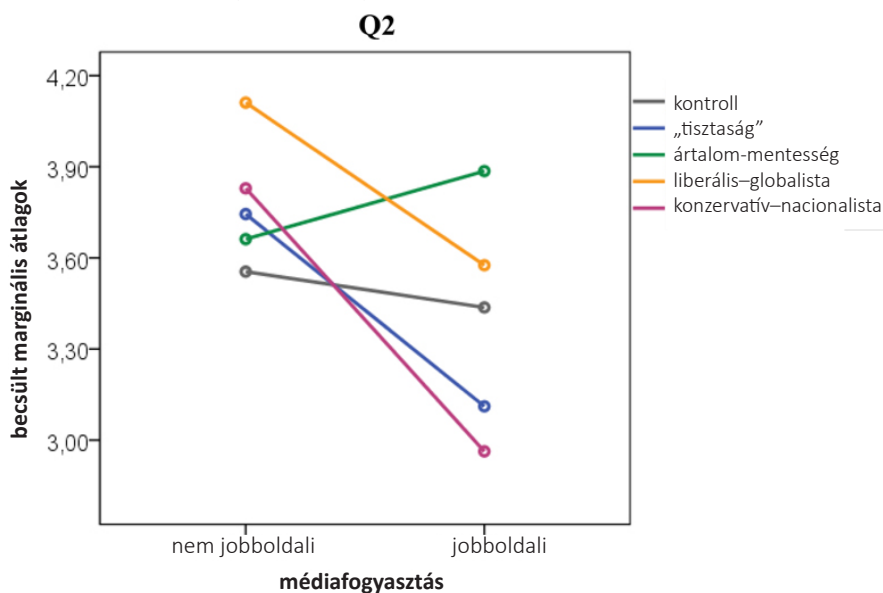
A mintát kétfelé osztottuk aszerint, hogy kik azok, akik az egyértelműen kormánypárti (jobboldali) – M1, TV2, Echo TV – csatornákból tájékozódtak a vizsgálat ideje alatt, és kik azok, akik a többi, baloldali, semleges besorolású csatornák híradásait nézték, vagy esetleg semmilyen televíziós híradást sem néztek.

A kormánypárti híradások követése egyértelműen összefüggésben állt azzal, hogy a válaszadók mennyire ítélik el a négy függő változóra adott válaszaik alapján a homoszexuális magatartást. Többszemponos varianciaanalízis segítségével kimutatható, hogy a kontextushatást vizsgálva a tájékozódási formák mentén eltérnek az eredmények. A legmarkánsabb eredmény a második kérdés esetén található a mintában, vagyis annál a kérdésnél, amelynél azt kérdeztük, hogy hagyni kell-e, hogy a melegek szabadon élhessenek. Ennél a változónál a kísérleti ingerekre eltérően reagáltak a kormánypárti médiát fogyasztók.

Az 2. ábrán látható nem párhuzamos vonalak a két faktor közötti interakciót mutatják. A kontrollcsoporttal azonos irányba mutat a legtöbb vinyetta csoportban a médiafogyasztás két kategóriája közti különbség, kivételt jelentenek viszont a pozitív (ártalommentesség) cikket olvasók, akiknél magasabb átlagot produkálnak a jobboldali médiafogyasztók. Ebből arra következtethetünk, hogy a csak kormánypárti médiakörnyezetben mozgó egy megszokottól eltérő pozitív narratíva esetén akár az átlagnál pozitívabb véleményt is kialakíthatnak a kérdésben.

Az azonos irányú vinyetta csoportok közül a kontrollcsoport egyenesen a legkevésbé meredek, a konzervatív cikket olvasóké pedig a legmeredekebb, tehát ez a cikk különítette el legjobban a különböző média tartalmak fogyasztóit.

2. ábra. Becsült marginális átlagok médiafogyasztás és vinyetta csoportok szerint a „Hagyni kell, hogy szabadon éljék a melegek az életüket” kérdés esetében



ÖSSZEFOGLALÁS

A survey-kísérlet eredményeinek összefoglalása előtt röviden érdemes visszautalni a tanulmány elején szereplő médiakutatás előzményeire. A meglefelvonulások hazai története nem mondható viszontagságmentesnek, bár az elmúlt években komolyabb ellentűtetések már nem voltak, de még mindig kordonok között kell vonulniuk a résztvevőknek. Médiaelemzésünkéből kiderül, hogy igazából a nagy televíziók sem tudtak/akartak olyan hírkeretet kialakítani, amely segítette volna a szexuális kisebbségek elfogadását. Az állami televízió esetében jól nyomon követhetően, vagy semlegesen távolságtartóan, vagy inkább negatívan számoltak be az eseményről az elmúlt tíz évben. Főleg 2013 környékén látható egy eltolódás a kevésbé elfogadó irányba. Az M1-en jóval több politikai szálát is beleszótték a riportokba, és a képi ábrázolás is több esetben kirívóan negatív lett. Ezzel szemben az RTL Klub igyekezett elfogadó keretben beszámolni a vonulásról, és 2015-től egyértelműen látszik, hogy még nagyobb hangsúlyt kap a csatornán az érzékenyítés és a melegek saját jogukon való elismertetése.

Olyan kérdések esetében gondolhatjuk nagyon fontosnak a médiakeretezést, amiben megosztott a társadalom. A meleg elfogadása kétségkívűl ilyen kérdés. Abban, hogy mennyire természetellenes az azonos neműek közötti kapcsolat, szinte teljes a megosztottság, alig vannak többen azok, akik normálisnak gondolják a homoszexuális kapcsolatot, mint akik természetellenesnek. A Pride kapcsán még inkább elutasítóak, bár összességében kevesen vannak azok, akik egyáltalán nem engednék, hogy a meleg szabadon éljék egymással az életüket. A tanulmány korábbi részében nem utaltunk más adatokra, de azért azt fontos látni, hogy a magyar társadalomban sokat nőtt a 2000-es években a meleg iránti tolerancia. Az 1999-es *European Values Study* (EVS) adatai szerint még közel 90% mondta azt, hogy a homoszexualitás egyáltalán nem elfogadható (1–10 skálán 1-es érték), ez a 2008-as EVS szerint már „csak” mindössze 50 százalék, tehát jelentős volt az elmozdulás. Az EVS új hulláma még nem készűlt el jelen tanulmány írásakor, de a mi adataink alapján azt feltételezhetjük, hogy 2008-hoz képest jelentős pozitív eltolódás már nem tapasztalható, inkább csak kisebb változások. Ez azért is fontos, mert jelzi, hogy a megosztottság ellenére viszonylag megszilárdultak a vélemények. A téma régóta forog a közéletben, az embereknek van róla véleménye. Ez magyarázhatja azt, hogy a kísérleti kezeléseink itt vizsgált főhatásai (a teljes populációra vetített átlagos hatások) gyengék. Ha szigorúak akarunk lenni, az első három hipotézisünket el kell utasítani. Se a kutatás idejének, se a szóhasználatnak, se a témakeretezésnek nem volt jelentős hatása. Ha kevésbé vagyunk szigorúak a hipotézisek kapcsán, és a sporadikusan felbukkanó szignifikáns összefüggéseknek is jelentőséget tulajdonítunk, akkor a H3 esetében részben igazoltnak vehetjük a hipotézisünket. A liberális-globalista keretezés a Pride-ra konkrétan rákérdező függő változón kívül a másik három változó esetében is növelte az elfogadást a kontrollcsoporthoz képest. Érdekes azonban, hogy az undorra építő „negatív” keret nem csökkentette az elfogadást, legalábbis a főhatások szintjén. A konzervatív-nacionalista keret ugyanakkor a Pride után szignifikánsan negatív irányba tolt el a meleg megítélését a kontrollcsoporthoz képest, a négyből két vizsgált változónál is.

Az empirikus elemzésünk végén röviden kitértünk a médiakörnyezet esetleges hatására. A csak jobboldali médiából tájékozódók a tisztaságra és a konzervatív-nacionalista keretre is jobban rezonáltak, míg az ártalommentesség az ő esetükben „feloldóan” hatott, csökkentette az előítéleteket. Azonban az itt megfigyelt hatások is gyengék voltak.

Az alá nem támasztott hipotézisek ellenére sem gondoljuk azt, hogy a kutatásunk eredményei ne lennének tudományos szempontból relevánsak. Egyrészt a nem igazolt hipotézisek is növelik a tudásunkat egy adott témában, károsnak tartjuk azt az eredményközlési gyakorlatot, hogy csak az alátámasztott hipotézisekkel kapcsolatos eredmények látnak napvilágot. Ezen felül az eredményekből több fontos következtetést is levonhatunk.

A szóhasználat kapcsán egyre több empirikus bizonyíték van arra, hogy a politikai spin-doktorok szilárd meggyőződése ellenére a szavaknak nincs feltétlen mágikus jelentősége, az emberek össze tudnak kötni különböző fogalmakat a mögöttük lévő társadalmi reprezentációkkal. Ez még inkább igaz akkor, ha egy téma már régóta a közbeszéd tárgyát képezi. A meleg/homoszexuális szóhasználat gyakorlatilag nem változtatja meg az emberek témával kapcsolatos vélekedéseit. Itt persze nem hagyhatjuk figyelmen kívül azt, hogy az inger ebben az esetben nem a legerősebb volt. A melegekre nagyon sok súlyos, igen pejoratív jelző ismert a magyar nyelvben, a kutatásban azonban igyekeztünk a jóérzés határain belül maradni.

A kutatás időzítéséből kialakuló természetes kísérlet kapcsán előre tudtuk, hogy akkor várható jelentős hatás, ha valami történik a felvonuláson. A 2017-es felvonulás szerencsére nem járt együtt jelentősebb atrocitásokkal, a vizsgált két csatorna a „szokásos” módon számolt be az eseményekről. Az RTL Klubon a kordonmentes felvonulás bemutatása után még egy aktuális közvélemény-kutatást is idéztek az LMBTQ+ családalapítás elfogadottságával kapcsolatban. Az M1 a korábbi évekhez hasonlóan elsősorban az ellenzéki politikusok megjelenését emelte ki a Pride kapcsán.

Összességben azt mondhatjuk, hogy már nem igazán újdonság a felvonulás a magyar embereknek, egyre kisebb visszhangot kelt, így valódi inger nem érte az embereket, ami módosíthatta volna a véleményüket. Ez tükröződött vissza az adatokban is (az itt bemutatott vizsgálatunk csak a főhatásokkal foglalkozik, fontos interakciós hatások működhettek, amelyek szétfeszítették volna első tanulmányunk kereteit).

A leginkább direkt inger a négy különböző keret volt, és itt bár gyengén, de igazolódtak a hipotéziseink. Az ingerek működésére rásegíthetett az is, hogy képekkel is igyekeztünk megerősíteni azokat. A vizuális környezet nagyban befolyásolhatja, hogy milyen véleményeket alakítunk ki, akár erősebben is, mint a szöveg, ami körülötte van. Főleg hosszabb szövegeknél az online kitöltők egy része vélhetően csak felületesen átfutja a tartalmat, ami gyengítheti a kísérleti ingert. A kutatásba beépítettünk olyan kérdéseket is, amik a kitöltők figyelmességét ellenőrzik. A vártakkal ellentétben a figyelmesebb kitöltőknél nem volt erősebb a hatásmechanizmusa az ingereknek, ami arra utalhat, hogy nem az ingerekkel volt baj, hanem egyszerűen szilárdabb az emberek véleménye ebben a kérdésben, minthogy egyszerűen meg tudjuk azt változtatni (Naszályi 2017). A vélemények általánosan vett stabilitása és az emberek meggyőzhetősége amúgy is kulcskérdés ebben az esetben. Azok között, akik általában véve meggyőzhetőbbnek gondolják magukat, az ingerek jobban működtek (Naszályi 2017). Nem meglepően elsősorban az alacsonyabb végzettségű és közéleti kérdések iránt kevésbé érdeklődőbbek azok, akik meggyőzhetőnek mondják magukat. Mivel a tanulmányban használt online kutatásban ezen csoportok jellemzően jelentősen alulreprezentáltak egy személyes reprezentatív kutatáshoz képest, feltételezhetjük, hogy egy személyes lakossági mintán az ingerek erősebb átlagos hatását mértük volna.

HIVATKOZÁSOK

- Ball-Rokeach, S. J. – Power, G. J. – Guthrie, K. K. – Waring, H. R. (1990) Value-framing abortion in the United States: An application of media system dependency theory. *International Journal of Public Opinion Research*, 2(3), 249–273. <https://dx.doi.org/10.1093/ijpor/2.3.249>
- Bernáth G. – Messing V. (2012) Szélre tolvá. *Médiakutató*, 13(1), 71–84.
- Bernáth G. – Messing V. (2015) Bedarálva. *Médiakutató*, 16(4), 7–17.
- Brewer, P. R. (2003) Values, political knowledge, and public opinion about gay rights: A framing-based account. *Public Opinion Quarterly*, 67(2), 173–201. <https://dx.doi.org/10.1086/374397>
- Brewer, P. R. – Wilson, D. C. – Habegger, M. (2016) Wedding Imagery and Public Support for Gay Marriage. *Journal of Homosexuality*, 63(8), 1041–1051. <https://dx.doi.org/10.1080/00918369.2016.1150023>
- Chong, D. – Druckman, J. N. (2007) Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126. <https://dx.doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Clifford, S. – Jerit, J. (2013) How words do the work of politics: Moral foundations theory and the debate over stem cell research. *The Journal of Politics*, 75(3), 659–671. <https://dx.doi.org/10.1017/s0022381613000492>
- Clifford, S. – Jerit, J. – Rainey, C. – Motyl, M. (2015) Moral concerns and policy attitudes: Investigating the influence of elite rhetoric. *Political Communication*, 32(2), 229–248. <https://dx.doi.org/10.1080/10584609.2014.944320>
- Domke, D. – McCoy, K. – Torres, M. (1999) News media, racial perceptions, and political cognition. *Communication Research*, 26(5), 570–607. <https://dx.doi.org/10.1177/009365099026005003>
- Feinberg, M. – Willer, R. (2013) The moral roots of environmental attitudes. *Psychological Science*, 24(1), 56–62. <https://dx.doi.org/10.1177/0956797612449177>
- Flores, A. R. (2015) Examining variation in surveying attitudes on same-sex marriage: a meta-analysis. *Public Opinion Quarterly*, 79(2), 580–593. <https://dx.doi.org/10.1093/poq/nfv017>
- Gainous, J. – Rhodebeck, L. (2016) Is Same-Sex Marriage an Equality Issue? Framing Effects Among African Americans. *Journal of Black Studies*, 47(7), 682–700. <https://dx.doi.org/10.1177/0021934716642590>
- Gamson, W. A. – Modigliani, A. (1994) The changing culture of affirmative action. In Burstein P. (eds.) *Equal Employment opportunity: Labor market discrimination and public policy*. Greenwich, De Gruyter, New York, 373–394
- Géring Zs. (2014) Tartalomelemzés: a virtuális és a „valós” világ határán. Egy vállalati honlap-elemzés bemutatása. *Kultúra és Közösség*, V(1), 9–24.
- Géring Zs. (2017) Kevert szövegelemzési módszertan alkalmazása gazdasági és társadalmi jelenségek vizsgálatához. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*. XLVIII. (4) 51–62. <https://dx.doi.org/10.14267/veztud.2017.04.08>
- Graham, J. – Haidt J. – Nosek B. (2008) *The Moral Foundations Questionnaire* (short version). www.MoralFoundations.org
- Graham, J. – Nosek, B. A. – Haidt, J. – Iyer, R. – Koleva, S. – Ditto, P. H. (2011) Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(2), 366. <https://dx.doi.org/10.1037/a0021847>
- Haidt, J. – Graham, J. (2007) When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize. *Social Justice Research*, 20(1), 98. <https://dx.doi.org/10.1007/s11211-007-0034-z>
- Harwood, T. – Garry, T. (2003) An Overview of Content Analysis. *The Marketing Review*, 3(4), 479–498. <https://dx.doi.org/10.1362/146934703771910080>
- Husser, J. A. – Fernandez, K. E. (2016) Gay Marriage Tends to be More Popular than Same-Sex Marriage. *Survey Practice*, 9(4). <https://dx.doi.org/10.29115/sp-2016-0024>
- Krippendorff, K. (2004) *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. Magyarul: (1995) *A tartalomelemzés módszertanának alapjai*. Budapest: Balassi.
- Lau, H. – Yeung, G. – Stotzer, R. L. – Lau, C. Q. – Loper, K. (2017) Assessing the Tongzhi Label: Self-Identification and Public Opinion. *Journal of Homosexuality*, 64(4), 509–522. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3030703>
- Matthes, J. – Schemer, C. (2012) Diachronic framing effects in competitive opinion environments. *Political Communication*, 29(3), 319–339. <https://dx.doi.org/10.1080/10584609.2012.694985>
- McCabe, B. J. – Heerwig, J. A. (2011) Reframing the marriage debate: Wording, context, and intensity of support for marriage and civil unions. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(4), 429–449. <https://dx.doi.org/10.1093/ijpor/edr025>
- Naszályi, N. (2017) Kontextushatás vizsgálata kérdőíves kutatásban. MSc Szakdolgozat. Survey Statisztika, ELTE.
- Pizmony-Levy, O. – Ponce, A. (2013) Framing strategies and public support for the legalization of marriage between two people of the same sex. *Sociological Perspectives*, 56(2), 169–190. <https://dx.doi.org/10.1525/sop.2013.56.2.169>

- Price, V. – Nir, L. – Cappella, J. N. (2005) Framing public discussion of gay civil unions. *Public Opinion Quarterly*, 69(2), 179–212. <https://dx.doi.org/10.1093/poq/nfi014>
- Schemer, C. (2012) The influence of news media on stereotypic attitudes toward immigrants in a political campaign. *Journal of Communication*, 62(5), 739–757. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01672.x>
- Schemer, C. (2013) Media effects on racial attitudes. Evidence from a three-wave panel survey in a political campaign. *International Journal of Public Opinion Research*, 26(4), 531–542. <https://dx.doi.org/10.1093/ijpor/edt041>
- Schemer, C. – Wirth, W. – Matthes, J. (2012) Value resonance and value framing effects on voting intentions in direct-democratic campaigns. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 334–352. <https://dx.doi.org/10.1177/0002764211426329>
- Scheufele, D. (1999) Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122. <https://dx.doi.org/10.1093/joc/49.1.103>
- Scheufele, D. A. – Iyengar, S. (2012) The state of framing research: A call for new directions. In Kenski, K. – Jamieson, K. H. (eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. New York: Oxford University Press, 1–26. <https://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.001.0001>
- Shah, D. V. – Domke, D. – Wackman, D. B. (1996) “To Thine Own Self Be True” Values, Framing, and Voter Decision-Making Strategies. *Communication Research*, 23(5), 509–560. <https://dx.doi.org/10.1177/009365096023005001>
- Shen, F. – Edwards, H. H. (2005) Economic individualism, humanitarianism, and welfare reform: A value-based account of framing effects. *Journal of Communication*, 55(4), 795–809. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb03023.x>
- Slothuus, R. (2008) More Than Weighting Cognitive Importance: A Dual-Process Model of Issue Framing Effects. *Political Psychology*, 29(1), 1–28. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9221.2007.00610.x>
- Tamássy R. (2017) *Az LMBTQ társadalom médiaábrázolása Magyarországon és Írországban*. [Media representation of the LMBTQ society in Hungary and Ireland]. Masters Thesis, BME, Budapest.
- Weinberg, J. D. – Freese, J. – McElhattan, D. (2014) Comparing Data Characteristics and Results of an Online Factorial Survey between a Population-based and a Crowdsourced Sample. *Sociological Science*, 1, 292–310. <http://dx.doi.org/10.15195/v1.a19>
- Wodak, R. – Meyer, M. (2001) *Methods of critical discourse analysis*. 1st ed. London: SAGE. <http://dx.doi.org/10.4135/9780857028020>
- Zhang, L. – Min, Y. (2013) Effects of entertainment media framing on support for gay rights in China: Mechanisms of attribution and value framing. *Asian Journal of Communication*, 23(3), 248–267. <https://dx.doi.org/10.1080/01292986.2012.739187>

MELLÉKLET

Tisztaság keret

Elsőként egy aktuális eseményhez kapcsolódóan szeretnénk néhány kérdést feltenni. Kérjük, olvassa el előbb az esemény ismertetőjét!

Idén is megrendezésre kerül a Budapest Pride fesztivál, melynek fő attrakciója a meleg július 8-i, idén kordonok nélküli belvárosi parádéja. A rendezvény résztvevői ebben az évben is a leszbikus, meleg, biszexuális, transznemű, queer és más deviáns szexualitású emberek jogaiért vonulnak az utcára. A rendezők nem titkolják, hogy a felvonulás egyik célja a figyelem felkeltése. Így többek között nem lesz hiány nőnek öltözött férfiakból és csókolózó azonos nemű párokból sem. Az esemény ellenzői között van több szervezet, és a belvárosi lakosság is, különös tekintettel a felvonulás közvetlen közelében lakó családokra, akik szerint ez provokáció. A főváros VI. kerületének önkormányzati hivatalát felkereső nagycsaládos szülők a Pride más útvonalra való szervezését kérték. Szerintük az eseményen beteg, magamutogató emberek vesznek részt, akik káros hatással lehetnek a felvonulást látó gyermekek szexuális fejlődésére. A tiltakozók továbbá hozzátették: véleményük szerint a homoszexuálisok ügyének kifejezetten rosszat tesz a nyilvános parádézás, a felvonulóknak otthon kellene megünnepelniük másságukat, ahol nem zavarnák ezzel a belvárosban élő normális embereket.



Ártalommentesség keret

Elsőként egy aktuális eseményhez kapcsolódóan szeretnénk néhány kérdést feltenni. Kérjük, olvassa el előbb az esemény ismertetőjét!

Idén is megrendezésre kerül a Budapest Pride fesztivál. A leszbikus és meleg társadalom legfontosabb eseménye a július 8-i, idén végre kordonok nélküli Pride felvonulás. Bár a rendezvény résztvevőit már több szélsőséges csoport is megfenyegette (a kordonok a homofókok 2008-as támadása után kerültek fel), a szervezők a rendőrséggel együttműködve mindent úgy terveztek, hogy a felvonulóknak idén kordonok nélkül se essen bántódása. A rendezők ebben az évben is az embereket nemi orientációjuk miatt sújtó megkülönböztetésre szeretnék felhívni a figyelmet. Közleményük szerint a közösség tovább fog küzdeni azért, hogy az azonos nemű párok is büszkén vállalhassák kapcsolatukat, és családot is alapíthassanak. A Pride-hét keretein belül egyéb, a mindennapi életet megkeserítő problémákkal is foglalkoznak: jogi tanácsadást nyújtanak a munkahelyi homofóbiával, kiközösítéssel és diszkriminációval szembesülőknél, és lelkeségély szolgáltatást biztosítanak azoknak a fiataloknak, akikkel szexuális vagy nemi identitásuk miatt családjuk megszakította a kapcsolatot.

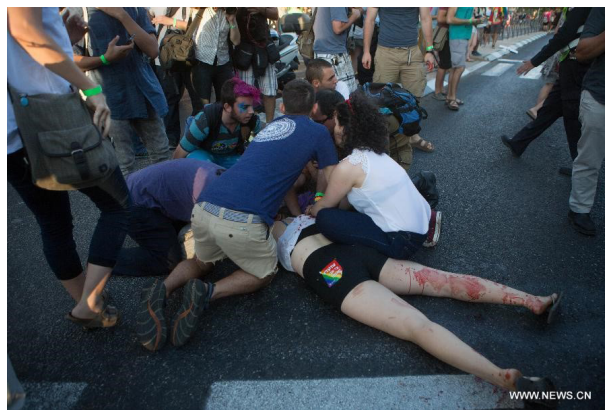


Liberális – globalista keret

Elsőként egy aktuális eseményhez kapcsolódóan szeretnénk néhány kérdést feltenni. Kérjük, olvassa el előbb az esemény ismertetőjét!

Idén is megrendezésre kerül a Budapest Pride rendezvénysorozat, melynek csúcspontja a leszbikus, meleg, biszexuális, transznemű és queer (LMBTQ) társadalom legfontosabb eseménye, a július 8-i, idén végre kordonok nélküli Pride felvonulás Budapesten.

Miközben Magyarországon a felvonulás résztvevőit továbbra is szélsőséges csoportok fenyegetik meg, és a magyar kormánypártok politikusai közül senki sem kíván részt venni a felvonuláson, Írországban és Szerbiában nyíltan meleg illetve leszbikus miniszterelnököt üdvözölhetnek az állampolgárok Leo Varadkar illetve Ana Brnabic személyében. A felvonulással az LMBTQ közösség az 1969-es Stonewall-i lázongásra emlékszik: ekkor egy New York-i melegbár közönsége megaláztatva a rendőri zaklatást ellenállásba kezdett és tüntetéseket szervezett. A több ezer résztvevő mellett világcégek és nagykövetségek is kiállnak az LMBTQ emberek jogaiért a Pride-on. A Nyitottak vagyunk kezdeményezéssel a Prezi, a Google, az Espell, az IBM és a Microsoft is képviselteti magát a felvonuláson, ahol több mint száz magyarországi vállalkozás és szervezet is jelen lesz.



Konzervatív – nacionalista keret

Elsőként egy aktuális eseményhez kapcsolódóan szeretnénk néhány kérdést feltenni. Kérjük, olvassa el előbb az esemény ismertetőjét!

Ismét megrendezésre kerül a Budapest Pride rendezvénysorozat, melynek fő eseménye a leszbikus, meleg, biszexuális, transznemű és queer identitású egyének július 8-i, idén kordonok nélküli belvárosi vonulása.

A menet résztvevőit több, a felvonulást ellenző csoport is megfenyegette, a Budapesti Rendőr-főkapitányság előzetesen felkészült a homoszexuálisok felvonulásának biztosítására. Orbán Viktor a Kossuth Rádió 180 perc című műsorában az ügy kapcsán azt mondta: ahogy a felvonulóknak, úgy az ellentüntetőknek is joguk van a szabad véleménynyilvánításhoz. Bár a nyugati országokban gyakran elfojtják a felvonulással szembenállók hangját, Magyarországon mindenkinek joga van elmondani a véleményét. A miniszterelnök nem kíván részt venni a menetben, mint mondta, ezt meghagyja azoknak a politikusoknak, akik a támogató szavazatok reményében bármire hajlandók. A menet rendezői nemrég bejelentették, hogy nem adják fel a küzdelmet, és a Soros György támogatta Társaság a Szabadságjogokért civil szervezet segítségével továbbra is azon fognak dolgozni, hogy a magyar Alaptörvényből kikerüljön a házasság intézményére vonatkozó, szerintük kirekesztő passzus.

