

Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

Kutatás

Összefoglaló tanulmány - NMHH Médiatechnikai
piacfelügyeleti és általános hatósági felügyeleti terv
(2016)

I. NMHH Műsorfigyelő- és Elemző Főosztály

II. Psyma Hungary Piac- és Közvélemény-kutató Kft.

-> NŐK MEGJELENÉSE ÉS MEGJELENÍTÉSE A
MÉDIÁBAN



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

ÁTTEKINTÉS

I. A NŐK
MÉDIAHASZNÁLATA



II. A MAGAZINMŰSOROK
NŐKÉPE

III. A MAGYAR
GYÁRTÁSÚ
SOROZATOK NŐKÉPE

IV. NEMI SZEREPEK
AZ ANIMÁCIÓS
SOROZATOKBAN

VI. BÁNTALMAZOTT NŐK
A MÉDIÁBAN

V. NEMI SZEREPEK
A REKLÁMOKBAN



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Médiatanács

Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

A nők médiahasználatára

KOR	INTERNET	TV
18-29 év	63%	22%
30-39 év	49%	30%
40-49 év	40%	41%
50-59 év	31%	50%
60+	13%	69%

A nők megelőzik a férfiakat a médiafogyasztásban.

A TV *"mindent visz"*?

Hírfogyasztás a TV-ből vagy az internetről?



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

Televízió



NŐK CSATORNAPREFERENCIÁI:

A nők 40 perccel **több időt** töltenek a TV előtt.

Tévézési idejük 2/3-át **egyedül** töltik a TV előtt.

Az egyedül tévéző nők többsége **nem egyedül** lakik.

I. TÉVÉZÉSRE SZÁNT IDŐ 2/3-A:

- két országos kereskedelmi TV
- általános szórakoztató csatornák
- közszolgálati csatornák

II. "ÚJ" CSATORNÁK:

Új struktúrájú Duna, COOL TV, Super Tv2, RTL2, ATV hírműsorok



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

Rádió



A NŐK A RÁDIÓT UTASÍTJÁK EL A LEGJOBBAN.



A NŐK 36%-A HALLGATJA MINDEN NAP.



A BUDAPESTI NŐK 42%-A NEM HALLGAT RÁDIÓT.

RÁDIÓT HALLGATÓ NŐK TÖBBSÉGE:

- 50 ÉV FELETTI NYUGDÍJAS, AKI
- NEM HASZNÁL INTERNETET ÉS
- NINC S OKOSTELEFONJA



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



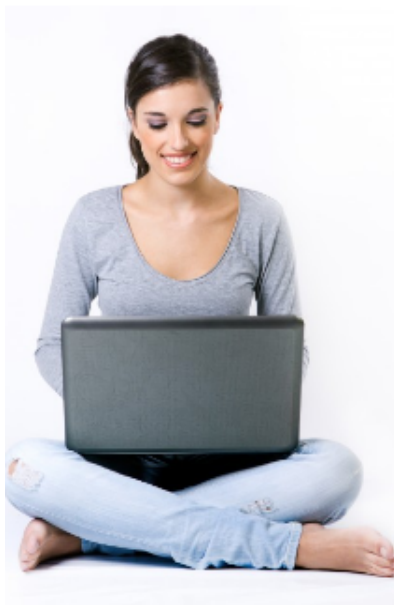
dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN



📶 A NŐK 54%-A TÁJÉKOZÓDIK NAPI SZINTEN AZ INTERNETRŐL.

📶 A NŐK 31%-A NEM HASZNÁLJA HÍRFORRÁSKÉNT A NETET.

📶 INTERNETET HASZNÁLÓ NŐK
TÖBBSÉGE: - 30-39 ÉV KÖZÖTTI,
- OKOSTELEFONNAL RENDELKEZŐ,
- DIPLOMÁS

14-29 ÉV KÖZÖTTI FIATAL NŐK:
(X, Y, Z GENERÁCIÓK)

- 51%-uk nem hallgat rádiót
- 75%-uk tájékozódik hírekről az interneten
- az internet szerepe erősödik

Internet



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

A magazinműsorok nőképe

1) HÍRMŰSOROK

🎤 A FÉRFIAK FELÜLREPREZENTÁLTAK (80-90%)
(FÉRFIAK, MINT HÍRALANYOK)

🎤 A NŐK LEGTÖBBET KERESKEDELMI
HÍRMŰSOROKBAN SZEREPELTEK (32%)
(NŐK, MINT HÍRALANYOK)

2) MAGAZINMŰSOROK MŰSORVEZETŐI

60% FÉRFI, 39% NŐ



A magazinműsorok női műsorvezetői



: EGYENLŐ ARÁNYBAN NŐ-FÉRFI



: 96%-BAN FÉRFI MŰSORVEZETŐK



: EGYENLŐ ARÁNYBAN NŐ-FÉRFI



: 39%-BAN NŐI MŰSORVEZETŐK



: 36%-BAN NŐI MŰSORVEZETŐK



: 30%-BAN NŐI MŰSORVEZETŐK

ÉLETKORI DISZKRIMINÁCIÓ NYOMAI ?

31-45 év: női-férfi műsorvezető azonos arányban

41-60 év: nők arányára harmadára csökkent
(férfiaké másfélszeresére nőtt)

Kultúrális magazinműsor:

férfi- nő műsorvezető egyenlő arányban

Sporttal foglalkozó magazinműsor:

A magazinműsorok 72%-ában a
műsorvezetők 3/4-e férfi.

Otthon, család, szabadidő témájú magazinműsor:

2/3-a férfi (kivétel pl. Tv2 - 82% nő)

Politika témájú magazinműsor: (m1, ATV,
Kossuth Rádió) Nők aránya 46-47%, vagy a
nők többségben.

Bulvár hírek prezentálása:

A két nem azonos arányban.



NMHH
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Médiatelep

Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

Nemi szerepek a magyar gyártású sorozatokban

SZOMSZÉDOK VS. BARÁTOK KÖZT

10-10 epizód feldolgozása 3 korszak mentén

NEMEK MEGJELENÉSI ARÁNYA

Szomszédok: férfiuralom

Barátok Közt:

kezdeti minimális férfi többség
-> enyhe női dominancia

KORMEGOSZTÁS

Mindkettőre igaz:

45 évesnél idősebbek között
jóval kevesebb a nő.

SZEREPLŐK PRESZTIZSE

Szomszédok: nők számára a család a legfontosabb

Barátok Közt:

A nők számára a családon
kívüli privát emberi
kapcsolatok a
presztizsnövelő tényezők.

TRADICIONÁLIS ÉRTÉKEK

Mindkettőre igaz:

Nőknek fontosabb a
gyerekvállalás, mint a
fériaoknak. Fontosak a
tradicionális nemi szerepek.



A Barátok Köztben definiált női karakterek

Modern, munkájában sikeres,
magánéletében sikertelen nők:

1. "Számító"

2. "Csalódott, megtört nő"

Tradicionálisabb értékrendet követő nők:

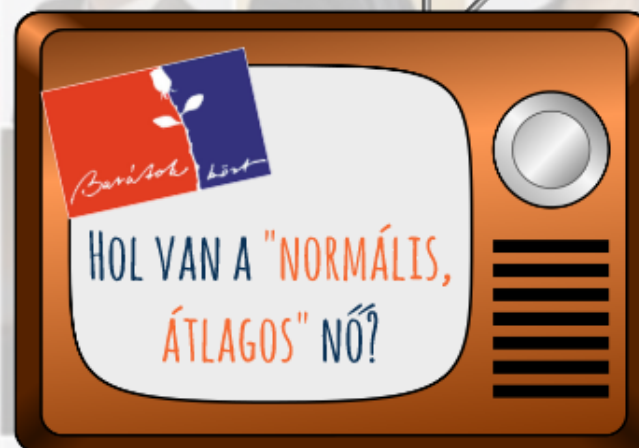
3. "Szerepükkel megelégedett
háziasszony"

4. "Felfelé törekvő háziasszony"

Fiatalkorú karakterek:

5. "A céltudatos Tini"

6. "A sodródó tini"



TRADICIONÁLIS
FÉRFI HEGEMÓNIA

TÁRSADALMI REALITÁSOKAT
TÜKRÖZŐ NŐI KÉP



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Médiatanács

Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

Nemi szerepek az animációs sorozatokban



4-12 ÉVESEK KÖRÉBEN PREFERÁLT 5 CSATORNA 3-3 LEGNÉZETTEBB NYÁRI MŰSORSZÁMA

Disney Channel	Penn Zero (I./8.)	Rejtélyek városkája (I./6.)	Miraculous (I./5.)
Nickelodeon	Avatar-Aang legendája (I./20.)	Sanjay és Craig (III./7.)	Spongypob (IX./1.)
Minimax	Zorro (I./8.)	Barbie és a bűvös pegazus	Mike a kislovag (II./92.)
Cartoon Network	Parkműsor (III./13.)	Nagyfater bátyó (I./35.)	Kalandra fel (V./33.)
M2	Tesz-Vesz Város (I./10.)	Eperke legújabb kalandjai (III./10.)	



Nemi szerepek a gyermekműsorokban



NEMI REPREZENTÁCIÓ:

SZEREPLŐK 68%-A FÉRFI, 32%-A NŐ

KARAKTEREK DOMINÁNCIÁJA:

HAGYOMÁNYOS SZEREPVÁLLALÁSOK,
SZTEREOTÍPIÁK

KARAKTEREK JELLEMZŐI:

- VONZÓ, DIVATOS NŐK
- A FÉRFIAK 60%-A ÁTLAGOS MEGJELENÉSŰ
- A HUMOR INKÁBB A FÉRFIAKAT JELLEMZI

ERŐSZAK:

- NŐKNÉL ESETLEG VERBÁLIS ERŐSZAK
- AZ AGRESSZÍV SZEGMENSEK 90%-A FÉRFIHOZ KÖTHETŐ



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Médiatanács

Nemi szerepek a reklámokban

NEMI SZEREPEK REPREZENTÁCIÓJA A REKLÁMOKBAN AZ ELMÚLT 15 ÉVBEN:
AZ ELEMZÉS HÁROM IDŐSZAKOT ÖLELT FEL (2001, 2009, 2016)

KORMEGOSZLÁS:

- a fiatalabb korosztály a preferált
- 26 év felettiek: elsősorban férfiak

TESTKÉP

- férfiak 21,7%
hangsúlyosan férfias
- nők több mint 50%-a
hangsúlyosan nőies

CÉLKÖZÖNSÉG: A NŐK

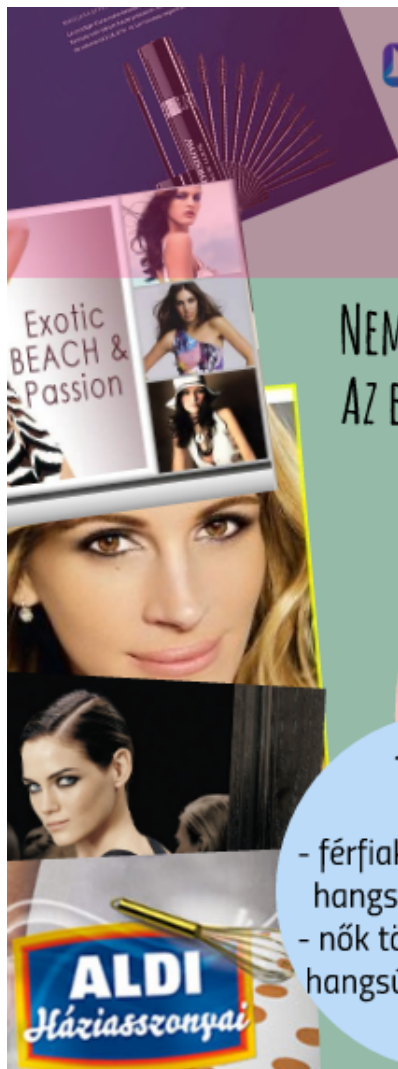
KONTEXTUS:

- munka világa: férfiak
- otthoni, privát környezet: nők

3 REKLÁMTÍPUS:

- Jól szituált családanya
- supermodell
- szexista reklámok
meztelen hölgye

REKLÁM - SZTEREOTIPIKUS ÁBRÁZOLÁS?



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN

Bántalmazott nő a médiában

FELDOLGOZOTT ÜGY: ELTE FONYÓDLIGETI GÓLYATÁBOR (2014 NYÁR)

CLASS FM
- MORNING SHOW

MAGAZINMŰSOROK:

- közzolgálati magazinműsorok (**áldozat** szempontjai)
- M1 Este c. műsor
- áldozathibáztatás érintése

HÍRADÓK:

- szinte kizárólag az **elkövető** személyére és az ELTE HÖK felelősségére fókuszált
- Tv2, RTL: előkerültek az **áldozat**nak nyújtandó segítség szempontjai is, gyakran hatásvadász módon tartották napirenden az ügyet.



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!



Media Hungary
2017. május 9.
Siófok



dr. Vass Ágnes
Médiatanács-tag

A nők médiaképe



FORRÁS: WWW.MEDIATANACS.HU

TANULMÁNY: NŐI SZEREPEK MEGJELENÍTÉSÉNEK MÓDJAI A MAGYAR RÁDIÓK ÉS TELEVÍZIÓK PROGRAMJAIBAN