

A MELEG FÉRFIAK MINDENNAPJAI MAGYARORSZÁGON

BAKÓ FERENC¹ – EISINGERNÉ BALASSA BOGLÁRKA²

Összefoglalás

E tanulmány az LMBT (leszbikus, meleg, biszexuális és transznemű) közösség, azon belül főként a meleg férfiak életének nehézségeit, a társadalom általi megítélését vizsgálja. A tanulmány első része a homoszexualitás egyes országokban való megítélését, médiában való megjelenítését tárgyalja, majd a magyarországi eredményeket összegzi. A második szakasz egy komplex, primer kutatás témához kapcsolódó eredményeit foglalja össze.

Kulcsszavak

életstílus, homoszexualitás, LMBT, média, társadalom

Summary

This study examines the LGBT (lesbian, gay, bisexual and transgender) communities, especially the difficulties of gay men in society. The first part of the study discusses the discrimination of homosexuality in given countries, their presentation in media and then it summarizes researched data from Hungary. The second part of this work is a complex, primary research, summarizing the results from the given topic.

Keywords

homosexuality, LGBT, lifestyle, media, society

¹ Egyetemi hallgató, Széchenyi István Egyetem; E-mail: bakoferenc@hotmail.com

² Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Tudományos titkár; egyetemi adjunktus; Széchenyi István Egyetem; E-mail: eisingerne@sze.hu

Bevezetés

Minden embert megillet az egyenlő bánásmód! Ezt olvashatjuk Magyarország Alaptörvényében, mely erről az alábbiak szerint rendelkezik:

„A törvény előtt mindenki egyenlő. Minden ember jogképes. Magyarország az alapvető jogokat mindenkinek bármely megkülönböztetés, nevezetesen faj, szín, nem, fogyatékoság, nyelv, vallás, politikai vagy más vélemény, nemzeti vagy társadalmi származás, vagyoni, születési vagy egyéb helyzet szerinti különbségtétel nélkül biztosítja. A nők és a férfiak egyenjogúak. Magyarország az esélyegyenlőség és a társadalmi felzárkózás megvalósulását külön intézkedésekkel segíti.” (Magyarország Alaptörvénye, XV. cikk)

A felsorolás nyílt végű, tehát ide értendő, hogy tilos a szexuális irányultságból eredő megkülönböztetés is. A nyugati országokban egyre gyakrabban látjuk, hogy a nemzetközi nagyvállalatok, a kisebb helyi vállalatok és egyéb szervezetek is kiállnak az LGBT³ személyek elfogadásáért és jogaiért.

Kutatásom célcsoportját kizárólag a *magyarországi meleg férfiak* alkotják, hiszen egy kutatáson belül részletesen vizsgálni a teljes LGBT közösséget nem lenne célravezető, mivel ez egy rendkívül komplex kérdőívet és ennek folytán egy nagyon terjedelmes tanulmányt eredményezne. Mindezek ellenére gyakran lesz szó a teljes LGBT közösségről, hiszen az egyes problémák, tématerületek és kérdések a teljes sokaságra vonatkoztak.

Homoszexualitás Magyarországon és a világban

A homoszexualitás, mint jelenség már ősidők óta jelen volt minden kultúrában, azonban eltérő kifejezésekkel illették azt. Ennek számos bizonyítékát találhatjuk a világirodalomban. A homoszexualitást, mint kifejezést, az 1970-es évek végéig az azonos nemű személyek közötti vonzalom kifejezésére úgy használták, mintha egy betegséget neveztek volna meg, ennek okán a kifejezésben a mai napig érezhető valamiféle negatív töltet. Magyarországon sokáig a *bűn*, a *betegség* és a *deviancia* szavakkal hozták összefüggésbe e jelenséget, azonban napjainkban már lassú, ám pozitív irányú változás figyelhető meg, mely az elfogadás irányába tart (Takács 2004).

Hazánkban mindezek mellett a lakosság erősen *heteronormatív* állásfoglalása is befolyásolja a meleg férfiak helyét a társadalomban. A *heteronormatív imperializmus* tulajdonképpen azt jelenti, hogy az LGBT személyeket a mindennapi életvitelük során folyamatos elnyomás sújtja (Habarth 2008) és (Takács et al. 2008). A heteronormativitás alapja, hogy a társadalom csupán a két ellentétes nem közötti vonzalmat tartja elfogadhatónak (Schilt 2009). Kitzinger (2005) szerint a heteronormativitás a társadalom önmaga által létrehozott és állandósult álláspontja. Kelleher (2009) kutatásában arra hívja fel a figyelmet, hogy minél erősebb az LGBT személy önmagával szembeni heteronormatív elvárása, annál nagyobb valószínűséggel alakul ki az illetőnél valamilyen pszichés szorongás és stressz, valamint az ezekből következő egyéb betegség. Scourfield et al. (2008) annak fontosságára hívja fel a figyelmet, hogy a társadalomnak minél gyorsabban el kellene fogadnia az LGBT embereket, hiszen az ő folyamatos elnyomásuk, megkülönböztetésük különböző testi és lelki betegségek kialakulásának kockázatát növelik ezeknél a személyeknél, mindezek pedig valójában az indokolatlan és felesleges okok kiváltotta szorongás eredményei. A homofóbia és a heteronormativitás okait részletesen jellemzik az alábbi szerzők: Adam (1998), Fyfe (1983), Herek (1984) és (2004), valamint Logan (1996). A homoszexuálisokat érő pszichológiai és társadalmi nehézségeket pedig Meyer (1995) tárgyalja bővebben. A

³ Az LGBT betűszó feloldása: leszbikus, meleg, biszexuális és transznemű. Néhány esetben már kiegészítik e betűszót a Q – queer, az I – interszexuális és az A – aszexuális kifejezésekkel.

társadalom heteronormatív szemléletmódjának megváltoztatásában fontos szerepe van az ún. „coming out”-nak, hiszen az emberek csak akkor tudják elfogadni az LMBT embertársaikat és az ő nemi identitásukat, ha tapasztalják, hogy ez nem egy deviáns viselkedésforma, hanem az ember „vele született” tulajdonsága, mely független az egyén akaratától, tehát nem egy választott életforma.

2015-ben a Planet Romeo internetes oldal egy széleskörű kutatást végzett, melyben többek közt azt szerették volna felmérni, hogy az LMBT társadalom tagjai mennyire boldogok a saját országukban. A kutatás a „Gay Happiness Monitor” nevet kapta, a kutatási eredmények pedig bárki számára elérhetőek. A kutatásban 127 országból összesen 115 552 személy vett részt, majd az adattisztítást követően egy 115 014 válaszadásból álló mintát vizsgáltak meg. A kérdések az alábbi témaköröket érintették: étellel való elégedettség, párkapcsolatok, önfogadás, diszkrimináció, visszaélés és megfélemlítés valamint a társadalmi változások. A Magyarországra vonatkozó eredményeket a teljesség igénye nélkül a következő táblázat tartalmazza.

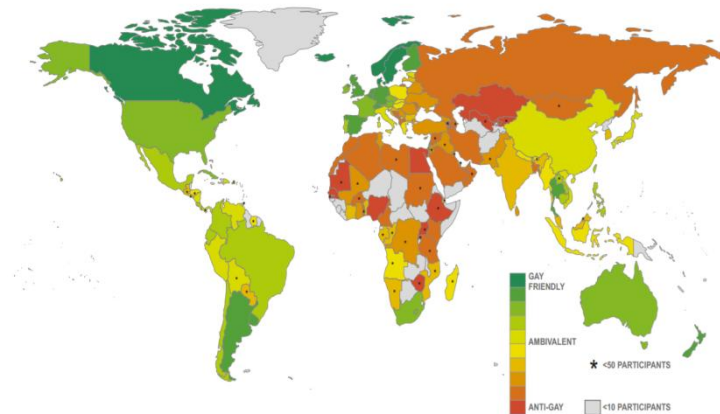
1. táblázat: A magyarországi megkérdezettek válaszainak százalékos megoszlása

	NT/NV	Teljes elutasítás	2	3	4	5	6	Teljes elfogadás
Az ország kormánya, törvényi és jogi rendelkezései	4	16	22	25	23	7	2	2
A társadalom általános viszonyulása	1	11	24	33	20	9	2	1
Munkahely, iskola, egyetem	5	10	13	19	19	13	14	8
Megjelenés egy nyilvános eseményen egy nyíltan meleg személytársaságában	0	26	14	11	11	10	10	18
Azonos nemű partner kezét fogva megjelenni egy nyilvános eseményen	1	53	17	9	8	6	3	4
Azonos nemű partner szájon csókolása nyilvános helyen	1	58	15	8	6	5	3	5
Azonos nemű személy felé közeledés intim - randevú vagy szexuális - szándékkal	0	32	19	13	13	9	6	7

Forrás: planetromeo.com 2015 (részben saját szerkesztés)

Az eredmények alapján a kutatók minden egyes országra kiszámítottak egy indexet (Gay Happiness Index – GHI), mely azt értékelte, hogy az LMBT személyek mennyire érzik magukat boldognak, elfogadottnak az adott országban. (planetromeo.com 2015) Magyarország a 127-es listán a 49. helyet foglalja el. Tulajdonképpen Lengyelország, Szlovákia és Magyarország egyfajta határvonalat képez a térképen az elfogadóbb és az elutasítóbb országok között, azonban a konkrét értékeket tekintve a mérleg az elutasító országok felé billen. A teljes térképet a következő ábra szemlélteti.

1. ábra: A magyarországi megkérdezettek válaszainak százalékos megoszlása



Forrás: planetromeo.com 2015

A homoszexuális személyek életvitele Magyarországon

Az LMBT közösség tagjai számára életük során az egyik legnagyobb kihívást az jelenti, amikor fel kell vállalniuk irányultságukat szűkebb vagy épp tágabb környezetük előtt. Ezt nevezik „coming out”-nak, magyarul *előbújásnak*. Már a megnevezés is utal arra a rejtőzködő életmódra, melyet legtöbbször folytat. Amikor azonban családjuk tudomást szerez a gyermek másságáról, a rejtőzködés dilemmája átszáll családtagjaikra, tehát azzal a problémával szembesülnek, melyet az adott személy abban a pillanatban saját életére nézve megoldott (Kuhar 2007). Az LMBT személyek számára tehát az egyik leglényegesebb kérdés, hogy kit, mikor és milyen részletességgel avassanak be e titokba. A magyar viszonyokat tekintve azt látjuk, hogy a férfiak az édesanyjuk, míg a nők az édesapjuk előtt vállalják könnyebben identitásukat. A családon belül a testvérek is megértőek. A tágabb családi környezet azonban esetenként már nem ennyire elfogadó, ezt igazolja az is, hogy egy e témát feldolgozó kutatás résztvevőinek csupán 15%-a vallotta, hogy ő tágabb környezetét is beavatja e titokba. A *leggyakoribb negatív tapasztalatuk* az, hogy a családtagok egyáltalán nem beszéltek a témáról, elhidegültek egymástól, esetleg nem vettek tudomást a meleg családtag partneréről. Az előbújás a fővárosi LMBT személyek körében a leggyakoribb, vidéken pedig a legritkább. Sokan baráti társaságukat is beavatják titkaikba, velük beszélnek meg a „kényesebb” témákat is. Sok esetben a baráti kör beavatása megelőzi a közvetlen családtagok felvilágosítását. A meleg férfiak és leszbikus nők elmondása szerint, saját baráti társaságuk legtöbb tagja heteroszexuális személy, csupán elvétve akad köztük egy-egy LMBT egyén (Takács 2011). Mindemelllett azonban az is gyakran előfordul, hogy az adott személy egy életen át titkolja irányultságát mások előtt, hiszen a titkolózás egyfajta önvédelmi stratégia, amely megóvhatja az egyént a stigmatizáltság megtapasztalásától (Tóth et al. 2017). Arról, hogy a homoszexuális személyek környezetük egyes tagjai előtt mekkora valószínűséggel vállalják szexuális irányultságukat, a következő táblázat ad információt.

2. táblázat: Mennyire nyíltan vállalja szexuális irányultságát és/vagy nemi identitását az alábbi emberek felé? (%)

	Teljesen vállalom	Részben vállalom	Nem vállalom
Anya	46	12	42
Apa	31	11	58
Testvérek	43	15	42
Más családtagok	15	25	60
Barátok	44	41	15
Háziorvos	16	10	75
Munkatársak	17	32	52
Iskolatársak	17	36	47

Forrás: Takács (2011) alapján saját szerkesztés

Az előbújás csak az utóbbi néhány évben sokszorozódott meg, talán ez is mutatja, hogy Magyarországon a társadalom egyre inkább az elfogadás irányába halad. A rejtőzködő életmód és a tagadás a *sztereotípiák és előítéletek táptalaja*, ezért is fontos, hogy az LGBT személyek felvállalják magukat mások előtt. A kutatások azt bizonyítják, hogy azok az emberek, akik közvetlen közelében élnek LGBT személyek, általában lényegesen elfogadóbbak a *szexuális kisebbségekkel* szemben (Béres-Deák 2015). Gregor-Rédai (2015) felmérték, hogy Magyarországon a 15-29 éves fiatalok közel kétharmada nem tekinti az *azonos nemű párok együttélését* családnak. Dusa (2015) egyetemisták körében végzett kutatást, melynek eredményeként megállapította, hogy a fiatalok homoszexualitásról alkotott képe egyáltalán nem szilárd meggyőződéseken alapul és ennek folytán nem is tekinthető határozott véleménynek. Számos, a kutatásban résztvevő alany ellentmondásosan fogalmazta meg véleményét a témáról. Először elutasították, majd később az elfogadás mellett érveltek. Az azonos nemű párok gyermekvállalását pedig még nagyobb viták övezik. Számos pszichológus és szociológus állítja, hogy a gyermeknek *szüksége van mindkét nem példamutatására, közelségére* ahhoz, hogy a megfelelő modelltanulás lehetősége adott legyen. Mások szerint azonban ennek alátámasztásához olyan kutatásokra lenne szükség, melyek azt vizsgálják, hogy van-e alapja annak a feltevésnek miszerint a nagyszülők, tanárok/tanárnők, stb. nem biztosítanak a gyermek számára megfelelő *szerepmodell(eket)* (Kórász 2015). Egy kutatás szerint Amerikában a leggyakoribb probléma ezzel szemben az, hogy az apát csupán másodlagos szülőnek tekintik, az elsődleges szinte minden esetben az anya (Lev 2006); (Mallon 2004) és (Malkon 2000). Más tanulmányok azonban arra hívják fel a figyelmet, hogy az amerikai meleg párok mindezek ellenére számos esetben szeretnének gyermeket vállalni (Bryant, Demian 1994) és (Sbordone 1993). Azok a meleg férfiak, akik gyermeket nevelnek, hasonló apai gondolkodásmóddal rendelkeznek, mint a heteroszexuális apák. Mindemellett azonban, mivel két homoszexuális férfi nem képes „önmaguk reprodukálására”, a meleg apák sajátos módon fejezik ki saját szülői „identitásukat” (Berkowitz, Marsiglio 2007).

LGBT személyek a médiában

Közvetlen és tágabb környezetünk mindennapi történéseit, a társadalmon belüli viszonyokat és tapasztalatokat a tömegkommunikációs eszközök közvetítik számunkra. A közvetítés két típusa ismeretes: *semleges* közvetítés, amikor a média célja csupán a tájékoztatás, valamint

célirányos válogatás – és ez a gyakoribb –, amikor a média tulajdonképpen ellenőrzése alá vonja a társadalmi vélemények formálását (Gálik-Urbán 2014)

A CoEP 2011-ben készített tanulmányában, melyben az LGBT személyek médiában való megjelenítését vizsgálta, az alábbi öt főbb csoportot határozta meg:

- *sztereotipizálás (stereotyping)* – a meleg férfiakat nőies (feminin), a leszbikus nőket pedig férfias (maszkulin) szerepben tüntetik fel;
- *medikalizáció (medicalisation)* – a homoszexualitást az orvosi és pszichiátriai esetek közé sorolják és keresik ennek okait;
- *szexualizáció (sexualisation)* – a homoszexualitást csupán a szexuális vágyak kielégítésének szintjére redukálják, kizárva a magasabb rendű érzelmek (például szerelem) létezésének valóságosságát;
- *titoktartás (secrecy)* – a homoszexualitás szégyellnivalóként jelenik meg, melyet minden áron el kell titkolni a társadalom tagjai előtt;
- *normalizáció (normalisation)* – a homoszexuális személyek a heteroszexuális emberekkel egyenértékűként jelenik meg (Council of Europe Publishing 2011).

Az utóbbi néhány évben egyre gyakrabban jelennek meg közismert személyek a médiában, akik nyíltan vállalják szexuális orientációjukat, ezzel is hozzájárulva az LGBT személyekről kialakult sztereotípiák eloszlatásához. Magyarországon erre példa Alföldi Róbert, aki az egyik interjúja során az alábbiakat nyilatkozta: *Azért, mert az életben történnek bizonyos dolgok, azért, mert az ember tapasztal maga körül agressziót, támadást, igazságtalanságot, nem szabad a látszat, a sztereotípiák alapján dönteni. Figyelnünk kell rá, hogy az emberekre nézve azt lássuk, aki, és ne azt, ami!*⁴ „Azt gondolom, hogy sem a család, sem az összetartozás, sem az egymás iránti figyelem, sem a szeretet (...) nem függ a nemi összetételtől. Ez egy emberi lénynek az emberségétől függ.”⁵

Kutatási minta és reprezentativitás

Kutatásomban arra kerestem a választ, vajon a szekunder információk, melyeket az előbbiekben tárgyaltam, alátámasztják-e a primer kutatás eredményei avagy sem. Elsőként több mélyinterjú megkérdezést hajtottam végre, melyek segítettek a kvantitatív kutatási kérdések megalkotásában, valamint az eredmények könnyebb értelmezhetőségében. A megkérdezés online kérdőíves formában történt, mivel a vizsgált célcsoport e módon volt a leggyorsabban elérhető. A kérdőívet több nagyobb szervezethez is eljuttattam, melyek az alábbiak: Planet Romeo Magyarország, HuMen Magazin, Háttér Társaság, Gay Point. A kérdőív négy főbb tématerületet érintett, e tanulmányban a negyedik szakasz eredményeit mutatom be, melyek az alábbi témaköröket érintették: az azonos nemű párokat érintő reklámok, médiában való megjelenítésük Magyarországon, majd végül a mindennapi életvitelt érintő kérdések kerültek megfogalmazásra.

A kérdőívre összesen 420 válaszadás érkezett, melyből 328 fő került a mintába. A válaszadók közül a 21 és 50 év közötti meleg férfiak válaszait dolgoztam fel. A minta semmilyen szempontból nem reprezentatív, ugyanis az általam nyert *mintán belüli megoszlások bizonyos ismérvek esetén szinte teljesen azonosak* Takács Judit könyvében

⁴ Az interjú az alábbi weboldalon teljes terjedelmében megtekinthető:

<https://www.youtube.com/watch?v=2t8xVSLCuqs> és https://www.youtube.com/watch?v=4YsqWEh_ayc

⁵ és https://www.youtube.com/watch?v=4YsqWEh_ayc

található kutatások eredményeivel (iskolai végzettség, életkor, lakhely). Korábbi kutatásokból azt is biztosan tudjuk, hogy az LGBT társadalom tagjai között lényegesen nagyobb arányban vannak a magasabb iskolai végzettségű egyének, mint a teljes magyar lakosság körében. Ebből adódóan nem látom értelmét az LGBT személyekből álló mintát bármilyen szempontból reprezentatívvá tenni a teljes magyar lakosság tükrében. Mivel saját kutatási eredményeim és Takács Judit könyvében szereplő kutatások eredményei csaknem azonosak, ezért azt állíthatjuk, hogy *a mintából nyert adatok nagy valószínűséggel a meleg férfiak populációjának sajátosságait tükrözik* (Takács 2011).

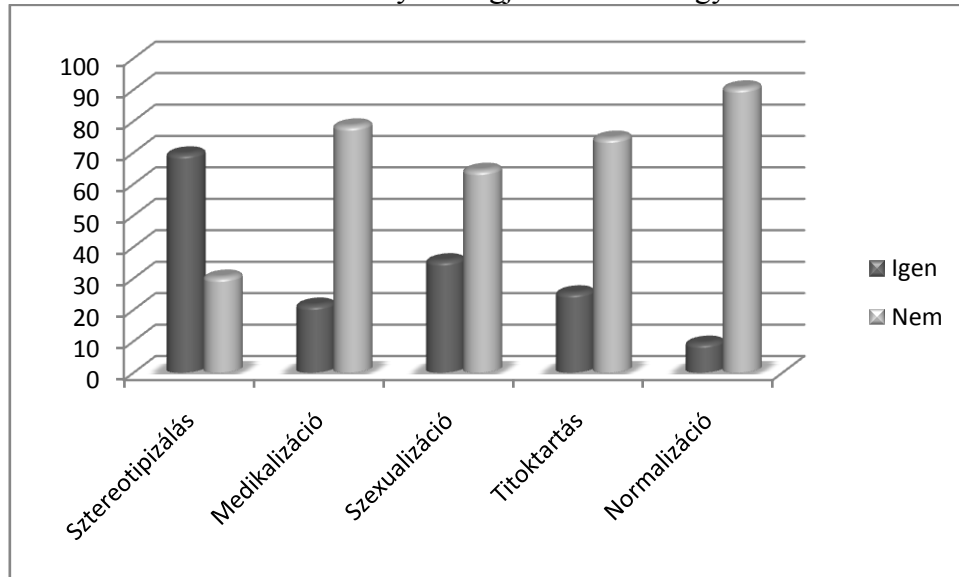
Kutatási eredmények

A *mélyinterjú* során a megkérdezettek a leginkább azt hangsúlyozták, hogy az „átlagos” meleg férfiak szinte semmiben sem különböznek a heteroszexuális férfiaktól, a szexuális irányultságukat kivéve. Kiemelték, hogy az egyik legnagyobb sztereotípiát, amely az emberekben él a meleg férfiakról, hogy erősen feminin vonásokkal rendelkeznek, pedig ez az elképzelés egyáltalán nem helytálló. Ezzel együtt a megkérdezett személyek azt is állították, hogy e problémának a gyökere abból ered, hogy bár az emberek lényegesen több „átlagos” meleg férfival találkoznak, erről mit sem tudnak, hiszen róluk nem is sejtik, hogy valójában melegek. Fogalmuk sincs arról, ami a valóság, hogy a meleg férfiak pontosan ugyanúgy néznek ki, ugyanúgy viselkednek, ugyanúgy tanulnak, dolgoznak, számlákat fizetnek, mint a heteroszexuális férfiak. Tehát, mivel az emberek csak a kirívó eseteket látják, ezt *általánosítják* minden meleg férfira, és ez a legnagyobb probléma. Ami a *médiát* illeti, a szelektív megjelenítésre példaként a Budapest Pride-ot említették, ahol a média szintén csak az E”első sort”, a kirívó eseteket mutatja be, ezzel is erősítve a már kialakult sztereotípiákat.

A *kvantitatív kutatás* során a válaszadóknak egy videót kellett megtekinteniük, melyet a McDonald’s készített. A reklámfilmben egy fiatalember a McCafé-s papírpohár segítségével mondja el édesapjának, hogy a férfiakhoz vonzódik. A reklámfilm semmilyen kompromittáló jelenetet nem tartalmaz, teljesen átlagos reklámfilmnek tekinthető. A reklámfilmhez kapcsolódó kérdésekkel arra kerestem a választ, hogy a meleg férfiak szerint milyen fogadtatásban részesülne ez a reklám hazánkban. A megkérdezettek 56,6%-a szerint egész biztos, hogy negatív fogadtatásban részesülne, 22,4% szerint nem váltana ki különösebb reakciót, 14,9% szerint pozitívan fogadnák, 6,1% pedig nem tudta megítélni. A következő kérdés szintén a reklámfilmhez kapcsolódott, még hozzá, hogy a válaszadók elképzelhetőnek tartják-e, hogy ehhez hasonló reklámfilmek a közeljövőben Magyarországon is megjelenjenek. 53,3% nem tartja valószínűnek az effajta reklámok megjelenését, 43,1% azonban igen. E kérdésnél a válaszmegtagadás 3,6% volt.

Az előző fejezetben már felsorakoztattam a CoEP (2011) által meghatározott öt kategóriát, melyekben az LGBT személyek médiában való megjelenítését csoportosították. A megkérdezés során arra kértem a válaszadókat, hogy jelöljék, véleményük szerint Magyarországon mely megjelenítési forma jellemző és melyik nem. A válaszokat a második ábra szemlélteti.

2. ábra: LGBT személyek megjelenítése a magyar médiában



Forrás: saját szerkesztés

Látható, hogy a válaszadók többsége úgy véli, Magyarországon leginkább a sztereotipizálás a jellemző és az LGBT emberek médiában való szerepeltetése legkevésbé sem segíti az elfogadást.

A kérdőív utolsó kérdéscsoportja különböző állításokat tartalmazott, melyek az azonos nemű párok társadalmon belüli elfogadásával voltak kapcsolatosak, illetve néhány kérdés más országokra és a vállalatok szerepvállalására vonatkozott. Az állításokat egy négyfokozatú skálán értékelték, melynek két végpontja a következő: 1 – egyáltalán nem értek egyet; 4 – teljes mértékben egyetértek, illetve X – nem tudom, nem válaszolok. A válaszok értékelése alapján elmondható, hogy *a magyarországi meleg férfiak véleménye saját helyzetükről leginkább negatív töltetű.* A megkérdezettek leginkább abban értettek egyet, hogy a nyugati országokban sokkal elfogadóbbak az emberek az LGBT személyekkel szemben, mint hazánkban. Ami a vállalatok szerepvállalását illeti, szintén nagy volt az egyetértés a tekintetben, hogy a nyugati országokban a globális nagyvállalatok reklámjaikban gyakran jelenítenek meg azonos nemű párokat, azonban Magyarországon ezt a mai napi erkölcsileg károsnak ítélik. A megkérdezettek szerint Magyarországon az emberekben rendkívül erős sztereotípiák élnek az azonos nemű párokról, ezért a magyar KKV szektor még sokáig nem fog állást foglalni a témában, hiszen attól félnek, ha nyíltan kiállnának az LGBT személyek mellett, akkor sok, főként heteronormatív ügyfelük, vásárlójuk elpártolna tőlük. Azonban a többség szerint a nemzetközi nagyvállalatok már olyan erős piaci pozícióval rendelkeznek, hogy ők bátran tehetnének nagyobb lépéseket is a közösség elfogadásáért. A legtöbben azonban nem tartják elképzelhetőnek, hogy a közeljövőben a témát érintő reklámfilmek jelennek majd meg Magyarországon. A válaszadók abban is egyetértettek, hogy hazánkban „nehéz melegnek lenni”, kevésbé értettek azonban egyet azzal a kijelentéssel, hogy Magyarországon a társadalom egyre elfogadóbbá válik az LGBT közösséggel szemben. A *válaszok átlagértékeit és standard szórását* a 3. táblázat foglalja össze.

3. táblázat: Az egyes állításokra adott válaszok átlagértékei és szórása

	Mean	Std. Deviation
A nyugati országokban sokkal elfogadóbbak az azonos nemű párokkal kapcsolatban.	3,73	,565
Magyarországon nagyon erős sztereotípiák él az LMBT személyekről.	3,48	,680
Világszerte a legnagyobb cégek hirdetéseiben jelennek meg azonos nemű párok, Magyarországon azonban a mai napig erkölcsileg károsnak ítélik az ilyen reklámot.	3,44	,679
Magyarországon azért nem készülnek LMBT embereket is megjelenítő reklámok, mert a vállalatok attól tartanak, hogy elveszítenék vásárlóikat.	3,26	,873
Magyarországon pozitívan befolyásolná az emberek LMBT személyekkel kapcsolatos attitűdjét, ha a magyar vállalatok is készítenének olyan reklámokat, melyek LMBT személyeket is megjelenítenek.	3,18	,838
Magyarországon nehéz a meleg élete.	3,10	,838
Magyarországon is egyre elfogadóbban az emberek az LMBT emberekkel kapcsolatban.	2,56	,870

Forrás: saját szerkesztés

Összefoglalás és javaslat

A meleg férfiakat vizsgáló kutatás két részből állt, egy feltáró és egy leíró kutatási részből. A kvalitatív eljárás egyrészt a tématerület mélyebb megértését, másrészt a kvantitatív eredmények pontosabb értelmezését tette lehetővé. A kutatás fő célja az volt, hogy rávilágítson az LMBT társadalom egy részének, a *meleg férfiak* mindennapi életét érintő problémákra és nehézségekre, azonban az eredmények adaptálhatók a teljes LMBT társadalomra, hiszen például a meleg férfiakat érő nehézségek – megbélyegzés, sztereotípiák – a leszbikus nőket épp így sújtják.

Ami a vizsgált célcsoport mindennapi életét illeti, a megkérdezett személyek válaszai kifejezetten negatív töltetűek voltak. Véleményük szerint a nyugati országokban élők lényegesen elfogadóbbak az LMBT társadalommal szemben. Magyarországon az emberekben erős sztereotípiák élnek a nem heteroszexuális személyekről, melyeket a megkérdezettek szerint leginkább a nagyvállalatok reklámjai a nemzetközi cégek hirdetéseiben megjelenített LMBT személyek tudnának eloszlatni. A magyar KKV szektortól ugyanakkor ezt nem várják el, hiszen tudják, a kisebb vállalatokat fenyegeti az a veszély, hogy az erősen heteronormatív ügyfeleik, vásárlóik esetleg elpártolhatnak tőlük, és ez akár a csőd szélére is sodorhatja a vállalatokat. Az effajta reklámokra azonban valószínűleg még sokat kell várni hazánkban, hiszen az ilyen reklámokat Magyarországon jelenleg erkölcsileg károsnak ítélik meg.

Az LMBT személyek, főleg a meleg férfiak megjelenítése a megkérdezettek szerint rendkívül sztereotipizáló, hiszen a legtöbbször erős feminin vonásokkal jelenítik meg őket, ami a valósággal egyáltalán nem egyeztethető össze. Ezzel szemben a normalizáció egyáltalán nincs jelen, tehát nincs olyan reklámfilm vagy egyéb jelenet a médiában, amely ellensúlyozná e félrevezető információkat.

A tématerület *további kutatásokat* érdemelne annak érdekében, hogy egyrészt felmérjük a magyar lakosság nem heteroszexuális személyekről alkotott véleményét, elképzeléseiket, másrészt, hogy javaslatokat tehesünk a nem helytálló vélemények és negatív attitűdök formálására. Ez megoldást jelentene talán az identitásuk miatt munkanélkülivé váló emberek problémájára is. Érdemes lenne továbbá a leszbikus nők megítélését is vizsgálni a magyar lakosság körében, melyről feltételezhető, hogy a férfiak ezzel szemben lényegesen elfogadóbbak, annak ellenére, hogy éppúgy homoszexualitásról beszélünk, mint a meleg férfiak körében. Mindezek ellenére, bízom benne, hogy kutatásom hozzájárul a magyarországi LMBT társadalom tagjainak jobb megértéséhez és elfogadásához.

Felhasznált irodalom

- Adam B. (1998): Theorizing homophobia, *Sexualities*, Vol 1, Issue 4, pp. 387 - 404.
- Berkowitz D. (2007): Gay Men - Negotiating Procreative, Father, and Family Identities, *Journal of marriage and family* 69, pp. 366–381
- Bryant A. ,Demian A. (1994): Relationship characteristics of American gay and lesbian couples, Findings from a national survey, *Social services for gay and lesbian couples*, *Journal of Gay & Lesbian Social Services* Vol. 1 , Iss. 2
- Dusa Á. (2010): (Meleg)büszkeség és balítélet. A homoszexuálisok megítélése a debreceni egyetemisták körében. *Kultúra és Közösség* 2011/1., 17 – 32. o
- Fyfe B. (1983): Homophobia or homosexual bias reconsidered, *Archives of Sexual Behavior*, 12, pp. 549-554.
- Gálik M, Urbán Á. (2014): Médiagazdaságtan, Akadémiai Kiadó
- Habarth M. (2008): Thinking straight: heteronormativity and associated outcomes across sexual orientation. dissertation, University of Michigan
- Herek G.M .(2004): Beyond Homophobia - Thinking about sexual prejudice and stigma in the 21st Century, *Journal of NSRC*, pp. 6-24.
- Herek G.M.(1984): Beyond homophobia - A social psychological perspective on attitudes toward lesbians and gay men, *Journal of homosexuality*, 10
- http://www.coe.int/t/Commissioner/Source/LGBT/LGBTStudy2011_en.pdf Council of Europe Publishing (2011): Discrimination on grounds of sexual orientation and gender identity in Europe, 2nd edition, 32. oldal, letöltve 2017.06.03.
- https://www.planetromeo.com/wp-content/uploads/2015/05/GAY_HAPPINESS_MONITOR_2015.pdf (Gay Happiness Monitor (2015), letöltve 2017.06.02.
- <https://www.socio.hu> (Gregor Anikó – Rédei Dorottya (2015): Heteronormatív ifjúság? - A magyarországi 15–29 éves fiatalok véleménye az azonos nemű párok együttéléséről, DOI: 10.18030/socio.hu.2015.1.122, 131. oldal), letöltve 2017.06.02.
- <https://www.socio.hu> (Béres-Deák Rita (2015): „Mit szólnak a szomszédok?” - Azonos nemű párok családjai és a rejtőzködés dilemmája, DOI: 10.18030/socio.hu.2015.1.144, 145-147. oldal), letöltve 2017.06.02.
- Kelleher C. (2009): Minority stress and health: Implications for lesbian, gay, bisexual, transgender, and questioning (LGBTQ) young people, *Counselling psychology quarterly*, 22/4, pp. 373-379.
- Kitzinger C. (2005): Heteronormativity in action: Reproducing the heterosexual nuclear family in after-hours medical calls, *Social problems*, 52, pp. 477-498.
- Kórácz K. (2015): Az azonos nemű párok gyermekvállalásának egészségügyi vonatkozásai, *Aszklepion, Orvoslás és társadalom*, LAM 2015;25(10), 475–480. o
- Kuhar, R. (2007) *The Family Secret: Parents of Homosexual Sons and Daughters*. In Kuhar, R. – Takács J. (szerk.) *Beyond the Pink Curtain. Everyday Life of LGBT People in Eastern Europe*. Ljubljana: Mirovni Inštitut, pp. 35–48.
- Lev A. (2006): Gay dads - Choosing surrogacy, *Lesbian and gay psychology review* 7, pp. 73 – 77.
- Logan C. R. (1996): Homophobia? No, homoprejudice, *Journal of homosexuality*, 31/III., pp. 31-53
- Mallon G. P . (2004): *Gay men choosing parenthood*, New York, Columbia University Press
- Mallon G. P. (2000): Gay men and lesbians as adoptive parents, *Journal of gay and lesbian social services*, 11, pp. 4
- Meyer I. H. (1995): Minority stress and mental health in gay men. *Journal of health and social behaviour*, 7, pp. 9-25.

- Sbordone A. J.(1993): Gay men choosing fatherhood, dissertation, City University of New York, Dissertation Abstracts International
- Schilt Ch.(2009): Doing Gender, Doing Heteronormativity: 'Gender Normals,' Transgender People, and the Social Maintenance of Heterosexuality, Peer Reviewed Articles. 7., pp. 442-444.
- Scourfield J, Roen K, McDermott L. (2008): Lesbian, gay, bisexual and transgender young people's experiences of distress: resilience, ambivalence and self-destructive behaviour, Health and social care in the community 16/3, pp. 329–336.
- Takács J. (2004): Homoszexualitás és társadalom, ÚMK
- Takács J. (2011): A homofóbia Magyarországon, L'Harmattan Kiadó
- Takács J., Mocsonaki L., P. Tóth T. (2008): A lesbikus, meleg, biszexuális és transznemű (LMBT) emberek társadalmi kirekesztettsége Magyarországon, Esély, 2008/3, 16. o.
- Tóth T., Takács J, Mocsonaki L. (2017): A stigmatizáció hatásai HIV-vel élő meleg férfiakra Magyarországon, Esély 2017/I