

# A morális pánik motívumai egy magyarországi mozgalomban

A Nagycsaládosok Országos Egyesületének kampányai

---

Szerkesztették: *Kitzinger Dávid és László Mónika*

## Bevezetés

Magyarországon egyelőre még nem a morális pánikok nyelvén folyik a társadalmi problémákat tárgyaló közbeszéd. Számos jegyében azonban határozottan fellelhető a jelenség. Elég csak a romák és a bűnözés kapcsolatára, a népességfogyás magyarázataira, a fiatalok kábítószer-fogyasztására, a futball-huliganizmusra, a magyar kulturális sajtóságok fenyegetettségére vagy a fiatalkori bűnözés nagy visszhangot kiváltó eseteire gondolni. Valamennyit dúsan körítik az erkölcsi nivó romlásának, a széteső családok felborult értékrendjének képei. A hanyatlás témája furcsa módon makacsul tartja magát egy olyan sikeres korszakban, amelyet társadalmunk már nagyon rég nem ért meg. A liberalizációnak, a gazdasági átalakulásnak s az ezzel járó átrétegződésnek azonban megvan az ára, és azok is jelen vannak, akik ezt nem akarják megfizetni. Ezt a csoportot jellemző módon éppen nem a legnagyobb vesztesek alkotják – igaz, ők nehezebben is hallatják hangjukat.

A morális pánik elméletét újrafogalmazó társadalomtudósok (McRobbie 1994; Hunt 1997; Goode és Ben-Yehuda 1994) különböző szempontok alapján ugyan, de mind fontos szerepet tulajdonítanak a középszintnek – kevésbé befolyásos döntéshozók és lobbik, szakmai és társadalmi szervezetek, társadalmi mozgalmi szervezetek – a morális pánik kiobbantásában, a félelmek artikulációjában, illetve a probléma napirenden tartásában. A magyarországi helyzet bemutatására is egy ilyen középszintű szervezetet választottunk: a Nagycsaládosok Országos Egyesületét (NOE). A NOE az egyik legjobban szervezett társadalmi mozgalom hazánkban, emellett markáns érték képviselője hajlamossá teszi a morális nyelv használatára s arra, hogy a problémák mögött az erkölcsi színvonal hanyatlását lássa. Választásunk azért nem a média morális pániként azonosítható, aktuális témáinak bemutatására esett, mert a társadalmi mozgalom, mint a tartósabb elkötelezettség formája, jól példázza, hogy a jelentésadás korántsem egyszereplős játék; a versengő definíciók mögött valós társadalmi csoportok és valódi értékkonfliktusok állnak. (Például egy háttérműsor betelefonálás szavazása csak a Cohen-féle leltár szakaszának egyik eseménye, ami még nem garantálja a következményeket – S. Cohen 1972.)

A Nagycsaládosok Országos Egyesülete 1987 októberében alakult meg 150 taggal, s ma mintegy 23 000 tagcsaládot számlál. Programjuk hármasszintű. A szervezet egyrészt *érdekképviselet*ként működik, mely kapcsolatot tart mindazon kormányzati szervekkel, állami testületekkel és intézményekkel, amelyek a családpolitikát, a szociál-

politikát, az oktatást, a gazdasági és pénzügyeket irányítják, továbbá azon civil szervezetekkel, amelyek hatással lehetnek a törvényhozásra. Másik gyakorlati célja, hogy *önsegítő és önképző tevékenységével* megkönnyítse a nagycsaládok mindennapjait. Harmadik vállalt feladata pedig a *családi értékek bemutatása és képviselése* a közvélemény fórumain. Mindemellett a szervezet szelektív ösztönzőként (Olson 1997) konkrét kedvezményeket is kínál tagsága számára.

A három feladat sokban eltérő nyelvet, stratégiát és kommunikációs csatornákat igényel. Az érdekvédelmi munkához kapcsolódó állásfoglalásokat, nyílt leveleket a markáns értékképviselő mellett leginkább az államigazgatás nyelvéhez igazodó, statisztikai adatokkal alátámasztott, racionális érvelés jellemzi. Mint értékalapú szerveződéseknek, a nyilvános kommunikációban is határozottan kell képviselnie identitását, hogy nyilvánvalóvá tegye, milyen pozícióból, kiknek a nevében beszél. Ugyanakkor nagy nyilvánosságot érintő témáknál e nyilatkozatok alkalmat nyújtanak a közvélemény megszólítására s egyben új tagok, illetve támogatók toborzására is. A tagság és a központi szervezet kapcsolattartó eszközként önkéntes aktivisták által szerkesztett belső hírlevelük, a *NOE Levelek* szolgál. E kiadványban a mindennapi problémák, szervezeti ügyek, programok, pályázati lehetőségek és apróhirdetések mellett az önszervező programok és a tanácsadás is hangsúlyos szerepet kap. Ezen a fórumon ugyanakkor a tagság közös alapértékei miatt szükségtelenek a kifelé szülő nyilatkozatokra jellemző elvi állásfoglalások. Ehelyett a mindennapok gyakorlatára koncentrálnak: hogyan adjuk át értékeinket gyermekeinknek, hogyan védjük meg őket a nemkívánatos külső hatásoktól, miként szűrjük meg a tömegkultúrát, miként válasszunk mosógépet vagy parlamenti képviselőt. E cikkekben a közös értékek mindegyre megerősítést nyernek, továbbá segítik más értékek, jelenségek és események értelmezését azáltal, hogy ezeket hozzákapszólják a csoport értékeihez, segítséget kínálva a világban való eligazodáshoz, egy integrált életstílus fenntartásához. A NOE e markáns vonása a társadalmi mozgalmak elméleteinek *identitásirányultságú* megközelítéseit támasztja alá, amelyek a mozgalmakat a jelentések és identitások kollektív előállításának közegeként értelmezik (Kriesi és mások 1995; Gusfield, Johnston és Laraña 1994; Melucci 1988). A NOE professzionális érdekvédelmi tevékenysége, politikai befolyása és az erőforrások szervezett, hatékony mozgósítása, ugyanakkor az *erőforrás mobilizációs* paradigma (McCarthy és Zald 1990; Tilly 1985) döntéshozatali és szervezetszociológiai eredetű instrumentális racionalitáson alapuló megközelítési módjának alkalmazását indokolja. A NOE különféle irányultságai, s az azokhoz illeszkedő elméleti keretek különbözősége egy minden lényeges mozzanatot számba venni képes módszertani szintézis kidolgozását sürgeti. Nem véletlen, hogy Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban épp a NOE-hoz hasonló, látványosan szaporodó társadalmi mozgalmak elméleti kihívásai nyomán kezdeményezték mind többen a „komplementer” elméletek alapfeltevéseinek és vizsgálati módszereinek egységesítését (J. L. Cohen 1985; Gusfield 1994; McAdam, McCarthy és Zald 1996; Stoecker 1995). Az új szintézisnek egyaránt számot kell tudni adni a mobilizációt befolyásoló mikro- és makrofolyamatokról, az egyéni, illetve kollektív identitás mozgósító szerepéről, az erőforrásokhoz való hozzáférés társadalmi környezet által meghatározott lehetőségeiről, és nem utolsósorban meggyőző választ kell találnia a részvétel paradoxonára is.<sup>1</sup> A morális pánikok vizsgálata ily módon rávi-

---

<sup>1</sup> A társadalmi mozgalomban való részvétel ugyanúgy, ahogyan a parlamenti választásokon vagy egyéb tömeges szavazáson való részvétel, felveti a potyautas problémáját (Olson 1997). A kollektív cselekvés – mint

lágíthat a mozgalmak mögötti identitás és az instrumentális motivációk összefüggéseire, az érzelmi mozgósítás jellegére, a témák keretbe foglalásának intézményi gyakorlataira.

A NOE nem csupán kezdeményezője a morális pánikoknak, hanem közvetítője is. A szervezet fórumai közvetítik a tagság aggodalmát és elégedetlenségét a közvélemény és a döntéshozók felé, és viszont: a széles nyilvánosságban megjelenő témákat és azok értelmezését a tagság felé. Ezenkívül külföldi tapasztalatokkal, értelmezésekkel és problémákkal is megismertetik a tagokat. A hanyatlás elrettentő példatárát – a brit közvélemény némely csoportjaihoz hasonlóan – nálunk is gyakran az amerikai életmód- és kulturális mintákban látják. A NOE aktivistái különféle kampányaikkal időről időre kezdeményezően lépnek fel a családi értékeket veszélyeztető jelenségek ellen. Ezek célja a média megtisztítása az erőszaktól és a szexuális tartalmaktól, a fogyasztói értékrend bírálata és korlátok közé szorítása, s a családi életre való nevelés. Ez utóbbi nyilvánvalóan következik a szervezet alapvető célkitűzéséből. A média és a fogyasztás problematikája ugyanakkor már csak közvetett módon kapcsolható a családi értékek védelméhez. A köznapi élet szféráit mind erősebben átható tömegmédiá megvonja az érték közvetítés monopóliumát a szülőktől. A felbolydult és fenyegetőnek érzett világban a nagycsaládos közösség egyfajta menedéket kínáló társadalmi szigetet alkot, amelynek zártságát csupán a média, az iskola és a kortárs csoportok képesek megbontani. A betörő hatások ellen az erkölcsi határok megerősítése a legfőbb védekezési eszköz. Az értékek védelme ugyanakkor nemritkán nagyon is egybeesik a praktikus érdekvédelemmel. A konsumerizmus rohamos térhódítása például a „materialista” értékrenddel szembeni ellenérzés mellett gyakran nyomasztó, mindennapos anyagi gondokat is jelent a nagycsaládok számára.

A nyugaton megfigyelhető morális pánikokban a fiatakkori bűnözés, az erőszak, a szexuális szabadság, a kábítószer-fogyasztás, a tömegkultúra termékei és a család hanyatlásának képei minduntalan egymásra vetülnek, s az egyes elemek hol okként, hol okozatként jelennek meg az érvelésben. Mindez a NOE kampányaiban is megfigyelhető; egészet csupán a problémák megoldására tett javaslat teremt a nyilatkozatokban, hogy ti. minden bajt csupán a családi integritás megőrzése, a család értékeinek átadása és markáns képvisellete segíthet elhárítani vagy orvosolni. Emiatt van, hogy az egyes kampányszövegek tematikus osztályozása gyakran nehézségekbe ütközik. A nyilatkozatokat az érintett fő téma vagy motívum alapján igyekeztünk elrendezni, ámbar a címkek sok esetben felcserélhetők.

---

**(1. folyt.)** aminek egyik formája a társadalmi mozgalom – egy közjószág előállítására tett kollektív erőfeszítés. Egy társadalmi mozgalomban, lobb- vagy érdekcsoportban az egyén számára a részvétel irracionális, ha a közjószág élvezetéből a nem fizetők nem zárhatók ki, vagy ha a lelepleződés esélye kicsi. Az egyén szempontjából a hozzájárulás ugyanis érzékelhető költséget jelent, ami mellett a közjószágból származó egyéni haszon eltörpül. Ha a közjószág előállításán már elegenden dolgoznak, akkor az egyéni racionalitás azt diktálja, hogy hagyjuk az ügy képviselét másokra, és fogyasszuk mi is a gyümölcsöt. Eszerint nem is létezhetnének társadalmi mozgalmak. A probléma megoldására számtalan kísérlet született, melyek a racionalitás fogalmának kiterjesztésétől egészen annak elvetéséig terjednek (Schlozman, Verba és Brady 1995; Opp 1985; Jordan és Maloney 1996).

## Dokumentumok

### HIVATALOS KÖZPOLITIKAI ÁLLÁSFOGLALÁS

#### A Nagycsaládosok Országos Egyesületének állásfoglalása a nyugdíjrendszer átalakításáról (SZN<sup>2</sup>)

Tiltakozunk az ellen, hogy a jelenleginél nagyobb mértékű biztosított, családi terhek ellenére lényegesen megnőne az állampolgárok, a családok létbizonytalansága gyermekvállalás, öregség, betegség, megrokkánás, özvegység, árvaság és munkanélküliség esetén.

Tiltakozunk a nemek szerinti és a házas, a gyermekes, a többgyermekes állapot diszkriminációja ellen.

Tiltakozunk az ellen, hogy magánpasszióknak számítsanak, hátrányt jelentsen a társadalom hasznára végzett gyermekgondozás, a betegek ápolása, a sorkatonai szolgálat vagy a tanulás.

Tiltakozunk az ellen, ha rövid távú tőkepiaci érdekek lerombolhatnák az eddig kialakult társadalmi szolidaritást. Tiltakozunk az ellen, hogy kevesek magasabb nyugdíja a többség számára csak a növekvő államadósság terheit jelentse.

Tiltakozunk az ellen, hogy ismét tömegek nem lennének jogosultak nyugdíjra. Csak olyan új nyugdíjrendszert fogadunk el, amely inkább még növeli is a nemzedékek és a nemek, a társadalom különböző helyzetű tagjai közötti szolidaritást. Amely legalább nem fokozza a társadalom számára hasznos, nem fizetett munkák hátrányait és az eltartói terheket. A gazdaság kell hogy az emberért legyen, és semmiképpen nem fordítva.

1997. február 15.

*dr. Benkő Ágota elnök*

### MORÁLIS ÉS VILÁGNÉZETI TARTALMÚ ÜZENETEK

#### Gaál Péter: Az ezredforduló kihívásai és a család, 107–124. (CSME<sup>3</sup>)

A tömegkommunikáció robbanásszerű fejlődése az egyik fő tényezője a fogyasztói társadalom kialakulásának. A rendszer elemzésére, gazdaságpolitikai összefüggéseinek részletes feltárására nem vállalkozom – ezt mások már megtették. A teljesség igénye nélkül csak néhány szempontra, jelenségre szeretném felhívni a figyelmet. Intő jelekre, amelyek segíthetnek nekünk a nyilvánvalóvá vált problémákat, zsákutcákat elkerülni. „*A kankalin és a táj egyetlen szempontból igen káros: ingyen van. A természet szeretete nem foglalkoztatja a gyárakat... Gondoskodunk arról is, hogy az összes szabadtéri sporthoz bonyolult felszerelés is tartozzék*” – fogalmazza meg a fogyasztói társadalom üzenetét a keltető és kondicionáló központ igazgatója Huxley regényében. És valóban: gyermekeink játé-

---

2 SZN: Schaffer Erzsébet (szerk.) (1997): *Születésnapra. 10 éves a NOE*. Budapest: Nagycsaládosok Országos Egyesülete.

3 CSME: Benkő Ágota (szerk.) (1996): *A család megtartó erő. A III. Családkongresszus előadásai. Budapest, 1996. június 21–23*. Budapest: Nagycsaládosok Országos Egyesülete.

kai közül kezd eltűnni a vers, a mese, a fa építőkocka, a papír. Képzeld el, mi történe, ha egytől egyig komolyan vennénk a kikerülhetetlenül toladó reklámok megállás nélkül ránk zúduló áradatát? Az utóbbi pár hónapban mondjuk hússzor kellett volna lecserelnem a hagyományos mosóporomat egy korszerűbb *ultra-bio-green-colour* szuper-csodára, vagy borotvámra egy olyanra, ami most már tényleg a tökéletes simaság élvezetével ajándékoz meg (és ez nem ígéret, hanem bizonyíték!), miközben kimerülhetetlenül itt kopognak ajtónkon a katasztrófális környezetszennyezés szomorú következményei: hogy nem feküdhetsz ki a napra nyugodtan, mert a káros UV-sugárzás tönkreteszi a bőrt, hogy nem ehetem nyugodtan a piacon vásárolt zöldségeket, mert ki tudja, mivel permetezték, hogy tiszta vagy szennyezett földön termett, vagy nem tudok úgy végigmenni az Üllői úton, hogy ne lélegezzem be a teherautók vastag füstfelhőjét, szennyrétegét. Miközben „élvezük” a civilizáció, a technikai fejlődés nyújtotta kényelmet, tudunk kell, hogy a természet erőforrásainak pazarlásával feléljük gyermekeink jövőjét.

A fogyasztói társadalom mellékhatásaként megjelent a gyógyszer- és kábítószer-fogyasztás, a kilátástalannak érzett helyzetből az öngyilkosságba menekülés. A probléma komolyságát mutatja, hogy a szórakozóhelyeken, a tizenéves fiatalok körében immár rutinná vált az Ecstasy tabletták fogyasztása, de terjedőben vannak az egyéb puha és kemény drogok is. Közismert tény, hogy az öngyilkosság tekintetében Magyarország szomorú rekordot könyvelhet el. A labilis lelkiállapotú, a fogyasztás ürességétől megcsömörlött fiatalokat szívják fel a napjainkban gombamód szaporodó, kétes célok szolgálatában álló szekták...

A globalizálódás egyik legszembetűnőbb jelensége a transznacionális és multinacionális vállalatok, bankok egész világot átölelő hálózata, amelyek megjelenése Magyarországon a szocialista rendszer bukásával párhuzamosan jelentős mértékben felgyorsult: eltűntek például a polcokról a magyar termékek, s helyüket a méregdrága külföldi áru vette át, sok esetben pedig csak a csomagolás változott. Mindezekkel együtt áramlik be hazánkba a tőlünk idegen kultúra. Gondoljunk csak a bugyuta reklámokból jól ismert *Coca Cola*-érzésre, a *rázérés Amerika ízére* és a többi szlogenre. A TV-ben egyre gyakrabban hallani fülsértő hangsúlyozást, elterjedt az angol szavak fölösleges használata, Mekk mester helyett pedig a rongybabák lapos történeteinek nőnek fel gyermekeink. A fiatalok körében az idegen és időtlen divat követése szinte kényszerre vált. Úgy tűnik, igen fogékonyak vagyunk kulturális környezetünk szennyének felszívására, nemzeti értékeink és kultúránk feladására...

Míg a kommunista rendszer egyszerűen csak tagadta az értékeket, addig a fogyasztói társadalom esetében a helyzet bonyolultabb. Bár a legfontosabb érték a fogyasztás, az ösztönök felszabadítása, az élvezetkeresés vált, a hagyományos keresztény értékeket a rendszer nem tagadja, hanem viszonylagossá teszi, ezáltal sokkal finomabban tolja azokat a társadalom peremére. Ha természeti környezetünkönél fontosabb a fogyasztás, akkor nem csoda, hogy lelkiismeret-furdalás nélkül tesszük azt tönkre. Ha az egészség megszűnik érték lenni, miért kellene lemondani a dohányzás, a drogfogyasztás vagy a sertéskolbász élvezetéről? Mivel a társadalom különböző szintű csoportjai magatartásának alapja az egyén magatartása, az emberiség, a magyarság túlélése szempontjából óriási jelentősége van az egyén és a társadalom túlélését összhangba hozó értékrendszereknek és életcéloknak...

A változásoknak azonban nemcsak negatív oldalai vannak. A tudomány és a technika eredményei természetesen jó célokra is felhasználhatók, tehát nem önmagában a nagyleptékű fejlődéssel van a probléma. A technika fejlődése segíthet nekünk a kör-

nyezeti károk felszámolásában; a környezetkímélő technológiák kifejlesztésével, a hulladék újrafeldolgozásával pedig megakadályozható lenne a további környezetpusztítás. A környezetszennyezés hatásai hívták fel a figyelmet ugyanakkor a világ országainak egymásra utaltságára. A levegőbe kijutott szennyeződés nem ismer határokat, a levegő nem elválasztható. Ezek a tapasztalatok lehetnek a kiindulópontjai az együvé tartozás, az egymás iránt érzett felelősség felerősödésének.

### **Köszöntő – Benkő Ágota (KKN<sup>4</sup>, 7–8.)**

Mindennapos gondunkról lesz szó. Nem múlik el nap, hogy ne botlanánk bele az alapvető erkölcsi normák megsértésébe és azok tragikus következményeibe. Csak néhány dolgot említek. Olyan világban élünk, ahol lehet jogszerűen, ám erkölcsstelenül eljárni, ahol dúl a másik ellen elkövetett erőszak, ahol felelőtlen életűek miatt ártatlanok halnak bele a halálos fertőzésbe, ahol a féktelen individualizmus már az önérdeket is meghaladó önzéshez vezetett. Ahol a humanitárius katasztrófa elől menekülőknél – a humanitárius segélycsomagban elsősegélyként – a kenyér mellé abortív tablettát és abortusz végzéséhez szükséges eszközöket csomagolnak. Ahol olyan értékeket, mint a hűség, a bizalom, az alázat, az önzetlenség megmosolyognak, ahol a gazdaság könyörtelenül uralkodik az emberen és értelmetlenné teszi a szolidaritást, az együttérzést, az igazságos osztozást. Ahol a közvélekedés szerint bolond az, aki becsületes, ahol ki se ejtik azt, hogy közjó, ahol már régen elfelejtették a politika igazi értelmét és csak úri huncutságnak tartják. Minderre mondhatjuk: ez maga a globális emberi válság, mit tehetünk? Nem mentség számunkra az, hogy mások mit csinálnak, illetve mit nem tesznek. Mindnyájunknak személyes felelőssége van.

### *IFJÚSÁG – NEVELÉS*

#### **Jelenits István: Miféle kultúrát kapnak gyermekeink, és kitől? 161–165. (CSME)**

Miféle kultúrát kapjanak gyerekeink? Igazít! Olyat, amelyik megérdemli a kultúra nevet, vagyis amelyik teremtő kedvű, szabad embereket nevel, nem a fogyasztói társadalom mohó és sunyi kiszolgáltatottjaivá teszi őket. Kiktől kaphatják meg a gyermekek ezt a kultúrát? Bizony ma is elsősorban a szüleiktől, akiknek fel kell nőniük ehhez a gyönyörű hivatáshoz. Természetes, hogy – kivált mai, kifosztott állapotukban, de egyébként is – e téren támogatásra szorulnak. Legyen támogatójuk az iskola.

#### **Roska Tamás: Milyen kultúrát kapjanak gyermekeink, és kitől? 167–169. (CSME)**

Elvárjuk, hogy e kultúra egyben korszerű, értékálló és időtálló legyen. Olyanoktól szeretnénk, ha tanulnának, akik hiteles, hozzáértő és értékrendet közvetítő személyiségek.

Mi legyen a tartalma ennek a kultúrának? Vajon behódoljunk-e a tömegtájékoztá-

---

4 KKN: Benkő Ágota (szerk.) (1999): *Ki kit nevel? Az 1999. április 24–25-én Budapesten megrendezett Ki kit nevel? című konferencián elhangzott előadások*. Budapest: Nagycsaládosok Országos Egyesülete.

tás frivol agresszióval agymosó sugallatainak, vajon elhiggyük-e, hogy ha az interneten a számítógépek előtt ülünk naphosszat, akkor megtanuljuk a modern kultúrát?

### **Időszerű gondolatok az erkölcsi nevelésről – Jelenits István, 44–50. (KKN)**

...még megrendítőbben rajzolódik elénk az ifjúság „megromlásának, bukásának” sokféle tünete. Bandák az utcákon, a fiatalkori bűnözés, kábítószer-fogyasztás, éktelen firák a falakon rég elfeledettnek hitt közveszélyes jelképekkel és jelszavakkal, rombolás, közöny, a testi, lelki egészség tömeges hanyatlása. Mióta a diktatúrából kikeveredtünk, még kendőzetlenebb ennek a pusztulásnak a képe. Milyen szép Illyés állítása, hogy a fiatalok – épp bukásukkal – nevelnek tisztességre minket, idősebbeket. Figyelmeztetnek felelősségünkre, akaratlanul is arra készítetnek, hogy szedjük össze magunkat. Jó képet aligha vághatunk ahhoz, ami a szemünk előtt végbemegy.

### **Van-e még helye a bizalomnak és a hűségnek? – Kollár Katalin, 64–65. (KKN)**

A hűtlenség azt jelenti, hogy nem tartok ki a másik mellett, legyen ez tanítványom, barátom vagy házastársam. Lecserélem valaki másra, mert azt remélem, hogy egy másiktól többet, jobbat kaphatok. A fogyasztói társadalomnak egyik legveszélyesebb reklámja éppen a hűtlenségről szól. Ez az a hirdetés, hogy cseréld be régi, megunt Barby babádat (*sic!*) újra. Nagyszüleinknek kevesebb játéka volt, nem volt szokás eldobni a lányok kedvenc babáját vagy a fiúk féltett autóját. A tárgyak így otthonosságot, az ismerőség meghittségét sugallták. Éppen az ellenkezőjét, mint ami ezeknek a reklámoknak az üzenete. Tudniillik, hogy ha meguntad vagy hibás lett körülötted valami, hát ne sokat kínlódj a megjavításával, hanem vegyél másikat. Legyen ez egy régi tárgy vagy egy emberi kapcsolat.

### **A szülők szerepe az iskola működésében – Seidl Ágoston, 94–98. (KKN)**

A gyermekek erősen hatnak egymásra, így a szülők saját gyerekükön keresztül egymás gyermekeit is nevelik. Éppen ezért nagyon fontos, hogy milyen társaságba járattuk a gyermeket.

Nagyon fontos, hogy a szülő hogyan tölti szabadidejét. Az otthon is dolgozó, „hajtós” szülő néhány év múlva döbbenetesen fogja észrevenni, hogy gyermeke felnőtt, s nem is ismeri.

Ahol a szülők a délutánt, estét a TV előtt töltik, ahol a gyermek szabadidejét vagy gyakran minden idejét videó és számítógép előtt tölti, ott a családi élet visszafejlődik, felszínessé válik, a gyermeket többé nem a szülei nevelik. A médiumok veszélyei mára világosak (erőszak, konzumidiotizmus, deszocializáció, értékek relativizálódása, menekülés a pszudovilágba stb.), káros hatásai ma még felmérhetetlenek.

Óriási a felelőssége a szülőknek abban, hogy milyen igényeket támasztanak gyermekeikben. Milyen felkínált lehetőségeket fogadnak el, építenek be életükbe? Ezeket milyen mértékben exportálják az iskolába? Az otthoni oldalt tekintve elsősorban a ruházzkodás, a szórakozások (játékok, diszkó, biliárd), az élvezeti cikkek (kóla, kávé, szeszes ital, cigaretta stb.) révén fejtenek ki hatást az iskolai környezetre.

## Reklám

Egyik ismerősöm – régi környezetvédő –, amikor a karácsonyi szünetben végre ráért arra, hogy gyerekeivel kicsit játsszon, megdöbbenve tapasztalta, hogy képzeletük, gondolkodásuk mennyire tükrözi a reklámokat. Mondataik a TV-s reklámok szókincséből épülnek. A szülők annál inkább meglepődtek ezen, mert ők TV-t alig néznek. Ezen ritka alkalmakkor a gyerekek, mint a szivacs szívják magukba a reklámok jó-rossz fordulatait, poénjait. Agymosás felsőfokon.

Nemrég megjelent egy óriásreklám: „Reklám nélkül nem csak a hirdetések hiányoznának életünkéből.” Hát még mi? Talán nem tudnánk, hogy mit vásároljunk? Nem találnánk meg azt, amire szükségünk van? Ugye, ezt bárki kikérné magának? Ha nem volna reklám, nem kellene fizetnünk az árba beépített reklámköltséget, nem vennénk annyi felesleges szemetet, nem beszélnének rá olyan dolgokra, amire nincs semmi szükségünk, de rafinált eszközökkel rávesznek, hogy mégis beszerezzük. Sajnos a reklámok már az iskolákba is bejutottak. Számos füzetben, könyvön szerepel hirdetés, néha édességeket népszerűsítene az amúgy sem túl jó fogú gyerekeknek.

(NOE Levelek, 92.)

## Miért nem szerethetők a bevásárlóközpontok?

*Érvek és érzelmek ellenük*

A játékkerem kétféle. Az egyik a kamaszoknak való lövöldözős, autóversenyes, flipperes, tehát a nem pénznyerő játékokat tartalmazó, a másik a gépkaszinó, felnőtteknek (?). Itt most nincsen hely, hogy a masinák képernyőjéről áradó vérpatakos gonoszságról beszéljek. Meggyőződésem, hogy az áradó erőszak és a BEK (*bevásárlóközpontok – a szerk.*) művilága igen veszélyes eleggyé áll össze. Ma még beláthatatlanok a következmények, de bizonyosan szörnyűek.

Az etetőik mind különbözőek: egyik pizzázó, a másik kínai, a harmadik hamburgeres (csak éppen magyar ételt nem lehet kapni). ... S mindez miért van? Kérem, ne gondoljanak valami nagy dolgra: világ-összeesküvésre (noha a konzumember szabadságát veszti), vagy az ufók cseles térfoglalására hamburgerizált formában. Ősi dolgról van szó: a hatalomról és a pénzről. Néhány – nem túl sok – fickó rettenetesen jól jár: irányít és kasszíroz. Ennyi. A világ meg szétromlik. Szerencsére egyre több ember veszi észre a világaruház (azaz: a totális bevásárlóközponttá váló Föld) rettenetességét. Zöldek, fogyasztóvédők, nagycsaládosok. Nem fogadják el, hogy az emberiség két részre oszlik: a fogyasztóra meg a nem fogyasztóra, a vásárlóerőtlenre. Hogy az utóbbiakkal mi lesz – legyilkolják egymást, éhen halnak vagy járványok végeznek velük? –, a bevásárlóközpontok magasából tökéletesen érdektelen. De mi is csak addig vagyunk érdekesek, amíg fogyasztunk. És kész.

(NOE Levelek, 112.)

Szabó Béla István



A fogyasztás diadalát harsogják a reklámok. A mosóporok, intim betétek, illatszerek, cigaretták és italok „reklámhordozói” szép és kívánatos emberek. „Én is ilyen lehetnék?” „Csak akkor vagyok korszerű ember, ha én is ilyet használok?” Sokan csalódnak: hiába használják az agyonreklámozott termékeket, mégsem válnak világhírű modellé, filmszínésszé, sőt még az a rusnya folt sem jön ki a pólóból, s a márkás cigaretta is csak bűdös...

Erőszak: mindenhol árad. Az utcáról, a közéletből, a filmvászonról, a képernyőről. A villamoson az a deviáns, aki tolvajt kiált, s nem az, aki lop. Gyúrt testű és agyú hősök fél kézzel nyírnak ki egy szakasz katonát a filmvásznon. Sima modorú, nyakkenődös-öltönyös úriemberek, kiskosztümös úri hölgyek parancsára titkosszolgálatok és hadseregek ugranak az első szóra.

Ebben élünk?! Igen, ebben élünk. A negatív, lehúzó erők mindig szép csomagolásban tették kívánatosá magukat.

(NOE Levelek, 96.)

*Kály-Kullai Károly*

## MÉDIA, ERŐSZAK, SZEK

### **Ne nézzétek meg az Anasztáziát!**

A minap elhatároztuk, hogy moziba visszük a gyerekeket, hadd szórakozzanak, végül is vakáció van. Kibéreltünk egy kisbuszt, 12 gyerek, 5 felnőtt, és irány a Főváros, az Egyik Nagy Bevásárlóközpont Egyik Nagy Multiplex Mozija.

Úgy látszik, régen voltunk már moziban. Nem szoktunk még hozzá, hogy a táskáinkat átvizsgálják, hogy biztonsági ajtón kell átmennünk, hogy a mozi előtt kihagyhatatlanul és elkerülhetetlenül ott a pattogatott kukorica- és kólaárus pult, hogy a normál adag kukorica legalább három liter, és a kólából is minimum fél liter dukál egy másfél órás filmhez. Nem készültünk fel arra, hogy a gyerekek fájni fognak a légkondicionált nézőtéren, és arra sem, hogy füldugót kellett volna magunkkal vinni. Ezek a dolgok persze apróságnak tűnnek. Megtanultuk, hogy ma már ez van, lépést tartunk a Nyugattal, hiszen ez mind-mind a mi kényelmünket, a tökéletes kikapcsolódást szolgálja. Arra azonban végképp nem számítottunk, hogy a film közben a gyerekek a szék mögé fognak bújni, remegnek, sírnak félelmükben, hogy a kicsikkel ki kell jönni tíz perc múlva, mert nem akarják látni azt a rengeteg szörnyűséget, ami nagyon élethűen, nagyon hangosan, nagyon rettenetesen és nagyon hollywoodiasan ömlik feléjük. Bevallom, nekem lelkiismeret-furdalásom van, hogy ilyesminek tettem ki a gyerekeimet. Vajon kiknek készítették ezt a filmet? Szülők azok, akik kitalálták, megrajzolták, megvásárolták? Kinek kell ez, amikor tele van a világ szörnyű dolgokkal? Miért nem figyelmeztetnek minket, szülőket, hogy ez a mesefilm csak felnőtteknek ajánlott? Miért kell ilyen hangosnak lennie egy filmnek? Hogy ne lehessen hallani a csámcsogást? Miért kelleknek biztonsági őrök? Hogy az agresszív filmekből mebolondult fiatalok nehogy felrobantsák a mozit? Miért is vittük el a gyerekeinket erre a filmre? Hogy megtanuljuk, soha többé nem megyünk amerikai rajzfilmet nézni, soha többé nem megyünk úgy sehova, hogy előtte nem tájékozódunk? Vagy talán azért, hogy másoknak is elmondhassuk: „Ne nézzétek meg az Anasztáziát!!!”?

(NOE Levelek, 102.)

*Mozsárné Z. Gabriella*

**Csománé Forgács Emma: „Mese, mese, mátká, Fekete madárka”  
(Mese és vers a családban) (CSME, 21–40.)**

Másik baj, hogy a TV reklámdömpingje hozza létre gyermekünkben a „fogyasztó” embert, azt az életszemléletet, hogy az élet célja a hisztérikus vásárlás. Az igazi értékek, a közösség, a szolidaritás ellenében hatnak. Kisül, hogy nem az elméleti materializmus az igazi veszély, hanem a most folyó gyakorlati materializmus...

Elek László szerint a TV biztonságosabbá teszi a gyermek ismerteit az élet helyze- teinek, erkölcsi mondanivalóinak felismerésében. Ezzel szemben az akciófilmek, a rengeteg, érzékekre ható szexfilm, az amerikai kispolgár gyagyasága, kommunikációs szegénysége ejti rabul a tévébe belefelejtkező szülők mellett a sokszor 10 óráig is ott gubbasztó gyerekeket. Már 5–6 éves gyerekek is kiharcolják maguknak itt-ott a mese utáni fennmaradást, esetleg harcolni sem kell érte. Eredménye a látottakon túl a későn fekvés, a másnapi kialvatlanság, fáradtság. A fáradt gyerek pedig vagy megvadul, vagy megkukul, kezelhetetlenné válik...

Az anyja szájából hallott mese is átvitt értelemben a biztonságot nyújtó, meleg tes- tünk része. Mi még a kifogásom? Tömören: amerikai észjárás, amerikai kivitel az összes Walt Disney-film. Amit lát a gyermekünk, magyarul szól, hisz magyarra szinkro- nizálták, de mégis marad az amerikai észjárású, rossz fordításos nyelve. Nem szolgálja az anyanyelvi nevelést, és kiszorít egy sereg népmesét. Az állatok l’art pour l’art kíno- zák egymást ezekben a rendkívül látványos filmekben, nincs az eljárásukban a gyermek igazságérzetét megnyugtatóan kompenzáló háttér, nincs ok és okozat. Földbe döngölik egymást, mélységbe taszítják egymást az állatszereplők. Még ijesztőbb, hogy az úthen- gerlővel papírvékonyra lapított macska feláll, megrázza magát. Sebaj! A céltalan üldö- zés folytatódhat.

Újságban olvastam egy tízéves amerikai gyerekről, aki az utcájukban dolgozó úthen- ger alá dobta a kétéves kisöccsét. Nevetve várta, hogy milyen lesz laposan. A gyermek a látottakat ki akarja próbálni. Végre ott csörömpöl az utcájukban egy igazi, filmekből jól ismert úthenger. Nosza, itt a jó alkalom a jó játékra! A Walt Disney-tervezte Barbie baba, melyet a TV teljes gőzzel reklámozott, s világviszonylatban is, nálunk is megbo- londított minden kislányt, mit sugall? Egy orvos-pszichológustól hallottam a figyelem- re méltó magyarázatot. A kislányok babázása a későbbi anyaszerep begyakorlási tere- pe. Az anyai törődést, a gyermek óvását, féltését neveli bele a kislányokba. Mit lehet tenni Barbie-val? Csodálni a székeségét, fésülni, irigyelni a karcsúságát, hollywoodi üresfejűségét, hosszú combját. A duci kislányoknak traumát, fogyókúrázó mániát jelent. A feketehajúak boldogtalanok. Miféle női ideál ez a Barbie? Jaj, jaj, és mennyi pénzért vesztegetik ezt a szőke démont!

*TV-MONITORING*

**Felhívás tv-figyelésre, műsorok véleményezésére (NOE Levelek, 112.)**

A statisztikák szerint különösen a gyermekeink nem függetleníthetők a tévézés hatá- saitól. Felmérésünk célja, hogy saját tagságunk véleményének ismeretében fel tudjunk lépni a műsorpolitika gyermekek és családok igényeinek megfelelő alakítása érdeké- ben, és próbáljunk védekezni a nemkívánatos jelenségek, műsorok ellen (erőszak,

durva beszéd, szex, „felnőtt”-filmelőzetesek, reklámözön stb.). Szükségünk van tehát az adások figyelésére, az elismerés és a kritika kimondására.

### **Ti hogyan csináljátok? (NOE Levelek, 116.)**

Pszichológus végzettségem ellenére a TV-kérdésbe, úgy látszik, beletörni készül a bicskám. Pedig semmi mást nem szeretnék, csak a szerintem „normális” értékek szerint nevelni a gyerekeimet. Valójában egyelőre csak a legnagyobbal van baj. (Szerintem nem is vele, hanem tágabb környezetével.) A napokban egyre ingerlékenyebbé vált, néhány feleselést is megengedett magának, szinte forrt benne az indulat. Egyre nőtt köztünk a feszültség, majd egyszer csak „kiborult a bili”. Dühösen, sírva sorolni kezdte sérelmeit: minden osztálytársa nézheti az akciófilmeket, még az X- aktákat is, majdnem mindenkinek van saját számítógépe öldöklős játékprogramokkal, nem kell kilenczor lefeküdniük, és mindenkinek rendesebb szülei vannak, mert mindezt megengedik nekik. Őt meg dedósnak tartják, nem tud bekapcsolódni a beszélgetésekbe, csorbul a tekintélye a többiek előtt.

Ahhoz, hogy a kép teljes legyen, hozzá kell tennem, hogy Ábel fiam negyedikes, jó felépítésű, érdeklődő, jó tanuló, jó sportoló, eleven gyerek. Adottságai alapján lehetne akár vezéregyéniség is az osztályban, de szülei „vaskalapossága” nem engedi a trónra, de még a közelébe sem. Eddig valamelyest lehűtötte, ha ismerőseinkre hivatkoztam: Matyi se nézhet ilyeneket, Bálintnak sincs verekedős videojátéka stb. Mára sajnos ez az érv kevés, annál inkább, mert a legtöbb ismerősünk már beadta a derekát, és engedékenyebb lett TV-ügyben. Tudom, hogy ezzel a hozzáállással nagyon rossz helyzetbe hozzuk a fiunkat. Eredetileg úgy gondoltam, nem lesz emiatt problémánk, hiszen mi, a szülők sem ülünk folyton a képernyő előtt. Csak akkor kapcsoljuk be a „dobozt”, ha érdekel bennünket valami.

Félreértés ne essék: a mi esetünkben nem arról van szó, hogy a gyerekek unalmukban szeretnének tévézni, mert nem törődünk velük. Itt az agressziótól hemzsegő, főként alvásidőben vetített műsorok és az alsós fiúk közt törvényszerűen létrejövő rangsor-kialakítás kérdése áll a középpontban. Egészen biztos vagyok benne, hogy más családokban is problémát okoz ez a kérdés. Ti hogyan oldjátok ezt meg? Csak mi vagyunk olyan szerencsétlenek, akiknek a környezetében a hároméves kislány Xénát játszik, és az óvodában a gyerekek egymásnak mesélik a Kampókéz történetét? Vajon teljesen el kell szigetelődni ahhoz, hogy bizonyos értékek szerint élhessünk? Ezt végképp nem szeretném.

Várom a tapasztalatokról és ötletekről szóló leveleket.

*Farkasné Szódy Judit, akinek beletörött...*

### **NOE Levelek, 114.**

A műsorok nagy részében ábrázolt erőszak és erkölcstelenség a gyanútlanabb nézőknek – főleg az utánzásra hajlamos gyermekeknek és kiforratlan fiataloknak – azt sugallja, hogy ez nem deviancia, hanem norma. A délutáni és kora esti, esti órákban a tévézők jelentős része gyermek. A műsorkészítők csak a kifejezetten késő esti órákban

tételezhetik fel, hogy jelentős arányban nincsenek gyerekek a képernyő előtt (ekkor ugyanis már ténylegesen elvárható, hogy érvényesüljön a megfelelő „szülői kontroll”). Méltányos tehát, hogy napközben és este a műsorkészítők is felelősséget vállaljanak az ifjúságnak megfelelő műsorokért.

A NOE tagjai körében a szülők jelentős része felismerte, hogy a gyermekek tévé-nézését szabályozniuk, korlátozniuk kell. Növekszik az ingerültség a silány műsorok, reklámok, bulvárosodó kereskedelmi tévék iránt. A „tv-mentes életvitel” megvalósítására való törekvés sem ritka.

#### *Jellemző, általános vélemények:*

Túl sok a kicsavart, torz életideákat „felmutató” krimi, akciófilm, végeláthatatlan sorozat. (Május 10-én este 20–21 óra között például a 9 magyar nyelvű tv-csatornából 7 krimi, illetve akciófilmet sugárzott.)

Túl sok a reklám. (Az MTV1-ben legalább nem szabadlják fel a filmeket vele...)

Vannak kiemelkedően demagóg és ízléstelen reklámok (Ha igazán adsz magadra... [Coca Cola], Fa és Citroën Xsara hiányos öltözetű hölgyekkel, Crepto WC-papír...).

Sok „mese” egyáltalán nem gyerekeknek való, tulajdonképpen rajzfilmbe öltött krimi, horror- és szexfilm stb. A silány amerikai rajzfilmek hétfégi, délelőtti dömpingje szörnyű.

A reklámok és sorozatok által sugallt családmodell torz (egy gyerek és egy vagy két kutya...) és sokszor negatív (TV2: 7-es csatorna, Duna TV: Családi per c. sorozat).

#### *Elrettentő példák (a tartalom és a sugárzási idő kirívó ellentétére):*

RTL Klub, Fókusz: május 13., 19.05 témái: hatéves kislány megrontása, halálos mérgek stb. (Rendszeresen legföljebb „késő estére való” témákkal és még korábbi előzetesekkel.)

Dragon ball (horrorrajzfilm).

DUNA TV, Trópusi hőség: május 11., 18.55 (bevezető jelenet: ágyjelenet közben gyilkos injekció).

A rettenthetetlen riporterek: május 10., 17 ó. Gyerekek akadályoznak meg egy rablást. Veszélyes, kínban fogant ötlet; tizenéveseknek enyhén szólva nem ajánlatos gátlástalan bűnözőkkel felvenni a harcot. Csak a rendőrség értesítése lehet számukra logikus és tanácsos.

Családi per: május 13., 18.20 – a családi életről ellenszenves képet mutat.

MTV1 Bestia című „mindennapos” végtelen brazil sorozat; hétfő–csütörtök, 19 óra. Késő este nem zavarna, de 19 órakor semmi esetre sem szabadna adásba kerülnie!

Elképesztő övezet c. amerikai filmsorozat; május 11. 20.00 (előzetes ugyanaznap a Híradó előtt).

A bírónő – Szerelemgyerek c. francia film; május 13. 20.30 (előzetes május 11-én és 13-án a Híradó előtt).

MTV2 Műsorajánlás: május 14. 16 óra.

„Vízi zsaruk”: ajtóhoz csapkodják egy fiatalember fejét.

„Siker teszi az embert”: obszcén szöveg.

Akcio csoport, 15.35, Szuper csapat 16.30, Xéna 17.30 (május 16.; sorban verekedős, agresszív filmek)

*Milyen műsort szeretne a NOE-tagság látni?*

1. A gyerekeknek minél több magyar népmesét.
2. Színvonalas gyermek- és ifjúsági műsorokat (mesék, irodalmi feldolgozások, ismeretterjesztő filmek stb.).
3. A szappanoperák manapság tele vannak konfliktussal, rossz, negatív jellemekkel, ideálokkal stb. A zsarolás, rablás, bosszúvágy, hullák, mindenféle aljasság, bűnözés és bűnüldözés világa mellett, annál lényegesen nagyobb súllyal szerepeljenek az alábbiak: hazaszeretet, tisztesség, becsületesség, barátság, szeretet, normális családi élet, hűség, áldozatvállalás, őszinteség, igazmondás, önzetlenség, szilárd jellem.
4. Szükség lenne több jó természetfilmre, magyar és külföldi tájak, emberek, hősök (azaz példamutató – nem feltétlenül „anyagilag sikeres” – emberek), műemlékek, népművészet, mesterségek, szakmák, tudományos és műszaki eredmények, tárgyi-szellemi értékek, a magyar nyelv, népzene, néptánc, irodalom, művészetek bővebb bemutatására.
5. A történelmünket bemutató, identitástudatunkat erősítő műsorok, filmek.
6. Igazi derűt sugárzó, nevetető filmek, műsorok (természetesen sohasem összetévesztve a humort az obszcenitással, a malackodással).

*Ajánlások, hogyan célszerű televíziót nézni:*

1. Lehetőleg csak a tv-műsorból kinézett, érdekesnek ígérkező programokat nézzük meg.
2. A gyermekek lehetőleg mindig felnőtt felügyelettel nézzenek televíziót. A látotakat célszerű megbeszélni, és kialakítani a műsorszelektálás játékszabályait.
3. A legrosszabb gyakorlat a „háttér-televíziózás”, mely elvon minden más aktivitástól, és megfosztja a család minden tagját a koncentrált tanulás vagy munka lehetőségétől.

### **NOE Levelek, 116.**

ORTT Panaszbizottság, 1088 Budapest, Reviczky u. 5.

Tisztelt Panaszbizottság! Az alábbi panasszal fordulok Önökhöz az 1999. augusztus 31-én 18 órakor kezdődött, az MTV2 csatornán sugárzott „Trópusi hőség” című filmmel kapcsolatban:

18 óra 29 perckor a film örült negatív hősnője annak a lehetőségét latolgatta, hogy ötven ember előtt fog szeretkezni az általa fogva tartott rendőrrel. A filmben előfordult továbbá késes gyilkossági kísérlet, heves dulakodás, túszejtés, tűzpárbaj.

Elfogadhatatlannak tartom, hogy ilyen témájú film ilyen korán, az „esti mese” előtti időszámban adásba kerüljön. A fenti film véleményem szerint sérti az 1996. évi I. törvény kiskorúak személyiségfejlődésével kapcsolatos 5. paragrafusának 5. bekezdését.

Kérem a Tisztelt Panaszbizottságot, hogy állapítsa meg a törvénysértést, és utasítsa a műsorszolgáltatót, hogy ilyen műsort 5 és 23 óra között ne sugározzanak, és ilyen törvénysértés a jövőben ne fordulhasson elő.

A panaszt egyidejűleg megküldtem a műsorszolgáltatónak is.

Dátum / Tisztelettel: név, cím

Az alábbi panasszal fordulok Önökhöz az 1999. augusztus 31-én 20 órakor kezdődő, az MTV1 csatornán sugárzott „Elképesztő övezet” című filmmel kapcsolatban:

A film témája egy aberrált „vámipír”-gyilkosság körül forog.

Elfogadhatatlannak tartom, hogy ilyen témájú film ilyen kora esti időszakban adásba kerüljön. A fenti film véleményem szerint sérti az 1996. évi I. törvény kiskorúak személyiségfejlődésével kapcsolatos 5. paragrafusának 5. bekezdését.

Kérem a Tisztelt Panaszbizottságot, hogy állapítsa meg a törvénsértést, és utasítsa a műsorszolgáltatót, hogy ilyen műsort 5 és 23 óra között ne sugározzanak, és ilyen törvénsértés a jövőben ne fordulhasson elő.

A panaszt egyidejűleg megküldtem a műsorszolgáltatónak is.

Dátum / Tisztelettel: név, cím

Az alábbi panasszal fordulok Önökhöz az 1999. szeptember 1-jén 21 óra 40 perckor, az RTL Klub csatornán sugárzott „ob” márkájú tamponreklámmal kapcsolatban:

A reklám közben a kamera egy teljesen ruhátlan hölgyet „jár körbe”.

A reklám a menstruáció biológiai funkciójával kapcsolatban véleményem szerint kimeríti a szexualitás öncélú ábrázolásának fogalmát, így sérti az 1996. évi I. törvény kiskorúak személyiségfejlődésével kapcsolatos 5. paragrafusának 4. bekezdését.

Kérem a Tisztelt Panaszbizottságot, hogy állapítsa meg a törvénsértést, és utasítsa a műsorszolgáltatót, hogy ilyen reklámot 5 és 23 óra között ne sugározzon, és ilyen törvénsértés a jövőben ne fordulhasson elő.

A panaszt egyidejűleg megküldtem a műsorszolgáltatónak is.

Dátum / Tisztelettel: név, cím

## Az idézetek forrásai

---

CSME: Benkő Ágota (szerk.) (1996): *A család megtartó erő. A III. Családkongresszus előadásai. Budapest, 1996. június 21–23.* Budapest: Nagycsaládosok Országos Egyesülete.

Benkő Ágota (szerk.) (1996): *Családbarát társadalom. Szociálpolitikai, szociológiai és demográfiai tanulmányok.* Budapest: Nagycsaládosok Országos Egyesülete.

KKN: Benkő Ágota (szerk.) (1999): *Ki kit nevel? Az 1999. április 24–25-én Budapesten megrendezett Ki kit nevel? című konferencián elhangzott előadások.* Budapest: Nagycsaládosok Országos Egyesülete.

NOE *Levelek.* A Nagycsaládosok Országos Egyesületének folyóirata.

SZN: Schaffer Erzsébet (szerk.) (1997): *Születésnapra. 10 éves a NOE.* Budapest: Nagycsaládosok Országos Egyesülete.

## Hivatkozott irodalom

---

- Cohen, Jean L. (1985): Strategy or Identity: New Theoretical Paradigms and Contemporary Social Movements. In *Social Research*, 52/4: 663–716.
- Cohen, Stanley (1972): *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of Mods and Rockers*. London: MacGibbon & Kee.
- Goode, E. és N. Ben-Yehuda (1994): *Moral Panics: The Social Construction of Deviance*. Oxford–Cambridge, Mass: Blackwell.
- Gusfield, Joseph R. (1994): The Reflexivity of Social Movements: Collective Behavior and Mass Society Theory. In *New Social Movements*. J. R. Gusfield, H. Johntson és E. Laraña (szerk.). Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Gusfield, Joseph R., Hank Johnston és Enrique Laraña (1994): Identities, Grievances, and New Social Movements. In *New Social Movements*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Hunt, Arnold (1997): ‘Moral Panic’ and Moral Language in the Media. In *British Journal of Sociology*, 46(4): 629–664.
- Jordan, Grant és William A. Maloney (1996): How Bumble-bees Fly: Accounting for Public Interest Participation. In *Political Studies*, 44: 668–685.
- Kriesi, H., R. Koopenoms, I. W. Duyvendag és M. Giugui (1995): *New Social Movements in Western Europe. A Comparative Analysis*. London: UCL Press.
- McAdam, D., J. D. McCarthy és M. N. Zald (1996): Opportunities, Mobilizing Structures, and Framing Processes – Toward a Synthetic, Comparative Perspective on Social Movements. In *Comparative Perspectives On Social Movements*. CUP.
- McCarthy, John D. és Mayer N. Zald (1990): Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. In Zald and McCarthy: *Social Movements in an Organizational Society. Collected Essays*. New Brunswick, NJ – London: Transaction Publishers.
- McRobbie, Angela (1994): *Postmodernism and Popular Culture*. London: Routledge.
- Melucci, Alberto (1988): Getting Involved: Identity and Mobilization in Social Movements. In *International Social Movement Research*. Klandermans et al. (szerk.). 1. köt. From Structure to Action, 329–348. Greenwich, CT: JAI Press.
- Olson, Mancur (1997): *A kollektív cselekvés logikája. Közjavak és csoportelmélet*. Budapest: Osiris.
- Opp, Karl-Dieter (1985): Soft Incentives and Collective Action: Participation in the Anti-Nuclear Movement. In *British Journal of Political Science*, 16: 87–112.
- Schlozman, K. L., S. Verba és H. Brady (1995): Participation’s Not a Paradox: The View from American Activist. In *British Journal of Political Science*, 25: 1–36.
- Stoecker, Randy (1995): Community, Movement, Organization: The Problem of Identity Convergence in Collective Action. In *Sociological Quarterly*, 36(1): 111–130.
- Tilly, Charles (1985): Models and Realities of Popular Collective Action. In *Social Research*, 52(4): 717–747.