



kisebbségi és emberi jogi alapítvány

romák reprezentációja a médiában

KEJA füzetek 2



roma representation in the media

KEJA pamphlets 2

Romák reprezentációja a médiában

KEJA füzetek 2

Roma Representation in the Media

KEJA pamphlets 2



*A kiadvány elkészítésével kapcsolatos munkákat végezte és koordinálta: Tisztafilm Kft.
Angolra fordította: Sólyom Erika*

Borítóterv és tördelés: Fo-Szer Bt.

Bevezető

Abban a társadalmi és gazdasági kirekesztettségben, amelyben a romák többsége Magyarországon él, még napjainkban is szinte értelmetlen a rendszerváltás által meghirdetett szabadságjogok érvényesítése. Reprezentatív szociológiai kutatások bizonyítják, hogy a rendszerváltás óta eltelt időszak sem a foglalkoztatás, sem a közoktatás területén nem hozott jelentős javulást a romák többségének.¹ A munka-nélküliség, az alacsony iskolázottság, a tartós szegénység, a rossz egészségi állapot, a nem megfelelő lakhatási körülmények, az előítéletek valamint a diszkriminatív eljárások és mechanizmusok együttesen és egymással kölcsönhatásban valósítják meg a romák társadalmi kirekesztettségét, amelyek a társadalmi és gazdasági beágyazottságuk miatt ge-nerációról generációra újratermelődnek.

Ehhez a folyamathoz szervesen kapcsolódik a romák megjelenítése, szimbolikus reprezentációja és részvétele a többségi társadalmi diskurzusban valamint a médiában. Ahogyan azt Daróczy Ágnes több évvel ezelőtt megfogalmazta: „A mindenkori közgondolkodás – akár elfogadó, akár elutasító – kihát az emberek sorsára. Ezért nem mindegy, milyen képet kapnak a romákról a tömegkommunikációban. Nem mindegy sem a romák, sem a gázsók (nem-

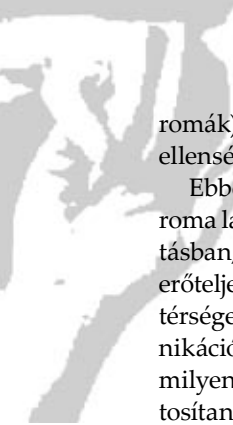
¹ Kemény István – Jánky Béla – Lengyel Gabriella: A Magyarországi cigányság 1971-2003. Gondolat – MTA Etnikai Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Budapest, 2004.

Introduction

The human rights declared as part of the transition are virtually impossible to interpret in the context of social and economic exclusion in which the majority of Roma nowadays live. Representative sociological research provides evidence that, since the transition, neither in the area of employment, nor in the sphere of public education, has the situation for the majority of Roma considerably improved.¹ The social exclusion of the Roma is caused by unemployment, low educational background, permanent poverty, poor health and living conditions, stereotypes as well as discriminative procedures and mechanisms. These factors are interrelated and, being socially and economically embedded, are reproduced from generation to generation.

The presentation of Roma as well as their symbolic representation and participation in the mainstream social discourse and in the media are organically connected to the process described above. As Ágnes Daróczy put it a few years ago, "The existing public thinking, let it be embracing or rejecting, always has an impact on people's lives. That is the reason why it matters what kind of image people receive about the Roma in the media. It matters both for Roma and Gadje (non-Roma), since the pub-

¹ Kemény, István – Jánky, Béla – Lengyel, Gabriella: The Roma in Hungary 1971-2003. Gondolat-MTA, Research Institute for Ethnic and National Minorities Issues, Budapest, 2004.



romák) számára, mert a közhangulat, annak békés vagy ellenséges mivolta mindannyiunkat egyformán érint”²

Ebben a kritikus helyzetben, – amikor a roma és a nem roma lakosság közötti társadalmi távolság úgy a foglalkoztatásban, mint az oktatásban erőteljesen nő, ezen kívül egyre erőteljesebben körvonalazódnak azok a tartósan leszakadó térségek, ahol többségében romák élnek, – a tömegkommunikációs eszközök különös szerepet játszanak abban, hogy milyen tartalmat, formát illetve értelmezési lehetőséget biztosítanak a romák megjelenítésére és összetett kirekesztettségük ismertetésére.

A Kisebbségi és Emberi Jogi Alapítvány arra tesz kísérletet, hogy – a meglévő kutatások alapján – összefoglalja az elmúlt évek romákról alkotott médiaábrázolásait, illetve összegezze azokat a fontos, és mindmáig időszerű megállapításokat valamint javaslatokat, amelyeket a témával foglalkozó szerzők tettek az elmúlt tíz évben. Mindazonáltal fontos kijelenteni, hogy égetően szükséges lenne a téma újbóli feldolgozása, egy átfogó és stratégiai megállapításokat tartalmazó országos kutatás lebonyolítása.

Bízunk abban, hogy ez a tanulmány is elősegíti azt a folyamatot, melynek következtében a magyarországi többségi médiában nem kivételként, hanem normaként jelennek majd meg romák és romákkal kapcsolatos ügyek.

lic morale, which can be either peaceful or hostile, affects all of us to the same degree.”²

The social gap between the Roma and non-Roma population is dramatically increasing, both in employment and in education. Also, those regions where Roma constitute a majority are becoming more and more marginalised in terms of permanent economic poverty. In this critical situation, media has a crucial role to play in the way it presents content, form and what interpretation possibilities it offers for the presentation of Roma and in raising awareness of the complex exclusion that affects Roma.

Based on the results of the available research, the *Minority and Human Rights Foundation* will make an attempt to provide a summary of the media representation of the Roma in the past years. Also, its aim is to summarize those important, relevant and timely statements and suggestions that have been made by experts working in this particular field. At the same time, it is important to emphasize that it would be of crucial importance to re-study this particular topic and to prepare a comprehensive and strategic research on a national scale.

We hope that the present study will also facilitate this process and, as a result, Roma and Roma related issues will appear in the Hungarian mainstream media in the future not as an exception, but as a norm.

² „Identitás és reprezentáció”, Interjú Daróczi Ágnessel és Bársony Jánossal, In Replika Társadalomtudományi Folyóirat: Hétköznapi ellenállás, 1996. December, 23-24#. 261. oldal.

² “Identity and representation”, Interview with Ágnes Daróczi and János Bársony, In Replika Társadalomtudományi Folyóirat: Hétköznapi ellenállás (Everyday resistance), 1996. December, 23-24#. p. 261.

Cigányok a nyomtatott médiában

Messing Vera és Bernáth Gábor 1996 végén és az 1997-es év folyamán – a következőkre választ keresve – átvizsgálták³ a hazai írott sajtót:

- Vajon a korábbi évekhez képest emelkedett-e a cigányság jelenléte a hírekben?
- Melyek azok a szerepek, amelyekben a romák rendre megjelennek?
- Mik azok az ábrázolásmódok, amelyek többnyire hiányoznak?

Megállapításaik a következőkben foglalhatók össze:

A korábbi évtizedekhez képest – amikor a romák mint kisebbség egyáltalán nem jelenhettek meg az írott és elektronikus médiában, illetve a cigánysággal kapcsolatos témák kizárólag szociális kérdésként jelentek meg –, a kilencvenes évek közepére a nyomtatott sajtóban mind a megjelenések gyakoriságát, mind az írások jelentőségét tekintve ugrásszerűen megnőtt a gyakoriságuk. Egy 1994-

³ Bernáth Gábor – Messing Vera: „Vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában, Nemzeti és Ethnikai Kisebbségi Hivatal, 1998. A tanulmányban szereplő felmérésben a szerzők kvantitatív módszerekkel vizsgálták két országos és négy vidéki napilap cigánysággal kapcsolatos cikkeit egy hosszabb időszakban, és elemezték a székesfehérvári „gettóügyként” ismertté vált konfliktus egy rövidebb időszaka során a fontosabb lapokban és hírműsorokban megjelent tudósítások tartalmát.

Roma in the Printed Media

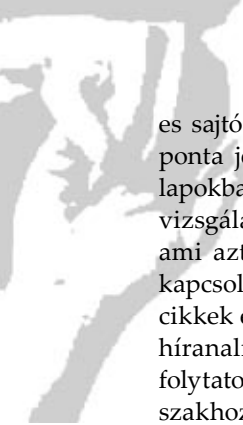
During the second half of 1996 and in 1997, Vera Messing and Gábor Bernáth³ examined the national printed media seeking answers to the following questions:

- Has the presence of Roma increased in the news compared to the previous years?
- What are the roles in which Roma repeatedly appear?
- What are the ways of representation that are mostly missing from the news?

Their observations can be summarized in the following way:

Compared to the fact that Roma related issues appeared exclusively as social issues and articles about Roma as a minority could not appear for a long time both in printed and electronic media, by the mid 90s, the presence of Roma had significantly increased in the printed media both in terms of the frequency of Roma appearance as well as the importance of the articles on Roma. According to a 1994 printed me-

³ Bernáth, Gábor – Messing, Vera: „Inserts, Only in Silence: Roma in the Media in Hungary”, National and Ethnic Minority Office, 1998. In the survey the authors used quantitative methods to examine articles published on Roma in two national and four local dailies during a longer period of time. They also examined the content of reports about a conflict that came to be known as the "getto case" that appeared in major newspapers and news programmes during a shorter period of time.



es sajtóelemzés tanúsága szerint akkoriban átlag 3-4 naponta jelent meg egy-egy roma-témájú írás az országos lapokban, és ezek többsége rövidhír volt.⁴ Az 1997-es vizsgálat már egy év alatt 508 cigányokról szóló írást talált, ami azt mutatja, hogy a legnagyobb hazai kisebbséggel kapcsolatos témák a közbeszéd szerves részévé váltak. A cikkek ekkor csupán 30%-a volt már csak rövidhír, a többi híranalízis vagy interjú, ami arra utal, hogy a romákról folytatott közbeszéd tartalmilag is bővült a korábbi időszakhoz képest.

A cikkek tartalmát vizsgálva a szerzők megállapították, hogy azok többnyire fedik a többségi társadalom cigányoknak tulajdonított általános szerepeit, vagyis az írások leggyakrabban a többségi társadalom romákkal kapcsolatos politikájáról (kormányzati politika, jogalkotás, támogatások), kultúráról, oktatásról, illetve a közösségeken belüli konfliktusokról szólnak. Meg kell említeni továbbá azokat a cikkeket is, melyek a romákat bűnügyekkel hozták összefüggésbe, hisz ezek tették ki az írások egynegyedét. A *Mai Nap* nevű bulvárlap ebből a szempontból külön kiemelésre érdemel, hisz romákról szóló cikkeinek több mint a felében (53%) valamilyen bűnesetet mutatott be, ám más ilyen témájú cikkében az elkövető etnikai hovatartozását nem tartotta fontosnak közölni.

A cigányság kultúrájával a vizsgált lapok cikkeinek egyötöde foglalkozott, jóllehet az egyik vidéki lap (*Hajdú-Bihari Napló*) roma-témájú írásainak több mint fele ebben a témában íródott. A vizsgálat rámutat arra, hogy habár a cigányságot érintő politikai kérdések az utóbbi években

dia survey, articles about Roma appeared in national papers every 3-4 days on average and most of them covered short news.⁴ According to a 1997 research, however, 508 articles on Roma related issues were found, which indicates that the themes concerning the largest minority in Hungary had become an integral part of the everyday discourse. Furthermore, only 30 percent of the articles were short news, the rest consisted of news surveys or interviews. This phenomenon implies that, compared to the earlier period, public discourse about Roma has also expanded in terms of the content of the articles.

Based on the articles, the researchers revealed that the writings more or less reflected the mainstream society's perceived roles of the Roma, that is, most of the articles were about policies of the mainstream society with respect to Roma (government policies, legislation, subsidies), the Roma culture, education as well as conflicts within the community. Another topic covered in the articles was related to Roma involved in crime. These writings need to be mentioned since they made up one-fourth of the total number of articles. A tabloid named *Mai Nap* bears special importance in this respect. More than half (53 percent) of *Mai Nap's* articles cover Roma issues that are related to crime, however, when they cover other crime stories committed by non-Roma, they do not find it important to mention the ethnic background of the perpetrators.

Roma culture was discussed in one-fifth of the examined articles. As an exception, however, more than half of the articles in one of the non-Budapest dailies (*Hajdú-Bihari*

⁴ Vicsek Lilla: Cigánykép a sajtóban, Amaro Drom, 1996. december.

⁴ Vicsek, Lilla: Image of Roma in the Print, Amaro Drom, 1996/12.

egyre nagyobb teret kapnak a hazai sajtóban, a témát ennek ellenére sokkal inkább a többségi társadalom kisebbség-politikájának bemutatása uralja, mint a cigányság politikai önszerveződéséé.

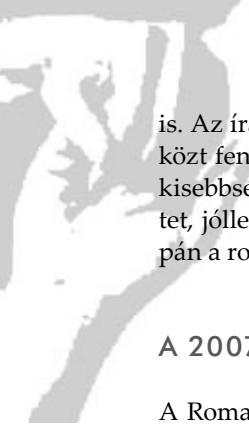
A kutatás nagy hangsúlyt fektetett annak kiderítésére, hogy a cikkekben szereplő romák milyen társadalmi szerepben jelentek meg, mennyire játszottak aktív szerepet az eseményekben, illetve milyen mértékben szólaltatták meg őket a tudósításokban. Az ezekre a kérdésekre adott válaszok jobban rámutatnak arra a problémára, hogy a romák vajon egy, a társadalomtól elkülönült homogén csoport részeiként, vagy önálló személyként jelennek meg. Végző soron ez a tényező gyakorol leginkább befolyást arra, hogy a többségi társadalom romákkal kapcsolatos állásfoglalása mennyire automatikus. A vizsgálat szerint az írások 60%-ában jelentek meg önálló szerepmegjelölés nélküli romák, az összes szereplőnek pedig csak mintegy egynegyede mondhatta el személyesen a véleményét az adott ügyben, a többiekét valaki más tolmácsolásában ismerhették meg. Ez utóbbi különösen azokra volt igaz, akik vagy társadalmi szerepük megjelölése nélkül, vagy valamilyen bűneset szereplőiként jelentek meg, bár tipikusan passzív szerepbe kényszerültek a helyi konfliktusokkal, illetve a szociális és gazdasági kérdésekkel foglalkozó írások roma szereplői is. Aktív szerepben jelentek meg viszont a kisebbségi önkormányzatokról és a roma kultúráról szóló cikkek szereplői, ami végző soron azt a benyomást kelti, mintha a hazai cigányság tevőlegesen kizárólag saját politikai önszerveződésével és kultúrájával foglalkozna.

A cikkek 62%-a számol be valamilyen konfliktusról, ezek több mint egynegyede szociális természetű, de nagy arányban szerepelnek a politikai ellentétek és bűnesetek

Napló) were written on Roma culture. The research pointed out that even though Roma related political issues gained more space in the printed media in Hungary, the theme was still dominated by the mainstream society's minority policies rather than the self-organization of Roma.

This research invested a special effort in finding answers to three questions about the Roma people that are present in the articles: in which social roles are they portrayed; in the reported events how active are they in their roles; and to what extent are they offered to speak themselves in the reports? Responses to these questions shed light on whether the Roma people appear as part of a homogeneous group separated from society, or as independent actors. After all, this latter factor is the one that determines the automaticity of Roma related attitudes of the mainstream society. According to the study, in 60 percent of the writings Roma are depicted without independent roles. Only one-fourth of the total Roma participants were allowed to express their personal opinion about the given issue, the rest of the stories were told by others. This is particularly true in the case of those Roma who appear without any indication of their social roles or as the perpetrators of particular crimes, but, at the same time, Roma are normally passive participants in articles on local conflicts, and those on social and economic topics. However, Roma appear in active roles in articles about local minority self-governments and Roma culture.

62 percent of the articles report some kind of conflict. More than one-fourth of these conflicts are of social nature. However, a large percentage of them are about political conflicts and crime. 90 percent of the conflicts are



is. Az írások az ellentétek 90%-át a többség és a kisebbség közt fennálló konfliktusként mutatják be, növelve ezzel a kisebbségi csoport és a többségi társadalom közti ellentétet, jóllehet a romákat érintő szociális kérdések nem csupán a romákat érintik.

A 2007-es helyzet

A Roma Sajtóközpont 2007 júliusában öt országos napilapot vizsgált, miközben a tartomelemzés módszerével arra kereste a választ, hogy egy hónap alatt hány roma-témájú cikk jelenik meg, illetve azok milyen témakörökben ábrázolják a cigányságot.⁵

Az adott időszakban, a legolvasottabb napilapokban 69 olyan cikk jelent meg, amely vagy kifejezetten romákkal kapcsolatos eseményekkel foglalkozott, vagy valamilyen formában említést tett róluk. Az írások nagyjából fele volt rövidhír, a többi hosszabb hírelemzés vagy riport. 2007 júliusáról elmondható hogy sem olyan nagyobb bel-, sem olyan nagyobb külpolitikai ügy nem volt, amely a sajtó figyelmét anynyira lefoglalta volna, hogy a „kisebb érdeklődésre” számot tartó események kiszorultak volna a média figyelméből.

⁵ 2007. július 1. és 31. között a Magyar Nemzet, a Népszava, a Népszabadság, a Magyar Hírlap és a Bors (korábban Színes Bulvár Lap) című országos napilapokat tettük vizsgálat tárgyává. Jóllehet az elemzésben átvettük a Bernáth és Messing által használt témakör-egységeket, az RSK elemzése méreténél fogva nem kimondottan alkalmas arra, hogy egy összehasonlító analízis alapja legyen. Az elmúlt tíz év változásainak jelzészzerű megjelenítésére viszont megfelel.

presented as conflicts between the minority and the majority, increasing the existing conflict between the minority group and the mainstream society, even though social issues concerning Roma affect others as well.

The Situation in 2007

In July 2007, the *Roma Press Center* conducted a study of five national dailies. Using the method of content analysis, they sought answers to the question of how many Roma related articles appear in these newspapers within the period of one month, and in what kind of topics Roma are portrayed in the articles.⁵

Within the examined period, in the most popular daily newspapers, 69 articles appeared that exclusively dealt with Roma related events, or alluded to them in one form or another. Approximately half of the articles were short news, the rest consisted of longer news analyses or reports. It must be noted that, in July 2007 in Hungary, there were neither internal nor foreign affairs of considerable importance which could draw the attention of the media off the events of "less interest".

⁵ Between the period of July 1 – 31, 2007, Magyar Nemzet, Népszava, Népszabadság, Magyar Hírlap and Bors (formerly known as Színes Bulvár Lap) national dailies were the target of the study. Even though the themes were borrowed from Bernáth and Messing, the analysis of the Roma Press Center does not provide a basis for a comparative analysis due to its limited scope. Nevertheless, it may point to a certain direction concerning the changes of the past ten years.

A romákról megjelent cikkek száma témakörönként, négy országos napilapban 2007. júliusában:

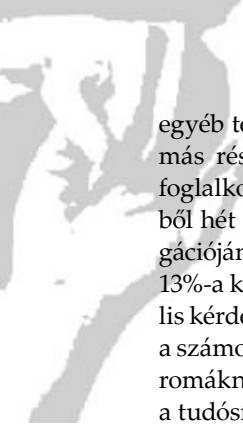
	Cikkek száma
Cigány politikai szervezetek, kisebbségi önkormányzatok működése	2
Kormányzati politika, támogatások	6
Jogi kérdések, kisebbségi jogok	3
Szociális kérdések	9
Munkaerőpiac	1
Gazdaság	-
Kultúra	9
Kisebbségi oktatás	10
Kisebbségi média	-
Egészségügy	-
Bűnözés, rendőrségi tudósítások	12
Interetnikus helyi konfliktusok	2
Külföldi vonatkozású témák	3
Egyéb témák	12
ÖSSZESEN:	69

Az írások téma szerinti megoszlása nagy hasonlóságot mutat a tíz évvel ezelőtti kutatás megállapításaival. A cikkek 17%-a valamilyen bűnüggyel kapcsolatban jelenített meg romákat, igaz 12 hírből 9 arról szólt, hogy az olaszliszakai ügy egyik gyanúsítottja per indítását fontolgatta, mert szerinte az ügyészség jogtalanul használta a lincselés szót, jöllehet eme szándékától később elállt. Ugyanekkorá arányban (a cikkek 17%-a) jelentek meg hosszabb-rövidebb írások Gáspár Győzőről a Bors című napilapban (lásd táblázat:

Number of articles about Roma by theme in four national newspapers, in July, 2007:

	Number of articles
Work of Roma political organizations and minority self-governments	2
Governance, support, subsidies	6
Legal issues, minority rights	3
Social issues	9
Labour market	1
Economy	-
Culture	9
Minority education	10
Minority Media	-
Health issues	-
Crime, police reports	12
Interethnic local conflicts	2
Issues related to foreign affairs	3
Other topics	12
TOTAL:	69

The distribution of the articles by theme shows a great amount of similarity to the observations of the study that was done ten years ago. 17 percent of the articles represented Roma in relation to some criminal event, even though out of 12 news events 9 were about the Olaszliszka case in which the articles reported that one of the suspects of the case was considering filing a lawsuit because he believed that the prosecution had used the term *lynching* wrongly, although later he changed his position and did not file any



egyéb témák), a Győzike-jelenséggel azonban e tanulmány más részében foglalkozunk részletesen. Az írások 14%-a foglalkozott a roma gyermekek oktatásának kérdésével, tizből hét azonban a csörögi roma gyermekek iskolai szegregációjának ügyét tárgyalta. A lapok roma-témájú cikkeinek 13%-a kulturális eseményekről, további 13%-a pedig szociális kérdésekről számolt be. A publikációk alig több mint 8%-a számolt be a kormány roma-politikájáról vagy valamilyen romáknak nyújtott támogatásról, és csak alig több mint 2%-a tudósított a romák politikai önszerveződéséről vagy a kisebbségi önkormányzatok működéséről. Érdekes azonban megemlíteni, hogy az összes cikk 42%-a júli-us 25-e után – vagyis a vizsgált hónap utolsó hetében – jelent meg, és ezeknek is több mint a fele a fentebb említett két ügy – Csörög és Olaszliszka – valamelyikét tárgyalta. Ebből ismét levonhatjuk azt a következtetést, hogy a hazai sajtó nem egyenletesen foglalkozik a magyarországi cigányságot érintő eseményekkel, hanem egy-egy „szenzációsabb” ügyre nagyobb hangsúlyt fektetve, inkább kampány jelleggel. Ahogyan a Bernáth és Messing által megkérdezett többségi szerkesztők nagy része is elmondta: a médiában a problémáknak és a konfliktusoknak van nagyobb hírértékük.

Ha a mostani kutatást összehasonlítjuk a tíz évvel ezelőtt-tel elmondhatjuk, hogy a romákkal foglalkozó cikkek mind darabszáma, mind gyakorisága megnőtt az elmúlt tíz évben csakúgy, mint az írások átlag terjedelme. Kis mértékben változott viszont a többségi társadalom sztereotípiáit követő témák szerinti megoszlásuk és még mindig kimagaslóan magas azoknak az írásoknak a száma, amelyek cigányokat valamely bűnügy kontextusába helyez, ezzel is erősítve a „cigánybűnözésbe”, mint jelenségbe vetett makacs hitet. Sajnálatos módon az a tény szintén nem változott, hogy a ha-

lawsuit. The same proportion (17 percent of the articles) was identified in articles of various length about Győző Gáspár in a daily called *Bors* (cf. *Other topics* in the chart). The *Győzike*-phenomenon will be discussed later in this study. 14 percent of the articles covered the education of Roma children. However, seven out of ten articles were written about the Csörög case of educational segregation. 13 percent of the Roma related articles discussed cultural events. Additional 13 percent presented social issues. Slightly over 8 percent of publications covered the government's Roma related policies or issues related to subsidies provided to Roma, and slightly over 2 percent of the articles reported about the political self-organization of Roma. It is worthwhile mentioning though that 42 percent of the articles came out after July 25 during the last week of the observed month. Even within this timeframe, more than half of the articles discussed one of the above-mentioned cases of Csörög or Olaszliszka. This also indicates that the local press covers Roma related issues unevenly and concentrates only on a few "sensational" issues in a campaign-like manner. As it was noted by Bernáth and Messing, the majority of the editors they interviewed claimed that problems and conflicts are more newsworthy in the media.

Based on the comparison of this study and the one that was conducted ten years ago, it is evident that the presence of Roma has increased in the press, both in terms of the frequency as well as in terms of the length of articles. What has not changed much, however, is the thematic distribution that follows the stereotypes of the mainstream society. Also, to date, there is a very high proportion of articles that portray Roma in the context of crime reinforcing many people's strong belief in "Roma crime" as a phenomenon. Unfortunately it is still typical of local journalism, and this fact has

zai újságírás a romákról készült beszámolóiban jellemzően még mindig, mint társadalmi státusz nélküli, arctalan csoport-embert ábrázolja a hírekben szereplő cigányokat, csak az esetek kisebb részében biztosítva számukra a lehetőséget, hogy személyesen mondhassák el véleményüket az őket érintő ügyekről. Ez egyfelől jelzi a többségi társadalom, és ezen belül a többségi újságírók és a roma közösségek közti nehezen áthidalhatónak tűnő szakadékot, másrészt meg szilárdítja a cigányokkal kapcsolatos masszív előítéleteket.

Egy konkrét ügy

Bernáth és Messing, az úgynevezett székesfehérvári „gettó-ügy” média-visszhangját vizsgálva⁶ a következő fontosabb megállapításokat tette:

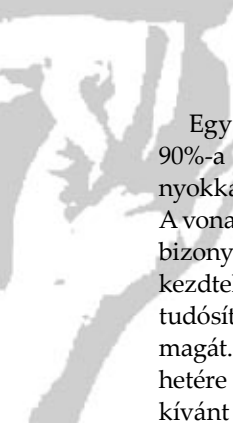
⁶ Bernáth-Messing: „Vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában, 1998. A székesfehérvári „gettó-ügyben” a város önkormányzata a Rádió utca egyik bérházából 13, zömmel közüzemi díjhátraléka miatt jogcím nélküli lakáshasználóvá nyilvánított cigány család kiköltötését tervezte el. Jogvédő szervezetek tiltakozására az önkormányzat tervei folyamatosan módosultak: eleinte egy, a város határán kívül eső telepre, később konténerekbe akarta költöztetni a családokat. Végül az önkormányzat azt a döntést hozta, hogy 30 millió forintot ad családoknak lakásvásárlás céljából. A környező települések lakossága tiltakozó akciókkal gátolta meg, hogy a családok beköltözzenek az ott megvásárolt házaikba, így a székesfehérvári önkormányzatnak kellett elhelyezésükről gondoskodnia. A szerzők 1997. októberétől az év végéig, a kvalitatív és kvantitatív tartalomelemzés módszerével vizsgálták az ügygel foglalkozó média-tudósításokat.

not changed, that Roma are described as people without social status, as if they were faceless group-members only and not individuals and only in a small number of cases Roma are provided an opportunity to speak out and express their personal views about issues pertaining to their own lives. On the one hand, all this indicates a seemingly unbridgeable gap between the Roma communities and the mainstream society including mainstream journalists, on the other hand it reinforces the massive stereotypes about Roma.

A Concrete Case

Bernáth and Messing⁶ conducted a study of the media reaction with respect to the so-called “ghetto case” of Székesfehérvár. Their findings are described below:

⁶ Bernáth-Messing: Inserts. Only in Silence: Roma in the Media in Hungary, National and Ethnic Minority Office, 1998. In the Székesfehérvár “ghetto case”, the city municipality wanted to evacuate 13 Roma families from one of the buildings in Rádió street due to their public utility arrears as thus they fell into the category of illegal users of the flats. Due to the protests of human rights organisations, the municipality’s plans gradually changed. First, they wanted to move the families to a settlement outside of the city, later to move them into containers. Finally, the local government made a decision to grant a 30 million forint subsidy to the families to purchase flats. In response, the inhabitants of the neighbouring settlements blocked the Roma families from moving in. Therefore, it was the Székesfehérvár municipality that had to take care of the families. The authors of the above article examined the media reports published between October and December 1997.



Egy piackutató intézet felmérése szerint a felnőtt lakosság 90%-a értesült arról, hogy mi történt a Rádió utcai cigányokkal, és 87%-uk konkrét véleményt is formált az ügyről. A vonatkozó 142 cikk meglehetősen egyenletlenül jelent meg, bizonyos lapok (Magyar Nemzet, Blikk) pedig csak azután kezdtek foglalkozni az esettel, miután az a rádió és televízió tudósításoknak köszönhetően országos méretűvé nőtte ki magát. Az érdeklődés első csúcspontja november utolsó hetére tehető, amikor a Gettóellenes Bizottság tüntetéssel kívánt tiltakozni a családok konténerbe történő költöztetése ellen, a második pedig december első hetére, amikor országos felháborodás kísérte az ügy megoldására tett javaslatot, mely szerint lakásvásárlásra fordítható rendkívüli gyorssegélyt utaljanak ki a kiköltöztetett családoknak. A legnagyobb figyelmet december harmadik hetében kapta a „gettó-ügy”, amikor a környező falvak lakosai tiltakozásukat fejezték ki a Rádió utcaiak beköltöztetése ellen.

Mind az írott, mind az elektronikus sajtóban az elhangzott véleményeknek csupán egyharmada volt az ügyben érintett romáké, vagy az őket képviselő személyeké, illetve szervezeteké, és még ezek is kétharmad részben közvetve, valaki más tolmácsolásában hangoztak el, míg az ügyben nyilatkozó többségi társadalomhoz tartozók 52%-ban mondhatták el személyesen a véleményüket.

A székesfehérvári „gettó-ügy” kapcsán a magyar sajtó meglehetősen kiegyensúlyozatlanul tájékoztatta a közvéleményt, ami nagyban befolyásolhatta az esettel kapcsolatos állásfoglalások alakulását. A lakosság 63%-a helyeselte a romák konténerbe költöztetését és csak 15%-a ellenezte. A családoknak juttatott másfélmillió forintot a lakosság 81%-a rossz szemmel nézte, és csak 11%-uk támogatta. A média például azt a tényt sem ismertetette, hogy a konténerbe köl-

According to a survey carried out by a market research institute, 90 percent of the adult population heard about what had happened to the Roma living on Rádió street, and 87 percent of them had a distinct opinion about the case. However, the 142 related articles were distributed quite unevenly. Certain dailies (for example, *Magyar Nemzet* or *Blikk*) started to report about the case only after it had gained national attention. The first peak of interest fell on the last week of November when the Anti-Ghetto Committee decided to hold a demonstration of protest. The second peak was in the first week of December when the suggested solution to provide an emergency assistance to the families to enable them to purchase flats was accompanied by a wave of all-country indignation. The “ghetto case” received the strongest attention in the third week of December when the inhabitants of the neighbouring villages protested against the moving in of the Roma families from the Rádió street.

Both in the printed and electronic media, only one-third of the opinions belonged to either those Roma who were personally involved in the case, or to their representatives or organisations representing them. Moreover, two-third of these opinions were presented indirectly via third party’s reporting. In the meantime, 52 percent of non-Roma were provided an opportunity to express their personal opinions.

With respect to the Székesfehérvár “ghetto case,” the Hungarian press informed the public in a rather unbalanced way. 63 percent of the population agreed with the solution to move the Roma into containers and only 15 percent were against such a decision. 81 percent of the people disapproved of the offered 1.5 million forint subsidy and only 11 percent of the interviewed people thought it was fair. The media also did not inform the public about the fact that the

töztetésnek magasabbak lettek volna a költségvonzatai, mint az egyéb, az ellenzők által javasolt megoldásoknak.

A televíziós romakép krónikája

A kilencvenes évek végéig romák csak elvétve szerepeltek a többségi médiában – így a televízióban is – és azt a kevés alkalmat is nagyon zárt tematika jellemezte: a legtöbbször konfliktushelyzetben, bűnügyek kapcsán, a többség és a kisebbség közti konfliktusok szereplőiként láthattuk őket, és csak elvétve kulturális események bemutatásakor. Az első cikk 1997 február 5.-én jelent meg a magyar sajtóban arról, hogy a kisebbségi és az adatvédelmi ombudsmanok állásfoglalása szerint mind a nemzeti és etnikai kisebbségek jogairól szóló-, mind az adatvédelmi törvénnyel ellentétes, a bűnelkövetők vagy gyanúsítottak etnikai hovatartozásának nyilvánosságra hozatala,⁷ a cikk megjelenése után azonban még éveknek kellett eltelni ahhoz, hogy ez a gyakorlat kikapjon a magyar újságírásból.

A közszolgálati magazinműsorok alapvetően jó szándékú⁸ roma-témájú műsorai is javarészt a romák elesettségét, sanyarú szociális helyzetét, kirekesztettségét és más jellegű problémáit hangsúlyozták, ami a nézők körében legfeljebb szánalmat kelteni volt képes, de azt semmiképp nem segítette elő, hogy a Magyarországon élő cigányokról kiegyensúlyozott információkhoz jussanak, vagy hogy a velük szembeni előítéletek csökkenjenek. A média azonban azon

container solution would have cost much more than the other suggested solution which the public disapproved of.

The Chronicle of the Roma Image in TV

Until the end of the 90s, Roma had appeared in the mainstream media only sporadically. These few programmes were characterized by a very narrow scope of themes. Most of the time, Roma were presented in conflict situations, in crime related reports, as participants in conflicts between the minority and the majority, and only rarely in relation to culture. The first article in the Hungarian press was published on February 5, 1997, and referred to the statement of the minority and data protection ombudsman who said that the public announcement of the ethnic background of people who committed crime or who are suspects violated both the National and Ethnic Minority Act and the Data Protection Act.⁷ Change, however, did not happen overnight. Years and years had to pass in order for this practice to stop.

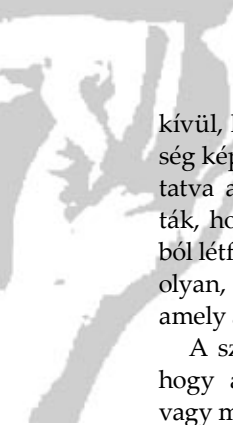
In the magazine programmes of the national public service television, the basically well-intentioned programmes about Roma⁸ depicted mostly their misery, their poor social condition, their exclusion, as well as other problems, which in the viewers evoked only pity. These programmes neither contributed to the provision of well-balanced information about Roma living in Hungary, nor did they

⁷ Uo.

⁸ ROMA KÉP-ZAVAR – Heti Válasz, 2005. június 23.

⁷ Ibid.

⁸ Roma Image Confusion – Heti Válasz, June 23, 2005.



kívül, hogy tükrözi, alakítja is a társadalom én- és kisebbség képét, ezért az amerikai feketék pozitív példáját felmutatva a hazai társadalomtudósok már ekkor hangsúlyozták, hogy a romák társadalmi beilleszkedése szempontjából létfontosságú kérdés az, vajon fel tud-e a média ajánlani olyan, a korábitól eltérő szerepeket a cigányság számára, amely árnyalná a média róluk kialakított egysíkú képét.

A szórakoztató műsorok kimondottan alkalmasak arra, hogy a társadalom bizonyos attitűdjeit megváltoztassák vagy megerősítsék. A „cigányzene délidőben” típusú műsorok muzsikusai, vagy az olcsó kabarétréfák piti bűnözői kivételével azonban romák kizárólag a hírműsorokban je-lentek meg. A sorozatok és beszélgetős műsorok közvetett módon sugároznak értékeket, és ezt a világ fejlettebb televíziós kultúrájával rendelkező országaiban rendre ki is használják. A Magyar Televízió tett ugyan egy bátortalan kísérletet arra, hogy népszerű szórakoztató műsorban roma karaktert szerepeltessen: a nyolcvanas években indult szappanoperában feltűnt Vágási Feriről mindenki tudni vélte, hogy cigány, ráadásul „milyen rendes, családszerető ember”. Mivel roma származása nem tisztázódott, az ő szerepeltetése, mint társadalmi üzenet, hatását tekintve megkérdőjelezhető.

Amikor Bernáth és Messing 1998-ban mélyinterjú-t készí-tettek két akkori, hazai szappanopera producerével, három dologra voltak kíváncsiak. Mi a véleményük a magyarországi romák többségi médiaképéről, mennyire lennének nyitottak roma karakter szerepeltetésére, és mire figyelnének oda egy ilyen karakter megalkotásakor?⁹

⁹ Bernáth Gábor – Messing Vera: Roma szereplő a „Barátok közt”-ben: Az első fejske, 2001.

help to decrease stereotypes against Roma. Besides simply mirroring the society’s self-image and the minority-image, media can also alter certain images. Based on the positive example of African Americans in the United States, it was already then that Hungarian social scientists emphasized that media has a crucial role to play in the social integration of Roma by toning down the one-sidedness of the media image, which was typical in the past.

Entertainment programmes are particularly suitable for changing or reinforcing certain attitudes in society. Apart from the roles of musicians or of perpetrators of small crimes in cheap comedy shows, Roma appeared exclusively in the news. Television series and talk shows indirectly convey messages, which is extensively used by many countries in the world that have a more developed television culture. The Hungarian Television also made a weak attempt at introducing a Roma character in a popular entertainment programme. A soap opera was launched in the 80s with one of its characters, Feri Vágási, who was of Romani ethnicity. Moreover, he was a “very decent, family-centred person.” Since his Romani ethnicity was never clarified, the effect of using him as a social message was questionable.

When in 1998 Bernáth and Messing conducted interviews with Hungarian producers of two former soap operas, they were curious to find out about three things: their opinion about the mainstream media image of Hungarian Roma, whether they would give a role to Roma in their films, and what they would pay attention to in such characters.⁹

⁹ Bernáth Gábor – Messing Vera: A Roma Actor in the Television Series “In the Company of Friends”: The First Swallow, 2001.

A romák többségi médiaábrázolásáról mindkettejük lesújtó véleménye volt. A közszolgálati média kisebbségi magazinjait „alibi műsoroknak” tartották, ahol a szerkesztőségek 25 percben letudják a törvényben foglalt kötelezettségüket, és hozzátették, hogy amíg a szerkesztőségek kulcspozícióiban nem romák ülnek, addig a helyzet lényegesen nem is változhat. Egyikük kifejtette, hogy a helyzet megoldását a romák hatékonyabb önszerveződésében és érdekérvényesítésében, továbbá a kormány határozottabb média-politikájában látja. Azt sem tartotta kizártnak, hogy amerikai és brit mintára normatív szabályzással kellene biztosítani a romák megfelelő arányú média-reprezentációját. Az interjúk alanyai – sok más médiaszakértőhöz hasonlóan – egyetértettek azzal, hogy a hazai médiának nem „díszcígiányokra”, hanem átfogó stratégiára van szüksége. A tessék-lássék módon végrehajtott felületes multi-kulturális médiastratégia – ha lehet mondani –, többet árt, mint használ.¹⁰

A jelen helyzetről szólva úgy vélekedtek, hogy a roma kérdésekre fordított túlzott figyelem sok nézőnek a csatornától való elpártolását eredményezné, azt pedig, hogy az általuk készített sorozatban egy roma karakteren keresztül mutassák be a kisebbséget érő mindennapos hátrányos megkülönböztetést, egyenesen lehetetlennek tartották, mondván az a hírműsorok dolga.

Both producers had a devastating opinion about the portrayal of Roma in the mainstream media. They referred to the minority magazines of the public service television as “alibi programmes” where the editors in 25 minutes easily get done with the legal requirement to broadcast a minority programme. They also added that until Roma fill key positions in the editorial staff, the situation will not change significantly. One of them explained that the solution lies in the more efficient self-organization of the Roma and in enforcing their interests in a more efficient way. Part of the solution should come from the government’s more determined media policies. This producer did not exclude even the use of American and British practice in which normative regulations ensure the appropriate representation of Roma in the media. The interviewees of the study agreed that Hungarian media does not need “Show Gypsies”, but a complex strategy. A superficial media strategy performed in a perfunctory way, to say so, could cause more harm than good.¹⁰

The opinion of the producers about the present situation was that if they were to concentrate too much on Roma issues it could lead to a situation where a lot of viewers would turn to other channels. In their opinion, giving roles to Roma characters in their films in order to show the everyday discrimination of this minority group is close to impossible, and added that this is the mission of news programmes.

¹⁰ Zöld Könyv, A romák médiaábrázolása, 2007.

¹⁰ Green Book, The Portrayal of Roma in the Media, 2007.

Egy roma barátok közt

2000-ben az RTL Klub „Barátok közt” című sorozatában megjelent egy roma karakter, aki a fent említett összes féltelmet cáfolta. A szappanopera a fordulat után is tartotta ki-magaslóan magas nézettségét. A történet szerint a volt álla-mi gondozott baráti társaság közös vállalkozásba kezd, sőt páran közülük ugyanannak a társasháznak a lakói. Egyi-kük – Nóra – jól menő ügyvéd (és az állandó intrikák köze-pette az egyik legjellemesebb és legkedvelhetőbb ka-rakter) nem törődik bele abba, hogy szüleiről semmit sem tud, és apja keresésébe kezd. Számos kaland után rá is talál apjára, Bélára, aki nyomdászként, igen alacsony fizetésből tengőd-ve nyomorúságos körülmények között egy sufniban lakik. Béláról kiderül, hogy roma, így Nóra számára is világgossá válik, hogy félig ő is az, innentől kezdve pedig a jogászno-nek meg kell küzdenie környezete előítéleteivel. Nóra egyik alkalommal meglátogatja édesapját a munkahelyén, ahol azzal kell szembesülnie, hogy apját cigány származása mi-att nem a végzettségének megfelelő pozícióban foglalkoz-tatják. Mikor Nóra ezt szóvá teszi, a főnök, egy – rasszista felhangokat sem nélkülöző – veszekedés után elbocsátja Bé-lát az állásából. Nóra ekkor elhatározza, hogy munkaügyi pert akaszt a munkáltató nyakába.

A roma szereplő felbukkanása után egy telefonos kutatás arra kereste a választ, hogyan fogadja a magyar közönség a kereskedelmi televízió műsorában egy roma karakter felbuk-kanását, és hogy általában milyen attitűddel fogadná a roma tematikát és roma szereplőket a fikciós műfajokban.¹¹ A vá-

¹¹ Uo.

A Roma "In the Company of Friends"

In 2000, in a commercial channel called RTL Klub, a Roma character appeared in a television series called "In the Com-pany of Friends", which confuted all earlier fears. The soap opera kept its high viewers rate also after the introduction of the Romani character. A group of friends decide to launch a business enterprise. One of the characters, Nóra, a well-es-tablished lawyer, is one of the most ethical and loveable cha-racters in the story. She cannot come to terms with the fact that she does not know anything about her parents and thus starts a search for her father. After numerous adventures she finds her father, Béla, who works as a typographer and lives on a very low salary in very poor conditions. It turns out that Béla is Romani. So, it becomes evident for Nóra that she her-self is half-Romani, and, subsequently, she has to struggle with the bias of her environment. On one occasion she visits her father at his workplace where she sees that, due to her father's Romani ethnicity, he is employed in a position that is below his professional level. When Nóra makes a comment on this to her father's boss, following an argument in which the manager speaks in a racist way, the father is dismissed. At this point, Nóra decides to take the case to a labour court to sue the employer.

A telephone survey conducted immediately after the in-troduction of the Roma character sought to find out what the Hungarian viewers thought about the appearance of the Roma character and what the viewers thought of Roma the-mes and characters in fictional genres.¹¹ With the side note

¹¹ Ibid.

laszadók csupán egyötöde ellenezte, hogy az ehhez hasonló sorozatokban romákról legyen szó, ami – figyelembe véve azt, hogy a válaszadók nem feltétlenül voltak nézői a sorozatnak – egyértelműen cáfolta azt a félelmet, mely szerint a roma-téma bevitelle a szórakoztató műsorokba együtt járna a nézők egy jelentős részének elpártolásával.

A szerzők maguk is meglepődtek, amikor azt tapasztalták, hogy a fiatalok közt volt a legmagasabb azok aránya, akik kategorikusan elutasítják a roma-témák megjelenését a szórakoztató műsorokban, és a középkorúak közt volt a legmagasabb az egyértelműen támogatók aránya. A magasabb iskolai végzettséggel rendelkező válaszadók közt nagyobb volt azok aránya, akik támogatták a roma témák megjelenését a szórakoztató műsorokban. Az egyértelműen elutasítók körében a legkisebb arányban szerepeltek a községek lakosai és legnagyobb arányban a fővárosiak.

Amikor a kérdés arról szólt, hogy vajon kívánatosnak tartják-e azt, hogy a romák maguk is szerepeljenek a televízióban, a válaszadóknak már csak mintegy harmada (33%-a) mondott igent, demográfiai változók szerinti megoszlásuk aránya viszont nagy hasonlóságot mutat az előző kérdésre adott válaszokéval: a fiatalok, az alacsony iskolai végzettségűek és a fővárosiak voltak a legelutasítóbbak.

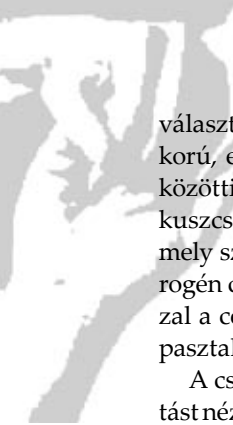
A szerzőpáros azonban arra is kíváncsi volt, hogy maguk a romák hogyan vélekednek a róluk kialakult többségi médiaképről általában, illetve, hogy mi a véleményük a sorozatban megjelent roma-szállal kapcsolatban. Az erre vonatkozó vizsgálat módszeréül a fókuszcsoportos beszélgetést választották, ami igen alkalmas személyes attitűdök és élettapasztalat-töredékek felszínre hozatalára, viszont a vizsgálat eredményeiből, a csoport egészére vonatkozóan, nem lehet általános következtetést levonni. A csoportok ki-

that respondents were not necessarily viewers of this given television series, only one-fifth of the asked people were against the presence of Roma in similar series. This completely confutes the fear that the introduction of Roma related issues into commercial programmes would result in the majority of the viewers switching to other channels.

The authors were quite surprised that viewers showed the highest ratio of those who were clearly against the introduction of Roma related issues in commercial programmes. The middle-aged generation produced the highest ratio of supporters. More than half of the viewers with college and university education supported the introduction of Roma related issues in commercial programmes. Among those who clearly rejected Roma related issues the lowest numbers were among the inhabitants of middle-size towns, while the highest numbers were among people living in the capital city.

When the researchers explicitly asked whether the viewers would favour Roma appearing on television, only one-third (33 percent) responded positively. Based on the demographic variables, the responses show a high degree of similarity to the responses given to the previous question: young people, people with low educational background and those who live in the capital city were the most rejecting.

The authors also wanted to find out how Roma themselves react to the image of them depicted in the mainstream media, and what their opinion is about the Roma issue that appeared in this particular television series. The focus group discussion method was particularly suitable to find out personal attitudes and bring personal life stories to the surface. The ability to record the differences (such as differences between various age groups as well as groups with different life situations or social status) was an im-



választásánál lényeges szempont volt, hogy a különböző korú, eltérő élethelyzetű és társadalmi státuszú csoportok közötti esetleges eltéréseket is regisztrálni lehessen. A fókuszcsoportos kutatás azon módszertani követelményét, mely szerint a résztvevők nem ismerhetik egymást és heterogén csoportot alkotnak, a kutatók „lazábban” kezelték azaz a céllal, hogy az eltérő csoportidentitások és csoporttapasztalatok is felszínre kerülhessenek.

A csoportok a beszélgetések előtt egy 20 perces összeállítás néztek meg a sorozatból, majd megbeszélték a látottakat. Minden csoport egységesnek bizonyult abban a tekintetben, hogy az összeállítás kirekesztéssel és előítéletekkel kapcsolatos szálát tartották a leghitelesebbnek és legégetőbbnek, demográfiai jellemzőiktől teljesen függetlenül. Túlnyomó többségük saját kirekesztéssel kapcsolatos tapasztalatait ismertetve érvelt a sorozatban látott szituáció valóságosság mellett. A csoporttagok számára Nóra és Béla története nem a cselekmény vagy a szereplők révén, hanem a történetben tapasztalható „hiányok” miatt válik hiteltelenné. A második csoport vidékről Budapestre költözött értelmiségi fiataljai szerint Béla szerepe elnagyolt, és sok esetben nem több, „mint az előítéletek passzív, arctalan céltáblája”. „Végre olyan sorozatnak kellene lenni, amelyben pozitív dolgok is benne vannak” – foglalták össze plasztikusan.

A szórakoztató műsoroknak, és így a sorozatoknak indirekt hatása az is, hogy a közönségnek identitás-mintákat mutatnak fel, illetve erősítenek meg. A „Barátok közt” által sugalmazott roma identitás-minta leginkább a budapesti roma fiatalokat kavarta fel, akik a legélesebben ismerték fel Nóra dilemmáját, ahogy felfedezi roma származását, szembesül a környezetében tapasztalt, ezerfelől érkező elutasítással, illetve ráébred arra, hogy mindezek felőrölték apja büszkesé-

portant consideration in choosing the focus groups. One of the methodological requirements of the focus group research, i.e. that the participants cannot know each other and that they should make a heterogeneous group, was handled “less strictly” by the researchers this time with the specific aim that, in this way, the different group identities and group experiences may also come to the surface.

Before the discussions, the group had been shown a 20-minute compilation from the series and then a discussion followed. Each group showed uniformity in that they found the thematic thread of exclusion and stereotypes in the film segment most authentic and most crucial. The majority of the group argued for the realistic nature of the situation shown in the film, sharing their own experiences about exclusion. For the members of the group, Nóra’s and Béla’s story becomes unauthentic not because of the story line itself or the acting of the actors, but due to the “deficiencies” in the story. In the opinion of the second group which consisted of young intellectuals who had moved to Budapest from the countryside, Béla’s role is superficial and, in many cases, he is not more than a “passive and faceless target for stereotypes.” The group summed up their opinion in a tangible way stating that “Ultimately we need a television series that contains positive things, as well.”

One of the indirect effects of the programmes is that identity models are shown to the audience and that these models are reinforced. The Roma identity model in the series entitled “In the Company of Friends” stirred emotions among the young Roma in Budapest who most sharply sensed Nóra’s dilemma as she discovered her Romani origin and faced prejudices. At the same time, she realizes that all this ruined her father’s pride and resistance. Paradoxically, it

gét és ellenállását. Paradox módon épp a második budapesti csoportban egyhangúan az volt a vélemény, hogy a roma nézők nem fognak tudni azonosulni Nórával és az apjával, ám úgy vélték, hogy a nem roma közösségből szolidaritást válthat ki a sorozat. A vidéki csoportokban, ahol nagyobb hitelességet tulajdonítottak a két sorozatbeli roma karakternek, úgy vélték, hogy a nem roma nézők az előítéletes (és egyébként negatívan beállított) szereplőkkel fognak inkább azonosulni, előítéleteik pedig megerősítést nyernek.

Lehetséges folytatásnak minden csoportban azt tartották, hogy Nóra és édesapja megnyeri a kirekesztő munkáltatót elleni pert, ily módon elégtételt véve az őket (és a cigányság egészét) ért igazságtalanságokért. Ahogy egyikük fogalmazott, Nóra nem adhatja fel, „mert az igazságért harcol.”

Sikerek és kudarcok

Az Integrációs Roma Szövetség és a kisebbségi ombudsman 2003 első felében panaszbeadványban fordult az Országos Rádió és Televízió Testülethez, amelyben kifogásolták az egyik kereskedelmi csatorna, a TV2 által főműsor időben sugárzott „Bazi nagy roma lagzi” című szórakoztató produkciót. Az Irigy Hónaljmirigy nevű formáció által jegyzett műsor a beadvány szerint „nyíltan megsértette a roma kisebbség alapvető érdekeit, és alkalmas annak faji szempontokon alapuló bemutatására és kirekesztésére.”¹² Kaltenbach Jenő ombudsman a Testülethez intézett beszá-

was the unanimous opinion in the second Budapest group that the Roma viewers will not be able to identify with Nóra and her father. At the same time, the group believed that the series could possibly evoke solidarity in the non-Roma community. The non-Budapest focus groups who attributed more authenticity to the two Roma characters in the series believed that the non-Roma viewers will rather sympathize with the actors who have prejudices.

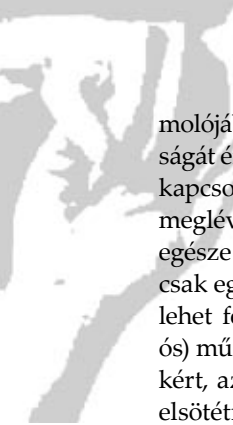
In all the groups, a possible continuation of the story was that Nóra and her father will win the lawsuit against the company and, in this way, remedy the injustices in their lives (and in the life of the entire Roma community). As one of the group members put it, “Nóra cannot give it up” since “she fights for justice.”

Successes and Failures

In the first half of 2003, the Roma Association for Integration and the minority ombudsman filed a joint complaint with the National Radio and Television Authority. According to the complaint, during prime time, TV2 broadcast an entertaining production entitled “My Big Fat Roma Wedding.” According to the complaint, the programme created by the music group called *Irigy Hónaljmirigy* “openly humiliated the basic interests of the Roma minority by representing them from a racially biased perspective, and thus giving basis for racial discrimination.”¹² Ombudsman Jenő Kaltenbach

¹² Az ORTT a roma lagziról – Roma Sajtóközpont, 2003. április 3.

¹² The National Radio and Television Authority about the „Roma Wedding”, Roma Press Center, April 3, 2003.



molójában jogalkotási javaslatot is tett a közösségek méltóságát érintő kérdésekben, miután úgy ítélte meg, hogy ezzel kapcsolatban hiány tapasztalható a magyar jogrendben. A meglévő szabályozások szerint ugyanis mivel egy közösség egésze nem jogi személy, méltóságának megsértése esetén, csak egyes tagjainak és nem a közösség egészének nevében lehet fellépni. A rekordnézettségű (majdnem hárommillió) műsort követően nem sokkal a tévé vezetése bocsánatot kért, az Országos Rádió és Televízió Testület pedig félórás elosztótítésre ítélte a csatornát, mert állásfoglalásuk szerint a deviáns viselkedési formáknak a kisebbség állandó jellemzőiként való feltüntetése „hozzájárulhat a kisebbségekkel szemben táplált előítéletek elmélyüléséhez és a diszkrimináció legitimitásának megteremtéséhez”.¹³

Az irányadó ORTT döntés mellett erről az időszakról elmondható, hogy a kereskedelmi televíziós csatornák fogékonnyá váltak a hazai romák és a velük kapcsolatos témák bemutatására. Friderikusz Sándor nagy nézettségű beszélgetős műsorában először szerepeltetett roma fiatalokat,¹⁴ amikor meghívta a Fekete Vonat nevű pop együttes tagjait, akik közül, az azóta kimagaslóan sikeres szóló karriert befutott L.L. Junior azóta is a kereskedelmi adók és bulvárlapok kedvelt szereplője. Fábry Sándor az RTL Klubon futó, szintén nagynézettségű esti műsorában a konkurens TV2 botránya után pár hónappal hívott meg roma vendégeket, nem kisebb vihart kavartva, mint a „Bazi nagy roma lagzi”. Ahogy Szuhay Péter, a Néprajzi Múzeum roma gyűjteményének vezetője fogalmazott az Élet és Irodalomban:

expressed his opinion that there is a hiatus in the legal system with respect to this issue, and in his report submitted to the Authority made a recommendation with respect to issues concerning the dignity of communities. In accordance with the current regulations, a community as a whole is not considered as a legal entity. In case of an action that humiliates the dignity of a community, one can make a complaint only as an individual member of the community and not as an individual representing the entire community. Shortly after the broadcast of this popular show, the TV management made a public apology. Also, the National Radio and Television Authority ordered a 30-minute blank screen as a punishment. The Authority's position was that representing deviant behavioral traits as the permanent characteristics of a minority group "may lead to the reinforcement of negative stereotypes against the given minority group."¹³

The commercial channels subsequently became more sensitive about the way Roma in Hungary and issued related to them are represented. In his popular talk show, Sándor Friderikusz for the first time invited Roma.¹⁴ His guests were members of the *Fekete Vonat* pop group. L.L. Junior, for example, had by that time reached an outstanding solo singer career. After the scandal on TV2, Sándor Fábry, the host of a show, in his similarly very popular show on the competitor RTL Klub commercial channel, also invited Roma guests. The show made as large a scandal as the "My Big Fat Roma Wedding." As Péter Szuhay, the curator of the Roma collection of the Hungarian Museum of Ethnog-

¹³ ROMAKÉP-ZAVAR – Heti Válasz, 2005. június 23.

¹⁴ Uo.

¹³ Roma Image Confusion – Heti Válasz, June 23, 2005.

¹⁴ Ibid.

„a humorosnak szánt műsor úgy tematizálja a cigányok megítélését (még ha ők részt is vettek az alkotási folyamatban, s ez által legitimálták azt), mint egzotikus embereket, akiknek más, cigányos beszédmódjuk, saját törvényeik, főnökségük és netán királyságuk van”.

Ezen a ponton vissza kell utalnunk arra a megállapításra, hogy a szórakoztató műsorok indirekt módon hatást gyakorolnak identitás-minták bemutatásán keresztül, így több szempontból meg kell vizsgálnunk a műsorkészítők felelősségének kérdését. A Bernáth és Messing által meginterjúvolt televíziós producerek egyetértettek azzal a – más szakemberek által is osztott – nézettel, hogy egy egységes média-etikai kódex megalkotása nemhogy nem szükséges, de a szólás- és véleménynyilvánítás szabadsága szempontjából komoly aggályokat vethetne fel. Arról, hogy egy kisebbségi csoport – legyen az etnikai vagy más jellegű – kultúrájával és hagyományaival mennyire „lehet viccelni”, vagy az adott műsorban elhangzottak mikor sértik az egyén vagy csoport méltóságát, a vélemények¹⁵ mindig meg fognak oszlani, jóllehet a kérdésben kompetens hatóságok részéről születtek olyan elméleti és gyakorlati állásfoglalások, amelyek irányadónak tekinthetők. Arra sincsenek örök, egységes szabályok, hogy az egyes kisebbségek ábrázolásakor mi a kívánatos és mi a kerülendő, bár abban minden szakember egyetért, hogy a pontos és sokszínű tájékoztatás megvalósítása szakmai kötelesség részének tekinthető.¹⁶

A hazai kereskedelmi televíziózás történetében örvendetesen pozitív példának tekinthető a TV2 – kisebb szü-

raphy put it in *Élet és Irodalom* literary and cultural weekly, “even though the show was meant to be humorous, it presented Roma as exotic people with their own Romani dialect, with their unique laws, unique leaders, and probably a unique kingdom of their own.”

Through the representation of various identity models, the entertaining programmes have an indirect effect on the viewers. This is why the responsibility of programme editors has to be examined from various angles. The television producers interviewed by Bernáth and Messing agreed that it is not only unnecessary to create a unified media-ethics code, but it would also create numerous problems regarding the freedom of speech. Opinions are very much divided about the issue of how far one can go in “making jokes” about the culture and traditions of minority groups – let it be an ethnic group or another minority group. Also, it is impossible to reach a consensus about when a certain programme humiliates the dignity of an individual or a group as a whole: opinions will always differ.¹⁵ However, there have been theoretical and practical statements made by competent authorities that could serve as guidelines in this respect. Also, there are no ever-lasting unified rules about the way minorities shall or may be depicted in terms of what is favorable and what is avoidable. Still, all experts agree that an accurate and many-faceted representation is part of a professional commitment.¹⁶

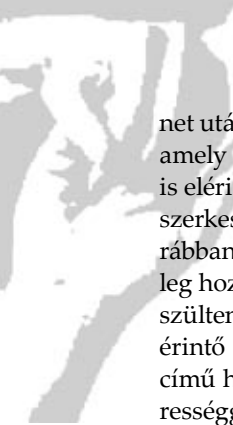
In the history of the national commercial television, a positive example is provided by the equal opportunities prog-

¹⁵ Zöld Könyv, *A romák médiaábrázolása*, 2007.

¹⁶ Uo.

¹⁵ Green Book, *The Media Portrayal of Roma*, 2007.

¹⁶ Ibid.



net után újrainduló – Strucc című esélyegyenlőségi műsora, amely a kedvezőtlennek tekinthető késő éjjeli műsorsávban is eléri az adásonkénti negyedmilliós nézettséget. A műsor szerkesztőségében riporterként dolgozó egyik újságíró korábban a Roma Sajtóközpont munkatársa volt, ami vélhetőleg hozzájárul ahhoz, hogy a műsor szakmailag igen felkészülten és sokszínűen közöl riportokat, a hazai újságyságot érintő témákban is. Az RTL Klub Fókusz és a TV2 Aktív című hír-jellegű magazinműsorai is viszonylagos rendszerességgel foglalkoznak roma témákkal, ám ezeket a produkciónkat inkább a „bulvárosabb” hangvétel, mint a tájékoztató jelleggel bíró beszámolók jellemzik.

Roma csillagok: Megasztár és Győzike Show

2005 első felében nagyjából egy időben indult útjára a TV2 zenei tehetségkutató versenye a Megasztár és az RTL Klub valóság show-ja a Győzike Show. A Megasztár esetében a szakmai zsűri az egész országból jelentkező fiatalok közül válogatta be a műsorba a legtehetségesebbeket, de a show készítői arra is figyeltek, hogy a produkcióban versenyző énekes-tehetségeket hosszabb-rövidebb riportfilmekben keresztül a nézők személyesen is megismerhessék. Mindenkit jócskán meglepett, amikor az első széria döntőjébe a kimagaslóan tehetséges Tóth Vera mellé, a Tiszadobról érkezett állami gondozott cigánylányt, Oláh Ibolyát szavazta be a közönség, annak ellenére, hogy kirobbanó temperamentumával és vadságával kivívta sokak ellenszenvét. Ennél is meglepőbb volt az, hogy a második szériát éppenséggel egy roma származású fiatalember, Molnár Ferenc „Caramel” nyerte a nézők sms szavazatai alapján, és az is tény,

ramme on TV2 called *Strucc*. The programme started to broadcast after a short period of break and reached a quarter million of viewers. One of the reporters of the editorial was a journalist who had worked for the *Roma Press Center*. This has apparently significantly contributed to the fact that the channel broadcasts reports about Roma that are made with great professionalism and thorough preparation. TV news-like programmes called *Fókusz* at RTL Klub and *Aktív* at TV2 broadcast magazine programmes on Roma on a relatively regular basis. However, these programmes are more based on a “tabloid” tone as opposed to programmes that are of objective information nature.

Roma Stars: Megasztár and the Győzike Show

In the first half of 2005, two programmes were launched on commercial channels: on TV2 a music talent show called *Megasztár* and, on RTL Klub, a reality show called *Győzike Show*. Young talented people from all over Hungary could apply to participate in *Megasztár*. Professional jury members selected the most talented applicants. Report films were shot about the musicians so that the viewers had a chance to get to know them on a more personal level. Everyone was quite surprised when, in addition to the highly talented singer Vera Tóth, Ibolya Oláh was also selected among the finalists. Ibolya is Romani and comes from a foster home from a small Hungarian town, Tiszadob. Being quite temperamental, with her ferocity she evoked dislike in many people. The winner of the second series was another young musician of Romani ethnicity, Ferenc Molnár, also known as “Caramel.” Following their short television shows, both Ibolya and

hogy mind ő, mind az első szériában nagy sikerrel szereplő Oláh Ibolya és Gáspár László röviddel tévés szereplésük után, lemezszerződéssel a zsebükben léptek az azóta is töretlenül felfelé ívelő karrierjük útjára. Mind a roma, mind a nem roma közönség kitüntetett figyelemmel és sok ezer eladott lemezzel hálálta meg tehetségüket, és mindhárman a szórakoztató műsorok és bulvárlapok kiemelt szereplői ma is.

Szuhay Péter a Néprajzi Múzeum roma gyűjteményének vezetője megjegyezte, hogy a roma és nem roma versenyzők vetélkedése sikerrel generalhatott rekord mennyiségű sms szavazatot¹⁷ (és az emelt díjas tarifának köszönhetően rekordbevételt) a *Megasztár*-ban, azonban ne felejtjük el, hogy a verseny roma szereplőinek sikerei és a többségi társadalom részéről tapasztalható elismerés részben szólt a tehetségnek, másrészt viszont tökéletesen beleillik a nem romák romákról alkotott évszázados prekoncepciójába, mely szerint a cigányok ügyes szórakoztatók és tehetséges zenészek. Kerényi György a Rádió C egykori vezetője ehhez hozzáteszi, hogy a szociálpszichológiában ismert a „bekerítés” jelensége, amely szerint a többség a közösség egy részét elfogadja és kiemeli, de annál inkább összezár a kisebbség többi tagja felé.¹⁸ Mindemellett fontos megállapítani, hogy a többség hajlamos a kisebbség tagjainak megnyilvánulásait a közösség egészére vonatkoztatni, ami a roma hírességek vállára óriási felelősségként nehezédhet. A *Megasztár* roma tehetségei bemutatkozó filmjeikben rendre úgy nyilatkoztak, hogy ők nem valamely kisebbség, hanem kizárólag saját maguk képviselőitében szerepelnek. Kiemelkedik a sor-

László were offered a record contract, and the career of both of them has been going upward ever since. Both the non-Roma and the Roma audience have been paying special attention to them. People express their appreciation by buying thousands of their records. Ever since the show and even today, all three performers have been important figures of entertainment programmes as well as of tabloid papers.

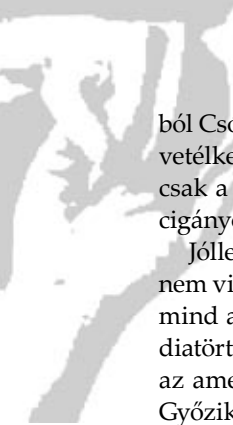
Péter Suhay noted that even though the competition of the Roma and non-Roma participants in *Megasztár* must have generated a record amount of text messages,¹⁷ one should not forget that the success of the Roma participants in the eyes of the mainstream society is only partially related to their acknowledged talent. One of the other reasons of the success might be also related to the century-long preconception about the Roma that Roma are skilful entertainers and musicians. György Kerényi, one of the former managers of Hungary's Roma radio called Rádió C, said that "enclosure" is a well-known phenomenon in social psychology. The mainstream society picks out and accepts part of the minority community but, at the same time, becomes less inclusive towards other members of the same group.¹⁸ Additionally, it is also important to note that the members of the majority tend to identify any manifestations by the minority group members with the entire group. This poses an enormous responsibility on Roma celebrities. In their introductory films, the Roma participants of *Megasztár* introduced themselves as individuals who represent exclusively themselves and not the entire minority community they belong to. One remarkable

¹⁷ ROMA KÉP-ZAVAR - Heti Válasz, 2005. június 23.

¹⁸ Uo.

¹⁷ ROMA KÉP-ZAVAR - Heti Válasz, 2005. June 23.

¹⁸ Ibid.



ból Csóka János, az RTL Klub *Legyen ön is milliomos!* című vetélkedő cigány „hőse”, aki úgy nyilatkozott, hogy nemcsak a családjáért és önmagáért játszott, hanem „azokért a cigányokért is, akiket rengeteg előítélet ér”.

Jóllehet hatását tudományos módszerekkel mindeztidáig nem vizsgálták és a műsor jócskán megosztja mind a laikus, mind a szakmai közvéleményt, kétségtelen tény, hogy médiatörténeti értékű döntés volt az RTL Klub részéről, hogy az amerikai *The Osbournes*¹⁹ mintájára újtára bocsátotta a *Győzike Show*-t. A Romantc együttes frontembereként, és *Való Világ* – szintén az RTL Klubon korábban műsoron lévő kandi valóság-show időszakos – szereplőjeként országos ismertséget szerző roma zenész salgótarjáni házáat első ízben 2005-ben februártól decemberig kamerázta be a kereskedelmi televízió. A főműsoridőben, hetente jelentkező produkció 2005 húsz legnézettebb televíziós programjából kilencet tudhat magáénak. Sosem nézték kevesebben 1,65 millió nézőnél, de olyan is volt, hogy 2,7 millió ember volt kíváncsi a négytagú család mindennapjaira.

Az RTL Klub hírigazgatója akkor úgy nyilatkozott, hogy *Győzike*-t nem mint cigányt, hanem mint érdekes és szórakoztató személyiséget szerepeltetik, aki történetesen roma. Ennek a véleménynek gyökeresen ellentmondó részleteket lehetett felfedezni a műsorban, kezdve a főcímenén, a főszereplők által használt cigány nyelvű kifejezéseken át, a nemegyszer jócskán erőltetettnek ható kalandokig. Ezzel a kérdéssel kapcsolatban maga a főszereplő, Gáspár Győző is ellentmondásos nyilatkozatokat tett. „Példát akarok mu-

example is János Csóka, the Roma “hero” of RTL Klub’s television game *Legyen ön is milliomos!* (*Be a Millionaire!*). In an interview, he said that he had played not only for himself and for his family but also “for those Roma people who had been experiencing massive discrimination.”

The launch of the *Győzike Show* by RTL Klub following the pattern of the American reality show *The Osbournes*¹⁹ was a historical decision in the media. The main character of the show is a lead singer of a popular group *Romantic*. In addition, he had earlier been involved in RTL Klub’s previous reality show called *Való Világ* (*Real World*), where he had already gained national publicity. For the first time, between February and December 2005, the commercial television equipped his house in Salgótarján with cameras.

The weekly show was aired during prime time. Out of the twenty most watched television programmes in 2005, nine were episodes of the *Győzike Show*. The number of viewers never went under 1,65 million people, but there was an occasion when 2,7 million people were curious about the everyday life of the four-member family.

Back then the news director of RTL Klub said in an interview that *Győzike* is put on the programme not as a Roma person, but rather as an interesting and entertaining individual who happens to be of Romani ethnicity. This is contradicted by several examples found in the show, in the use of expressions in the Romani language by the main characters, and by the frequently unnatural adventure stories.

¹⁹ Ozzy Osbourne rock zenész és családjának életét bemutató népszerű valóság-show (forrás: www.wikipedia.org).

¹⁹ The popular reality show about the life of a rock musician Ozzy Osbourne and his family (Source: www.wikipedia.org).

tatni a cigány gyerekeknek, hogy lássák, az ő álmaik is teljesülhetnek. A céloom az, hogy az emberek megismerjék a roma kultúrát és szokásokat” – mondta egy helyütt, más-hol az őt ért vádakra reagálva megjegyezte, hogy ha valakit lejáratott a show-beli szereplésével, akkor csakis saját magát. Daróczi Ágnes a már fentebb említett jelenségre hivatkozva kijelentette, hogy Győzikenek közszereplőként tudatában kell lenni annak, hogy szavait az egész közönség véleményeként fogják a nézők értelmezni.²⁰ Antalóczy Tímea szociológus ezzel ellentétes véleményt fogalmazott meg, amikor úgy nyilatkozott, hogy maga Győzike sem a romaságra utalt folyamatosan, hanem kizárólag saját magát, roma származása pedig nem életmódjában vagy értékrendjében, hanem csak a szavak szintjén, külsőségekben nyilvánult meg.²¹ Kétségtelenül sok szakértő hozza fel a sorozattal kapcsolatos félelmek cáfolatául, hogy az újjazdag, palotában élő, szemmel láthatóan milliomos Gáspár, extrém életmódjával nem ad teret az általánosításoknak.

Nem így vélekedik sok szakértő, akik szerint a sorozatban látható bizonyos történések különösen alkalmasak arra, hogy egyszerű általánosítások révén a cigányság egésze ellen irányuló indulatokat gerjesszenek. Daróczi János, a Magyar Televízió Roma Magazinjának szerkesztője azt a burleszk-szerűen beállított jelenetet említi, amelyben Győzike összepofozkodik egy másik cigány emberrel. Meglátása szerint ugyan a szakember számára egyértelműen kiderül, hogy beállított jelenetről van szó, ennek ellenére a valóságosnak

The main character, Győző Gáspár, himself made contradictory comments in his interviews. For example, “I would like to set an example for Roma kids so that they can see that their dreams can also come true. My goal is to help people learn about Roma culture and traditions”. On other occasions when he was accused of spreading a bad image of the Roma, his response was that the only person getting a bad name or reputation should be only himself. According to Ágnes Daróczi, Győzike should be aware that his words are interpreted by the viewers as the opinion of the entire community.²⁰ Sociologist Tímea Antalóczy expressed an opposite opinion saying that Győzike himself does not refer to his own Romani identity, but exclusively to himself.²¹ Apparently, many experts express their counter views concerning the fears of misrepresentation about the programme saying that the evidently millionaire Gáspár, living in a super rich palace, cannot possibly provide a ground for generalizations.

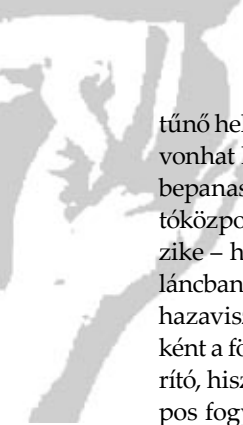
Many experts expressed opposite views, for instance, that certain events in the show are particularly suitable for deducting simplified generalizations about the Roma and that this could lead to hatred towards the entire minority. János Daróczi, editor of the Roma Magazine of the Hungarian Television, for example, referring to the burlesque-like scene where Győzike gets into a fight with another Romani man, said that an expert can easily see that the scene was made up, but average viewers may deduct far

²⁰ ROMA KÉP-ZAVAR – Heti Válasz, 2005. június 23.

²¹ Haszán Zoltán – Gáspár Győző szerepei, Népszabadság, 2006. január 6.

²⁰ Roma Image Confusion – Heti Válasz, June 23, 2005.

²¹ Haszán Zoltán – Győző Gáspár’s Roles, Népszabadság, January 6, 2006.



tűnő helyzetből az átlag néző messzemenő következtetéseket vonhat le a cigányság egészéről. A jelenetet több szervezet is bepanaszolta a médiahatóságnál.²² Lakatos Elza, a Roma Sajtóközpont újságírója azt a jelenetet kifogásolta, amikor Győzike – hogy pénzt takarítson meg – egy ismert nagyáruházláncban vásárol, főleg élelmiszert, húszezer forintért. Amikor hazaviszi, felesége Bea, az áruk minőségét fitymálva egyenként a földre dobálja azokat. Lakatos szerint a jelenet felháborító, hiszen „sok roma számára ezek az áru fajták mindennapos fogyasztási cikkek”. Sok nézőből váltott ki ellenérzést a cigányvajda-avatás, vagy a család kutyájának halálát bemutató epizód. Antalóczy Tímea szerint csupán arról van szó, hogy a műsor készítői „eladható” szerepeket alkottak a roma családnak,²³ ám megfelelő tudományos kutatás hiányában nehezen megbecsülhető, hogy a műsor készítőinek milyen arányban sikerült meggyőzni a nézőket arról, hogy a valóságot látják. Daróczi János szerint Győzike csupán eszköz volt a show-ban és nem valószínű, hogy tisztában van azzal, mekkora kárt okozott szereplésével a magyarországi cigányságnak. Az igazi felelősség a műsoron sokat kereső RTL Klubot terheli.²⁴ A csatorna hírigazgatója erről másként vélekedik. Szerinte sok roma szervezet tartotta hasznosnak a sorozatot, Kolosi Péter programigazgató pedig egyenesen úgy fogalmazott, hogy a sorozat nem mélyítette, hanem csökkentette az előítéleteket, arra pedig „ahogyan Gáspárék élnek, sok nem roma család is büszke lehet. Nem az anyagiakra gondolok, hanem arra a szeretetre, amely a családtagokat összekö-

reaching conclusions about Roma. Because of this scene, a number of organizations filed complaints with the Media Authority.²² Elza Lakatos, a *Roma Press Center* journalist, criticised the scene where Győzike, in order to save money, bought grocery products in the amount of 20,000 forints in one of the well-known large chain-stores. When he goes home, his wife Bea, belittling the poor quality of the products, throws them on the ground. According to Lakatos, this scene is outrageous since “for a lot of Roma these products are everyday consumption items.” Many viewers disliked the episode about the ceremony of choosing the leader of the Roma community or the episode about the death of the family’s dog. In Tímea Antalóczy’s view, the producers of the programme gave the Roma characters “roles that sell well”.²³ However, it is difficult to judge what the viewers believe from what they see: is it reality or is it not? According to János Daróczi, Győzike was only a tool in the show and, most probably, he is not aware of the fact how harmful his presence on TV is for the Roma community. The real responsibility, however, is with the RTL Klub.²⁴ According to the news director of the television, a lot of Roma NGOs found the show useful. The programme director, Péter Kolosi, said that the show did not reinforce the stereotypes, but even made them weaker. And, referring to the life of the family, he added that “it may serve as an example for many non-Romani families in terms of the love among the members of the family.” According

²² Uo.

²³ Uo.

²⁴ Uo.

²² Ibid.

²³ Ibid.

²⁴ Ibid.

ti.” Gáspár Győző szerint irigység van az őt ért támadások háttérében.

Kétségtelen, hogy a Gáspár Győzőről és családjáról szóló valóság-show merőben új képpel gazdagította a többségi társadalom cigányokról alkotott sematikus képét, ám bár ahogy Messing Vera rámutat, a sikeres roma képe nem feltétlenül készíti az előítélet átgondolására tulajdonosát, ehelyett hajlamos arra, hogy csupán kivételnek vagy valamilyen speciális alesetnek fogja fel azokat a jelenségeket, amelyek nem illeszkednek előítéletes világgképébe.²⁵

Általános összefoglalás

A tartalomelemzések²⁶ azt mutatják, hogy a többségi média-kép fő tematikája nagyjából egybeesik a magyarországi romákkal kapcsolatos sztereotípiákkal. A magyarországi romák három nagyobb témakörben kaptak jelentős figyelmet a médiától: mint konfliktusforrás; „a cigány kultúra”; és a szegénység témakörében. Ezen kívül fontos megemlíteni, hogy a hazai média-tudósítások még mindig nagy számban mutatnak be romákat valamilyen bűnténnyel kapcsolatban, ami nagymértékben felelőssé tehető a többség tudatában századok távolságából fennmaradt „cigánybűnözés” téveszméjéért, vagyis azért a gondolati konstrukcióért, ami egyenlőség-jelet tesz a cigány származás és a bűnöző életforma között.

²⁵ sZ - Muzsikus cigányok vagy roma műsorvezetők?, Index, 2005. június 5.

²⁶ Bernáth Gábor - Messing Vera: „Vágóképként, csak némában” - Romák a magyarországi médiában, 1998.

to Győző Gáspár, envy is in the background of the attacks against him.

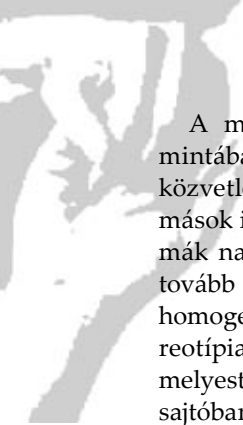
The Gáspár show has provided a completely new image for the mainstream society. However, as Vera Messing points out, the image of a successful Romani person does not necessarily make a person holding biased views to rethink his or her beliefs. On the contrary, they tend to believe that a successful Romani person is only an exception who may belong to a unique group, which does not fit in their set of values based on stereotypes.²⁵

General Summary

Contextual analyses²⁶ show that the mainstream media images coincide with the Hungarian stereotypes about the Roma. Roma in Hungary have received significant media attention in three major themes. One theme is the “source of the conflict.” Another theme is “Roma culture”, and the third category is “Poverty.” Additionally, it is important to note that a large proportion of local media reports still represent Roma in connection with some crimes. To a great degree, this may add to the fact that in the awareness of the mainstream society, a century-long misconception of “Roma crime” is still an alive concept. This image construction makes an equal sign between Roma origin and crime as a way of life.

²⁵ Musician Gypsies or Roma Program Hosts?, Index, June 5, 2005.

²⁶ Bernáth Gábor - Messing Vera: „Inserts, Only in Silence: Roma in the Media in Hungary”, 1998.



A médiakép másik jellegzetessége, hogy a korábbi mintában megjelenő romák mindössze egynegyede jutott közvetlenül szóhoz. Többségük véleményét közvetetten, mások interpretációjában ismerhette meg az olvasó. A romák nagy többsége nem individualizálódott, ami pedig tovább erősíti a többség vélekedését, mely a cigányságot homogén csoportként kezeli, ez pedig az első lépés a sztereotípiá- és előítélet-képzésben. 2007-re ez az arány valamelyest javult, tovább nőtt a tematika hangsúlyossága a sajtóban, és a romákat bemutató témák is sokszínűbbek lettek. Jelentősen megnőtt a figyelem például a diszkriminációs ügyek iránt, ami a roma szervezetek erőteljesebb kommunikációjának köszönhető.

A korábbi „arctalan” bemutatások 2007-ben már kevésbé jellemezték a sajtót. Fontos megjegyezni azonban, hogy a média nemcsak tájékoztat, hanem hordozója és befolyásolója is annak a képnek, amelyet a társadalom saját magáról és saját magának alakít ki. E képet talán a híreknél is jobban befolyásolják a média szórakoztató műsorai, amelyekből ma rendre nemcsak a romák hiányoznak, hanem más kisebbségek is. Örömteli kivételt képeznek ez alól azok a roma sztárok, akik nemrég jelentek meg, elsősorban a kereskedelmi televíziócsatornák és a bulvárlapok felületein. Itt is megjegyeznénk, hogy Gáspár Győzővel, Oláh Ibolyával vagy Caramellel kapcsolatosan is figyelmeztetnek a szakemberek: a nem roma közönség irántuk érzett rokonszerve jól beleillik a romákról (szintén évszázadok óta) élő sztereotípiába, miszerint tehetséges szórakoztató-művészek.

Általánosságban elmondható, hogy a média egésze ma még nem találja azokat a történeteket, amelyek ne ezeknek a téma-sztereotípiáknak a megerősítései vagy direkt cáfolatai lennének – közhely, hogy utóbbiakat a közönség haj-

Another feature of the media image is that in the earlier samples only one quarter of Roma were provided an opportunity to speak up in the reports. The majority of their opinions reached the readers via indirect ways, that is, in the interpretation of others. The majority of Roma could not appear in the reports as individuals. This further reinforces the mainstream view that Roma are treated as a homogeneous group. This ratio became somewhat better by 2007, since the Roma related themes gained more importance and the themes themselves became more varied and multifaceted. There has been a considerable rise in the attention dedicated to discrimination cases due to the ever stronger presence of communication of the Roma NGO's.

The previous “faceless” representations were less typical of the media in 2007. It is important to note, however, that the media not only conveys information and news, but also influences the images that society shapes about itself. This image is most probably influenced by entertainment programmes where there is a lack of Roma representation, just as of other minorities. Only Roma stars who recently appeared in the programmes of mainly commercial channels and tabloid papers make exceptions. However, experts warn us that even in the cases of popular figures such as Győző Gáspár, Ibolya Oláh or Caramel, the fact that the non-Roma community likes these stars is partially due to the century-long image that the mainstream society has held about Roma, that is, that they are talented entertainment artists.

Hungarian media these days is still unable to find stories that do not fit in the above mentioned stereotypes. The reports either reinforce these stereotypes, or they are the direct refutation of these. Although it sounds a commonplace,

lamos a szabályt erősítő kivételként, vagy egyszerű propagandaként elhárítani.

A magyarországi romák médiafogyasztásáról szóló eddigi egyetlen felmérés²⁷ szerint, a roma közönség leginkább a média konfliktusorientált ábrázolásainak túlsúlyát kifogásolja: tízből nyolc roma osztja azt a tapasztalatot, hogy a televízió csak problémákkal összefüggésben mutat be cigányokat. Ugyanakkor a megkérdezettek kilenctizede gondolta úgy, hogy „a tévének azt is meg kellene mutatnia, ami jó a romák életében”. A romák többségének véleménye szerint televízió a nem ad reális képet róluk.

Ma Magyarországon – a régió más országaihoz képest – igen gazdag a roma média: négy-öt roma folyóirat jelenik meg több-kevesebb rendszerességgel, a Magyar Televízióban és a Magyar Rádióban hetente jelentkezik roma műsor, tizenegy éve Roma Sajtóközpont működik, 2001-ben pedig Rádió C néven elindult az első roma rádió. Ugyanakkor a roma lapok terjesztési-, és többségükben finanszírozási gondokkal küzdenek, kis példányszámban megjelenő kiadványaik az érdeklődő romák és nem romák töredékéhez jutnak csak el. A közszolgálati rádió és televízió roma műsora, a műsorsáv eleve korlátozott volta miatt, kevéssé jut el a romákhoz, strukturális és anyagi gondjaik következtében pedig a saját maguk által megszabott szakmai színvo-

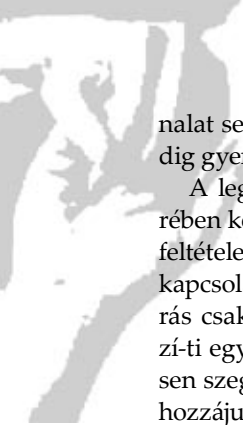
the audience tends to perceive the latter either as exceptions that strengthen the rule, or just as a simple propaganda.

According to the only research²⁷ on the opinion of the Roma viewers about their media representation, what the Roma audience finds most problematic is the disproportionate representation of Roma-related conflicts in the media. Eight out of ten Roma shared the view that television represents them only in relation to some conflict. One-ninth thought that “television should also show what is good in the life of Roma.” According to the majority of Roma, television does not depict a realistic picture about them.

The Roma media in Hungary today is quite rich compared to other countries of the region. There are four-five Roma magazines published on a more or less regular basis. Both on Hungarian television and radio, there is a weekly Roma magazine. The *Roma Press Center* has been in existence for eleven years. In 2001, the first Roma radio, Rádió C was launched. At the same time, Roma newspapers struggle with problems of distribution and finance. The small number of their publication reaches only a fraction of interested Roma and non-Roma. Due to band restrictions, the Roma programme of the public radio and television hardly reaches Roma. Due to structural and financial problems, the programme producers have difficulties even in keeping up

²⁷ Bernáth Gábor–Messing Vera: A magára hagyott közönség. Beszélő, 2001. március. A vizsgálat a Szelényi Iván és Ladányi János vezette, 1999-2000-ben lebonyolított Közép-Kelet-Európai szegénység/eticitás kutatás magyarországi roma almintáján történt. A mintába a roma közösséget reprezentáló 458 fő került be.

²⁷ Gábor Bernáth – Vera Messing: Abandoned Audience, Beszélő, 2001/3. The research was carried out by Iván Szelényi and János Ladányi in 1999-2000 and was conducted on the basis of a Roma sub-sample of a Hungarian research called Central East European Poverty/Ethnicity. The sample included 458 members representing the Roma community.



nalat sem mindig sikerül tartaniuk. A roma médiának pedig gyengék a többségi médiával fenntartott kapcsolatai.²⁸

A legbefolyásosabb magyarországi szerkesztőségek körében készített interjúk kutatás²⁹ azt mutatta, hogy a háttérfeltételeket tekintve, nagy többségüknek nincsenek kiépült kapcsolataik a roma közösségekkel. A tényfeltáró újságírás csaknem általános hiánya pedig különösen megnehezíti egy olyan csoport árnyalt bemutatását, amely erőteljesen szegregált környezetben él, és így igen ritkán jutnak el hozzájuk a – talán túlságosan is – sajtótájékoztatókhoz szokott újságírók. Másrészt Magyarországon, a kisebbségi tematika érzékenységevel kapcsolatos tudatosság alacsony foka a médiát is befolyásolja. Pozitív változásként értékelhető, hogy 2006-tól a közszolgálati televízió öt roma gyakornoknak adott lehetőséget arra, hogy kitanulja a televíziós szakmát,³⁰ az RTL Klub pedig két roma gyakornokát havi százezer forintos ösztöndíjjal segítette.³¹ A Duna TV képernyőjén évek óta bemondóként dolgozik egy roma származású újságíró.

with their own professional standards. In addition, the relationship of Roma media with mainstream media is poor.²⁸

Research²⁹ based on interviews with the most influential national news editorial offices shows that, with respect to the background conditions, the majority of them do not have established connections with the Roma community. The general lack of documentary journalism makes it particularly difficult to present a detailed picture of a community that lives in a seriously segregated environment and is rarely visited by journalists, who have anyway excessively got used to press conferences. Additionally, the low level of awareness concerning the sensitivity about minority issues influences the media in Hungary as well. It is a positive change that since 2006, the public television has given opportunity for five Roma interns to learn the profession of working for television,³⁰ and the *RTL Klub* provides a 100,000 forint monthly stipend for two Roma interns.³¹ For years, there has been a Roma journalist working as a presenter on Duna TV.

²⁸ Dr. Kaltenbach Jenő: Jelentés: A nemzeti és etnikai kisebbségek jogainak érvényesülése a médiában című országgyűlési biztosi vizsgálat megállapításairól.

²⁹ Bernáth Gábor – Messing Vera: „Vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában, 1998.

³⁰ Horváth Marianna: Bemutakoztak a köztvé roma ösztöndíjasai, Romapage, 2006. április 2.

³¹ Csontos Tibor: Kevés roma vezet műsort, www.reggel.hu, 2006. szeptember 27.

²⁸ Dr. Jenő Kaltenbach: Jelentés: A nemzeti és etnikai kisebbségek jogainak érvényesülése a médiában című országgyűlési biztosi vizsgálat megállapításairól (Report: National and Ethnic Rights Representation in the Media).

²⁹ Bernáth Gábor – Messing Vera: „Inserts, Only in Silence: Roma in the Media in Hungary”, National and Ethnic, 1998.

³⁰ Marianna Horváth: Introduction of Roma Scholarship Winners of the Public Television, Romapage, April 2, 2006.

³¹ Tibor Csontos: Low Number of Roma Program Hosts, www.reggel.hu, September 27, 2006.

Roma kisebbségi média

A roma kisebbségi médiára hárul az a feladat, hogy a közösség szószólóiként, annak tagjai számára hírt adjanak a cigányságot érintő eseményekről, illetve, hogy a cigányság sokrétű kultúráját – mely csupán az avatatlankok számára tűnik egységesnek – ezen belül is főleg a különböző cigány nyelveket megőrizték és fejlesszék. Ehhez hozzájárul az a nem kevésbé fontos feladat, hogy a többségi média által megrajzolt, a fentebb említett okok következményeként, nem túl árnyalt, és a többségi társadalom romákkal kapcsolatos attitűdjeitől terhelte cigány képek alternatíváját nyújtsanak. Vagyis mind a cigány közösségek, mind a témára fogékonyabb nem romák számára megmutassák, hogy léteznek sikeres roma vállalkozók, értelmiségiek, elismert képzőművészek, és hogy a romák a magyar társadalom egyenrangú, értékes tagjai.

Jelen tanulmány elsődleges célja az, hogy átfogó képet adjon a többségi média roma reprezentációjáról, ezért a cigány média-organumok közül most csupán hármat mutatunk be, az elején leszögezve, hogy mindhármukat egyformán jellemzi a szakmai elhivatottság, magas szintű teljesítmény, illetve a többé-kevésbé állandóan fenyegető finansziális problémák.

Az Amaro Drom nevű magazin 1991-óta havi rendszerességgel jelenik meg, jelenleg kétezer-ötszáz példányban. A lap terjesztését két profi lapterjesztő cég, illetve az újság munkatársai maguk végzik. A példányok egynegyedét roma szervezetek, a többi az előfizetők és a terjesztők kapják. A magazin finanszírozása jelenleg közel ötven százalékban Magyarországi Nemzeti és Etnikai Kisebbségekért Közalapítvány céltámogatásából valósul meg (habár a főszerkesztő véleménye szerint az lenne az ideális, ha ez az

Roma Minority Media

It is the responsibility of the Romani minority media in its capacity as the community's advocate to inform its members of events related to Roma, and to preserve and develop the manifold Romani culture, including the various Romani languages, which appear uniform only in the eyes of lay people. Another important task of the Roma minority media is to provide an alternative image of Roma to that one which is already loaded with the mainstream media's one-sided presentation of the Roma community. In other words, it has to show to both the Roma community and the sensitive non-Roma audience that successful Roma entrepreneurs, intellectuals and recognized artists do exist and that Roma are equal and valuable members of the Hungarian society.

The primary goal of this study is to provide a comprehensive picture of how mainstream media represents Roma. For this purpose, we introduce only three examples from the Roma media with a side note that all three bodies are equally characterized by professional commitment, high standards as well as the more or less permanent financial problems.

Amaro Drom monthly magazine has been published since 1991, presently with a 2,500 copy circulation. Two professional distribution companies and the staff who work for the magazine are responsible for the distribution of the newspaper. One-fourth of the issues goes to Roma NGOs, the rest is delivered to subscribers and distributors. At present, almost fifty percent of the magazine is financed by the Hungarian National and Ethnic Minorities Foundation, although according to the editor-in-chief, it would be ideal if this was

arány 75%-os volna), a fennmaradó részt a magazin pályázati pénzekből fedezi. A lapot támogatja még a Magyarországi Cigányokért Közalapítvány és a Magyar Hírlap is.

Bernáth Gábor és Messing Vera 1996 novembere és 1997 októbere között vetették alá tartalomelemzésnek a magazin számait.³² Úgy találták, hogy a lap meglehetősen kiegyensúlyozottan számolt be az egymással versengő roma politikai szervezeteket érintő kérdésekről, és a roma politikai önszerveződés, mint téma is jelentős szerepet kapott. Vi-szonylag nagy számban mutatták be a romákat ért diszkriminációs eseteket, de örvendetesen nagy számban közölt a magazin kulturális vonatkozású cikkeket, verseket, szépprózát és cigány meséket is. Míg a többségi sajtó igen magas százalékban számolt be bűnesetekről a romák kapcsán (lásd 1.2) addig az *Amaro Drom* csupán az íráások 5%-ában érintette a témát, ugyanakkor a többségi lapok, a roma magazinnal ellentétben nem mutattak be egyetlenegy roma vállalkozót vagy sikeres karriert sem.

2001-ben a legnagyobb hazai kisebbség elsőként alapított saját rádiót Rádió C néven, és annak ellenére, hogy az adás csak Budapesten fogható, az adó – elsősorban a változatos, minőségi zenének és a sokszínű műsor-tematikának köszönhetően – mind a romák, mind a nem romák kör-

75 percent. The remaining costs are covered from grants and with the help of the supporters of the magazine – the *Foundation for the Roma of Hungary* and the daily *Magyar Hírlap*.

Gábor Bernáth and Vera Messing conducted contents analysis of the issues of the magazine³² between November 1996 and October 1997. They found that the newspaper was quite balanced in presenting issues related to competing Roma political organizations. Roma self-organization as an issue also received significant attention. A fairly large proportion of articles were written on discrimination cases against Roma as well as articles on cultural issues, poems, prose and Roma tales. While quite a large percentage of articles published by the mainstream press that are about Roma are in relation to crime events (cf. Section 1.2), only 5 percent of articles in *Amaro Drom* were dedicated to this topic. At the same time, mainstream newspapers, contrary to the Roma magazine, did not present any Roma entrepreneurs or publish about someone's successful career.

Rádió C as the first minority radio was launched in 2001 by Hungary's largest minority group. Even though the programmes are broadcast only in Budapest, due to the versatile and quality music as well as the varied programme themes, the radio has a large number of regular lis-

³² Bernáth Gábor – Messing Vera (2000): A magyarországi roma média: közönségre várva In: Kemény István (szerk.) Tanulmányok a magyarországi cigányságról. A Magyarországi Nemzeti és Etnikai Kisebbségekért Közalapítványhoz leadott olvasottsági adatok alapján az *Amaro Drom*-ot a vizsgált időszakban a példányonként meglehetősen túlbecsült kilenc olvasóval számolva is a kisebbségi lakosság egytizede olvashatta.

³² Gábor Bernáth– Vera Messing (2000): Roma media in Hungary: Waiting for an audience, In: István Kemény (ed.) Studies about Roma in Hungary. Based on the data on reading habits provided to the Public Foundation for National and Ethnic Minorities, presumably one ninth of the minority population read *Amaro Drom* in the examined period calculated with nine readers per issue, which was rather an overestimation.

ében nagyszámú törzshallgatóságra tett szert. Egy 2002-es hallgatottsági felmérés alapján megállapították, hogy a fővárosi romák több mint 60%-a rendszeresen hallgatja a rádiót, de a magas népszerűség tényét támasztja alá a telefonálók nagy száma és a rádió Internetes oldalára érkező megjegyzések is. A rádió állandó anyagi gondokkal küzd, jöllehet kaptak már támogatást a Szociális- és Munkaügyi Minisztériumtól és egyes szaktárcák romaügyi főigazgatójától is. Jelenleg a Nyílt Társadalom Intézettel (OSI) állnak pályázati tárgyalásban. A többi roma médiához hasonlóan sajnálatosan kis mértékben képesek csak a költségeiket reklámbevételekből fedezni, mivel a hazai reklámszakma a romákat nem tekinti potenciális vásárlóerőnek.³³ Kivételt képez ez alól a Szerencsejáték Zrt. és a BÁV Zrt. amely rendszeresen használja reklámfelületként a rádiót.

Az 1995-ben alapított Roma Sajtóközpont fennállásának tizenegy éve alatt mintegy kétezer-öt száz rövidebb hírt és ötszáz elemző riportot adott ki a romákat érintő legkülönbözőbb témákban. Ezek közel 80%-át vette át valamelyik országos napilap. A Sajtóközpont szerkesztőségében 1996 és 2004 között mintegy hetven fiatal roma újságíró végezte szakmai gyakorlatát, akik ma valamelyik többségi szerkesztőség vagy roma médium munkatársai. A hírügynökség fennállása alatt négy interjú kötetet adott ki melyekben a központ újságírói az „oral history” módszerével rögzítették a roma holokauszt, a kényszermosdatások és a lakhatási diszkrimináció magyarországi történetét.

³³ Bernáth Gábor – Messing Vera: „Vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában, 1998.

teners, both Roma and non-Roma. Based on a 2002 survey, it became evident that 60 percent of Roma living in the capital city are regular listeners of the radio. The high popularity is also supported by the fact that a lot of people call in during the radio shows or visit its website. Even though the radio has been given financial support by both the Ministry of Labour and Social Affairs and by Roma Affairs Offices of relevant ministries, the radio has financial problems. Similarly to other Roma media establishments, it is regrettable that advertisements can cover only a small part of operation costs since the domestic advertisement profession does not consider Roma to have a potential purchasing capacity.³³ The only exceptions are the Szerencsejáték and BÁV joint-stock companies. Both use the radio for their advertisement purposes.

Since its foundation in 1995, the *Roma Press Center* has for the past eleven years published almost 2,500 short news and 500 analytical reports related to Roma issues of all types. Almost 80 percent of them have also been published by national dailies. Between 1996 and 2004, the editorial office of the Center provided internships to nearly 70 young Roma journalists who now work either in one of the mainstream editorial offices or in the Roma media. Since its establishment, the Center's news office has published four volumes in which the history of the Roma holocaust, of forced bathing and housing discrimination were recorded using the method of oral history.

³³ Bernáth Gábor – Messing Vera: „Inserts. Only in Silence: Roma in the Media in Hungary”, 1998.

Javaslatok

Szinte az összes, a tanulmányban idézett szerző megfogalmaz olyan javaslatokat, melyek hozzásegíthetnék a többségi médiát, hogy valóságosabb, árnyaltabb és kiegyensúlyozottabb képet mutathasson a magyarországi cigányokról.

A szakemberek kiemelten fontosnak tartják azt, hogy az állam aktívabb szerepet vállaljon a kisebbségi média fejlesztésében: produkciós pályázatokkal és a roma újságírók képzésének támogatásával segítse a szakmailag megfelelő tartalmak létrejöttét. Sokan érvelnek a mellett, hogy angol-szász mintára kvótás rendszerrel kellene biztosítani, hogy a romák a lakosságon belüli arányuknak megfelelően jelenjenek meg a médiában.

Messing Vera szerint fontos lenne, hogy a romák a szórakoztató és a hírműsorokban, valamint reklámokban is szerepeljenek, továbbá kellenének roma műsorvezetők, szakértők is.³⁴ Ez nemcsak a többség roma-képét árnyalná, de a romák önmagukról alkotott képét is javíthatná. Annak megoldására, hogy az etnikai kisebbségekhez tartozók ne kizárólag a róluk szóló tudósításokban jelenjenek meg, hanem vélemény-formáló állampolgárként bármilyen helyzetben, az angol BBC évek óta használ, és folyamatosan bővít egy olyan adatbázist, amelyben különböző kisebbségekhez tartozó szakemberek (tanárok, orvosok, mérnökök, taxisofőrök stb.) adatai vannak, akiket a szerkesztőségek munkatársai bármikor megkereshetnek.³⁵ A Program az Összetartó

³⁴ Csontos Tibor: Mit ér egy roma műsorvezető?, www.reggel.hu, 2005. június 15.

³⁵ Zöld Könyv, A romák médiaábrázolása, 2007. Az adatbázisról bővebben itt: www.bbc.co.uk/info/policies/diversity.shtml.

Recommendations

Almost all the authors quoted in the studies above have formulated recommendations that may help the mainstream media to shape an image of Roma in Hungary that is less one-sided, is more realistic and more balanced.

Experts find it particularly important that the state should take on a more active role in the development of the minority media. It should assist in the establishment of appropriate professionalism with the help of production tenders and the support of Roma journalist training. Many argue in favour of introducing the Anglo-Saxon example of the quota system to ensure Roma representation in the media that is proportionate to their population.

According to Vera Messing, it would be important for Roma to participate in entertainment and news programmes, and in advertisements, and that also there should be Roma programme hosts and Roma experts.³⁴ This would not only make the Roma image of the majority more realistic, but, at the same time, it may improve the self-image of Roma as well. In order for ethnic minorities not only to appear in the news about them, but also as citizens who express their opinion in various situations, the BBC has been using and constantly expanding a database where information about various experts belonging to ethnic minorities is stored and these people can be contacted by the editorial offices any time.³⁵ The staff of *The Programme for*

³⁴ Tibor Csontos: What is the Worth of a Romani Programme Host?, www.reggel.hu, June 15, 2005.

³⁵ Green Book, The Media Portrayal of Roma, 2007. For more information see: www.bbc.co.uk/info/policies/diversity.shtml.

Társadalomért munkatársai kísérletet tettek ilyen kisebbségi szakértői lista összeállítására,³⁶ de a hazai többségi szerkesztőségek számára is ajánlatos volna hasonló gyakorlat alkalmazása. Kezdetnek elég volna azonban az is, ha szorosabb munkakapcsolatot ápolnának a kisebbségi médiával.

Médiakutatók azt bizonyítják, hogy igen nagy jelentősége van annak, hogy egy adott tartalom milyen kontextusban kerül bemutatásra.³⁷ Kívánatos volna, hogy a szerkesztőségek tudatosabban mutassák be a romákkal kapcsolatos témákat, vagyis figyeljenek oda arra, hogy egy-egy tematikus elem ne jusson aránytalan túlsúlyra, ezzel erősítve a sztereotípiákat.

Coherent Society have made an attempt to compile a similar list of experts,³⁶ but it would be also advisable for the national mainstream editorial offices to follow this practice. For the beginning, it would be enough even to have a closer working relationship with the minority media.

Media research shows that the context in which a specific content is presented is of crucial importance.³⁷ It is desirable that editorial offices should present Roma related issues with greater awareness, that is, increased attention should be paid in order to avoid a disproportionate presentation of specific issues, reinforcing by this the already existing stereotypes.

³⁶ sZ - Muzsikus cigányok vagy roma műsorvezetők?, Index, 2005. június 5.

³⁷ In: Bernáth-Messing, 1998.

³⁶ sZ - Gypsy Musicians or Roma Programme Hosts?, Index, June 5, 2005.

³⁷ In: Bernáth-Messing, 1998

Felhasznált irodalom (References)

- Bernáth Gábor – Messing Vera: „Vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában (Inserts. Only in Silence: Roma in the Media in Hungary), 1998.
- Vicsek Lilla: Cigánykép a sajtóban (Roma in the Print), Amaro Drom, 1996. december.
- ROMAKÉP-ZAVAR (Roma Image Confusion), Heti Válasz, 2005. június 23.
- Bernáth Gábor – Messing Vera: Roma szereplő a „Barátok közt”-ben: Az első fecske (A Roma Actor in the Television Series “In the Company of Friends”), 2001.
- Zöld Könyv, A romák médiaábrázolása (Green Book, The Media Portrayal of Roma), 2007.
- Az ORTT a roma lagziról – Roma Sajtóközpont (The National Radio and Television Authority about the „Roma Wedding”), 2003. április 3.
- Haszán Zoltán – Gáspár Győző szerepei (Győző Gáspár’s Roles), Népszabadság, 2006. január 6.
- sZ – Muzsikus cigányok vagy roma műsorvezetők? (Gypsy Musicians or Roma Program Hosts?) Index, 2005. június 5.
- Bernáth Gábor–Messing Vera: A magára hagyott közönség (Abandoned Audience), Beszélő, 2001. március.
- Dr. Kaltenbach Jenő: Jelentés: A nemzeti és etnikai kisebbségek jogainak érvényesülése a médiában (Report: National and Ethnic Rights Representation in the Media).
- Horváth Marianna: Bemutakoztak a köztvév roma ösztöndíjasai (The Introduction of Roma Scholarship Winners of the Public Television), Romapage, 2006. április 2.
- Csontos Tibor: Kevés roma vezet műsort (Low Number of Roma Program Hosts), www.reggel.hu, 2006. szeptember 27.
- Csontos Tibor: Mit ér egy roma műsorvezető? (What is the Worth of a Roma Program Host?) www.reggel.hu, 2005. június 15.
- Mérleg, Hátrányos helyzetű társadalmi csoportok Magyarországon 2007-ben (Disadvantaged social groups in Hungary in 2007), Napvilág Kiadó, 2007.
- Kemény István – Jánky Béla – Lengyel Gabriella: A Magyarországi cigányság 1971-2003 (The Roma in Hungary 1971-2003), Gondolat – MTA Etnikai Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Budapest, 2004.
- „Identitás és reprezentáció”, Interjú Daróczi Ágnessel és Bársony Jánossal (Interview with Ágnes Daróczi and János Bársony), In Replika Társadalomtudományi Folyóirat: Hétköznapi ellenállás, 1996. December, 23-24# 261. oldal.
- Az ORTT a roma lagziról (The National Radio and Television Authority about the “Roma Wedding”), Roma Sajtóközpont, 2003. április 3.
- Bernáth Gábor – Messing Vera (2000): A magyarországi roma média: közönségre várva (Roma media in Hungary: Waiting for an audience), In: Kemény István (szerk.)
- Néző László: Nem elég romának lenni, annak is kell látszani (It is not enough to be Roma, one has to look like Roma), Romapage, 2005. május 17.

Kisebbségi és Emberi Jogi Alapítvány
1091 budapest, üllői út 23. fsz.IV
telefon: 06-1/216-39-07, 06/30/9117405
fax: 06-1/ 216-39-07
e-mail: puporka@hotmail.com, puporka@keja.hu



Az „esélyegyenlőség a médiában” nevű projektet
a magyar kormány és az Európai Szociális Alap (ESZA) támogatta