

„Vágóképként, csak némában” - Romák a magyarországi médiában

Bernáth Gábor - Messing Vera

Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal, 1998

A jelentés elkészítésében közreműködtek:

Harsányi Eszter, Horváth Margit, Máté Róbert, Varga Mária, Vultur Csaba,

Ezúton szeretnénk köszönetet mondani a jelentés elkészítéséhez nyújtott nélkülözhetetlen segítségért: Aáry-Tamás Lajosnak, Bársony Jánosnak, Bíró Andrásnak, Braun Róbertnek, Bogdán Jánosnak, Daróczi Ágnesnek, Desewffy Tibornak, Dési Jánosnak, Horváth Aladárnak, Keszthelyi Andrásnak, Nagy Ildikó Emesének, Orbán Sándornak, Osztójkán Bélának, Pardavi Mártának, Radó Péternek, és a Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal, valamint a Roma Sajtóközpont munkatársainak

Köszönjük, hogy válaszaival segítette a jelentés elkészítését:

Balogh Attila - Cigányfűró
Bencsik András - Demokrata
Bernáth György - TV2
Bogdán János - Gandhi Gimnázium
Choli Daróczi József - Rom Som
Csemer Géza
Daróczi Ágnes - MTV Patrin Magazin
Fátyol Tivadar - Ariadne Kulturális Alapítvány
Frank Iván - Kurír
Gát György - Família kft.
Görömbölyi László - Észak-Magyarország
Hága Mária - Cigány Családok Lapja
Horváth Ádám - Szomszédok
Horváth Aladár - Roma Polgárjogi Alapítvány
Kádár Tamás
Kathy Horváth Lajos - Napház
Kerényi György - Amaro Drom
Kótai Aladár - Cigány Kisebbségi
Önkormányzat, Ózd

Krasznai József - Cigány Kisebbségi
Önkormányzat, Székesfehérvár
Krecz Tibor - RTL Klub
Lakatos Béla - Cigány Oktatási Egyesület,
Szeged
Lakatos Gábor - CKÖ, Hajdúhadház
Osztójkán Béla - Phralipe
Örfi Ferenc - Dél-Magyarország
Paksi Éva - Lungo Drom
Pallagi Ferenc - Blikk
Rókusfalvy Pál - Danubius Rádió
Rostás-Farkas György - Kethano Drom
Rudi Zoltán - MTV Híradó
Szalai Attila - Napi Magyarország
Szitnyai Jenő - MR Napközben
Sztojka Katalin - Roma Kisebbségi
Önkormányzat, Kalocsa
Varga Ilona - MR Cigányfélóra
Zalai István - Népszabadság

TARTALOM

Bevezető

1. A többségi média és a romák

- 1.1. Hírek, tudósítások, információk
 - 1.1.1. Cigány-kép a magyar sajtó híreiben 1996 végén és 1997-ben
 - 1.1.2. A székesfehérvári „gettó-ügy” a médiában
 - 1.1.3. Ahogyan a többségi szerkesztők látják
 - 1.1.4. Információs hiányok
- 1.2. Média: egy társadalom önképe - többségi és kisebbségi szemmel
 - 1.2.1 Kisebbségi szemmel
 - 1.2.2 Többségi szemmel

2. Kisebbségi média

- 2.1. A kisebbségi lapok
- 2.2. A közszolgálati televízió és rádió cigány műsorai
 - 2.2.1 A Patrin Magazin közönsége
 - 2.2.2. A Cigányfélóra közönsége
- 2.3. Támogatások, támogatási elvek

3. Egy kisebbség-barátabb média háttérfeltételei, stratégiák, politikák

- 3.1. Etikai kódexek
 - 3.1.1. A közszolgálati médiumok közszolgáltatási szabályzatai
- 3.2 Kapcsolatok, kisebbségek integrálása a szerkesztőségekbe
- 3.3. Romák és piac
 - 3.3.1. Romák és reklám

Konklúziók, javaslatok

Többségi média
A kisebbségek tájékoztatása
Kisebbségi média

Függelék

- 1. Kisebbségek és a média: jogi szabályozás
- 2. Határterületek: kezdeményezések a hagyományos médiatípusokon túl

Felhasznált irodalom

Bevezető

E jelentés írása közben többször kellett szembesülnünk azzal, hogy néhány rövidebb tanulmányon kívül nemcsak Magyarországon, de Kelet- és Közép-Európa más országaiban sem történtek kutatások a legnagyobb európai kisebbség, a cigányság médiaképével kapcsolatban. Alapkutatások, elemzések, nemegyszer kérdésfelvetések is hiányoznak egy minden oldalról adatokkal alátámasztott kép kialakításához. Az ehhez a jelentéshez rendelkezésre álló források sem tették lehetővé, hogy a magyarországi cigányság médiabeli szereplését, információ-ellátottságát, a kisebbségi média jelenlegi helyzetét a megkívánt mélységben elemezzük. Igyekeztünk azonban olyan megoldásokat választani, amelyek lehetőségeink mellett a legkevésbé korlátozták a megvizsgálandó területeket.

Munkánk során háromféle forrásra támaszkodtunk:

- feldolgoztuk a meglévő magyarországi és releváns külföldi kutatásokat és szakirodalmat, a kisebbségi média közönségadatait, a témát érintő magyarországi és külföldi jogszabályokat, a kisebbségi médiát támogató szervezetek beszámolóit;
- két tartalomelemzés révén próbáltunk részletesebb képet kapni a cigányság többségi médiaképéről: elemeztük 2 országos és 4 vidéki napilap egy év alatt a magyarországi kisebbségekről szóló tudósításait, másrészt a Székesfehérvári „gettóügy”-ről egy rövidebb időszakban megjelent többségi médiatudósítások tartalmát;
- interjúkat készítettünk¹
- *roma közéleti személyiségekkel*
- *a roma média szerkesztőivel*
- az eltérő politikai beállítottságú, eltérő műfajú, és ezeken belül a legnagyobb közönséget vonzó *többségi médiumok szerkesztőivel*
- *a legnézettebb magyar szappanoperák rendezőivel*²
- *reklámszakemberekkel*

a romák médiaképével kapcsolatos véleményükről, e kép árnyalásának lehetséges módjairól és háttérfeltételeiről.

Ez a jelentés mind műfaját, mind stílusát tekintve kissé ellentmondásosra sikeredett. A témával kapcsolatos alapkutatások hiánya nem tette lehetővé, hogy egy érvelő, stratégiákat vázoló jelentés szülessen, és annak tudatában, hogy mind a roma társadalomban, mind a többségi médiában egyelőre várat magára a különböző megközelítések és stratégiák kidolgozása, ez az anyag sem akarta megelőlegezni, főképp nem eldönteni a felmerülő kérdéseket. Ugyanakkor a kutatások és stratégiák hiánya lehetetlenné tette azt is, hogy egy, az objektivitás látszatával kecsegtető, kemény adatokon nyugvó elemző helyzetleírást készítsünk.

¹ Az interjúk során 19 roma szervezet- és intézményvezetőt, és a kisebbségi média szerkesztőit, a többségi média 12 szerkesztőjét, a két legnézettebb magyar televíziós sorozat producerét, valamint két nagyobb reklám cég egy-egy munkatársát szólaltattuk meg. Az interjúk nyitott kérdéseket tartalmaztak.

² Terveink között szerepelt, hogy meginterjúvoljuk más szórakoztató műsorok (pl. talk-show-k) frontembereit is, de kitarató próbálkozásunk ellenére is kudarcot vallottunk.

Az ebben a jelentésben érintett problémáknak csak egy része közelíthető meg újságíró-szakmai kérdésként. Természetes, hogy a médiának nem feladata megoldást találnia társadalmi problémákra, és egy árnyaltabb médiakép a cigányságról *önmagában* nem szüntethet meg a erőteljes szegregáltságukat, vagy az őket övező előítéleteket. Az is nyilvánvaló, hogy a független médiára nem szabad egyetlen „jó” cél érdekében sem ideológiai kényszereket erőltetni, de az is, hogy a médiának jelentős szerepe van a társadalmi diskurzusok kereteinek meghatározásában, és akarva-akaratlanul erősítheti a kisebbségekkel szembeni sztereotípiákat.

A jelentéshez készült tartalomelemzések azt mutatják, hogy a médiának nem kis szerepe van abban, hogy a roma tematika a korábbi évtizedek hallgatása után bekerült a társadalmi diskurzusba, a sajtó kitüntetett figyelemmel kíséri a romákkal kapcsolatos híreket, és fontos kérdésként láttatja azt. Ugyanakkor a tartalomelemzések azt is megmutatják, hogy - bár jelentős eltérések tapasztalhatóak a különböző médiumok cigány-képével kapcsolatban - a jellegzetes médiaábrázolások tematikája egybeesik magyarországi cigánysággal kapcsolatos többségi sztereotípiákkal, igen erőteljes a romák ábrázolása során az etnikai címkézés, és gyakran fordul elő, hogy a média nem kérdezi meg az adott ügyben közvetlenül érintetteket.

Ugyanakkor a magyar média legnézettebb szórakoztató műsoraiból rendre kimaradnak nem csak a romák, hanem más kisebbségek is, és ez tovább erősíti a cigányság és a többségi társadalom közötti távolságot, és a meglehetősen zárt többségi identitásmintákat. A magyarországi romáknak ma elenyésző kivétellel nincs esélyük arra, hogy a többségi médiában ne mint egy társadalmi probléma megtestesítői, hanem mint a magyar társadalom integráns szereplői jelenhessenek meg. A roma önszerveződés egyes vezetőivel készült interjúk alapján mindez tovább erősíti a cigányság kiszolgáltatottság-érzetét a médiával szemben, és azoknak a kritikáját is kiváltja, akik fontosnak tartják, hogy a média nagy figyelmet szenteljen a cigányság problémáinak.

A többségi szerkesztőkkel készített interjúk azt bizonyítják: nagy többségük elfogadja azt az állítást, hogy tematikailag meglehetősen zárt, és túlságosan problémaorientált a cigányság többségi médiaképe, és nyitottak is lennének annak árnyalására, ugyanakkor megnehezíti ezt a szerkesztőségek gyakran tapasztalható kapcsolathánya a roma közösségekkel. Másrészt a kisebbségi tematika érzékenységevel kapcsolatos tudatosság csaknem általános hiánya Magyarországon a médiát is befolyásolja, és ez nem csak azt nehezíti meg, hogy körültekintőbben, a kontextusból fakadó következményeket is mérlegelve járjon el egy erős előítéletekkel övezett csoport ábrázolásakor, hanem gyakran elbizonytalanítja azokat is, akik fontosnak tartják, hogy a média ne erősítse tovább akaratlanul is a többségi sztereotípiákat.

A kisebbségekkel kapcsolatos tudatosság megerősítésének egyik lehetséges módja a médiában a kisebbségekkel kapcsolatos speciális szakmai-etikai kódexek kidolgozása. A média az egyes-anyagok szakmai-etikai korrektsége esetén is önkéntelenül erősítheti az előítéleteket az anyagok összességéből kibontakozó sztereotipikus képpel. Az általunk meginterjúvált többségi szerkesztők ma nem tartják szükségesnek egy ilyen kódex kidolgozását, és az általános szakmai elvek érvényesítését elegendőnek tartják a kisebbségek vonatkozásában is. Ugyanakkor a gyakorlat azt igazolja, hogy a kisebbségekkel kapcsolatban ezek az elvek vagy nem érvényesülnek hiánytalanul a gyakorlatban, vagy továbbfejlesztésre szorulnak.

Az adott médium kisebbségképe kiegyensúlyozásának, a szerkesztőség kapcsolatrendszerének fejlesztésének egyik lehetséges módja kisebbségi újságírók integrálása a szerkesztőségi munkába. Ezzel a lehetőséggel ma a média - a képzett cigány újságírók meglehetősen korlátozott száma miatt - akkor tudna élni, ha egyfajta pozitív diszkriminációt alkalmazna a szakmailag ugyan felkészületlenebb, szemléletmódját és kapcsolatait tekintve azonban előnnyel induló roma újságíró alkalmazásakor. A meginterjúvált többségi szerkesztők túlnyomó

hányada elutasította ezt, másrészt - főként egyfajta „túlérzékenységet” tételezve - nem a kisebbségi tematikában foglalkoztatnák az adott kisebbségi újságírókat.

Eközben roma interjúalanyaink nagy többsége szerint ma cigány közösségek élnek a legelemibb információk hiányában; a cigányság gazdasági ereje nem teszi lehetővé, hogy célcsoportjává váljon a piacorientált médiának, médiafogyasztási szokásaikkal és információs igényeikkel kapcsolatos kutatások hiánya pedig mindezt középtávon is megnehezíti.

A roma médiára ma a többségi média cigány-képe olyan igények kielégítésére kényszeríti, amelynek nem tud megfelelni: egyszerre kellene közszolgálati információkat eljuttatnia a cigány közösségekhez, fenntartania a kisebbségi identitásmintákat, betöltenie a roma önszerveződésben és a roma politika kontrolljában játszott szerepét, és - szerkesztőinek jó része szerint - árnyalni a többségi társadalomban élő cigány-képet. A ma megjelenő roma lapok profilja - éppen annak köszönhetően, hogy fontos szerepet játszanak a roma politika és önszerveződés alakításában - jellemzően nem olyan, amely széles olvasótábort vonzhatna, a közszolgálati médiumok által a cigány televíziós és rádiós magazinok számára biztosított feltételek, műsoridő, és műsorsáv pedig nem elegendő ahhoz, hogy maradéktalanul megfeleljenek ezeknek a feladatoknak. Ugyanakkor a roma média jelenlegi támogatói többségének támogatási elvei elbizonytalanítják a roma médiát saját jövőjét illetően, nem ösztönzik azt új közönségrétegek megszólítására, és nem célozzák egy árnyaltabb többségi médiakép háttérfeltételeit: sem kisebbségi újságírók képzését, sem a roma önszerveződés erősebb nyomásgyakorló képességét. A roma önszerveződéssel készült interjúkat arra engednek következtetni, hogy egyelőre várta magára a roma közösségben média stratégiák és politikák kidolgozása.

Ebben a jelentésben arra vállalkoztunk, hogy a lehetőségekhez képest a téma minél több területét járjuk körbe, alapanyagot és kérdésfelvetéseket szolgáltatassunk később kidolgozandó stratégiákhoz, és bizonyos problémák tudatosításához, amelyek birtokában talán csökkenthető az a távolság, amely a média és a romák, a többségi intézmények és a romák között ma megfigyelhető.

Nem lehet eléggé hangsúlyozni, hogy tovább növekedhet a cigányság és a többség közötti, már ma is megengedhetetlenül nagy távolság, ha a médiumok többsége akaratlanul is tovább erősíti a romákkal kapcsolatos többségi sztereotípiákat, a többségi intézmények pedig, - beleértve a médiát is - nem tudják eloszlatni a roma közösségekben velük kapcsolatban kialakult bizalmatlanságot.

Romák a magyarországi médiában: a kontextus

A magyarországi cigányság többségi médiaképét erőteljesen befolyásolják a médiához magához lazábban, a médiával kapcsolatos *elvárások*, *kihívások* szempontjából azonban annál szorosabban kapcsolódó kérdések. Az egyik ilyen kérdés, hogy a cigánysággal kapcsolatos média hírek hatását jelentősen erősíti a romák *szegregáltsága*:

- a nem cigány gyermekek többsége nem találkozik cigányokkal az iskolában: a cigány gyermekek jelentős számban kerülnek már hatéves korukban speciális (korábbi nevén kisegítő) iskolába. Kilencszáz olyan iskola van ma Magyarországon, ahol a tanulók több mint tíz százaléka cigány, ezek közül 132 intézményben elkülönített osztályban tanulnak. 10 cigány gyermekből 4 olyan iskolába jár, ahol arányuk meghaladja a 22 százalékot, ezzel

szemben a nem cigány gyerekek túlnyomó többsége által látogatott iskolákban átlagosan mindössze 5 cigány gyerek jut 305 nem cigány tanulóra³.

- A többségi társadalom jelentős része nem találkozik romákkal *munkahelyén*: míg a nyolcvanas évek közepéig a munkaképes korú roma és nem roma lakosság foglalkoztatottsága alig tért el egymástól, mára a munkaképes korú cigány lakosságnak közel háromnegyede szorult ki a munkaerőpiacról.
- Ugyanakkor nemigen találkoznak romákkal *közvetlen lakókörnyezetükben sem*: bár mára a romák már csak 13,7 százaléka lakik elkülönült telepeken - 1971-ben még 65 százalékuk lakott ott - csaknem egyharmaduk lakókörnyezetében kizárólag, vagy zömmel roma családok laknak, további 30 százalékuk pedig olyan környéken lakik, ahol többé-kevésbé egyenlő arányban laknak romák és nem-romák.⁴

A szegregáció miatt kevés személyes tapasztalat tudja befolyásolni a romákról alkotott, erőteljesen *előítéletes többségi képet*. Egy 1994-es előítélet-kutatás⁵ szerint a magyar lakosság kilenc-tizede ért egyet azzal a megállapítással, hogy „a cigányok gondjai megoldódnának, ha végre elkezdénének dolgozni”, több, mint kétharmada azzal, hogy „a bűnözési hajlam a cigányok vérében van”, több, mint egyharmaduk pedig azzal, hogy „a cigányokat teljesen el kell különíteni a társadalom többi részétől, mivel képtelenek az együttélésre”... Ma Magyarországon mind a közbeszédben, mind a magánbeszédben elfogadott a cigánysággal kapcsolatos negatív vélekedés, és a romákkal kapcsolatos beszédmódot - szemben például a zsidósággal - még a kódnyelv taburendszere sem korlátozza.

Mindeközben a cigánysághoz rendre nem jutnak el a mindennapi élettel kapcsolatos legelemibb információk⁶.

Szintén a kontextushoz tartozik, hogy a kelet-európai régió más országaival összehasonlítva Magyarországon jobb a helyzet a cigányság médiaellátottságával, vagy a sajtóban megjelenő cigányságképpel kapcsolatban. Szemben más Kelet-Európai országokkal⁷, a magyar médiában nem terjedt el a cigányokkal szembeni gyűlölet-beszéd, és egyes, szűk közönséget vonzó sajtótermékeken kívül a magyarországi médiában nem jelennek meg nyíltan rasszista anyagok.

Ugyanakkor a magyar média oldani sem tudta a cigányságot övező többségi előítéleteket. A másik oldalról azonban az az elvárás, hogy a média aknázza ki hatását a kisebbségekkel szembeni előítéleteket csökkentése érdekében, gyakran nem vet számot a sztereotípiák és előítéletek természetével, és azzal, hogy a média hatása korántsem olyan egyértelmű, mint azt első látásra hinnénk. A tömegkommunikáció-kutatók abban egyetértenek ugyan, hogy a média

³ Kertesi Gábor-Kézdí Gábor: Cigány tanulók az általános iskolában. Helyzetfelmérés és egy cigány oktatási koncepció vázlata. In: Cigányok és iskola, Bp. 1996. Educatio Kiadó

⁴ A Magyar Tudományos Akadémia Szociológiai Intézetének beszámolója a magyarországi roma (cigány) népesség helyzetével foglalkozó 1993 októbere és 1994 februárja között végzett kutatásról

⁵ Erős Ferenc: Előítélet és etnicitás (Magyar Tudomány, 1997/6)

⁶ Ennek fő okaként rendszerint a romák alacsony iskolázottsági mutatóit szokták említeni, a tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy nem kis felelősség terheli a különböző hivatalokat - önkormányzatokat, megyei munkaügyi központokat, megyei pedagógiai intézeteket - abban, hogy a magyarországi cigányság tömegeihez nem jutnak el kellő mértékben a legalapvetőbb információk.

⁷ Kelet-Európa több országában a hatályos jogszabályok nem teszik lehetővé a kisebbségi anyanyelven történő műsorsugárzást, vagy mindennaposak a cigányok ellen uszító cikkek. - Project of monitoring and analyzing of the Romanos issue in the media. DŽENO Foundation, Prague 1996; Project on Ethnic Relations (Princeton, USA): The media and the Roma in contemporary Europe: Facts and Fictions 1996, és Images and Issues: Coverage of the Roma in the mass media in Romania, 1997

befolyásolja a közgondolkodást, viták vannak azzal kapcsolatban, hogy mindez milyen mechanizmusok útján történik. Bizonyítást nyert, hogy a média definiálja azokat a kérdéseket, amivel a társadalomnak foglalkoznia kell: erős összefüggés van a média által fontosnak tartott kérdések és a közönség érdeklődésének iránya között⁸, másrészt meghatározza azokat a fogalmi, érvelési, gondolati kereteket, amelyben ez a diskurzus zajlik. Bár több empirikus kutatás kísérelte meg - mindezidáig nem sikerült kimutatni, hogy a média által közvetített értékeket, attitűdöket *rövid időn* belül magává tette volna a közönség,⁹ és a (kül)csoporthoz való szembeni sztereotípiák és előítéletek nem változnak meg egy-egy sorozat, vagy televíziós műsor hatására. Azokat a kisebbségi karaktereket, amelyek direkt módon cáfolják a kisebbségről alkotott sztereotípiákat, a közönség hajlamos egy, a kisebbségtől elkülönülő altípusnak, vagy egyszerű propagandának elkönyvelni.

Ha a média rövid távon nem is, egy árnyalt és sokoldalú társadalom képének bemutatásával *hosszú távon* csökkenteni a tudja szemléletmódok zártságából és információk hiányából táplálkozó sztereotípiákat. A többségi sztereotípiáknak megfelelő ábrázolás, vagy a médiában megjelenő kisebbségi személyek folyamatos etnikai címkézése azonban már rövid távon is meg tudja erősíteni a kisebbségeket övező előítéleteket és sztereotípiákat.

⁸ „...azokat a kérdéseket, amelyek különös hangsúlyt kaptak a lapban, fél éven belül az olvasóközönség is fontos problémának minősített, míg a kevésbé hangsúlyos események iránt elveszítették érdeklődésüket az olvasók”... Noelle-Neumann, E.: Mass Media and Social Change in Developed Societies in Katz - Szecskő : Mass Media and Social Change.

⁹ Arra, hogy a kisebbségekkel szembeni előítéleteket és sztereotípiákat milyen nehéz megváltoztatni, egy, az amerikai fehérek körében is rendkívüli népszerűségnek örvendő Bill Cosby Show hatásának vizsgálata bizonyította. A sorozat főszereplője egy, a feketéről kialakult sztereotípiáknak ellentmondó, sikeres fekete értelmiségi család volt, de a feketékkel szembeni előítéleteket annak ellenére sem volt képes csökkenteni, hogy adásról-adásra sok millióan nézik. Sokan azzal az érveléssel oldották fel a szimpatikus család és a feketékkel kapcsolatos előítéletek közötti ellentmondást: „tessék, ebből is látszik, hogy a feketék csak a saját magukat hibáztathatják: ha hajlandóak lennének dolgozni, ugyanolyan sikereket érhetnének el, mint a Huxtable család” (Jhally és Lewis, 1992) A hatáselemzés megerősíti a sztereotípiák hierarchikus struktúrájának elméletét: a sztereotípiának ellentmondó információ nem magát sztereotípiát változtatja meg, hanem típuson belül altípusok jönnek létre, a sztereotípiák pedig a csoportról változatlan marad. Ashmore, R.D. (1981): Sex stereotypes and implicit personality theory Brewer, M.B.; Dull, V.; Lui, L. (1981): Perception of Elderly: stereotypes as prototypes

1. A többségi média és a romák

1.1. Hírek, tudósítások, információk

A többségi média tudósításainak cigányság-képével kapcsolatban két tartalomelemzést készítettünk el: kvantitatív módszerekkel vizsgáltuk két országos és négy vidéki napilap cigánysággal kapcsolatos cikkeit egy hosszabb időszakban, és elemeztük a székesfehérvári „gettóügyként” ismertté vált konfliktus egy rövidebb időszaka során a fontosabb lapokban és hírműsorokban megjelent tudósítások tartalmát. A tartalomelemzések során azt vizsgáltuk: az elmúlt évekhez képest növekedett-e a cigányság jelenléte a hírekben, melyek azok a tipikus szerepek és ábrázolási módok, amelyekben a romák megjelennek, és vannak-e olyanok, amelyek rendre hiányoznak. Az elemzések kitértek arra a kérdésre is, hogy mennyire erősek a romák médiaábrázolásában a csoportjellemzők, vagy az etnikai címkézés. Ezzel a kérdéssel azt próbáltuk mérni, hogy a média mennyire látja és láttatja az egyes roma személyeket - a többségi sztereotípiáknak és csoportképzésnek megfelelően - a többségektől eltérő és elkülönülő csoport tagjaiként, illetve láttatja-e őket a társadalom integráns szereplőiként. Azt is vizsgáltuk, hogy a média milyen arányban ábrázolja a romákat aktív, vagy passzív szereplőként.

1.1.1. Cigány-kép a magyar sajtó híreiben 1996 végén és 1997-ben¹⁰

Terjedelem, hangsúlyosság

A cigányság jelenléte a magyar sajtóban mind bemutatásának gyakoriságát, mind hangsúlyosságát (a cikkek terjedelmét, és a lapszámokban elfoglalt helyüket) tekintve jelentősen növekedett az elmúlt időszakban. Mindez egy gyors és gyökeres átalakulásban levő társadalomban történik, és egy olyan kérdés kapcsán, amely hosszú időn keresztül tabu volt. A kisebbségekkel kapcsolatos kérdések évtizedeken át nem kerülhettek a társadalmi diskurzus körébe, a cigány-problematika hivatalosan „nem létezett” vagy kizárólag szociális kérdésként definiáltatott. Terestyéni Tamás a 80-as évek elején az MTV hírműsorait elemezve azt találta, hogy a hírek tükrében megmutatkozó világból teljességgel hiányoznak a kisebbségek¹¹: a lekódolt szereplők között nem akadt olyan, aki valamely nemzeti vagy etnikai kisebbséghez tartozott volna. Ezzel szemben már egy 1994-es sajtóelemzés¹² azt találta, hogy átlagosan min-

¹⁰ Az elemzés 1996 novembere és 1997 októbere között két országos, (Népszabadság, Mai Nap), és négy megyei napilapban (a Hajdú-Bihari Naplóban, a Dél-Magyarországban, az Észak-Magyarországban a Kisalföldben) megjelent összes olyan cikket magába foglalja, amely bármely magyarországi etnikai, nemzeti, szexuális orientációja vagy mozgáskorlátozottsága révén kisebbségi helyzetben lévő emberekről, csoportokról, szervezetekről említést tett. A lapok kiválasztásánál szempont volt, hogy a mintában szerepeljen a legnagyobb példányszámú politikai napilap, egy országos bulvárlap, és négy olyan megyei napilap, amelyek kiválasztásánál figyelembe vettük a megyei lappiac tulajdonosi szerkezetét. (Több azonos tulajdonosú vidéki lapnál gyakorlat, hogy az országos belpolitikai híreket ugyanaz a hírügynökség szerkeszti). Az 1996 novembere és 1997 áprilisa közötti időszak vizsgálata egyben a jövőben rendszeresen lebonyolítandó követéses vizsgálatok módszerét volt hivatott kidolgozni, ezért a bevont lapszámok összetett mintavételi eljárás révén lettek kiválasztva; a minta első fele hetente két lapszámot foglalt magába. Ezzel szemben a vizsgált év második felében minden egyes lapszám bekerült a mintába. Az elemszámok ebbéli eltérését súlyozással korrigáltuk. Az elemzés egy, a *Párbeszéd Program* megbízásából Messing Vera által készített szélesebb körű kutatás része.

¹¹ Terestyéni Tamás: A tévéhíradó valóságképének néhány jellegzetessége. Jel-Kép 1984

¹² Vicsek Lilla: Cigánykép a sajtóban Amaro Drom, 1996/12

den harmadik-negyedik nap jelent meg az országos lapokban egy-egy cigánysággal foglalkozó írás, bár az írások túlnyomó többsége rövidhír volt. A helyzet a sajtót illetően azóta tovább javult: a vizsgált egy éves időszakban összesen 1040 olyan írást találtunk, amely valamely említett kisebbséggel foglalkozott, ebből 704 nemzeti vagy etnikai kisebbséggel, ezen belül 508 a cigánysággal. Az adatok alapján az mondható, hogy a kisebbségi tematika az utóbbi időszakban bekerült a politikai diskurzusba, és a sajtó kitüntetett figyelemmel kezeli azt.

A vizsgált időszakban átlagosan minden lap minden második-harmadik nap közölt cikket a cigányságról, és a magyarországi nemzeti és etnikai kisebbségekről szóló cikkek kétharmada a romákkal foglalkozott. Nagy volt az eltérés az egyes lapok között: míg a Népszabadság átlagosan minden másnap (153) közölt olyan írást, melyben említést tett romákról, addig a Kisalföld 56, a Dél-Magyarország pedig 32 ilyen cikket közölt egy év alatt.

A cigánysággal foglalkozó írások terjedelme¹³ átlagosan több, mint kétszerese (2400 karakter) volt a más magyarországi nemzeti kisebbségekről szóló cikkeknek (1080 karakter). Míg a romákkal foglalkozó írások 30%-a, addig a nemzeti kisebbségekkel foglalkozó cikkek több, mint fele (55%-a) volt rövidhír, a cigánysággal jellemzően a mélyebb elemzést is lehetővé tevő híranalízisekben (21%), interjúkban (20%) foglalkoztak. A roma tematikával foglalkozó tudósítások fele az első 5 oldal valamelyikén fogalt helyet - a velük kapcsolatos kérdéseket tehát többnyire a „hangsúlyos” oldalakon tárgyalták a lapok.

Témakörök

A roma kisebbséggel foglalkozó cikkek száma, terjedelme, és témaköre¹⁴

	cikkek száma		romákról szóló részek terjedelme (karakter)	adott témával foglalkozó cikkek aránya	
	romák	nemzeti kisebbségek		romák	nemzeti kisebbségek
cigány politikai szervezetek, kisebbségi önkormányzatok működése	58	37	1819	11%	19%
kormányzati politika, támogatások	89	38	2713	18%	20%
jogi kérdések, kisebbségi jogok	83	11	1870	16%	5%
általános háttéranyag	53	21	5093	11%	11%
szociális kérdések	101	0	2760	20%	0%
munkaerőpiac	19	0	2633	4%	0%
gazdaság	8	0	2981	2%	0%
kultúra	110	109	2745	21%	56%
kisebbségi oktatás	72	52	2095	14%	27%
kisebbségi média	13	0	1315	3%	0%
egészségügy	7	0	3579	1%	0%
bűnözés, rendőrségi tudósítások	129	0	2142	25%	0%
interetnikus helyi konfliktusok	126	1	2856	25%	1%
külföldi vonatkozású témák	11	28	2412	2%	14%
egyéb témák	48	15	1616	9%	8%
cikkek száma, átlagos terjedelme	508	196	2400		

¹³ A cikkeknek csak az adott kisebbségről szóló szakasza került a mintába

¹⁴ Egy cikk természetesen egyszerre több témát is felvethet, így a témakörökhöz rendelt elemszámok összege magasabb, mint a vizsgált cikkek száma.

Az adatok azt mutatják, hogy a lapokat leginkább a többség cigánysággal kapcsolatos politikájának kérdései (kormányzati kisebbségpolitika, jogalkotás, állami támogatások), a cigányság kultúrájával és oktatásával kapcsolatos témák, valamint a interetnikus konfliktusok foglalkoztatták. Ez a megoszlás - ha az egyes lapok esetében jelentősen el is térnek ezek az arányok - *nagyjából megfelel a többségi társadalomban rögzült, a cigányságnak tulajdonított társadalmi szerepeknek*:

1. „a cigányság, mint konfliktusok által övezett csoport” - a cikkek 25%-a foglalkozott, általában nagy terjedelemben kisebbség és többség közötti helyi konfliktussal, 20%-a írt szociális kérdésekről, amely nagyon gyakran szintén a többségi és kisebbségi társadalom között meglévő feszültségek makroszinten jelentkező megnyilvánulása. Az átlagosnál többet foglalkozott (írásainak harmadában) helyi konfliktusokkal a Népszabadság és az Észak-Magyarország. Továbbra is igen jelentős, 25%-os azon írások aránya, amelyek romák kapcsán bűnügyekről számolt be. A „cigánybűnözés” képét elsősorban a Dél-Magyarország és a Mai Nap erősítette, amely a romákról szóló írásainak több, mint felében (54% és 53%) érintette e témát, ugyanakkor a médiatudósítások a cigányságon kívül egyetlen más kisebbséggel kapcsolatban nem közölték az elkövető etnikai hovatartozását. Bár valószínűtlen, hogy ne történtek volna a vizsgált időszakban olyan bűnesetek, amelynek során az elkövető történetesen valamely kisebbséghez tartozott volna, a média nem tartotta fontosnak annak említését, ha egy bűnesetet kisebbségi követett el, - hacsak nem roma volt az illető.

2. „a cigány kultúra” A vizsgált időszak cikkeinek 21%-a számolt be az átlagosnál nagyobb terjedelemben kultúrával kapcsolatos kérdésekről. A Hajdú-Bihari Napló a csoportról szóló tudósításainak több, mint felében a kultúra kapcsán számolt be a cigányságról. Ugyanakkor elhanyagolható volt ez a témakör a két országos napilapnál (7 illetve 11%).

3. „a cigányság, mint politikai kérdés” A cigánysággal kapcsolatos politikai kérdések az utóbbi időben egyre nagyobb teret kapnak a magyar sajtóban. Ugyanakkor ezt a szerepet erősebben „uralja” a többség kisebbségpolitikájának bemutatása, mintsem a kisebbségek önszerveződése. Míg az ebbe a témakörbe tartozó cikkek 18%-a foglalkozott a kisebbségekkel kapcsolatos kormányzati, parlamenti döntésekkel, 16%-a jogi kérdésekkel foglalkozott, addig mindössze 11%-uk tett említést a kisebbség belső politikai szerveződéseiről, vagy a kisebbségi önkormányzatok működéséről. A legtöbb figyelmet a vizsgált lapok közül a cigányság és a többség közötti politikai kapcsolatokra a Népszabadság helyezte: cikkeinek több, mint felében számolt be ezekről. Ugyanakkor a cigányság belső politikai szerveződésével a Hajdú-Bihari Napló foglalkozott a legtöbbet: írásai 21%-a érintette az önkormányzatiság problémáit.

Számos terjedelmes, az összefüggéseket felvázoló háttérelmezés látott ugyanakkor a sajtóban napvilágot. A már idézett 1994-es sajtóelemzés mintáját még a rövidhírek dominálták, amelyek nem alkalmasak arra, hogy komplex társadalmi problémákat írjanak le. Ezzel szemben az 1997-ben született tudósítások 11%-a kitért az adott téma háttérének körvonalazására.

Szerepek

Az elemzés külön figyelmet szentelt annak a kérdésnek, hogy a média milyen társadalmi szerepekben¹⁵ mutatja be a cigányságot, van-e a szerepek szintjén távolság a kisebbségiek és a

¹⁵ A szerepek kódolása során a szervezetek esetében politikai-, önkormányzati-, civil jogvédő-, kulturális-, gazdasági, egyéb civil- és egyéb szerepeket különböztettünk meg, a személyek esetében kisebbségi politikust, jogászt, kisebbségi önkormányzati képviselőt, kisebbségi civilszervezet képviselőjét, munkavállalót, gazdasági vállalkozót, vagy vállalkozás képviselőjét, bűncselekmény gyanúsítottját vagy sértettjét, művészt., és az ezekbe a kategóriákba nem sorolható egyéb szerepeket különböztettünk meg. Bár egy-egy szervezet vagy személy több kategóriába is sorolható, a cikkek általában egyértelműsítették valamely szerepet.

többségek között, illetve mekkora a bemutatott szereplő aktivitása. Mind a társadalmi szerep bemutatása, mind a szereplő közvetlen megszólaltatása, vagy azok hiánya arról ad fontos információkat, hogy a szereplő individualizálódik-e a tudósításokban.

Roma szerepek aszerint, hogy véleménye közvetlenül, vagy más személy interpretálásában hangzott el

nyers adat (százalék	megszólal, megkérdeztek	nem szólal meg, nem kérdezték meg	összesen
jogi, politikai	56 (42%)	78 (58%)	134 (26%)
kisebbségi önkormányzat	35 (29%)	87 (71%)	122 (24%)
kultúra, művészet	39 (43%)	51 (57%)	90 (18%)
civil	21 (44%)	27 (56%)	48 (9%)
gazdasági	0	1	1
bűnüggyel kapcsolatos	13 (14%)	80 (86%)	93 (18%)
cigányságról általában	35 (12%)	269 (88%)	304 (60%)
egyéb	5 (22%)	18 (78%)	23 (5%)
összesen	204 (25%)	611 (75%)	815

Az 508 elemzési egységben összesen 815 alkalommal szerepelt roma személy és szervezet. A táblázat jobboldali oszlopában olvasható az egyes roma szerepek gyakorisága és a cikkek számához viszonyított aránya. A második és harmadik oszlop a közvetlenül megszólalók illetve meg nem szólalók arányát jelzi. Az írások 60%-a szerepeltetett romákat *individuális szerepmegjelölés nélkül*, a cigányság, mint csoport megtestesítőiként.

A mintában megjelenő romák mindössze 25%-a jutott közvetlenül szóhoz, nagy többségük véleményét *közvetetten*, mások interpretációjában ismerhette meg az olvasó. Ez leggyakrabban akkor fordult elő, amikor bűnözésről, vagy társadalmi szerepkör megjelölése nélkül volt szó romákról. A cigányság homogén csoportként való bemutatása tehát együtt járt azzal, hogy az írásokban szereplők némák maradtak.

A mintában meglehetősen magas azon írások aránya, (18%), amelyek a cigányságot a *bűnözés* kontextusában szerepeltették. A vizsgált időszak alatt, 1997 február 5.-én jelent meg az első cikk a magyar sajtóban arról, hogy a kisebbségi és az adatvédelmi ombudsman állásfoglalása szerint mind a nemzeti és etnikai kisebbségek jogairól szóló, mind az adatvédelmi törvénnyel ellentétes a bűnelkövetők, vagy gyanúsítottak etnikai hovatartozásának nyilvánosságra hozatala. A minta első három hónapjában (1996 november, december és 1997 január) valóban több cikk ábrázolta a romákat a bűnözés kontextusában, mint az állásfoglalást közvetlenül követő időszakban. Míg az előfordulások száma februárt megelőzően a különböző hónapokban 13-12-13 volt, februárban ez a szám 3-ra csökkent, majd az év során valamelyest növekedett, de nem emelkedett a korábbi szint felénél magasabbra. A legtöbbször a Mai Nap, a Kisalföld, és a Dél-Magyarország tekintett el az állásfoglalásoktól.

Megvizsgáltuk azt is, hogy mely témakörök kapcsán jelennek meg jellemzően aktív vagy passzív szerepben¹⁶ a romák. Tipikusan passzív helyzetben mutatták be a cigányságot a helyi konfliktusok (66%), szociális kérdések (54%), és gazdasági témák (79%) kapcsán, és aktívként akkor, amikor a politikai önszerveződésről, önkormányzatiságról (78%), valamint a kisebbségi kultúráról volt szó (70%). E kép szerint a cigányság tevékenyen próbálja befolyásolni életét a politikai, önkormányzati szférában és a művészetek terén, de csak ott.

¹⁶ Az aktivitás elemzésekor kétféle szempontot vettünk figyelembe: egyrészt azt, hogy az adott szereplő megszólal-e közvetlenül, másrészt, hogy a cikkben ábrázolt tevékenységük mekkora aktivitást mutat.

Konfliktusok ábrázolása¹⁷

Konfliktust bemutató cikkek száma kisebbségi csoportok szerint, a kisebbségről szóló cikkek arányában

	konfliktusról beszámol	nem számol be konfliktusról	összesen
roma	317 (62%)	191 (38%)	508
nemzeti kisebbségek	59 (30%)	137 (70%)	196
mozgáskorlátozottak	38 (20%)	149 (80%)	187
melegek	32 (37%)	55 (63%)	88
kisebbségek általában	21 (34%)	40 (66%)	61
összesen	467 (45%)	571 (55%)	1040

Az összes kisebbség közül a romák kapcsán írtak leggyakrabban valamilyen konfliktusról a lapok: a romákról szóló cikkek 62%-a számolt be valamely konfliktusról, egytizedük több konfliktust is megemlít. Ez egyrészt természetes: a cigányság problémái ma a magyar társadalom legsúlyosabb problémái közé tartoznak. Másrészt azonban arra utal, hogy a cigányság médiaképe meglehetősen kiegyensúlyozatlan, és hogy igen erősen dominálják azt a konfliktusok.

A konfliktusok tartalma: cigányság - más nemzeti és etnikai kisebbségek

	romák	nemzeti kisebbségek
jogi	59 (19%)	14 (24%)
politikai- vagy össztársadalmi	74 (23%)	35 (60%)
gazdasági	30 (9%)	2 (3%)
szociális	82 (26%)	0
oktatási/kulturális	55 (17%)	16 (27%)
bűnügyi	83 (26%)	0
etnikai	56 (18%)	4 (7%)
etikai, morális	42 (13%)	0
történelmi	54 (17%)	4 (7%)
egyéb	7 (2%)	3 (5%)
konfliktusról szóló cikkek száma	317	59

Míg a más kisebbségekkel kapcsolatos ellentétekről beszámoló cikkek döntő többsége jogi (24%), politikai (60%) konfliktusról számolt be, a cigányság kapcsán ez a tematika igen sokszínű. A leggyakoribb téma szociális ellentétekről szólt, (26%), jellemzőek voltak a politikai jellegű ellentétekről és a bűnügyekről szóló írások is. A konfliktusról beszámoló cikkek aránya a legmagasabb a Népszabadságban volt (73%), amely elsősorban politikai, szociális és az etnikai ellentéteket mutatott be.

¹⁷ A kódolás során a konfliktus természete szerint lehetett közéleti-társadalmi (makroszintű), helyi- és személyes, kisebbségen belüli vagy kisebbség és többség közötti. A konfliktus tartalma szerint megkülönböztettünk politikai, jogi természetű, gazdasági, szociális, oktatási/kulturális, bűnügyi, etnikai, „etikai” és történelmi konfliktusokat. A kategóriák annak alapján lettek csoportosítva, hogy az általában többrétegű konfliktusokról szóló cikkek milyen típusú érveket tartalmaztak, így egy-egy cikk több kategóriában is kódolásra került. Így például a roma Holocaust-tal kapcsolatos cikkek, amennyiben etikai-morális kérdésként hangsúlyozták a mai magyar kormány felelősségét a cigánysággal szemben, és tényeket ismertettek a második világháború alatt történt eseményekről, úgy történelmi és etikai konfliktusként is le lettek kódolva, a székesfehérvári esetről szóló cikkek pedig attól függően kerültek a politikai, társadalmi, jogi-, szociális, vagy etnikai konfliktusok csoportjába, hogy felvetették-e a kormányzat felelősségét, a romák szociális helyzetét, az önkormányzat jogi eljárását, vagy éppen a romáknak tulajdonított csoportjellemzőket tekintették-e a konfliktus gyújtópontjának. Azt is megvizsgáltuk, hogy az adott konfliktusban kit neveznek meg felelősnek (függetlenül attól, hogy azt a cikkben megszólaló érintett, vagy a cikk szerzője utal arra).

Egyértelműen tetten érhető a cikkekben a csoportképzés és a *csoportok közötti távolság* hangsúlyozása: a romákkal kapcsolatos problémákról beszámoló írások 90%-a a konfliktust a kisebbség és többség csoportközi konfliktusaként jelölte meg (holott például a szociális problémái nemcsak a romáknak vannak, egy-egy, történetesen roma által elkövetett bűncselekmény pedig nem csak a többségi lakosságot érintheti hátrányosan). A konfliktusok természetét illetőleg megfigyelhető, hogy az ellentétekről beszámoló írások közel fele számolt be közéleti, több, mint fele helyi, és 14%-a személyes konfliktusról. Szembetűnő, hogy más kisebbségek esetében a közéleti konfliktusok domináltak, és csak elvétve akadt olyan írás, mely helyi, vagy személyes ellentét kapcsán számolt volna be az adott csoportról.

A konfliktusról szóló cikkekben szereplő romák társadalmi szerepe és aktivitásuk

	megkérdezték	nem kérdezték meg	összesen
politikus, jogász	45 (42%)	63 (58%)	108
kisebbségi önkormányzat	15 (25%)	46 (75%)	61
kulturális szerv., művész	25 (69%)	11 (31%)	36
civil szervezet, ill. annak képviselője	17 (43%)	23 (57%)	40
gazdaság	0	1	1
bűnüggyel kapcsolatos	10 (14%)	62 (86%)	72
nincs jelezve	24 (10%)	207 (90%)	231
egyéb	1 (14%)	6 (86%)	7
összesen	137 (24%)	419 (76%)	

Konfliktusok ábrázolása esetén még súlyosabban vetődik fel az a kérdés, hogy az érintettek elmondhatják-e személyesen véleményüket, vagy álláspontjuk az olvasóhoz közvetett módon jut el. A konfliktusokról beszámoló cikkek esetében a kisebbségi szereplők mindössze 24%-a jutott közvetlenül szóhoz¹⁸.

1.1.2. A székesfehérvári „gettó-ügy” a médiában

Hasonló megállapításokra jutottunk, amikor mélyebb elemzést lehetővé tevő módszerekkel vizsgáltuk az utóbbi idők legnagyobb médiavisszhangot kiváltó eseményéről, a székesfehérvári konfliktusról szóló tudósításokat.¹⁹

¹⁸ Mivel egy-egy cikkben több szereplő is megjelenhet, ez az arány nem jelenti azt, hogy a cikkek 24%-ában jutottak szóhoz a konfliktusban érdekelt romák.

¹⁹ A székesfehérvári „gettó-ügyben” a város önkormányzata a Rádió utca egyik bérházából 13, zömmel közüzemi díjhátraléka miatt jogcím nélküli lakáshasználóvá nyilvánított cigány család kiköltöztetését 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 lakásvásárlásra céljából. A környező települések lakossága tiltakozó akciókkal gátolta meg, hogy a családok beköltözzenek ott megvásárolt házaikba, így a székesfehérvári önkormányzatnak kellett elhelyezésükről gondoskodnia. Az elemzés során az ügyről három hónap alatt - 1997 október 1-e és december 31-e között - született médiatudósításokat vizsgáltuk a kvantitatív és a kvalitatív tartalomelemzés módszerével. Az országos sajtó legolvasottabb, illetve az eltérő politikai beállítottságú legfontosabb lapok: a Népszabadság, a Magyar Hírlap, a Magyar Nemzet, a Népszava, a Blikk és az Új Magyarország, valamint a helyi napilap, a Fejér Megyei Hírlap (október 1. és december 20. közötti időszakban) született cikkei, valamint az elektronikus média fontosabb hírműsorai: az MTV1, a Duna TV, az RTL, a TV2 és a TV3 esti hírműsorai, az MTV1 HÉT és az MTV1 Aktuális című műsorai, valamint a Magyar Rádió Esti Krónika című műsora képezték az elemzés tárgyát. Az itt közölt kutatás első verzióját a Nyilvánosság Klub megbízásából Messing Vera készítette.

Terjedelem, hangsúlyosság

A sajtó kitüntetett figyelemmel kísérte a székesfehérvári ügyet, amely a nagy publicitásnak köszönhetően országosan ismertté vált. A Kód Piac-, Vélemény- és Médiautató Intézet felmérése szerint a felnőtt lakosság 90 százaléka értesült arról, hogy a Rádió utcai családokat konténerbe akarták költöztetni, és 87 százalékuknak konkrét véleménye is volt az ügyről.

A vizsgált időszakban 142 újságcikk, az elektronikus médiában 57 híradás született az ügy kapcsán. A legnagyobb figyelmet a Népszabadság (37) és a helyi, Fejér Megyei Hírlap (39) szentelte az ügynek, de nagy számban számolt be róla a Magyar Hírlap (22) és a Népszava (21) is. A Magyar Nemzet (9), az Új Magyarország (3) és a Blikk (11) már csak akkor tudósított az ügyről, amikor az országos méretűvé duzzadt.

Az elektronikus médiumok közül a Magyar Rádió Esti Krónika c. műsora (19), valamint a kereskedelmi TV2 és RTL hírműsorai (10 és 8) foglalkoztak az esettel részletesebben, a közszolgálati egyes csatorna Híradója három hónap alatt hét alkalommal számolt be a Székesfehérvári eset fejleményeiről.

Figyelemreméltó a sajtótudósítások időbeli egyenetlensége: a napilapok a Fejér Megyei Hírlap kivételével írásaik közel kétharmadát 1997 decemberében közölték - azután, hogy a 13 család elhagyta a Rádió utcai épületet és a Kisebbségi Önkormányzat a környező településeken vásárolt számukra házakat.

A székesfehérvári ügy akkor vált „sajtóügy”-gé, amikor a jogvédő szervezeteket tömörítő Gettóellenes Bizottság (GeB) tüntetést szervezett (november 24) a konténerbe történő telepítés ellen - 55 sajtócikk, az elektronikus médiában pedig 12 tudósítás foglalkozott a konténeres megoldással. A sajtóvisszhang következő csúcspontját a konfliktus feloldását célzó megállapodással (lakások vásárlása a családoknak) szemben született lakossági felháborodás váltotta ki, mely szerint nem igazságos ekkora összeget soron kívül a romáknak nyújtani, amikor több száz nem-roma család vár a városban szociális bérlakásra (december eleje) - 31 sajtócikk, az elektronikus médiában pedig 13 tudósítás adott hírt erről a kérdésről.

Ennél is nagyobb figyelmet kapott a média részéről a konfliktus további eszkalálódása - a környező települések lakosságának tiltakozása a Rádió utcaiak beköltözése ellen (december 18-22: 46 cikk és 23 televíziós és rádiós tudósítás). Ekkor már napi rendszerességgel többnyire vezércikkeket, valamint hosszabb helyzetelemzéseket közöltek a lapok, a helyszínen készült fotókkal illusztrálva az eseményt, és a televíziós hírműsorok mindegyike többször is tudósított a fejleményekről.

Szerepek, szereplők, felelősök

A székesfehérvári esetről szóló sajtótudósításokban közreadott vélemények kétharmada a többségi társadalomhoz tartozó valamely szervezet vagy személy, egyharmada kisebbségiek véleménye volt. Az elektronikus média híreiben megszólaltatottak arányai is hasonlóak, tehát sem a sajtó, sem az elektronikus média nem volt kiegyensúlyozott a tekintetben, hogy a konfliktusban érdekelt feleket milyen mértékben engedte szóhoz jutni. A képet tovább rontja, ha megvizsgáljuk, hogy kik mondhatták el véleményüket személyesen, és kikét ismerhette meg a közönség közvetve, a tudósító, vagy más szereplő interpretációjában. A sajtóban megszólaltatott többségi szereplők több mint fele (52%) fejthette ki véleményét személyesen, míg a romákat képviselő szervezetek, személyek érveinek közel kétharmadát (61%) közvetve, mások tolmácsolásában közölték a lapok. A leggyakrabban megszólaltatott többségi szereplők

a Székesfehérvári Önkormányzat munkatársai, és azoknak a falvaknak a polgármesterei voltak, ahová a romák költöztek volna.

A médiatudósítások kiegyensúlyozatlansága is szerepet játszhatott abban, hogy milyen arányban oszlott meg a közvélekedés az ügyvel kapcsolatban: a Kód Kft. közvélemény-kutatásának eredményei azt mutatják, hogy a teljes lakosság 63 százaléka helyeselte a konténerekbe költöztetés ötletét, és 15 százaléka ellenezte azt emberi jogi és humanitárius megfontolásból. A családoknak juttatott másfél milliós támogatást a felnőtt lakosság 81 százaléka ellenezte, 11 százalékuk támogatta. Ennek oka az is lehet, hogy a média nem hangsúlyozta az alternatív megoldások árát, így például nem vált ismertté az a tény, hogy a lakókonténerbe költöztetés jóval nagyobb anyagi teherrel járt volna, mint az azt ellenzők által javasolt alternatívák.

Megvizsgáltuk azt is, hogy a megszólalók illetve a cikk szerzője kit tart felelősnek a konfliktusban. A tudósításokban megszólalók fele nem nevezett meg felelőst, akik megneveztek, azok több, mint 70 százalékban többséghez tartozó szervezetet, személyt - elsősorban a székesfehérvári önkormányzatot, a polgármestert és munkatársát, valamint a romák beköltözése ellen tiltakozó kistelepülések vezetőit jelölték meg. Elvértve felmerült a kormányzat, a parlament és a pártok felelőssége. Kisebbségi szereplőt a megszólalók 30 százaléka tett felelőssé a kialakult helyzetért, elsősorban magukat a Rádió utcai romákat, illetve az őket képviselő Gettóellenes Bizottságot nevezve meg.

Az országos napilapok csaknem mindegyikére nagyjából ezek az arányok voltak jellemzőek, míg a Fejér Megyei Hírlap által közölt írásokban nagyobb arányban (40%) vetették fel a romák konfliktusban betöltött negatív szerepét. A helyzet megoldását - a megszólalók 44 százaléka vetette fel ezt a szempontot - egyértelműen a Székesfehérvári Önkormányzattól várták.

Tényfeltárás, előzmények

A székesfehérvári ügynek több évre visszamenő története van. Ez idő alatt a média ugyan többször foglalkozott a kérdéssel, a konfliktus eszkalálódása során azonban általában elmulasztotta az *előzmények* ismertetését. A vizsgált időszakban mindössze két lap - a Népszabadság (13) és a Fejér Megyei Hírlap (21) közölt több olyan írást, amely bemutatta az ügy előtörténetét: a Takarodó útra tervezett „CS” lakások tervét, és e tervek többszöri megghiúsulását, vagy azt, hogy hogyan alakult ki a Rádió utcai szociális gettó. Az elektronikus médiában is csak a TV 2 foglalkozott több (4) riportban a konfliktus előzményeivel, más médiumok egyáltalán nem, vagy csekély számú anyagban érintették azt.

Nem kontrollálták a médiumok a konfliktus egyik kiindulópontjának, a Rádió utcai romák *lakáshasználati jogcímének kérdését* sem. A lakók többsége ugyan jogcím nélküli volt, de nem jogcím nélkül került az épületbe: a családoknak a székesfehérvári önkormányzat utalta ki szükségülakásként a helyiségeket. A családok időközben váltak jogcím nélkülivé: vagy azért, mert nem tudták fizetni a közüzemi díjakat, vagy azért, mert az önkormányzat az épület tervezett lebontására hivatkozva nem újította meg a bérleti szerződésüket. A médiában megszólaltatott szereplők 88 százaléka nem tért ki arra, hogy a romák hogyan kerültek a Rádió utcába, és mindössze 5 százalékuk kezelte jogcím szerint differenciáltan a családokat. Ezek a családok azonban nem voltak „önkéntes lakásfoglalók”, „önkéntes beköltözők” vagy „lakásfeltörők”, mint ahogy számos leírást azt állította. Az e fogalmak közötti különbségekről a média legtöbbször nem vett tudomást, - gyakran egy cikkben belül jelölték meg a lakókat a „jogcím nélküli” és az „önkéntes beköltöző” státusával.

Megvizsgáltuk azt is, hogy a tudósítások mennyire „humanizálták” a konfliktus közvetlen érintettjeit, és mennyire adtak annak teret, hogy a Rádió utcaiak elmondhassák az ügyről a saját véleményüket. Ez azért is lehet fontos szempont, mert a kisebbségekkel kapcsolatos többségi percepció eleve hajlamos arra, hogy a kisebbségeket csoportként és ne individuumokként kezelje, illetve az egész csoportot, és ne annak egyes tagjait tegye felelőssé egy-egy konfliktusban. A média azzal csökkentheti ilyenkor az előítéletek megerősítésének veszélyét, ha a konfliktus szereplőit „humanizálja”, ha személyesen megszólalhatnak, elmondhatják véleményüket.

A székesfehérvári ügyben minden lap minden lényegi kérdésben megszólaltatta a fehérvári polgármestert vagy annak munkatársát, megszólaltak a tiltakozó települések polgármesterei, elmondták érveiket a Gettóellenes Bizottság képviselői, a Rádió utcából kiköltöztetett 13 család véleményét azonban mindössze 36 esetben adták közre. Ebből 15 alkalommal szólalhattak meg közvetlenül az érintettek, ekkor is rövid, egy mondatos véleményük kerülhetett a cikkbe - így véleményüket közvetve, és erősen szelektálva ismerhettük meg. A Rádió utcában lakó romák mindvégig az ügy passzív részeseként szerepeltek. Erre megjelölésükre vonatkozó kifejezések passzív szerkezete is utal: „*kiköltöztetettek*”, „*kilakoltatottak*”, „*szerencsétlen sorsúak*”, „*a szabadság gyakorlásában segítségre szoruló romák*”, „*polgárosulásra képtelenek*”.

A sajtó a meglévő többségi sztereotípiáknak megfelelő képet kommunikált a Rádió utcai romákról, amikor - különösen az ügy korábbi fázisaiban - kontrollálatlanul adta közre azokat a véleményeket, amelyek szerint a történet lényege az, hogy a Rádió utcaiak „*antiszociálisak*”, „*erőszakosak*”, „*bűnözők*”, akik „*környezetüket rettegésben tartják*” „*vandalok*”, „*randalírozásukkal zavarják a környék nyugalmát*”, olyan csoporttulajdonságokat tételezve, amelyek a meglévő többségi sztereotípiák mellett a cigányság egészére vonatkozóan nyernek megerősítést az olvasóközönségben. Az egyetlen, ezt a tendenciát megtörő sajtóorgánium a HVG volt, amely decemberben interjút közölt egyikükkel. Az interjúból egy eleven, tervekkel rendelkező, gyermekei jövőjét befolyásolni igyekvő embert ismerhettünk meg - teljes kontrasztban azzal, ahogyan a Rádió utcaiakat az olvasó a sajtótudósítások alapján elképzelhette.

A meglévő sztereotípiákhoz nyúltak az arról beszámoló tudósítások, hogy a Rádió utcaiak lerombolták a házat, kiszedték és eltűzelték az ablakkereteket. Ugyanakkor tudjuk, hogy az épületben a hiányzó ablakokat, ajtókat a fenntartó Széphő Rt. szedette ki akkor, amikor a korábbi lakók kiköltöztek, megakadályozandó, hogy önkényes lakásfoglalók jelenjenek meg az épületben.

1.1.3. Ahogyan a többségi szerkesztők látják

A többségi médiaszerkesztőket arra kértük a velük készített interjúk során, hogy kommentálják az elemzések két megállapítását:

- tematikailag meglehetősen zárt a romák többségi médiaképe, és erősen dominálják a konfliktusok és problémák;
- a tudósításokban a közvetlenül érintettek gyakran passzív szerepbe kényszerülnek, és nem kapnak lehetőséget véleményük elmondására.

A médiumok és szerkesztőik erőteljes probléma-orientáltságát, és az ahhoz kapcsolódó értéktulajdonításokat indirekt módon bizonyította, hogy az ábrázolások tematikai zártságával kapcsolatos kérdést többségük a pozitív-negatív történetek mezőjében helyezte el: nem

hiányzó témákat, területeket, hanem a *pozitív példákat általában* hiányolták a többségi médiából. Ugyanakkor, ha többségük úgy is gondolta, hogy a cigány társadalomban meglévő „pozitív példák” bemutatása nélkül a társadalomról szóló valós kép bemutatása sérül, azzal érveltek, hogy a médiában a problémáknak, a konfliktusoknak van nagyobb hírértékük.

Jellemző válasz volt az egyik országos politikai napilap szerkesztője által megfogalmazott vélemény: *„ami igazán hiányzik, és ezért részben az egész magyar média nem mond igazat, azok a pozitív esetek, ügyek, megoldási kísérletek, amelyek az olvasóban azt a benyomást erősíthetik, hogy van lehetőség. A sajtónak van egy önmozgása, hogy mindig az ami jól megy, normális, az nem hír, az nem számít. Ami rosszul megy, azt ugye az olvasó elé viszik”*.

A pozitív történetek hiányával kapcsolatban ugyanakkor többen említették a megfelelő szerkesztőségi kapcsolatok hiányát is. Az egyik közszolgálati médium szerkesztője úgy fogalmazott: *„olyan etnikai problémákkal kínlódik ez a társadalom, hogy természetes lenne pozitív minták bemutatása. Ott van például Orsós Zoli Gilvánfán beindított biotenyészete, ezekkel kellene a médiának foglalkoznia. Ehhez ismerni kellene az Orsós Zolit, meg a többieket, de őket nem lehet a belvárosból megismerni. A magyar médiában a programok mindig elsikkadnak, mindig személyeket állítanak szembe, mert azt el lehet intézni telefonon, vagy be lehet hívni a stúdióba.”*

Interjúalanyaink többsége azt is hangsúlyozta, hogy a formális kapcsolatokon és eseményeken alapuló újságírói gyakorlat eleve megnehezíti, hogy a médiában teret kapjon sikeres kisebbségiek bemutatása. Erre példa az egyik megyei lap főszerkesztőjének véleménye: *„alapprobléma, hogy nemigen lehet a sajtóban a minden bizonnyal létező kedvező jelenségekről olvasni - szinte kizárólag csak akkor, ha azok valamilyen rendezvény, hivatalos aktus kapcsán kerülnek szóba. Pedig biztosan vannak olyan pozitív példák, amelyek a roma közösségek önszerveződése, saját kezdeményezése nyomán visznek közelebb egy-egy részprobléma megoldásához. Ha ilyenekről gyakrabban adhatnánk hírt, az talán segíthetne a negatív előítéletek eloszlatásában is”*.

Interjúalanyaink nagy többsége *nem értett egyet* azzal a kijelentéssel, mely szerint egy-egy anyag elkészítésekor *ritkán kérdezik meg az érintettek véleményét*. Azt hangsúlyozták, hogy alapvető szakmai kötelesség minden érintettet megkérdezniük, és úgy vélték, hogy ennek a követelménynek a magyar sajtó általában megfelel. Példák kapcsán azonban kiderült, hogy a szerkesztők a roma érintetteken általában *közvetett* érintetteket: az adott ügyben involválódott politikusokat vagy a jogvédő szervezeteket értették. Mindössze két interjúalanyunk tett distinkciót a közvetett és közvetlen érintettség között: *„a mérvadó médiumok azért igyekeznek megkérdezni az ügyekben érintetteket, de vannak esetek, amelyekben például egy írástudatlan embertől nem várható el, hogy saját helyzetéről tudományos képet nyújtson. De nálunk azért még ő is elmondhatja. Másoknak ez lehet, hogy taszító, mások azt mutatták meg, hogy mi a politika érdeke”* - fogalmazott az egyik országos televízió szerkesztője. Hasonló véleményen volt az egyik bulvárlap szerkesztője is, aki a székesfehérvári eset kapcsán úgy fogalmazta meg az általános szerkesztőségi gyakorlatot: *„akkor meg szokták kérdezni azoknak a roma szervezeteknek a vezetőit, akik a felszínen vannak (...) azzal kevesebbszer találkozunk, hogy az igazán érintettet megkérdeznék.”* Saját lapjára utalva hozzátette: *„Nem volt hely és nem volt mód arra, hogy elkészüljön egy olyan riport, amelyik feltárja azoknak az embereknek a dolgait, akiről szó van, helyettük és nevükben szólalt meg egy csomó szervezet”*.

A formális médiaesemények és nyilatkozatok túlsúlya, a tényfeltárás gyakori hiánya a többségi médiumok nagy hányadában az újságíró szakma általános állapotára utal. A *tényfeltáró újságírás* jelenlegi helyzetével kapcsolatban a szerkesztők nagy többsége meglehetősen önkritikusan fogalmazott: általános vélemény volt, hogy a magyar média jelenlegi körülményei

nem kedveznek annak: gyakran hiányoznak azok a feltételek, amelyek lehetővé tennék, hogy az újságírók kapcsolatokat építsenek ki az intézményeken túl, vagy hogy az időhiány miatt ne dimenzionálódjanak túl a magyar médiában a sajtótájékoztatókról, és más megrendezett médiaeseményekről szóló tudósítások. A cigányság esetében még erősebben befolyásolják ezek a körülmények a médiaképet: a tényfeltárás gyengesége, a kapcsolatok hiánya, az időhiány, és a roma önszerveződés fiatal volta eleve kódolja azt, hogy milyen események és milyen szűrőn keresztül kerülnek bemutatásra.

Arra is kíváncsiak voltunk, hogy hogyan látja a többségi média a saját *szerepét a kisebbségekkel szembeni előítéletek csökkentésében*. Bár a szerkesztők többsége fontosnak tartotta ezt a szerepet, a konkrétumokkal kapcsolatban már nagy volt a bizonytalanság. Jellemző példa erre az egyik politikai napilap szerkesztőjének véleménye: *„hát, én azt hiszem, hogy a sajtónak többet kéne felvállalnia, (...) sokkal érzékenyebbnek kellene lennie. Azt nem tudom megmondani, hogy melyek (...) a konkrét megoldási lehetőségek, én csak annyit tudok nyilatkozni, hogy keserves munka lesz”*. Egységes álláspont volt, hogy az előítéleteket nem „kampányokkal” kell csökkenteni. Több interjúalanyunk véleményét foglalta össze az egyik televíziós szerkesztő, amikor úgy fogalmazott: *„nekünk még nem jutott eszünkbe, hogy bezzeg-anyagokat készítsünk”*.

Ugyanakkor - amikor arra kértük őket, hogy mondják el: kiket mutatnának be, ha azt a feladatot kapnák, hogy három, romákkal kapcsolatos hosszabb anyagot készítsenek - a szerkesztők többsége főként *„direkt ellenpéldákat”* fogalmazott meg, a különböző csoportközi problémákkal foglalkoztak volna az anyagokban, és egy-egy konkrét közösség kapcsán mutatnák be a többség és kisebbség együttélésének pozitív példáját. *„Megmutatnám a szomszédaimat. Én sokáig éltem az ... utcában, ahol több roma család is lakott. Ott soha senki egyetlen megjegyzést nem tett a roma családokra”* - fogalmazott az egyik napilap szerkesztője. Az ötletek csaknem mindegyike a jelenleg uralkodó tematikában maradt, és az ábrázolások során betöltött negatív szerepekre hozott volna ellenpéldákat. Mindez arra utal: ha az újságírók többsége fontosnak is tekinti azt, hogy a média csökkentse az előítéleteket és jóindulatot is tanúsít ezirányban, ennek módját főként a többségi előítéleteknek direkt módon ellentmondó, „ellenértékű” bemutatások növelésével képzelik el. Ez némileg ellentmond annak, az általános véleményüknek, hogy az ilyen bemutatásokat a közönség gyakran pusztán propagandának könyveli el.

1.1.4. Információs hiányok

Kutatások hiányában csak meglehetősen bizonytalan megállapítások tehetők arról, hogy a tájékoztatásban szerepet játszó intézmények, a többségi országos és helyi médiától a kisebbségi önkormányzatokig milyen szerepet játszanak a roma közösségek tájékoztatásában. Az ilyen kutatások nagy költségei miatt ez a jelentés sem tud átfogó és árnyalt képet adni erről a kérdésről. Az utóbbi időszakban készült viszont néhány olyan hiánypótló kutatás, amely ezt a kérdést is érintette.

Neményi Mária „Terhesség - szülés - gyermekgondozás: Cigány anyák és az egészségügy kapcsolatrendszere” - című kutatása érzékenyen elemezte azokat a cigánysággal kapcsolatos sztereotípiákat, amelyek ma uralják az egészségügyi ellátás egy területét, és hogy a cigány anyák és az egészségügyi dolgozók közötti kommunikációs zavarok tovább mélyíthetik a két fél egymással szembeni bizalmatlanságát. A kutatás bizonyította, hogy a napi kapcsolatokkal és közvetlen ismeretségekkel egyenes arányban csökkent a különböző feladatokat ellátó egészségügyi dolgozók által a cigány pácienseknek tulajdonított sztereotípiák aránya.

Az MTA Regionális Kutatások Központja 1997-ben folytatott kutatást²⁰ Baranya megyei kisebbségi önkormányzatok körében - egyebek mellett a kisebbségi önkormányzatok a helyi települési önkormányzattal, a helyi és az országos kisebbségi médiával, és az országos kisebbségi önkormányzatokkal való kapcsolatáról. A helyi kisebbségi önkormányzatok igen fontos szerepet tölthetnek be a kisebbségi közösségek tájékoztatásában, ugyanakkor a kutatásból az derül ki, hogy kapcsolatrendszerük korlátozottsága nagy mértékben csökkenti ennek lehetőségét. A kutatás főbb megállapításai igazolják a cigányság információellátottságával kapcsolatos általános tapasztalatot és a roma önszerveződéssel készült interjúkban ezzel kapcsolatban elhangzottakat. Nem teszi kevésbé súlyossá a kérdést, hogy úgy tűnik: ezek a problémák nem csak a romáknál, de más kisebbségeknél is gyakoriak.

A kisebbségi közösségek életét erősen befolyásolja, hogy kisebbségi önkormányzataik mennyire tájékozottak a helyi döntésekkel kapcsolatban, és tartanak-e fent rendszeres, formális kapcsolatot a települési önkormányzatokkal. Ennek hiányában nem csak a kisebbségi közösségek kerülhetnek váratlan helyzetekbe, hanem a formális kapcsolatok hiányában kódolva van a többség és kisebbség közötti konfliktusok lehetősége is. A kutatás szerint „*a kisebbségi önkormányzatok gyakran nincsenek bevonva a településsel kapcsolatos döntések előkészítésébe és meghozatalába. Ez a helyzet azért is [problematikus], mivel a döntések hatása lényegesen gyorsabban és közvetlenebb módon tapasztalható a közösségek életében. Mindezek ellenére ez a helyzet mindkét fél részéről hallgatólagosan elfogadott. Valójában csak valamely probléma felbukkanása esetén keresik meg egymást a testületek*”.

Ugyanakkor a kisebbségi önkormányzatok információellátottságát befolyásolja az is, hogy a kutatás szerint amennyiben egy kisebbségi önkormányzat képviselője nem tagja az országos önkormányzatnak, úgy „*lényegében nincs funkcionális kapcsolat a két szervezet között*”. A mintában megkérdezett kisebbségi önkormányzatok közül a cigány kisebbségi önkormányzatoknál volt a legalacsonyabb (10%) ez az arány.

A jelentés szerint kisebbségi önkormányzatoknak a kisebbségi közösségekkel fenntartott kapcsolata is fejlesztésre szorul: adataikból az derül ki, hogy alapvetően informális úton történik a kisebbségi közösségekkel való kapcsolattartás, holott „*a kétoldalú és kölcsönös kommunikáció érdekében - a helyi sajátosságoknak megfelelően - a kisebbségi önkormányzatnak törekednie kell arra, hogy rendszeresen informálhassa tevékenységéről, céljairól, döntéseiről a választóit. Az ilyen típusú kapcsolattartás szükségszerű formája lehet a formalizált keretek között történő kommunikáció*”.

A kutatás a kisebbségi önkormányzatok médiakapcsolatairól²¹ megállapítja, hogy a mintában megszólaltatott kisebbségi önkormányzati elnökök általában megfelelőnek ítélik önkormányzatuk és a média kapcsolatát, ugyanakkor „*kiderül az interjúkból, hogy a médiával való kapcsolaton lényegében az elektronikus médiát tekintve a helyi közszolgálati médiát, valamint az írott médiát tekintve a vezető megyei sajtóorgániumot említették. Az adott kisebbség, saját, országos sajtójával történő kapcsolattartást mindössze egyetlen válaszadó említette. (...) A válaszok arra engednek következtetni, hogy az önkormányzatok nem tekintik különösebben fontos és hangsúlyos feladatnak az említett kapcsolat erősítését és ápolását. Számos válaszadó hangsúlyozza ugyan a kapcsolat fontosságát, de nincsenek olyan jelzések, amelyek alapján kijelenthetnénk, hogy az önkormányzatok valóban fontosnak tartanak kiaknázni a kapcsolatban rejlő lehetőségeket (...) A kisebbségi önkormányzatok és a nem kisebbségi média*

²⁰ A kisebbségi önkormányzatok. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs, 1998

²¹ A helyi és regionális médiával kapcsolatos kutatások hiányában gyakorlatilag ez az egyetlen reprezentatív felmérés, amely képet adhat erről a területről.

kapcsolatára jellemző az, hogy csakis valamilyen „skandalum-típusú” hírrel jelennek meg a kisebbségek ezen a média napi híradásaiban”.

Kutatásunk egyik kiinduló hipotézise az volt, hogy a mai magyar tömegtájékoztatás nem képes a roma közösségek információs igényeinek kielégítésére.

A roma közélet vezetőivel készített interjúk egy-két kivétellel megerősítették ezt a feltételezést. Roma interjúalanyaink nagy többsége úgy gondolta: bizonyos információk konzekvensen nem jutnak el a cigánysághoz, ugyanakkor eltért véleményük azzal kapcsolatban, hogy melyek a cigányságot speciálisan érintő információk. A legtöbben olyan, a mindennapokkal kapcsolatos közhasznú információk (pl. szociális ellátások) hiányát említették, amelyek nem kisebbség-specifikusak, hanem egy adott társadalmi helyzetből adódó igényekkel kapcsolatosak, így felvethető, hogy nem a többségi közszolgálati médiumoknak lenne-e feladatuk ezek eljuttatása az érintettekhez. Néhányan a cigánysággal kapcsolatos előítéletességet és diszkriminációt említették, és volt, aki kulturális információkra, vagy helyi eseményekre (esküvő, búcsú) helyezte a hangsúlyt.

Eltértek a vélemények azzal kapcsolatban is, hogy kinek lenne a feladata a roma közösségek folyamatos tájékoztatása. Abban szinte mindannyian egyetértettek, hogy a romák nagy többsége a televízióból szerzi az információkat, ennél kevesebben hallgatnak rádiót, és elvétve olvasnak újságot. Ugyanakkor a tájékozódás másik, az interjúalanyok nagy többsége által érintett csatornáját jelentik az informális kapcsolatok - ez utóbbit többen még a médiumoknál is fontosabbnak tartották: *„az a gyanúm, hogy még mindig az informális csatornák működnek. (...) a romák mind a mai napig a szóbeli kultúrában élnek, tehát a kommunikációnak ez a formája hagyományosan nagy szerepet tölt be.”*

Az interjúalanyok nagy többsége hangsúlyozta a kisebbségi önkormányzatok és a többségi hivatalok tájékoztatási funkcióit, és kritikával illette működésüket ezügyben: *„nem működik egy olyan rendszer, amely célzottan a romák igényeinek megfelelően közhasznú információkat szolgáltatna”* - mondta egyikük.

Az interjúk során kitértünk arra is, hogy a Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal pályázati lehetőségeket, hivatali döntéseket közreadó ingyenes hírlevele, a Kisebbségi Híradó eljut-e a kisebbségi szervezetek, médiumok vezetőihez. Interjúalanyaink valamivel kevesebb, mint fele nem ismerte a kiadványt. Akik olvasták, általában fontos és hasznos kiadványnak mondták a Kisebbségi Híradót, néhányan megjegyezték, hogy jelentős késéssel jut el, hogy száraz, és nehezen érthető.

1.2. Média: egy társadalom önképe - többségi és kisebbségi szemmel

A média nem csak tájékoztat, hanem - sokkal inkább teljes műsorfolyamával, semmint az egyes hírekkel - jelentősen befolyásolja azt a képet is, amelyet a társadalom saját magáról és saját magának kialakít. Ebben a képben a hiányok éppoly beszédeseek, mint az egyes állítások. A média értékeit, és egyfajta nemzeti identitást is hordoz: lehetőséget ad a nemzeti büszkeség, és összetartozás folyamatos meg- és újrafogalmazására.²² A magyarországi többségi

²² A nemzeti identitás és a média által sugárzott társadalmi önkép kapcsolatait több kutatás elemezte. Conrad Phillip Kottak amerikai antropológus hosszan elemzi a legfontosabb brazil televíziós hálózat, a Globo által sugárzott Brazília-kép szerepét abban a váltásban, amely során a '70-es években megtörtént a brazil társadalom nemzeti integrálódása és áttérése a regionális-rurális értékekről a nemzeti-fogyasztói modernitásba. „A Globo optimizmust, és egy nagy, békésen egyesült Brazília képét sugározta. (...) Brazília élete emelkedőben volt, csakúgy, mint a Globo szappanoperáinak központi karakterei”. Conrad Phillip Kottak: Prime Time Society Wadsworth Publishing Company, Belmont California, 1990, pp. 37.

médiával kapcsolatban is megkerülhetetlen kérdés, hogy milyen képet sugároz minden huszadik honfitársunkról, és milyen identitást tesz lehetővé számukra. Felajánl-e olyan mintákat és lehetőségeket, amelyekben a többség a cigányságra annak összes kulturális-, tradícióbeli különbözőségével, szociális problémájával együtt úgy tekinthet, mint a társadalom integráns csoportjára, vagy önkéntelenül is a távolságot növeli közöttük. Ezzel párhuzamosan lehetővé teszi-e, hogy a romák büszkéik lehessenek saját csoportjukra, identitásukra, vagy éppen az asszimiláció, a kisebbségi hovatartozás eltitkolása, elfojtása felé tereli őket.

Ezt a képet talán a híreknél is erőteljesebben befolyásolják a szerte a világon jóval nagyobb közönséget vonzó *szórakoztató műsorok*.²³ Míg a különböző információs műsorokban a reflektálható, „igaz/hamis” típusú érvek vannak túlsúlyban, a hírműsorok percepciójától jelentősen eltér a különböző szappanoperák, talk-showk által sugárzott kép. Leegyszerűsítve a kérdést: míg az információs és hírműsorok főként verifikálható információkat és érveket tartalmaznak, addig más természetű az a kérdés, hogy a Szomszédok fikciós világában feltűnő karakter hiteles-e, vagy sem. A szórakoztató műsorokon - a sorozatokon, talk-showkon - keresztül sugárzott kép indirekt, nem reflektálható módon közvetít értékeket, és ezt a lehetőséget a rejtett reklámoktól a kisebbségek kulturális integrációjáig széles körben használják ki szerte a világon.²⁴

A magyar média szórakoztató műsoraiból ma nem csak a romák hiányoznak, hanem más kisebbségek is. Nincsenek, vagy csak alkalmyszerűen jelennek meg kisebbségi karakterek a magyar szappanoperákban, a talk-showkban, de ugyanúgy rendre hiányoznak a napilapok „megkérdeztük az utca emberét” rovataiból is a romák, a Magyarországon élő kínaiak, vagy a mozgáskorlátozottak. Mindez a meglehetősen zárt többségi identitásminták mellett azt a távolságot erősíti, amely a különböző hírekben, vagy hírműsorokban is tapasztalható: a cigányok többsége mint „probléma” jelenik meg, a kisebbségeknek pedig igen ritkán kerülnek a társadalom aktív szereplőiként bemutatásra. A média könnyű műfajai nem találnak bemutatásra érdemes romákat, és ez tovább növeli kulturális szegregációjukat.

1.2.1 Kisebbségi szemmel

A roma közélet egyes szereplőivel készített interjúk során a cigányság médiaképével kapcsolatos véleményeket is igyekeztünk feltárni. A vélemények nagyarányú egybeesése arra enged következtetni, hogy ha a minta nem is reprezentatív, az interjúkból kirajzolódó kép valamennyire reprezentálja a roma közösségek véleményét is.

„Nincs nekik elég helyük a többségi médiában”

Interjúalanyaink mindegyike első helyen említette, hogy a cigányság ritkán jelenik meg a többségi médiában, és többségük azt is kifogásolta, hogy hiányoznak a médiából a többségi társadalom természetes szereplőiként megjelenő roma karakterek. Azok az interjúalanyaink,

²³ Az AGB Hungary Kft. által 1998 január 12. és 18.-a között készített televíziós nézettségi felmérés szerint a naponta 17.30 és 21.30 között nézett műsorok közül a husz legnézettebb műsor listáján négy hírműsor, 9 sorozat, két kabaréműsor volt található. Az MTV híradó a 19.30 és 21.30 közötti műsorsávban a tizedik volt, népszerűségét 5 filmsorozat előzte meg, a Híradó 21,9%-os súlyozott nézettségével szemben az adott időszakban a vészhelyzet című amerikai sorozatot a teljes népesség 36,7%-a, a Szomszédokat 33,5%-a nézte. (Népszabadság: 1998. 01. 24., pp. 9.)

²⁴ Előbbiek például annak érdekében, hogy a lakosság a biztosítóügynököket nagyobb hajlandósággal engedje be a lakásaiba, jelentős összegeket költöttek arra, hogy az egyik népszerű német sorozatba beépítsenek egy karaktert, aki történetesen biztosítóügynök.

akik kitértek erre a kérdésre, azzal érveltek, hogy az ilyen karakterek szerepeltetése jelentősen csökkenthetné a cigányságot övező előítéleteket, és többen említették erre alkalmas eszközként a televíziós sorozatokat és roma TV-bemondók szerepeltetését. A sorozatokkal kapcsolatban egyik interjúalanyuk úgy fogalmazott: *„Amikor elindult a Szomszédok, azt hittük, hogy a Vágási Ferenc cigány lesz. Én nagyon örültem, hogy egy ilyen sorozatban, ha nem is cigány származású, de cigánynak látszó fiatalember játszik majd. Már születése pillanatában megfulladt, nem merte vállalni azt, hogy egy cigány ember sorsát a közvélemény elé tárja, és azon keresztül mondjon valamit. Pedig egy ilyen lakótelep, ahol Vágási Feri is lakik (...) igazán alkalmas lett volna arra, hogy a beilleszkedés, a befogadás, a jóérzés, a rosszérzés összeütközését megmutassa”*.

„A romákat negatív szemléletben mutatják, pozitív példákat nem nagyon tudok”

Interjúalanyaink szinte kivétel nélkül kifogásolták, hogy a többségi média a kizárólag a negatívumokra, a cigányság problémáira, vagy a „cigányok által okozott” problémákra fókuszál: *„elmondják százszor ugyanazokat a sztereotípiákat, hogy milyen tragikus az állapot, milyen válságos. (...) A negatívumok és a botrányos helyzetek jelennek meg”* - fogalmazott egyikük.

Többen kifogásolták, hogy a média, miközben a cigányság problémáiról tudósít, gyakran nem figyel az érintettek érzéseire, és a passzivitásra ítéli őket. Mindez azoknak a romáknak a kritikáját is kiváltja, akik fontosnak tartják, hogy ezeket a problémákat bemutassa a média. *„Démonizálták a közvéleményben [az érintetteket] azokkal a fotókkal, bejátszásokkal, hogy hogyan néz ki az a ház. Nem jelentek meg arcok”* - mondta egyik interjúalanyunk a székesfehérvári ügyel kapcsolatban, és a romák kiszolgáltatottságát egy példán keresztül mutatta be: *„amikor például nem akartak a Varga család tagjai nyilatkozni arról, hogy hol kaptak házat, hogy ne tudják meg, és ne legyen belőle hisztéria, akkor [az egyik televíziós riporter] erőszakkal ment utánuk és mutatták a nagyseggű cigányasszonyt hátulról, ahogy beszaladtak a lakásba előre. Erőszakkal utánuk ment a házba, ezt mind vette az operatőr, az ablakra rátette a kamerát és onnan vette az egészet.”*

Egy másik interjúalanyunk a tiszavasvári különballagás kapcsán úgy fogalmazott: *„hosszú értekezések jelentek meg különböző újságokban arról, hogy itt alapvetően a tetvességről van szó. Fel sem merült bennük, hogy az érintetteket kell megszólaltatni. Nagyon gyakran eltekintett ettől a média, és jutott valamilyen félelmetesen előítéletes következtetésre. Az alapkérdés és etikai kérdése az újságírásnak, hogy vajon eltűrhető-e, hogy emberekről ítéletet mondjanak, és ítéletet alkottassanak az olvasóval anélkül, (...) hogy a maga emberi mivoltában megszólaltatnák őket helyzetükről, céljaikról, anélkül, hogy emberközeli hoznák őket. Némában, csak vágóképként [jelennek meg a romák a többségi médiában], egyik cigány olyan mint a másik, darab-darab”*

A többségi média cigány-képének a romákra gyakorolt lehetséges hatását egyik interjúalanyunk így foglalta össze: *„[a többségi médiából sugárzott híradások többsége] általában úgy csapódik le a roma közösségekben, hogy már megint valamiféle botrányos, vagy negatív kicsengésű hír ment le a televízióban, amelyet nagyon rossz emberi érzéssel él meg. Ha róla van szó, folyamatosan a negatívumait hallja. Vagy úgy, hogy a megalázottság érzése keltődik benne. (...) A médianak mindent kell tudnia persze, és tájékoztatási kötelezettsége van, de soha nem szabad beállítani embereket úgy, hogy meg legyenek alázza.”*

1.2.2 Többségi szemmel

A többségi média szórakoztató műsorainak roma-képével, és azzal kapcsolatban, hogy mennyire lennének nyitottak roma karakter szerepeltetésére, megkérdeztük a két legnézettebb magyar televíziós sorozat producerét is. A velük készült interjúk arra is kitértek, mire figyelnének egy ilyen karakter megalkotásakor.

Mindkét interjúalanyunk lesújtó véleménnyel volt a cigányság többségi médiaképéről: *„óvakodnak a problémától, mert nem tudják a megoldást. Azok az alibiműsorok, amiket a közszolgálati televízió ad kisebbségi műsorok címén, az, hogy heti huszonöt percben el van intézve a közszolgálatban a roma kérdés, a német kérdés, a szerb kérdés, az nem old meg semmit.”* - fogalmazott egyikük. Ugyanakkor másik interjúalanyunk azt hangsúlyozta: *„ahol a kulcspozíciókban nem romák ülnek, ott nincs sok esély a helyzet javítására”*. Ugyanő egy erőteljesebb nyomásgyakorló képességgel rendelkező roma önszerveződésben és egy eltökéltebb kormányzati politikában látja a garanciáját annak, hogy a cigányság médiaképe megváltozzon: *„a média és a roma kisebbség viszonyában az amerikai mintát kellene követni: ott normákkal kötelezték a médiát, hogy milyen arányban kell megjeleníteni színes bőűeket. Amerikában ebbe a kérdésbe kőkeményen belenyúlt az állam, mondhatni cenzúrázott, ezt ugyan általában egy demokráciában nem lehet, de a megoldáshoz szükséges.(...) Egyezségre kell kényszeríteni a médiát a roma kisebbséggel. Átfogó médiastratégiára van szükség, média-mixekkel és normatívákkal.”*

A közös kritika ellenére interjúalanyaink véleménye már jelentősen eltért azügyben, hogy hogyan lehetne a romák részvételét növelni a médiában. Véleménykülönbségük jól láthatóvá vált, amikor egy önálló roma televízióval kapcsolatban egyikük a cigányság problémáira való erőteljesebb reflektálásban és a romák műveltségi szintjének emelésében látta volna annak szerepét, míg másik interjúalanyunk nem koncentrált ilyen erőteljesen a problémákra: bár ő is hangsúlyozta a televízióban rejlő távoktatási lehetőségeket, úgy gondolta: ezt a televíziót *„romák csinálnák, annak aki veszi. Általában a társadalom felé kellene kommunikálni, hogy kik a romák, hogy élnek, mit gondolnak. Láttatni, hogy a tisztességtelen az csak egy része a romáknak.”*

A sorozatokba beépíthető roma karakterekkel kapcsolatban is érezhetőek voltak a véleménykülönbségek: míg egyik interjúalanyunk határozottan fontosnak tartotta, hogy romák is szerepeljenek a magyar szappanoperákban: *„sztárokat kell létrehozni. Mert a sztárok hordózőként szerepelnek”*; másikuk úgy vélekedett: *„én fontosabbnak tartom, hogy ne a mesejátékokban szerepeljenek romák, hanem egy valódi televízió-műsor legyen, romákról, romák is, nem romák is próbáljanak tenni, segíteni, tanítani, nem a botrányok mentén, hanem éppen ellenkezőleg: a botrányok ellenében. (...) ide nem díszromák kellenének, nem egy-egy kiemelt roma személyiség kell, hanem általános strukturálódást kellene végrehajtani. Az, hogy a híreket romák mondják be, hogy az interjúkat roma fiatalok készítik, az a roma helyzeten édeskeveset változtat. Csak egy példát mutat, hogy lám, szorgalommal ilyen messzire lehet eljutni, de ennyi az egész.”*

Az eltérő megközelítések ellenére mindkét interjúalanyunk a szórakoztató műsorokon keresztül elérhető indirekt hatás oldaláról is nézte a kérdést, amikor egy lehetséges roma karakter megformálásáról kérdeztük: *„konfliktus csak a roma mivolt miatt nem volna benne. Azzal foglalkozzon a Híradó. A szórakoztatás oldaláról kell megnézni a dolgot. (...) Az persze, ha elkezdenék foglalkozni a cigánykérdéssel, biztos hogy ártana nekem. A szereplőről látszik majd, hogy roma, de nem a roma kérdéssel foglalkozom”; „hogy a diszkriminációs vitát belevigyük-e a műsorba, az már egy problematikusabb kérdés. Egy olyan vitát, amit a*

társadalomnak a széles rétege folytat kiközösítő alapon, azt átemelni ide, és megismételni a kiközösítési kísérletet és annak kivédését, ezt én egy életveszélyes útnak tartom.”

Ugyanakkor a romák egy ilyen karakterre adott reakciójával kapcsolatban jelentősen eltértek a vélemények: míg egyikük úgy vélekedett: „*A roma egy büszke nép. Van benne egy alapvető tartás. Biztos lenne valami pozitív hatása*”, másikuk megerősítette a roma társadalom lehetséges reakcióival kapcsolatos - a reklámszakemberekkel készült interjúkban is hangsúlyozott - bizonytalanságot: „*Azt kitalálni, hogy hogyan lehet megszólítani a romákat - hiszen jelentős részük a lemaradt kategóriába tartozik - nehéz. Ha én behozok a sorozatba egy-egy parádés roma ügyvédet, azt a lemaradottak nem fogják-e jobban utálni, mintha nem roma lenne? Hogy lehet egy roma társadalmat filmen úgy kitalálni, hogy egyik szélét se irritálja, azt nem tudom.*” Lényeges kérdésre hívta fel ugyanő a figyelmet, amikor elmondta: egyszer más kísérletet tett egy roma karakter megjelenítésére, azzal kapcsolatban azonban semmilyen visszajelzést nem kapott.

2. Kisebbségi média

A kisebbségi identitásminták fenntartásának, a kisebbség belső önszerveződésének, és a kisebbségi politika belső kontrolljának egyik legfontosabb eszköze a kisebbségi média. Fejlett, erős és bizonyos védelmet élvező²⁵ kisebbségi média nélkül nem csak a kisebbség önszerveződése és érdekeinek belső artikulációja, de a kisebbségi identitás és csoporttudat folyamatos megerősítése is megnehezül: nem véletlen, hogy a különböző asszimilációs politikák egyik fő törekvése az anyanyelvi média, oktatás, és nyelvhasználat tilalma vagy akadályozása.

A kisebbségi és a többségi média közötti „munkamegosztás”, és a kisebbségi média funkciói jelentős mértékben függenek attól, hogy a többségi társadalom és a kisebbségi csoportok milyen típusú válaszokat adnak a közöttük feszülő távolságra, a többségi médiarendszer milyen szerepet vállal a kisebbségek tájékoztatásában, és mennyire tartja célcsoportjának az adott kisebbséget. Egy erős kisebbségi médiarendszer garantálhatja, hogy a kisebbségek hozzáférhessenek a médiához, és hozzásegítheti őket identitásuk megőrzéséhez, ugyanakkor a kisebbségi média hatása a többségi társadalomra elenyésző. A másik oldalon több kutatás bizonyította, hogy egy multikulturális többségi médiával kapcsolatban is elhangozhatnak erős kisebbségi kritikák²⁶. Az európai médiagyakorlatok jól mintázzák, hogy mennyire eltérő rendszerek alakulhatnak ki a többségi média politikáitól és a kisebbségek médiastratégiáitól függően. A gyakorlat két szélső példája lehet Nagy-Britannia, ahol a kisebbségek televíziózási szokásai gyakorlatilag nem térnek el a többségiekétől, és a németországi törökök médiája, amely lehetővé teszi, hogy túlnyomó többségük szinte kizárólag a kisebbségi médiából tájékozódjék²⁷.

A magyarországi kisebbségi média elemzésekor szándékosan nem foglalkoztunk a roma médiumok tartalmával: ezzel kapcsolatban a roma közösségek ezúttal is feltáratlanul maradt véleménye lehet csak irányadó. Ehelyett a közönségadatokra, és azokra a kényszerekre koncentráltunk, amelyek befolyásolják a roma médiumok szerkesztési politikáit. A magyarországi cigányság mediájának ma a kisebbségi összetartozás, identitás, és önszerveződés megerősítésén túl más feladatokat is el kell látnia: miután a többségi média csak korlátozottan juttatja el a cigány közösségekhez a legkülönbébb közszolgálati információkat, a roma médiára hárul a roma közösségek informálásának feladata, a többségi média cigányság-képe pedig szintén arra tereli a szerkesztők többségét, hogy a többségieket is célcsoportként tételezzék.

²⁵ A *Regionális és kisebbségi nyelvek alapokmánya* - amelyhez a magyar kormány az elsők között csatlakozott - *tömegtájékoztatásról szóló cikke* - egyebek mellett kimondja, hogy az aláírók „bátorítják regionális vagy kisebbségi nyelvű újságok megjelentetését, (...) bátorítják a regionális vagy kisebbségi nyelvekkel kapcsolatos kulturális örökség megszerzését és felélesztését rádió és televízió-műsorok útján, (...) támogatják újságírók és más kommunikációs szakemberek képzését és kiválasztását, (...) pénzügyi többlettámogatást nyújtanak a kizárólag vagy főleg regionális vagy kisebbségi nyelveknek szánt kommunikációs eszköz életképességének biztosításához.” (A tömegtájékoztatásról szóló cikkben foglalt kötelezettségvállalásokat Magyarország *vagylagosan* vállalta.) A Regionális és kisebbségi nyelvek alapokmányát a magyar kormány úgy írta alá, hogy az abban foglalt kötelezettségek a magyarországi cigányságra nem terjednek ki.

²⁶ Ld. Ross, Karen 1997.

²⁷ Egy felmérés szerint a németországi törökök 60%-a kizárólag a török lapokat olvassa, 39%-uk kizárólag a török nyelvű televízióadásokat nézi, 50%-uk pedig kizárólag a török nyelvű rádióadásokat hallgatja. Medien Konsum der Turkischen Bevölkerung im Deutschland. Zentrum für Türkei Studien. Essen, Bonn, 1997

2.1. A kisebbségi lapok

A környező országok roma médiájához, és a roma sajtó nemzetközi történetéhez képest²⁸ már az is egy sokszínű és jelentős magyarországi roma sajtót jellemez, hogy ma Magyarországon nyolc roma lap jelenik meg többé-kevésbé rendszeresen.

Elemzésünkben a roma lapok olvasottsági adatait először más kisebbségi lapokkal hasonlítottuk össze²⁹. Ez az összehasonlítás akkor is fontos információkat nyújthat, ha tudjuk: a magyarországi cigányság helyzete sok szempontból különbözik a többi magyarországi kisebbség helyzetétől - így a roma lapoknak is más kihívásokkal kell szembenézniük.

A Magyarországi Nemzeti és Etnikai Kisebbségekért Közalapítvány által 1996-ban támogatott tizenöt kisebbségi lap többsége terjesztési problémákkal küzd. A lapok által megadott vásárlószámoknak a kisebbségek becsült számával való összevetése alapján, - kizárólag kisebbségi vásárlókat feltételezve - 1996-ban a magyarországi kisebbségi személyek és intézmények 1.15 százaléka vásárolta a kisebbségi lapokat. Minden eladott példányt a meglehetősen túlbecsült 9 olvasóval számolva 1996-ban a kisebbségi lapok egy-egy példányát átlagban a kisebbségi lakosság egytizede olvasta. Vásárlóinak számát tekintve két alacsonyabb lélekszámú kisebbség: a ruszin és a szerb lapja emelkedik ki, a három roma lapot a cigányság kevesebb, mint egy százaléka vásárolta meg³⁰...

A ma Magyarországon megjelenő roma lapok többsége profilját, a benne megjelenő anyagok műfaját tekintve jellemzően nem tömeglap. Bár egy-két lap hangsúlyosan, mások alkalomszerűen publikálnak olyan anyagokat is, amelyek inkább egy családi lap profiljába tartoznak, nagy többségük fő hangsúlyait tekintve a roma önszerveződésre, politikai, diszkriminációs kérdésekre, vagy éppen a cigányság kulturális hagyományainak tanulmányokban való bemutatására helyezi a hangsúlyt. Mind a roma politikai önszerveződésre, mind a roma kultúra bemutatására koncentráló lapok túlbecsülhetetlen fontosságát hangsúlyozza az a tény, hogy az elmúlt közel egy évtized kivételével korábban nem csak a roma politikai önszerveződés volt lehetetlen Magyarországon, hanem sokáig az a kérdés sem merülhetett fel, hogy egyáltalán létezik önálló roma kultúra. Egy 1961-ben született párthatározat a cigányságot még nem egy saját kultúrával és tradíciókkal rendelkező kisebbségként, hanem egy szociálisan marginalizálódott réteggént határozta meg. A roma önszerveződés fiatal volta mellett kiépületlen egyelőre a roma kulturális intézményrendszer is.

²⁸ Az első, nem-romák által kezdeményezett, roma kérdésekkel foglalkozó publikáció, a The Journal of The Gypsy Lore Society 1888-as angliai megjelenése óta eltelt időben átlagosan évente egy roma újságot indítottak vagy publikáltak a világon, ezek becsült példányszáma elérheti a félmilliót. A lapok átlagosan 10 szám után megszűntek. Kevesebb, mint tizedük jelent meg valamely cigány nyelven. Orhan Galjus: A media guided by our own hands (Transitions, 1997/09.)

²⁹ A magyarországi kisebbségi média legnagyobb mértékű támogatója, és a magyar kormány ezzel kapcsolatban nemzetközi egyezményekben vállalt kötelezettségei betartásának legfontosabb fóruma a Magyarországi Nemzeti és Etnikai Kisebbségekért Közalapítvány (MNEKK). Elemzésünkben a Magyarországi Nemzeti és Etnikai Kisebbségekért Közalapítvány által 1997-ben támogatott kisebbségi lapok (a magyarországi nemzeti kisebbségek egy-egy lapja, a roma lapok közül pedig az Amaro Drom, a Lungo Drom és a Phralipe) 1996-os előfizetői adatait hasonlítottuk össze.

³⁰ Nehezen eldönthető, hogy ez az arány magas-e, vagy alacsony: a kisebbségekhez való eljutás tekintetében alacsonynak mondható, a másik oldalról azonban az is tény, hogy a hasonló profilú többségi lapokat sem olvassa a többségi társadalom nagyobb hányada.

Szerkesztők lapjaikról...

Roma interjúalanyainkat arról is megkérdeztük, szerintük mi az oka a roma lapok alacsony olvasottságának, és milyen irányban változtatnának rajtuk. Az interjúk jól példázták azt a dilemmát, hogy miközben a roma lapok jó része rendkívül fontos szerepet tölt be a cigányság önszerveződésének belső kontrolljában, és hangsúlyosan szerepeltet a roma politikával kapcsolatos kérdéseket, ez ugyanakkor gátja is lehet egy széles közönség megszólaltatásának. Legtöbb interjúalanyunk éppen e lapok erős átpolitizáltságát kritizálta. Tipikus vélemények voltak a következők: „*ezek szintén gettók. Egy-egy politikai körnek, személynek a saját lapjai*”; „*az újságot csinálók érdekei jobban érvényesülnek, mint az olvasók érdekei, a szolgáltatás-jelleg nem olyan erős, mint amire szükség van*”.

A viszonylag alacsony olvasottság okaként is általában az erős politikai kötődést, néhányan a lapok magas árát, mások pedig terjesztési problémákat neveztek meg: „*nincs megoldva a terjesztés. Nem jut el sem a cigányokhoz, sem a magyarokhoz*” - fogalmazott az egyik vidéki roma vezető. Ugyanakkor többen hangsúlyozták, hogy a magyarországi cigányságot nem elsősorban az írott sajtón, hanem inkább az elektronikus médián keresztül lehet elérni: „*(...) a televíziót sokkal többen nézik, egy kevesen hallgatják a rádiót és még kevesebben olvassák a lapokat. A cigány ember vizuális, azt hiszem ez az egyszerű oka.*”

Többen reflektáltak ugyanakkor arra, hogy a mai roma lapokhoz hasonló profilú sajtótermékeket mindenütt a képzetlenebb rétegek olvassák, és ez eleve megnehezíti a tömeges olvasótábor kialakítását. Az egyik roma lapszerkesztő ezt úgy fogalmazta meg: „*mi, újságot csináló emberek azt gondoljuk, hogy ha kirakjuk a lapot a standra, akkor már olvasóvá válik az ember. Nem így van, olvasóvá kell nevelni.*”

Megoszlottak a vélemények azzal kapcsolatban, hogy a cigány újságírásnak van-e megfelelő utánpótlása. Bár voltak olyanok is, akik elegendőnek vélték a fiatal munkatársak számát és képzettségét, többségük fontos feladatnak tartotta a roma újságírók képzését. Ahogy egyikőjük fogalmazott: „*el kellett volna kezdeni a roma újságírók képzését (...) ami már réges-régen második generáció lehetne. Nem az, hogy ötven évvel a felszabadulás után még mindig első generációs embereket szerzünk be, hogy nincsenek tisztességben megőszült szerkesztők, akik átadják a tudásukat.*”

2.2. A közszolgálati televízió és rádió cigány műsorai

A roma média a roma lapoknál jóval nagyobb közönséget vonzó műsorai a Magyar Televízióban heti 25 percben sugárzott Patrín Magazin, és a Magyar Rádió heti fél órában jelentkező Cigányfélóra című műsora.

Csakúgy, mint a roma lapoknál, e magazinműsorok esetében sem térünk ki arra a kérdésre, hogy a Patrín Magazin, vagy a Cigányfélóra milyen identifikációs mintákat sugároz, milyen szerepet vállal a cigányság kulturális önszerveződésében, vagy a cigány politika belső kontrolljában: erről árnyaltabb képet a cigány közösségek véleményét reprezentáló kutatás tudna csak adni. A műsorok szerkesztőivel készített interjúk alapján azonban elemezni tudjuk e műsorok szerkesztőinek saját feladat-meghatározását, és összevetjük azt a meginterjúvált roma vezetők véleményével.

Az interjúk alapján a televíziós és rádiós magazin szerkesztőinek saját feladat-meghatározása egybeesik azzal, amit a roma vezetők is e műsorok feladatának tartanak: információterjesztés,

a kisebbségi identitásmentés fenntartása (ahogy egyikük fogalmazott: „*egyféle identifikációs központja kell hogy legyünk a kisebbségnek*”), és egy, a többség felé sugárzott árnyaltabb kép kialakítása. (A roma önszerveződés általunk megszólaltatott vezetőinek nagy többsége - szemben a lapokkal - kevésbé hangsúlyozza a műsoroknak a roma önszerveződés és politika kontrolljában betöltött szerepét.)

Az interjúk jól példázzák, hogy a kisebbségi média, benne a Patrin és a Cigányfélóra arculatát és tematikáját nagy mértékben befolyásolja a többségi média cigány-képe, vagy az, hogy a többségi média mennyire tartja célközönségének a romákat.

Ilyen, mindkét magazin szerkesztője által hangsúlyozott kényszer az, hogy a szerkesztők szerint a cigánysághoz nem jut el azoknak a *közszolgálati információk* többsége, amelyek jellemzően nem *speciálisan* a cigányságot érintik: a munkalehetőségekről, szociális kérdésekről, segélyekről szóló információk nem kisebbség-specifikusak. A szerkesztők szerint a közszolgálati média nem kellő súllyal foglalkozik ezeknek az információknak az eljuttatásával az érintettekhez, így a szerkesztők feladat-meghatározásában ez a közszolgálati funkció is hangsúlyos szerepet játszik.

Ugyanilyen erős, a többségi média hiányosságaiból is fakadó kényszer, hogy a Patrin Magazin és a Cigányfélóra a *többséghez is szóljon*. A szerkesztők véleménye szerint a többségnek szóló műsorokból rendre hiányoznak a romák („*a cigány műsorokon és lapokon kívül sehol sincsenek tekintettel arra, akik mi vagyunk*”), és a média nem reflektál a többségi előítéletekre: „*szembe kell nézni azzal a ténnyel, hogy Magyarországon a cigánysággal kapcsolatos előítéletek nyíltak, szalonképesek és rendkívül erősek. Az újságírók (...) felületes információk alapján ítélik meg nagyon gyakran. Azt a rendkívül meghatározó momentumot sem vették figyelembe az újságírók, hogy itt a társadalom kettészakadásáról van szó*”. A két kisebbségi műsor - a többségi közönséget is célcsoportnak tartva - ellensúlyozni is szeretné a cigányság többségi mediaképét. A szerkesztők úgy gondolják: „*fókuszáltan, alaposabban*” „*a mi szemszögünkből*” kell megmutatniuk a cigányságot.

A Patrin Magazin tartalmával kapcsolatos egyetlen elemzést az 1994-es műsorokról készítette a magazin szerkesztősége. A műsorszámok tematikus bontása jól mintázza a fenti dilemmákat és kényszereket. A magazin 1994-ben sugárzott 1270 percnyi műsoridejéből³¹ 181 percben foglalkozott az alakuló kisebbségi önkormányzatokkal. Prioritást élvezett az oktatásügy (160') és a magazin információs jellegét hangsúlyozza, hogy a negyedik hangsúlyos terület (146') hírek és információk szolgáltatása volt. A speciálisan a roma kultúrát és történelmet érintő kérdések (folklor, irodalom, képzőművészet, vallás, szokások, történelem) az összes műsoridő közel egyharmadát, 413 percnyi műsoridőt tettek ki, 212 percben mutattak be roma személyiségeket. Atrocitásokkal, diszkriminációval 76 percnyi terjedelemben foglalkozott a műsor, és a tényfeltárás, háttérelmézés 84 percnyi blokkjában is több ilyen esetet dolgoztak fel.

Ugyanakkor a szerkesztők szerint a fent leírt többféle funkció betöltéséhez *nem elegendő a heti 25-30 perces adásidő*: „*ez a harminc perc hetente, amikor égetően nagy problémák vannak, égetően kevés*”, és a többféle funkció megnehezíti egy tiszta arculat kialakítását is: „*az arculatunk éppen ezért talán eléggé változékony, és nem konzekvensen egy irányba megy*” - mondta egyikük.

A roma közéleti vezetők körében közel egyenlő arányban tértek el a magazinok fő feladatával kapcsolatos vélemények. Akik a roma identitásmentés sugárzását tartották a legfontosabb feladatnak, egyenlő arányban a túl sok negatívumot, vagy éppen ellenkezőleg: a túlságosan

³¹ Egy-egy tudósítást több témakörhöz is soroltak, így a részcikkek összege magasabb, mint a teljes adásidő

erőltetett pozitív képet kritizálták: „nem mindig a nyomort, a szegénységet kellene mutatni, hanem a kulturális értékeket, pozitív példákat is”; és: „mindenáron szeretné keresztülvinni azt a pozitív képet a romáról, hogy minden szép meg jó”.

Bár a szűk mintavétel nem tette lehetővé, hogy a magazinok által sugárzott roma-képpel kapcsolatos véleménykülönbségek háttéréről pontosabb képet kapjunk, több válasz egyértelműen a cigányság belső rétegződésével és a különböző cigány csoportok közötti kulturális törésvonalakkal kötötte össze ezt a kérdést. Elemzésünkben szándékosan nem kívántunk mélyebben foglalkozni ezzel a kérdéssel, az azonban fontos információ, hogy e témát több interjúalanyunk érintette az ebből a szempontból semleges kérdések kapcsán. Az egyik, magát zenész cigánynak valló interjúalanyunk például így fogalmazott: „ez egy hamis kép [amit a Patrin sugároz]. Én elismerem, hogy olyan cigányok vannak vidéken, akik nagyon hátrányos helyzetűek, és embertelen körülmények között élnek (...) véleményem szerint az a fajta cigány, aki már próbált és próbál a társadalomba beilleszkedni, nem megy segélyeket kérni. Például muzsikus zenész cigány soha az életben nem volt büntetve, még csak idézést sem kapott. Mi nem is beszéljük a nyelvet, és azt sem tudjuk, hogy mi az a származás. Tehát nem kell általánosítani.” A cigányság belső rétegződésére másik interjúalanyunk úgy reflektált: „a szerkesztőségnek is át kellene alakulniuk: a különböző csoportokat belülről is jól ismerő gárdára lenne szükség.”

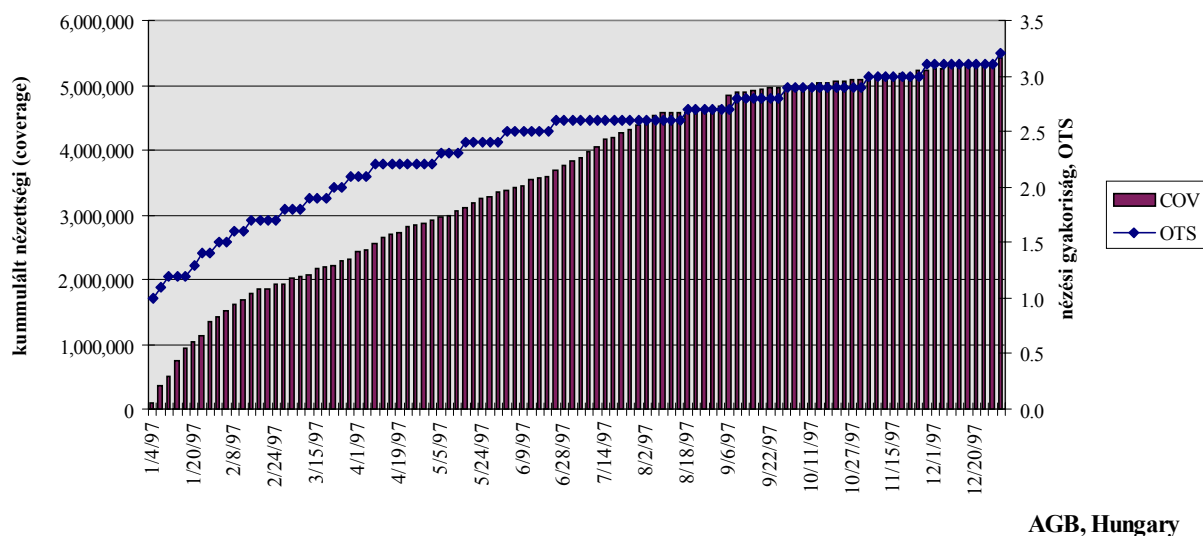
A Patrin Magazin tartalmával kapcsolatos eltérő vélemények ellenére abban minden interjúalanyunk egyetértett, hogy a cigányságnak hosszabb műsoridőt kellene biztosítani a közszolgálati médiumokban. Többen említették azt az aggályukat, hogy a heti 25-30 perces műsorokkal a többségi társadalom nemcsak „letudja” a kisebbségi problémát, de „kommunikációs gettóba” is kényszeríti a romákat. Teljes volt egyetértés abban is, hogy érezni lehet a műsorkészítés rossz anyagi, műszaki és infrastrukturális feltételeit, de többségük elismerően szólt a szerkesztők szakmai munkájáról.

2.2.1 A Patrin Magazin közönsége³²

A magyar közszolgálati televízió a Patrin Magazin heti 25 perces adásának és ismétlésének biztosít műsoridőt. A magazin 1997-ben az egyes csatornán a hétfő kora délutáni, ismétlése a kettős csatornán a szombat délelőtti - kimondottan alacsony nézettségű időszámban jelentkezik.

³² A Magyar Televízió kisebbségi műsorának nézettségi adatait AGB Hungary bocsátotta rendelkezésünkre. Ezúton is szeretnénk köszönetet mondani segítségükért.

1. ábra A Patrin magazin által egy éve alatt elért közönség nagysága és a műsor nézési gyakorisága

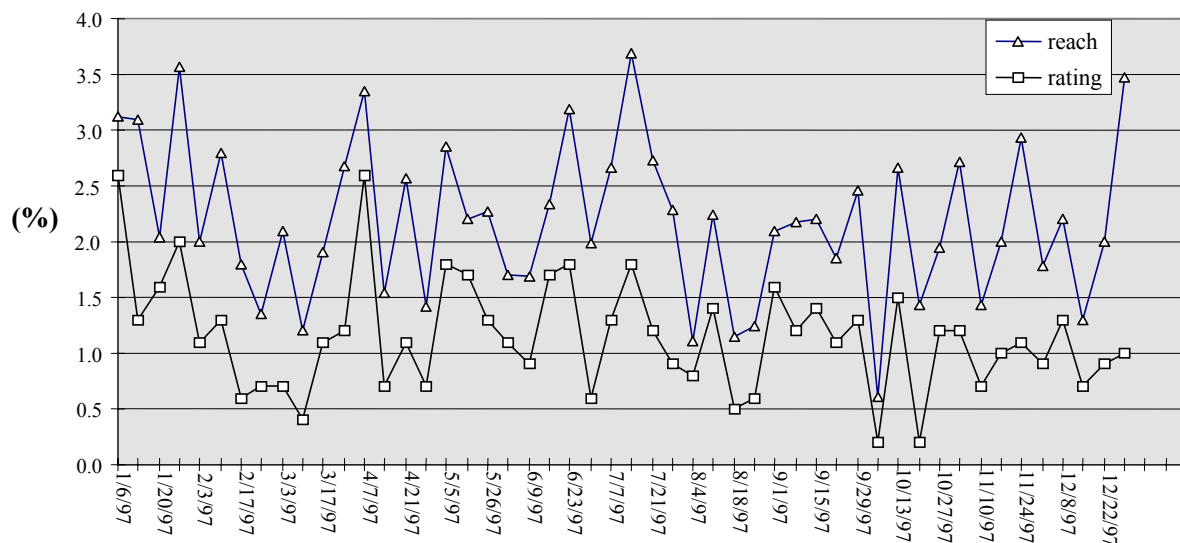


A fenti ábra a műsor megismerésének folyamatát mutatja be. A vízszintes tengely az adások sugárzásának időpontját, az oszlopok a műsoronként elért közönség növekedését, tehát azok számát mutatja, akik már legalább egyszer belenéztek a Patrin magazinba 1997-ben. Az ábrából az derül ki, hogy egy év alatt ötmillió néző ismerkedett meg a műsorral. A rombuszokkal tarkított vonalat a jobboldali tengelyre vetítve azt láthatjuk, hogy egy néző átlagosan hányszor látta a műsort vagy annak ismétlését az adott időszakban. Bár az 5 milliós nézősereg igen imponáló, figyelembe kell vennünk, hogy ebben számba vannak véve azok is, akik egy év alatt mindössze egyszer és egyetlen percre látták a műsort. Tovább rombolja az első látásra hatalmasnak tűnő nézettséget az is, hogy egy ember egy év alatt átlagosan 3.2 adást látott - ami arra utal, hogy a Patrin állandó visszatérő „törzsközönségének” száma alacsony, az egy év alatt elért ötmillió néző többsége alkalmasszerűen, vagy véletlenszerűen kapcsolt a műsorra. Precízebb képet kapunk a nézők számáról, ha az egyes műsorok nézettségi adatait vizsgáljuk³³.

³³ A műsor által elért nézők száma és arányuk (reach, RCH) a 4 évesnél idősebb teljes népességben, függetlenül attól, hogy milyen hosszan nézték azt. Ez az adat tehát tartalmazza azokat a nézőket, akik az adott műsornak akár csak egy percét is látták.

A műsor „valóságos” nézettségét az egy percre jutó átlagos nézettség (average minute rating) méri. A rating kiküszöböli a reach mutató azon hiányosságát, hogy nem tudhatjuk: a nézettségben mekkora a „kapcsolgató” és a „valódi” nézők száma. Két viszonyszámot egyesít magában: a nézőközönség számbeli nagyságát, és azt, hogy a nézők átlagosan milyen hosszan nézték a vizsgált műsort. Egy hasonlattal élve: az a néző, aki a műsornak csak a felét nézte, csak fél nézőnek számít.

2. ábra A Patrin 1997-es adásainak nézettségi számai az MTV 1-es műsorán



Az ábráról leolvasható, hogy a Patrin átlagos nézettségének legmagasabb értéke 2,6 százalék (január 6), a legalacsonyabb 0,2 százalék volt: a műsor átlagos percét tehát 20 ezer és 240 ezer közötti közönség nézte. Az adásonként elért nézők száma ennek az aránynak körülbelül kétszerese. A különbség a két mutató fentiekben leírt különböző jelentéséből adódik, és mutatja, hogy a nézők jelentős hányada csak rövid időre kapcsolt a műsorra. Az egyes műsorok nézettségi adatainak jelentős ingadozását az azonos időpontban a televízió többi csatornája által vetített műsorok jellegében kell keresni.

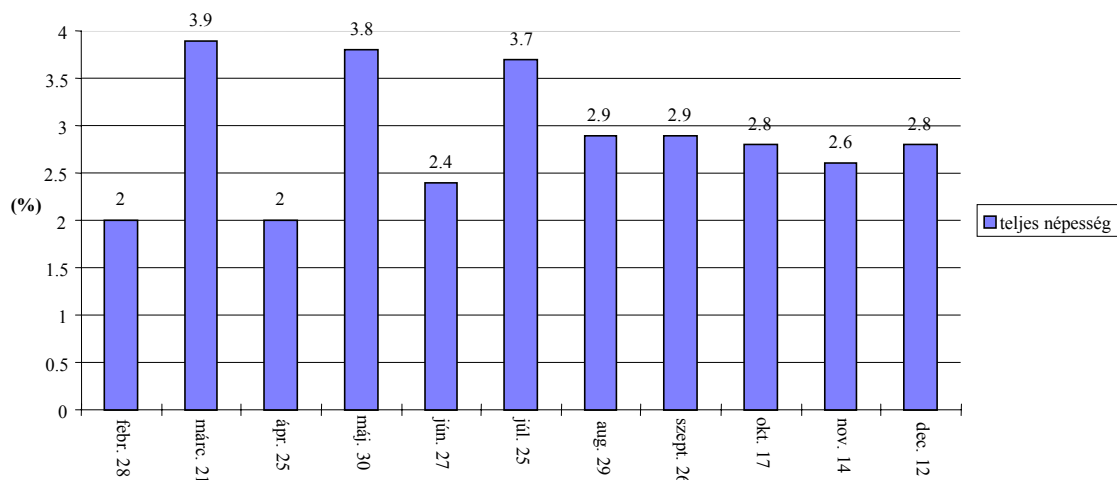
Nem volt lényeges különbség a keddi adás és szombati ismétlésének nézőszámában. Bár az ismétlések nézettsége valamivel alacsonyabb, az eltérés nem jelentős. Kiugróan magas volt a szeptember 6-ai műsor nézettsége, aminek az lehet az oka, hogy aznap a műsort nem a megszokott időpontban, hanem délután kettőkor adták. Ez megerősíti azt a feltételezést, hogy a magazin nézettségét erőteljesen növelhetné egy jobb időszáv.

A nézettséggel kapcsolatban nem hagyható figyelmen kívül, hogy a Patrin egy olyan csoporthoz szól, amellyel kapcsolatban erőteljesen megosztott a magyar társadalom. Nem tudható, hogy a mintában szereplők hány százaléka roma, így az sem, hogy a nézettségi adatok mennyiben tükrözik a műsor beágyazottságát a roma társadalomba. A számok értelmezésének két véglete képzelhető el: az egyik a műsor általában alacsony nézettségét jelentené, a másik, ha azt feltételeznénk, hogy az olykor 240.000 néző mindegyike roma. Ez utóbbi a Patrin rendkívül erős beágyazottságát jelentené. Az adatok azt bizonyítják, hogy a Patrin reménytelen vállalkozásba kezdett, ha a többség cigányképét akarja megváltoztatni, arra azonban van esélye, hogy a roma közösség legfontosabb médiuma legyen.

2.2.2. A Cigányfélóra közönsége

A Cigányfélóra adásai a Kossuth Rádió hullámhosszán jelentkeznek pénteken délelőttönként. Az adás kevésbé hallgatott időszávban jelentkezik, a közönséghez való eljutás esélyeit azonban növeli, hogy előtte a nagyobb hallgatottságú Napközben, utána viszont a közönség szempontjából stabilan csúcstartó, 12-16 százaléknyi közönséget elérő Déli krónika jelentkezik.

A Cigányfélóra adásainak hallgatottsága 1997-ben

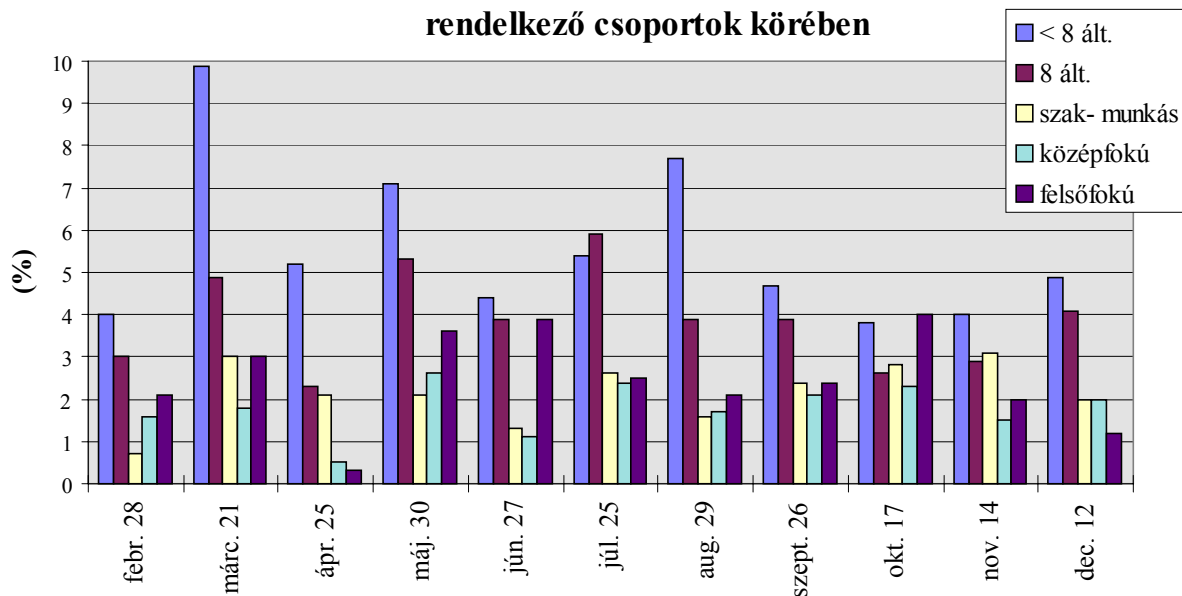


Az adatok alapján a műsort a teljes felnőtt lakosság 2-3.9 százaléka hallgatta, ez 170 - 330 ezer elért hallgatót jelent adásonként, közönsége meglehetősen stabil.

A műsor közönségének kor szerinti megoszlása a Kossuth Rádió hallgatóságához hasonlít: az idősebb korosztályok felülreprezentáltak a közönségben. Jellemzően inkább hallgatják a műsort falvakban és vidéki városokban, mint Budapesten és megyeszékhelyeken.

A következő ábra azt mutatja, hogy az egyes iskolai végzettséggel rendelkező csoportokon belül mekkora a Cigány félóra hallgatóinak aránya. A március 21-ei adás adatai alapján a 8 általánost el nem végzett népesség 10 százaléka, az azt elvégzők 5 százaléka, a szakmunkásképzőt végzetek 3 százaléka hallgatta a műsort.

A Cigány félóra hallgatottsága különböző iskolai végzettséggel rendelkező csoportok körében



Az adatok alapján a 8 általánosnál alacsonyabb végzettségű népesség körében a hallgatottság két-háromszorosa volt a teljes népességhez viszonyított hallgatottságnak, és magas a közön-ségarány az általános iskola 8 osztályát elvégzettek körében is. A magyarországi cigányság alacsony iskolázottsági adatival összevetve nem merész állítás, hogy a Cigányfélórát nagy arányban valószínűleg a magyarországi romák hallgatják. (Az is igaz, hogy a nem cigány idős lakosság körében is erősen felülreprezentált az alacsony iskolai végzettséggel rendelkezők aránya, de a hallgatottsági mutatókban ez nem mutatkozik olyan mértékben, mint a Cigányfélóra adásánál.)

2.3. Támogatások, támogatási elvek

Miután a rádiós és a televíziós magazin kivételével a magyarországi kisebbségi média működését a különböző alapítványi és kormányzati támogatások biztosítják, jellegét, szerkezetét és erejét is nagy mértékben befolyásolják a forgalomban levő támogatási formák. Ugyanígy a jelenlegi támogatási elveken múlnak hosszú távú fejlesztések (pl. kisebbségi újságírók képzése). A kisebbségi médiát és kisebbségi médiaprogramokat támogató fontosabb szervezetek 1997-es támogatásainak struktúráját a roma szervezetek véleményével összevetve úgy tűnik: több olyan terület van, amely „ellátatlan maradt”, és nem mindig világosak a támogatók prioritásai.

A roma média-, és különböző, többségre irányuló médiaprogramok nagyobb mértékű támogatását 1997-ben a Magyarországi Nemzeti és Etnikai Kisebbségekért Közalapítvány, a Soros Alapítvány, a Művelődési Közoktatási Minisztérium Kisebbségi Főosztálya, és tárca-programja, a Párbeszéd Program tartotta támogatási gyakorlata alapján fontos területnek³⁴.

A Magyarországi Nemzeti és Etnikai Kisebbségekért Közalapítvány (MNEKK) a magyarországi kisebbségi média messze legnagyobb arányú támogatója volt: 1997-ben csaknem 180 millió forinttal támogatott kisebbségi médiaprogramokat. A támogatások legnagyobb része (170 millió Ft.) a tizenhárom taxált magyarországi kisebbség országos terjesztésű lapjainak: három roma lap (csaknem 25 millió Ft.) és a többi kisebbség egy-egy lapjának megjelenéséhez járult hozzá. A közalapítvány - a korábbi láptámogatásban mutatkozó aránytalanságokkal kapcsolatos kritikák hatására is - 1997-ben olyan modellszámítást dolgoztatott ki, amely lehetővé teszi a lapok egyenlő mértékű, eltérő profiljukat is számításba vevő támogatását, és lapok a modellszámítás alapján valószínűsíthető éves költségeinek 70 százalékát állta. A Magyarországon már működő kisebbségi lapok jelenlegi struktúrájában az a helyzet állt elő, hogy miután a legtöbb kisebbség egyetlen országos lapot tart fent, lapok megszűnése, vagy támogatásuk elmaradása veszélyeztetné a Regionális és Kisebbségi Nyelvek Európai Chartájában vállalt kötelezettségek teljesítését. Másrészt azonban a versenyhelyzet hiánya nem feltétlenül teszi érdekeltté a szerkesztőségeket takarékosabb megoldások megkeresésében, vagy új- és új olvasói rétegek megszólításában, és nem segíti elő annak a - hosszú távon a többségi médiában való megjelenésüket is befolyásoló - kérdésnek a felvetését sem, hogy a vannak-e piacépessé tehető speciális kisebbségi igények.

A közalapítvány összes médiatámogatásában nem érte el a tíz százalékot más médiumok és médiaprogramok (pl. képzési programok) támogatása. A közalapítvány 1997-es támogatásai alapján úgy tűnik, hogy miközben a kisebbségek legalább egy-egy lapjának folyamatos

³⁴ Bár a Magyarországi Cigányokért Közalapítvány kuratórium első üléseinek egyikén döntött arról, hogy egy kisebbségbarátabb környezet kialakítása érdekében médiaprogramokat is támogat majd, a közalapítvány megalakulása óta nem írt ki pályázatot médiaprogramok támogatására.

megjelenését biztosítja, a kuratórium - amelyet a kisebbségek önkormányzatai által delegált tagok dominálnak - sem a jelenlegi prioritásain belül nem tud ösztönző támogatási formákat meghonosítani, sem más médiaprogramok megvalósulását nem ösztönzi.

A legváltozatosabb képet a médiaprogramok terén a *Soros Alapítvány Roma Programja* által támogatott pályázatok mutatják: 1997-ben összes médiatámogatásának negyedét roma lapok támogatása tette ki, 30 százalékát pedig arra fordította, hogy a helyi rádiókban és televíziókban roma műsorok beindításával növelje a romák nyilvánosságát. A pályázatok elbírálása során előnyt élveztek azok, akik a műsor elkészítésébe bevontak roma újságírókat, vagy az újságíráshoz kedvet érző roma fiatalokat, illetve a műsort a helyi roma közösségekkel történő együttműködésben szerkesztették. A kísérleti program során a Soros Alapítvány képzést nyújt a támogatott szervezeteknek. Jelentős összeggel támogatta az alapítvány a Fekete Doboz közösségi televíziós programját, a cigányságról szóló filmek elkészítését, kisebb összegekkel fotóalbum kiadását, médiakutatásokat, és a RomaPage³⁵ beindítását.

A *művelődési tárca Kisebbségi Főosztálya*, illetve multikulturális programja, a *Párbeszéd Program* összesen mintegy 12 millió forinttal támogatott roma médiaprogramokat 1997-ben. Előbbi 10 millió forinttal támogatta a Nemzeti Alaptanterv, és a nemzeti és etnikai kisebbségek oktatásával kapcsolatban kidolgozott Irányelvek bemutatását és népszerűsítését a roma lapokban, és további, valamivel több mint egymillió forintos általános lap támogatást is megítélt. A Párbeszéd Program kisebb összegekkel helyi televíziók roma műsorát, és a Magyar Rádió egy-egy műsorát támogatta.

A *roma vezetőkkel készített interjúk* kitértek a roma média jelenlegi támogatási elveire, az „ellátatlan” területekre, és arra is megkértük interjúalanyainkat, hogy mondják el: amennyiben egy nagyobb összeg állna rendelkezésükre médiaprogramok támogatására, milyen területeket fejlesztenének leginkább.

A válaszolók többsége a roma médiát támogató három legnagyobb szervezet közül legalább kettőt meg tudott nevezni, nagy volt azonban a bizonytalanság e szervezetek támogatási elveit és prioritásait illetően. Mindez - tekintetbe véve azt, hogy az interjúalanyok jelentős része maga is pályázó - tovább fokozza a roma önszerveződés bizonytalanságát saját programjai jövőjét illetően.

A nagyobb támogatásra szoruló területekkel kapcsolatban hasonló bizonytalanság jellemezte interjúalanyaink többségét. Természetes, hogy egy fiatal, kialakulatlan kisebbségi médiarendszerben az „ellátatlan területekre” vonatkozó kérdésekre adott válaszok nem csak a fehér foltokra, hanem azokra az elképzelésekre is vonatkoznak, amelyeket az interjúalany bármely más megfontolásból fontosnak tart. A kívánt támogatásokkal kapcsolatban nincs az egységes felé közelítő álláspont: a válaszadók nagyjából egyenlő arányban tartanák fontosnak filmek készítését, a roma lapok további támogatását, a Magyar Rádióban és Televízióban sugárzott roma műsorok műsoridejének és technikai ellátottságának bővítését. Viszonylag nagy számban fordultak elő olyan válaszok, amelyek egy külön roma rádió- és televízió csatorna létrehozását tartanák indokoltnak. A megfogalmazott prioritások között leginkább konszenzusos a roma újságíróképzés volt. Egyetlen válaszadó hangsúlyozta azt, hogy bizonyos elemzések elvégzése után koncepciók kidolgozására lenne szükség: „ez nem csak pénz kérdése, hanem koncepció kérdése. A közszolgálati médiában a cigány műsorok és egyáltalán a kisebbségek helyzetét elemezném és a létező feszültségek feloldására többek között pénzügyi segítséget nyújtanék.”

³⁵ A Fekete Doboz közösségi televíziós programját és a RomaPage-t ld. a Függelékben.

3. Egy kisebbség-barátabb média háttérfeltételei, stratégiák, politikák

A közönséghez eljutó hírek, tudósítások, műsorok mögött napi szerkesztőségi döntések, dilemmák, és stratégiák tömege vagy éppen hiánya befolyásolja azt, hogy mi jelenik meg végül a médiában. A magyarországi cigányság médiaképét a különböző hírértékű történéseken túl jelentősen befolyásolják a média munkatársainak kapcsolatai a romákkal, a kisebbségi tematika speciális érzékenységeivel, a kisebbségek igényeivel és érdekeivel kapcsolatos vélekedések és nem utolsósorban az adott kisebbség nyomásgyakorló képessége.

Az alábbiakban egy „kisebbség-barátabb” médiával kapcsolatos stratégiákat, egy árnyaltabb roma médiakép háttérfeltételeit, és az ezekkel kapcsolatos vélekedéseket tekintjük át.

3.1. Etikai kódexek

A függelékben olvasható vázlatos áttekintés a kisebbségek és a média jogi szabályozásáról azt mutatja, hogy a magyarországi jogi környezet megfelel az európai szabályozási normáknak. A többségi média roma képének elemzése során felmerült kérdések jellemzően nem törvényekben megfogalmazható problémák, és a különböző tiltásokon túl a műsorok tartalmára vonatkozó bármely pozitív törvényi szabályozás a média függetlenségét sértene. A cigányság médiaképének tematikus zártságát, a sztereotipikus ábrázolásmódokat, a közvetlenül érintettek gyakori hallgatásra ítéletét nem lehet törvényekkel megváltoztatni. Egy árnyaltabb kisebbségi médiakép kialakításához azonban elengedhetetlen, hogy a szakma nagyobb tudatosságot tanúsítson a kisebbségi tematika érzékenységeivel, és a médiának a sztereotípiák fenntartásában betöltött szerepével kapcsolatban. Ennek a tudatosságnak a kialakításához járulhat hozzá a kisebbségek ábrázolására vonatkozó, a szakma által készített önkéntes etikai kódexek kidolgozása³⁶. A kisebbségek ábrázolásával kapcsolatos etikai kódexeket éppen az indokolja, hogy a kisebbségekkel kapcsolatos híradások - a sztereotípiák, és amiatt, hogy a kisebbségi személyeket a többségi közönség hajlamos erőteljes azonosítani ezekkel a sztereotipizált csoportjegyekkel - másképpen hatnak, mint a többségi társadalomról szóló tudósítások³⁷... Az egyes anyagokra vonatkozó általános szakmai-etikai szabályok betartása még nem biztosítja azt, hogy a média jellegzetes ábrázolásaival ne erősítse a sztereotípiákat.

Ma Magyarországon nincsenek forgalomban a kisebbségek ábrázolásával kapcsolatos etikai kódexek, és az általunk *megkérdezett többségi szerkesztők* nem is tartanak fontosnak egy ilyen

³⁶ Ezek fontosságát hangsúlyozza az Európa Tanács „Közösségi és etikai viszonyok Európában” című dokumentuma is, amikor felhívja az újságíró szakmát, hogy dolgozzanak ki önkéntes etikai kódexet azzal kapcsolatban: miként lehet tisztességesen, érzékenyen kezelni az etnikailag sokszínű társadalomban a kisebbségi tematikát. Több nemzetközi példa bizonyítja, hogy a különböző szakmai szervezetek állásfoglalásai pozitív irányban befolyásolhatják a kisebbségek jelenlétét és ábrázolását a többségi médiumokban. A különböző, szakmai szervezetek által ebben a kérdésben indított képzési programokra jó példa a Nemzetközi Újságíró Szövetség „Reporting Diversity” programja, amit a Független Médiaközpont tevékenységének bemutatásakor ismertetünk részletesebben.

³⁷ Erre példa, hogy míg egy többségi bűnelkövetőről szóló tudósítás nem vet rossz fényt a teljes többségi lakosságra, addig, ha az etnikai hovatartozás jelölése a teljes csoportot azonosíthatja a bűnözővel, ha az egy olyan kisebbséghez tartozik, amelynek esetében a többségi társadalom nagy része etnikai jellemzőként tételezi a bűnözést.

megalkotását: többségük az általános újságíró-szakmai és etikai követelményeket elegendőnek tartja a kisebbségekkel kapcsolatos tudósításokra vonatkozóan is. Jellemző véleményt fogalmaztak meg az egyik politikai napilap szerkesztője: „ennek a lapnak vannak bizonyos értékei, és természetesen nincsen külön írott szabályozás arra, hogy a kisebbségi ügyeket hogyan kezelje (...) Ezek az elvek, értékek, ezek igenis érzékennyé teszik ezt az újságot a kisebbségi ügyek iránt”; - és az egyik televíziós csatorna szerkesztője: „van egy etikai kódex, ami a újságírókkal szemben támasztható erkölcsi követelményeket foglalja össze, és ezeken belül vannak olyan szabályok, amelyek a kisebbségekről szóló hírek feldolgozásával kapcsolatosak, de ezeket éppen úgy általánosan érvényesülő és érvényesítendő erkölcsnek tartjuk, mint a többi erkölcsi normát.”

A két magyar közszolgálati médium munkatársai tágabb kontextusban szemlélték a kérdést. Egyikük így fogalmazott a székesfehérvári konfliktusról szóló tudósításaikkal kapcsolatban: „külön figyelmet fordítottunk arra, hogy kerüljük azoknak a szituációknak a bemutatását, amelyek erősítik az előítéletes gondolkodást és próbáljunk meg a konfliktus megoldása oldaláról közelíteni”.

Az interjúkban kitértünk arra a kérdésre is, hogy mi volt a szerkesztőség reakciója a kisebbségi és az adatvédelmi ombudsman azon állásfoglalásával kapcsolatban, amely szerint törvényellenes a bűnelkövetők etnikai hovatartozásának nyilvánosságra hozatala. A kérdés alkalmas volt annak feltárására, hogy hogyan reagál a média egy, a napi gyakorlatot jelentősen befolyásoló, kívülről jövő „kényszerre”, másrészt lehetőséget adott arra is, hogy a szerkesztők reflektáljanak az egyik legerősebb romákkal kapcsolatos sztereotípiára, a „cigánybűnözésre”. A válaszok alapján szerkesztőségek többsége elfogadta a két ombudsman állásfoglalását és a gyakorlatban is érvényesítik az abban foglaltakat. Ugyanakkor néhányan kifejtették: káros, hogy az állásfoglalás tabuvá tesznek olyan kérdéseket, amikről beszélni kellene. Az így vélekedők azzal érveltek, hogy létezik cigánybűnözés, mert annak speciális jegyei és okai vannak, így például mindnyájan kitértek a szegénységre, mint okra: „A tabut a legkártékonyabbnak tartom, szerintem létezik cigánybűnözés. De ez abból fakad, hogy a roma népcsoport tragikusan kisodródott a társadalom peremére. Hát mit tud szegény csinálni? Biztos nem tud sikkasztani.” Egyetlen válaszadó tért ki arra a kérdésre, hogy az etnikai hovatartozás nyilvánosságra hozatala előítéleteket generálhat azáltal, hogy „egész közösséget azonosít olyan emberekkel, akik feltehetően bűnöket követnek el, miközben sosem azonosít (...) nem ehhez a közösséghez tartozó bűnelkövetőket.”

Roma interjúalanyaink többsége helyesnek tartaná, ha etikai kódex szabályozná a kisebbségi témák megjelenítését a médiában, bár jelentős részük úgy gondolta, hogy mindezt nem a cigánysággal kapcsolatos speciális követelmények indokolnák. Arra a kérdésre azonban, hogy mit kellene tartalmaznia egy ilyen etikai kódexnek, többségük általános szakmai, etikai és személyiségi jogi szempontokat sorolt csak fel. Az egyik roma lap szerkesztője - bár nem hiszi, hogy a kisebbségekkel kapcsolatos kérdéseket etikai kódexben lehetne szabályozni - a kisebbségi tematika speciális érzékenységevel, és az egyes anyagok szakmai követelményeivel kapcsolatos véleményét úgy foglalta össze: „nem a tények igazsága vagy hamissága az elsődleges, a roma ügyeknél, hanem hogy egy adott kontextusban igaz-e, mennyire releváns, és milyen következményei lesznek.”

3.1.1. A közszolgálati médiumok közszolgáltatási szabályzatai

A kisebbségek megjelenítésével kapcsolatban speciális kötelezettségei vannak a közszolgálati médiumoknak. A közszolgálati média állami finanszírozása lehetővé teszi, és egyben meg is

követeli, hogy ezeknek a médiumok a műsorát ne a piac érvei dominálják, és minden releváns történésnek és véleménynek teret adjon. Ez a kisebbségekkel is kapcsolatos közszolgálati kötelezettség nem csak azt jelenti, hogy közszolgálati médiának műsoridőt kell biztosítani a kisebbségek műsorainak sugárzáshoz, hanem azt is, hogy legalább ekkora a felelőssége van abban, hogy a többségi társadalom számára is bemutassák a kisebbségeket. Magyarország minden tizedik polgára valamely nemzeti- vagy etnikai kisebbséghez tartozik, (és nem utolsósorban az ő adóforintjaikból is működik a közszolgálati média) így a kisebbségek folyamatos médiajelenléte nélkül nem lehet valóság-hű képet bemutatni Magyarországról.

A *Magyar Rádió* műsorszolgáltatási szabályzatában egy rövid fejezet foglalkozik a nemzeti és etnikai kisebbségek bemutatásának szakmai etikai szabályaival. A MR Rt. valamennyi műsorszolgáltatójának előírja, hogy rendszeresen foglalkozzék az etnikai és nemzeti kisebbségekkel, mutassa be közösségeik életét, kultúráját, hagyományait, megismétli a törvényben is előírt kötelezettséget, miszerint műsoridőt kell biztosítani a kisebbségek vagy anyanyelvükön, vagy magyarul sugárzandó műsoraik számára, illetve előírja, hogy a műsorrend kialakításánál figyelembe kell venni a kisebbségeket képviselő önkormányzatok, szervezetek véleményét. A szabályzat a törvényben egyébként is előírt kötelezettségeken túl nem tárgyalja részletesebben a kérdést. Szövege csaknem kizárólag a kisebbségi műsorokra korlátozódik, és nem tesz említést arról, hogy a teljes műsorfolyamnak kell a kisebbségekhez szólnia, nem mutatja be a kisebbségek ábrázolásának érzékeny területeit.

A *Magyar Televízió* mindmáig nem rendelkezik elfogadott Közszolgálati Műsorszolgáltatási Szabályzattal, viszont készült egy tervezet, amit a televízió kuratóriuma nem fogadott el. A rádiós szabályzattal szemben a televízió tervezete a törvényben előírtakon túl is szól a kisebbségekkel kapcsolatos tudósítások tartalmáról, és arról, hogy a kisebbségek a teljes műsorfolyamban hogyan kerüljenek bemutatásra. A tervezet a kisebbségekkel kapcsolatban egyebek mellett megfogalmazza: *„a valóságos viszonyokhoz képest ritkán mutatják őket felelősségteljes munkakörökben, a társadalom hasznos tagjaiként. (...) Óvakodni kell a félrevezető sztereotípiáktól. A kisebbségek tagjait nem szabad mindig vagy túlnyomórészt kisebbségi szerepekben bemutatni.”* A tervezet felhívja a műsorkészítők figyelmét, hogy az etnikai hovatartozást csak akkor említsék, amennyiben az releváns információ.

3.2 Kapcsolatok, kisebbségek integrálása a szerkesztőségekbe

A roma társadalom szegregációja és belső politikai struktúrájának fiatal volta miatt a cigányság médiaképét jelentősen befolyásolja, hogy a többségi médiumoknak milyen kapcsolatai vannak a *roma közösségekkel*. A cigányság erőteljes szegregációja miatt gyanítható, hogy - csakúgy, mint a többségi társadalom tagjainak - az újságíróknak is kevés személyes kapcsolatuk lehet a *roma közösségekkel*, másrészt a roma önszerveződés meglehetősen fiatal intézményrendszere tematikailag befolyásolhatja a formális kapcsolatokon alapuló újságírás tematikáját. A formális és azt informális kapcsolatrendszer megléte vagy hiánya túlvezet azon a kérdésemre, hogy az egyes anyagok az újságírás szakmai és etikai szempontjai szerint korrektek-e, ám nagyon erőteljesen befolyásolhatja azt a képet, amelyet a cigányságról a többségi média kialakít. Bár a nagyobb politikai médiumoknak vannak a témával többé-kevésbé rendszeresen foglalkozó tudósítói, akiknek a szerkesztők szerint dolguk, hogy ilyen kapcsolataik legyenek, a meginterjúvált többségi szerkesztők kizárólag roma politikusok szűk körét nevezték meg kapcsolatrendszerként. Kevesen tértek ki arra hogy e kapcsolatok

reprezentálják-e a roma társadalom egészét, és csak néhányan gondolták azt, hogy fejleszteniük kell azt.

A szerkesztőség formális és informális kapcsolatrendszere megerősítésének egyik módja lehet, hogy az adott kisebbséghez tartozó újságírókat integrálják a szerkesztőségbe, akinek kapcsolatain és témaajánlatán keresztül hitelesebb és szélesebb körű tájékoztatást tudnak adni az adott közösségről. Miután Magyarországon kevés a megfelelően képzett roma újságíró, ez a megoldás felveti a pozitív megkülönböztetés kérdését: azt, hogy akár egy szakmailag felkészületlenebb kolléga rovására is preferálja az adott szerkesztő az új szemléletet és kapcsolatrendszert, amelyet egy kezdő roma újságíró adhat. Másrészt, - főként a televízió képernyős szerepeiben - szimbolikus jelentősége is lehet annak, hogy egy adott szerkesztőségben dolgozik-e kisebbségi, vagy sem. Az egyik televíziós műsor főszerkesztője ezt úgy fogalmazta meg: *„egy olyan társadalomban, ahol (...) 500 vagy 800 ezer ember a 10 milliós társadalomból roma, akkor annak jelentősége van és súlya, hogy egy roma ember is megjelenik a képernyőn. Meggyőződésem, hogy az előítéletes gondolkodás lebontásában nagy szerepe lehet annak, ha megjelennek a képernyőn és ráadásul jól jelennek meg”...*

A szerkesztők egy része támogatandónak tartotta a pozitív diszkrimináció gyakorlatát olyan területeken mint például az oktatás, ugyanakkor túlnyomó többségük elvetette, sőt néhányan kimondottan károsnak tartanak azt az újságírás területén. Ezt kétféle érveléssel indokolták: interjúalanyaink a munkatársak kiválasztásánál kizárólag a szakmai rátermettséget tartották releváns szempontnak, a pozitív diszkrimináció azonban háttérbe szoríthatja a szakmai szempontokat, másrészt a pozitív megkülönböztetés a céllal ellentétes hatást érhet el.

Ugyanakkor voltak olyan szerkesztők, akik egy általánosabb szempontból, a romák integrációja szemszögéből is fontosnak tartották, hogy roma újságírók is legyenek. *„Ha a kérdés úgy szólna, hogy azért venném-e fel a roma újságírókat, mert úgy gondolom, hogy szükség van rájuk a szakmában, és szükség van, hogy képviselve legyenek (...), akkor igen.”*

Ugyanakkor a szerkesztők csaknem mindegyike úgy vélekedett: a roma újságírókat nem azért alkalmaznák, hogy a roma tematika kapcsán ezzel a hírversenyben előnyt szerezzenek. Jellemző vélemény volt az egyik televíziós műsor szerkesztőjének nyilatkozata: *„nem szakújságírónak alkalmaznám, én azt nem tartom jó megoldásnak, hogy ha van egy belpolitikai újságíró, aki mellest roma, az roma ügyekkel foglalkozzon. Nem ez a feladata, mert akkor ugyanúgy gettóba sorolom szakmai gettóba, vagy tematikai gettóba azt az újságírókat.”*

Egy ilyen gyakorlat ellen felhozott érv volt az is, hogy a szerkesztőségbe bekerülő roma újságíró - involváltsága okán - esetleg a megengedhetőnél érzékenyebben reagálna bizonyos helyzetekre, és nem tudna megfelelni az objektivitás szakmai követelményének. A kisebbségi túlérzékenységeinek tételezésére példa az egyik bulvárlap szerkesztőjének következő vélekedése: *„A tapasztalat az, hogy ha nem saját ügyről van szó, tehát nem roma ügyről van szó, akkor ugyanolyan higgadt lehet, mint bárki más, tehát nincs különbség. Ha kisebbségi ügyről van szó, akkor a dolog természeténél fogva ott nagyobb az emocionális különbség (...) időnként zavarja egy kicsit a munkát a túlérzékenység, nemcsak a romáknál, másutt is.”*

Mindössze két interjúalanyunk - a mintában szereplő két megyei lapszerkesztő - gondolta úgy, hogy egy roma munkatárs előnyt jelenthetne a szerkesztőségi munkában. Úgy fogalmaztak: *„ha mégis lenne roma munkatársunk, mert megfelel a szakmai kritériumoknak, annak persze lehetne a kisebbségi ügyek szempontjából valamiféle hozadéka: egy olyan világban lenne*

tájékozott, amelyet egyébként kevésbé ismerünk. Afféle szerkesztőségi kontroll szerepét tölthetné be, bizonyos írások kapcsán még a közlés előtt figyelmeztethetne hiányosságokra, helytelen értelmezésekre”; „nyugodtabban bíznám rájuk a roma ügyeket, mert jobban kiigazodnak bennük, és valószínűleg több ilyen témát tudnának hozni, mint amennyi most szerepel a lapban”.

Roma interjúalanyainknak azt a kérdést is feltettük, hogy szerintük hogyan lehetne növelni a cigányok részvételét a többségi médiumokban. A válaszadók csaknem mindegyike a roma újságírók képzését nevezte meg, mint ehhez elengedhetetlen eszközt, ugyanakkor azt is hangsúlyozták, hogy mindehhez szükség lenne a többségi média nyitottságára is ezügyben. Többen hangsúlyozták a többségi újságírók képzésének fontosságát is: egyikük úgy fogalmazott: „vajon tanítanak nekik részletes elemzést, hogy tudják akár kisebbségi szemmel is nézni anyagaikat, hogy ránk nézve milyen üzenetet hordoz egy tudósítás. Azt hiszem, az a jó újságíró, aki rendelkezik ezzel az érzékenységgel.”

Egyik interjúalanyunk a magyarországi cigányság nyomásgyakorló-képességének növekedésében látta annak garanciáját, hogy a romák nagyobb mértékben vegyenek részt a többségi médiában, és egyben felhívta a figyelmet arra a dilemmára, hogy a cigányság nyomásgyakorló képességének növekedése nehezen elképzelhető a média kisebbségbarátabb képe nélkül: *„fel lehetne tenni azt a kérdést, hogy hogyan lehetne növelni a romák szerepét a magyar társadalomban. Erre a válasz egyik része az, hogy a romákról alkotott képnek jelentősen változnia kellene, és ebben a médiának rendkívül fontos szerepe kellene, hogy legyen. De ez egy ördögi kör, mert először el kellene érni azt a romáknak, hogy a médiában nagyobb szerepük legyen, de ez akkor lehetséges, ha a romákról alkotott kép megváltozik. Azért lehet valamit csinálni, lehet képezni a gyerekeket, legyenek színészek újságírók.”*

3.3. Romák és piac

Egy etnikailag sokszínű szerkesztőségi politikát a kereskedelmi médiában gazdasági érvek is alátámaszthatnak: a médium az adott kisebbség megszólításával bővíteni tudja közönségét, egy-egy kisebbség vásárlóereje pedig komoly lehetőségeket rejthet a piac és a hirdetőik számára. Ugyanakkor ezt az első látásra egyszerű gazdasági érvet is befolyásolni tudják a többségi előítéletek: jól példázza ezt az a folyamat, amely az Egyesült Államokban megelőzte az integrált reklámok elterjedését.³⁸

A magyarországi romák nagy többségének szociális helyzete jelenleg nem teszi lehetővé, hogy a cigányság megszólítása gazdasági lehetőségként merüljön fel a kereskedelmi média vagy a hirdetési ipar számára, a többségi előítéletek akár ellenérvként is hathatnak a piaci érvekkel szemben, a cigányság médiafogyasztásával kapcsolatos kutatások hiánya pedig eleve lehetet-

³⁸ Az Egyesült Államok hirdetési iparának nagy része - annak ellenére, hogy akkor már egy évtizede felmérések bizonyították az amerikai feketék vásárlóerejét - a nyolcvanas években kezdett el az amerikai feketék megszólítására is koncentrálni. Bár fekete szervezetek erős lobbytevékenységet folytattak annak érdekében, hogy az ipar az eddiginél nagyobb mértékben koncentráljon a fekete közönségre, a hirdetők attól tartottak, hogy az „integrált” reklámok elidegeníthetik a fehér vásárlóerőt. Azóta felmérések bizonyították, hogy a fekete modellek alkalmazása a hirdetésekben nincs negatív hatással a fehér vásárlóközönségre. Janette L. Dates: Advertising in: Janette L. Dates & William Barlow (ed.): Split Image - African Americans in the Mass Media. Howard University Press, Washington D.C., 1990

lenné teszi annak a kérdésnek a felvetését, hogy érdemes-e a cigányság speciális megszólításába energiákat fektetni.

A *többségi szerkesztőkkel* készített interjúk során megkérdeztük az is: tekintenek-e úgy a cigányságra, mint speciális igényekkel rendelkező potenciális közönségre; mennyire kizárólagosak a többségi közönség igényei, és elképzelhetőnek tartják-e, hogy a többségi előítéletek miatt a roma tematika nagyobb jelenléte negatívan befolyásolná a közönségszámot.

A szerkesztők nagy többsége cáfolta azt az érvet, hogy a romák erőteljesebb jelenléte elidegeníthetné többségi közönségük egy részét, de azt sem tartotta valószínűnek, hogy a cigányság speciális igények mentén célcsoportja lehetne a lapnak vagy a műsornak. A szerkesztők döntő többsége úgy érvelt, hogy egy jó szakmai teljesítmény lehetőséget ad arra is, hogy roma közönségük legyen, és a lehető legszélesebb közönséghez akarnak eljutni, függetlenül attól, hogy abban mekkora a romák aránya. Volt szerkesztő, aki határozottan kételkedett abban, hogy olvasói között megtalálhatóak lennének a romák: *„nem hiszem, hogy minket olyan nagy számban olvasnának romák. Minket az a kör olvas, melynek a beruházási vágyai magasabbak, mint a romáké”* - nyilatkozta az egyik bulvárlap szerkesztője. *„A ma használatos elsődleges szempont a vásárlóerő. Nálunk az fontos, hogy melyik rétege vásárló, azt lehet megcélozni reklámmal. Ha alapinformációk nem hangzanak el, akkor az nemcsak a romákkal szemben hiba, hanem szakmai hiba. És ebből kiindulva nálunk senkinek a fejében meg sem fordul, hogy speciálisan roma műsort készítsen.”* - fogalmazott az egyik kereskedelmi televízió szerkesztője.

Másik kérdésünk arra vonatkozott, hogy mennyire tartják interjúalanyaink relevánsnak azt az érvet, hogy a cigánysággal „túl sokat” foglalkozó médiumok jelentősen veszíthetnek közönségükből. Több szerkesztő elismerte, hogy létezik ilyen hatás - előfordul, hogy a cigánysággal foglalkozó műsoraik, cikkeik után olvasói leveleket, telefonokat kapnak, de ezek elfordulása nem tömeges méretű. Ha volt is, igen kevés olyan szerkesztő volt, aki ezt az állítást relevánsnak tartotta: *„ha én itt sokat fogok íratni romákról, a hirdetőm azt fogja mondani, hogy (...) én elmegyek hirdetni egy másik laphoz.”* - mondta egy bulvárlap szerkesztője. Interjúalanyaink egybehangzó véleménye szerint a szerkesztői gyakorlatot nem befolyásolják az közönség előítéletei: a hírérték az elsődleges szempont, és *„ha emiatt az ember olvasót, vagy hallgatót veszít, mert romákkal foglalkozik, akkor azért a hallgatóért nem is kár”* - fogalmazott az egyik rádiós szerkesztő.

Többen hangsúlyozták, hogy a szakmai tudás garanciát adhat arra, hogy a roma tematika nagyobb jelenléte ne járjon együtt a többségi olvasók elidegenítésével. Több interjúalanyunk véleményét foglalta össze az egyik televíziós szerkesztő, amikor úgy fogalmazott: *„ha egy lap jó, egy tévéműsor jó, akkor az akármilyen tematikával foglalkozhat. Ha valaki egészséges ember módjára nyúl hozzá a roma ügghöz, akkor nem csökken a példányszám. Ha előítéletesen, vagy pozitív diszkriminációt félreértve nyúl hozzá, akkor persze magára haragíthatja az olvasóit.”*

3.3.1. Romák és reklám

A cigánysággal, mint lehetséges célcsoporttal kapcsolatban két vezető reklámcég munkatársának véleményét megkérdeztük. Interjúalanyaink egyrészt nem tudtak olyan igényeket vagy termékeket felsorolni, amelyek speciálisan a romák érdeklődésére tarthatnának számot, hacsak a társadalmi célú reklámok nem azok. Mindkét interjúalanyunk hangsúlyozta a társadalom jelentősebb részében tapasztalható, a kisebbségi tematika érzékenységevel kapcsolatos tudatosság hiányát: *„ez pont olyan, ha leül veled szemben egy dadogós, vagy egy féllábú*

ember és megpróbálsz úgy kezelni, mintha te nem vennéd észre. De folyamatosan észreveszed, és abba csavarodsz be, hogy ő észreveszi-e, hogy te észrevetted, és te most természetesen viselkedsz-e. És amíg ezen görcsölsz, egyre kevésbé leszel természetes. Ez számomra pontosan egy ilyen helyzet: azon kezdenék el görcsölni, hogy ha most én azt mondom, hogy ez a tiétek, akkor ez a diszkriminációnak egy része, vagy örülnének, hogy van valami, ami az övék”. Másik interjúalanyunk ezt a bizonytalanságot úgy fogalmazta meg: „Azt sem tudhatjuk, hogy ha csinálsz egy filmet a kisebbségről, akkor ez ott, a kisebbségen belülieken milyen ellenállást vált ki, és miért. „

A média által is generált erős etnikai címkézésre hívta fel a figyelmet egyik interjúalanyunk, amikor arról beszélt, hogy a romákkal kapcsolatos többségi percepció az egyes roma személyeket hajlamos kizárólag a cigányság, mint csoport képviselőjeként látni, és ha egy kisebbség médiaképét a problémák, konfliktusok, és a kisebbségek és a többség közötti távolság uralja, úgy nehéz természetessé tenni egy olyan kisebbségi karaktert, amely nem e problémák vagy sztereotípiák kontextusában jelenik meg. Úgy fogalmazott: *„abban a pillanatban, ha Magyarországon csinál valaki egy reklámot, amiben egy cigány ember a főszereplő, akkor az a reklám már nem a termékről szól.”*

Mindkét interjúalanyunk hangsúlyozta, hogy bár a fiatal generációkban van igény a multikulturális üzenetekre, a szélesebb közönség ugyanerre meglehetősen zárt. *„Szerintem az egész magyar társadalom nem tanult meg a mássággal együtt élni”* - fogalmazott egyikük. Ugyanő saját tapasztalatán mutatta be azt, ahogy a magyar közönségnek hirdető reklámszakma reagál erre a zártagra: *„volt egy ügyfelünk, amely egy, a világ minden pontján megtalálható hálózat, éppen ezért az, hogy kínai, vagy amerikai jelenik meg a reklámjában, teljesen mindegy. [A magyarországi piacra dobandó reklámfilm esetében] mégis olyan szelektálás ment, hogy a filmeket úgy kell szétválogatni, megvágni, hogy ne legyen bennük kínai, vagy fekete. Ez valahol egy tudathasadásos helyzet, mert egy nemzetközi cég, amelyik Magyarországon nem magyar akar lenni, hanem nemzetközi, ezen elkezd gondolkodni. És akkor hol vagyunk még a cigánykérdéstől.”*

Egyik interjúalanyunk úgy foglalta össze véleményét a romákat megszólító reklámokkal kapcsolatban: *„Én attól félek, hogy ha valami ilyesmit csinálnék egy ilyen közegben, akkor tálcán kínálnám fel a fejem”...*

Konklúziók, javaslatok

Többségi média

A magyarországi cigányság többségi médiaképének elemzése alapján a média egyre nagyobb számban és bővülő tematikában foglalkozik a cigánysággal. Ugyanakkor:

- változatlanul zárt az a tematika, ahogyan a cigányság a többségi médiában megjelenik,
- a tudósítások többségben az adott ügyben közvetlenül érintett romák nem jelennek meg. Az, hogy a médiatudósítások nagy többsége csak mint problémák megtestesítőit, és konfliktusok előidézőit mutatja be a romákat, másrészt gyakran hallgatásra ítéli őket magukat, a romák kiszolgáltatottságát erősíti a médiával szemben
- a média ritkán mutat be olyan kisebbségi személyeket, akik a társadalom integráns, aktív szereplőiként, és nem kisebbségi szerepben láthatók.

1. A cigánysággal kapcsolatban élő sztereotipikus többségi kép árnyalásában szerepe lehetne annak a - többségi szerkesztők által is hangsúlyozottan nem eléggé működő - gyakorlatnak, hogy a média szenteljen több teret a roma közösségekben kétségtől meglevő **pozitív példák**nak. Ugyanakkor nem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy nagyobb a hírértéke a konfliktusoknak, és a negatív történeteknek. Másrészt a többségi sztereotípiáknak ellentmondó képet a közönség általában pusztán propagandának könyveli el, vagy úgy dolgozza fel az ellentmondást, hogy az további erősíti a sztereotípiákat. A médiától nem várható el, hogy a kisebbségeket övező előítéletek ellen „kampányoljon”, egy, a társadalomról szóló reális képbe viszont beletartozik a roma társadalom eredményeinek és azoknak a szerepeknek a bemutatása is, amelyek betöltésével a kisebbségek jelentős mértékben járulnak hozzá a magyar társadalom mindennapjaihoz.

2. Csakúgy, mint a többségi társadalom jelentős hányadának, kevés kivétellel a többségi médiának sincs megfelelő mélységű kapcsolatrendszere a cigánysággal. Ez a kapcsolatrendszer nem csak abból a szempontból lenne lényeges, hogy a többségi újságírók az egyes pozitív példákhoz eljussanak, hanem abból is, hogy oldódjon az a médiában is tapasztalható szemlélet, amelynek révén a többség homogén csoportként, pusztán problémák megtestesítőiként kezeli a cigányságot. Az erőteljes etnikai címkézés és dichotomizálás addig lehetséges, amíg a csoportnak tulajdonított jellegzetességeknek nem mond ellent megfelelő mennyiségű individuális példa.

3. A kisebbségi tematika érzékenységevel kapcsolatos tudatosság erősítése elengedhetetlen feltétele annak, hogy a kisebbségek médiaképe ne erősítse tovább az amúgy is fennálló előítéleteket. Ennek egyik módja a konfliktusok humanizálása, a közvetlenül érintettek megszólaltatása. Miközben általános gyakorlat, hogy egy-egy többségek közötti érdekellentét során folyamatosan nyilatkoznak az ügyben közvetlenül érintett „kisemberek”, hasonló esetekben a média gyakran tekinti kiegyensúlyozottnak saját gyakorlatát, ha a cigány önszerveződés egyes tagjait megszólaltatja. Az örömdetesen egyre erősebb roma közélettel való kapcsolat - a roma önszerveződés indokolt problémaorientáltsága okán - önmagában nem biztosítja, hogy a romák médiaképe tematikailag kiegyensúlyozott legyen.

4. Elengedhetetlen annak **tudatosítása a médiában**, hogy önkéntelenül erősítheti a cigánysággal kapcsolatban fennálló többségi sztereotípiákat és előítéleteket, amennyiben:

- a jelenlegi gyakorlatnál nem ragaszkodik erősebben annak a szakmai elvnek a betartásához, hogy az adott ügy minden szereplőjét - beleértve a közvetlenül érintetteket is - megszólaltassa tudósítási kapcsán,
- ha az adott kisebbséget homogén csoportként kezeli,
- ha erőteljes a médiában az etnikai címkézés,

- az egyes kisebbségek, csaknem kizárólag mint a csoport megtestesítői jelennek meg,
- amennyiben a média nem tesz lépéseket arra, hogy tematikailag kiegyensúlyozza azt a képet, amelyet a romákról, és a magyar társadalomról sugároz.

5. A kutatás során felvett interjúkból az a kép rajzolódott ki, hogy a cigányság médiaképét erőteljesen befolyásolja a cigánysággal, illetve a kisebbségi tematika érzékenységevel kapcsolatos általános tudatosság sok esetben tapasztalható hiánya. Más többségi intézményekhez hasonlóan a többségi újságírók, producerek, vagy a reklámcégek munkatársainak körében is megfigyelhető a bizonytalanság, olykor félelem azzal kapcsolatban, hogy egy-egy jóindulatú lépés nem sértene-e bizonyos kisebbségi érzékenységeket, és nem diszkriminálna-e másokat. A diszkriminációval, és a kisebbségi tematika érzékenységevel kapcsolatos tudatosság elengedhetetlen feltétele annak, hogy a többségi intézmények munkatársai ne csak ne sértsék vagy diszkriminálják a romákat, hanem biztos kézzel nyúlhassanak a témához.

6. A kisebbségi tematika érzékenységevel kapcsolatos tudatosság kialakításának egyik módja lehet a kisebbségekről szóló tudósításokkal kapcsolatos **szakmai-etikai elvek** kidolgozása. Bár a magyarországi média megkérdezett szerkesztői jelenleg elegendőnek tartják ezzel kapcsolatban az alapvető szakmai-etikai elvek betartását, mind a roma interjúalanyaink által hangsúlyozott kiszolgáltatottság, mind a különböző tartalomelemzések azt bizonyítják: vagy továbbfejlesztésre szorulnak ezek az elvek, vagy nem teljesen érvényesülnek a gyakorlatban.

7. A kisebbségekkel fenntartott szélesebb körű kapcsolatrendszer kiépítésének egyik - Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban előszeretettel alkalmazott - módja a **kisebbségek integrálása a médiába**. A képzett roma újságírók korlátozott száma miatt mindez ma azt jelentené, hogy a többségi médiának bizonyos mértékig pozitív diszkriminációt kellene alkalmaznia az adott szerkesztőségben jelentkező roma fiatal alkalmazása során. A többségi szerkesztők egy része ma elutasítja, többségük pedig bizonyos túlérzékenység tételezése, vagy az egyfajta „szakmai gettóba” kényszerítés elkerülése okán csak korlátozottan támogat egy ilyen megoldást. Meggyőződésünk, hogy - csakúgy ahogy ez más területeken bevett gyakorlat - a kisebbségek alkalmazása a többségi médiában előnyt biztosíthat a híversenyben, segíthet egy új közönségréteg megszólításában, egy árnyaltabb és kiegyensúlyozottabb kisebbségkép és szerkesztőségi politika kialakításában.

8. A magyarországi cigányság jelenlegi gazdasági ereje és nyomásgyakorló képessége alapján nem várható, hogy rövid távon a piacorientált média számára potenciális célközönségként jelenjen meg. Ugyanakkor külföldi példák azt igazolják: a roma vásárlóerővel, média- és egyéb fogyasztási szokásaikkal kapcsolatos **kutatások** hiányában nem csak azt nem tudhatjuk, hogy maguk a romák hogyan vélekednek a kérdésről, és nem csak azt teszi lehetetlenné, hogy hosszabb távon a többségi média célközönségeként jelentkezzenek a romák, de annak a kérdésnek az eldöntését is, hogy vannak-e a cigányságnak speciális igényei, amelyeken keresztül megszólítható.

9. A többségi média részéről gyakran hangzik el az az érv, hogy a kisebbségi média többségi támogatásával, és azzal, hogy a többségi média külön műsoridőt ad a kisebbségeknek, a magyarországi cigányság információs-, és az önazonosságához való igényei biztosítottak. **A kisebbségi és a többségi média azonban nem kijátszhatók egymással**, és az egyik támogatása nem mentesíti sem a többségi közszolgálati médiát közszolgálati kötelezettségei alól, sem a piacorientált médiát az alól, hogy a társadalom valós képét mutassa be. A cigányság többségi mediaképe, és a cigányság körében tapasztalható igen erőteljes információs hiányok olyan feladatok felvállalására is készítetik a kisebbségi médiát, amelynek nem tud megfelelni. Másrészt egy mégoly erős kisebbségi média sem tudja felvállalni azt a célt, hogy a többség számára bemutassa minden huszadik honfitársunkat. Amennyiben a magyar médiarendszer a kisebbségi médiára hagyja a magyarországi cigányság tájékoztatását és bemutatását, úgy tovább fogja erősíteni a többség és a cigányság között már ma is megengedhetetlenül nagy távolságot.

A kisebbségek tájékoztatása

10.1. A jelentéshez a roma közelet vezetőivel készített interjúk szűk mintavételi lehetősége ellenére is kiderült, hogy a magyarországi cigánysághoz nem jutnak el a mindennapjaikat érintő legelemibb információk. Ezeknek az információknak jelentős része jellemzően nem kisebbség-specifikusak, hanem a hátrányos társadalmi helyzetből adódó információs hiányok, amelyek csökkentése a közszolgáltatásból fakadó feladata a **közszolgálati médiumoknak**.

10.2. Ugyanakkor a roma vezetőkkel készített interjúk szerint a **roma médiumoknak** is nagyobb szerepet kellene vállalniuk bizonyos közszolgálati típusú információk eljuttatásában, és abban, hogy a jelenleginél szélesebb közönséget nyerjenek meg.

10.3. A magyarországi cigányság információellátottságával kapcsolatos problémák szintén gyakran megjelölt felelőse volt az a **többségi intézményrendszer**, amelyek nagyobb részének információs feladatai is vannak a célközönséggel kapcsolatban. Ezen intézményeknek az információk szét-sugárzásában való hangsúlyosabb szerepvállalása nélkül nem várható, hogy a cigányság a jelenleginél nagyobb mértékben éljen a kormányzat és a különböző más szervek által nyújtott lehetőségeivel, de az sem, hogy csökkenjen a cigányság gyakran tapasztalható bizalmatlansága a többségi intézményekkel szemben.

10.4. Roma interjúalanyaink többsége úgy vélte: a cigány közösségek informálódásában még mindig nagy szerepe van az informális kapcsolatoknak. Felmérések azonban azt bizonyítják, hogy a néhány éve kiépült **kisebbségi önkormányzati rendszer** egyelőre nem képes maradéktalanul ellátni a roma közösségek érdekképviselését, informálását, és a helyi politika alakításában betölteni hivatott szerepét. A kisebbségi önkormányzatok számára szervezett képzési programok, és információval való folyamatos ellátásuk olyan feladat, amelynek ellátásán keresztül a kormányzat nem csak a kisebbségi önkormányzati rendszert tehetné hatékonyabbá, hanem a cigány közösségek információs hiányait is csökkenthetné.

Kisebbségi média

11. A kisebbségi önszerveződés tagjainak többsége hangsúlyozta, hogy a kisebbségi újságírók hiánya nagy mértékben befolyásolja mind a kisebbségi média munkáját, mind a többségi médiaképet. Ahhoz, hogy mind a kisebbségi média súlya erősödjön, mind a többségi média cigányságképe javuljon a jövőben, a kisebbségi média támogatása során elengedhetetlen azoknak a szempontoknak az érvényesítése, amelyek hosszabb távon lehetővé teszik képzett roma újságírók megjelenését mind a roma, mind a többségi médiában. A kisebbségi médiának a jelenleginél még erősebb szerepet kellene betöltenie a **kisebbségi újságírók képzése** területén. A kisebbségi újságírók képzésében az eddiginél is komolyabb szerepet kellene hogy játsszanak a kisebbségi médiumoknak.

12. Roma interjúalanyaink a kisebbségi médiát támogató szervezetek jelenlegi támogatási elveivel kapcsolatban gyakran tértek ki arra a problémára, hogy a nem egyértelmű támogatási prioritások nagy mértékben növelik a kisebbségi médiumok jövőjével kapcsolatos bizonytalanságot. A kisebbségi média támogatóinak a jelenleginél erőteljesebben kellene kommunikálniuk támogatási elveiket, és hosszabb távon is **biztonságot nyújtó támogatási formákat** kellene kidolgozniuk. Ugyanakkor fontos lenne olyan ösztönzőrendszer kialakítása, amely a kisebbségi médiumokat érdekeltté teszi olvasótáboruk növelésében.

13. A jelentés a többségi szerkesztőkkel készített interjúk többsége arról tanúskodott, hogy a kapcsolatok hiánya a cigány közösségekkel gyakran akadályozza a romákkal kapcsolatos médiakép árnyalását. Ezeknek a kapcsolatoknak a kialakítása a többségi médiumoknál is erőteljesebben érdeke ma a roma önszerveződésnek. A magyarországi cigányság médiaképe szempontjából is elengedhetetlen a roma önszerveződés **érdekérvényesítő- és nyilvánosságteremtő képességének** növelése. A

kisebbségi szervezetek a jelenleginél erőteljesebb, folyamatos sajtómunkája elengedhetetlen a cigányság a jelenleginél árnyaltabb többségi médiaképének kialakulásához.

14. A roma önszerveződésben is tapasztalható bizonytalanság a roma közösségek információs igényeivel, vagy a többségi médiakép javításának lehetőségeivel kapcsolatban arra hívja fel a figyelmet, hogy mind a kisebbségi média jelenlegi gondjai, mind a cigányság többségi médiaképe változatlanok maradnak, amennyiben a roma média jelenlegi támogatói, és a roma önszerveződés nem kezdeményezi hosszú távú médiaprogramok, - **politikák és stratégiák** kialakítását.

Függelék

1. Kisebbségek és a média: jogi szabályozás

Magyarországon két kétharmados törvény szabályozza a média és a kisebbségek kapcsolatát: a 1993. évi LXXVII. törvény „A nemzeti és etnikai kisebbségek jogairól” (továbbiakban: kisebbségi törvény) és az 1996. évi I. törvény „A rádiózásról és a televíziózásról” (RTVtv, a továbbiakban: médiatörvény). A törvényi szabályozás két nagyobb témakört érint: a kisebbségek azon közösségi jogának biztosítását, hogy hozzáférhessenek az önazonosságuk, nyelvük és kultúrájuk megőrzéséhez szükséges tömegkommunikációs eszközökhöz (kisebbségi törvény), másrészt a kisebbségi csoportokról szóló médiumok tartalmát (médiatörvény).

I. Hozzáférés a médiához

A kisebbségi törvény szerint a „közzszolgálati rádió és televízió - külön törvény rendelkezései szerint - biztosítja a nemzeti és etnikai kisebbségi műsorok rendszeres készítését és sugárzását”. Az elektronikus médiumok száma a rendelkezésre álló frekvenciák miatt szűkös, emiatt sajátos jogi garanciák szükségesek a kisebbségek médiumhoz jutásának biztosításához³⁹; és ez a jog nem tehető ki a médiapiaci versenynek. A médiatörvény szerint a *közzszolgálati műsorszolgáltató és közműsorszolgáltató* különös figyelmet fordít a nemzeti, etnikai és más kisebbségi kultúrák értékeinek megjelenítésére, a közzszolgálati műsorszolgáltató pedig köteles elősegíteni a magyarországi nemzeti és etnikai kisebbségek kultúrájának és anyanyelvének ápolását, az anyanyelvükön való rendszeres tájékoztatást úgy, hogy a kisebbségek országos önkormányzatai a rendelkezésükre álló műsoridő felhasználásának elveiről - a műsorszám tartalmát és a műsorszerkesztést nem érintve - önállóan dönthetnek. A médiatörvény ösztönző módon szabályozza a médiapiac nem közzszolgálati, non-profit szegmensét: kedvezményekkel segíti a kisebbségi érdekek figyelembevételét. A törvény alapján különböző kedvezményekkel támogatott, nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató többek között az lehet, amely az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) által évente ellenőrzötten nemzeti és etnikai vagy más kisebbségi cél szolgálatát vállalja. Az ORTT a nemzeti-, etnikai- és más kisebbségi igények meghatározott mértékű szolgálatát pályázati feltételként írhatja elő, ha az adott vételkörzetben a tájékoztatás és tájékozódás szabadsága, illetve a kulturális sokszínűség - valamennyi műsorszolgáltatást figyelembe véve - nem érvényesül. Amennyiben a vételkörzetben másképp nem biztosított az anyanyelven való tájékozódás, úgy a nemzeti és etnikai kisebbség számára meghatározott műsoridőben (heti legalább négy, legfeljebb nyolc órában) pályázat nélkül is biztosítható műsorszolgáltatási jogosultság.

³⁹ Ezt 371/1992-es határozatában az Alkotmánybíróság is megerősítette.

A kisebbségi- és a médiatörvény egyaránt kimondja a kisebbségek jogát arra, hogy a közszolgálati médiumokban műsoridőt kapjanak, azt azonban nem szabályozzák, hogy milyen időszáv és műsoridő alkalmas e jog biztosítására.⁴⁰

Az *Európa Tanács* „Keretegyezmény a nemzeti kisebbségek védelméről” című dokumentuma kimondja: „a Felek biztosítani fogják nemzeti jogrendszerük keretein belül, hogy a nemzeti kisebbségekhez tartozó személyeket ne érje hátrányos megkülönböztetés a tömegkommunikációs eszközökhöz való hozzájutásban”, illetve „nem akadályozhatják meg a nemzeti kisebbségekhez tartozó személyeket a nyomtatott tömegkommunikációs eszközök létrehozásában és használatában. A rádió- és televízióadásokat szabályozó törvényekben, amennyire lehetséges, biztosítani fogják, hogy a nemzeti kisebbségekhez tartozó személyek számára lehetőséget nyújtsanak saját tömegkommunikációs eszközeik létrehozásában”. A dokumentum hangsúlyozza olyan speciális intézkedések szükségességét, amelyek célja a nemzeti kisebbségekhez tartozó személyek tömegkommunikációs eszközökhöz való hozzájutásának megkönnyítése, és célzott intézkedései utalnak anyagi eszközök juttatására olyan adások sugárzásához vagy programok készítéséhez, amelyek a kisebbségeket érdeklő kérdésekkel foglalkoznak, valamint annak ösztönzésére, hogy a szerkesztők tegyék lehetővé a nemzeti kisebbségeknek a tömegkommunikációs eszközökhöz való hozzáférését.

II. A műsorok tartalma

A többségi tömegkommunikáció kisebbségekkel kapcsolatos tartalmát viszonylag kevés jogszabály érinti: általános vélemény, hogy a büntetőjog által is szabályozott kitételeken túl nem kívánatos az, mivel a média szabadságának és függetlenségének korlátozását jelentené.

A médiatörvény szerint a műsorszolgáltató tevékenysége nem lehet alkalmas a nemzeti, etnikai, nyelvi kisebbségek elleni gyűlöletkeltésre, a műsorszolgáltatás nem irányulhat a kisebbségek nyílt vagy burkolt megsértésére, kirekesztésére, azok faji szempontokon alapuló bemutatására, elítélésére. A törvény betartása felett őrködő ORTT eddig egy olyan határozatot hozott, mely a kisebbségek bemutatásával kapcsolatos - egy magánszemély panaszának adott helyt a Magyar Rádió szilveszteri kabaréműsorának három számával kapcsolatban. Az ORTT Panaszbizottsága megállapította, hogy a „kifogásolt műsorszám a magyarországi etnikumok közül kizárólag a roma kisebbséget célozta meg”, és „a műsor alkalmas a magyar társadalomban egyébként is meglévő negatív előítéletek felerősítésére”.

A médiumok tartalmát jelentősen befolyásoló esemény volt a kisebbségi és az adatvédelmi biztos állásfoglalása, amely egy bűnügyi tudósítás kapcsán a gyanúsított kisebbségi hovatartozásának nyilvánosságra hozatalával kapcsolatban született. Az állásfoglalások szerint mind az

⁴⁰ A kisebbségi ombudsman két esetben folytatott vizsgálatot ezzel kapcsolatban: az egyik során az MTV azon tervezett intézkedését vizsgálta, amely a kisebbségi műsorok sugárzásának és ismétlésének időpontjait egy kevésbé nézett műsorávba helyezte volna át. Az országgyűlési biztos véleménye szerint az új körülmények között az MTV kisebbségi műsorai nem tudták volna betölteni a kisebbségi identitások megőrzésének elősegítésével kapcsolatos feladatukat, ehhez ugyanis „alapvető fontosságú, hogy kisebbségek a közszolgálati médiumokban megfelelő időtartamú, szerkesztettséggű, színvonalú műsorokkal legyenek képviselve.” Az MTV elfogadta az ombudsman észrevételeit és az intézkedést visszavonta. A másik vizsgálat arra vonatkozott, hogy a Magyar Rádióban sugárzott nemzetiségi műsorok kezdési időpontjának eltolódása, a műsorok esetenkénti elmaradása okoz-e törvénysértést. A médiatörvény a közműsor-szolgáltatóknak azt a kötelezettségét is rögzíti, mely szerint a nemzetiségi műsorok tartalma sem országos, sem körzeti összesítésben nem lehet kevesebb, mint a törvény hatályaba lépésekor. Az országgyűlési biztos kifejti, hogy a törvény ezen rendelkezése véleménye szerint nemcsak a műsor időtartamára, hanem annak a műsorstruktúrában való elhelyezkedésére is vonatkozik, figyelembe véve azt, hogy a hallgatói szokások (hallgatottság volumene) függenek a műsorsugárzás időpontjától. Az MR Közalapítvány Kuratóriumának elnöke az ajánlást nem fogadta el.

adatvédelmi-, mind a nemzeti és etnikai kisebbségekről szóló törvénnyel ellentétes egy bűncselekmény elkövetője, vagy gyanúsítottja etnikai hovatartozásának nyilvánosságra hozatala. Az adatvédelmi törvény különleges adatnak nyilvánítja a faji eredetre, nemzeti, nemzetiségi és etnikai hovatartozásra vonatkozó adatokat⁴¹, amelyek csak abban az esetben kezelhetők, amennyiben ahhoz az érintett írásban hozzájárul, vagy más törvények, illetve nemzetközi egyezmények elrendelik, a kisebbségi törvény pedig kimondja, hogy valamely nemzeti és etnikai kisebbséghez való tartozás vállalása és annak kinyilvánítása az egyén kizárólagos és elidegeníthetetlen joga.⁴²

Az Európa Tanács „Közösségi és etnikai viszonyok Európában” c. dokumentuma láthatóan számot vet azzal, hogy a műsorok tartalmával kapcsolatos bármely pozitív szabályozás a médiumok függetlenségét sérthetné, ugyanakkor a szakmai-etikai elvek betartása az egyes tudósításokban még nem garantálja, hogy a média által a kisebbségekről sugárzott kép nem fogja erősíteni a többségi előítéleteket. A dokumentum hangsúlyozza, hogy „egy szabad társadalomban természetesen világosan korlátozott a kormányzat joga, hogy közvetlenül befolyásolja a médiát, ám nincs kizárva, hogy fogékonyabb álláspont kialakítására ösztönözzön.” A jelentés aláhúzza, hogy „az etnikai közösségek kétfajta jogát kell elismerjék a tagállamok. Egyrészt ezek a közösségek meg kell, hogy kapják a médián keresztül azokat az információkat, amelyekre szükségük van, másrészt azt is biztosítani kell, hogy megjelenhessenek a médiában.” A jelentés felhívja a kormányzatok figyelmét, hogy „a költségvetés médiák közötti felosztásánál a lehető legrugalmasabban kell támogatást előirányozniuk azon médiumok számára, amelyek következetesen kínálnak lehetőséget a bevándorló eredetű újságíróknak és műsorkészítőknek.” A dokumentum felhívja az újságíró szakmát, hogy dolgozzon ki önkéntes etikai kódexet azzal kapcsolatban, hogy miként lehet tisztességesen, érzékenyen kezelni az etnikailag sokszínű társadalomban a kisebbségi tematikát.

⁴¹ A kisebbségi hovatartozásra vonatkozó adatok kérdésével az **Európai Unió** jogalkotása is foglalkozott, és az adatkezelés lehetőségeit a magyar adatvédelmi törvényhez igen hasonlóan határozta meg. Az 1995-ben elfogadott adatvédelemmel kapcsolatos Irányelv 8. cikke különleges, szenzitív adatnak tekinti a faji vagy etnikai származásra, politikai véleményre, vallási-, világnézeti meggyőződésre, szakszervezeti tagságra, egészségügyi állapot és a szexuális életre vonatkozó adatokat, amelyeknek kezelése tilos, hacsak az érintett hozzájárulását nem adja ahhoz, vagy egy nemzeti szabály azt - kellő garanciák mellett - nem engedélyezi, közérdekből el nem rendeli, vagy az adatalany egyértelműen nyilvánosságra nem hozza. Az **Európa Tanács** 1981-ben született adatvédelmi egyezménye is hasonló logikát követ.

⁴² Nem véletlen, hogy az állásfoglalások egy roma jogvédő szervezet, a Roma Polgárjogi Alapítvány beadványára érkeztek: a magyarországi és külföldi jogvédő szervezetek régóta hangoztatják: a bűnügyi tudósításokban az etnikai hovatartozás megjelölése alkalmas az előítéletek megerősítésére, illetve annak sugalmazására: szoros összefüggés áll fenn bizonyos etnikai csoportokhoz való tartozás és a bűnözés között.

Németországban a Német Sajtótanács elfogadta a Német Szintik és Romák Központi Tanácsának javaslatát, amely kezdeményezte a hivatalos rendőrségi nyilatkozatok és újságcikkek ezirányú gyakorlatának felfüggesztését, több tartomány belügyminisztere pedig megtiltotta a rendőrségi apparátusnak az etnikai hovatartozás nyilvánosságra hozatalát a bűnelkövetők és gyanúsítottak esetében. Helmut Simon, aki a Német Szintik és Romák Központi Tanácsának megbízásából a javaslatot megtette, azzal érvelt, hogy az alkotmányos állam egyik legalapvetőbb elve, hogy mindenki saját maga felel a tetteiért, ezért senki sem lehet felelős etnikai csoportjának más tagjai által elkövetett jogellenes magatartásért, és az etnikai csoport sem lehet felelős az egyes, a csoportba tartozó személyek jogellenes magatartásáért. Ld. erről: Dr. Helmut Simon: The necessity for enforceable protection against discrimination for Sinti and Roma based on the example of media reporting in: Minority protection of Sinti and Roma, Central Council of German Sinti and Roma, 1993.

2. Határterületek: kezdeményezések a hagyományos médiatípusokon túl

Az alábbiakban néhány olyan kezdeményezést mutatunk be, amelyek a média hagyományos felosztásában a határterületeken helyezkednek el, és szintén nagy mértékben befolyásolják a magyarországi cigányság médiaképét.

A Fekete Doboz Alapítvány Községi Televíziós Programja

A Fekete Dobozt, az első magyarországi független videós újságot 1987-ben alapították, a rendszerváltásig mintegy 1500 óra archív anyagot vett fel a kelet-európai szocialista rendszerek bukásáról és gazdasági-politikai átalakulásuk eseményeiről. Archivumukban jelenleg kb. 4000 óra dokumentáció és mintegy 150 elkészült film található. Az alapítvány 1996-tól egy közösségi televíziós⁴³ programon dolgozik, melynek keretében 1997-ben kísérleti jelleggel négy eltérő település televíziójában, a budapesti VI. kerületi kábeltelevízióban, a Pécsi Városi Televízióban, és a Dunapataji Kábeltelevíziónál és Kalocsán indították be programjukat. A program kezdetén tíznapos intenzív tanfolyamot tartanak a résztvevőknek a dokumentumfilmzés és a televíziós műsorkészítés alapjairól. A tanfolyam végén régióként egy-egy alapfelszerelést, továbbá ösztöndíjat kapnak a hallgatók, akiknek az a feladatuk, hogy havi egy órás műsorokat készítsenek. Megállapodás született arról, hogy a helyi kábeltelevíziók rendszeres adásidőt, és technikai kapacitást biztosít a közösségi televíziók számára. A program szervezői rendszeresen monitorozzák a programot, és segítséget nyújtanak a filmek elkészítéséhez.

Független Médiaközpont

A Független Médiaközpontot 1995-ben alapította a New York-i székhelyű Független Újságíró Alapítvány, amely Prágában, Pozsonyban és Bukarestben is működtet hasonló intézeteket. A központ non-profit intézmény, amely hazai újságírók és kommunikáció szakos egyetemi hallgatók számára szervez ingyenes képzési programokat, de a kisebbségekkel kapcsolatos témák is nagy hangsúlyt kapnak tevékenységében. A Nemzetközi Újságíró Szövetség és a New York-i Egyetem „War, Peace, and the New Media” intézete által kezdeményezett „Kisebbségek a sajtóban” című programjának első szakaszában Oroszország, Albánia és Magyarország vett részt. A program célja, hogy a közép-kelet-európai országokban kiegyensúlyozottabbá, előítéletektől mentessé váljanak a kisebbségekről szóló tudósítások. Az elmúlt egy évben angol, orosz, magyar és albán változatban elkészült oktatási kézikönyv, valamint az arra épülő képzési programok oktatói számára műhely-foglalkozásokat tartottak. Magyarországon 1998 tavaszán indult el a kisebbségi témákkal foglalkozó újságírók továbbképzése. A központ 1996 őszén kapcsolódott be a Roma Sajtóközpont (RSK) médiagyakornoki programjába, amely a Közép-Kelet-Európában az első kísérlet kisebbségi újságírók

⁴³ A hatvanas évek közepén az Egyesült Államokban beinduló közösségi televíziózás alap gondolata az volt, hogy a televíziót nem csak a beavatottak használhatják, hanem a különböző helyi közösségek is, és az első kezdeményezések hamar nyilvánvalóvá tették, hogy a program által nyújtott lehetőségek nagyban segítettek az adott közösségen belüli civil kezdeményezések szerveződését. Különösen ott vált a közösségi televíziózás fontossá, ahol nagyok a társadalmi feszültségek. Ezeken a helyeken a közösségi televíziók kanalizálták a feszültségeket, a problémák egy jelentős része kibeszélhetővé, megvitathatóvá vált, és azokon a helyeken, ahol létezik a televíziózás ezen formája, a helyi hatalom és a helyi társadalom közötti párbeszéd is sokkal artikuláltabbá és eredményesebbé vált.

integrálására a többségi szerkesztőségekbe. A program során az RSK helyezte el szerkesztőségeknél a felvételi vizsgán kiválogatott roma médiagyakornokokat, míg a Független Médiaközpont tanfolyamot indított számukra. 1997-ben Budapesten és Pécsen indultak be rendszeres műhelyfoglalkozások a roma gyakornokok számára Janis Overlock, az amerikai Knight Alapítvány oktatója vezetésével. 1997 végén tíz új gyakornokkal folytatódott a program. Az újságírói alapismereteken kívül általános politikai ismeretek, rádiós képzés, beszédtechnika és angol nyelvoktatás is a curriculum részét képezi, a központ hasonló programot indít Szlovákiában. A Független Médiaközpont és a Roma Sajtóközpont 1998 májusában képzési programot indít el roma civilszervezetek és a helyi sajtó képviselői számára. A műhelyfoglalkozásokon a civilszervezetek képviselői a sajtókapcsolatokkal ismerkednek, míg az újságírók a kisebbségi témákba kaphatnak betekintést.

Párbeszéd Program

A Párbeszéd Programot 1994-ben azzal a céllal alapította a Művelődési és Köznevelési Minisztérium, hogy elindítson és támogasson olyan multikulturális kezdeményezéseket, amelyek - elsősorban a tömegtájékoztatás és az oktatás terén - elősegítik a kisebbség és többség közötti távolságok csökkentését. A programtanácsban az MKM képviselője mellett a kisebbségi tematikában dolgozó civil szervezetek, a többségi média munkatársai, valamint a program céljaihoz illeszkedő szakértők vesznek részt. A Programtanács megalakulása óta évről-évre pályázati formában támogatja multikulturális programok megvalósulását. A program 1997-ben monitoring-programot indított be, amelynek keretében szakértők készítenek elemzéseket a többségi média és a magyarországi tankönyvek kisebbségképeről.

RomaPage

A RomaPage, a magyarországi roma szervezetek honlapja 1997. szeptembere óta biztosít rendszeres megjelenést az Interneten különböző roma, vagy a magyarországi cigányságot is érintő kérdésekkel foglalkozó civilszervezetek, kisebbségi önkormányzatok, és kormányzati szervezetek számára. A Romapage nyitott szolgáltatás, amelyhez bármely hasonló profilú szervezet csatlakozhat, és eljuttatott anyagaikat ellenszolgáltatás nélkül teszik fel az Internetre. A szervezetek ismertetőin, és aktuális anyagain túl a honlapon részletes roma szépirodalmi bibliográfia, különböző törvények, friss pályázati információk, pályázati figyelés útján más releváns pályázati információk, és letölthető pályázati adatlapok is elérhetőek. A honlapon megjelenő anyagok egy része angolul is elérhető. A Romapage címe: www.romapage.c3.hu

Roma Sajtóközpont

A Roma Sajtóközpont 1995. decemberében jött létre, alaptevékenysége a többségi média - főként a többségi napilapok - folyamatos ellátása hírekkel és információkkal. A sajtóközpont megalakulása óta mintegy 600 hírt írt meg és adott ki, amelyek körülbelül 60%-a jelent meg legalább egy hazai napilapban, és mintegy 80, exkluzív közlési joggal eladott nagyobb lélegzetű áttekintő anyagát, illetve interjút közölték az országos napilapok. A sajtóközpont kezdettől fogva egyfajta képzési műhelyként is működik: a képzett roma újságírók korlátozott száma miatt saját magának kellett „kinevelnie” roma munkatársait, mára a sajtóközpont minden budapesti tudósítója roma. Az intézmény vidéki tudósító hálózatot tart fent, és a régióban hasonló területen dolgozó szervezetek közötti információcserén alapuló hasonló hálózatot dolgoz ki. 1998 szeptemberétől egy rádiós program beindítását tervezi, amely a

sajtóközpont alapműködéséhez hasonlóan rádiós anyagokat készít majd, és próbálja elérni azok sugárzását a többségi rádiókban. Az RSK roma médiagyakornoki- és sajtószervező-képzési programjának bemutatása a Független Médiaközpont ismertetésénél olvasható.

Romédia Alapítvány

A Romédia Alapítványt 1992-ben Daróczi Ágnes az MTV Patrin Magazinjának főszerkesztője alapította. Az alapítvány 1991-92-ben roma rádiós szakembereket képzett, és segítette „beszivárgásukat” a többségi médiába. Jelenleg futó, és tervezett képzési programjaik a többségi újságírók, valamint a média iránt érdeklődő reménybeli roma újságírókat célozzák meg. Képzési programjukon keresztül a szakmai ismeretek mellett nagy hangsúlyt kap a roma népismerettel kapcsolatos ismeretek átadása is. A Romédia Alapítvány megalakulása óta dolgozik olyan hiánypótló filmek forgatásán és a magyarországi iskolákba történő eljuttatásán, mint a roma hagyományokat, vagy a roma történelmet bemutató filmsorozat. A sorozatok oktatási segédanyagként is hasznosulnak.

Felhasznált irodalom

A regionális vagy kisebbségi nyelvek európai chartája

Magyar Közlöny 1995./28.

Aronson, Elliot:

A társas lény Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest 1992

Ashmore, R.D.:

Sex stereotypes and implicit personality theory, 1981

Bernáth, Gábor:

Csend - előítéletek - ROMAntika: romák a magyarországi médiában

in: Kisebbségek a médiában (Független Média Központ, Budapest, 1997)

Brewer, M.B.; Dull, V.; Lui, L.:

Perception of Elderly: stereotypes as prototypes, 1981

Council of Europe activities concerning Roma/Gypsies and Travellers

Strasbourg, 1996

Csalog Zsolt: Cigányság és média: Roma Sajtóközpont

(kézirat, 1996)

Csepeli György:

Kisebbségek képe a többségi tömegkommunikációban

in: Kisebbségkép a tömegtájékoztatásban Régió könyvek, Budapest 1993

Csurdi Sándor (szerk.):

Kisebbségkép a tömegtájékoztatásban Régió könyvek, Budapest 1993

Dates, Janette L. & William Barlow (ed.):

Split Image - African Americans in the Mass Media.

Howard University Press, Washington D.C., 1990

DeFleur, M.L. & Ball-Rokeach, S. :

Theories of Mass communication Longmann, 1989

Erős Ferenc:

Előítélet és etnicitás (Magyar Tudomány, 1997/6)

György Péter:

Patrin - avagy a cigányság önképe (Amaro Drom)

Hartmann, P., Husband, C.:

Mass Media and Racial Conflicts in: Race Vol. 12/3 1970 pp. 267

Racism and the Mass Media. London: Davis Poynter 1974

Hegedűs T. András:

A cigányság képe a magyar sajtóban (1985-86). In: Kultúra és Közösség 1989.1

Images and Issues: Coverage of the Roma in the mass media in Romania,

Project on Ethnic Relations 1997

Katz, E. Szecskő, T.:

Mass Media and Social Change

Kemény István:

A magyarországi roma (cigány) népességről két felmérés tükrében
in: Magyar Tudomány 1997/6)

Keretegyezmény a nemzeti és etnikai kisebbségek védelméről

Európa Tanács Információs és Dokumentációs Központ Budapest, 1996

Kerényi György:

A cigányság a magyar médiában (Amaro Drom ???)

és Kende Ágnes:

A Rádió utca a sajtóban - a sajtó a Rádió utcában Amaro Drom: ???

Kertesi Gábor-Kézdi Gábor:

Cigány tanulók az általános iskolában. Helyzetfelmérés és egy cigány oktatási koncepció vázlata. In: Cigányok és iskola, Bp.. Educatio Kiadó, 1996

Kippendorf, Klaus:

A tartalomelemzés módszertanának alapjai.
Balassi Kiadó, Budapest, 1995

Kottak, Conrad Phillip:

Prime Time Society
Wadsworth Publishing Company, Belmont California, 1990, pp. 37.

Közösségi és etnikai viszonyok Európában

Az Európa Tanács közösségi kapcsolatok projektjének összefoglaló jelentése
Európa Tanács Információs és Dokumentációs Központ, Budapest 1996

Lendvay Judit:

A cigánykérdés sajtóvisszhangja. Rádió és Televízió Szemle, 1978.1

Márványi Péter:

A média szerepe az etnikai konfliktusok kialakulásában és kezelésében.
In: Nagy G.T. (szerk): Félünk. Városháza, Budapest, 1993

Medien Konsum der Turkischen Bevölkerung im Deutschland.

Zentrum für Turkei Studien. Essen, Bonn, 1997

Messing Vera:

- Kisebbségek képe a magyar sajtóban. Egy próbakutatás tanulságai. (kézirat)
- Romák százezrei szegregációban, a sajtó többsége az előítéletek gettójában.
Népszava 1998 január 19.

Minority protection of Sinti and Roma

Central Council of German Sinti and Roma, 1993.

Neményi Mária:

Terhesség - szülés - gyermekgondozás: Cigány anyák és az egészségügy kapcsolatrendszere
1997, Kézirat

Noelle-Neumann, E.:

Mass Media and Social Change in Developed Societies.
in Katz, E, Szecskő, T. : Mass Media and Social Change

Orhan Galjus:

A media guided by our own hand (Transitions 97/09.)

Periférián - Roma Szociológiai Tanulmányok

Ariadne Kulturális Alapítvány 1997

Project of monitoring and analyzing of the Romanos issue in the media.

DŽENO Foundation, Prague 1996

Race as News.

UNESCO Press, Paris 1974

Radó Péter:

Jelentés a magyarországi cigány oktatásáról.

Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal, Budapest, 1997

Riggins, S.H. (ed.):

Ethnic Minority Media Sage Publications. 1992

Rosenfeld, M.:

Free Speech, Equality and Minority Access to the Media in the U.S.

In: Sajó, A., Price, M.: Right of Access to the Media Kluwer Law Int. 1996

Ross, Karen:

- It's not just black and white: Minority Ethnic Audiences and British Television. Conference Paper, 1997

Black and White Media: Black Images in Popular Film and Television

Polity Press 1996

Seres László:

Egész világ ellenségünk (Kritika 1997/12.)

Terestyéni Tamás:

A tévéhíradó valóságképének néhány jellegzetessége (Jel-Kép 1984)

The media and the Roma in contemporary Europe: Facts and Fictions

Project on Ethnic Relations 1996,

Vicsek Lilla:

Cigánykép a sajtóban (Amaro Drom 1996/12.)