

# Zöld könyv

A romák médiaábrázolása



Szociális és  
Munkaügyi  
Minisztérium

# **Zöld könyv**

## A romák médiaábrázolása



Szociális és  
Munkaügyi  
Minisztérium

Ennek a kiadványnak a megírását, és az azt megelőző konzultációs folyamatot a Partners Hungary Alapítvány tette lehetővé a USAID által támogatott *Roma Integrációs Program* keretében. Az itt kifejtett nézetek a szerzők véleményét tükrözik, és nem feltétlenül egyeznek a Partners Hungary Alapítvány nézeteivel.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Partners  
Hungary  
Alapítvány

## Tartalomjegyzék

Előszó a zöld könyvhöz .....	4
Anglevorba pasha e zeleno kenya .....	7
Preface to the Green Paper .....	10
Összefoglaló .....	12
Recenzió .....	15
Executive Summary .....	18
1. Bevezető: A szabadság és integráció konfliktusa .....	21
2. Romák a médiában: A helyzet .....	22
2.1. Romák ábrázolása médiaszövegekben .....	23
2.2. Produkciós észrevételek .....	25
2.3. Szabályozási tennivalók .....	26
3. Gyakorlati tanácsok újságíróknak .....	27
Hitelesség és hatás-tudatosság .....	27
Jelenlét .....	29
Ami nem csak roma probléma .....	29
Kontextus .....	30
Mitől hír?/ki az alany? .....	31
Elgondoktatás és/vagy érzelmi hatás? .....	31
Dilemmák a multikulturalitás kapcsán .....	32
Összegzés .....	34
Függelék .....	37
A romák médiareprezentációja szabályozásának alapvonalai .....	37
Felhasznált irodalom .....	44



## Előszó a zöld könyvhöz

A rendszerváltás óta eltelt időszak a magyarországi romák többségének életében nem hozott számottevő javulást. A munkanélküliség, a szegénység, a sanyarú életkörülmények, a rossz egészségi állapot kirívó mértékben sújtja a romákat. A lehetőségek hiánya, a romákat sújtó gyakori idegenkedés, az előítélet sok esetben ma is a romák társadalmi kirekesztettségét eredményezi. Ezek a negatív jelenségek összekapcsolódnak a nyilvánosságnak a romák számára hátrányos és méltánytalan megnyilvánulásaival. Mindezek mellett ráadásul erőteljesen csökkentek a mindennapokban romák és nem romák közti kapcsolatok lehetőségei is: a roma felnőttek nagyobb része a rendszerváltás után kizuhant a munkapiacról, erősödött az iskolai és a lakóhelyi szegregáció is.

A szólásszabadság intézményei általában kielégítő teljesítményt nyújtanak ma Magyarországon. Ám a hátrányos helyzetben lévő kisebbségek helyzete többek között azért marad kilátástalan, mert a nyilvánosság nem elég problémaérzékeny, szókimondó és igazságkereső. A társadalmi problémák és a felelősség azonosítása, a méltányossági normák közös megtárgyalása révén valamennyi társadalom jóléte attól is függ, hogy milyen teljesítményt nyújtanak a sajtószabadság intézményei. A romák médiaábrázolása nem csupán médiaszabályozási vagy médiaetikai, netán ízlésbéli kérdés, hanem a romák társadalmi kirekesztettségének, és így az egész társadalom jólétének és igazságosságának sarkalatos kérdése is egyúttal. Ma Magyarországon ebből a szempontból még sok a tennivaló: a médiából konzekvensen hiányoznak a többségi társadalom természetes szereplőiként megjelenő roma karakterek.

A most megszületett „zöld könyv” áttekintést ad a romák médiaábrázolásának jelenlegi állapotáról, és összefoglalja az ICSSZEM által 2005 során szervezett szakmai kerekasztalok észrevételeit, illetve ajánlásait a kérdéssel kapcsolatban. A témával

kapcsolatos tudományos, szakmai, illetve hivatalos értékelések ismertetése után a dokumentum ajánlásokat tesz arra nézve, hogy az újságírói munka során mely momentumok kapcsán lenne fontos a nagyobb szerkesztői, illetve újságírói odafigyelés. Mindez azért is rendkívül fontos és érzékeny kérdés, mert az úgymond helyes és helytelen ábrázolás között nem húzódik „objektív” határvonal, azaz egy akár-mennyire részletes és pontos „ábrázolási kódex” sem helyettesítheti az újságíró szakmai érzékenységét és gondosságát.

A *közszolgálati médiának* a jelenleginél hatékonyabb és élvezhetőbb módon kell megjeleníteni a romák életének olyan kérdéseit, melyek nem elégítik ki a piaci média hírértékeit, a közszolgálatiságból adódó feladatok pedig kiemelten vetik fel a marginalizált és diszkriminált csoportok megszólítását és tájékoztatásának kérdését. A média dolgozóitól pedig elvárható, hogy a romák életének megjelenítése során is gyakorolják az újságírói szakma olyan alapelemeit, mint a probléma-érzékenység, a kreativitás vagy az objektivitás.

Az alábbi dokumentum természetesen nem kíván a szereptévesztés hibájába esni: a kormánzatnak nem feladata, hogy tartalmi ajánlásokat tegyen azzal kapcsolatban, hogyan kellene működnie a médiának a mindennapokban. Ugyanakkor csak akkor jöhet létre a romák helyzetén javítani kívánó hatékony kormányzati integrációs politika, ha a média pontos, sokszínű, érdekes és magával ragadó módon ábrázolja a romák életét.

Az esélyegyenlőség megteremtésében és erősítésében reménykeltő változásoknak lehettünk tanúi az elmúlt években, és úgy hiszem, hogy mindehhez az Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium munkája is hozzájárult. Hadd említsek két példát: a Magyar Televízióban március elsejétől öt roma fiatal kezdte meg gyakornoki munkáját, akik később riporterként, bemondóként hozzájárulhatnak egy társadalmilag igazságosabb, összetettebb, pozitív roma-kép kialakításához a médiában. Az Európai Unió és a kormányzat társfinanszírozásában elindított „Program az összetartó társadalomért” részeként pedig – egyebek mellett – általános iskolai tolerancia-erősítő oktatási program került kidolgozásra, míg a kommunikációs kampány eredményeként több száz hír, társadalmi célú hirdetés, számos óriásplakát, és egy igen fontos tv-műsor, a TV2 Strucc című esélyegyenlőségi programja hívta fel a figyelmet a kérdés fontosságára.

Jól látható, hogy az elmúlt években a média jóval érzékenyebben, tudatosabban, és sok szempontból szolidárisabban foglalkozott a roma közösséggel. Hogy csak néhány elemét emeljem ki ennek a változásnak: az ebben a kötetben gyakran hivatkozott kutatások is megmutatják, mennyire jól kitapinthatóan nőtt a média figyelme a romák iránt. Az országos médiában gyarapodnak a közösség megszólalási lehetőségei, és az újságírók – a napilapok munkatársaitól a televíziók tényfeltáró anyagainak készítőiig – ma már kritikusabb hangot ütnek meg a diszkriminációs esetek kapcsán.

A magyar média kezdi megtalálni és egyúttal megteremteni a romák reprezentációjának azon lehetőségeit, amelyekben a romák a magyar társadalom természetes szereplőiként jelennek meg. Hogy csak két kiemelkedő példát említsek ebből a szempontból: az RTL Klub „Barátok közt” című sorozatának roma szála, vagy a TV2 Megasztár című műsora is ezt az áttörést mutatja. Ez utóbbi – és különösen a Megasztárban feltűnt roma énekesek töretlen népszerűsége és sikere – pedig egyértelműen a megindult és reményeink szerint tovább erősödő általános társadalmi közvélekedés változását jelzi.

Megerősít bennünket ebben a meglátásunkban az is, hogy ennek a dokumentumnak a kialakításában milyen sokan, és milyen lelkesedéssel vettek részt a konzultációk során. Ezúton is szeretném megköszönni javaslataikat, segítségüket.

Meggyőződésem, hogy kiemelkedően fontosak a partneri gesztusok, de a gesztus önmagában nem elég: a kölcsönös megértésen alapuló együttélés a cél. A gyermekek sorsa, az esélyegyenlőség kérdése természetesen nem csak egy miniszter, egy tárca, egy kormány feladata, hanem mindannyiunk közös ügye. Akkor tudunk előrelépni, ha szembenézünk azzal a ténnyel, hogy az esélyegyenlőtelenség nem csupán a gyermekeink vagy hátrányos sorsú honfitársaink, hanem mindannyiunk esélyét rontja. Nem társadalmi jótékonyagra, hanem felelősségvállalásra van szükség, a gyermekeinkért, magunkért, embertársainkért, közösségünkért, és a bennünket követő generációkért.

A célunk közös: szeretnénk, ha valamennyi állampolgárnak ugyanolyan esélyei lennének a boldogulásra és a boldogságra, mint kedvezőbb helyzetben lévő társaiknak. Személyes elkötelezettségem, munkám, terveim továbbvitelében megerősítést ad számomra, hogy az esélyegyenlőség, a partnerség, a tolerancia, az egymás iránti

nyitottság és odafigyelés gondolatának meggyökeresedéséhez ilyen nemes, példaeértékű és követendő mintát állít a Program ÖT kezdeményezése.

Közös összefogással elérhetjük, hogy Magyarország modern, európai befogadó állam legyen, egy olyan demokrácia, ahol büszkék lehetünk egymásra, ahol megfogjuk a rászoruló kezét, hogy egyenlő esélyt teremtsünk minden honfitársunk számára az optimális teljesítményre, a méltó, tisztességes életre.

Rajtunk múlik, hogy élhetőbb, boldogabb, harmonikusabb országot tudjunk a magunkénak, ezáltal a kisebbségek, a támogatásra, segítségre szoruló helyzetének, esélyeinek javításán túl valamennyiünk, a többség életét is jobbra tehetjük.

*Kiss Péter*  
Miniszter

## Anglevorba pasha e zeleno kenyva

Dakana le themesko politikako boldipe sas, ande le maj bute romengo trajo chi avilas khanchi kasavi butyi, katharso maj lasho avilosas lenge. Le romen naj butyi, chorrejle, na mishto trajin, thaj vi lengo sastyimo maj nasul si sar le gazhengo. Inke vi akanak tele dikhen le romen, naj len egalno shajimo, kade butivar segregalin len. Kadal nasul butya kethanej vi kodolesa, hoj e media na chacho kipo sikavel opre pala le rom le manushenge. Pasha kadal, inke vi kodo si, hoj le rom thaj le gazhe ande sakodyeseko trajo dabe maladyon jekhavresa, ke chi trajon kethane: le rom xasarde penge butya, naj len butyako than, andel shkoli pale segregalin le romane shavoren, rigate shon len kathar le raxhloro.

Ande bareste shaj phenas kodi, hoj adyes ando Ungrothem sakon avri shaj phenel kodo, so gindil ande peste. Ke le majcinnipengo situavijovo anda kodo ashel nasul, ke o majbutipe naj dosta chachimasko karing kodo, hoj te rodel o chachipo. Ande le barvale thema anda kodi si lasho thaj chachimasko trajo, hoj si slobodo media, savo rodel o chachimo thaj vi avri phenel les. Kodo, hoj e media sar sikavel andre le romen angla le manusha, na feri mediaetikako pushimoj, tena vi kodo shaj kerel, hoj le romenge, thaj na feri lenge, tena le intregone themeske majmishto, vaj maj nasul te avel. Adyes andoo Ungrothem ande kadi traba inke bares but si te keras: andej media pasha le gazhe najle kothe le rom. Akarso sikaven andre, feri le gazhen shaj dikhas, najle kothe le rom, kade, sar te chi na chi trajinas amende kaverfalo manush, feri gazhe. O chachipo kodoj, hoj na feri gazhe beshen ande amaro them, tena vi roma, thaj vi kaverfalo manusha, de kodolen chi sikaven amenge andej media.

Kadi zeleno kenyva, savi akanak arakhadyilas, dikhavel amenca, hoj sar sikavel andre le romen e media, kethane kidel kodol vorbi, so le godyaver manusha phende

thaj imbisarde ande 2005, ande ICSSZEM. Ande kado tele si iskirime, hoj von so gindin, taj so phende, kana „Krujal e meselya” – vorbisaripe sas, sar shaj zhutin pel romende. Sakon shaj ginavel kadale zhanimaske thaj shpecialne iskirimata, thaj gatate vi kodo, hoj le nyevipenge iskitorenge pe soste trubulas maj feder te dikhen. Kadi bari butyij, ke naj kasavi kris, so vuzhes phenlas kodo, hoj ekh riporteri kana kerel dosh le romenge, vaj kana na. Naj sajekh hoj so sikaven andre pala le rom, thaj chi kodi naj sajekh, hoj sar sikaven len andre.

Ande le themeski media maj but trubulas te sikaven anda le romengo trajo, vi kasave situaciji, save naj kasave bare senzacijova, save le kaver mediji chi sikaven andre. Naj kadi nyevi butyi, ke kadalenge, le themeske medijange vi angle si iskirime ande lengi kris, hoj le maj cinnipenge gruppura maj but si te pushen pala lenge problemi, thaj maj but vrama si te den len. Kodi sakon shaj zhukarel kathar le riportera, hoj te aven patyivale, kreativa thaj objektiva.

Kado dokumentumo chi kamel zoras te phenel la medijake, hoj so te kerel, vaj sar te kerel peski butyi, de vi kodo chachoj, hoj feri atunchi shaj rakhadyol ande kado them kasavi integraciosovski politika, savi chachikanes zhanel te zhutil pe le rom, thaj savi shaj lasharel le romengo trajo, e media te na xojarel le manushen pe le rom, tena chachikano thaj zhutimasko kipo sikavel opre pala lende.

Ande le nachile bersha but falo butyi kerdas o Terniposko, Familijango, Socialno taj Egalne Shajimosko Ministeriumo anda kodi, hoj le romenge maj mishto te zhal lengo trajo, thaj hoj vi lenge te avel shajipo pe sogodeste, kade, sar le gazhenge.. Mukh te phenav duj vorbi pa kodo, hoj so kerde. AndoUngrikone Televiziovo kathar o marciushi panzh roma zhanas butyi te keren. Kana aba butyi keren, atunchi vi sityon, kade sityon, hoj sar si te keren butyi. Hajkam kadale aba chacho kipo sikavna opre pala le rom O Europako Uniovo thaj kodo ofiso savo tradel o them tradel, kethane xutyilde, thaj programuri kerde, soske anav sas „Programo pala o kethanimasko them”. Ande kado programo sas kasavo, hoj le cinne shavorenca thaj rakhlorenca te sityaren, soj kodi tolerancija, thaj sas andre vi jekh medijako programo. Ande kado medijako programo kodo sas, hoj o kommunikacijovo maj chachikano te avel te pala le rom si e vorba. Maj but iskirimo avilas avri, pala le rom, but baro plakato kerde, thaj sas ekh lasho programo vi ande TV2, lesko anav sas o Strucco. Sa kade, kethane sas ekh komunikacio-kampanyo.

Le programo PANZH-eski zor vi ande kodo sikadyilaspe, hoj sas ekh shajipo, hoj fotova te bishaven andre pala le rom, kadalesko anav sas „Kethane zhuvas”. Pe kado, 650 kipuri bishade andre amende, andal kadale avri lasas le leg maj lashe, thaj anda kadale programo kerasas, hoj kon kamel, kodo te shaj dikhel len. Ande kado programo, ande o Programo PANZH, maj but sar bish zhene kerde butyi kethane, vi kado kodi sikavel, hoj kasavo baro kethanimo pala le rom inke chikana nas amende. Pe kodo keren pengi butyi, hoj le romen te na dikhen tele le gazhe. Pala kado dikhlam, hoj sar boldelaspe le gazhengo gindyimo pala le rom, thaj kodi dikhasas, hoj maj cerra avilas o rucimo thaj le nasul ginduri. Ande amaro them maj cerra avile kodol manusha, kon kade gindyilpe, hoj le romen rigate si te shon (anda 24% 12%), thaj maj but zhene avilas andal kasave manusha, kon kade gindyilpe, hoj le romenca kethane si te zhuven (anda 23% pe 46%). Kado jekh shukar somno si pala kodi, hoj si te keras butyi, thaj amara butyako agor si vareso lashimo, so maj lashi avla le romenge.

Me kade gindyijma, hoj bares lashoj, te le manusha kamen te zhutin pel rom. De kado inke na dostaj. Si te hatyaras amen. Ande kadi bari butyi sakoneske si te zhutil, si te kerel butyi. Kodi si te dikhas, hoj te chi keras khanchi ame, akanak, ande kadi luma, atunchi na feri amenge avla nasul trajo, de inke vi amare shavenge, thaj lenge shavorenge. Anda kado si te boldas pe amari luma, hoj amare shavorenge, thaj amare shavorenge shavenge maj lasho trajo te keras. Karing kado na dostaj, hoj love das, thaj lashe dyeseske sam, tena andre si te dikhas, hoj so si, thaj si te rodas amaro than, amari rig ande kadi bari lumaki butyi, hoj soj kodi rig, so ame shaj shas pashe anda amende.

Amari teharaki vrama, so pe amende avla, sa jekh si, ande jekh si, kethanij. Kamasas, te sako romeske kasavo lasho trajo shaj avlas, sarso le gazhen si. Me patyav kodi, hoj muri butyi lashij, thaj maj feder atunchi dikhav kadales, kana kasave shukarimata dikhav, sarso e tolerancija, manushano kamimo, zhutimo pe jekhavreste kathar le manusha, sarso kado shaj dikhas vi anda kodo programo, sosko anav si o Programo PANZH.

Kethane, ande jekh shaj resas kodi, hoj ande o moderno Ungrothem kodi te avel, hoj te shaj phenas, demokracia si, andre xutras le kaveren, xutras amare vast, hoj kon si bizerako, te na perelpe, te zhutisaras pe jekhavreste, thaj sakon te shaj zhuvel pesko patyivalo thaj shukar trajo

Pe amende ashla, hoj so kerasa, sar kerasa amare trabi, mishto te keras so si te keras, atunchi shaj kerdyol ekh maj shukar thaj maj vojako trajo, ande soste sakon shaj trajil pesko trajo, vi le rom, thaj na feri, hoj von, tena inke vi le gazhengo trajo shaj lasharas.

*Kiss Péter*  
Miniszter

## Preface to the Green Paper

The period following Hungarian democratization did not bring about major improvements in the lives of Roma. They suffer from unemployment, poverty, dire living standards, and poor health. They lack equal opportunities and endure discrimination, and because of this, are socially excluded. These issues are linked to the unfavorable and unfair treatment of Roma in the media. In addition, the potential interaction between Roma and non-Roma populations has decreased: most Roma became unemployed and school and housing segregation has also become more prevalent.

While institutions of freedom of speech are working on an adequate level in Hungary, the situation remains discouraging for disadvantaged minorities: media is not appropriately sensitive towards their problems and often does not properly report the whole truth. The welfare of any society depends on a robust media able to identify social problems and encourage dialogue on issues of social equality. The fair representation of Roma in the media is not simply a question of regulation or media ethics, nor is it a question of taste, but rather it is a key to social welfare and equality. Hungary has lot to do in this regard as Roma are regularly ignored by the media as equal participants in civil society.

This “Green Paper” surveys the current situation of Roma representations in the media and summarizes the comments made during roundtables organized by the Ministry of Equal Opportunities in 2005. After reviewing the scientific, professional and official assessments, the paper offers recommendations as to which areas of journalism need greater professional oversight. This is a crucial but sensitive issue because there can be no objective line drawn between the right and

wrong representation of the Roma by the media, and no detailed and accurate code can substitute the good judgment of professional journalists.

Noncommercial public media should report on those issues that are not covered by commercial media in a more effective and entertaining way. As public service institutions, these organizations have a responsibility to report on marginalized and discriminated social groups. In doing so, journalists are expected to uphold the basic values of journalism – sensitivity, creativity and objectivity – when reporting a story about Roma life.

The Green Paper will not overstep its role by creating government guidelines defining how the media industry should operate. But Roma integration policies can only be effectively implemented if the media produces colorful and interesting stories about Roma integration issues.

We have witnessed some hopeful changes towards more equal opportunities for Roma in media during the last few years, and the work of the Ministry has certainly contributed to this. For example, since March 2006, five young Roma have worked as interns at Hungarian television (MTV), hoping to contribute to a more complete picture of Roma in the media while producing stories as reporters and anchor people. The “Program for a Cohesive Society,” co-financed by the EU and the Hungarian government, sponsored the development of a tolerance education program in schools, and a media campaign to produce several hundred news items, advertisements, billboards, and a TV program, “Ostrich,” on the commercial TV station “TV2.”

It is also quite evident that media has been more sensitive, more aware and sympathetic towards the Roma community in the last couple of years. As the studies mentioned in this book also suggest, there is a growing attention towards Roma in media. There are a growing number of forums in national media for giving voice to the community and journalists – including print and electronic media journalists – are more critical about discriminatory cases that they cover.

Hungarian media is starting to find ways to show Roma as part of an integrated Hungarian society. For example, there is a Roma characters in the sitcom “Among Friends” on “RTL Klub” and a number of Roma contenders on the “American Idol”

series on TV2. In the latter example, the unwavering popularity of the Roma singers is a sign of slowly changing public attitudes towards Roma, a trend we hope will develop further.

The number of people who participated in the development of the current document and their enthusiasm also underlines our belief that there is great potential for change. We would like to express our gratitude for their suggestions and help.

I am convinced that gestures are important but are not enough: the goal is inter-ethnic collaboration based on multicultural understanding. The issue of ethnic equality is not only the concern of ministers, Ministries or governments, but all of us. We have to face the fact that social inequality spoils opportunities for our children, disadvantaged citizens, and all of us. What we need is not charity, but social responsibility for our children, for ourselves, for our fellow human beings, for our communities, and for future generations.

We have a common goal: we want all citizens to have equal opportunities to improve their lives. I am inspired and supported by the fact that the Program for Cohesive Society is such a wonderful model for reinforcing the values of equality, cooperation, tolerance, openness, and caring.

By working together we can make Hungary a modern, inclusive state, a democracy in which we are proud of each other, where we hold the hands of the needy, where we provide equal opportunities for all citizens to live a decent life.

It is up to us to create a happier, more harmonious country, improving all our lives by increasing opportunities for those most in need.

*Peter Kiss*  
Minister



## Összefoglaló

E dokumentum áttekintést ad a romák médiaábrázolásának jelenlegi állapotáról és összefoglalja az az ICSSZEM által 2005 során szervezett szakmai kerekasztalok észrevételeit, illetve ajánlásait kérdéssel kapcsolatban. A témával kapcsolatos tudományos, szakmai, illetve hivatalos értékelések ismertetése után ajánlásokat tesz a dokumentum arra nézve, hogy az újságírói munka során mely momentumok kapcsán lenne fontos a nagyobb szerkesztői, illetve újságírói odafigyelés. Az ajánlások legfontosabbika, hogy az alapvető, jórészt alkotmányos normák betartása mellett a romák ábrázolása során az újságírónak az illető történet, illetve esemény kontextusainak alapos figyelembe vételével kell megválasztania a fogalmakat és narratívákat: Az úgymond helyes és helytelen ábrázolás között nem húzódik „objektív” határvonal, azaz egy akármennyire részletes és pontos „ábrázolási kódex” sem helyettesítheti az újságíró szakmai érzékenységét és gondosságát.

A dokumentum nem kíván a szereptévesztés hibájába esni, amikor is a kormányzat tenne tartalmi ajánlásokat arra nézve, hogy mit és hogyan kellene csinálnia a médiának. Ugyanakkor a romák helyzetén javítani kívánó kormányzati integrációs politika csak akkor jöhet létre, ha pontos, sokszínű, érdekes és magával ragadó módon ábrázolja a média a romák életét. E cél megvalósítását célzó szakmai konzultációs folyamat elindítására, illetve támogatására így bizvást vállalkozhatott az Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium. A szakmai kerekasztalok a médiarendszer résztvevői számára a felelőségek újragondolását és az alábbi tennivalókat ajánlották:

- Az *államnak*, illetve a kormánynak a közszolgáltatásához, illetve a kisebbségi médiához fűződő köteleességek teljesítésén keresztül produkciós pályázatokkal, újságíróképzés támogatásával javíthat a jelenlegi helyzeten.
- A *médiaszabályozó* testület tekinthetné rendszeres feladatának a romák média-részvétele rendszeres monitorozását a sztereotípusos ábrázolásoktól a sokszínű részvétel biztosításán át a műsorokból kibontakozó jellemző kisebbségképig.
- A *közmédiának* a jelenleginél hatékonyabb és élvezhetőbb módon kell megjeleníteni a romák életének olyan kérdéseit, melyek nem elégítik ki a piaci média hírértékeit, a közszolgáltatásból adódó feladatok pedig kiemelten vetik fel a marginalizált és diszkriminált csoportok megszólítását és tájékoztatásának kérdését.
- A *kereskedelmi médiának* új olyan kreatív tartalmakat kell létrehozni, melyek a romák életét sokszínűen és egyben méltányosan mutatja be.
- A *média dolgozóitól* elvárható, hogy a romák életének megjelenítése során is gyakorolják az újságírói munka egyszeregyének olyan elemeit, mint a problémaérzékenység, a kreativitás vagy az objektivitás. Az újságíróknak az alábbi ajánlásokat fogalmazták meg a szakemberek:
  1. **Ki mondja, hogy roma?** Ha híradásra érdemes esemény történik és saját vagy mások értékelése szerint a szereplők valamelyike roma, győződjünk meg e meggyőződés forrásáról, illetve hitelességéről.
  2. **Fontos, hogy roma?** A beszámoló elkészítésekor döntést kell hozni arról, hogy egy szereplőről elmondjuk-e, hogy roma. Mit nyer a beszámoló, illetve az olvasó azzal, hogy elmondjuk, hogy romáról van szó? Mit veszít a beszámoló, illetve az olvasó, ha nem mondjuk el, hogy roma szereplőről van szó?
  3. **Kérdezzük meg!** Amennyiben a helyzet, illetve a téma megkívánja, az újságíró megkérdezheti a szereplőt, hogy akarja-e romaként visztolátni magát a tudósításban. Ugyanígy mérlegelni szükséges az egyértelműen beazonosító képek és kifejezések használatát (pl. „a cigánytelepen élő”) is.
  4. **Mi a kontextus?** Az alábbi kontextus-szemponatok mind befolyásolhatják az újságíró, szerkesztőséget, illetve médiavállalatot:
    - Ha kényesnek ítéli az újságíró a létrehozandó médiaszöveget: Milyen jellegű és milyen sérelem valószínűsíthető?

- A valószínűsíthető sérelem egyensúlyban áll-e a bemutatással nyert eredményekkel?
- Mekkora és milyen összetételű közönség fog találkozni a kérdéses médiaszöveggel? Látják-e a programot gyerekek?
- A közönség milyen elvárásokkal rendelkezik a kérdéses szöveget tartalmazó műsorszámmal kapcsolatban?
- A közönség valószínűsíthető átlagos tagja milyen ismeretekkel rendelkezhet a szövegben ismertetett témával kapcsolatban?
- Milyen kulcsfontosságú tények járulhatnak hozzá ahhoz, hogy a közönség átlagos tagja megismerhesse a kérdés hátterét? Ezeket a tényeket hogy lehet plasztikusan megjeleníteni a szövegben?
- Milyen eszközökkel mutatható meg a megmutatott történet „csepp a tengerben” természete? A kérdés kontextusának megmutatása nélkül adott esetben éppen a sztereotípusos értelmezések előtt nyílnak meg az út. A széleskörű sztereotípiák miatt a közönség hajlamos a romák egészére általánosítani bizonyos történeteket, vagy éppen a kontextus elmaradása (pl. egy helyi munkaügyi programot bejelentő sajtótájékoztatóról szóló tudósítás esetén) kelthet a közönségben ellenérzéseket, és – nem bemutatva a valós problémákat – járulhat hozzá a „túltámogatott-romák” sztereotípiájának megerősítéséhez. (A „csepp a tengerben” hasonlat így is értelmezhető: egy-egy program a valós problémákhoz képest olykor valóban csak kis részét érheti el a közönségnek – ugyanakkor ennek kontextus nélküli továbbadása a közönség egészére nyer értelmezést.)
- Az adott műsorban (lapoldalon stb.) milyen más beszámolók befolyásolhatják a kérdéses médiaszöveg értelmezését?
- Az illető szerkesztőség milyen módon szokott beszámolni a kérdéses témáról? Az esetleges ismétlés miként befolyásolhatja a kérdéses szöveg értelmét?
- A bemutatott történet milyen módon köthető a politikai és a médiapirend nagy súlyú aktuális elemeihez, illetve a közelmúlt nagy súlyú eseményeihez?
- A bemutatott kérdést mennyire mint roma-problémát, illetve mennyiben mint a társadalom általános kérdését mutatja be? Mennyiben indokolt a kérdés etnicizálása?

- Ha szórakoztató műsorszámról van szó, akkor különös figyelmet igényel, hogy az etnicitással kapcsolatos humor ne legyen sértő.
5. **Mondjuk másképp?** Ha az áttekintett kontextuális jellegzetességek ellenére még mindig kétségei vannak az újságírónak a létrehozott anyaggal kapcsolatban: az anyag feldolgozására milyen más lehetőség adódik?
  6. **Sokféleséget sokféleképpen.** A roma reprezentációs gettó lebontását szolgálják az olyan szerkesztői döntések, melyek révén romák mint megkérdozett „utca embere”, showműsorok résztvevői-közönsége, illetve mint szakértők nem roma tematikájú műsorokban szerepelhetnek. Hasonló célt szolgálna, ha roma újságírók nem a kisebbségi témák felelőseiként dolgoznának a szerkesztőségekben.
  7. **Kapcsolathálózat.** A szerkesztőség munkatársai tekintsék át a roma tematikájú beszámolóik során igénybe veendő szakértőik, aktivisták listáját.
  8. **Kulturális stratégia.** Nincs egyértelmű válasz arra, hogy a roma kultúrát a „nagy” nemzeti kultúra kicsinyített másaként kell-e megjeleníteni avagy a roma kultúrának a többségi magyar kultúrától eltérő jellegzetességeire, a roma identitás sajátosságaira kell összpontosítani. A két szempont ötvözése ígéretes lehet.
  9. **Egyeztetés.** A kereskedelmi televíziók jogi-finanszírozási jellemzőik miatt kevésbé jogi intézkedések révén, hanem inkább vezetésük elkötelezettségén keresztül közelíthetők meg abból a célból, hogy tevékenységük jobban összhangban álljon a roma integrációs politikákkal.
  10. **Együttműködés.** A roma szakmai-aktivista kezdeményezéseknek adott esetben érdemes lenne együttműködni más, hasonló célokért dolgozó mozgalmakkal, illetve kezdeményezésekkel (például feminista média-aktivistákkal).
  11. **Oktatás, kutatás.** Az újságíróképzés során a képző intézmények multi-kulturális tananyagát és programjait gyarapítani kell.
  12. **Kapcsolatépítés.** Fontos lenne egy tekintélyes szakmai klub, mely rendszeresen kerekasztalokat szervezne aktuális médiakérdések megvitatására.

## Recenziovo

Kado dokumento sikavel amenge, hoj sar sikaven andre le romen andej media, thaj vi kodo sikavel, hoj o ICSZEM ande 2005 sode beshimo kerdas le shpecialishtenca, kon hatyaren karing kodi butyi. Kadal manusha tele beshle, thaj vorbin kerde pa kodo, hoj sar shaj lasharen kodo kipo, so pala le rom sikaven andre andel mediji. Kadal manusha vi pa kodi vorbinde, hoj le bute nyevipenge iskiritora chi dikhen kothe mishto pe penge butya, kana pala le rom iskirisaren. Le romen butivar chi na chi pushen pala penge trabi, feri le gazhen pushen, thaj kodi iskirisaren tele, so le gazhe phenen len, thaj kodi, so von gindisaren ande pende. Naj kasavi kris, ande soste tele si iskirime, kanak kerel mishto peski butyi jekh riporter, thaj kanak na. Anda kadi pharij te phenas, hoj kado riporter, thaj kathe kerdas dosh, de kadi leske si te zhanel, thaj leske si te hatyarel. Sako riporter patyivalo t'avlas, atunchi mishto, thaj chachikanes kernas penge butya, thaj chi avlas khanchi dosh. Atunchi andel mediji shukares thaj chachikanes sikavnasas andre le nyevipenge iskiritora, thaj le riportera.

Kado dokumentumo chi kamel zorasa te phenel la medijake, hoj so te kerel, vaj sar te kerel peski butyi, de vi kodo chachoj, hoj feri atunchi shaj rakhadyol ande kado them kasavi integraciovoski politika, savi chachikanes zhanel te zhutil pe le rom, thaj savi shaj lasharel le romengo trajoj, te e media chi xojarel le manushen pe le rom, tena chachikano thaj zhutimasko kipo sikavel opre pala lende.

- Le statoske, thaj le themeske godyaver manushenge maj but medijake aplikacijova trubulas te kerel, thaj maj but love trubulas te del pe kodi, hoj le riporterem maj mishto te sityaren pe kodi, sar trubul te iskirin pala le rom.

- La medijake revizora shaj dikhnas pe kodi, hoj dosta romane riportera thaj nyevipenge iskiritora te aven kothe andel mediji. Kade maj cerra avnas le stereotiponge kipura.
- Le themeske medijake maj but trubulas te sikavel le romen, vi atunchi, te naj anda lende khanchi senzacijovo. Vi kodo andre trubulas len te sikaven, hoj sar trajin, sar zhuvan sakodyes, soj lenge problemi. Pala pengo trajo vi le romen si te pushen, na feri le gazhen.
- La medijake chachikano kipo si te sikavel opre anda le romengo trajo, thaj lenge trajoske sa riga andre trubulas te sikaven.
- Kathar kodol manusha, kon andej medija keren butyi, shaj zhukaras kodi, hoj chachikano kipo te sikaven opre pala le rom. Le nyevipenge shpecialishti kadi imbisaren le medijake butyarenge:

1. **Kon phenel, hoj roma?** Te ando nyevipe kodi phenen pe varekaste, hoj voj rom si, o riporteri te phirel pala leste, hoj chachoj, vaj na.
2. **Si te phenas, hoj roma?** Kana keren penge riportura, si te phenen pe varekaste, hoj rom si, vaj chi trubul te phenen. Sosa avla maj but, te avri phenen, hoj kado vaj kodo manush rom si? Sosa avla maj cerra, kadi te chi phenen avri?
3. **Te pushas les!** Kana ando riporto si jekh rom, atunchi si te pushas les, hoj mukel amenge, hoj te phenas: rom, vaj na. Kade si te gindisaras vi pa kodi, hoj te phenas le thanesko anav (po romano telepo beshel) vaj chi trubul te phenas les.
4. **Soj o kontekstushi?** Kadal kontestusha si te gindisarel vi o nyevipengo iskiritori, vi o riporteri, thaj sa medijake butyara:
  - Te iskirin vareso, si te dikhen les, hoj kas azban kodolesa, kas na? Te azban lesa varekas, sar azban les?
  - Te shaj xojajvel varekon anda o iskirimo, atunchi kadi dosh, maj cerra si te avel kathar kodi, sosko informacijovo den le manusheng?.
  - Sode zhene ginavna o iskirimo, thaj kon, zhuvlya, mursha, terne, phure? Dikhen o programo shavora?
  - Kon dikhel kodo programo, kodo so shaj zhukarel kathar leste? Ke sakones si vareso zhukarimo, te kamel te dikhel jekh programo.
  - Kodol, kon dikhen kodo programo, sar pinzharen kodi tema? Sode zhanen pala leste, but, vaj cerra?

- Sar shaj keras kade, hoj kodol manusha, kon dikhen kodo programo, maj but te shaj zhanen pala kodi, so kodo programo andre sikavel lenge? Sar zhanas andre te shuvas sa kodo zhanimo, so shaj zhanas pala jekh traba?
  - Ande jekh programo sar zhanas andre te sikavas kodo, hoj kado storivo, feri jekh si andal butende? Kadi te chi zhanas te dikhas le manushenca, atunchi kado shaj zurarel le stereotipiji. Le manusha, kon dikhen les, vaj kon ginaven les, kamen te gindisaren ande pende kodi, hoj so akanak dikhen pala le rom, vaj so akanak ginaven pala le rom, kodo sakone romeste thaj sakana kade si. Kadi shaj gindin vi pala le nasul butya, hoj le rom kasave thaj keccave dosh keren, de shaj gindin vi kaver butya. Andre te sikaven jekh kasavo programo, hoj le romenge love den anda kodi, hoj te keren penge butyake thana, le gazhe shaj gindisaren vi kodi, hoj sakone romenge but love den, thaj von chi na chi keren pala lende khanchi butyi. Kasave stereotipiji nashtig beshavel e media ande le manushengo shero, tena chachikanes si te sikavel andre pala le rom sakofalo. Kade le gazhe
  - Ande kodo programo, vaj ando nyevipe pe kodi hertija, pe soste pala le rom iskirin, si te dikhas, hoj soske nyevipura si inke. Anda kodi, ke shaj chi hatyarna mishto kodi, so kamas te phenas len.
  - Si te dikhas kodo, hoj kodi mediija, savi programo kerel pala le rom, sar sikilas andre te sikavel le romen.
  - Kodo pecipe, so andre sikaven, sar zhal karing kodol butya, save atunchi, vaj na dulmut sasle ande o them, thaj andej luma. Kodo naj mishto, aktualpolitika te si andre. La aktualpolitikasa te na hamisaren le romengi butyi.
  - Si te dikhas vi kodi, hoj kodo pecipe, so andre sikaven, shpecialno romani problema, vaj maj bari, themeski, vaj lumaki problemaj. Si te gindisaras, hoj so phenas, so sikavas andre.
  - Ande kasavo programo te si le le rom, pe soste le manusha sikile te assan, kothe si te dikhas pe kodi, hoj le romengo hatyarimo te na azbas.
- 5. Te phenas kaverfelo vorbasa?** Te o riporter chi zhanel, hoj kodi, so kerdas, lashoj, vaj nasul si, atunchi te gindilpe, hoj sar shaj phenel kodi so kamel, kaver vorbasa.

6. **Butfalo butya butfalone jakhenca.** Kodi lashi butyi avlas, te le roma, kon andej medija keren butyi, na feri pala le rom iskirisarnas, tena vi pala le gazhe. Anda kodo, ke jekh rom shaj kaver jakhenca dikhel le gazhikane butya, sar jekh gazho. Mashkar „le vulicake manusha”, kas sikile te pushen ande TV-vo, hoj so gindin pa kaki, haj pa koki, si te avel vi rom. Ke vi le romen si godyi karing o trajo. Kade, vi ande le show-programura, mashkar kodol manusha, kon kothe beshen ando shtudijovo, kon dikhen oprogamo, si te avel vi rom. Kanak pala le gazhikane butya pushen le bare thaj godyaver manushen, kon sile shpecialishti, shaj pushen vi romen, ke le rom na feri karing le romane butya hatyaren, tena karing sakofalo butyi, kade, sar le gazhe.
7. **Lishta pala le godyaver roma.** E medija te kerel peske jekh kasavi lishta pala le godyaver roma, hoj kanak trubul te pushel varekas pala varesoste, pala le romengi trabi, atunchi te avel vareko, kas zhanen te pushen.
8. **Kulturálni stratégia.** Naj jekhhataripe ande kodo pushipe, hoj le romen kade si te sikavas andre, sar jekh kotor andaj bari kultúra, vaj kade, sar vareso shpecialisho kultúra, so feri le romengij. Kadal duj droma si ande le mediji. Kadal duje dromengo kombinacijovo shajavel o maj lasho.
9. **Integracijovo.** Kodol TV-va, save anda lovende keren penge programuri, shaj shon akarso andre. Kadalen nashtig la krisaka zorasa te boldas pe amari rig. Maj feder kodo zhanas te keras, te le bare manushenca vorbisaras, hoj te zhutisaren le romenge integracijoveski politika.
10. **Kethanipeski butyi.** Le romane civilne organizacijange kethane trubulas te kerel butyi le kaver gazhikane organizacijanca, phenas kodi, le feminishta medija-aktivishtanca. Kade, kethane maj bare butya zhannas te keren, maj mishto zhannas penge butya te keren.
11. **Sityarimo, rodimo.** Kodol shkolange, save le medijake butyaren sityaren, maj but multikulturalno sityarimaske kenyvisi te das, thaj maj but programura si te keras lenge.
12. **Zhanimasko klubo.** Trubulas jekh zhanimasko klubo, ande soste kasave manusha avnas, kon zhanen te vorbisaren pala le medijake problemi, thaj zhannas te phenen, so si te keras, thaj sar si te keras amari butyi.

## Executive Summary

This document examines the current state of Roma representation in the media and summarizes recommendations made by media experts during roundtable discussions in 2005 organized by the Hungarian Ministry of Youth, Family, Social Affairs and Equal Opportunities.

Based on the literature presented in the Appendix of this report, this document proposes greater editorial oversight of media professionals reporting on Roma issues. The most important of these recommendations is that journalists must show greater sensitivity when producing a story that addresses minority issues. While there can be no concrete guidelines that account for every possible circumstance, journalists must use discretion when producing stories about Roma.

The current document does not wish to overstep its role by creating strict guidelines defining how the media should conduct itself. On the other hand, Roma integration policies can only be effectively implemented if the media produces objective and interesting stories about Roma and integration issues. Towards this end, the roundtable discussions encouraged media representatives to reconsider their responsibilities, and made the following recommendations for media organizations and government officials:

- The state should live up to its responsibility to protect the interests of all citizens and to provide media access to minorities by supporting trainings for journalists and announcing calls for proposals for the creation of culturally sensitive media training manuals.

- The Media Supervisory Board (ORTT) should regularly monitor the media for its portrayals of Roma, the use of minority (Roma) stereotypes, its production of multi-cultural programming, and Roma participation in the production of media texts.
- Because public television and radio stations have an obligation to all citizens as public service institutions, they are obliged to produce interesting stories about marginalized social groups, especially Roma, who suffer from discrimination.
- Commercial media should find new and creative ways to fairly and accurately portray Roma communities from diverse and interesting perspectives.
- Journalists are expected to respect basic media values (insightfulness, creativity, and objectivity) when covering Roma issues.

Experts also offered the following recommendations for journalists and editors:

1. **Who is Roma?** When covering an event, confirm a source's identity. If the source says he or she is Roma, verify the validity of this claim with a secondary source.
2. **Is it important to identify a source as Roma?** When compiling a report, one has to decide whether it is relevant to identify a source as Roma. What does the reader gain if he or she is told that the source is a Roma person? What will be lost if journalists omit this information?
3. **Let's ask!** Journalists should ask whether an interviewee wants to be identified as Roma. The same question should be asked about personal details that might indicate the person's ethnicity (for example, identifying someone as living in a Roma settlement).
4. **What is the context?** The following situations should also be considered by journalists, editors, and media organizations:
  - If a story covers a sensitive topic, what might be the expected audience response if it is published/broadcast?
  - Is the anticipated audience response equal to the expected benefits of publishing/broadcasting the story?
  - Who is the audience? How large is the target audience? Will children see or read the story?
  - What level of quality does the audience expect from stories on this station or in this publication?

- What does the “average viewer” know about the topic being discussed?
  - What are some key facts that might allow the average viewer to better understand the context of the issue in question? How can these key facts best be portrayed?
  - What is the best way to report on a Roma story without it leading to generalizations and stereotypes about the entire ethnic group? Without describing the context of the story, the audience may be led to believe an isolated and rare occurrence is common among certain communities. Put another way, a story about a small segment of the Roma population should not be confused as a wider social trend.
  - What other stories published in the same publication or broadcast on the same program might influence the audience’s understanding of a story?
  - What is the traditional way the editorial staff tends to deal with such issues? How would any repeat publication/broadcast of the story influence the audience’s understanding of the issue?
  - How is the story connected to current political or media trends or recent important events?
  - To what extent is the issue presented as a Roma problem, or as a general social problem? Is it necessary to present this as an ethnically based problem?
  - Is humor used in a story in an ethnically sensitive way?
5. ***Can it be said differently?*** If you still have doubts about a story after going through the above checklist, consider what other opportunities there are to use the text in a different way.
  6. ***Diversity in Diverse Ways.*** Great strides could be made towards greater ethnic tolerance if Roma were used in greater frequency as eye-witnesses, audience members, and experts on topics not related to Roma. It would also be beneficial for Roma journalists to be responsible for producing stories not related to Roma issues.
  7. ***Network of Contacts.*** When working on a Roma-related topic, journalists should carefully consider which experts to include in their report.
  8. ***Cultural Strategy.*** There is no consensus about whether the media should approach Roma culture as part of the larger Hungarian national tradition or as having distinct characteristics that set it apart. The best

approach is to combine the two strategies – to treat Roma culture as both a part of and unique from the dominant national culture.

9. **Negotiation.** Because the state cannot force commercial TV to change the way it reports on Roma issues, the only way to affect change is to sit down with commercial media owners and managers and convince them to commit to making changes.
10. **Cooperation.** Roma organizations should cooperate with similar advocacy groups on advocacy efforts.
11. **Education, Research.** Journalism training programs should put a greater emphasis on culturally sensitive curricula.
12. **Developing Contacts.** It would be very useful to have a prestigious professional club, which could hold regular roundtables to address pertinent media

## Bevezető: A szabadság és integráció konfliktusa

A rendszerváltás óta eltelt időszak nem hozott a magyarországi romák többségének életében számottevő javulást. A munkanélküliség, a szegénység, a sanyarú élet-körülmények, a rossz egészségi állapot kirívó mértékben sújtja a romákat. A helyzet-be hozó lehetőségek hiánya összekapcsolva a romákat sújtó gyakori idegenkedéssel és előítéletekkel, a romák társadalmi kirekesztettségét valósítja meg. A szociálpolitikai kutatások és a szociális kormányzati politikák ma már magától értetődőnek tartják azt az összefüggést, hogy a romák társadalmi kirekesztettsége önmagát újratermelő folyamat. E folyamatban az anyagi jellegű negatív jelenségek összekapcsolódnak a nyilvánosságnak a romák számára hátrányos és méltánytalan megnyilvánulásaival. Ugyanakkor erőteljesen csökkentek a társadalomban a mindennapi roma-nem roma kapcsolatok lehetőségei is: a roma felnőttek nagyobb része a rendszerváltás után kizuhant a munkapiacról, erősödött az iskolai és a lakóhelyi szegregáció is.<sup>1</sup>

Egy ilyen helyzetben különösen felértékelődhetnek a médiatartalmak, amelyek értelmezését nem árnyalják alapos, mindennapi, személyes tapasztalatok, kapcsolatok.

A szólásszabadság intézményei és folyamatai általában kielégítő teljesítményt nyújtanak ma Magyarországon, mint arról tanúskodnak a nemzetközi szakmai szervezetek éves beszámolóí. Azonban ezen általános beszámolók leginkább arra összpön-

---

<sup>1</sup> „1971-ben a cigányok kétharmada élt telepeken, igen erős elkülönítettségben. Az 1993-as felmérés idejére az elkülönítettség nagymértékben visszaszorult. 2003-ban újra az 1971-es elkülönítettségi arányokkal találkozunk. A forma más, mert telepek már csak kis mértékben vannak, a szegregáció mértéke azonban ma is ugyanakkora”. (Kemény István–Jankó Béla–Lengyel Gabriella: *A magyarországi cigányság 1971-2003. Gondolat–MTA Étnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Budapest, 2004*)

tosítanak, hogy a médiaszervezetek munkáját mekkora jogi és gazdasági szabadság jellemzi. Az efféle riportok nem mennek el szó nélkül a kisebbségeket érő kirívó médiainzultusok mellett. Ám e tekintélyes dokumentumok kevés figyelmet szentelnek annak az összefüggésnek, hogy a hátrányos helyzetben lévő kisebbségek helyzete többek között azért marad kilátástalan, mert a nyilvánosság nem elég probléma-érzékeny, szókimondó és igazságkereső. A Nobel-díjas közgazdász, Amartya Sen munkáiban bemutatta, hogy – a gyakori vélekedéssel ellentétben – a színes és reaktív nyilvánosság vagy a sajtószabadság nem tekinthető pusztán a gazdag országok luxusának. A társadalmi problémák és a felelőségek azonosítása, a méltányossági normák között megtárgyalása révén minden társadalom jóléte függ attól, hogy milyen teljesítményt nyújtanak a sajtószabadság intézményei. Ilyenformán a romák médiabrázolója nem csupán médiaszabályozási vagy médiaetikai, netán ízlésbéli kérdés, hanem a romák társadalmi kirekesztettségének, és így az egész társadalom jólétének és igazságosságának sarkalatos kérdése.

E gondolattól vezérelve az Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium, illetve a folyamatot szervező Partners Hungary Alapítvány megrendelést adott a jelenlegi helyzetet bemutató tanulmány elkészítésére<sup>2</sup> és 2005 júniusa és novembere között négy szakmai kerekasztalt rendezett (egyet Székesfehérváron és hármat Budapesten). A konzultációkon a minisztérium és az alapítvány képviselői mellett részt vettek az országos média képviselői (Népszava, TV2, RTL Klub), a roma média képviselői (MTV Roma Magazin, Rádió C, Romaweb), más szakmai szervezetek képviselői (Helyi Televíziók Országos Egyesülete, Filmművészek Szövetsége, Sulinova, Roma Sajtóközpont, az Országos Cigány Önkormányzat, továbbá tudományos intézmények (MTA, ELTE) képviselői és szakmai tanácsadóként az USAID képviselői.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> E feladatot, továbbá a konzultációk tapasztalatainak összegezését Dr. Hammer Ferenc, az ELTE Művészetelméleti és Médiakutatási Intézetének oktatója végezte el.

<sup>3</sup> Egy médiarendszer általában vett demokratikus teljesítménye értékelésének módszertanára nézve számos elgondolás létezik. Hasonló mondható el az etnikai, nyelvi, nemzeti, bőrszínen alapuló stb. kisebbségek életét ábrázoló médiarendszerek teljesítményének értékelésének módszertanáról. A nemzeti és etnikai kisebbségi jogok parlamenti biztosának e tárgyban végzett vizsgálata (2004) például a jogi-produkciós folyamatokra összpontosított, a brit médiahatóság 2002-es vizsgálata többek között az érintetteket kérdezte meg a média teljesítményével kapcsolatban. Tekintettel arra, hogy e munka célja a helyzet bemutatása mellett ajánlások készítése az újságírói szakma számára, ezért – a fenti példákkal szemben – nagyobb figyelmet szentel magukra a médiaszövegekre, ám fontos tekintetbe venni, hogy a munka fő kérdése megválaszolásának néhány más módja is elképzelhető.

## 2. Romák a médiában: A helyzet

A mindennapi médiahasználati tapasztalatok és a médiakutatások azt sugallják, hogy a tizenöt éve beköszöntött sajtószabadság számos negatív tapasztalatot hozott a roma közösség számára. A függetlenné váló piaci és közmédia más-más okok miatt nem nyújt lehetőséget sem a romák számára, hogy naprakészen megjeleníthessék az életüket érintő fontos tényeket és véleményeket az egész társadalom számára, sem pedig a többségi társadalom nem találkozhat sokszínű, pontos és érdekes információkkal, történetekkel és elemzésekkel a romák életével kapcsolatban. Általában véve jöllehet a közmédia formailag teljesíti a nemzeti és etnikai kisebbségek számára törvényileg előírt kötelességeket, e műsorok alig jutnak el a társadalomhoz. A kereskedelmi médiavállalkozások pedig ismét általánosságban, piaci érdekeiknek megfelelően, többnyire akkor és olyan módon ábrázolnak romákat, ha azonközben bizonyosan nem veszítenek olvasókat, hallgatókat vagy nézőket. Mindezt nem egyszer a média-döntéshozók negatív tapasztalatainak felnagyítása is befolyásolhatja: egy 1998-ban a többségi média legnagyobb közönségű szerkesztőségeinek döntéshozóival készített interjúkutatásban<sup>4</sup> néhányan szerkesztő egyenesen úgy fogalmazott: a romákkal való „túl sok” foglalkozás elidegeníthetné a nem roma közönséget.

---

<sup>4</sup> A hivatkozott interjúkutatások során 19 roma szervezet- és intézményvezetőt, a kisebbségi média szerkesztőit, a többségi média 12 szerkesztőjét, a két legnézettebb magyar televíziós sorozat producerét, valamint két nagyobb reklámcég egy-egy munkatárását szólaltattuk meg. Az interjúk nyitott kérdéseket tartalmaztak. Az adatok feldolgozását lásd: *Bernáth Gábor–Messing Vera: „vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában. Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal, Budapest, 1998.*

Az RTL Klub „Barátok közt” című sorozatában 2000-ben megjelent roma karakter hatásvizsgálata bizonyította e félelmek megalapozatlanságát. A sorozatban igen élesen merült fel a többségi diszkrimináció és előítéletek kérdése, ráadásul szerepelt egy – úgy tűnik a romák részéről is kedvelt „parádés roma ügyvéd”. Mindeközben a többségi közönség sem pártolt el ennek hatására a sorozattól. Mindezt a roma karakter megjelenését közvetlenül követő telefonos kutatás<sup>5</sup> is bizonyította: A kérdezettek nem egészen egy ötöde ellenezte azt, hogy szó legyen romákról az ilyen sorozatokban. Ez ellentmond annak a közkeletű vélekedésnek, miszerint a „roma tematika” szerepeltetése a televízió szórakoztató műsoraiban jelentős közönséget idegenítene el.

A romák megjelenése a médiában általában véve nem pusztán újságcikkek vagy tévériportok minőségének kérdése. Mint minden médiareprezentációs kérdés kapcsán, tekintetbe kell venni, hogy a kérdéses médiaszövegek milyen szabályozási környezetben, illetve milyen produkciós mechanizmusok révén nyerik el formájukat. Csak a megfelelő médiairányzási és finanszírozási döntések, szakmai irányváltások és médiaszabályzási folyamatok révén képzelhető el, hogy a jövőben a mainál jobb minőségű médiaszövegek szülessenek a romák életéről. (A romák médiaábrázolásának szabályozásával kapcsolatos főbb tudnivalókat a *Függetlenség* tartalmazza.)

## 2.1. Romák ábrázolása médiaszövegekben

A különféle médiaműfajok vizsgálatai zömmel negatív tapasztalatokról számolnak be a romák médiaábrázolását illetően<sup>6</sup> :

- A szocializmus korszakának, a romákkal kapcsolatos (döntően) csendjéhez képest a rendszerváltást követően megszorodnak a híradások a romákról az írott és az elektronikus médiában.

---

<sup>5</sup> SzondaPhone 2000 márciusában, közvetlenül a roma tematikának a sorozatba kerülése utáni napokban folytatta le a telefonos kérdést a Roma Sajtóközpont felkérésére. (ld.) *Bernáth Gábor–Messing Vera (2001) „Roma szereplők a »Barátok közt«-ben: Az első fecske” Médiakutató, 2001 Spring*

<sup>6</sup> E szakasz észrevételei jórészt Bernáth Gábor, Hammer Ferenc, Messing Vera, Vicsek Lilla, továbbá az ORT és a Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Jogok Országgyűlési Biztosának, az irodalomjegyzékben feltüntetett tanulmányaiból származnak.

- A romákkal kapcsolatos híradások eleinte tartalmaztak olykor kimondottan stigmatizáló momentumokat, ám az 1997-es ombudsmani ajánlást követően, a rendőrségi híradások stigmatizáló formuláinak visszaszorulásával a média nagy része több figyelmet szentel annak, hogy a kit milyen kontextusban nevez romának<sup>7</sup>.
- A romákkal kapcsolatos híradások témái döntő mértékben mindennapi és politikai problémák, konfliktusok, bűncselekmények, illetve néhány kulturális téma (oktatás, folklór) köré összpontosulnak.
- A romák dramaturgiai megjelenítése során gyakran szorulnak az ábrázolt emberek, csoportok, illetve közösségek egyfajta passzív szerepbe, melynek révén gyakran nem roma „szóvivők” mondják el a tudnivalókat.

Hogy mekkora ennek a tétje, jól mutatja a magyarországi romák kanadai kivándorlásának média-visszhangjáról szóló elemzések: az 1997 és 2000 között megjelent tudósításokat elemezve egy kutatás<sup>8</sup> megmutatta, hogy ez miképpen torzíthatja a valós indokok feltárását: a nyilatkozók csaknem fele (48%) volt minisztériumi, vagy kormányhivatalnok, valamivel több, mint harmada (36%) roma érdekvédő szervezet, és mindössze minden huszadik volt közvetlenül érintett roma személy. „A nyilatkozók megoszlásához hasonlóan a szereplők zöme is vagy roma érdekvédő szervezet (beleértve a nemzetközi szervezeteket is), vagy a kibocsátó ország minisztériuma, kormánya (...) az érintettek aránya a szereplők között is csak 6%.” (...) „A legnagyobb számban olyan cikkek jelentek meg, amikben minisztériumi vagy kormányhivatalnokok cáfolják a migráció problémáját”

- Nem más a helyzet a „roma szóvivőkkel” sem – már csak azért sem, a roma politika is sokszínű, egyes vezetők véleménye nem fedi le a közösség

<sup>7</sup> Kevés annyira egyértelműen előítéletes jellegzetessége volt korábban a romák médiaképének, mint 1997-ig rutinszerű szerepeltetésük a bűnügyi tudósításokban. A magyarországi gyakorlat, amely szerint kizárólag a roma bűnelkövetőknek etnikai hovatartozásának van hírértéke, más magyarországi kisebbségek (vagy éppen a többségek) esetében nincs, természetesen járult hozzá a roma identitás és a bűnözés közötti közvetlen összefüggés folyamatos sugalmazásához. Ennek a gyakorlatnak a lebontásához az adatvédelmi- és a kisebbségi ombudsman 1997-es közös állásfoglalása járult hozzá – éppen egy roma civilszervezet, a Roma Polgárjogi Alapítvány panasza alapján.

<sup>8</sup> Bognár Kata–Sík Dorka: Roma migráció megjelenése az írott és elektronikus sajtóban 1997.09.–2000.01. kézirat

egészeét. A közvetlenül érintettek megszólaltatásának elmaradása nagyban hozzájárulhat a romák passzív, arctalan tömegként való bemutatásához, és szabad utat engedhet a sztereotipikus értelmezéseknek.

Bár a tartalomelemzések ez ügyben javuló arányokról számolnak be, azt is megmutatják, hogy a magyarországi média gyakran feledkezik meg a közvetlenül érintett megszólaltatásáról, és hajlamos arctalan csoportként kezelni a roma érintetteket. Az 1997-es sajtóelemzésben az íráások 60%-ában semmi egyebet nem tudtunk meg a szereplőkről, mint hogy romák, 4-ből 3 esetben pedig úgy írt a sajtó romákról, hogy meg sem kérdezte őket<sup>9</sup>. — ez alaposan hozzájárulhat ahhoz, hogy a nem romák úgy tekintsenek a romákra, mint a társadalmon kívülálló arctalan tömegre. (2000-re ez az arány majdnem a felére csökkent.)

#### *Megszólaló és nem megszólaló szereplők aránya két kutatásban*

1997 <sup>10</sup>		2000 <sup>11</sup>	
Megkérdezték	Nem kérdezték	Megkérdezték	Nem kérdezték
25%	75%	31%	69%

- Kevés megragadó, érdekes, elgondolkodtató példát mutatnak be a média-szövegek a romák integrációjával kapcsolatban.
- Elemzések kimutatták, hogy a romák életével kapcsolatos beszámolók gyakran nem mentesek a csúsztatásoktól és a tények felületes kezelésétől.
- Annak ellenére, hogy a kereskedelmi televíziók több komoly tényfeltáró tudósítást<sup>12</sup> sugároztak, és olykori nekibuzdulásként szerepeltetnek megnyerő

<sup>9</sup> Összehasonlításképp: a többségi szereplők esetében ez az arány fordított: az 1994-es mintán végzett elemzés szerint a nem roma megszólalók közel 60%-a mondhatta el véleményét személyesen a sajtóban. (Messing Vera: Shifting attitudes in a changing society as reflected by the media. Ph.D. disszertáció 2001, BKE)

<sup>10</sup> Az elemzés két országos, (Népszabadság, Mai Nap), és négy megyei napilapban (a Hajdú-Bihari Naplóban, a Dél-Magyarországban, az Észak-Magyarországban a Kisalföldben) megjelent valamely nemzeti vagy etnikai kisebbséggel kapcsolatban megjelent cikkeket foglalta magába. Az 1996 novembere és 1997 áprilisa közötti időszakban a minta hetente két lapszámot foglalt magába, a minta második felében minden lapszám bekerült a mintába. Bernáth Gábor—Messing Vera: „vágóképként, csak némában” – romák a magyarországi médiában NEKH, 1998

<sup>11</sup> A 2000-es kutatási minta hat országos napilap 2000 október 15. és december 15. között megjelent számaint foglalta magába. A kutatás egy Romániában, Szerbiában, Csehországban és Szlovákiában hasonló mintán és módszerekkel készült elemzés része. In: Nationalist message in Mass Media. Media Monitoring Agency – Academia Catavencu, Media Works, MEMO 98, Roma Press Center – 2001.

roma karaktereket a szappanoperákban vagy a szórakoztató műsorokban, a tévés kibeszélő-show-k vagy egy-egy főműsoridős roma témájú show (Bazi nagy roma lagzi, Fábry-show), olykor a médiahatóság által is szankcionált teljesítménye negatív irányba billenti a szórakoztató tévéműsorok szakmai-médiaetikai mérlegét. A szórakoztató- és a hírműsorok között ebből a szempontból köztes helyet elfoglaló úgynevezett közszolgálati magazinműsorok ügyében sem jobb a helyzet. Az e magazinok kisebbségképe kapcsán született egyik felmérés<sup>13</sup> szerint még „az alapvetően segítő szándékú, jóindulatú kisebbségekkel foglalkozó riportok esetében sem találkoztunk a kisebbségi lét »egyenlő« voltának hiteles közvetítésével. Az esetek többségében a bemutatás a különlegességre (különcségre), a kiszolgáltatottságra, vagy éppen a sajnálatra épít, s a legritkább esetben regisztrálhattunk egy-egy kisebbség sajátosságainak pozitív jellegű, az egyenlőséget hangsúlyozó bemutatását.” A vizsgálat egy másik megállapítása szerint, „a kisebbségekkel szembeni nyílt előítélet vagy sugalmazás illetve a bumeráng-effektus nem megfelelő kivédése a vizsgált műsorokban nem véletlenszerű, esetleges és elszigetelt jelenség. Az egyes műsorokban fel-felbukkanó előítéletesség mögött időnként határozott stratégia, időnként csak a műsorkészítés felületessége vagy a téma iránti kellő érzékenység hiánya tapasztalható. (...) A fogyaszthatóság elve miatt, az olyan különösen kényes, érzékeny témák esetében, mint amilyenek a kisebbségekkel kapcsolatosak, felmerülhetnek komoly nehézségek. Ezek könnyen eredményezhetnek sugalmazó vagy előítéletes véleményalkotást, de még inkább az ellenhatások lehetőségét nem megfelelően kiszűrő bemutatásokat.”

- A szórakoztató média által megjelenített roma hírességek (például a Mega sztár roma versenyzői, vagy Gáspár Győző) történeteik önmagukban fordulópontot jelent a romák reprezentációjának történetében. E történetek szakmai-etikai értékelése nem egyszerű. A szakma, illetve a médiakritika,

<sup>12</sup> Ilyen volt például az RTL Klub Fókuszának a hajdúhadházi rendőri bántalmazásról, vagy a bogácsi iskolában a roma tanulók külön asztaloknál, külön eszközzel történő étkeztetéséről szóló, vagy a TV2 Aktív című műsorának a jászladányi története.

<sup>13</sup> A kisebbségek bemutatásának néhány diszkriminatív eleme a magyarországi elektronikus médiában. ORTT, kézirat. Az elemzés a TV2 Forró nyomon, az RTL Klub Fókusz és Akták, az MR 16 óra és Vasárnapi Újság című műsorának 2000 április 1. és június 30. között sugárzott, valamint az M1 112 bűnügyi műsor májusi adásait vizsgálta a kvalitatív szövegelemzés módszerével.

továbbá a romák és a nem romák is olykor lelkesen üdvözlik, olykor kárhöz-tatják e produkciókat. Jelen munka szempontjából ezen értékelések sokfélesége önmagában biztató jelnek tűnik, ugyanis az értékelések pluralitása önmagában hozzájárul a roma „reprezentációs gettó” határvonalalrai megkérdőjelezéséhez.

- Egyes médiakezdeményezések (A Rádió C vagy a Provokátor, a Strucc, a Roma Sajtóközpont) ígéretes változás irányát jelölik ki.
- Nem született sikeres elgondolás a roma nyelv(ek)en történő adások rendszerének kialakítására.

## 2.2. Produkciós észrevételek

Alapvetően elmondható, hogy nem alakult ki egy észrevehető roma újságíró réteg, amely a legtöbb olvasót, hallgatót vagy nézőt vonzó médiumfajokban napról-napra megjelenne. Holott az elmúlt évek képzési programjai során (Fekete Doboz, Roma Sajtóközpont–Független Médiaközpont) több tucat roma médiagyakornok tanulta meg a szakma alapjait e képzéseken illetve a többségi szerkesztőségekben végzett gyakornoki munkája során. Néhányan mára fontos munkatársak egy-egy többségi szerkesztőségben szerkesztőségeknek.

Egy kiterjedt közösségi kapcsolatokkal, és témaérzékenységgel rendelkező roma újságíró nagy előny is lehet: az elkülönítés mértéke miatt gyanítható, hogy – csakúgy, mint a többségi társadalom tagjainak – az újságíróknak is kevés személyes kapcsolatuk lehet a roma közösségekkel. A formális és informális kapcsolatok megléte vagy hiánya nemcsak azt befolyásolja, hogy az egyes anyagok az újságírás szakmai és etikai szempontjai szerint korrektek-e, hanem alapvetően határozza meg azt a képet, amelyet a romákról a többségi média kialakít. E kapcsolatrendszer megerősítésének egyik módja lehet, hogy az adott kisebbséghez tartozó újságírót integrálják a szerkesztőségbe, akinek személyes ismeretein, tapasztalatain valamint kapcsolatain és témaajánlatain keresztül hitelesebb és árnyaltabb képet adhatnának az adott közösségről. Bár a nagyobb politikai médiumoknak vannak a témával többé-kevésbé rendszeresen foglalkozó tudósítói, akiknek a szerkesztők szerint dolguk, hogy ilyen kapcsolataik legyenek, az 1998-ban meginterjúvolt 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 azokat.

Ugyanakkor — főként a televízió képernyős szerepeiben — szimbolikus jelentősége is lehet annak, hogy egy adott szerkesztőségben dolgozik-e kisebbségi, vagy sem. Nem utolsósorban a roma közösség számára: a roma közösségnek a romák többségi médiaképéről szóló véleményét feltáró kutatásban a válaszadók közel háromnegyede tartotta fontosnak a sztereotípiákkal terhes médiaképet megtörő személyiségek (például egy roma tévémegmondó) szerepeltetését<sup>14</sup>.

- A közszolgálati roma műsorok előállítási körülményei számos (finanszírozási, szervezési-adminisztratív) problémával terhesek, melyek gátolják a magas színvonalú, független műsorkészítést.
- Nem jött létre politikai konszenzus és döntési akarat egy roma televízió létrehozására.

### 2.3. Szabályozási tennivalók

- Annak ellenére, hogy számos helyen megfogalmazták egy konszenzuson alapuló és tekintélyes szakmai-etikai kódex megalkotásának fontosságát, tisztában kell lenni azzal, hogy egy efféle kódex kevés problémát oldana meg önmagától. Az érdekelt feleknek tisztában kell lenniük azzal, hogy a hazai kommunikációs szabályozás gyakorlata nagyrészt megfelel az uniós normáknak. A szakmai önszabályozás kultúrája híján egy efféle kódex tekintélye kétséges. Mindez azonban nem jelenti azt, hogy egy ilyen szakmai-etikai kódex, és különösen a megalkotása kapcsán felszínre kerülő kérdések végiggondolása nem járulhatna hozzá egy hatás-tudatosabb médiakép kialakításához.
- A kommunikációs szabályozásnak a kisebbségi ombudsman ajánlásai alapján újra kellene gondolni a hazai nemzeti és etnikai kisebbségek nagyobb tömegkommunikációs lehetőségekhez való juttatásának lehetőségét.

---

<sup>14</sup> A vizsgálat a Szelényi Iván és Ladányi János vezette, 1999–2000-ben lebonyolított Közép-kelet-európai szegénység/etnicitás kutatás reprezentatív magyarországi roma almintáján történt 1999 november és 2000 júniusa között. A mintába 458 fő 18 évnél idősebb roma került (Bernáth Gábor – Messing Vera: A magára hagyott közönség — A magyarországi romák médiafogyasztásáról. Beszélő, 2001/3.).

### 3. Gyakorlati tanácsok újságíróknak

#### Hitelesség és hatás-tudatosság

A jelenlegi európai uniós kommunikációs szabályozás egyik fő alapelve az, hogy hosszú távon lehetőleg az összes tartalmi szabályozási kérdés kerüljön ki a választott politikai testületek hatásköréből. Ezen alapelvnek megfelelően aggályosnak lehetne tekinteni, ha a magyar kormány úgymond tartalmi kérdésekben osztogatna tanácsokat a médiának. Ennek megfelelően e szakasz mindenekelőtt ismerteti a hatályos szabályozás kötelező érvényű intézkedéseit, továbbá bemutat néhány olyan reprezentációs helyzetet, amikor az újságírónak kell döntenie a kívánatos ábrázolási mód kiválasztásáról. Fontos hangsúlyozni, hogy a legátgondoltabb szabályozás sem tudná helyettesíteni az újságíró tapasztalatot, érzékenységet és fantáziát. Az etnikai kisebbségek ábrázolásával kapcsolatos külföldi értékelések egyöntetűen állítják (mely motívum Magyarországon is gyakran felbukkan a romák ábrázolása kívánatos módjával kapcsolatos vitákban), hogy a tessék-lássék módján végrehajtott, (hazai kontextusban) „díszcigányokat” felvonultató, felületes multi-kulturális médiastratégia ha lehet mondani, többet árt, mint amennyit használ. Meggyőző és megragadó médiaüzenet üzenet ugyanis nem képzelhető el hitelesség nélkül. Amennyiben a nézőben komolyan merül fel annak a gyanúja, hogy lóvá kívánja tenni vagy egyenesen manipulálni akarja a médiaüzenet, akkor ezt az inzultust ő a legnagyobb mértékű elutasítással torolja meg, vagy éppen a „szabályt erősítő kivételként értelmezi: erre jó példa az amerikai fehérek körében is rendkívüli népszerűségnek örvendő Bill Cosby Show hatásának vizsgálata. 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 érvel

oldották fel a szimpatikus család és a feketékkel kapcsolatos előítéletek közötti ellentmondást: “tessék, ebből is látszik, hogy a feketék csak a saját magukat hibáz-tathatják: ha hajlandóak lennének dolgozni, ugyanolyan sikereket érhetnének el, mint a Huxtable család<sup>15</sup>.”

A néhány releváns általános tartalmi tiltás az emberi méltósághoz köthető. Ezen közismert, a rágalmazást, a becsületsértést, illetve a médiatörvényben biztosított, az etnikai mivolt kapcsán sértést vagy megaláztatást tiltó passzusokat nem ismer-tjük részletesen. Fontos szabálynak tekinthető, hogy az efféle kommunikációs védelem alanya minden esetben a szóban forgó egyén. Ugyanakkor nem szabad azt sem elfelejteni, hogy minden megalapozatlan általánosítás bármely társadalmi csoporttal, így a romákkal kapcsolatban is, az illető csoport számára egyenlő arány-ban osztja el a nyilvánosság révén az általánosításból származó hátrányokat.

Jelen dokumentum abból a meggyőződésből indul ki, hogy a sztereotípiá fogalma igen nehézkesen alkalmazható a jelenlegi, hibrid médiatartalmakkal jellemezhető médiakultúrákban. A sztereotípiáknak nincs pontosan elkészíthető szótára: Ugyan-akkor a hézagosan alkalmazható sztereotípiáfogalom Prokrusztész-ágy: Mint szabály könnyen megkerülhető, ugyanakkor viszont ártalmatlan médiatartalmakat tekinthet adott esetben nem kívánatosnak.

Ennek oka többek között az, hogy mint minden nemzet, illetve etnikai csoport esetében ez fennáll, a vélemények mindig meg fognak oszlani arra nézve, hogy mi a határ, ameddig „lehet viccelni” a csoport kulturális hagyományaival, és mi az a pont, amin túl az ironia immár az emberi méltóság elleni merénylet. E pluralitásból következik, hogy nem szabad elfelejteni azt sem, hogy nincsenek egységes, örök szabályok a „kívánatos” avagy „kerülendő” médiaábrázolás természetével kapcsolatban sem. Ugyanakkor minden újságíró tudtában van annak, hogy az adott helyen, időben, műfajban mi számít sztereotípiának. Ezek kerülése, azaz a pontos és sokszínű tájékoztatás megvalósítása az újságírói függetlenséghez tartozó szakmai kötelesség részének tekinthető.

---

<sup>15</sup> 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 sztereotípiá pedig a csoportról változatlan marad.

Ám egy hatás-tudatos, a tudósításokat (akár az újságírói szándékok ellenében) a sztereotípiákat, vagy előítéleteket megerősítő értelmezések elkerülése érdekében fontos, hogy az újságírók tisztában legyenek a média hatásmechanizmusával, és a magyarországi romákkal kapcsolatos előítéletrendszer alapvető jellegzetességeivel. Ezek hiányában akár a legjóindulatúbb tudósítás is hozzájárulhat a sztereotípiák megerősítéséhez. Az egyes cikkeken túlmutató, az egy-egy szerkesztőség hosszabb távon közzétett anyagaiból kibontakozó képet rögzítő tartalomelemzések jól mutatják ezt a folyamatot.

Egy példa: A tartalomelemzések alapján a romák médiaképének egyik legmeghatározóbb jellegzetessége a szegénység dominanciája, amely kétségtelenül a roma családok többségének napi valósága<sup>16</sup>. Ugyanakkor a médiaképben a szegénység kérdését leginkább a kormányzati politika és támogatások dominálják – miközben a médiaképből konzekvensen hiányoznak például azok a kétségekívül létező történetek, amelyek során romák maguk indítanak megelőzési programokat.

Ezzel párhuzamosan a különböző attitűdvizsgálatok alapján a roma-ellenes előítéletek jól beláthatóan megalapozzák az „érdemes” és „érdemtelen” szegények etnikus alapú elhatárolását. Egy 1997-es kutatásban<sup>17</sup> a válaszolók 81 százaléka értett egyet azzal a kijelentéssel, hogy „a romák nem szeretnek dolgozni”, míg egy másikban<sup>18</sup> a válaszolók kilenczede értett egyet azzal a kijelentéssel, hogy „a cigányok gondjai megoldódnának, ha végre elkezdenének dolgozni”. Egy 1992-es kutatásban az „indokolatlanul szociális támogatásban részesülők” között első helyen a romákat említették a válaszadók<sup>19</sup>.

A médiatudósításokból kibontakozó „programdömping”, a támogatások és az intézményes erőfeszítések ilyen erőteljes jelenléte utat nyithat annak a távolságnak az elmélyüléséhez, amely a rendelkezésre álló források és a nyomor változatlan nagysága között fennáll, és a távolságot a közvélemény jelentős része úgy próbálja áthidalni, hogy a romákat magukat okolja a helyzet változatlanóságáért – azzal magyarázza a távolságot, hogy a romák maguk öltre tett kézzel várják a segílyeket.

<sup>16</sup> Az MTA Szociológiai Intézetének 1993/94-es reprezentatív kutatása alapján a munkaképes magyarországi romák 70%-a szorult ki az évtized első felének végére a munkaerőpiacról, a Világbank 2000-es a magyarországi szegénységről szóló jelentésében pedig a tartós szegénység kialakulását valószínűsítő tényezők között a roma származás megelőzte a szakképzettség, az életkor, vagy a lakóhely mutatóit is.

<sup>17</sup> Kód Piac-, Vélemény-, és Média kutató Intézet. Az elemzést lásd: Magyar Hírlap 1998.01.13

<sup>18</sup> Erős Ferenc, Enyedi Zsolt, Fábíán Zoltán, Fleck Zoltán kutatása.

<sup>19</sup> Vársárhelyi Mária i.m.

## Jelenlét

További általános jellegű tartalmi szabálynak tekinthető, hogy a nyilvánosság csatornáinak összesített teljesítménye a romák életének bemutatását illetően akkor lesz kívánatos, ha mindegyik fontos médiaforma a maga műfajának megfelelően végzi a dolgát. Azaz akkor, ha a közmédia elkészíti azokat a programokat, amelyek stílusbeli okok miatt nem vállalhatók a kereskedelmi médiában, ha a kereskedelmi média közszolgálati feladatai mellett a szórakoztató programjaiba minél több, roma tematikájú dolgot képes belevonni, ha az alternatív média meghökken és mozgósít, ha a helyi média a közösség szerves részének mutatja be a roma közösséget, és így tovább. Ez azonban azt is jelenti, hogy minden egyes médiaforma teljesítményével az illető zsáner adta szabályokat lehet szembevetni.

Fontos szempont lehet a romák életének bemutatásakor, hogy – mint arra utalnak a mindennapi és szakmai vélemények –, hogy a műsorokban, illetve cikkekben igyekezzen a szöveg átmetteni a reprezentációs „roma gettó” határait. Ez mindenekelőtt azt jelenti, hogy nem feltétlenül „roma témájú” ügyek kapcsán érdemes roma szakértőket vagy az utca emberét megszólaltatni. A média mindennapi üzletmenete megkívánja, hogy adott esetben egy szerkesztőség, illetve az újságíró rendelkezzen egy olyan címlistával, mely különféle kérdések kapcsán megszólaltatható romák elérhetőségét tartalmazza – a feladat nagyságára utal, hogy a BBC évekkel ezelőtt külön „ügyosztályt” hozott létre, amely közösségi kapcsolatai révén folyamatosan gyűjti, belső, szerkesztőségei kapcsolatai révén pedig folyamatosan ajánlja ki a legkülönbözőbb témakörökben megszólaltatható kisebbségi szereplőket és történeteket. (Ld erről: <http://www.bbc.co.uk/info/policies/diversity.shtml>)

Ma Magyarországon ebből a szempontból sok a tennivaló: a médiából konzekvensen hiányoznak a többségi társadalom természetes szereplőiként megjelenő roma karakterek. A tartalomelemzések alapján elhanyagolható mértékben van jelen a kereszt-kategorizáció, (amikor valamely más, a teljes lakosságot érintő téma kapcsán foglalkoznak a romákkal) inkább jellemző, hogy egy-egy kérdést „roma” témaként definiálnak. Erre beszédes példa egy 1995-ös tartalomelemzés<sup>20</sup>, amelyben a leködölt roma szereplők közül egyetlen egy volt, aki munkája során nem kisebbségi feladatkört látott el: egy focista. A helyzet azóta sem javult jelentősen.

---

<sup>20</sup> Vicsek Lilla: Cigánykép a sajtóban (Amaro Drom 1996/12.)

## Ami nem csak roma probléma

Amikor viszont egy roma személy, család vagy közösség problémájáról szól a beszámoló, akkor viszont fontos bemutatni, hogy az illető problémában, illetve helyzetben hányan osztoznak a romákkal. A problémákat, adott esetben emberi szenvedéseket feltáró médiabeszámolókkal kapcsolatban Luc Boltanski tanácsát tarjuk irányadónak:

„...a szájalom politikájának kettős elvárásnak kell eleget tennie. Politikaként általánosnak kell lennie. Ekkor szerepe az, hogy elszakadjon az egyeditől és szükségszerű helyi körülményektől amelyek az együttérzést kiváltó események keretében szolgálnak. E politika kivitelezéséhez hasonlóságokra mutató megfeleltetések létrehozását lehetővé tevő technikákra, különösen statisztikai technikákra van szükség. Azonban e politikának a szájalommal való összefüggése nem engedi meg, hogy teljesen elszakadjon az egyedi esettől. Általánosságok nem keltenek szájalmat. Így például a megfeleltetések szokásos módszerein alapuló kvalitatív indikátorok eszközeivel létrehozott kép az az abszolút szegénységről helyet kaphat egy makroökonómiai értekezésben és a politika döntéseihez is segítségül szolgálhat. Ugyanakkor e kép nem fog a szájalom politikájához elengedhetetlen érzelmeket kelteni. A szájalom felkeltéséhez a szenvedő és nyomorult testeket úgy kell megmutatni, hogy az befolyásolja a szerencsésebbek érzékenységét. (...)

Ugyanakkor ezeket az egyedi eseteket paradox módon kell megjeleníteni. Egyrészt az esetek sajátságosságát úgy kell ábrázolni, hogy a szenvedés konkrét legyen. A hátrányos helyzetben lévőket, avagy inkább minden egyes hátrányos helyzetben lévő embert mint konkrét személyt kell bemutatni; mintha csak a néző meg tudná érinteni a sebeiket és hallhatja sírásukat. Azonban a részletek ábrázolása mindig azzal a veszéllyel jár, hogy a lokális taglalásába fullad. A szájalom politikájának nem csak egy hátrányos helyzetű emberre és az egyedi helyzetre kell összpontosítania. Ahhoz, hogy politikának lehessen nevezni, egyszersmind be kell mutatni a hátrányos helyzetek sokféleségét, hogy így azok egyfajta sokasággá avagy képzeletbeli felvonulássá álljanak össze, amelyben megjelenik a hátrányos helyzetű emberek egyszerisége és az is, ami közös helyzetükben. Az így ábrázolt

hátrányos helyzetűeket semmi esetre sem szabad rokonszenvező módon bemutatni. Ők nem barátok és nem is ellenségek. Ez azért lényeges, hogy elkerüljük a kommunikatív retorika csapdait. A hátrányos helyzetben lévőket úgy kell a reflektorfénybe állítani a szenvedéseik részleteinek összegyűjtésével, hogy közben ők maguk lényegtelenek legyenek; ez itt ő, de lehetne bárki más is a helyén; ez egy gyerek, aki láttán könnyek szöknek a szemünkbe, de bármely más gyerek láttán ez ugyanúgy megtörténhetne. Minden bemutatott hátrányos helyzetben lévő ember körül vele felcserélhető emberek tömegének kell állnia. A részletek bemutatása révén feltároló kézzelfogható és megindító szenvedéseknek egy közös reprezentációban kell egyesülniük. Ekkor jóllehet a szenvedések egyediek és sajátosak, ugyanakkor egyszersmind mindössze *példák*.”

Boltanski általános tanácsai értelmezendők egyszerre egy roma személy és az egész roma közösség megjelenített viszonyára, és egy ábrázolt roma személy és az összes, hasonló helyzetben lévő (nem csak roma) személy viszonyára. Nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy Boltanski útmutatása általában a médiára vonatkozik. Az újságírók azonban tisztában vannak azzal, hogy ha az adott terjedelem összesen tizenöt mondat egy adott konkrét eseménnyel kapcsolatban, akkor adott esetben igen nehéz megvalósítani Boltanski tanácsát. Ebben az esetben célravezető lehet, ha legalább egyetlen információt tartalmaz a beszámoló arra nézve, hogy a bemutatott eset által megjelenített helyzetben hány más ember osztozik a szóban forgó szereplővel.

## Kontextus

Ebből a média-munkamegosztásból az is következik, hogy ideális esetben nem kellene különös figyelmet szentelni például a romák életét bemutató történetek tematikus megosztására, mondván a médiaműfajok sokszínűsége magával hozza a tematikus sokszínűséget is. Azonban ez nyilván nincs így. Ennek megfelelően fontos lenne, ha minden szerkesztőség legalább nagyjából számon tartaná azt, hogy egy adott nagyobb időszakban milyen tematikus kontextusban számol be roma témájú eseményekről, mely információ inspirációul szolgálhat a szerkesztőség számára ahhoz, hogy sokszínűbbé tegyék munkájuk eredményét.

Ez a kérdés elvezet a tényfeltárás kérdéséhez, illetve ahhoz is, hogy az egyes médiumokban a közösségi kapcsolatok miként befolyásolják a híreket: egy 2003-ban

végzett gyorsvizsgálat<sup>21</sup> plasztikusan mutatta be például azt a különbséget, hogy mit látott a romákkal kapcsolatban ugyanabban az időszakban hírétékűnek a helyi és regionális, illetve a többségi média. A legszembeötlőbb különbség a helyi sajtó erőteljes konfliktusmentessége volt: ezek a vizsgált időszakban kevésbé foglalkoztak például a diszkrimináció, és egyáltalán nem az ennek az alapját adó romákkal szembeni előítéletek kérdésével, (míg a két témakör együttesen az országos sajtóban a témák csaknem negyedét tette ki, a helyi sajtóban csupán 6%-át).

A helyi sajtó által közölt cikkeket szinte kizárólag a helyi közösség számára indított többségi programok töltötték meg. E világban látszik a leginkább, hogy a médiához való hozzáférés miként befolyásolja a kisebbségek médiaképét. Tényfeltáró riportok nem születtek, a hírforrások túlnyomórészt a programokat bejelentő többségi intézmények voltak, és néhány cigány kisebbségi önkormányzat – nekik ez az igazi megszólalási terepük. Bár a helyi sajtó a különböző programokról szóló tudósítások során értelemszerűen érintette azokat a témaköröket, amelyekkel kapcsolatosak ezek a programok: a szegénység, a lakhatás, vagy az oktatás kérdése együttesen 42%-ot tette ki a helyi sajtóban megjelent témaköröknek.

#### *Konfliktusosság az egyes médiumtípusokban, 2003*

	Országos lapok	Helyi lapok	Televíziók
<b>Igen</b>	<b>43%</b>	<b>38%</b>	<b>90%</b>
<b>Nem</b>	<b>57%</b>	<b>62%</b>	<b>10%</b>
<b>Összesen</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

A roma médiaképpel kapcsolatos elemzések éppen azt mutatják, hogy a talán túlságosan is sajtótájékoztatókhoz szokott magyar újságírók igen ritkán adatolják pl. kutatási eredményekkel egy-egy program várható hatását, vagy a problémák nagyságát.

<sup>21</sup> Kisebbségi közösségek a magyarországi médiában (2003 november 17–december 01) Roma Sajtóközpont

### **Mitől hír?/ki az alany?**

Igen nagy körültekintés igényel az újságírótól, hogy az illető beszámolóban milyen módon azonosítsa (vagy) nem romaként a szóban forgó egyént vagy közösséget. É tekintetben az újságíró szakmai szuverenitása elegendő alap kell, hogy legyen e kérdés eldöntéséhez, ugyanakkor viszont azt sem szabad elfelejteni, hogy egy adott esetben lesznek romák, akik kifejezetten akarják, hogy etnikai hovatartozásuk kiderüljön, míg mások adott esetben jónak látnák mellőzni a beszámolóból ezt az információt – és ehhez joguk van. Ebben az esetben az újságíró jól teszi, ha megkérdezi az interjúalanyt, hogy van-e speciális kívánsága ezen kérdés kapcsán. A bemutatott romákat az újságíró semmiképpen ne nevezze „roma származásúnak”, mivel ez a finomkodni kívánó megnevezés pontosan annyira abszurd, mint ha a magyar miniszterelnököt „magyar származásúnak” nevezné az újságíró. Ismét hangsúlyozzuk, a lényeg az egyenes, képmutatástól mentes beszéd. A romák integrációjának többet árt az olyan beszámoló, ahol például egy konfliktus esetén az óvatos újságíró úgy akarja az olvasót informálni az eset etnikai hátteréről, hogy a szereplőkről nem árul el etnikai jellegű információt, ám egy semmitmondó idézettel szerepelteti a helyi roma kisebbségi önkormányzat képviselőjét, mintha beszámolójában megemlíti a releváns szereplők etnikai hovatartozását.

### **Elgondolkodtatás és/vagy érzelmi hatás?**

Boltanski szavai tanácsot adnak azon dilemma eldöntéséhez is, hogy adott esetben az érzelmekre, vagy a józan belátásra kívánjon-e hatni az újságíró. Láthatjuk, a kettő nem megy egymás nélkül. Ezen elképzelés abban a vitában lehet hasznos, amikor a kérdés az, hogy helyes-e, ha csillogó szemű, helyes cigánygyerekekkel kívánja egy riport a néző együttérzését kiváltani. A közelmúlt (talán kissé purista) elképzelései ezt az eljárást többnyire mediális merényletnek tartotta, mondván az efféle beszámoló mélyén az a többségi társadalmat megszemélyesítő üzenet rejtőzik, hogy a romák cselekvőképtelen, felelősséggel nem bíró, gyermekien egzotikus élete feleslegessé teszi, hogy arról gondolkodjunk, hogy van-e közünk hozzájuk. Láthatjuk: a helyzet nem ennyire egyszerű. Egyrészt ha médiaműfajok regimentje képes használni a gyerekszereplőkből származó érzelmi hatásokat, akkor ezen eszközről nem kellene lemondania a roma tematikájú beszámolóknak sem. Ugyanakkor viszont az is

tény, hogy ha könnyű kézzel csak efféle illusztrációk dominálnak egy műfajban, az adhat okot aggodalomra.

Az újságíró számára az illető anyag elkészítése során adódhat a választási lehetőség, hogy a téma mentén felmerült felelősség vagy teljesítmény kapcsán rokonszenvezen-e vagy nem a bemutatott roma szereplőkkel. Sokan azért tartják fontosnak ezt a kérdést, mert a közkeletű elképzelés szerint a rokonszenvező bemutatás csökkentheti a többségi társadalom előítéleteit a romákkal szemben. Itt azonban nem szabad elfelejteni, hogy (mint arról külföldi empirikus kutatások beszámoltak) a megrögzött előítélet igencsak igénytelen jószág. Totális információhiányban is jókedvűen tenyészik, ugyanakkor a tárgyyszerű vagy rokonszenvező elgondolásokat probléma nélkül képes bünbakképző hiedelmekké alakítani. Itt a mindennapi szabály az lehet, hogy az újságíró próbálja meg elképzelni, hogy miként döntene, ha az illető szereplő nem roma lenne, és a kérdéses helyzetben is tegeyen így.

### **Dilemmák a multikulturalitás kapcsán**

A romák megjelenítésével kapcsolatos multikulturalista gondolkodás számára dilemma lehet, hogy a roma közösség életét milyen kulturális stratégia mentén jelenítse meg. Vannak, akik szerint a helyes az, ha az ábrázolás a hagyományokra összpontosít, mondván fontosak a jelen és a múlt kiemelkedő roma személyiségei, a roma történelem és folklór, amikor is az üzenet az, hogy a romák nem egy arctalan, múlt nélküli közösséget alkotnak. Mások úgy vélik, hogy ez a stratégia bizonyos mértékben paternalizmus, mondván hogy ilyenkor a magyar nemzeti kultúra kicsinyített, „C” változatának elkészítése történik, melynek eredményeképp nem csökken a romákkal kapcsolatos közgondolkodás alapvető természete. Azonban nem szabad elfelejteni, hogy a többségi társadalom igen nagy része is osztja ezt a tradicionális világlátást, és éppenséggel nem elképzelhetetlen, hogy ez (a multikulturalizmus hívei számára nem rokonszenves elképzelés) könnyebben elérje a célját, mint ha a hangsúly az úgymond roma identitás sajátosságára összpontosítana.

Ám a kérdés úgy is felvethető, hogy a magyarországi média összességéből kibontakozó kép hűen tükrözi-e a sokszínű, sokkultúrájú Magyarországot: például a többségi média felajánl-e olyan szerepeket, amelyek ellenállnak a sztereotípiák csábításának, és végső soron lehetővé teszi-e, hogy a romák büszkéik lehessenek identitásukra, vagy éppen annak eltitkolása, elfojtása felé tereli őket.

Ebből a szempontból is intő jel kell legyen a már idézett kutatás a roma közösség többségi médiaképével kapcsolatos véleményéről: *A médiaképpel kapcsolatos vélemények/ a romák többségének tételezett véleménye*

	Teljesen és inkább egyetértők aránya	Romák tételezett egyetértésének aránya	Különbség
A tévék/rádiók/újságok keveset foglalkoznak a romákat érintő gondokkal	62%	83%	+21
A tévéújsorok csak akkor mutatnak romákat, amikor valami baj van velük	81%	90%	+9
A tévének azt is meg kellene mutatnia, ami jó a romák életében	91%	96%	+5
Sértő, ahogy a tévé a romákat bemutatja	49%	66%	+17

Az adatok alapján a roma közönség leginkább a média negatív, konfliktusorientált ábrázolásainak túlsúlyát kifogásolja: tízből nyolcan osztják azt a tapasztalatot, hogy a televízió csak problémákkal összefüggésben mutat be romákat, ugyanakkor a megkérdezettek kilenczede gondolta úgy (és még többen azt, hogy a romák túlnyomó többsége is így vélekedik) hogy „a tévének azt is meg kellene mutatnia, ami jó a romák életében”.

A rossz közhangulatot tovább erősíti, hogy a kérdezettek közel kétharmada érzi úgy: a média nem foglalkozik eleget a romákat érintő kérdésekkel. Négyötödük gondolja, hogy általában így érez a roma társadalom is.

A kérdezettek fele érzi azt: sértő, ahogy a televízió a romákat bemutatja. Hogy ez a vélemény mennyire lehet a roma közösségekben a mindennapi beszélgetések része, jól jelzi, hogy ugyanakkor kétharmaduk gondolja azt: a romák általában így éreznek. E vélemény alapján a médiában bemutatott kép megalázó volta a roma „közhangulatban” még hangsúlyosabb, mint ahogy azt az egyes személyek maguk megélik. Ugyanerre utal, hogy a kritikus vélemények mindegyikénél magasabb volt a környezet tételezett egyetértésének aránya. Ez a vélekedés az amúgy is lehangoló valóságos élményeknél még rosszabb közhangulatra utal.

## Összegzés

A kerekasztalok résztvevői álláspontja szerint általánosságban a jelenlegi helyzet a szabályozási környezet és a médiaipari realitások adta keretben a felelőségek átgondolását és némileg újszerű elosztását igényli:

- Az államnak, illetve a kormánynak a közszolgáltatásához, illetve a kisebbségi médiához fűződő köteleességek teljesítésén keresztül kell tennie a jelenlegi helyzet javításáért. E feladatokkal átfedésben több, produkciós pályázatokon keresztül igényelhető kormányzati forrással segíthetné a kívánatos médiaszövegek létrejöttét, illetve a roma újságírók képzését, a gyakornokok alkalmazását. A közmédia munkatársainak kiválasztása során a romák pozitív diszkriminációja indokolt lenne. A helyi televíziók szövetsége által kezdeményezett roma tévés képzés finanszírozása is kormányzati támogatásra vár.
- A médiaszabályozó testület tekinthetné rendszeres feladatának a romák média-részvétele rendszeres monitorozását. Kívánatos lenne, hogy e munkába rendszeres együttműködés révén a testület vonja be a témával rendszeresen foglalkozó szakmai szervezeteket, például a Roma Sajtóközpontot.
- A közmédiának a jelenleginél hatékonyabb és élvezhetőbb módon kell megjeleníteni a romák életének olyan kérdéseit, melyek nem elégítik ki a piaci média hírértékeit.
- A kereskedelmi médiának új olyan kreatív tartalmakat kell létrehozni, melyek a romák életét sokszínűen és egyben méltányosan mutatja be.
- A média dolgozóitól elvárható, hogy a romák életének megjelenítése során is gyakorolják az újságírói munka egyszeregyének olyan elemeit, mint a problémaérzékenység, a kreativitás vagy az objektivitás. E készségek gyakorlása

révén megvalósítható egy olyan egyensúly, amely egyrészt nem másnak, egzotikusnak és ismeretlennek mutatja be a romák életét, ám másrészt egyben az egész országnak pontosan és megragadóan mutatja be, hogy mit tesz romának lenni ma Magyarországon.

Jelen dokumentum konzultációja során az alábbi, az újságíróknak, illetve szerkesztőségeknek szóló konkrét ajánlásokat fogalmazták meg a résztvevő szakemberek:<sup>22</sup>

- 1) **Ki mondja, hogy roma?** Ha híradásra érdemes esemény történik és saját vagy mások értékelése szerint a szereplők valamelyike roma, győződjünk meg e meggyőződés forrásáról, illetve hitelességéről.
- 2) **Fontos, hogy roma?** A beszámoló elkészítésekor döntést kell hozni arról, hogy egy szereplőről elmondjuk-e, hogy roma. Mit nyer a beszámoló, illetve az olvasó azzal, hogy elmondjuk, hogy romáról van szó? Mit veszít a beszámoló, illetve az olvasó, ha nem mondjuk el, hogy roma szereplőről van szó?
- 3) **Kérdezzük meg!** Amennyiben a helyzet, illetve a téma megkívánja, az újságíró megkérdezheti a szereplőt, hogy akarja-e romaként viszontlátani magát a tudósításban.
- 4) **Mi a kontextus?** Az alábbi kontextus-szemponatok mind befolyásolhatják az újságíró, szerkesztőséget, illetve médiavállalatot:
  - a) Ha kényesnek ítéli az újságíró a létrehozandó médiaszöveget: Milyen jellegű és milyen sérelem valószínűsíthető?
  - b) A valószínűsíthető sérelem egyensúlyban áll-e a bemutatással nyert eredményekkel?
  - c) Mekkora és milyen összetételű közönség fog találkozni a kérdéses médiaszöveggel? Látják-e a programot gyerekek?
  - d) A közönség milyen elvárásokkal rendelkezik a közönség a kérdéses szöveget tartalmazó műsorszámmal kapcsolatban?
  - e) A szöveg valószínűsíthető átlagos tagja milyen ismeretekkel rendelkezhet a szövegben ismertetett témával kapcsolatban?
  - f) Milyen kulcsfontosságú tények járulhatnak hozzá ahhoz, hogy a közönség átlagos tagja megismerhesse a kérdés hátterét? Ezeket a tényeket hogy lehet plasztikusan megjeleníteni a szövegben?

<sup>22</sup> Emellett az Ofcom Broadcasting Code (2005) alapján.

- g)** Boltanski gondolata alapján: Milyen eszközökkel mutatható meg a megmutatott történet „csepp a tengerben“ természete?
- h)** Az adott műsorban (lapoldalon stb.) milyen más beszámolók befolyásolhatják a kérdéses médiaszöveg értelmezését?
- i)** Az illető szerkesztőség milyen módon szokott beszámolni a kérdéses témáról? Az esetleges ismétlés miként befolyásolhatja a kérdéses szöveg értelmét?
- j)** A bemutatott történet milyen módon köthető a politikai és a média-napirend nagy súlyú aktuális elemeihez, illetve a közelmúlt nagy súlyú eseményeihez?
- k)** A bemutatott kérdést mennyire mint roma-problémát, illetve mennyiben mint a társadalom általános kérdését mutatja be a szöveg? Mennyiben indokolt a kérdés etnicizálása?
- l)** Ha szórakoztató műsorszámról van szó, akkor különös figyelmet igényel, hogy az etnicitással kapcsolatos humor ne legyen sértő.
- 5) Mondjuk másképp?** Ha az áttekintett kontextuális jellegzetességek ellenére még mindig kétségei vannak az újságírónak a létrehozott anyaggal kapcsolatban: Az anyag feldolgozására milyen más lehetőség adódik?
- 6) Sokféleséget sokféleképpen.** A roma reprezentációs gettó lebontását szolgálnák az olyan szerkesztői döntések, melyek révén romák mint megkérdezett utca embere, showműsorok résztvevői-közönsége, illetve mint szakértők nem roma tematikájú műsorokban szerepelhetnének. Hasonló célt szolgálna, ha roma újságírók nem a kisebbségi témák felelőseiként dolgoznának a szerkesztőségekben.
- 7) Kapcsolathálózat.** A szerkesztőség munkatársai tekintsék át a roma tematikájú beszámolóik során igénybe veendő szakértőik, aktivistáik listáját. Ezzel párhuzamosan a szerkesztőség listázza fel, hogy mely helyi közösségekben járatos, illetve folyamatosan frissítse a roma közösségek helyzetéről rendelkezésre álló kutatási beszámolók legfontosabb megállapításait – ezek használata lehet például garancia arra, hogy egy-egy tudósítás nem ér el szándékolatlan hatást a kérdés sztereotíp felnagyítása révén. Indokolt lenne-e a lista felújítása? Rendelkezik-e a szerkesztőség „színes listával”? Rendelkezik-e a szerkesztőség listával a releváns szervezetekkel (kisebbségi önkormányzat, egyéb szervezetek) kapcsolatban?

- 8) **Kulturális stratégia.** Mint említettük, nincs egyértelmű válasz arra, hogy a roma kultúrát a „nagy“ nemzeti kultúra kicsinyített másaként kell-e megjeleníteni (amikor is roma történelmi személyiségekről, a magyar történelem roma aspektusairól, a roma történelemről szokás beszámolni). Hasonlóan, dönthet e szerkesztő úgy is, hogy a roma kultúrának a többségi magyar kultúrától eltérő jellegzetességeire, a roma identitás sajátosságaira összpontosít. A két szempont ötvözési is ígéretes lehet.
- 9) **Egyeztetés.** A kereskedelmi televíziók jogi-finanszírozási jellemzőik miatt kevésbé jogi intézkedések révén, hanem inkább vezetésük elkötelezettségén keresztül közelíthetők meg abból a célból, hogy tevékenységük jobban összhangban álljon a roma integrációs politikákkal. Ehhez koordinációra van szükség, továbbá arra, hogy a roma szakmai-aktivista szervezetek kiállítsanak egy kicsi, de ütőképes csoportot e tárgyalásokra.<sup>23</sup> E folyamatot kiegészítheti a miniszter már elkezdett konzultációja a közmédia vezetőivel hasonló célok érdekében.
- 10) **Együttműködés.** A roma szakmai-aktivista kezdeményezéseknek adott esetben érdemes lenne együttműködni más, hasonlóan célokat célzó mozgalmakkal, illetve kezdeményezésekkel (például feminista média-aktivistákkal).

**Oktatás, kutatás.** Az újságíróképzés során a képző intézmények multikulturális tananyagát és programjait gyarapítani kell. A megfelelő reprezentációk mibenlétének pontosabb meghatározásához időszerű lenne egy nagyobb szabású roma reprezentációs vizsgálat, a romák médiafogyasztási szokásainak kvalitatív szempontokat is tükröző feltérképezése, továbbá a romákkal kapcsolatos kereskedelmi-marketing-tapasztalatok összegyűjtése.

---

<sup>23</sup> Kathryn Montgomery (1989) arról számol be, hogy miután afroamerikai jogvédő csoportok hiába hadakoztak eredménytelenül az országos kereskedelmi csatornákkal a feketék méltányosabb médiareprezentációjáért, egy tévésorozat (Beulah Land) nyomán kitört tiltakozáshullámot követően, 1982-ben a nagy tévétársaságok vezetői abba beleegyeztek, hogy a főbb jogvédő csoportok képviselőivel egy zárt találkozón összegyűljenek, melyek során kidolgozták a játékszabályokat. Fontos megjegyezni, hogy a játékszabályok egyike az volt, hogy a feleknek titokban kellett tartani, hogy miben állapodtak meg.

A témában eddig született egyetlen kutatás<sup>24</sup> cáfolta azokat a, több szerkesztő által osztott véleményt, miszerint műsoraiknak nincs számottevő roma közönsége: a többségi médianak nagy számú többségében tudatosan választó és főként nagy fogyasztású roma közönsége van. Ugyanakkor azt a triviális, ám gyakran figyelmen kívül hagyott igazságot is bizonyították az adatok: hogy a romák nem csupán csak romák, hanem eltérő érdeklődésű nők vagy férfiak, fiatalok vagy idősek, városiak vagy falusiak stb.— a többségi közönséghez hasonlóan sokféle érdeklődésű, sokféleképpen megszólítható közösség.

- 7) *Kapcsolatépítés.*** Tekintettel arra, hogy a médiakultúra folyamatos változása megkívánja az érintettek reflexióját, ezért felmerül egy szakmai klub létrehozásának lehetősége, mely időről időre kerekasztalokat szervezhetne aktuális mediakérdések megvitatására. E klub egyrészt alkalmat adhatna a mainál kevésbé ritualizált médiaviták lebonyolítására, az együtt gondolkodásra, és a gyakorló újságírók továbbképző terepe is lehet. Tekintettel arra, hogy többnyire a médiából tanul az újságíró is, ezért e klub bemutatathatna jól sikerült külföldi kezdeményezéseket, műsorokat.

---

<sup>24</sup> Bernáth Gábor – Messing Vera: A magára hagyott közönség — A magyarországi romák médiafogyasztásáról. Beszélő, 2001/3.).

## Függelék

### A romák médiareprezentációja szabályozásának alapvonalai

Jelen dokumentum abból a médiakutatási, illetve médiaszabályozási megfontolásból indul ki, mely szerint a romák médiaábrázolása nem csupán médiaszövegekkel kapcsolatos úgymond tartalomszabályozási kérdés.<sup>25</sup> E szakasz címében szereplő „reprezentáció” kifejezés értelmében a romák ábrázolásának kérdése nem csupán szövegek és képek hanem a szövegeket előállító döntések és folyamatok kérdése is. Ennek megfelelően e szakasz áttekintést ad a romák médiaábrázolásával kapcsolatos produkciós és tartalmi szabályozás alapvonalaival.

A jelenlegi kommunikáció-szabályozás a közérdek aduját csak ritkán, aprólékosan körülírt esetekben –a kiskorúak, illetve az emberi méltóság védelmében– alkalmazza a szólásszabadság korlátozása céljából. Általában pedig a médiaszabályozási rendszerek igyekeznek távol maradni a tartalom közvetlen szabályozásától. A jelenlegi uniós szabályozás trendjéről így vélekedik Mike Feintuck (1999: 25):

„a megváltozott technológiai és kereskedelmi környezet már megváltoztatta a szabályozás fókuszát, mégpedig abba az irányba, hogy a sugárzott adások előállítói és befogadói végezzék ezt a tevékenységet, mintsem hogy a szabályozó a műsor tartalmát vagy pedig a tulajdonosi viszonyokat szabályozza, illetve befolyásolja.”

---

<sup>25</sup> E szakasz több helyen szövegszerűen merít a tanulmány szerzőjének (Hammer, 2006) a közeljövőben megjelenő, a kommunikáció és az igazságosság kapcsolatát áttekintő monográfiájából.

Az Európai Unió kommunikáció-szabályzásának a tartalomra vonatkozó alapvonalait a Római, illetve Amszterdami Szerződés, továbbá a Televíziózás Határok Nélkül Irányelv határozzák meg. Az Európai Közösség, illetve Unió alapító szerződése iránymutatása alapján a médiaszabályozás a tartalmi kérdéseket a tagországok magánügyének tekinti.<sup>26</sup> Az Emberi Jogok és Alapvető Szabadságjogok Európai Konvenciójának szólásszabadsággal foglalkozó nevezetes 10. Cikkelye a legfőbb forrása annak az elgondolásnak, hogy az embereket meg kell védeni bizonyos természetű káros vagy igazságtalan mediális tartalmaktól.<sup>27</sup> E cikkely az alapja a tetelesebb jellegű audiovizuális szabályozásnak, melyek közül a legfontosabb, a közösségi audiovizuális joganyag alapkódokumentuma, az 1989-ben alkotott A Határok Nélküli Televíziózásról szóló Irányelv (Council Directive 89/552/EEC) és ennek 1997-es kiegészítése (Directive 97/36/EC) mint a kommunikációs közösségi joganyag kulcsdokumentumai, e tanulmány szempontjából különös figyelmet érdemelnek. Az Irányelv főbb, a tartalommal kapcsolatos rendelkezései a kiskorúakat és az emberi méltóságot védik. Az Irányelvnek az emberi méltóság védelmében hozott intézkedései kiterjednek általában a média tartalmaira („az adások nem tartalmazhatnak semmiféle gyűlöltre uszítást faji, nemi, vallási vagy nemzetiségi alapokon”, 22.

<sup>26</sup> Kultúra

151. cikk (korábbi 128. cikk)

(1) A Közösség hozzájárul a tagállamok kultúrájának virágzásához, tiszteletben tartva nemzeti és regionális sokszínűségüket, ugyanakkor előtérbe helyezve a közös kulturális örökséget.

(4) A Közösség az e szerződés egyéb rendelkezései alá tartozó tevékenysége során, különösen kulturái sokszínűségének tiszteletben tartása és támogatása érdekében, figyelembe veszi a kulturális szempontokat.

(5) Annak érdekében, hogy hozzájáruljon az e cikkben említett célkitűzések eléréséhez, a Tanács:

- a 251. cikkben megállapított eljárásnak megfelelően, a Régiók Bizottságával folytatott konzultációt követően ösztönző intézkedéseket fogad el, kizárva azonban a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek bármilyen összehangolását. A Tanács a 251. cikkben megállapított eljárás során mindvégig egyhangúlag határoz;

- a Bizottság javaslata alapján, egyhangúlag ajánlásokat fogad el.

<sup>27</sup> A Konvenció kijelenti:

1. Mindenkinnek joga van a véleménynyilvánítás szabadságához. Ez a jog magában foglalja a véleményalkotás szabadságát és az információk, eszmék megismerésének és közlésének szabadságát országhatárokat tekintet nélkül és anélkül, hogy ebbe hatósági szerv beavatkozhasson. Ez a Cikk nem akadályozza, hogy az államok a rádió-, televízió- vagy mozgókép vállalatok működését engedélyezéshez kössék.

2. E kötelezettségekkel és felelősséggel együttjáró szabadságok gyakorlása a törvényben meghatározott, olyan alakszerűségeknek, feltételeknek, korlátozásoknak vagy szankcióknak vethető alá, amelyek szükséges intézkedéseknek minősülnek egy demokratikus társadalomban a nemzetbiztonság, a területi sértetlenség, a közbiztonság, a zavargás vagy bűnözés megelőzése, a közegészség vagy az erkölcsök védelme, mások jó hírneve vagy jogai védelme, a bizalmas értesülés közlésének megakadályozása, vagy a bíróságok tekintélyének és pártatlanságának fenntartása céljából.

cikk). Fontos megjegyezni, hogy az Irányelv nem vállalkozott arra a feladatra, hogy a közösségi joganyagban definiáljon valamiféle általános elgondolást a sztereotíp ábrázolás mibenlétére vonatkozólag, mondván, ennek meghatározása nyilvánvalóan a helyi kulturális sajátosságokat figyelembe véve a nemzeti szabályozások az alkalmasak. Összefoglalva, az Irányelv alapján megállapíthatjuk, hogy a dokumentum betűje és szelleme elsősorban az ábrázolt személyt védi a valótlan állítások következményeitől.

Az audiovizuális ábrázolás etikájának vonatkozásában az európai kommunikáció-szabályozók figyelme 1995-ben két újabb csoportra terjedt ki: A nőkre és a férfiakra. A (95/C 296/06) számú Állásfoglalás a „férfiak és a nők ábrázolásáról a reklámokban és a médiában“ a társadalmi nemi, főként női szerepek ábrázolása kérdéseit tárgyalja. Jelen tanulmány szempontjából ez a dokumentum kitüntetett jelentőséggel bír, ugyanis annak – a meglehetősen ritkán tapasztalható jelenségnek – lehetünk tanúi, amikor kultúrkritikai, azaz a kulturális állampolgárságot tárgyaló elgondolások összekapcsolódnak a kommunikációs szabályozás szférájával, illetve annak beszédmódjával. Ugyanakkor némileg szokatlan módon alapos kifejtését találhatjuk a – még a médiászociológusok által is gyakran gondosan került – média-effektusok kérdésének, ugyanis az Állásfoglalás konzekvens módon kapcsol össze szöveghez és produkcióhoz kapcsolódó reprezentációs kérdéseket egyes bizonyított vagy feltételezhető hatásmechanizmusokkal. Nem csak arról beszél a dokumentum, hogy hogyan nem való ábrázolni a nőket és a férfiakat a médiában, hanem igazságossági és méltányossági szempontok alapján meg is indokolja állításait. És végképp kuriózzummá avatja az Állásfoglalást, hogy olykor konkrét tartalmi ajánlásokat is tesz a társadalmi nemi szerepek ábrázolására vonatkozólag.

Az Állásfoglalás annak ellenére, hogy elismeri a tartalomszabályozás során felmerülő fogalmi nehézségeket, továbbá annak a folyamatnak az összetettségét, mely során médiatartalmak, médiahatások, társadalmi attitűdök és „kemény” szociológiai folyamatok kapcsolódnak össze, mindamellett megfogalmaz meglehetősen részletes tartalmi ajánlásokat, például, hogy a tömegkommunikációnak „a férfiak és a nők készségeire és képességeire vonatkozó sokoldalú és valóságghű képet” kellene támogatnia. A dokumentum ezen folyamat célját, „az emberi méltóság iránti tiszteletét és a nemi alapon történő diszkrimináció megszüntetését” „ezen elképzelések terjesztését célzó intézkedések” révén javasolja mint például:

- tudatosító kampányok;
- „a férfiak és a nők által betöltött társadalmi szerepek sokféleségét kifejező új elképzelések tanulmányozásának és létrehozásának” támogatása;
- „azon esetleges negatív hatások felismerése, amelyeket a nemi sztereotípiák gyakorolnak a közvélemény testi és lelki egészségére általában, különösképp pedig a fiatalokéra”;
- „önkéntes önszabályzó dokumentumok létrehozása és életbe léptetése”.

Az Állásfoglalás, jóllehet az EU-t szabályozó dokumentumok hierarchiájának alsó részén található, az úgynevezett nem kötelező érvényű (non-binding) intézkedések közé tartozik, mégis mint afféle rugalmas politikai eszköz, a közösségi politikai akarat fontos megjelenítőjének tekinthető.<sup>28</sup>

Aki esetleg úgy vélekedik, hogy ezen Állásfoglalás mint nem kötelező érvényű közösségi dokumentum nem jelenít meg olyan súlyt és befolyást, amely alapján megérné ekkora terjedelemben foglalkozni megállapításaival, annak figyelmébe ajánljuk, hogy az efféle közösségi dokumentumok ugyan formálisan nem kötelezőek, azonban forrásuk és előállításuk körülményei különféle mediaszabályozási helyzetekben (bíróági eljárások során, televíziós szerkesztőségi viták alkalmával, panaszbizottsági eljárások során) mint közösségi iránymutatások olykor segítik a döntéshozókat munkájuk során.

A Zöld Könyv a kiskorúak és az emberi méltóság érvényesülő védelméről az audiovizuális és információs szolgáltatásokban (*Green Paper on the Protection of Minors and Human Dignity In Audiovisual and Information Services, 1996*) a digitális technológiák révén létrejött új médiumok, illetve szolgáltatások szabályozásához ajánl vezérfonalat. A dokumentum a szabályozás indokoltságát arra alapozza, hogy – az új tartalmak vonatkozásában leginkább releváns – két kérdéskör, az emberi méltóságot sértő tartalmak és az ifjúság érdeke megjelenítenek egyes, a közlés szabadságát korlátozó közérdek-megfontolásokat. A Zöld Könyv – az olyan alapvető dokumentumok iránymutatása alapján mint az Emberi Jogok Európai Egyezménye, az Amszterdami Szerződés vagy a Határok Nélkül Televíziózásról szóló Irányelv –

---

<sup>28</sup> As manifestations of a commonly held political will, resolutions make it considerably easier to achieve a consensus in the Council, in addition to which they guarantee at least a minimum degree of correlation between decision-making hierarchies in the Community and the Member States.” Dr Klaus-Dieter Borchardt: The ABC of Community Law. European Commission

az ellentmondásos tartalmak szabályozása vonatkozásában megerősíti a korábbi modellt, melynek lényege, hogy a kifejezés szabadságát egyedül az olyan, a közérdek által indokolt megszorítások korlátozzák mint a magánélet sérthetlenségéhez, az emberi méltósághoz és a kiskorúak védelméhez fűződő jogok. A tágabb társadalompolitikai teendők vonatkozásában a Zöld Könyv kiemeli az önszabályozást és a médiaoktatást mint egy olyan demokratikus média elengedhetetlen elemeit, amely egyszerre képes két alapvető érték, a kifejezés szabadságát és a méltóság védelemét egyszerre biztosítani.

Az Európai Bizottság 1997-ben azzal a feladattal bízott meg egy szakértői bizottságot, hogy értékelje a Közösség audiovizuális politikájának irányát. A szakértői bizottság jelentése (A digitális kor: Európai audiovizuális politika, 1998) a kommunikáció és az igazságosság néhány fontos összefüggését azonosította. A média demokratikus szerepének értékelésekor a „szokásos” hozzáférési, tartalom-sokszínűségi és tájékoztatási megfontolásokon kívül a bizottság egy valamelyest újszerű (valamelyest az amerikai szólásszabadság-viták public forum elvére emlékeztető) szempontot is megfogalmazott a média szerepével kapcsolatban: *„...szolgáltatja azokat az eszközöket, melyek segítségével a szabad és demokratikus társadalmak működése alapvető feltételül szolgáló vita létrejöhet, mindamellet a piac magától nem feltétlenül fogja ezeket az eszközöket önmagától létrehozni.”* Sőt, a beszámoló a korábbi dokumentumokhoz képest részletesen kitér a média valóságkonstruáló, más szóval „performatív” szerepére is:

“[a média] meghatározó módon alakítja (és nem csak informálja) azokat a fogalmakat, hiedelmeket, továbbá a vizuális, szimbolikus és beszélt nyelveket, amelyeket az emberek a körülöttük lévő világ megértése és értelmezése során használnak. Ilyenformán a média befolyása kiterjed arra is, hogy mit gondolunk arról, hogy saját magunk kik vagyunk, vagy hogy hová tartozónak (vagy nem tartozónak) véljük magunkat a világon: más szóval, a média kulcsszerepet játszik kulturális identitásunk létrejötte folyamatában.”

A Tanács 1999-es állásfoglalása a közszolgálati médiáról (1999/C 30/01) megerősítette a média szerepét „a demokrácia, a pluralizmus, a társadalmi összetartás és a kulturális és nyelvi sokszínűség fenntartásában”. E dokumentum két egyformán fontos megfontolást tükröz. Egyrészt megerősíti a „mindenkihez szóló média” demokratikus szerepét, másrészt pedig leszögezi, hogy a minőségi meg-

fontolások mellett a nézettség is egyaránt fontos szempont a közmédia értékelésekor – mely mindkét szempont fontos lehet a nemzetiségi műsorok nézettségét befolyásoló műsorsáv-döntések megítélésekor. Új tartalmi, illetve a méltósággal kapcsolatos megfontolásokat ugyanakkor nem tartalmaz a dokumentum.

Az eddigiek alapján belátható, hogy az európai jogalkotók a tartalmi kérdéseket nem a jog által, hanem élő helyzetekben vitatkozó emberek, illetve intézmények interakciójaként képzik el, mely folyamatnak kulcseleme a média önszabályozása. Az önszabályozást tárgyaló 1999-es állásfoglalás (OJ C 283/2 of 6.10.99) a média-önszabályozást természetes módon a (helyi sajátosságokon alapuló) nemzeti keretek között tartja megvalósíthatónak. A dokumentum arra buzdítja a nemzeti szabályozó intézményeket, hogy katalizálják, támogassák az önszabályozás folyamatát, továbbá felhívja a figyelmet a nemzeti testületek, a médiaszervezetek és a közönség tapasztalatainak európai szintű cseréjének fontosságára.

Jelen tanulmány szempontjából a legfontosabb hazai szabályozói állásfoglalások a médiatörvény 3. paragrafusából származnak:

(1) A Magyar Köztársaságban a műsorszolgáltatás – e törvény keretei között – szabadon gyakorolható, az információk és a vélemények műsorszolgáltatás útján szabadon továbbíthatók, a nyilvános vételre szánt magyarországi és külföldi műsorok szabadon vehetők. A műsorszolgáltató – a törvény keretei között – önállóan határozza meg a műsorszolgáltatás tartalmát, és azért felelősséggel tartozik.

(2) A műsorszolgáltató köteles tiszteletben tartani a Magyar Köztársaság alkotmányos rendjét, tevékenysége nem sértheti az emberi jogokat, és nem lehet alkalmas a személyek, nemek, népek, nemzetek, a nemzeti, etnikai, nyelvi és más kisebbségek, továbbá valamely egyház vagy vallási csoport elleni gyűlölet keltésére.

(3) A műsorszolgáltatás nem irányulhat semmilyen kisebbség, sem bármely többség nyílt vagy burkolt megsértésére, kirekesztésére, annak faji szemponton alapuló bemutatására, elítélésére.

Az ORTT 2002-ben kiadott egy állásfoglalást a digitális tartalomszabályozás alapvonalairól (Országos Rádió és Televízió Testület, 2002). Az ajánlás a szólás-szabadság és más, a méltósághoz és az információhoz való hozzáféréshez fűződő emberi jogok, továbbá a kiskorúak védelme egyensúlyaként azonosítja a szabályozás lényegét. A hatályos hazai jog szerint bármiféle, a tartalommal kapcsolatos szólásszabadság-korlátozásnak (a digitális és a nem digitális médiában) az alábbi követelményeknek kell eleget tennie:

Bármely, a szólásszabadság korlátozásaként megnyilvánuló, valamely alapvető emberi jog védelmében alkotott rendelkezés tartalmát és eszközeit külön törvényben kell meghatározni.<sup>29</sup>

A szólásszabadság korlátozásakor figyelembe kell venni a proporcionalitás elvét.<sup>30</sup> Az emberi méltóság védelme szigorúan arra a személyre vonatkozik, akit személyesen ábrázoltak vagy idéztek.

Az elektronikus és a nyomtatott sajtó tartalmainak szabályozása így tehát a konkrétan ábrázolt, illetve megszólaltatott személyhez kötődik. Halmi Gábor (2002: 25) szerint a jelenlegi kommunikációs szabályozás fővonalai – a tanulmány témája szempontjából – nem szorulnak kiigazításra:

„...bármilyen nagy közönség számára szólnak is manapság a nyomtatott, és különösen az elektronikus médiumok útján közöltek, e jogok alanya – miként a néhány ember előtt beszélő embere esetében – továbbra is maga a vélemény nyilvánító személy, illetve személy, továbbá azok, akik elősegítik a kifejezést (kiadók, rádió-, tévé- és filmtársaságok stb.) A kommunikáció tömegessé válásából tehát nem következik a közönség jogalannyá válása.”

A médiatörvény kapcsán megjegyzi Halmi (2002: 73), hogy a „sokoldalúság, a tény- és időszerűség, és a tárgyilagosság alapelve” túl cseppfolyós fogalmak ahhoz, hogy a médiatörvényben legyenek, helyesebb lenne, ha a műsorszolgáltatási szabályzatok rendelkeznének e normák mibenlétéről. Jóllehet ezen elképzelés jól illeszkedik a „keveset de pontosan” maximával összefoglalható liberális szabályozási filozófiá-

<sup>29</sup> Ahogy azt az ORTT ajánlása idézi: 64/1991 (XII. 17.) sz. alkotmánybírósági atározat.

<sup>30</sup> Ahogy azt az ORTT ajánlása idézi: 20/1990. (X. 4.) sz. alkotmánybírósági határozat.

val, felmerül a kérdés, hogy miként kell értelmezni azt a tényt, hogy a kereskedelmi televíziók tevékenységét csak igen nagy ráhagyással befolyásolják saját belső etikai kódexük, mely tény megítélése azért is ütközik nehézségbe, mert – minthogy erről megfélemezett intézkedni kereskedelmi tévék tevékenységét szabályozó műsor-szolgáltatási szerződés – ezen etikai kódexek nem nyilvánosak.

A Visegrádi Jegyzőkönyv, a magyar elektronikus média újságíróinak önkéntes önszabályzó dokumentuma mint a hazai televíziós önszabályozás eddig egyetlen kísérlete ugyanakkor fontos normát fogalmaz meg a hátrányos helyzetben lévő emberek ábrázolásával kapcsolatban: „Hátrányos helyzetű embereket nem szabad szokatlan vagy extrém módon ábrázolni.” A visegrádi kezdeményezés státusa jelenleg elenyészőnek tűnik, mint arról rendszeresen tanúskodnak a média szakmai konferenciáin elhangzó vélemények (Csermely, 2001; Horvát, 2001/a & b).

A romák médiareprezentációja szabályozásának további kulcskérdéseit a nemzeti és etnikai kisebbségi jogok parlamenti biztosának 2004-es vizsgálata összegezte. Jelen dokumentum fókusza szempontjából a biztos az alábbi problematikus elemekre utaló panaszokat emelte ki:

1. „Az első körbe sorolhatók azok a beadványok, amelyek a média tájékoztatói funkciójával kapcsolatosak, konkrétan azt teszik kifogás tárgyává, hogy a nemzeti és etnikai kisebbségek életéről, a kisebbségi szervezetek működéséről, programjairól a média egyáltalán nem, vagy csak csekély terjedelemben tudósít.
2. A második csoportba azok a panaszok tartoznak, amelyek a nemzeti és etnikai kisebbségek anyanyelvi tájékoztatásával függnek össze: a beadványozók elsősorban azt tették szavá, hogy az anyanyelvű műsorok készítéséhez szükséges pénzügyi fedezet nem áll rendelkezésre, a meglévő – és folyamatosan csökkenő (az inflációs rátához nem igazodó) – keretből csak nagy erőfeszítéssel tudnak megfelelő színvonalú műsorokat készíteni.
3. A harmadik csoportba azok a panaszok sorolhatók, amelyek a műsorszórás rendjének a megváltoztatásával kapcsolatosak; gyakori kifogás, hogy a „célközönséggel”, illetőleg az azok képviselőitére jogosult önkormányza-

tokkal nem egyeztetett módon változtatják meg az egyes műsorok adásba kerülésének időpontját.

4. Csekély kivételtől eltekintve, elsősorban a roma szervezetektől érkeznek olyan panaszok, amelyek azt teszik kifogás tárgyává, hogy a média erősíti a cigánysággal szembeni sztereotípiákat, az előítéletességet, egyoldalú – általában pejoratív tartalmú – tájékoztatást nyújt a kisebbségről, illetőleg kigúnyolja az egyes (az adott közösségre a közvélekedés szerint jellemző) sajátosságokat.”

A biztos a további jogforrásokat emelte ki, melyek relevánsak lehetnek jelen tanulmány szempontjából:

- Az Alkotmány (68. §) kimondja: „a Magyar Köztársaság védelemben részesíti a nemzeti és etnikai kisebbségeket: biztosítja kollektív részvételüket a közéletben, saját kultúrájuk ápolását és anyanyelvük használatát...”
- A nemzeti és etnikai kisebbségek jogairól szóló 1993. évi LXXVII. törvény (Nektv.) (18. §): „A közszolgálati rádió és televízió – külön törvény rendelkezései szerint – biztosítja a nemzeti vagy etnikai kisebbségi műsorok rendszeres készítését és sugárzását”.
- A sajtóról szóló 1986. évi II. törvény (Stv.) 2. § (1): „A Magyar Köztársaságban mindenkinek joga van arra, hogy tájékoztatást kapjon szűkebb környezetét, hazáját, a világot érintő kérdésekben”. A biztos kiemeli: „Az Stv. szerint a sajtó feladata, hogy a hírközlés más eszközeivel összhangban, hiteles, pontos és gyors tájékoztatást nyújtson.”

A biztos a romák médiareprezentációjának fontos produkciósabályozási forrására mutat rá tanulmányában:

„Az Európa Tanács Nemzeti Kisebbségek Védelméről szóló Keretegyezményét és a Regionális vagy Kisebbségi Nyelvek Európai Kartáját 1999-ben Magyarország is ratifikálta, és ezzel vállalta megfelelő intézkedések megtételét annak érdekében, hogy a közszolgálati feladatokat ellátó média kisebbségi nyelveken készült műsorokat is programjába iktasson. Hazánk vállalta továbbá a

kisebbségi anyanyelvű sajtóorgánumok létesítését és fenntartását, a tömeg-tájékoztatási eszközök nem magyar nyelvű tudósításai elkészítéséből adódó többletköltségek fedezését, és a kisebbségi újságírók képzésének a támogatását is.”

A rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényből a biztos kiemeli:

„A közszolgálati műsorszolgáltató kötelessége elősegíteni a magyarországi nemzeti és etnikai kisebbségek kultúrájának és anyanyelvének ápolását, az anyanyelvükön való részletes tájékoztatást. E feladatot országos, illetve – a kisebbség földrajzi elhelyezkedésének figyelembe vételével – körzeti vagy helyi műsorszolgáltatással, a kisebbség igényeinek megfelelő műsorszámokkal kell teljesíteni. A médiatörvény előírja azt is, hogy a nemzetiségi műsorok időtartama sem országos, sem körzeti összesítésben nemzetiségenként nem lehet kevesebb, mint e törvény hatályaba lépésekor.”

A nemzeti és etnikai kisebbségi jogok parlamenti biztosának beszámolója összefoglalja az EBESZ ajánlásait a kisebbségi nyelveknek az elektronikus médiában betöltött szerepével kapcsolatban. A kisebbségi műsorszórás alapelvei közül a biztos kiemeli:

– a véleménynyilvánítás szabadságát:

„Minden személy – így a nemzeti kisebbségekhez tartozók – véleménynyilvánítási szabadsága magában foglalja azt a jogot, hogy az általuk választott nyelven és médiában információhoz jussanak, szabadon, államhatárokon tekintet nélkül továbbítsák azokat.”

– a kulturális és nyelvi sokszínűség fontosságát:

„Az államoknak garantálniuk kell a választás szabadságát a különböző nyelveken közvetített eszmék és információk megismerése, felhasználása során.”

– az önzonosság védelmét:

„Minden személy – ide értve a nemzeti kisebbséghez tartozókat – jogosult önzonossága megőrzésére és fejlesztésére, többek között anyanyelvének a műsorszóró médiában való használatával is.”

– és az egyenlőség és diszkriminációmentesség fontosságát:

„Mindenki – etnikai hovatartozásától, nyelvétől függetlenül – jogosult arra, hogy egyenlően és diszkriminációtól mentesen éljen a véleménynyilvánítás szabadságával, kifejezésre juttassa önazonosságát a műsorszóró médián keresztül is. Az államoknak hatékony intézkedésekkel kell biztosítaniuk, hogy a nemzeti kisebbséghez tartozók nyelvhasználatukat illetően tényleges egyenlőséget élvezzenek a műsorszóró médiában.“

Összegezve, romák médiareprezentációjával kapcsolatos nemzetközi és hazai szabályozások jelenlegi keretei kevésbé fogalmazzak meg konkrét szabályokat a romák reprezentációjával kapcsolatban, mint inkább kijelölik azokat a jogi, politikai és médiaproduktív kereteket, melyen belül a az érdekeltek létrehozhatják azokat a szabályokat és intézkedéseket, melyek az érdekeltek politikai akaratát kifejezve, megváltoztathatják a romák reprezentációjának jelenlegi gyakorlatát.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> A közelmúlt brit médiaszabályozási tapasztalatai is azt mutatják, hogy az európai szabályozás egyre távolodni kíván a konkrét tartalmi szabályozástól. Az Egyesült Királyság új médiahatósága (Office of Communications: Ofcom) által kiadott Broadcasting Code (2005) immár nem tárgyalja külön fejezetben az etnikai-bőrszínhez kötődő társadalmi csoportok médiaábrázolásának kérdését (ellentétben a Broadcasting Standards Commission és az Independent Television Commission korábbi, az Ofcom kódex által így felülírt kódexeivel). E döntését annak ellentéte tartotta fenn a hatóság, hogy a kódex társadalmi konzultációja során számos szervezet (például: Cultural Diversity Advisory Group to the Media, Commission for Racial Equality, The Ligali Organisation) jelezte, hogy nem ért egyet e szabályozási fordulattal. Jelen munka szempontjából a brit tapasztalatok azért érdekesek, mert megmutatják, hogy kevésbé az aprólékos, tartalmi ajánlásokban megnyilvánuló szabályozás a jövő, mint inkább az olyan folyamatoké, amelyek révén a szakma maga alkotja meg saját szabályait.

## Felhasznált irodalom

1996 I. sz. Törvény a rádiózásról és a televíziózásról.

Bernáth Gábor–Messing Vera (1998): „Vágóképként, csak némában” – Romák a magyarországi médiában. Budapest: Nemzeti és Etnikai Kisebbségi Hivatal.

Bernáth Gábor–Messing Vera (2001) 'Roma szereplők a "Barátok közt"-ben: Az első fecske' Médiakutató, 2001 Spring

Boltanski, L (1999/1993). *Distant Suffering. Morality, Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Simon Cottle (2000). *Media Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field*. In: S. Cottle (Ed.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Buckingham & Philadelphia: Open University Press.

Glen Creeber: "Hideously White". *British Television, Globalization, and National Identity. Television and New Media*. Vol. 5 No. 1, February 2004 27–39.

Egyezmény az emberi jogok és alapvető szabadságok védelméről

(Emberi Jogok Európai Egyezménye)

<http://www.im.hu/fooldal/cikk/cikk.phtml?cikkid=2108>

Martin Gilens (1999) *Why Americans Hate Welfare: Race, Media, and the Politics of Anti-Poverty Policy*. Chicago University of Chicago Press, 1999.

Hammer Ferenc (2001) 'Szegények a médiában' In: *A hír értékei. Etika és professzionizmus a mai magyar médiában*. Miklós Sükösd, Ákos Csermely (eds.) Publisher: Ákos Csermely, Budapest.

Hammer Ferenc (2006) *Közbeszéd és társadalmi igazságosság. A Fókusz szegénység-ábrázolásának értelmezése*. Budapest: Gondolat, előkészületben.

Horvát János (2001/a) Gondolatok az önszabályozásról. In Á. Csermely (Ed.), A média jövője 2001 (pp. 7-14). Budapest: Csermely Ákos (felelős kiadó).

Horvát János (2001/b) Szabályozás – önszabályozás. In Á. Csermely (Ed.), A média jövője 2001 (pp. 129-134). Budapest: Csermely Ákos (felelős kiadó).

Messing Vera (1998): 'Nemzeti és etnikai kisebbségek képe a magyar sajtó híreiben 1996 végén és 1997-ben'. Jel-Kép, 4.

Messing Vera. 2003. "Változás és állandóság. Kiköltöztetési konfliktus média-bemutatása a rendszerváltás előtt és után". Médiakutató. 4. 1. (Spring 2003): 56-73.

Kathryn Montgomery (1989) Target: Prime Time. Advocacy Groups and the Struggle over Entertainment Television. New York, Oxford: Oxford University Press.

OECD „Guidelines on the use of Minority Languages in the Broadcast Media”  
[www.osce.org/hcnm/documents/recommendations](http://www.osce.org/hcnm/documents/recommendations)

Országos Rádió és Televízió Testület (2000) "A kisebbségek bemutatásának néhány diszkriminatív eleme a magyarországi elektronikus médiában"  
[www.ortt.hu/magyar/publikaciok/01/ortt\\_tanulmany\\_kulsos.doc](http://www.ortt.hu/magyar/publikaciok/01/ortt_tanulmany_kulsos.doc)

David Sibley (1995) Geographies Of Exclusion. London & New York: Routledge.

Michael S. Stewart (2001) 'Depriváció, romák és az "underclass"'. Beszélő, 6-7/8, 2001. július-augusztus, pp. 82-94.

United Nations Development Programme. (2003) Avoiding the Dependency Trap (January) <http://www.romanothan.ro/engleza/reports/>

Vicsek Lilla (1997) "Cigánykép a magyar sajtóban" Szociológiai Szemle 3: 139-158.

Visegrad Papers: Voluntary Code of Ethics for Hungarian Broadcast Journalists