

Balogh Lidia<sup>1</sup>

Cigányzenész – roma hős?

Romák mint pozitív szereplők a médiában

A szerző kiindulópontja szerint a társadalmi kisebbségek méltányos médiareprezentációjához bármely társadalomnak jelentős hosszú távú érdeke fűződik. Ez a vélekedés azon a feltételezésen alapul, hogy a média fontos szerepet játszik a kisebbségi csoportok megítélésének alakításában, ezáltal pedig a társadalmi integráció előmozdításában, a különböző etnikai csoportok együttélésének megkönnyítésében, a társadalmi stabilitás megteremtésében. Jelen írás azt a kérdést vizsgálja – magyarországi kontextusban –, hogy milyen hatást válthatnak ki azok a pozitív történetek a médiában, amelyeknek hőse egy túlnyomórészt negatív sztereotípiáktól sújtott közösséghez tartozik; nevezetesen a roma kisebbséghez. A tanulmány két, egymáshoz kapcsolódó empirikus kutatás eredményeivel kívánja illusztrálni, hogy milyen kételyek, dilemmák és válaszok merülnek fel a hírmédiában megjelenő tartalmak előállítói – újságírók, szerkesztők – körében a kérdéskör kapcsán.

### *Elméletek a kisebbségek méltányos médiareprezentációja kapcsán*

Ha etnikai vagy faji kisebbségekről van szó, a média szerepének értékelésekor figyelembe kell venni, hogy a rasszizmusnak nem csak a nyílt gyűlöletben vagy megvetésben testet öltő, „klasszikus” változata jelenthet veszélyt, de a huszadik század utolsó évtizedei óta a nyugati világban kialakuló, „modern” formája is; rasszizmus alatt „egy olyan sajátos diskurzust vagy reprezentációs rendszert” is értve, amely „az egyenlőtlenségek, hierarchikus viszonyok nyelvi és képi valóságát megteremtik és fenntartják” – írja Feischmidt a „Rasszizmus és média” című áttekintő tanulmányában (2013: 120). Egyes politikai erők számára vitatható kisebbségi követelés lehet például az elismerésre, társadalmi megbecsültségre vonatkozó igény – McCrudden (2005) a társadalmi egyenlőség különböző felfogásainak bemutatásakor utal erre –, illetve egy kisebbségi csoport kifejezett igénye a pozitív(abb) médiareprezentációra. Mindennek kapcsán nem tévesztendő szem elől az a tényező, amelyre Van Dijk hívja fel a figyelmet az ezredfordulón megjelent „New(s) Racism” című, a „neorasszizmus” és a hírmédia viszonyát vizsgáló művében: vagyis, hogy a „fehér” közönség jelentős része ellenérdekeltnek érezheti magát a kisebbségek médiaképének javításában (2000: 37). Mindeközben pedig „a hírek előállítása során – csakúgy, mint bármely más termék esetében – a fogyasztók számának maximalizálása a cél” (Cottle 2000: 19–20), az újságírók és szerkesztők pedig „rutinszerűen döntenek el, hogy melyik történetnek van hírértéke és melyiknek nincs; mely történetekből lesz vezető anyag, és melyek a viszonylag jelentéktelen történetek; melyik történetre kell ráállni, és melyiket kell ejteni” (Hall et al. 1978: 53).

Amennyiben a kérdés kifejezetten az, hogy miként lehet – a többség számára is – kedvezőbbé, vonzóbbá tenni egy (hátrányos helyzetű) társadalmi kisebbség médiában megjelenő képét, figyelembe veendő a *framing* (vagyis a „keretezés”) jelentőségére vonatkozó elmélet is, amelynek egyik képviselője, Feinberg és Iyengar (2009) az „epizodikus keretezés” és a „tematikus keretezés” hatásainak különbségére hívja fel a figyelmet; az előbbi alatt azt a megközelítést értve, amikor konkrét, személyes történet, vagyis egy mozzanat („epizód”) révén kerül napirendre egy társadalmi jelenség, utóbbi alatt pedig azt, ha absztraktabb, illetve átfogóbb bemutatást kap a „téma”. Az utóbbi kutatók megkérdőjelezzik azt a közkeletű vélekedést – amelynek elterjedéséhez a lobbisták és az újságírók körében a PR-szakemberek is hozzájárultak –, hogy feltétlenül növeli a közönség érzékenységét, ha „arcot kap” egy-egy társadalmi jelenség: Feinberg és Iyengar szerint ugyanis az epizodikus ábrázolás magában hordozza annak kockázatát, hogy az adott történet szereplőjének egyéni

<sup>1</sup> MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, tudományos segédmunkatárs.

körülményeire, személyes tulajdonságaira helyeződik a hangsúly. Mastro és Tukachinsky, akik kutatásuk során azt vizsgálták, hogy miképp csökkenthetők egy hátrányos helyzetű etnikai csoporttal (az Egyesült Államokban élő hispán kisebbséggel) kapcsolatos negatív sztereotípiák, arra a következtetésre jutottak, hogy a domináns társadalmi csoport jóindulatának megnyeréséhez a pozitív kisebbségi „mintapéldányok” bemutatása nem egyértelműen hatékonyabb eszköz, mint a hátrányos helyzetű csoport „átlagos” tagjairól alkotott kép javítására irányuló reprezentációs módszerek (Mastro & Tukachinsky 2011).

A jelen tanulmány fókuszába helyezett kérdéskör, a roma közösségek médiareprezentációja tekintetében kiemelendő, hogy a romák ábrázolását Európa-szerte a problémaközpontúság határozza meg (Kroon, Kluknavska, Viliégenthart & Boomgarden 2016). Ennek kapcsán említendő meg, hogy a fehérség kritikai kutatása (*critical whiteness studies*) szemszögéből a romák médiareprezentációjára is alkalmazhatónak tűnik (Bogdan 2015) a dekonstrukciós stratégia (Hall 1997), amely szerint a negatív sztereotípiák belsejébe hatolva, azokat belülről feltárva és „lakhatatlanná” téve lehet fellépni a kedvezőtlen sztereotipikus ábrázolás ellen, mivel a negatív ábrázolás pozitívrá cserélése a gyakorlatban meglehetősen esélytelen vállalkozás. Mindazonáltal, az alábbiakban a pozitív reprezentáció erősítésére vonatkozó érvekről és ellenérvekről esik szó; abból a feltételezésből kiindulva, hogy ez a stratégia sem irreleváns, ha a sztereotípiák elleni küzdelem a cél.

### *Az empirikus kutatás koncepciója*

Az alább bemutatott – két ütemben megvalósított, interjúkra, valamint fókuszcsoportos beszélgetésekre alapuló – empirikus kutatás a hírmédiára, azon belül is a médiatartalmak létrejöttére, illetve azok létrehozóira – újságírókra és szerkesztőkre – irányult. A cél a „reprezentáció mint praxis” vizsgálata volt: vagyis annak elemzése, hogy a produkciós folyamatban milyen szerepet kapnak a hírérték-preferenciák, és milyen érdekek fűződ(het)nek az egyes témák bemutatásához (v. ö. Hammer 2006). Az elemzés alapvetően diskurzusként közelítette meg az interjúkat és a fókuszcsoportos beszélgetéseket (vagyis nem az előállítási folyamatok „valóságának feltárása” mint illuzórikus cél motiválta a vizsgálatot).

Az interjúalanyok, illetve a fókuszcsoportok résztvevői a beszélgetések során olyan történeteket ismertek meg, amelyeknek – a magyarországi társadalmi kontextus ismeretében – volt valamiféle burkolt etnikai aspektusa; nevezetesen, a történet hallgatóiban explicit utalás hiányában is felmerülhetett, hogy valamelyik kulcsszereplő roma. Kitalált, ugyanakkor életszerű, illetve a közelmúltban a valóságban megtörtént esetekre emlékeztető történetekről volt szó. Az összesen négy történet közül kettő bűncselekményekről szólt – a körülmények alapján az egyikben az elkövetővel, a másikban az áldozattal kapcsolatban vetődhetett fel, hogy a roma kisebbséghez tartozik –, a harmadik történet egy kulturális konfliktusként is felfogható rendbontási esetről, a negyedik pedig egy katasztrófa helyzetben életet mentő hősről. Az interjúalanyok, illetve a fókuszcsoport-résztvevők először azt a kérdést mérlegelhették egy-egy történet kapcsán, hogy hírértéke alapján adott esetben bekerülne-e az általuk képviselt lapba, illetve műsorba; igenlő válasz esetén pedig azt, hogy hogyan dolgoznák fel a történetet, különös tekintettel a szereplők (vélt) etnikai hovatartozására vonatkozó szempontokra. Ez utóbbi kapcsán említendő meg a feltételezés (Balogh 2009), amely szerint a magyarországi hírmédiát nemcsak az írott – és részletezett – etikai szabályok, de az íratlan szabályok kifejtetlensége is jellemzi az etnicitás (különös tekintettel a roma etnicitás) megjelenítésének-kezelésének kérdéskörét illetően.

### *Újságírókkal készült interjúk*

Az empirikus kutatás első ütemét egy 2013 őszén, újságírók és médiaszakemberek körében lebonyolított interjúsorozat jelentette, melynek explicit célja egy későbbiekben lebonyolítandó fókuszcsoporthoz tartozók kutatás előkészítése volt. Az összesen tíz interjút – vezérfonal alapján, félig strukturált formában – az ELTE BTK alapképzésben részt vevő hallgatói (és egy vendéghallgató) készítették, egy kutatószeminárium keretei között.

Az interjúsorozat elkészítésének motivációja kettős volt: a tartalmi célkitűzések (vagyis az interjúalanyok véleményének és tapasztalatainak megismerése) mellett a procedúrát (vagyis a kutatómódszertant) illető tanulságok összegyűjtése is kiemelten fontos volt. Ez utóbbi szempontot tekintve a kutatási fázis szerepe kifejezetten kísérleti volt. Megalapozottan sejthető volt ugyanis, hogy a kutatási kezdeményezés középpontjában álló kérdéskörre vonatkozóan – vagyis, hogy milyen szempontok szerint dől el a szerkesztőségekben a (potenciálisan) etnikai aspektussal bíró történetek sorsa – kevés kifejtett információt közölnek majd az interjúalanyok. Mindazonáltal, az interjúsorozat lebonyolításának egyik fő célja annak tesztelése volt, hogy hogyan reagálnak a célcsoportba tartozók – elsősorban újságírók és szerkesztők – a kiválasztott történetekre; vagyis annak felmérése, hogy a történetek alkalmazhatóak lesznek-e a kutatás következő, fókuszcsoporthoz tartozók alapuló fázisában.

Jelen tanulmány tárgyához az interjúsorozat során szerzett tapasztalatoknak az a része illeszthető, amely a pozitív történethez kapcsolódik (vagyis ahhoz, amelyben egy feltételezhetően roma származású szereplő kedvező színben tűnik fel). Ennek a történet-előképét egy valós – és nemzetközi szinten figyelmet kapott – eset jelentette: a Costa Concordia nevű üdülőhajó katasztrófája, amely 2012 januárjában süllyedt el a Földközi-tengeren. (Az áldozatok között volt egy magyar állampolgár, a hajó vendéglőjében cigányzenét játszó zenekar hegedűse, Fehér Sándor, aki a médiában megjelent tudósítások szerint aktívan bekapcsolódott a mentésbe; a kaotikussá váló helyzetben gyermekeket igyekezett megnyugtatni, illetve mentőmellénnyel ellátni, neki magának azonban végül nem sikerült lejutnia hajóról.) A hírtétek ebben az esetben viszonylag egyértelmű volt; inkább az volt a kérdés, hogy felmerül-e a főszereplő (roma) etnicitásának a kiemelése egy olyan esetben, amikor egy negatív előítéletektől sújtott társadalmi csoport tagja valami pozitívum – jelen esetben egy vitathatatlanul hősi tett – révén kerül a figyelem középpontjába.

A történet meghallgatását követően az egyik, magát romának valló interjúalany – egy fiatal nő, aki egy civil szervezet médiaprogramjának résztvevője volt – elutasította, hogy pozitív történet esetében hangsúlyt kapjon a szereplő etnicitása:

*Itt sem gondolom, hogy fontos az etnikum hangsúlyozása, abszolút nem. Ha pozitív a hír, ha negatív: ember. Pont.*

Nagyon hasonlóan vélekedett a másik, magát romának valló válaszadó is, aki egy kereskedelmi televíziócsatornánál, valamint egy civil hírportálnál dolgozik:

*Az a korrekt, hogy ha előítéletet nem gerjesztek, akkor pozitív diszkriminációt sem alkalmazok. Nekem ez [pozitív diszkrimináció] nem is létezik, ez egy annyira aljas kifejezés... Az a korrekt, hogy ha lehúznak, akkor is, ha magasztalnak, akkor is, egy út van: ember – ember.*

Ugyanez az interjúalany kétségbe vonta a pozitív történetben rejlő potenciált:

*Feltupírozni a kevéske pozitív anyagot, ami pozitív, a romákról? De ezzel nem lesz meg az egyensúly...*

Ugyanez a válaszadó azonban az interjú más pontján kifejtette, hogy a fenti megállapításokat a mainstream médiára érti: a romák médiareprezentációjának kérdése másképp vetődik fel egy olyan civil hírportálnak az esetében, amelynek a munkájában ő maga is részt vesz, és amelynek a célja kifejezetten az, hogy „apró példaképeket”, például elismert roma szakembereket vagy roma sportolókat, illetve „roma hétköznapi embereket” mutasson be, pozitív színben.

A roma médiaszakemberektől fent idézett véleményeknek ellentmondóan, az egyik vezető hírportál volt szerkesztője – aki nem roma – arról számolt be, hogy az általa ismert fiatal roma újságírók problematikusnak találják, hogy a mainstream média híreiben megjelenő sikeres, illetve pozitív szerepet betöltő roma személyiségek esetében nem kap említést az etnicitásuk – és szerintem ebben az esetben is ez volt tapasztalható:

*A Costa Concordián meghalt, egyébként világszerte hősként ünnepelt hegedűs, aki élete árán mentett meg egy gyereket, óriási magyar sikerként volt elkönyvelve. Nem azt írták, hogy egy cigányprimás mentette a gyereket, hanem azt, hogy egy magyar zenész.*

Világossá tette ugyanakkor, hogy ő maga más szempontok alapján döntene az etnicitás megjelenítéséről:

*Én azt tartom fontosnak, hogy csak akkor kerüljön szóba a származás, ha annak az egész ügy kontextusát tekintve van relevanciája.*

A liberális napilap volt szerkesztője felvetése szerint a történet hírértékét csökkentheti a hős kisebbségi háttere:

*Elég kevés pozitív példa kerül be az újságokba, bármilyen kisebbséggel kapcsolatban. Általában a negatív dolgokat szokták hozni bizonyos újságok.*

Ugyanakkor a Costa Concordia esetében – a történetre ő is emlékezett – érthetőnek tartotta a fokozott médiafigyelmet:

*Amikor ez a hajó felborult a Földközi-tengeren, és akkor ez a cigány, nagyon tehetséges hegedűs srác még az utolsó pillanatban is mentette a gyerekeket, és ott halt meg, akkor nálunk, a lapnál az egyik újságíró csinált erről egy történetet. Sőt, azt gondolom, hogy az egész magyar sajtó elég sokat foglalkozott vele. Nagyon sokan bulvárszempontról foglalkoztak vele, és nagyon sokan a kártérítéssel kapcsolatos ügyeket feszegették...*

Az online hírportál újságírója némi hezitálás követően az etnicitás explicit megjelenítése mellett döntött, figyelembe véve az adott körülményeket is (vagyis, hogy az eset külföldön történt):

*Lehet, hogy így kiegészítettem volna: „magyar cigányprimás” [...] És akkor magyar is, cigány is, hős is a zenész. Tehát, szerintem az egy érdekes adaléka a történetnek, hogy cigányzenész volt az illető. Szerintem ebben az esetben megemlíthető, hogy roma származású.*

A közszolgálati televíziónál, illetve egy egyházi rádiónál dolgozó újságíró az etnicitásra való bármilyen utalás kiküszöbölése mellett foglalt állást:

*Teljesen mindegy, hogy milyen zenét játszott, mondom, hogy blues-t vagy operettet vagy cigányzenét.*

A kulturális-közéleti portál szerkesztője illusztrált vezető anyag lehetőségét látta a történetben, az etnicitás implicit megjelenítésétől pedig nem zárkózott el:

*Azt, hogy cigányzenész, valószínűleg mondanánk, de az etnikai hovatartozást, hogy ő egy roma, nem hangsúlyoznánk, mert nyilvánvaló.*

Az ingyenes terjesztésű napilap szerkesztője – aki szerint, ha meg lehet szólaltatni a szereplőket, akkor a közönség számára nagyon érdekes történet kerekedhet az esetből – szintén az implicit megjelenítés felé hajlott:

*Nem tudom, mennyire lenne érdemes hangsúlyozni a roma származást, hiszen úgyis oda lenne írva, hogy cigányzenész, akkor ezzel már el is mondtál mindent.*

A kisebbségi kérdésekkel foglalkozó társadalomkutató szerint az interjú kérdéssorában szereplő történet „elérné az ingerküszöböt”, és a bulvármédia biztosan „lecsapna rá”. Az etnicitás implicit megjelenítését illetően árnyalt szempontokat vetett fel, utalva az esszencializmus veszélyére:

*Ha egy ilyen hírben kiemelik ezt, hogy cigányzenész, akkor az már valamit akar jelezni. De ebben az a csavar, hogy ez pont felerősíti azt a mítoszt – vagy előítéletet –, hogy a cigányokon belül a zenész cigányok, azok a sikeresek. És ez már elvezet oda, hogy a cigányok azok, akik már a bölcsőben elkezdnek hegedülni, meg mit tudom én, mit csinálni. Noha pozitív a történet, de mégis... ezt a mentális skatulyát még jobban megerősíti. Vagy tesz rá egy újabb lakatot.*

#### *Az interjúsorozat tapasztalatai*

A tartalmi eredményeket illetően, az interjúalanyok válaszai alapján sokszínű kép bontakozott ki: a beszélgetések során számos érdekes történetet és szempontot – és olykor kínzó dilemmákat – osztottak meg. A kutatási fázis eredményeinek összegzésekor bebizonyosodni tűnt ugyanakkor az is, hogy az egyéni interjúk módszere ezzel a célcsoporttal (újságírók, szerkesztők) nem garantál maximális hatékonyságot.

#### *A fókuszcsoportos kutatás indokoltsága*

Az interjúsorozat tapasztalatai az empirikus kutatás más módszeren alapuló folytatásának szükségessége, illetve a fókuszcsoport módszerének alkalmazása mellett szóló érvekké formálódtak át. Egyrészt, erősödött a feltevés, hogy az interjúmódszer aligha adhat alkalmat arra, hogy bizonyos – érdekek és értékek versengését magukban foglaló – döntési helyzeteket a maguk komplexitásában át lehessen látni; a fókuszcsoport viszont elősegítheti ezek elemzését – a kulcsszempontok és a motivációk, valamint az implicit mérlegelési elvek megfogalmazására inspirálhat. Másrészt felmerült, hogy fokozódhat a válaszadók motiváltsága a problémák megoldására, ha hozzájuk hasonló szakmai tapasztalatokkal rendelkező beszélgetőtársak, kollégák társaságában (ún. *peer group*-ban) vannak. Harmadrészt felvetődött, hogy egy-egy hipotetikus helyzetbe könnyebb lehet belehelyezkednie a kutatás alanyainak, ha a körülmények jobban adóttak a hétköznapi

környezetük kikapcsolására és a kutatási szituáció átélésére; például egy (lehetőség szerint) gondosan megszervezett fókuszcsoporthoz keretében: egy becsukott ajtajú szobában, beszélgetőtársakkal körülvéve.

A fókuszcsoporthoz mint módszer lényegileg kapcsolódik a kutatás hipotéziséhez, vagyis ahhoz, hogy az esetleges etnikai tényezők hírekben való meg(nem)jelenítésével kapcsolatos újságírói és szerkesztői rutindöntések mögött íratlan – vagy talán megfogalmazatlan – elvek és szempontok állnak. A fókuszcsoporthoz módszer társadalomtudományi alkalmazásának előnyeit illetően évtizedek óta konszenzus mutatkozik a nemzetközi szakmai diskurzusban; vagyis, hogy a fókuszcsoporthoz – a társas interakciók és csoportdinamika révén – olyan sajátos előnyökkel jár, amelyeket egyetlen más módszer sem tud nyújtani (Gibbs 1997); például magában hordozza annak ígéretét, hogy nyomon követhetjük az álláspontok artikulálódását, sőt, módosulását (Kitzinger & Barbour 1999). Ahogy Oblath Márton (2007) fogalmaz (egy magyar közönség számára írt módszertani útmutatóban): *„A fókuszcsoporthoz differentia specificája a diszkurzív szinergia.”* Oblath négy olyan típust azonosít kutatási kérdések, illetve témák tekintetében, amelyek esetében a fókuszcsoporthoz módszerének alkalmazása különösen indokolt és hasznos lehet – és ezek mindegyike releváns bizonyos szinten az etnicitás médiában való megjelenítése mint téma kapcsán:

- *„amelyekről az emberek hajlamosak azt gondolni, hogy nincs róla véleményük, vagy nincs elegendő személyes tapasztalatuk”;*
  - *„amelyek éppenséggel túl bonyolultak ahhoz, hogy segítség nélkül képesek legyünk átfogó képet alkotni róluk”;*
  - *„esetleg olyan jövőbeli helyzetekhez kapcsolódnak, amelyekben igen bizonytalan, hogy mely körülmények és miként befolyásolhatják az emberek magatartását”;*
  - *„egyszerűen olyanok, amelyekhez egy-egy ember nehezen találja meg önállóan a szavakat”* (Oblath 2007).
- 

A fentieket figyelembe véve igen erős, gyakorlatilag megdönthetetlen érvek szólnak a fókuszcsoporthoz alkalmazása mellett.

#### *A fókuszcsoporthoz összeállítása és lebonyolítása*

A csoportok összeállításánál az elsődleges szempont az volt, hogy az egyik csoportba „roma” – azaz magukat romának valló –, a másik csoportba pedig „nem roma” újságírók kerüljenek. Ez a módszertani megoldás, vagyis az etnikailag „szegregált” csoportok szervezése lényegileg összefüggött azzal a feltételezéssel, amelyet a korábban készített interjúk eredményei alapján tettünk: hogy a kisebbségek – magyarországi kontextusban pedig leginkább és elsősorban a romák – médiareprezentációjának kérdései kibeszéletlen témát jelentenek a hazai újságírók számára. Ennek alapján nem volt kizárható, hogy a roma és nem roma újságírók részéről más-más szempontok merülnek fel a kérdések kapcsán. Ezeknek a szempontoknak az azonosítására és megvitatására azonban nem feltétlenül alkalmas egy olyan közeg, amelyben a résztvevők óhatatlanul nem csak szakemberekként – médiamunkásokként – vannak jelen, de bizonyos mértékig a kirekesztett és a kirekesztő társadalmi csoport képviselőiként is. A kutatás hatékonyságának fokozása szempontjából tehát indokoltnak tűnt az „elkülönítés”, és ugyanez tűnt helyes megoldásnak etikai szempontból is; az arra való törekvés jegyében, hogy a kutatás résztvevői minél biztonságosabb és kényelmesebb légkörben oszthassák meg a tapasztalataikat, vethessék össze a nézeteiket, és alakíthassanak ki esetleg új, közös vagy egyéni álláspontokat. Ezt az álláspontot osztják Bloor és szerzőtársai, akik szenzitív témák esetében kifejezetten ajánlják a fókuszcsoporthoz módszerét, illetve azt, hogy hasonló helyzetben

lévők kerüljenek egy csoportba, mivel a baráti-kollegiális társas közeg bátorítólag hathat a résztvevőkre, hogy megosszanak olyan véleményeket is, amelyeket egy interjú során talán nem osztanának meg. Másfelől az is felvethető, ismét, hogy nehéz és érzékeny témák esetén az oldott baráti légkör, illetve a „sorstársi” közösség akár előnyös is lehet a vita produktivitását tekintve (Bloor et al. 2001).

A fókuszcsoporthoz összeállításánál fontos szerepet játszott a heterogenitásra való törekvés a szakmai profil, illetve intézményi háttér tekintetében. A „roma csoport”-nak négy résztvevője volt: egy roma civil hírportálnál dolgozó újságíró, egy kormányzati sajtómunkatárs, egy közszolgálati televíziónál dolgozó szerkesztő-műsorvezető és egy kereskedelmi televíziónál dolgozó riporter-szerkesztő. A „nem-roma csoport” résztvevői heten voltak: az egyik vezető hírportál újságíró-szerkesztője, egy szintén vezető hírportál újságírója, egy közéleti hetilaphoz kapcsolódó hírportál újságírója, egy baloldali<sup>3</sup> politikai napilap újságírója, egy (többek között újságírókat oktató) fotós; egy független<sup>4</sup> hírportál újságírója, egy konzervatív<sup>5</sup> politikai napilap szerkesztő-újságírója.

Mindkét fókuszcsoporthoz ugyanazon a héten zajlott, 2014 márciusában.

A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések résztvevői az interjúk során használtakhoz hasonló történeteket hallgattak és vitattak meg, az interjúk során feltett kérdések alapján (bekerülne-e a történet, hogyan dolgoznák fel, mit kezdenének az etnikai aspektussal). A következő részek (visszatérő) témaegységek, vagyis szekvenciák szerinti bontásban mutatják be a pozitív történethez kapcsolódó beszélgetésrészek tartalmát: idézőjeles kiemelés jelzi az egységeket meghatározó állításokat és kérdéseket, amelyek esetenként csak implicit módon jelentek meg (vagyis nem hangzottak el feltétlenül az idézőjelben szereplő formában).

Pozitív – vagyis kisebbségi csoporthoz tartozó „hős”-ről szóló – történetként az interjúsorozat során is tárgyalt Costa Concordia-esetre emlékeztető, rövid elbeszélés került be a forgatókönyvbe. Absztrakcióra csupán annyiban került sor, hogy a szövegben nem szerepelt semmilyen konkrétum (földrajzi név, a hajó neve stb.), tehát elvileg nem volt muszáj a konkrét 2012-es esetre gondolni. A történet meghallgatását követően azonban mindkét csoport (nem meglepő módon) a Costa Concordia katasztrófáját és Fehér Sándor alakját idézte fel, az eset megbeszélésekor pedig a valós történet körülményeiből indultak ki a résztvevők.

### *Roma újságírók csoportja*

A történet meghallgatását követő másodpercnyi csönd után a csoport egyik tagja – egy kereskedelmi televízió szerkesztő-riportere – az esethez fűződő személyes emlékét idézte fel:

*Elég borzalmas. Mikor még nem derült ki, hogy meghalt, a testvérével forgattam, és olyan szörnyű volt; mondta, hogy: „Biztos él, biztos él!”. És már pontosan tudtuk, hogy, aha...*

„Magyar vagy roma hősként szerepelt Fehér Sándor a médiában?” – a csoport tagjai számára Fehér Sándor roma származása, illetve háttere nem volt kétséges, azt illetően viszont vita alakult ki, hogy vajon a (magyarországi) többségi társadalom, illetve a nemzetközi közönség

<sup>3</sup> A közfelfogás szerint ez a lap baloldali irányultságú, ugyanakkor ennek a címkének az alkalmazhatósága a szóban forgó médiaorgánum esetében nem minden szempontból megkérdőjelezhetetlen.

<sup>4</sup> Ez a portál, legalábbis az indulásakor, „független”-ként definiálta magát, az ilyen (ön)besorolások azonban természetesen megkérdőjelezhetőek lehetnek.

<sup>5</sup> A közfelfogás szerint ez a lap konzervatív beállítottságú; jóllehet, ez a besorolás tudományos – politikatudományi – szempontból nem feltétlenül szabatos.

szemében Fehér romaként, „magyarként”, esetleg „magyar cigány”-ként jelent-e meg. A problémát a civil hírportál újságírója vetette fel (miután beszámolt arról, hogy az általa képviselt portál korábban interjút készített Fehérrel, amelyet a katasztrófát követően a külföldi média felhasznált):

*Az tök érdekes kérdés, hogy... hogy pár nap alatt szivárgott csak be a többségi médiába. Nem tudom hány nap kellett hozzá, hogy felmérjék, hogy ez egy pozitív hír [...] Hamarabb ment le a BBC-n, vagy hol, mint itthon. [...] Nem tudom, hogy alakult volna, hogy ha... az egy nem roma lett volna. Hanem egy magyar hős.*

A kereskedelmi televíziónál dolgozó szerkesztő-riporter szerint:

*Valószínűleg a többség azt mondja, hogy magyar hős.*

A közszolgálati televíziónál dolgozó résztvevő pontosítást fűzött az elhangzottakhoz:

*Ez külföldön úgy ment, hogy magyar cigány.*

A civil újságíró konklúziója végül az alábbi volt:

*Igazából... az egészséges, lehet, hogy az lett volna, hogy a többségnek a Fehér Sándor egy magyar hős lett volna, nekünk meg egy cigány hős.*

„A romáknak vagy a többségnek van szüksége roma példaképekre?” – a beszélgetés előző részéhez szorosan kapcsolódó kérdés a kormányzati szférában dolgozó sajtóreferens felvetése nyomán került fel a napirendre, és generált erősen polarizált, az álláspontok közeledése nélkül lezajló vitát:

*Na, itt lenne egyébként baromi nagy szerepe a roma újságírónak, a roma médiában. Mert egyébként nem biztos, hogy a többségi társadalom szempontjából annyira fontos, hogy roma volt vagy nem. Viszont a romák számára nagyon-nagyon fontos.*

A vitában az egyik markáns álláspontot a kereskedelmi televíziónál dolgozó újságíró képviselte:

*Én evvel nem értek egyet. Miért ne lenne fontos a többségiek számára?*

A kormányzati sajtómunkatárs markáns ellenvéleményt fogalmazott meg:

*Hagyjad már. Hát ez csak rossz irányba viszi az egészet. [nevetés] Hát miért kéne... Hát most „bezzegcigányt” csináljunk? A cigányoknak mutassunk egy „bezzegcigányt”, hogy legyenek példaképek. A nem cigányok számára most mitől lesz példakép?!*

A beszélgetés egy pontján kiderült, hogy ezt a résztvevőt a példaképállítás ügye, méghozzá konkrétan Fehér Sándorral kapcsolatban, személyesen is érintette:

*Jó, most akkor elmondom azt a sztorit... Amikor megírtam, hogy legyen egy emlékműve a Fehér Sándornak, akkor [egy roma civil csoportban] még mondták is, hogy tök jó lenne, ha mi összedobnánk rá. [...] Hogy egy romának emléket*

*állítanak a romák, szerintem ez nagyon jó üzenet lett volna. Azért gáncsolták el az egészet, mert hogy úgyis kapnak sok kártérítést, és így majd intézzék a kártérítésből... az anyukája... [...] és ne mi adjunk erre pénzt. Tehát, amíg ennyire nem látjuk át a sztorit, addig nincs miről beszélni.*

A kérdést illetően – hogy a többség vagy a közösség felé van szükség üzenetekre – ezúttal is civil portál újságírója fogalmazott meg a fentitől eltérő álláspontot, visszakanyarodva a média szerepére:

*Jó, de ez egy eset... [...] Az egy cél lenne, hogy pozitív szereplőket állítsunk [...] És az biztos hatna a többségre.*

„Sokféle szerepben kellene bemutatni a romákat” – ezt a nézetet a közmédiában dolgozó televíziós újságíró osztotta meg a csoporttal, mintegy azzal a szándékkal, hogy integrálja a vita során elkülönült álláspontokat:

*Mind a kettőtöknek szerintem igaza van, hogy a többségi társadalom tagjainak is lehet az egy példa, hogy ott van egy roma művész, és nem csak festő, nem csak zenész – mert ugye, ez is egy sztereotípiája, hogy a cigányok csak zenében jók. Meg a táncban, csak az ilyen művészeti dolgokban. De ha bemutatok például egy agysebészt, vagy bemutatok egy fotómodellt, aki testépítéssel foglalkozik...*

„Zenész romákat egyáltalán nem kellene bemutatni” – a kereskedelmi televízió riporterének reakcióját az előző felvetésre így is lehetett érteni:

*A Daróczi Jani mondta – mert én is dolgoztam vele az MTV-ben együtt –, hogy „nem kellene zenészeket mutatni! Azt tudják –a többség –, hogy tudunk zenélni meg táncolni. Mutassunk be inkább hétköznapi embereket: orvost, mérnököt...”*

A kormányzati szférában dolgozó résztvevő szerint azonban ez az álláspont – a Costa Concordia-esetét figyelembe véve – árnyalásra szorul:

*Na, jó, de ilyen szerepben azért be lehet mutatni egy roma zenészt...*

„Nem fontos a származásról beszélni” – a közszolgálati televízió munkatársa a pozitív médiareprezentáció kapcsán vitt végig egy érvet (amelyre nem érkezett reakció a csoport tagjaitól):

*Én egy éve dolgozom a [...] kulturális magazinban, ahol roma embereket mutatunk be, különböző művészeket, és [...] egyedüli roma vagyok a csapatban [...] És nagyon sokszor [...] összeveszünk, hogy fontos-e arról beszélni, hogy cigány... hogy hogyan éli meg a cigányságát egy cigány művész, vagy mennyire nehéz neki, hogy a sorsáról beszéljünk. És mindig más konklúzióra jutunk. Például énszerintem nem fontos megemlíteni, hogy cigány származású valaki, mert látjuk. A kép többet mond sokszor, mint [...] egy narráció vagy bármi.[...] Szerintem mind a két közönségnek van szüksége a pozitív dolgokra.*

Ugyanezt a gondolatot egy népszerű roma előadóművész „piacképessége” kapcsán ismét felvetette a közszolgálati televíziónál dolgozó újságíró:

*Tényleg kérdés előttem még mindig az, hogy fontos-e az, hogy beszéljünk valakinek a cigány származásáról. [...] Már közhellyé válik például, hogy Caramel az első cigány származású ember, aki Magyarországon egy olyan reklámban szerepelt, ami nem cigányokról szól, vagy nem cigányok a célközönség. [...] Caramel mindenki számára tök jó példa. A nem romák is tőkre szeretik. Az egyik leghíresebb, legjobb hazai zenei előadó [...] De szerintem el kell jutni addig a szintig... [...] hogy ne kelljen valakinek a származásáról beszélni.*

„Látunk-e romákat a népszerű televízióműsorokban?” – ezt a kérdést illetően a kereskedelmi televízió újságírója úgy vélte, hogy:

*Ha megnézzük a két szappanoperát, szerintem ott nincsen roma színész. [...] A legszerényebb becslések szerint is a társadalom hat-nyolc százaléka roma, és ha megnézed a szereplők gárdáját...*

A közszolgálati televíziónál dolgozó szerkesztő-újságíró helyeslőleg tette hozzá:

*Pedig vannak jó színészeink is. És azt gondolom, hogy találnának.*

„Van-e igénye a többségi közönségnek pozitív roma szereplőkre?” – ez a probléma a közszolgálati televíziónál dolgozó újságíró egy újabb felvetése kapcsán került napirendre, amelyben eredetileg a közszolgálati és a kereskedelmi televíziók befolyásoló erejét vetette össze a romákról közvetített kép pozitívabbá tétele szempontjából:

*Szerintem ez is nagyon fontos, hogy hol találjuk ezeket. Vagy hogyan tudjuk úgy bemutatni, úgy eladni, hogy „brand” legyen ez; hogy ne legyen ciki cigányokról filmet nézni.*

A témához először kereskedelmi médiában dolgozó résztvevő szólt hozzá:

*Szerintem erről komoly felmérések vannak, hogy ez alapján döntenek el.*

A kormányzati szférában dolgozó résztvevő szkepticizmusának adott hangot:

*Nincs rá igény. [...] Sokkal inkább azt váltaná ki az emberekből, hogy esténként, amikor hazajövök, leülök, elegendő van belőlük, nem fogok egy cigányt [nézni].*

Ugyanő tette hozzá:

*A Győzike Show-t sem azért nézték... [...] Nem a viccein nevettek, hanem kinevették.*

A közszolgálati televízió újságírója egy anekdotikus elemmel – egy szakmai élménye megosztásával – vitt fordulatot a vitába:

*Én nagyon sokat vitatkoztam erről, bent az [egyik kereskedelmi csatornánál], nem olyan régen. Bemutattak, egy évvel ezelőtt, egy anyagot: volt ez a zenész, aki ilyen mulatós zenét játszik... [...] És tök hülyének mutatták be. És tök gazdagnak. Egy cigány vagy nagyon gazdag, vagy nagyon szegény. Én akkor megkérdeztem, hogy:*

*„Erre van szüksége a népnek!?” Azt mondta az aktuális szerkesztő: „Nem. A népnek arra van szüksége, amit mi adunk nekik.”*

Ezt követően az egyik vitapartner, a kereskedelmi televízió újságírója már a fenti véleményt osztotta (vagyis nem a nézői, hanem a szolgáltatói preferenciákat vélte meghatározónak a médiatartalom alakulásában):

*Szerintem a két nagy kereskedelmi csatorna, kis túlzással, bármit ad, azt fogják [fogyasztani]...*

Megjegyzendő még, hogy a beszélgetés ezen szakaszában – vagyis a negyedik történethez kapcsolódóan – egyetlen olyan megnyilvánulás volt, amely egyhangúlag pozitív visszajelzéseket váltott ki a csoport többi tagjából: amikor a civil újságíró említést tett az általa képviselt portál kezdeményezéséről a roma előadóművészek láthatóvá tételéért:

*Ezernyi zenészt megkérdeztünk. [...] igazából szinte csak ezt csináltuk az utóbbi három évben. [...] ha valaki akar keresni roma zenészt, akkor az beüti [...], és majdnem mindenkiről van videó vagy valami.*

*Nem roma újságírók csoportja*

„Roma volt-e a Costa Concordia magyar hőse?” – Miután meghallgatták, és valóságos esetként azonosították a történetet, a „nem-roma csoport”-ban ez a kérdés merült fel először. Igaz, csak az egyik résztvevő – a baloldali napilap újságírója – részéről, akit nagyon meglepett a többiek válasza, mármint az, hogy Fehér Sándor, a 2012-es hajóatasztrófa magyar áldozata, roma származású volt: a történetet ismerte, a főszereplőt viszont nem romaként tartotta számon. „Kiemelendő-e a pozitív szereplő roma háttere?” – Az érdemi kérdés ez volt a történet kapcsán. A konzervatív napilap szerkesztő-újságírója egyértelmű igennel válaszolt,

*Fotót is hoztunk róla, beszámoltunk róla, és azt gondolom, hogy ez esetben szerintem annak az elhallgatása lenne problematikus, hogy ő milyen származású, nem pedig a megemlézése. Annál is inkább, mert ez az a hír, ami alkalmas arra, hogy a hangsúlyos megjelenítésével a média – teljesen a szakma szabályai szerint eljárva és a valósághoz igazodva – oldja, gyengítse a negatív sztereotípiákat.*

Ugyanez a résztvevő úgy vélte, hogy a Costa Concordia-ügy médiareprezentációja ilyen szempontból megfelelő volt.

*A Costa Concordiának az esete [...] globális érdeklődést kiváltó hír volt. Önmagában az, hogy van magyar szála, már érdekes, és így meg aztán pláne érdekes [...] A magyar sajtó szerintem erről beszámolt egész tisztességesen. És pozitívan.*

A fotós szerint felmerül az esszencializmus veszélye:

*Egy cigányzenész. Ennél sztereotipikusabb cigány nem lehet, szerintem.*

A későbbiek során ez a résztvevő volt az, aki az önkéntes identitásválasztás elve alapján a konkrét esetben – egy halottról lévén szó – aggályosnak találta az etnikai hovatartozás kiemelését, például egy újságcikkben.

Felmerült az a kifogás is, hogy a megkülönböztetés még akkor sem feltétlenül kívánatos, ha pozitív, másrészt viszont megfogalmazódott az a vélemény, hogy ilyen esetekben a hős etnikai hátterének lenne kifogásolható, mivel az ilyen történetek segíthetnek a negatív társadalmi sztereotípiák leküzdésében. „Hogyan azonosítja magát az érintett?” – az első kérdés a baloldali napilap újságírója részéről merült fel:

*Önkéntes identitásválasztásban hiszek – én, például. Nem kérdeztük meg Fehér Sándortól, hogy ő minek tartotta magát.*

A konzervatív lap újságírója viszont a konkrét esettel kapcsolatban ezt az aggályt eloszlatatónak találta:

*De én úgy emlékszem, hogy a családja nyilatkozott, és a családja számára ez nem volt kérdés. Tehát, nem vetődött fel problémaként, hogy ő most cigány vagy nem cigány. Ők erre büszkék is voltak, valószínűleg.*

„Milyen műfajú közleményben lehet a (pozitív) szereplő etnicitását tárgyalni?” – ezt a kérdést a kisebbségi háttér megjeleníthetőségét illetően az egyik vezető hírportál újságírója vetette fel:

*Viszont, azt én nem tudom elképzelni egy újságcikkről, hogy azt írja, hogy a roma nemtudomén-kicsoda. [...] azt inkább egy publicisztikában tudom elképzelni.*

„Előnyben részesítésnek tekinthető-e az etnicitás feltüntetése (pozitív kontextusban)?” – ezt a kételety a fotósként és trénerként résztvevő fogalmazta meg:

*Legyen önkéntes az identitásválasztás... dönthesse el ő azt...*

A baloldali napilap újságírója nem találta relevánsnak a felvetést (és a diskurzusnak ez a szála végül lezáratlan maradt):

*A pozitív diszkrimináció, az, mondjuk, nem mond ellent az önkéntes identitásválasztásnak.*

#### *A fókuszcsoporthoz tapasztalatai*

A fókuszcsoporthoz beszélgetések során megfogalmazott vélemények – a várakozásoknak megfelelően – igen összetettek és cizelláltak. Mindazonáltal, mindkét csoport résztvevői számára magától értetődőnek tűnt, hogy a médiának szerepe van a sztereotípiák, és ezáltal a társadalmi légkör alakulásában. Ezzel összefüggésben, mindkét csoport esetében hangsúlyosan merült a magyarországi társadalom előítéletessége a roma kisebbséggel szemben mint egy olyan tényező, amelyet az újságírónak messzemenőkéig figyelembe kell vennie a munkája során.

Ami a konklúziókat illeti, a meg tapasztalt nehézségek és akadályok ellenére is a „roma csoport” tűnt optimistábbnak bizonyos célok elérése tekintetében. Noha azt illetően nem volt körükben egyetértés, hogy a (többségi) társadalom gondolkodásának megváltoztatására képes lehet-e a sajtó, szóba került például a média ereje a társadalmi integrációért felelős döntéshozókra való nyomásgyakorlását illetően. A „nem-roma csoport” esetében meghatározóbbnak tűnt a szkepszis a társadalmi helyzet megváltoztatásának,

visszafordításának esélyére vonatkozóan, illetve felvetődött, hogy a társadalmi problémák megoldása nem feltétlenül a média feladata.

### *Záró gondolatok*

Az etnicitás médiában való megjelenítésének általánosabb kérdésköre kapcsán a kutatás előzetes feltevése az volt, hogy a problémák artikulátlansága, kibeszéletlensége a meghatározó – erre vonatkozóan hangsúlyosan említhető az egyik interjúalany (egy ingyenes terjesztésű napilap szerkesztője) által alkotott diagnózis, aki egyrészt megerősíti a feltevést, másrészt Magyarországon túlnyúlónak, illetve regionálisnak sejtí a jelenséget:

*[...] a fejlődő és a kelet-európai országokra jellemző, hogy nincsenek egységes iránymutatások, nem igazán vitatkozik, és beszéli ki az etnikai kérdéseket, nem a média termeli ki ezeket, hanem csak fut az események után.*

Ami a jelen írás szűkebb fókuszát, vagyis a roma kisebbségre vonatkozó negatív sztereotípiák elleni stratégiák körében a pozitív történetek szerepét illeti, nem kaptunk egyértelmű választ. Az interjúk és a fókuszcsoportos beszélgetések eredményei alapján egyáltalán nem látszik egyetértés a tekintetben, hogy a „roma hősök” médiában való szerepeltetése feltétlenül kívánatos volna; sokkal hangsúlyosabbak azok a vélemények, amelyek szerint a romákról a többségi társadalomban kialakult kép javítása komplex feladat, amely túlnyúlik a média hatókörén, illetve függ a romák önképének javítására irányuló erőfeszítések sikerétől (vagy sikertelenségétől).

### Bibliográfia

- Balogh Lídia (2009): Etnikai adatok kezelése a magyarországi sajtóban. *Föld-rész*, 2. évf., 3–4. sz., 81–91. o.
- Bloor, Michael, Jane Frankland, Michelle Thomas & Kate Robson (2001): Trends and uses of focus group. In *Focus Groups in Social Research*, pp. 1–18. London: SAGE.
- Bogdan, Maria (2015): The Role of Media Representation in Knowledge Production About Roma. *Roma Rights*, no. 2. (Nothing About Us Without Us? Roma Participation in Policy Making and Knowledge Production). <http://www.errc.org/article/roma-rights-2-2015-nothing-about-us-without-us-roma-participation-in-policy-making-and-knowledge-production/4433/10> (utolsó letöltés: 2016. XII. 18.)
- Cottle, Simon (2000): Media research and ethnic minorities: Mapping the field. In Simon Cottle (ed.): *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, pp. 1–30. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Entman, Robert M. (1992): Blacks in the news: Television, modern racism and cultural change. *Journalism Quarterly*, vol. 69, no. 2, pp. 341–361.
- Feinberg, Jane & Shanto Iyengar (2009): How Framing Influences Citizen Understanding of Public Issues. An Interview with Shanto Iyengar, a Leading Scholar on Frame Effects. Washington D.C.: FrameWorks Institute. <http://www.frameworksinstitute.org/assets/files/iyengarinterview2009.pdf> (utolsó letöltés: 2016. XII. 18.)
- Feischmidt Margit (2013): Rasszizmus és média. Elméleti megközelítések. In Bogdán Mária, Feischmidt Margit & Guld Ádám (szerk.): *„Csak másban”: Romareprezentáció a magyar médiában*, 111–140. o. Budapest & Pécs: Gondolat Kiadó & PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.

- Gibbs, Anita (1997): Focus Groups. *Social Research Update* vol. 19, Winter.
- Hall, Stuart, Chas Critcher, Tony Jefferson, John N. Clarke & Brian Roberts (1978): *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. London: Palgrave Macmillan.
- Hall, Stuart (1997) *Representation & the Media. Transcript*. Northampton: Meda Education Foundation. <http://www.mediaed.org/transcripts/Stuart-Hall-Representation-and-the-Media-Transcript.pdf> (utolsó letöltés: 2016. XII. 18.)
- Hammer Ferenc (2006): *Közbeszéd és társadalmi igazságosság. A Fókusz szegénységábrázolásának értelmezése*. Budapest: Gondolat.
- Kitzinger, Jenny & Rosaline S. Barbour (1999): Introduction: the challenge and promise of focus groups. In Rosaline S. Barbour and Jenny Kitzinger (eds.): *Developing Focus Group Research: Politics, Theory and Practice*, pp. 1–20. London: SAGE.
- Kroon, Anne C., Alena Kluknavská, Rens Vliegthart & Hajo G. Boomgaarden (2016): Victims or Perpetrators? Explaining Media Framing of Roma across Europe. *European Journal of Communication*, vol. 31, no. 4, pp. 375–92.
- Mastro, Dana & Riva Tukachinsky (2011): The Influence of Exemplar Versus Prototype-Based Media Primes on Racial/Ethnic Evaluations. *Journal of Communication* vol. 61, no. 5, pp. 916–937.
- McCrudden, Christopher (2005): Thinking about the Discrimination Directives. *European Anti-Discrimination Law Review*, vol. 1, no. 18, pp. 17–23.
- Oblath Márton (2007): A fókuszcsoporth. In Feischmidt Margit & Kovács Éva (szerk.): *Kvalitatív módszerek az empirikus társadalom- és kultúrakutatásban: Egyetemi tankönyv és szöveggyűjtemény*. Budapest: ELTE BTK Művészetelméleti és Médiakutató Intézet.
- Van Dijk, Teun A. (2000): New(s) Racism: A discourse analytical approach. In Simon Cottle (ed.): *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, pp. 33–49. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.