

Csurgó Bernadett - Rác Andrea

A többség képernyőjén keresztül ...

A romák társadalmi helyzetével és médiában való megjelenésével kapcsolatos lakossági vélemények

Jelen tanulmány egy, a romák társadalmi helyzetével és médiában való megjelenésével kapcsolatos lakossági véleményeket vizsgáló kérdőíves felmérés eredményeit mutatja be. A tanulmány alapját jelentő kutatás¹ keretében a romákkal kapcsolatos lakossági attitűdöket mértük fel, a velük szemben megnyilvánuló vélekedéseket, előítéleteket, valamint azt, hogy a romák média-megjelenéséről hogyan vélekedik a lakosság.² Az országos reprezentatív felnőtt lakosságra vonatkozó attitűdfelmérés célja a lakossági vélemények feltárása volt a médiahatások és a romákkal kapcsolatos vélemények, magatartásmódok formálódása közötti összefüggések alakulásáról. A média-reprezentációval kapcsolatos lakossági attitűdökön túl a kérdőíves felmérés arra is választ ad, hogy mely média eszközöket tartják a leghatékonyabbnak a felnőtt lakosság tagjai, mely eszközök érik el szerintük leginkább a célt annak érdekében, hogy pozitív irányú vélemény- és magatartásformálódást lehessen elérni a romák társadalmi megítélését illetően.

Az etnikai kisebbségek és a média kapcsolatát vizsgáló hazai és nemzetközi kutatások többsége a kisebbségek médiában való megjelenését, médiareprezentációját elemzi (Bernáth-Messing 2001, Messing 2003, 2004) és kevesebb ismeretünk van a kisebbségek média-megjelenésének percepciójáról, a média hatásának lakossági értékeléséről, valamint a többségi (Bernáth-Messing 2001) és kisebbségi közönség (Ross 2000, Bernáth-Messing 2001) médiahatásokkal kapcsolatos attitűdjeiről.

A romák társadalmi megítélése és a média hatásának megértésében fontos annak ismerete is, hogy a többségi közönség hogyan érzékeli a kisebbségeket a médiában és milyen hatást tulajdonít a kisebbségek média-megjelenésének (Bernáth-Messing 2001).

Etnikai kisebbségek és a média

Mind a kisebbségszociológiai vizsgálatok, mind a médiakutatások egyre növekvő figyelmet fordítanak a kisebbségek és a média közötti összefüggések megértésére. A kisebbségek médiareprezentációja, médiahasználata és részvételük a médiatermelésben fontos mutatói a

¹ A tanulmány a Kisebbségi és Emberi Jogi Alapítvány által a TÁMOP-5.5.4.B-09/1 „A diszkrimináció csökkentésének elősegítése a médián keresztül” pályázati felhívásán nyertes HOZZÁADOTT ÉRTÉK – Sikerek, eredmények, jó gyakorlatok a társadalmi befogadás terén című pályázat keretében a Rubeus Egyesület kutatóműhelyében készült.

² A minta nagysága 400 fő volt. Az adatbázis rétegzett, régióként nem és korcsoport, országosan pedig településtípus szerint reprezentatív. Az adatfelvétel módja: standard kérdőíves telefonos adatfelvétel.

társadalmi integrációnak. Kutatások bizonyítják a média meghatározó jelentőségét a lakosság kisebbségekkel kapcsolatos véleményének formálásában (Cottle, 2000; van Dijk, 2000). Husband (2000) szerint a médiának központi szerepe van a multi-etnikus társadalmi közeg létrehozásában, amelyhez a különböző társadalmi csoportok különbözőképpen járulhatnak hozzá.

A média kulturális hatalmából adódóan meghatározó szerepet játszik az egyenlőtlen társadalmi kapcsolatok nyilvános reprezentációjában. Ez azt jelenti, hogy a reprezentációban, illetve a reprezentáción keresztül a média lehetőséget biztosít a közönség számára, hogy részt vegyen a „ki vagyok én” és ezzel szemben „ki nem vagyok én” konstrukciójában, vagy más néven a „mi és ők”, a „kívülállók és résztvevők”, az „idegenek és állampolgárok”, a „normálisak és deviánsak”, illetve a „barátok és ellenségek” megélésében és azonosításában. Ugyanakkor a média fontos szerepet játszik a társadalmi és kulturális sokszínűség bemutatásában, a versengő identitások és ellentétes érdekek megjelenítésében és megváltoztatásában. Napjainkban a média területe nagyon gyorsan változik. A globális és a helyi médiakörnyezet átalakulása és fejlődése új lehetőségeket és új formai tartalmakat biztosít a kisebbségek médiareprezentációjának előállítására, elterjesztésére és fogyasztására tekintetében. (Cottle 2000)

Van Dijk és szerzőtársai szerint a más etnikai csoportokról való diskurzusban az ún. etnikai témák dominálnak, mint a bevándorlás, bűnözés, kulturális különbségek és devianciák, valamint a diszkrimináció és szociális problémák. Ezzel szemben a többségi társadalomról, azaz a „magunkról” szóló diskurzus nem korlátozódik erre a rövid listára, hanem a témák sokszínűsége jellemzi. (van Dijk et al. 1997) Hongladarom például a tajvani médiadiskurzust vizsgálva megállapította, hogy a bennszülött törzsekről szóló médiadiskurzusban is az etnikai témák dominálnak, bár néhány médiacsoport a saját közössége részeként, a „mi” perspektívájából mutatja be őket. (Hongladarom 2000)

Magyarországon is számos kutatás foglalkozik a kisebbségek és még inkább a romák médiaábrázolásával. Kiemelkedik ezek közül Bernáth Gábor és Messing Vera (1998) kutatása, amely 2 országos és 4 vidéki napilap egy év alatt megjelent tudósításainak, valamint a Székesfehérvári „gettóügy”-ről megjelent többségi médiatudósítások tartalomelemzése, jogszabályok és releváns dokumentumok elemzése, illetve roma közéleti személyiségekkel, a roma média szerkesztőivel, a többségi médiumok szerkesztőivel, a legnézettebb magyar szappanoperák rendezőivel és reklámszakemberekkel készített interjúk alapján mutatja be a cigányság többségi médiaképét. A kutatás eredményei szerint a roma tematika az 1990-es évek végére bekerült a társadalmi diskurzusba. Ugyanakkor a romákkal kapcsolatos előítéleteket a média nem csökkentette, a többségi médiumok a meglévő sztereotípiákat erősítik, a médiatudósítások többsége problémák előidézőjeként, konfliktusok okozójaként jelenti meg a romákat (Bernáth-Messing 1998).

Egy, a kisebbségek és bevándorlók médiaábrázolását vizsgáló nemzetközi kutatás eredményei szerint a magyarországi kisebbségekről és migránsokról szóló híradások száma alacsony. A romák – kivéve a celebek – alapvetően konfliktusos helyzetben ábrázolódnak. A nemzeti kisebbségekről szóló információknak nincs hírértékük, nem különülnek el a többségi

társadalomtól jelentős mértékben. A migráns csoportok a médiában szinte láthatatlanok, mintha nem is lennének jelen a magyar társadalomban (Ligeti 2007).

Az interetnikus konfliktusok sajtómegjelenését vizsgáló kutatások eredményei szerint a média nem csupán tudósítja, de meghatározó, a konfliktus kimenetelét is befolyásolni képes szereplője lehet a konfliktusoknak. Messing Vera kutatása a jászladányi iskolaügy kapcsán mutatja be a média interetnikus konfliktusban játszott meghatározó szerepét (Messing 2004). Egy másik vizsgálatban pedig bizonyítja, hogy a sajtó tudósításai nagymértékben hozzájárulhatnak az etnikai csoportokkal szembeni előítéletek létrehozásában és megerősítésében (Messing 2003).

Egy kvantitatív tartalomelemzésre épülő, az összes országos és néhány megyei napi- és hetilapot elemző vizsgálat eredményei szerint a 2002. évi parlamenti választások kontextusában a sajtó döntően negatív (szegénység, elesettség, kirekesztettség, deviáns életmód) képet festett a cigányságról, bár megjelentek a pozitív elemek is (sikerek, eredmények), amelyek némileg árnyalják ezt a képet (Terestyéni 2004).

A legújabb elemzések szerint a romák többségi médiaképében a negatív elemek napjainkra tovább erősödtek. Egy 2011-es, a többségi hírmédiára kiterjedő médiatartalom-elemzés eredményei szerint a korábbi évekhez képest a romák média-megjelenésének tematikus keretei tovább szűkültek, leginkább két kérdéskör kapcsán jelennek meg: a kisebbségpolitika és a bűnözés. Az elemzés adatai, a médiaképben megjelenő trendek azt jelzik, hogy az elmúlt évtizedekben inkább romlottak az interetnikus párbeszéd lehetőségei, a média újratermeli és felerősíti a magyar közbeszédben egyébként is egyre erősödő negatív sztereotípiákat a cigányságról. (Bernáth-Messing 2012)

Pozitív képet a média a romákról leginkább a celebritások kapcsán közvetít. Egy kvantitatív tartalomelemzés eredményei szerint a szinte kizárólag roma zenészekből álló roma sztárok médiareprezentációja a többségi hírmédia cigányreprezentációjától eltérően kevésbé sztereotipizál, esetükben a sztárság dominál a cigánysággal szemben (Munk et al. 2012).

Kutatások bizonyítják, hogy a média szórakoztató műsorai indirekt értékközvetítő eszközeik segítségével jelentős mértékben képesek hatást gyakorolni a nézők kisebbségekről alkotott képére, attitűdjeire. Az RTL Klub „Barátok közt” sorozatában 2000-ben megjelent roma karakter kapcsán készült vizsgálat eredményei szerint a roma közönség nagyon eltérő módon reagál a róluik bemutatott médiaábrázolásokra. A kor és társadalmi státusz nagymértékben befolyásolja a roma közönség véleményét a sorozatban megjelent roma karakterről és annak hatásáról a többségi társadalomra, illetve a romák identitására (Bernáth-Messing 2001).

A kutatás kiterjedt a többségi közönség attitűdjeire is a sorozatban megjelenő roma szereplő kapcsán és az eredmények szerint a roma tematika elutasítása a szórakoztató műsorokban a nem roma közönség körében viszonylag alacsony. A legelutasítóbbak a fiatalok, az alacsony iskolai végzettségűek és a budapestiek (Bernáth-Messing 2001).

Jelen tanulmány a fentiekől eltérően nem egy konkrét médiaesemény kapcsán vizsgálja a romák média-megjelenésével kapcsolatos lakossági véleményeket és attitűdöket, hanem

általában, a lakosság saját tapasztalatait középpontba állítva kérdez rá a többségi nézőközönség romák médiareprezentációjával és ennek hatásával kapcsolatos attitűdjeire. Adataink megfelelő értelmezéséhez azonban fontosnak tartjuk azt is megvizsgálni, hogy a kérdezettek általában hogyan vélekednek a romákról, kit tekintenek romának, hogyan érzékelik a romák helyzetét, mivel ez jelentős hatással lehet a romák média-megjelenésének érzékelésében és megítélésében is. A tanulmányban ezért a minta bemutatását követően először a lakosság romákkal kapcsolatos attitűdjeit mutatjuk be és csak ezután térünk rá a tanulmány központi kérdését jelentő, a romák média megjelenésével kapcsolatos attitűdök elemzésére.

A minta: a kérdezettek szocioökonómiai státusza

Kutatásunk keretében 187 férfit (47%) és 213 nőt (53%) kérdeztünk meg. A minta 19%-a 18-29 éves, 27%-a 30-44 éves, 26%-a 45-59 éves, míg a 60 évesek és annál idősebbek aránya 28%. Településtípus szerint vizsgálva elmondható, hogy a kérdezettek 33%-a falusi, 29% városi lakos, megyeszékhelyen él a válaszadók 20%-a, míg a fővárosi kérdezettek aránya a mintában 17%. A legtöbben (22,4%) a Dél-Alföldi régióban élnek, a legkevesebben pedig a Közép-Dunántúlon (10%). A többi régióból a kérdezettek megoszlása egyenletes, 13-15% közötti.

Iskolai végzettség alapján a többség középfokú végzettséggel rendelkezik (65,4%). Szakmunkásképzőt, szakiskolát végzett 24,5%-uk, gimnáziumi érettségivel rendelkezik 25,3% és szakközépiskolába járt 15,5%. Az alapfokú végzettségűek aránya (8 osztály vagy annál kevesebb osztállyal rendelkezők) 9,3%. Diplomás a minta negyede (25,2%).

Családi állapot szerint 23,1% nőtlen vagy hajadon, 60,5% házastárral vagy élettársassal él. 28 fő elvált (6,9%), míg 37 fő özvegy (9,2%). Egy kérdezett nem kívánta megadni a családi állapotát.

A kérdezettek foglalkozását illetően elmondható, hogy 40,4% (162 fő) vezető beosztású alkalmazott, az önálló, vállalkozók aránya 23,1%. Beosztottként dolgozik a kérdezettek 15,5%-a, az inaktívak aránya pedig 20,9%. Az inaktívakon belül jelentős a nyugdíjasok aránya, arányuk a teljes minta 30%-át teszi ki. A kérdezettek körében 4,6% a munkanélküliek aránya, míg 6,5%-uk tanuló. A kutatásban résztvevők legnagyobb arányban tehát vezető beosztásban dolgoznak alkalmazottként.

A kérdezettek havi jövedelmi viszonyait tekintve elmondható, hogy kb. harmaduk (29,8%) kevesebb, mint havi 70 ezer forintból él. 71-100 ezer forint az egy főre eső jövedelme a kérdezettek 34,5%-ának, míg 35,6%-ának a jövedelme meghaladja a 100 ezer forintot.

A minta szocioökonómiai státuszának leírására létrehoztunk egy ún. társadalmi státusz változót klaszterelemzés segítségével az egy főre jutó jövedelem, az iskolai végzettség és a foglalkozási pozíció változók alapján. Deprivált (iskolázatlan, alacsony jövedelmű, beosztott vagy inaktív) a minta közel fele (47,4%), 26,4% magas státuszú vezető vagy önálló, 12,4%

magas státuszú alkalmazott és hasonló arányban (13,8%) a megkérdezettek alacsony státuszú (iskolázatlan és szegény) önállóak.

Romák társadalmi helyzetének megítélése, a diszkrimináció észlelése

A roma diszkrimináció vizsgálata számos hazai szociológiai kutatás tárgyát képezte az elmúlt évtizedekben. (Havas-Kemény 1995, Kemény-Havas 1996, Kertesi 2005, Ladányi-Szelényi 1997, 2002) Ennek eredményei azt mutatják, hogy a cigányellenesség a társadalom széles rétegeire jellemző és az elmúlt évtizedekben növekedést mutat. A romák médiareprezentációjának percepciója és az ezzel kapcsolatos attitűdök szempontjából fontos kérdés a vizsgált társadalmi közegben a cigányellenesség mértéke, a diszkrimináció észlelése és a romákkal szembeni attitűdök.

A romák médiapercepciójának kontextusában lényeges, hogy a kérdezettek kit tekintenek romának. Kutatásunk keretében rákérdeztünk arra, hogy ki a roma származású a felnőtt lakosságot reprezentáló minta tagjai szerint. A hazai szakirodalomban megjelenő kérdésfeltevéseket alkalmazva (Krémer et al. 2010.) kilenc lehetséges válaszlehetőséget adtunk meg: (1) romának vallja magát, (2) romák között él, (3) romákkal barátkozik, (4) romával házasodik, (5) gyermekei romák, (6) szülei romák, (7) örzi a cigány hagyományokat, (8) cigány nyelvet beszél, (9) barna a bőre. Adataink azt mutatják, hogy a roma származás szempontjából a kérdezettek mérvadónak leginkább a roma származású szülőket tartják (89%). Másodikként a leginkább az a meghatározó szerintük, hogy romának tartja-e magát valaki (77,6%), míg harmadik a rangsorban, hogy örzi-e a cigány hagyományokat (65,6%) és hasonló arányban gondolják azt, hogy a roma származású az, akinek a gyermekei romák (64,7%). Ezzel szemben a barna bőrszín (8,1% szerint igen), a roma lakókörnyezet (9,6% szerint igen) a romákkal kötött barátság (7,1% szerint igen) és házasság (15,2% szerint igen) nem meghatározó mutatói a roma származásnak a minta tagjai szerint. A kérdezettek mindössze 32,6 százaléka szerint roma származású az, aki cigány nyelvet beszél. A kérdezettek szerint tehát leginkább a család, a kultúra és az identitás alapján határozható meg, hogy kit tekinthetünk romának.

Romákkal szembeni diszkrimináció észlelése

A romák média megjelenésével kapcsolatos attitűdök értelmezéséhez kutatásunk során adatokat gyűjtöttünk a romák elleni diszkrimináció észleléséről. (Neményi et al. 2011; European Commission 2008, 2009)³ Rákérdeztünk, hogy a kérdezettek hallottak-e az elmúlt 12 hónapban olyan esetről, amikor valakit roma származása miatt hátrányos megkülönböztetés ért. A kérdezettek több mint 60%-a ilyen esetről nem hallott, viszont 142 fő (35,6%) tudott ilyen esetről. Ez az eredmény megerősíti a korábbi kutatások eredményeit (Neményi et al., European Commission 2008, 2009), miszerint a romák elleni diszkrimináció észlelése évről évre növekszik.

³ A romákkal szembeni diszkrimináció észlelésének méréséhez részben az EUROBAROMETER 2008, 2009 által használt kérdéssorokat, valamint saját kérdéssorainkat alkalmaztuk.

(pl. a 60 évesek vagy annál idősebbek esetében ez az arány 18,9%). Iskolai végzettség mentén ugyan nagy különbség nem mutatható ki, de a magasabb végzettségűek szerint gyakoribb, hogy a lakókörnyezetben ér valakit származása miatt hátrányos megkülönböztetés. A települési hierarchiában felfelé haladva pedig nő azok aránya, akik szerint gyakori az utcán való diszkrimináció. A falusiak 21,2%-a, míg a fővárosiak 34,2%-a gyakorinak tartja ezt a jelenséget.

Rákérdeztünk arra is, hogy bizonyos szituációk hogyan érintenék a kérdezetteket. Jellemzően semleges válaszokat kaptunk a tekintetben, hogy a kérdezettet hogyan érintené, ha roma szomszédja lenne. 55,6% szerint ez se nem lenne rossz, se nem lenne jó a számára. 11% ezzel kapcsolatban pozitívan nyilatkozott, közel 5% viszont nem tudott erről érdemben nyilatkozni. 30% körüli azok aránya, akiket a cigány szomszéd ténye rosszul érintene. Ez az arány alapvetően megegyezik az EUROBAROMETER felmérés eredményeivel (2008: 28%) (European Commission 2008). A roma munkatárssal kapcsolatban is a semleges válaszok dominálnak (61,5%-ban), a roma kolléga 10 százalék esetében vált ki negatív érzéseket. A roma barátság közel 20%-ban tűnik elképzelhetetlennek, 45,2% semleges álláspontot képvisel, míg közel 30% pozitívnak tekinti a roma barátságot.

A vizsgált élethelyzetek tekintetében tehát legkevésbé szomszédja szeretne lenni a legtöbb kérdezett a romáknak. Barátként és kollégaként inkább el tudják képzelni a romákat, azaz jellemzően pozitívan reagáltak a válaszadók, vagy egy ilyen élethelyzet elképzelése semleges érzelmeket váltott ki belőlük. Szignifikáns kapcsolatot egyedül a kérdezett legmagasabb iskolai végzettsége, valamint a társadalmi státusza között találtunk annak kapcsán, hogy hogyan érintené, ha roma szomszédja lenne. A magasabb végzettségűek sokkal elutasítóbbak a kérdésben: míg az alapfokú végzettségűek 5,9%-át érintené rosszul, ha roma lenne a szomszédja, addig a középfokú végzettségűek esetében ez az arány 31,3%, a felsőfokú diplomával rendelkezők körében pedig 26,7%. A leginkább a magas státuszú alkalmazottak nem örülnének annak, ha roma szomszédjaik lennének (36,7%), az iskolázatlan és szegény, önálló csoportjába soroltak a legkevésbé elutasítóak a roma szomszédokkal szemben. Abban azonban többnyire egyetértettek a kérdezettek, (66,2%-uk) hogy romának lenni inkább hátrány.

Elégedettség a romák különböző élethelyzeteivel

Kutatásunk központi kérdése tehát a felnőtt lakosság romák helyzetével kapcsolatos percepciója. Ennek egyik fontos mutatója, hogy hogyan értékelik a kérdezettek a romák helyzetét, illetve a többségi társadalom helyzetét, valamint, hogy milyen különbség figyelhető meg a kettő megítélésében.

Mielőtt rátérnénk a romák helyzetének lakossági megítélésére, fontos megjegyezni, hogy a kérdezettek többsége közömbösen vagy elégedetten nyilatkozott a saját életéről. A saját életével elégetlenek aránya mindössze 14,8 százalék.

Életkor szerint jelentős eltérés figyelhető meg a saját étellel való elégedettség kapcsán. A legelégedettebbek a fiatalok, azaz a 18 és 29 év közöttiek (60,3%) és az elégedetlenek aránya a legidősebbek körében a legnagyobb (20,2%). Szintén jelentős különbség figyelhető meg a saját életről való elégedettség és az iskolai végzettség szerint. A felsőfokú végzettségűek többsége (51,2%) elégedett az életével, míg az alacsonyabb végzettségűek döntően közömbösen nyilatkoztak (61,8%) és körükben az elégedettek aránya mindössze 11,8%, a középfokú végzettségűek a teljes mintához hasonlóan leginkább elégedettek (39,6%), illetve közömbösek (44,8%). A saját étellel való elégedettség és a foglalkozási státusz között is találtunk összefüggést. A legkevésbé az önállóak és vállalkozók elégedettek az életükkel, körükben az elégedetlenek aránya 27,4 százalék, ezzel szemben az inaktívak több, mint fele (50,7%) elégedett az életével.

2. táblázat: Elégedettség a romák és a többségi társadalom tagjainak különböző élethelyzeteivel (%)

Ön mennyire elégedett?	elégedetlen	közömbös	elégedett	NT/NV
saját életével	12,8%	38,8%	34,2%	14,2%
a többségi társadalomhoz tartozók egészségi állapotával	24,4%	55,9%	15,3%	4,4%
a többségi társadalomhoz tartozók munkaerő-piaci részvételével	30,5%	53,0%	12,5%	3,9%
a többségi társadalomhoz tartozók jövőbeli kilátásaival	36,0%	50,0%	8,7%	5,4%
a romákkal kapcsolatos politikai intézkedésekkel	37,7%	35,2%	11,6%	15,5%
a romák egészségi állapotával	45,6%	29,7%	8,5%	16,2%
általában a lakosság társadalmi-gazdasági helyzetével	55,3%	37,6%	4,3%	2,9%
a roma családok jövőbeli kilátásaival	62,9%	23,0%	4,0%	10,0%
általában a romák társadalmi-gazdasági helyzetével	72,2%	16,2%	3,1%	8,5%
a romák munkaerő-piaci részvételével	75,2%	17,8%	2,0%	5,1%

A felnőtt lakosság a romák helyzetével alapvetően elégedetlen. A kérdezettek túlnyomó többsége (75,2%) elégedetlen a romák munkaerő-piaci helyzetével és társadalmi-gazdasági helyzetével (72,2%). A többség (62,9%) elégedetlen továbbá a roma családok jövőbeli kilátásaival. A romák egészségi állapotára vonatkozóan a kérdezettek közel fele (45,6%), szintén elégedetlenségét fejezte ki, bár ezzel kapcsolatban többen adtak (29,7%) semleges választ is. A romákkal kapcsolatos politikai döntések vonatkozásában pedig a semlegesek (35,7%) és elégedetlenek aránya (37,7%) hasonló.

A többségi társadalom vonatkozásában a legnagyobb elégedetlenséget a lakosság társadalmi-gazdasági helyzetére vonatkozóan fejezték ki a kérdezettek (elégedetlen 55,3%). A többségi társadalomra irányuló többi kérdés esetében a kérdezettek többsége semleges, közömbös választ adott. A kérdezettek fele se nem elégedett, se nem elégedetlen a többségi társadalom jövőbeni kilátásaival, 53 százalék elégedett is, meg nem is a többségi társadalom munkaerő-piaci részvételével és 55,9 százalék közömbösen nyilatkozott a lakosság egészségi állapotáról is.

A kérdésekre adott válaszok alapján létrehoztunk egy, a romák helyzetével való elégedettség változót, ahol a kevésbé elégedetlen azt jelenti, hogy a válaszadó kettő vagy annál kevesebb romákkal kapcsolatos kérdés kapcsán fejezte ki elégedetlenségét, a közepesen

elégedetlen kategóriába azok tartoznak, akik három kérdés esetében fejezték ki elégedetlenségüket, míg a nagyon elégedetlenek kategóriába azokat soroltuk, akik négy vagy több kérdés esetében válaszolták azt, hogy elégedetlenek.

Adataink azt jelzik, hogy a válaszadók között szinte megegyező arányban találjuk a kevésbé elégedetleneket (36,4%) és a nagyon elégedetleneket (38,3%). A romák helyzetével való elégedetlenség azonban az iskolai végzettség és a jövedelmi helyzet szerint jelentős különbséget mutat. A felsőfokú végzettségűek között lényegesen nagyobb arányban találunk nagyon elégedetleneket (54%), mint az összes megkérdezett között. Az alacsony végzettségűek között a nagyon elégedetlenek aránya mindössze 29,7%. A középfokú végzettségűek között a legnagyobb arányban a kevésbé elégedetleneket találjuk (41,6%). Jövedelem szerint a 100 ezer Ft-nál magasabb havi 1 főre jutó jövedelemmel rendelkezők közel fele (46,5%) nagyon elégedetlen a romák helyzetével. Hasonló arányban találunk nagyon elégedetleneket a 70-100 ezer havi 1 főre jutó jövedelemmel rendelkezők között is (41,1%). A legalacsonyabb jövedelmi kategóriába tartozók körében a nagyon elégedetlenek aránya mindössze 25 százalék, körükben a legtöbben (41,7%) kevésbé elégedetlenek a romák helyzetével.

Romák és a média

Az előbbieken azt láthattuk, hogy a romákkal szembeni diszkrimináció észlelése viszonylag magasnak tekinthető a lakosság körében, a továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy hogyan észlelik a romák média-megjelenését a kérdeztettek és milyen szerepet tulajdonítanak a médiának a romák elleni diszkrimináció csökkentésében.

Mielőtt a média megítélésére részletesebben is rátérnénk, fontosnak tartjuk áttekinteni, azt is, hogy lakosság véleménye szerint kik azok a szereplők, akik leginkább hozzájárulhatnak a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez és ezek között hol helyezkedik el a média. Az eredmények értékeléséhez hozzátartozik, hogy a válaszadók többsége az összes felsorolt szereplő esetében azt nyilatkozta, hogy hozzá tudnának járulni a romák elleni diszkrimináció csökkentéséhez.

3. táblázat: A különböző szereplők hozzájárulása a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez

A romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez az alábbi szereplők hozzá tudnak-e járulni?	Inkább igen	Inkább nem	nincs válasz
Roma származású celebek	72,5%	22,3%	5,3%
Politikai pártok	74,8%	22,4%	2,9%
Európai Unió	77,6%	18,3%	3,8%
Országgyűlés	78,0%	18,3%	3,8%
A magyar köztársaság kormánya	79,4%	17,7%	2,9%
Média	82,5%	14,3%	3,3%

Helyi önkormányzatok	84,5%	12,8%	2,7%
Munkahelyek, munkaadók	85,6%	11,5%	2,9%
Romákkal foglalkozó civil szervezetek	86,3%	10,3%	3,4%
Oktatási rendszer, iskolák	86,5%	10,9%	2,5%
Kisebbségi önkormányzatok	87,0%	9,9%	3,1%
Roma származású emberek	87,1%	9,7%	3,2%

A legtöbben a roma származású emberekről gondolják azt, hogy hozzá tudnának járulni a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez (87,1%). Hasonlóan magas azoknak az aránya is, akik a kisebbségi önkormányzatok diszkrimináció ellenes szerepét pozitívan ítélték meg. Emellett a kérdezettek több, mint 80 százaléka nyilatkozott még az oktatási rendszer, iskolák (86,5%), a romákkal foglalkozó civil szervezetek (86,3%), a munkahelyek, munkaadók (85,6%), a helyi önkormányzatok (84,5%) és a média (82,5%) romák elleni diszkrimináció csökkentéséről játszott szerepéről pozitívan. A média tehát nagyon fontos diszkrimináció ellenes aktor a kérdezettek véleménye szerint.

A legtöbben negatívan a politikai pártok (22,4%) és a roma származású celebek (22,3%) szerepével kapcsolatosan nyilatkoztak, de arányuk egyik esetben sem éri el az összes megkérdezett egynegyedét sem.

Adataink azt jelzik, hogy a felnőtt lakosság véleménye szerint a romákkal szembeni diszkriminációhoz a társadalom minden jelentősebb intézménye és szereplője, valamint a romák és a romákkal foglalkozó civilek egyaránt hozzá tudnak járulni, a diszkrimináció csökkentése tehát mindenki közös felelőssége kell, hogy legyen és ebben a média kiemelten fontos szereplőként jelenik meg.

Tovább finomítva a képet megnéztük, hogy milyen összefüggés mutatkozik a lakosság különböző társadalmi jellegzetességei és a média szerepéről alkotott vélemények között. Az iskolai végzettség, jövedelem, a nem és a lakóhely típusa szerint nincs szignifikáns különbség a média megítélését illetően. Különbség figyelhető meg azonban a foglalkozási státusz és a korcsoport szerint.

A foglalkozás tekintetében a minta egészéhez képest a beosztott státuszúak mutatnak lényeges különbséget, esetükben a média diszkrimináció csökkentésében játszott szerepét negatívan értékelők aránya 27,4 százalék, szemben a teljes minta 14,3 százalékos arányával. Korcsoport szerint pedig a legnagyobb eltérést a mintától a fiatal korcsoport mutatja, esetükben is magasabb a média szerepét negatívan megítélők aránya (23,4%).

A média szerepére vonatkozóan a kutatás során részletesen is megkérdeztük a különböző médiaeszközök diszkrimináció csökkentésében játszott szerepéről a lakosság véleményét. A következőkben az egyes médiaeszközök szerepét ismertetjük.

Médiaeszközök megítélése a diszkrimináció csökkentésében

4. táblázat Az egyes médiaeszközök megítélése a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentése terén

A romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez az alábbi médiaeszközök hozzájárulnak-e?	igen	semleges	nem	nincs válasz
Tehetségkutató műsorok roma résztvevőkkel	67,5%	14,3%	16,6%	1,7%
Roma személyekről szóló televíziós riportműsor	59,6%	20,7%	16,8%	3,0%
Romák helyzetét bemutató televíziós magazinműsor	56,5%	21,3%	19,5%	2,7%
Romák helyzetét bemutató rádiós magazinműsor	50,1%	22,8%	23,0%	4,2%
Romákkal foglalkozó újságcikkek	45,1%	25,2%	27,4%	2,2%
Társadalmi célú hirdetés TV-s közszolgálati csatornán	44,8%	23,4%	30,1%	1,7%
Társadalmi célú hirdetés TV-s kereskedelmi csatornán	42,3%	23,9%	31,2%	2,7%
Romákkal foglalkozó internetes újságcikkek, hír	39,4%	24,7%	27,7%	8,2%
Társadalmi célú hirdetés rádiós közszolgálati csatornán	38,6%	23,9%	35,9%	1,7%
Társadalmi célú hirdetés rádiós kereskedelmi csatornán	35,2%	25,1%	37,2%	2,6%
Roma család életét bemutató valóságshow	29,8%	16,1%	48,1%	6,0%
Roma személyeket jellegzetes élethelyzetét bemutató óriásplakát	24,0%	19,6%	52,7%	3,7%

Adataink szerint a legtöbben (67,5%) a romákat is szerepeltető tehetségkutató műsorokról gondolják azt, hogy médiaeszközként hozzájárulnak a romák elleni diszkrimináció csökkentéséhez. Emellett a kérdezettek több mint fele tulajdonít pozitív szerepet a romákról szóló televíziós riportműsoroknak (59,6%), a romák helyzetét bemutató televíziós (56,5%) és rádiós (50,1%) magazinműsoroknak. Többen vélekednek a kérdezettek közül pozitívan emellett a romákkal foglalkozó újságcikkek (45,1%), a társadalmi célú hirdetésekről a közszolgálati (44,8%) és a kereskedelmi (42,3%) televíziókban, illetve a romákkal foglalkozó internetes cikkekről (39,4%). A rádióban megjelenő társadalmi célú hirdetésekről pozitívan és negatívan vélekedők egyenletesen oszlanak meg a kérdezettek között, úgy tűnik ezzel kapcsolatban nem figyelhető meg lakossági konszenzus.

Mindezekkel szemben két médiaeszköz esetében fogalmazott meg a lakosság negatív értékítéletet a diszkrimináció csökkentésében játszott szerepéről. Az egyik a roma család életét bemutató valóságshow, amelyről a kérdezettek 48,1 százaléka nyilatkozta azt, hogy nem járul hozzá a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez. A másik pedig a roma személyek élethelyzetét bemutató óriásplakát, amiről a válaszadók több, mint fele (52,7%) gondolja azt, hogy nem járul hozzá a diszkrimináció csökkentéséhez.

Adataink azt jelzik, hogy azoknak a médiaeszközöknek a legjobb a megítélése, amelyek valamilyen személyes aspektusát képesek megjeleníteni a roma közösségnek, személyeknek (pl. tehetségkutató, riportműsor, magazinműsor). A legjelentősebb hatást alapvetően a különböző televíziós eszközöknek tulajdonítják, az újság és az internet megítélése már kevésbé pozitív. A társadalmi célú hirdetések esetében csak a televíziós megjelenés esetében

fogalmaztak meg pozitív véleményt a kérdezettek, a rádióban megjelenő ilyen jellegű eszközök megítélése kettős.

Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy a televízióban megjelenő személyesebb, az élethelyzet, személy, probléma, stb. megismerését részletesebben bemutatni képes médiaeszközökről gondolják a legtöbben, hogy pozitív hatása lehet a romák elleni diszkrimináció csökkentésében.

Tovább finomítva a képet fontos megjegyezni, hogy a kérdezettek többsége (66,3%) úgy gondolja, hogy az elmúlt 12 hónap során nem látott olyan televíziós műsort, amely képes a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez hozzájárulni a romák élethelyzetével kapcsolatos minőségi tájékoztatás révén. Emellett pedig a kérdezetteknek csupán 16,4 százaléka nyilatkozta azt, hogy látott ilyen műsort és meg is tudja nevezni azt. Kérdésünkre a kérdezettek mindössze 14,7 százaléka nevezte meg valójában is a televízió csatornát, ahol a műsort látta és ennél is kevesebben, 9,2%, azaz 59 fő nevezte meg a műsort is. A kérdésre válaszolók fele (50%) valamilyen közszolgálati csatornát (m1, m2, Duna Tv) nevezett meg, 32,8 százalékuk pedig különböző kereskedelmi csatornákat (Rtl Klub, Tv2, ATV) jelölt meg. A kevés válaszoló nagyon sokféle műsort nevezett meg. A legtöbben (8 fő) a különböző tehetségkutató műsorokat (Megasztár, X-faktor) nevezték meg. Néhányan általános válaszokat adtak, mint dokumentumfilm, vagy híradó, stb. Míg mások konkrét műsorokat neveztek meg (pl. Kusturica: Macska-jaj című filmje, Győzike show, Fókusz, 21. század, Életképek). A válaszolók többsége azonban nem nevezett meg ilyen jellegű műsorokat.

A rádióműsorok esetében még kisebb azok aránya, akik halottak olyan jellegű rádióműsort, ami hozzájárulhat a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentéséhez. A megkérdezettek mindössze 12,5 százaléka válaszolta azt, hogy halott ilyen jellegű műsort.⁴

A média romaképe

A válaszadók legnagyobb hányada (45,6%) szerint a média semleges képet közvetít a roma emberekről, 33,7 százalék válaszolta azt, hogy a romákról negatív képet közvetít a média és mindössze 16,3 százalék szerint a média romákról közvetített képe pozitív. A média romaképéről való vélekedés és a különböző társadalmi jelzőszámok kapcsolására vonatkozóan azt találtuk, hogy nincs összefüggés a kérdezett neme, iskolai végzettsége, foglalkozási státusza és jövedelmi helyzete között. A média romákról alkotott képéről való vélemény szignifikáns összefüggést csak a korcsoporttal mutat.

Jelentős eltérést a teljes mintától a legfiatalabbak korcsoportja mutat. A legfiatalabb korcsoportba tartozók legnagyobb arányban (51,9%) úgy gondolják, hogy a média által közvetített romakép negatív, míg a többi korcsoport esetében a legtöbben a teljes mintához hasonlóan a romákról alkotott médiaképet semlegesnek tekintik.

⁴ A válaszolók mindössze 7,9 százaléka, azaz 32 fő nevezett is meg rádiócsatornát, többségük (78,1%) a Kossuth rádiót nevezte meg, a többi rádiócsatorna esetében alapvetően egy megjelölés született.

Tovább finomítva a képet arra kértük a válaszadókat, hogy értékeljék, hogy szerintük milyen szerepekben jelennek meg a médiában a romák leginkább.

5. táblázat: Mely szerepekben jelennek meg a romák leginkább?

Szerepek	nem jellemző	is-is	jellemző
szegény emberként	16,5%	21,0%	59,6%
bűnözőként	14,7%	16,8%	65,6%
kulturális közösség tagjaként	37,3%	35,4%	23,2%
állami gondozottként	22,5%	25,1%	46,7%
sikerese művészként	32,2%	26,1%	39,7%
bulvár-talkshow szereplőként	26,6%	25,8%	37,1%
valóságshow szereplőként	32,8%	24,3%	29,0%
munkásként	60,0%	22,5%	12,1%
politikusként	61,4%	23,0%	12,8%
vállalkozóként	57,2%	22,1%	15,4%

A kérdezettek 65,6 százaléka szerint jellemző, hogy a roma emberek bűnözőként jelennek meg a médiában és hasonlóan magas arányban (59,6%) gondolják úgy a kérdezettek, hogy a romák szegény emberként szerepelnek a médiában. Emellett még viszonylag sokan, a válaszadók közel fele (46,7%) tartja jellemző szerepnek a médiában megjelenő romák esetében az állami gondozott szerepet is. A sikeres művész, a bulvár- talkshow és a valóságshow szereplő, valamint a kulturális közösség tagja kapcsán a lakosság véleménye heterogén képet mutat. A válaszadók többsége azonban úgy véli, hogy sem a vállalkozó (57,2%), sem a munkás (60,0%) sem pedig a politikus (61,4%) nem jellemző szerepe a roma embereknek a médiában. Adataink azt jelzik, hogy a válaszadók úgy gondolják, leginkább hátrányosabb helyzetben lévő emberként (szegény, állami gondozott) vagy deviánsként (bűnöző) jeleníti meg a média a romákat.

Faktorelemzéssel megnéztük, hogy a kérdésekre adott válaszok alapján milyen látens struktúra bontakozik ki a válaszadók roma médiaképéről. Az eljárás segítségével a romákról alkotott médiakép három típusát különítettük el. A „pozitív roma médiakép” azokra jellemző, akik úgy gondolják, hogy a romák a médiában kulturális közösség tagjaként, sikeres művészként, munkásként, politikusként és vállalkozóként jelennek meg. A második típust azok alkotják, akik szerint a romák a médiában leginkább „médiacelebként”, tehát bulvár talkshow és valóságshow szereplőként jelennek meg. Míg a harmadik típust a „negatív roma médiakép” jelenti, amely szerint a romák a médiában szegényként, bűnözőként és állami gondozottként jelennek meg.

6. táblázat Romák médiaszerepei - faktor mátrix⁵

	Pozitív roma médiakép	Médiaszereplő roma kép	Negatív roma médiakép
Szegény emberként	6,040E-02	6,220E-02	.478
Bűnözőként	2,035E-02	1,510E-02	.504
Kulturális közösség tagjaként	.531	6,116E-02	,113
Állami gondozottként	,146	3,676E-02	.517
Sikerese művészként	.620	,246	-6,850E-02
Bulvár -talkshow szereplőként	,100	.972	,172
Valóságshow szereplőként	,259	.600	7,548E-03
Munkásként	.509	6,133E-02	,124
Politikusként	.744	8,919E-02	5,406E-02
Vállalkozóként	.675	,147	,182

Adataink azt jelzik, hogy az idősebb korosztályokra jellemző inkább a „pozitív médiakép” percepciója, míg ez a pozitív romakép a médiában nem jellemzi a fiatalabb korosztályokat. A roma médiakép és társadalmi státusz kapcsolatáról pedig az mondható el, hogy pozitív médiaképe a romákról az iskolázatlan, alacsony jövedelmű beosztottnak vagy inaktívoknak van és a magasabb jövedelmű és magasabb iskolai végzettségű alkalmazottnak. „Médiacelebként” reprezentálódnak a roma emberek a magasabb státuszú társadalmi csoportok, azaz a magas jövedelmű és iskolázottságú önálló és alkalmazottak számára egyaránt. Míg „negatív roma médiaképpel” a legalacsonyabb és a legmagasabb státuszúak rendelkeznek.

A romák médiaképéről alkotott vélemény és a romák helyzetével való elégedetlenség mértéke konzisztens és szignifikáns kapcsolatot mutat.

Azok között, akik szerint a média pozitív képet közvetít a roma emberekről a legtöbben (46,2%) kevésbé elégedetlenek a romák helyzetével. Míg azok között, akik szerint a média romaképe negatív, legnagyobb hányadban (47,4%) olyanokat találunk, akik nagyon elégedetlenek a romák helyzetével. Azok között pedig, akik szerint a média semleges képet közvetít a romákról nagyjából egyenlő arányban találunk a romák helyzetével nagyon és kevésbé elégedetleneket. Adataink azt jelzik, hogy a lakosság körében van egy, a romák helyzetéről inkább pozitívan gondolkodó csoport és van egy a romák helyzetét negatívan érzékelő réteg, és ez meghatározza a romákkal kapcsolatos médiapercepciót is.

Összegzés

Az országos reprezentatív felnőtt lakosságra vonatkozó attitűdfelmérés célja a médiahatások és az állampolgári vélemények alakulása, magatartásmódok formálódása közötti összefüggések, valamint a romákat sújtó előítéletek észlelésének a feltárása volt. Vizsgáltuk,

⁵ A faktormátrixban a faktorsúlyok szerepelnek, amelyek azt jelzik, hogy az egyes változók mekkora súllyal alakítják a faktort. A változót annak a faktornak az alkotóelemének tekintjük, amelyiken a legnagyobb súllyal szerepel. Ezt kiemeléssel is jelöltük..

hogyan ki a roma származású a felnőtt lakosság véleménye szerint. A származás tekintetében az számít a legfontosabbnak a kérdezettek szerint, hogy az illetőnek roma származásúak-e a szülei, hogy romának tartja-e magát illetve, hogy őrzi-e a cigány hagyományokat.

A társadalmi kirekesztés észlelésének kérdéskörét vizsgálva adataink azt jelzik, hogy a kérdezettek több mint 60%-a ugyan nem hallott az elmúlt 12 hónapban olyan esetről, hogy valakit cigánysága miatt hátrányos megkülönböztetés ért volna, számos helyszínt kirekesztőnek tartanak és a lakosság közel harmada érzékeli a romákkal szembeni diszkriminációt. A kirekesztés percepciójában az első helyen a munkaerő-piac áll, majd a különböző szórakozóhelyek és az iskola. A rendőrségről is egy negatív kép rajzolódik ki. Legkevésbé a segítő szervezeteket, mint önkormányzat, szociális ellátás, egészségügyi szolgálat tartja a lakosság kirekesztőnek, bár itt is előforduló gyakorlatnak vélik a hátrányos megkülönböztetést. Általában a fiatalabb korcsoportba tartozók, valamint a magasabb iskolai végzettségűek és a települési hierarchiában magasabb pozíciójú településeken élők vélik úgy, hogy a vizsgált helyek, helyszínek kirekesztő gyakorlata jellemző napjainkban.

Adataink azt jelzik, hogy a romák helyzetével kapcsolatosan nagyfokú elégedetlenség figyelhető meg a felnőtt lakosság körében. A kérdezettek túlnyomó többsége elégedetlen a romák munkaerő-piaci helyzetével és társadalmi-gazdasági helyzetével. A felsőfokú végzettségűek között lényegesen nagyobb arányban találunk nagyon elégedetleneket (54%), mint az összes megkérdezett között.

A felnőtt lakosság véleménye szerint a romákkal szembeni diszkriminációhoz a társadalom minden jelentősebb intézménye és szereplője, valamint a romák és a romákkal foglalkozó civilek egyaránt hozzá tudnak járulni, a diszkrimináció csökkentésében a médiának nagyon jelentős szerepet tulajdonítanak.

A válaszadók úgy gondolják, jellemzően hátrányosabb helyzetben lévő emberként (szegény, állami gondozott) vagy deviánsként (bűnöző) jeleníti meg a média a romákat. Ez megegyezik a médiareprezentációt a médiatartalom elemzés eszközeivel vizsgáló kutatások eredményeivel (Messing-Bernáth 1998, 2001, 2012, Messing 2003, 2004, Ligeti 2007, Terestyéni 2004). Eredményeink tehát azt jelzik, hogy a lakosság érzékeli, hogy a médiában az alapvetően negatív etnikai témák dominálnak a romák kapcsán.

Vizsgálatunk egyik központi kérdése volt a médiaeszközök romák elleni diszkriminációban játszott szerepének megítélése. Azoknak a médiaeszközöknek a legjobb a megítélése, amelyek valamilyen személyes aspektusát képesek megjeleníteni a roma közösségnek, személyeknek (pl. tehetségkutató műsor, riport- vagy, magazinműsor). A legjelentősebb hatást alapvetően a különböző televíziós eszközöknek tulajdonítják, az újság és az internet megítélése már kevésbé pozitív. A társadalmi célú hirdetések esetében csak a televíziós megjelenés esetében fogalmaztak meg pozitív véleményt a kérdezettek. A lakosság véleménye alapján arra következtethetünk, hogy a média döntően populáris eszközei révén érhet el jelentős eredményeket a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentésében. Mindezek tovább erősítik azt a tézist, mely szerint a média és etnikai csoportok közötti kapcsolat szempontjából kitüntetett jelentősége van a szórakoztató műsoroknak, amelyek indirekt módon képesek értéket közvetíteni és hatást gyakorolni a nézők értékeire, attitűdjeire.

(Bernáth-Messing 2001). Eredményeink azt jelzik, hogy a lakosság is ezeknek a szórakoztató műsoroknak tulajdonít jelentős szerepet a többségi társadalom romákkal szembeni attitűdjeinek megváltoztatásában és a romákkal szembeni diszkrimináció csökkentésében.

Felhasznált irodalom

Bernáth Gábor - Messing Vera (2012) Szélre tolva: Roma médiakép 2011, *Médiakutató* 2012:(1) pp. 18-28.

Bernáth Gábor- Messing Vera (2001) Roma szappanopera karakter a 'Barátok közt'-ben: első fecske.: Beszámoló a sorozat kapcsán készült fókuszcsoportos kutatásról, *Médiakutató* 2001:(április) p. 35.

Cottle, Simon (2000). Media research and ethnic minorities: mapping the field. In: Cottle, Simon (ed.): *Ethnic minorities and the Media*. Open University Press, Buckingham, pp. 1-30.

European Commission (2008), Discrimination in the European Union: Perceptions, Experiences and Attitudes, *EUROBAROMETER 2008*.

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_296_en.pdf

European Commission (2009) Discrimination in the EU in 2009, *EUROBAROMETER*, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_317_en.pdf

Havas Gábor – Kemény István (1995). A magyarországi romákról. *Szociológiai Szemle*, 1995/3. 3-20.

Hongladarom, Krisadawan (2000) Competing discourses on hilltribes: Media representation of ethnic minorities in Thailand. *Manusya: Journal of the Humanities* 3.1. pp. 1-19. http://www.manusya.journals.chula.ac.th/files/essay/Krisadawan_1-19.pdf

Husband, Charles (2000). Media and the public sphere in multi-ethnic societies. In: Cottle, S. (ed.) *Ethnic minorities and the media*, Open University Press. Buckingham, pp. 199-214.

Kemény István – Havas Gábor (1996). Cigánynak lenni. *Társadalmi Riport* 1996.

Kertesi Gábor (2005). Roma foglalkoztatás az ezredfordulón. A rendszerváltás maradandó sokkjá. *Szociológiai Szemle* 2005/2, 57–87.

Krémer Balázs - Bói Krisztina - Kurucz Erika - Mód Péter - Ottucsák Melinda - Pál Zsolt (2010) *Az esélyegyenlőség szempontjából veszélyeztetett csoportokra vonatkozó magyarországi rendszeres adatfelvételek gyakorlata, módszertana és eredményei*, kézirat

Ladányi János - Szelényi Iván (1997). Ki a cigány? *Kritika*, 1997. 12. szám http://adatbank.transindex.ro/html/cim_pdf443.pdf

Ladányi János - Szelényi Iván (2002). Cigányok és szegények Magyarországon, Romániában és Bulgáriában. *Szociológiai Szemle* 2002/4. 72–94.

Ligeti György (2007) Kisebbségek és bevándorlók a médiában, *Médiakutató* 2007: (ősz) p. 11.

Messing Vera (2003) Változás és állandóság: kiköltöztetési konfliktusok médiabemutatása a rendszerváltás előtt és után, *Médiakutató* 2003:(2) pp. 57-74.

Messing Vera (2004) Süketek beszéde: A jászladányi iskolaügy kapcsán kialakult sajtódiskurzus kvalitatív elemzése *Médiakutató* 2004:(2) pp. 25-40.

Munk Veronika – Morvay Judit – Szabó Kitti (2012) Cigány csillagok. Roma sztárok médiareprezentációja, *Médiakutató* 2012: (tél) pp. 101-116.

Neményi Mária - Laki Ildikó - Ságvári Bence - Takács Judit - Tardos Katalin - Tibori Tímea (2011) *Az egyenlő bánásmóddal kapcsolatos jogtudatosság növekedésének mértéke – fókuszban a nők, a romák, a fogyatékos és az LMBT emberek*, kutatási zárójelentés p. 129.
http://www.egyenlobanasmod.hu/tamop/data/MTA_1hullam.pdf

Ross, Karen (2000) In whose image? Tv criticism and black minority viewers, In: Cottle, Simon (ed.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*, Open University Press, Buckingham, pp. 133-149.

Terestyéni Tamás (2004) A sajtó roma vonatkozású tartalmai a 2002-es parlamenti választások kontextusában *Médiakutató* 2004: (nyár) p. 11.

van Dijk, Teun A. – Stella Ting-Toomey – Geneva Smitherman – Denise Troutman (1997) Discourse, Ethnicity, Culture and Racism. In: van Dijk Teun A. (ed.) *Discourse as Social Interaction*, SAGE, London, pp. 144-180.

van Dijk, Teun A. (2000) New(s) racism: a discourse analytical approach. In: Cottle, Simon (ed.): *Ethnic minorities and the media*, Open University Press, Buckingham pp. 33-50.