

**Eötvös Loránd Tudományegyetem
Bölcsészettudományi Kar**

DOKTORI TÉZISEK

Munk Veronika

**ROMA SZTÁROK MÉDIAREPREZENTÁCIÓJA
MAGYARORSZÁGON**

Filozófiatudományi Doktori Iskola

Vezető: Dr. Boros Gábor Dsc, egyetemi tanár

Film-, Média- és Kultúraelméleti Doktori Program

Vezető: Dr. György Péter Dsc, egyetemi tanár

A bizottság tagjai és tudományos fokozatuk:

A bizottság elnöke: Dr. György Péter Dsc, egyetemi tanár

Opponensek: Dr. Orbán Katalin PhD, egyetemi adjunktus

Dr. Pócsik Andrea PhD, egyetemi tanársegéd

A bizottság titkára: Dr. K. Horváth Zsolt PhD, egyetemi tanársegéd

A bizottság további tagjai: Dr. Bajomi-Lázár Péter PhD, habilitált főiskolai tanár

Dr. Müllner András Dsc, egyetemi docens

Dr. Szilágyi Gál Mihály PhD, egyetemi adjunktus

Témavezetők:

Dr. Hammer Ferenc PhD, habilitált egyetemi adjunktus

Prof. Dr. Örkény Antal Dsc, egyetemi tanár

Budapest

2013

A kutatás témaköre, célkitűzései

Disszertációm célja, hogy újságírókkal, szerkesztőkkel, médiaszakemberekkel és roma¹ sztárokkal készített interjúkon, valamint a roma sztárok médiareprezentációjának elemzésén keresztül mutassam be a sztárok egy speciális csoportját, Magyarország legnagyobb és egyben legelutasítottabb kisebbsége, a roma közösség sztárjait. Disszertációm a sztárság és etnicitás társadalmi konstrukcióinak kapcsolódási pontjait és különböző dimenzióit tárgyalja, legfontosabb tézise pedig az, hogy a roma sztár ma a magyarországi cigányságot övező intenzív előítéletek ellenére a többség által elfogadott roma, aki a tradicionális cigányzenészeknek, a magyar kultúra több száz éves archetípusának későmodern kori transzformációja. A cigányzenész a magyar kultúra és a roma közösség kiemelt jelentőségű szereplője és egyben tradicionális archetípusa, aki a nem-cigány közönséggel szemben alárendelt szerepben szórakoztat, és ezzel a többség részéről birtokosa az egyik, ha nem az egyetlen népszerű, szeretett, elfogadott nyilvános roma szerepnek.

A romák médiareprezentációja Magyarországon kisebb-nagyobb kihagyásokkal az 1980-as évek óta kutatott téma, ám ezek a vizsgálatok a szórakoztató műfajokat gyakran mellőzték, döntően a hírműfajok médiaképére koncentráltak. A vizsgálatok szerint Magyarország legnagyobb létszámú, társadalomtudományi becslések szerint a társadalom 6-8 százalékát jelentő kisebbsége nagyjából a kilencvenes évek közepétől vált láthatóvá a magyar médiában, azelőtt gyakorlatilag nem léteztek a média nyilvános terében. Aztán 1994-től változás következett: ekkor ugyan még csak minden harmadik-negyedik nap jelent meg az országos napilapokban hír a cigánysággal kapcsolatban, de 1998-ra már minden második nap szerepeltek. A 2000-es évek elejétől kerültek a hírműsorok mellett a szórakoztató műsorokba is a romák, ekkortól a tehetségkutató műsorokban, talkshow-kban, bulvárlapok címlapján, valóságshow-kban, és főműsoridős magyar szappanoperákban is megjelentek a roma szereplők, karakterek.

Bár a romák megjelenítésének gyakorisága a kilencvenes évek közepétől a magyar médiában folyamatosan nőtt, de a rendszerváltást követő közel huszonöt évben – egy fontos, ennek a doktori dolgozatnak a szorosabb tematikáját érintő kivételtől eltekintve – reprezentációjuk jellege nem változott jelentősen. A romákat ma is gyakran ábrázolják a médiumok a szegény-

¹ A roma és cigány szavakat szinonimaként használom.

ség és bűnözés kontextusában, de a romák médiareprezentációjában bekövetkező változásban jelentőségteljes fordulópontra a sztárok jelentőségének megnövekedése.

Híres cigányok több száz éve ismeretesek a magyar társadalomban. A változás azonban az, hogy az utóbbi években a romákkal kapcsolatos média-megjelenések el nem hanyagolható hányadát a celeb tartalom jelenti.

Ha egy kisebbség médiareprezentációjában ilyen hangsúlyos a sztárok megjelenítése, mint Magyarországon a cigányok esetében, média- és társadalomtudományi szempontból egyaránt izgalmas eredményekkel járhat e szereplők részletesebb vizsgálata. Főként a 21. században, amelyben az egyik legfontosabb társadalmi probléma a különbségtétel, illetve a különbségek szerveződésének és megnyilvánulásának speciális módja: az etnicitás. A tömegmédia és szereplője a sztár, tömegeket vonzó jelenség, aki a társadalmi különbségtétel lenyomata is lehet egyben, olyan konstrukció, amely a különbségeket és azonosságokat láthatóvá, jelentőssé, nagy tömegek számára nyilvánvalóvá teszi.

A kutatás módszere, forrásai

Disszertációm tág perspektívából indít, az első fejezetben kutatásom elméleti kereteit: a médiakutatásban az etnikai kisebbségek reprezentációpolitikáit érintő legfőbb nemzetközi irányvonalakat, illetve a sztártudományok (star studies) alapvetéseit mutatom be. Ezt követi a második fejezetben a már szűkebb perspektíva, amelyben a romák médiareprezentációját érintő kontextuális kereteket jelölöm ki két nagy tartalmi egységben: a magyarországi romák hírmédiabeli, illetve témámat legszorosabban érintő, szórakoztató médiaműfajokbeli reprezentációját.

A harmadik fejezet tartalmazza a cigány sztárokat érintő empirikus kutatásaimat. A kutatást a médiaszakemberekkel, producerekkel, újságírókkal és szerkesztőkkel készített interjúvizsgálatom eredményeinek ismertetése, a magyarországi sztárgyár, produkciós ipar feltérképezése nyitja, amelyben a sztáripár mikéntjét, a roma sztárok termelésének folyamatát vizsgáltam strukturált mélyinterjúkkal vizsgáltam.

A harmadik fejezet második alfejezetében ennek a produkciós folyamatnak az írásos termékét, a médiaszövegeket kvantitatív tartalomelemzéssel elemeztem. A médiatartalmak vizsgálata három hónapot ölelt fel. A 2012. január és április közötti mintába bulvárlapok cikkei, valamint televíziós adások kerültek. Az elemzett korpusz kialakítása során a szisztematikus mintavétel módszerét alkalmaztam, bulvárlapokat és szórakoztató tévéműsorokat vontam a

mintába, mivel a kutatás tárgya a roma sztár, mint médiaszereplő nagyobb valószínűséggel jelenik meg ezekben. A minta két országos, napi megjelenésű nyomtatott bulvárlap, két országos, heti megjelenésű nyomtatott bulvárlap, valamint három televíziós csatorna szórakoztató- és magazinműsoraiból állt össze, összesen 125 tévéadást és 189 bulvár lapszámot tartalmazott. A Story, a BEST, a Blikk és a Bors cikkeit, illetve három televíziós csatorna négy főműsoridős szórakoztató- és magazinműsorát: a TV2 Aktív, az RTL Klub Fókusz, a Duna TV-s Kívánságkosár és a TV2 Megasztár adásait. A kutatás során azokat a médiaszereplőket tekintettem romának, akik a mintavétel időpontjáig legalább egyszer a nyilvánosság előtt nyilatkoztak származásukról, de azokat a médiatartalmakat is roma tartalomként kódoltam, ahol explicit módon megjelent a „cigány” vagy a „roma” kifejezés, illetve azokat is, amelyeket a néző vagy olvasó nagy eséllyel cigánynak azonosít.

A disszertációt a cigány sztárokat érintő legszűkebb metszet zárja. A hét roma celebbről készített életútinterjú elemzésén keresztül vizsgáltam sztárság előtti életüket, a sztárrá válás összetevőit, azt, hogy miként vélekednek önmagukról, mint sztárokról, önmagukról, mint romákról, a szegénységről, a sikerről és más roma sztárokról; mindezt a sztárság etnikai komponenseire koncentrálni. Vizsgálatomban 2012 februárja és áprilisa között hét roma sztárral készítettem részben strukturált mélyinterjút. Interjúalanyaim kiválasztásánál arra törekedtem, hogy minél többféle roma sztár típust mutassak be, így a hét alany között sok évtizede elismert nótaénekes, tehetséges rapper, popsztár, alternatív zenész ugyanúgy helyet kapott, mint olyan celeb is, akit nem kiemelkedő tehetsége, nagyszerű tevékenységei miatt ismerünk, hanem pusztán ismertsége miatt. Interjúalanyaim sorrendben: Molnár Ferenc Caramel, LL Junior, Bangó Margit, VV Fecó, Farkas Róbert, Mága Zoltán és Gáspár Győző voltak, az interjúk átlagosan 120-150 percet vettek igénybe.

Kutatásomban olyan sztárokat választottam, akik korábban a nyilvános térben felvállalták roma identitásukat, legalább egyszer nyilatkoztak roma származásukról. Az interjúim során felhasználtam a narratív interjú technikáinak egyes elemeit is. A strukturált mélyinterjúval ugyanis számos, az interjúalany identitására, személyiségére vonatkozó fontos információ elveszik. Ezt az áldozatot túl komolynak ítéltam, ezért interjúim elején helyet kapott a narratív interjúkban jellemző élettörténeti elbeszélés szakasz, a főnarratíva, amelynek során interjúalanyaim közbevetésem nélkül, saját maguk formálták élettörténetüket.

A disszertáció felépítése

Habár az utóbbi évtizedekben a média romaképét számos hazai kutató vizsgálta, a kutatások a populáris kultúra terepét elhanyagolták, elsősorban a hírmédia cigányképeire koncentráltak. Eredményeim tehát újszerűek abban a tekintetben, hogy korábban egyetlen vizsgálat sem állította fókuszába a magyarországi roma sztárokat.

A sztárokat kiemelkedően értékes jelentésekkel rendelkező társadalmi konstrukciókként értelmező diszciplínának az elméleti háttere sem létezett a magyar nyelvű szakirodalomban. Az I.2. alfejezetben ismertetett star studies tudományág megközelítései annak ellenére hiányoznak a hazai médiakutatás színteréről, hogy a hírességek vizsgálata az angolszász kultúraszociológiában az 1960-as évekig nyúlik vissza: a Magyarországon kívül eső médiakutatási gyakorlat azóta foglalkozik a sztársággal mint kulturális és társadalmi jelenséggel, hogy vajon miért szereti, nézi, olvassa annyi ember a sztárokkal kapcsolatos híreket, tudósításokat, miért rajonganak annyian a sztárokért. Disszertációm I. fejezete ezt a szakirodalmi hiányt is volt hivatott pótolni, emellett kijelölte empirikus vizsgálataim elméleti keretét.

A II. fejezetben a magyarországi romák médiareprezentációjának kérdéskörét jártam körül, az első alfejezetben a hírmédia romaképét elemző, eddigi összes nagy kutatás legfontosabb megállapításait tártam fel, valamint kritizáltam normatív megállapításaikat, és módszertanukat. Ugyanakkor, a szórakoztató médiában ábrázolt romakép legalább annyira fontos kutatási terep, mint a tényműfajoké, ezért a hazai populáris média romaképeinek szentelt II.2. alfejezetben a cigányzenészek társadalom- és kultúrtörténeti összegzése mellett négy nagy területet, a legnézettebb médiaműfajok romaképet elemeztem. Sorrendben: a zenei tehetségkutatók, a magyar tévésorozatok, szappanoperák, a magyar kibeszélő show-k, végül a témám szempontjából kiemelkedő jelentőségű Győzike Show, és más reality show-k cigányképét vizsgáltam.

A mai roma sztárok reprezentációjától legalább ennyire elválaszthatatlan jelentőségű a magyarországi cigányzenészek helye és szerepe a magyar kultúrában. A II.2.1. pontban tártam fel a magyarországi cigányzenészek népszerűségének és a magyar kultúrában betöltött kiemelkedő jelentőségük társadalom- és kultúrtörténeti, valamint szociológiai aspektusait. A cigányzenész ma is ismert társadalmi szerepe már a 19. században kialakult, a reprezentációnak már akkor, és kutatási eredményeim szerint ma is része a roma közösségtől való bizonyos fokú távolságtartás. A 19. századi cigányzenészek soha nem játszottak másfajta muzsikát, mint a magyart, zenei repertoárjuk távol állt a cigányok népzenejétől, másfelől szakmájuk gyakorlása szükségszerűen elszakította őket a cigányok nagyobb tömegeitől.

E jellemző ma a roma sztárookban él tovább, a romaság bizonyos fokú háritását bizonyítja a jelenlegi roma sztárokkal készített karrier- és életútinterjúk elemzése is, a roma sztárok identitásában ugyanis egyértelműen a sztár-identitás van előtérben, háttérbe szorítva az etnikai identitást. A hírességek élettörténeteit szétfeszíti a sztársággal járó népszerűség, a sztárságot és az etnikai csoportot egyaránt övező ellenszenv, így erre a feszültségre az etnikai támadásoktól védett, de egyben származásától is távolálló önazonosság a válasz. A hivatásos celeb- vagy szakmai, karrier-identitás a megélt élettörténetet is befolyásolja, az egyénnel szembeni előítéletes események felidézését háttérbe szorítja, a karrier-lépcsőfokokat, a sztárrá válás jelentőségteljes szakmai és magánéleti epizódjait erősíti fel. Úgy tűnik, a celebség konstrukciója védelmet nyújt a rossz cigány tulajdonságok ellen. Sőt, a köznek szóló énkép olyan erős homlokzatot is kialakíthat, hogy a sztár talán észre sem veszi, de saját magáról mint különleges, kivételes műtárgyról, egyes szám harmadik személyben beszél.

A sztárok élettörténeteiben rendkívül hangsúlyos a sztárrá válás története, amelynek eredője a szegénység. A hányattatott gyermekkor jelenti a romantikus kiindulópontot, a felemelkedés előtti kitörési pontot. A sztárok által elbeszélte szegénység jellege egységes: narratíváik meghatározó eleme a tisztességes szegénység, a boldog család, és a dolgozó roma képe. A sztárok magukat a szegények hőseinek látják, példának arra, hogy kemény munkával és elhivatottsággal ki lehet törni, így nem is csoda, hogy mind a hét interjúalanyom a jelentős, felfelé irányuló mobilitás kulcsaként kizárólag saját erejét emelte ki, belső erőforrásoknak tulajdonítja sikereit. Narratív emlékezetük szerint a tisztességes szegénység a kiindulópont, a feltétele a rendkívüli gyors, felfelé irányuló mobilitásnak, de egyben védelmi reakciónak is tekinthető a többségi társadalom ellenséges attitűdjére, amelyben a romák hányattatott soráért, szegénységéért csak és kizárólag a romákat okolják.

A sztárok reprezentációja sztárrá válásuk időszakában leírható a hírérték, az eladható érdekesség, a közönség szempontjából izgalmas többlet, a kíváncsiságra ösztönző részletek viszonyrendszerében. A kisebbségi sztárok esetében a többségitől eltérő csoport-hovatartozás, a más-ság, a romanticizált különlegesség önmagában a reprezentáció lényeges eleme (erre az I.2.5 pontban mutattam be nemzetközi párhuzamokat). Ráadásul a sztárrá válás előtti identitásnak a média számára csak kezdetben, bizonyos ideig van hírértéke, és ez nem csak a roma sztárok esetében van így. Miután egy sztárról kiderül, hogy *kicsoda*, idővel csak a celeb-élete (fellépései, sminktanácsai, kedvenc ételei) és celebséghez kapcsolódó magánélete (drogbotrányai, válása, új szerelme és gyereke) válik érdekessé. A roma sztároknál ezt azt jelenti, hogy az ismertség kiemeli őket a cigányokra jellemző arctalan, homogén megjelenítésből, ám sztársá-

guk előrehaladtával a származásukkal kapcsolatos tartalom is kikopik, vagy csak nagyon érintőlegesen él tovább. Idővel már nem roma sztárok ők, hanem olyan sztárok, akik történetesen romák.

Ezt bizonyította a III.2 alfejezetben összegzett, a szórakoztató média romaképét vizsgáló tartalomelemzésem is, amely szerint a sztárok etnicitása a jelenlegi többségi sajtó és tévé megjelenésekben nem artikulálódik jelentősen. A kutatás eredményei szerint a roma sztárokat megjelenítő médiaszövegek háromnegyede teljesen mentes volt mindenfajta roma sztereotípiától. A sztár-státusz elérésével tehát az etnikai származás háttérbe szorul, egyfajta biztonságos, egyenlősítő terepet ad romáknak, nem romáknak egyaránt. A maradék egynegyed megjelenítésben a legmeghatározóbb cigányokkal kapcsolatos pozitív sztereotípiák, a muzikalitás jelent meg, amely tehetséget a többségi társadalom is elismeri és teret enged kibontakoztatására.

A kutatás azt is kimutatta, hogy cigány sztárok kevés kivételtől eltekintve ma Magyarországon csak a zenészek közül kerülnek ki (Alig akadnak származásukat vállaló, híres roma tévés személyiségek, színészek, sportolók). Ez a jelenség is bizonyítja, hogy a zenész cigány szerepe kivételes, amelyben a többség elfogadja a roma szereplő jó képességét. A zene ma is gyakorlatilag az egyetlen kitörési lehetőség, a kevés pozitív roma sztereotípiák egyike, amely viszont kétélű fegyverként is felfogható. A zene, mint lehetőség a romaság számára felkínál ugyan mobilitási csatornát, de ezzel egyúttal a zenész cigány elkülönített, zárvány szerepét erősítheti. A generációkon átörökített kollektív kulturális tudásnak köszönhetően pedig a közönség számára már meg sem kérdőjeleződik az ismert cigányok zenéhez kapcsolódása, és fel sem merül a kérdés, hogy miért ez a siker egyetlen útja és milyen lehetséges strukturális bajok gátolják meg azt, hogy a roma siker más terepen is legalább a zenei színtérhez hasonlóan megvalósulhasson.

Ahogy a II.1 alfejezetből látható, a hírmédia romaképe meglehetősen lehangoló: az ábrázolás megmarad az egydimenziós, masszaszerű romaképben, amelyet a kisebbségi csoport tagjainak alul-reprezentált és sztereotipikus megjelenítései, valamint a tény- és hírműfajok probléma- és konfliktus orientált megközelítései jellemeznek. A kutatásokból az is kiderül, hogy a média hajlamos figyelmen kívül hagyni vagy csekély hangsúllyal kezelni a strukturális egyenlőtlenségeket és a kisebbségi csoportok tagjaival szemben jellemző előítéletes, rasszista megnyilvánulások jelentőségét. A magyarországi romák médiaképe tehát kétpólusú, amelyben a hírmédia alacsony társadalmi státuszú, kriminalizált cigányképe jelenti az egyik pólust, a szórakoztató média sztárjai pedig a másikat. Ez a megjelenítés pedig azt a benyomást keltheti, hogy ma

Magyarországon csak sikeres romák és csak elesett romák élnek, a két véglet között pedig légüres tér van. Vagyis mintha nem lennének a cigányságnak olyan rétegei, amelyek helyzete átlagosnak tekinthető, akik a társadalom integráns tagjai.

A későmodern médiakörnyezet jelenlegi formái (a neotelevízió, a -tainment típusú műsorok, a hibrid médiumok, az interaktivitás, a tabloidizáció, a web2-es környezet) a sztár-mobilitás gyorsaságát előnyben részesítik. A társadalom marginalizált helyzetéből érkező sztárok esetében a média nézőpontjából ez többletértékként is felfogható: a cigánytelepről, lakótelepről, közmunkából, gyermekotthonból kitörő tehetség komoly hír- és szenzációértékkel bír. Kiválóan eladható mese-narratívát jelent, különösen a valóságshowkban, tehetségkutatókban. A sztárok köré aggatott, pár szóval is kifejezhető karakterkijelölés, és az azokból építkező narratíva az évek során a sztár reprezentációjában lényegében nem változik: a csaló, szerethető bohóc Győzike, a szegény, de jólelkű és tehetséges Caramel, az egyszerű, érzelmes, a jég hátán is megélő VV Fecó, vagy a vad Oláh Ibolya újra és újra előkerül a reprezentációban. A sztárok narratívája a szórakoztatásra épül, és bár rendszerint nem velük, hanem rajtuk nevetünk, még ha a humor forrásai is, ritkán a gyűlöleté. Éppen ez a szerethetőség az, ami a hírmédia cigány reprezentációiból hiányzik. Őket ugyanis a legtöbb tudósítás a szegénység és a társadalmi devianciák kontextusába helyezi.

A hazai sztárrendszerben, csakúgy, mint mindenhol máshol, a sztárság elengedhetetlen feltétele az átlagtól való eltérés, a különlegesség hangsúlyozása. És bár a szórakoztató médiumfajokban kutatásom eredményei szerint nem létezik a romákra irányuló nyílt és általános előítéletesség, a romák kulturális másságának hangsúlyozása, az új rasszizmus keretébe illeszthető tendencia nagyon is jelen van. A szórakoztató média hírérték-preferenciáinak megfelelően a roma sztárok esetében gyakori, hogy a roma kultúra egzotikusnak feltüntetett eseményeit, attribútumait emelik ki. A Győzike Show-ban egy roma család bemutatása, vagy a Hal a tortán című főzőműsorban önmagában a roma sztárok szerepeltetése kielégítheti a közönség voyeur igényeit a „más” iránt, így növelheti a nézettséget, ami semmi egyébnél nem vág jobban egybe a kereskedelmi és szórakoztató média érdekeivel.

Az értekezés legfőbb megállapításai, eredményei

1. A magyar nyelvű szakirodalomban elsőként összegeztem a sztárokat kiemelkedően értékes jelentésekkel rendelkező társadalmi konstrukciókként értelmező sztártudományi (star studies) diszciplína elméleti hátterét.

2. Meghatároztam a legnézettebb magyar szórakoztató média műsorok (zenei tehetségkutatók, tévésorozatok, szappanoperák, végül a téma szempontjából kiemelkedő jelentőségű Győzike Show, és más reality show-k) cigányképének alapvető jellemzőit.

3. Bizonyítottam, hogy a roma sztár ma a magyarországi cigányságot övező intenzív előítéletek ellenére a többség által elfogadott, asszimiláns roma, aki a tradicionális cigányzenésznek, a magyar kultúra több száz éves archetípusának későmodern kori transzformációja.

4. Feltártam a tradicionális cigányzenészek és a mai roma sztárok párhuzamait, élettörténeteik és reprezentációik kapcsolódási pontjait. Kimutattam, hogy a cigányzenész ma is ismert társadalmi szerepe már a 19. században kialakult, a reprezentációnak már akkor, és ma is része a roma közösségtől való bizonyos fokú távolságtartás. A jelenlegi roma sztárokkal készített karrier- és életútinterjúk elemzésével igazoltam, hogy ez a zárvány szerep ma a roma sztárookban él tovább.

5. Kimutattam, hogy Magyarországon a cigány sztárok ma elenyésző kivételtől eltekintve csak a zenészek közül kerülnek ki, a magyar szórakoztató tévés műfajok reprezentációját dominálja a zenész roma archetípusa, de a reprezentáció maga heterogénnek tekinthető. Bizonyítottam, hogy a zenész cigány szerepe kivételes, amelyben a többség elfogadja a roma szereplő jó képességét.

6. Kimutattam, hogy a hírességek élettörténeteit szétfeszíti a sztársággal járó népszerűség, a sztárságot és az etnikai csoportot egyaránt övező ellenszenv, így erre a feszültségre az etnikai támadásoktól védett, de egyben származásától is távolálló szakmai identitás, a celeb-identitás a válasz.

7. Kimutattam, hogy a roma sztárokat az ismertség kiemeli a cigányokra jellemző arctalan, homogén megjelenítésből, ám sztárságuk előre haladtával a származásukkal kapcsolatos tartalom is kikopik, vagy csak nagyon érintőlegesen él tovább. Idővel már nem roma sztárok ők, hanem olyan sztárok, akik történetesen romák. A szórakoztató média romaképét vizsgáló tartalomelemzéssel bizonyítottam, hogy a sztárok etnicitása a jelenlegi többségi sajtó és tévé-megjelenésekben nem artikulálódik jelentősen.

8. Igazoltam, hogy a magyarországi romák médiaképe kétpólusú, amelyben az egyik pólust a hírmédia alacsony társadalmi státuszú, kriminalizált cigányképe, a másikat pedig a szórakoztató média sztárjai jelentik.

9. Rámutattam, hogy a magyar társadalomban erőteljesen jelen lévő nyílt etnikai előítéleteket felülírják a szórakoztató média szabályszerűségei. Bár a szórakoztató médiaműfajokban nem általános a romákra irányuló nyílt és általános előítéletesség, a romák kulturális másságának hangsúlyozása nagyon is jelen van. A szórakoztató média hírérték-preferenciáinak megfelelően a roma sztárok esetében gyakori, hogy a roma kultúra egzotikusnak feltüntetett eseményeit, attribútumait emelik ki, ami bizonyos esetekben a kulturális rasszizmussal is megfeleltethető.

A kutatás témájában készült publikációk

Munk V. (2007a). "Húzd rá cigány!" (A magyarországi roma sztárok reprezentációja). *Ezredvég*, 17 (2), 83-89.

Munk V. (2007b). "Play to Me Gypsy!" How Roma Stars' Image Change in Hungarian Media. In Kallioniemi, K., Kärki, K., Mäkelä, J., & Salmi, H (szerk.) *History of Stardom Reconsidered*. (84-89. o.) Turku: International Institute for Popular Culture.

Munk V. (2009). Sztárság, elméletben. *Médiakutató*, 10 (1), 7-16.

Munk V. (2009b). Hírnevet pénzért: fejlett a sztárok marketingérzéke Magyarországon. *Kreatív*, 18 (1-2), 48-50.

Munk V., Morvai J., & Szabó K. (2012). Cigány csillagok: Roma sztárok médiareprezentációja. *Médiakutató*, 13 (4), 101-116.

Munk V. (2013a). A romák reprezentációja a többségi média híreiben az 1960-as évektől napjainkig. *Médiakutató*, 14 (2), 89-100.

Munk V. (2013b). Vágási Feri és Balogh Nóra esete Oláh Gergővel – A romák reprezentációja a többségi média szórakoztató műsoraiban. *Médiakutató*, 14 (3), 27-38.

Munk V. (2013c). A leghíresebb romák önreprezentációja. In Csak másban – Roma reprezentáció a magyar médiában. Szerk.: Bogdán Mária – Feischmidt Margit – Guld Ádám. Gondolat Kiadó: 66-92.