

# Manjinski mediji i identiteti: pokretanje internetskog portala Romi.hr

---

**Jularić, Jelena**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2017**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:238080>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-13**



*Repository / Repozitorij:*

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



**Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Diplomski studij novinarstva**

**MANJINSKI MEDIJI I IDENTITETI  
Pokretanje internetskog portala Romi.hr**

**DIPLOMSKI RAD**

Mentor: Prof. dr. sc. Zlatan Krajina

Studentica: Jelena Jularić

Zagreb

Rujan, 2017.

Izjavljujem da sam diplomski rad *Manjinski mediji i identiteti – Pokretanje portala Romi.hr*, koji sam predala mentoru na ocjenjivanje doc. dr. Sc. Zlatanu Krajini, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove. Nadalje, izjavljujem da sam i u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16. – 19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

# SADRŽAJ

1. Uvod	1
2.1 Priča o pokretanju medija Romi.hr	3
2.1 Stavljanje priče u hrvatski medijski kontekst	3
2.2 Romi u medijima	6
2.2.1 Tiskovine i internet	6
2.2.2 Portret Roma u medijima	8
2.3. Članovi redakcije	13
2.4 Rad redakcije	17
2.4.1 Koncept časopisa	20
2.4.2 Opremljenost i izgled portala	23
2.4.3 Usporedba s romskim portalom “Udar” iz BiH	25
3. Neprofitni medij	26
3.1 Financiranje Romi.hr	28
4. Građansko novinarstvo	30
4.1 Društveni pokreti i mediji građana	30
4.2 Participacija publike	33
4.3 Poticanje na aktivizam	34
5. Zaključak	36
6. Literatura	38
7. Prilozi	40

# 1. UVOD

Na samom završetku novinarskoga studija zanimala sam se za alternativne medije koji su različiti i teže dostupni od većine masovnih medija. Za početak, otkrila sam da je pojam alternativnih medija složen i slojevit, točnije da je sama definicija problematična zato jer ima više pojašnjenja prema relevantnim autorima. Pod tu definiciju također spadaju uredništvo, novinari i publike. Što su alternativni mediji? U početku 60-ih godina, podzemne (engl. underground) publikacije koje se odnose na politike deliberacije, direktnu akciju i anarhizam, kao i na popularnu kulturu. Potrudit ću se što preciznije dati odgovor na ovo postavljeno pitanje uz pomoć autora iz polja društvenih znanosti i hrvatskog primjera - manjinskog internetskog portala Romi.hr, kao i istoimenog časopisa. Vidjevši na oglasnoj ploči Fakulteta političkih znanosti oglas za pisanje na romskom portalu, prijavila sam se za suradnju s Romskim nacionalnim vijećem na projektu pisanja tekstova za portal te časopis. Radila sam članke iz kulture, vezano za romske bandove<sup>1</sup>, film i kulturna udruženja.

Časopis Romi.hr dobio je novčana sredstva za rad u razdoblju od jedne kalendarske godine, što me dovodi do sljedećeg pitanja: kako uspjeti (samo)održati rad neprofitnog medija unutar hrvatskih okvira ako natječaji nisu uzastopni i ne osiguravaju konstantan rad nekomercijalnog medija? Prve, pa i druge reakcije javnosti i čitatelja vrlo su pozitivne zbog sveobuhvatnosti ovog mladog medijskog projekta, ali i ozbiljnosti te dubine kojima je pristupio svakoj temi o kojoj je pisao.

Svoj diplomski rad temeljim na saznanjima iz prve ruke, točnije etnografskom bilježenju pokretanja portala i obrada tema. Za svoju analizu metodološki sam odabrala kvalitativnu metodu istraživanja, intervju. Broj intervjuja koji sam napravila je četiri, a sugovornici su bili osobe koje su direktno uključene u osnivanje i rad samog časopisa i portala Romi.hr, poput urednika izdavačke djelatnosti, zamjenice urednika te dvije novinarke. Vrsta intervjuja je bila polu-strukturirani jer sam svakom od sudionika postavljala ista i različita pitanja, ovisno o njihovoj ulozi te saznanjima koja imaju vezano za temu i područje njihovog rada (intervencija potpitanjima). Intervju je razgovor koji ima strukturu prilagođenu nacrtu rada i smisao zbog čega se čini kao prikladna istraživačka metoda za ovaj rad. On nadilazi spontano izmjenjivanje

---

<sup>1</sup><http://romi.hr/zanimljivosti/hrvatska/gipsy-groove>, 2017

mišljenja u svakodnevnim razgovorima te postaje pažljivo ispitivanje i slušanje s ciljem pozornog ispitivanja i analiziranja znanja i zapažanja (Kvale, 1996: 6). Jezik je oruđe, kao i objekt analize. Može nam dati opsežno ispitanikovo viđenje teme koja nas zanima. Nakon uvodnih pitanja koja otvaraju naš razgovor i nude nam općenite odgovore, slobodni smo birati između direktnih, indirektnih, *follow-up* pitanja ukoliko želimo razgovor nastaviti u određenom smjeru, *grand tour* pitanja kojima dobivamo opširan odgovor, strukturirajućih, specificirajućih ili interpretirajućih pitanja. Prosječno trajanje istraživačkog intervjua je od 20 minuta do dva sata, što je slučaj i ovdje: najduži je trajao sat i pol. Lokacije na kojoj smo obavili intervjue bili su Fakultet političkih znanosti i restoran. Ispitanici mi nisu bili nepoznati i nisam ih trebala tražiti, već sam surađivala s njima na radu dotičnog medija i srdačno su mi izašli u susret oko pomoći pri realizaciji ovog diplomskog rada.

Svatko od spomenutih dao mi je podatke vezane za svoj dio posla u mediju, na primjer opis njihovih zadataka i odgovornosti, ali i o specifičnostima rada, zatim informacije o financiranju medija te poteškoćama vezanim za to. Što je medij bez publike, rekli bi u svijetu medija, pa smo se ujedno dotakli pitanja kakva je publika medija Romi.hr i kako percipira članke koji se tamo objavljuju te ima li uopće prostora participirati u stvaranju pozitivne ili pak negativne povratne informacije direktno na portalu ili kroz drugi medijski kanal. U prvom poglavlju opisat ću situaciju i kontekst manjinskih medija u Republici Hrvatskoj te zašto je Romi.hr potreban i koje medijske nedostatke popunjava u odnosu na srednjestrujaške medije vezano za izvještavanje o romskoj manjini. Također ću usporediti bosansko-hercegovački portal Udar s Romi.hr. U drugom poglavlju osvrnut ću se na model financiranja medija Romi.hr koji spada u kategoriju neprofitnih medija. Analizirat ću zakonske okvire i ukazati na poteškoće s kojima se ovaj tip medija susreće zbog nepotpune uređenosti kriterija financiranja na godišnjoj razini. U sljedećem poglavlju diplomskog rada obradit ću specifične karakteristike koje krase ovu vrstu alternativnog medija, a to su participacija te aktivizam. U suvremenim demokratskim društvima civilno društvo preuzelo je zadaću kojom građanima osigurava prostor slobode za vlastite izbore i djelovanja. Civilno društvo čine entuzijastične organizirane skupine koje su se okupile oko zajedničkog interesa koji je često, iako ne nužno, usmjeren na opće dobro. Ono djeluje kroz organizacije specijalizirane za određena područja djelovanja (ljudska prava, ekologija, sport, razvoj demokratskog društva...), dok s javnošću komunicira koristeći različite kanale, a to su najčešće mediji. Budući da su *mainstream* mediji uglavnom zatvoreni za sadržaje o temama i

aktivnostima koje su vezane za promicanje ljudskih prava, neprofitni mediji u Hrvatskoj postali su platforma za komuniciranje ovakvih sadržaja. Civilno društvo ovisno je o državi koja mu garantira temeljna prava i uvjete poput slobode zбора i govora, društveno-ekonomsku regulaciju i drugo (Car prema Dahlgrenu, 2012: 4).

Tvrdim kako je opstanak ovakvog tipa medija moguć, čak i uz uskraćivanje državnih financijskih sredstava, što naravno uvelike otežava i komplicira svakodnevni rad i organizaciju uredništva i samog medija. Vrsta medija kod koje je to u velikoj većini najlakše i najjednostavnije jest internet, odnosno online platforma jer je najpovoljnija i relativno poprilično dostupna velikom broju čitatelja.

## 2. PRIČA O POKRETANJU MEDIJA ROMI.HR

### 2.1 STAVLJANJE PRIČE U HRVATSKI MEDIJSKI KONTEKST

Kako bih odabir svoje teme pozicionirala u sadašnjem stanju odnosa mediji - manjine te manjinskih medija u Hrvatskoj, ukratko ću opisati uređene zakone i odnos *mainstream* medija prema manjinama, odnosno njihov način izvještavanja i pisanja o njima.

Uređenje etničkih odnosa u samostalnoj Republici Hrvatskoj započelo je 1991. godine kada je Hrvatski sabor usvojio Ustavni zakon o ljudskim pravima i slobodama i o pravima etničkih i nacionalnih zajednica ili manjina u Republici Hrvatskoj (NN 65/91). Temeljem Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina (NN, 155/02) iz 2002. te Zakona o izmjenama i dopunama (NN, 80/10) iz 2010., nacionalnim manjinama zajamčeno je ostvarivanje nacionalno-manjinskih političkih i kulturnih prava. Osim prava na služenje svojim jezikom i pismom, nacionalnim manjinama se osigurava mogućnost obrazovanja na istim te pravo na kulturnu autonomiju, održavanje i razvoj vlastite kulture te zaštitu kulturnih vrijednosti i tradicija. Imaju pravo na javno informiranje, samo-organiziranje i udruživanje, zastupljenost u tijelima na društvenim i lokalnim razinama, kao i na sudjelovanje u javnom životu. Politička organiziranost nacionalno-

manjinskih zajednica odnosi se na Vijeća nacionalnih manjina – politička tijela lokalnih zajednica te zastupnike manjina u Hrvatskom saboru. Zastupljenost nacionalnih manjina u političkom i ekonomskom životu Hrvatske značajan je preduvjet za njegovanje vlastitog identiteta te ravnomjeran razvoj manjinske društvene infrastrukture. Za ostvarivanje prava nacionalne manjine organizirana su različita kulturno-umjetnička društva, klubovi te centri. Zajednički rad im je na aktivnostima koje pridonose afirmaciji nacionalno-manjinskog položaja u Hrvatskoj.

Sve manjine žele poboljšati svoju poziciju u većinskom društvu, čuvati i njegovati svoj identitet i suživot s drugim državljanima. Grad Zagreb kao kulturno, administrativno, gospodarsko i financijsko središte Hrvatske značajan je za multi-etnička te multi-kulturalna obilježja i iskustva suživota njegovih građana na različitim nivoima.

Za pojedine manjine postoji svijest o njihovoj zatvorenosti (na primjer, Albance) i/ili neprilagođenosti i isključenosti iz društva (na primjer Romi). Anthony Cohen kaže bismo trebali biti zabrinuti za njihove umove i preferencije, a ne kulture i indentitete, zabrinuti za način na koji razmišljaju više od toga kamo pripadaju (Robins i Aksoy, 2006: 88, cit. prema Cohen, 1994). Kako bismo razumjeli pojedine nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj, u ovom slučaju romsku, trebali bismo istražiti kako one same sebe doživljavaju i u kojim aspektima su integrirane, a u kojim isključene. Jedna od namjera ovog rada jest prikaz kulturnog, društvenog, a najviše medijskog položaja Roma u Hrvatskoj, unatoč konfliktnim interakcijama između većine i manjine.

O slučaju problema odvojenih razreda romske i hrvatske djece u Međimurju općehrvatski listovi su korektno izvještavali o tim događajima iz 2003., dajući objema stranama dovoljno prostora da iznesu svoje stavove. Lokalni listovi su, pak, naglasak stavili na “međimurske Rome koji su razjedinjeni i nejedinstveni”, “da ne govore istim jezikom”, “da se neki uopće na ciganskom ne mogu sporazumijevati pa kako će se onda sporazumijevati s većinskim hrvatskim narodom” (Vilović, 2004: 78).

Manjinski mediji mogu graditi povjerenje većinske zajednice, informirati javnost te biti potencijal za rekonstruiranje „identitetske infrastrukture“ i za kvalitetniju integraciju. Mediji mogu biti glavni resurs vidljivosti manjinske grupe. Manjinski mediji nastaju kao reakcija na



nevidljivost manjinske zajednice u većinskim medijima (Župarić-Iljić, 2011: 171). Je li izdvajanje manjinskih tema kršenje manjinskih prava ili zalaganje za njih?

Nacionalne manjine čine 7.5% populacije, a u programu HRT-a 2010. bili su zastupljeni s 1% (70 sati manjinskog sadržaja), što je zapravo način na koji se izbjegavaju kritike na kvalitetu i zastupljenost u medijima i javnosti<sup>2</sup>. U članku 17. Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina spominju se mjere za pristup medijima. Na nacionalnoj razini na HRT-u ne postoje manjinske redakcije. Nacionalna televizija emitira dvije multietničke emisije: magazine Prizma i Manjinski mozaik. Hrvatski radio ima emisiju Agora koja se realizira na materinskom jeziku. Riječ je većinom o korektno i profesionalno obrađenim temama, međutim, to nisu atraktivno oblikovane emisije koje idu u udarnim televizijskim ili radijskim terminima. Gledane ili slušane emisije nedostatne su zbog jednoplošne manjinske tematike, kao i lokalne televizije.

Potreba za potpunijim izvještavanjem o romskoj manjini u Republici Hrvatskoj već duže vrijeme zaokuplja cjelokupnu romsku zajednicu i pripadajuće organizacije. Poprativši višegodišnje medijsko praćenje manjinskih tema, posebno onih romskih, u Romskom nacionalnom vijeću uvidjeli su da nema ozbiljnijeg i uravnoteženog izvještavanja u hrvatskim tiskanim te elektroničkim, dnevnim i periodičnim izdanjima. U, kako se nazivaju, krovnoj romskoj organizaciji, RNV-u, došli su do zaključka kako su sposobni prijaviti se za realizaciju jednogodišnjeg plana za medijski projekt koji bi služio kao platforma za gotovo sve teme koje su važne za romsku populaciju unutar Hrvatske, ali i šire.

David Orlović kaže kako se “romska manjina ne može usporediti sa nekim od drugih manjina koje imaju vrlo razvijene medije i organizacije koje se bave kulturom”. Kaže kako su zaključili da i drugim manjinama, u pravilu, vodeća organizacija koja ima najveće kapacitete nosi i sektor informiranja (jer to je jedan zahtjevan sektor iz perspektive manjinskog sektora), i s druge strane, obično te glavne organizacije imaju najbolje resurse i najbolju razinu informiranosti, kao i najšire članstvo organizacije, koje opet treba te informacije. U Romskom nacionalnom vijeću proanalizirali su potrebu da RNV kao organizacija jača i razvija svoj informativni sektor kao dio rada.

---

<sup>2</sup>Novi list, 5. svibnja 2011.

David Orlović: “...onda smo utvrdili da je stanje blago rečeno katastrofalno zato što, kad je riječ o medijima, u elektronskim medijima nema ničeg romskog osim neke sporadične emisije koje se sponzoriraju i jednostavno rade ih mainstream mediji, rade ih lokalne stanice i tako dalje, koje nemaju nikakovo znanje o položaju Roma i da to često bude neko odrađivanje koje zapravo ničemu ne služi dugoročno i nema kontinuiteta.”

Cohen kaže kako imperativ treba biti na opisivanju misli i osjećaja individualaca, inače prelazimo u generalizacije koje crpimo iz kolektivnih društvenih kategorija (Robins i Aksoy, 2006: 87, cit. prema Cohen, 1994: 4).

## 2.2 ROMI U MEDIJIMA

### 2.2.1 TISKOVINE I INTERNET

Većina nacionalnih manjina izdaje vlastite tiskovine malih naklada. Najveću nakladu od 5000 primjeraka ima časopis Novosti. U manjinskim medijima kao novinska forma koriste se reportaže, redovito se prate važne godišnjice te se često koriste i manjinski jezici. Kroz manjinske medije neke manjine predstavljaju se matičnoj naciji. Članci su etički korektni ali ne dopiru do većine (Vilović u Župarić-Iljić, 2011: 173). Utjecaj je malen jer jednostavno nemaju veliku čitateljsku publiku. Iako u nepovoljnijem položaju zbog manje naklade, manje recipijenata te kadrova, katkad je za loš manjinski medij krivnja na manjini. Kvalitetno izvještavanje još je značajnije za rad novinara u većinskim medijima nego u manjinskim.

Izvršna urednica Bibijana Papo kaže da bi naprosto bilo potrebno i sigurno bi doprinijelo općenito romskoj zajednici kad bi bilo Roma novinara i da ako se Romi osposobljavaju za novinarsko zanimanje, da se ne bave ponajprije romskim medijima, nego da budu uključeni u rad *mainstream* medija.

Bibijana: “Zašto bi se oni ograničili samo na izvještavanje samo o romskoj manjini ili općenito manjinama? (...) Međutim to nije moguće, jednostavno to, to se ne događa i, ja bi` osobno možda

*bila najsretnija kad naš medij možda ne bi ni postojao, nego kad bi takvi članci i teme bile već integrirane u neke postojeće medije, ali, velim, to se ne događa.”*

Za statistički primjer uzet ću područje Zagreba na kojem se izdaje oko 35 manjinskih glasila. Od 22 manjine, šest nema izdavačku djelatnost u gradu Zagrebu. Nevladine organizacije iznjedrile su 50-ak relevantnih internetskih te Facebook stranica za informiranje i blogove. Internet je važan zbog konvergencije medijskih formata (tekst, video, zvučni zapis) jer okuplja elektroničke medije na jednom mjestu (televizija, radio, publikacije). Time informiranje postaje lakše i brže. Manjinski listovi mogu biti u digitalnom formatu na internet stranicama koje su medij za sebe i predstavljaju internetsko izdanje časopisa. Romi.hr prakticira ovakvu mogućnost zbog većih izgleda da će netko vidjeti i pročitati časopis na internetu. Uz to, internetsko arhiviranje<sup>3</sup> daje mogućnost lakšeg vraćanja člancima.

Romi po brojnosti čine četvrtu manjinu u Hrvatskoj i imaju najviše registriranih organizacija. 1994. izdan je prvi hrvatski romski list *Romano akharipe*. 1997. godine izlazi časopis *Romano Ćaćipe* koji izlazi ritmom od tri broja godišnje. Naglasak je na reportažnim člancima, integraciji te ekonomskoj problematici. Neki članci prevode se s hrvatskog na engleski, no začuđuje kako nema tekstova na romskom jeziku. Udruga Romkinja Hrvatske od 2005. godine izdaje *Budućnost/Anglunipe*, usmjeren na probleme te predstavljenost žena. Udruga Romi za Rome Hrvatske tiskaju časopis za djecu i mladež.

Bibijana kaže da postoji romski časopis koji se zove *Romano Ćaćipe* i časopis *Bolja budućnost*. Oba su časopisa iz Zagreba. *“Tu se radi usva tri slučaja o želji i volji da se informira ljude, ali ti mediji u principu prenose članke iz drugih medija i rijetko imaju ozbiljnije autorske članke. To ima svoju svrhu i doprinosi informiranju Roma, ali to neotvara nove teme niti donosi kritički osvrt, to su jednostavno uglavnom radi o prenošenju iz drugih medija...”*

Dva su internetska portala o Romima na području Zagreba – ona Romskog nacionalnog vijeća te Udruge Romi za Rome (Babić i suradnici, 2011: 342).

---

<sup>3</sup><https://issuu.com/romi.hr/docs/romi-broj-1-a>, 2016.

## 2.2.2 PORTRET ROMA U MEDIJIMA

Refleksija vlastitog položaja manjine mora uključiti promišljanja o organiziranosti te svojim programskim sadržajima i načinima na koje se prezentiraju većini i ostalim manjinama. Kulturno te medijsko predstavljanje jedno je od glavnih izričaja etno-nacionalnog identiteta. Razne medijske forme o kulturnom i umjetničkom stvaralaštvu, neovisno o razini profesionalizma ili amaterizma, obogaćuju kulturni kapital manjinske zajednice koja ga njeguje.

Pluralizam medija agent je društvene promjene te zaštite manjinskih prava. Ipak, vidimo gdje su centri političke te medijske moći zbog načina na koji se prikazuju manjine i minutaže o manjinskim temama. Mediji imaju zadaću pridonositi interkulturnoj komunikaciji i razmjeni sa većinskom kulturom i drugih manjina. Zadaća im je kritički odraz društva (Župarić-Iljić, 2011: 51). U hrvatskim medijima to nije uvijek tako. Medijsko izvještavanje o manjinama odgovornost je većinskih te nacionalno-manjinskih medija. Nužno je zapošljavanje nacionalnih manjina u medijima zbog nepristranosti i njihove uključenosti.

*Bibijana: "HRT možda ima više prostora pa poprate manjinske teme u većoj mjeri, ali kad to isključivo bude prikazanou Prizmi, emisiji koja je namijenjena isključivo manjinama i u lošim je terminima. Dakle, manjine same sebe gledaju u terminima kojima je postotak gledanosti užasno nizak i jednostavno su isključeni iz te nekakve dominantne medijske priče, to bi' voljela da se ubuduće promijeni."*

Informiranjem manjina ostvaruje se mogućnost njihovog promišljanja o vlastitom političkom statusu u državi u kojoj žive. Informiranje o manjinama utječe na senzibilizaciju nacionalne, hrvatske kulture. Kako je često nemoguće znati pripadnike jedne manjine, mišljenje o njima stječemo posredovanjem medija. Često je „medijsko portretiranje“ manjina u Hrvatskoj generalizirajuće i negativno. Tako su i mediji bili sredstvo nacionalne i nacionalističke paradigme 1990-ih (Peruško, 1999), što primjećujemo da se iznova događa u sadašnje vrijeme. Novinarska odgovornost je educiranje javnosti o prihvaćanju i integraciji manjina (Tatalović, 2005). Korektno praćenje manjinske tematike ilustrira odgovornost samih novinara i urednika za razvijanje razumijevanja manjinske zajednice. Na temelju istraživanja hrvatskoga tiska o izvještavanju o manjinama (2001/2003/2005), Igor Kanižaj zaključuje kako su manjinske teme

najviše zastupljene u politici. Tri manjine zauzimaju najveći medijski prostor, a to su Srbi, Romi te Židovi. Uređivačka politika te procjena vrijednosti vijesti temelje se na kriterijima utvrđenim za većinske potrošače, a ne manjine. Mediji se potvrđuju na tržištu i ako posvećuju veliku pažnju manjinama, izgubit će većinske potrošače. Privatni mediji moraju o tome voditi računa. Manjine u nekim situacijama čak imaju i veće vrijednosti vijesti.

“Novinari i urednici svjesno manipuliraju prezentacijom vijesti, dužinom članka, pozicijom na stranici, naslovima, rubrikama u kojima se vijesti objavljuju, ali i danima objave da bi se povećala prodaja novina u točno određene dane” (Malović, 2004: 35, cit. prema Kanižaj, 2003: 42). Je li etično objavljivati u dnevnim novinama, u rubrikama razbibrige, viceve o Romima, Bošnjacima, Srbima ako takvi vicevi potiču stereotipe? Navest ću karakterističan vic o Romima, objavljen u 24 sata (21. travnja 2000.): “Gledajući svoje prljavo dijete, Ciganka pita muža: Hoćemo li ga prati ili ćemo praviti novo?”. Isti vic objavljen je u nekoliko hrvatskih ozbiljnih listova. Je li se tko osjećao nelagodno ili je li tko snosio odgovornost za objavljivanje takvih viceva? Dakako da nije. Ne iznenađuje ni podatak o izrazito niskoj zastupljenosti Roma. Vjerojatno je uzrok toga nedostatak istaknutih političkih ličnosti romske manjine. Izvještavanje o Romima tema je mnogih europskih istraživanja kojima se želi otkriti stvarne razloge diskriminacije i podupiranja stvorenih stereotipa o Romima, koji su možda i najugroženija manjina u regiji. U temama iz svakodnevnog života manjina dominira kriminal (45%) a akteri su uvijek Romi. Većina svih diskriminirajućih tekstova, oko četvrtine, jest o Romima (Kanižaj: 2004: 97, cit. prema Milivojević: 2001.)

Pretjerano se čini reći kako se etno-nacionalne manjine medijski marginaliziraju te getoiziraju, ali nema multikulturalizma. Kvaliteta pisanja o nacionalnim manjinama u Hrvatskoj ovisi i o samim manjinskim organizacijama koje informiraju medije. Relevantno praćenje manjinskih sadržaja smanjuje stigmatizaciju manjinskog identiteta.

Bibijana: *“Čini mi se da još više ovaj drugi dio članaka i neromi prate, kada je nešto što nisu znali, kao na primjer za prvog Roma policajca u britanskoj policiji pa vidim da je velik broj neromaoduševljen i kažu “vau, super”, ili kad vide neki članak o nekom romskom bendu koji se i njima svidio, možda nisu ni znali da su Romi ili nisu znali da je Charlie Chaplin Rom i onda se iznenade i to često oduševi neromsku publiku. (...) Zadali smo si za zadatak svakako i nešto što je*

*važno u našem kontekstu u Hrvatskoj, a to je kritičko praćenje provođenja Nacionalne strategije za uključivanje Roma, to je glavni dokument koji se tiče politike uključivanja Roma u Hrvatskoj.”*

Što je identitet? Kako se definiraju individualni i kolektivni identiteti? Identitet je pojam koji djeluje dok je „prekrižen“, u intervalu između dokidanja te pojavljivanja unutar paradigme. Identifikacija, iako poželjnija od samog “identiteta”, nejasan je i zamršen pojam. Ona jednako crpi značenja iz diskurzivnog i psihoanalitičkog repertoara, a da se u isto vrijeme ne ograničava niti na jedan od njih. Identifikacija se konstruira na pozadini prepoznavanja nekog zajedničkog porijekla ili zajedničke osobine s pojedincem, grupom ili idealom. Zahtijeva diskurzivni rad, povezivanje te označavanje simboličkih granica, proizvodnju “učinka” granice. Potrebno joj je ono izostavljeno, što je ostalo s vanjske strane, njezina konstitutivna „vanjskost“. Njezin objekt može biti netko koga se mrzi, kao i netko koga se voli. Ne moramo navedene konotacije uvesti u svoje promišljanje o identitetu; navodim ih zbog novih repertoara značenja pod kojima se sad taj pojam pregiba.

Pojam identiteta koji ovdje razvijamo nije esencijalistički, već pozicijski. Ova koncepcija prihvaća da identiteti nisu nikada jedinstveni i da su u kasnom modernom dobu sve više fragmentirani i razlomljeni. Nikada nisu singularni, već se umnažaju, preko različitih diskursa, praksi i pozicija koji se često međusobno presijecaju. Identiteti su subjekti radikalne historizacije; oni su povezani s izmišljanjem tradicije koliko i s njom samom, zbog njih tradiciju moramo iščitavati ne kao beskrajno ponavljanje, već kao “mijenjajuću nepromjenjivost” (Hall, 1996: 4). Identiteti proizlaze iz pripovjednog posredovanja, ali obavezna fiktionalna priroda ovog procesa ne umanjuje njihovu diskurzivnu, materijalnu i političku učinkovitost, iako je pripadnost kroz koju nastaju identiteti u imaginarnom (simboličkom). U tom smislu, identifikacije pripadaju imaginarnom, one su nastojanja svrstavanja u red, odanosti, dvosmislene i križane tjelesne kohabitacije: oni remete ja, oni su taloženje “nas” u građenju bilo kojeg ja. Oni nastaju unutar igre specifičnih modaliteta moći i zato su proizvodi označavanja razlika i isključivanja, više nego identično, prirodno konstituirano jedinstvo (koje je sveobuhvatna jednakost bez unutarnje diferencijacije).

Bibijana: *“To je jedna heterogena zajednica. Žao mi je što su sami Romi nekako prihvatili sliku koju je društvo stvaralo o njima, a to je slika siromaštva i teške ekonomske i socijalne pozicije i sad se mi svi trudimo, naravno, u romskom nekom svijetu, u romskim udrugama i mi kao manjinski medij, da takvu sliku romske zajednice i romskog identiteta promijenimo jer on nije i ne može biti vezan za socijalne probleme. To je nešto što se dogodilo u povijesti što opterećuje romsku zajednicu ali cijeli identitet se ne bi trebao na tome, čini mi se, graditi.”*

Postoji proizvodnja objekta u svijetu, kao prakse samo-konstituiranja, prepoznavanja i refleksije, odnosa prema pravilu, uz pridavanje velike pažnje normativnoj regulaciji bez koje se ne proizvodi niti jedna subjektivacija. Čini mu se prikladno potražiti oblike odnosa pomoću kojeg pojedinac konstituira i prepoznaje samog sebe kao subjekt. Foucault ne bi učinio nešto vulgarno ovdje i upotrijebio termin „identitet“, ali i prepoznavanjem „samog sebe“ kao subjekta približavamo se nečemu što nalikuje području koje pripada problematici “identiteta”.

Nasuprot obliku u kojem ih najčešće prizivaju, identiteti se konstruiraju kroz razlike, ne izvan njih. Značenje bilo kojeg termina, pa time i njegov “identitet”, konstruira se samo preko odnosa s Drugim, u odnosu prema onome što ono nije, prema onome što mu nedostaje.

Uspješno „zašivanje“ subjekta na subjektu poziciju zahtijeva ne samo da subjekt bude “pozvan”, nego da subjekt uloži u tu poziciju, znači da se zašivanje treba smatrati artikulacijom, prije negoli jednostranim procesom, a to je onda opet identifikacija. Ako je ideologija učinkovita, to je zato što djeluje na najrudimentarnijim razinama psihičkog identiteta i nagona (Hall prema Rose, 1996: 7). Ako ne želimo izravno iz ekonomističkog pasti u psihoanalitički redukcionizam, potrebno je dodati da, ako je ideologija učinkovita, to je zato jer funkcionira na obje razine: na “rudimentarnoj razini psihičkog identiteta i nagona” i na razini diskurzivnih praksi koje izgrađuju društveno polje. Tijelo, posljednji „Čovjekov“ ostatak, odnosno mjesto na kojem se on skriva, za Foucaulta nije dovoljno stabilno da posluži kao osnova za samo-prepoznavanje ili razumijevanje drugih ljudi (Hall, 1996: 10). U svesku Upotreba užitaka (Povijest seksualnosti) Foucault navodi “međusoban odnos između polja znanja, tipova normativnosti i oblika subjektivnosti u određenim kulturama” (Hall, 1996: 12).

Bibijana: *“Kod Roma je u odnosu na sve manjine koje kod nas postoje dodatno opterećujuće pitanje drukčije boje kože koja ih stavlja u još gori položaj jer druge manjine se fizički ne mogu*

*prepoznati i time automatski diskrimirati. Iako nisu svi Romi tamnije puti, ali jedan dio je, i to Rome isključuje iz raznih područja, primjerice u zapošljavanju, a onda ih isključuje i njihovo prezime koje je specifično romsko, kao recimo Oršuš.”*

Primjerice, pripadnici češke ili talijanske manjine bijele su boje kože i nemoguće ih je svrstati u određenu kategoriju pri prvom vizualnom kontaktu. Zbog predrasuda, a zbog svoje “prepoznatljivosti” među većinskim stanovništvom u Republici Hrvatskoj, šanse za diskriminaciju su automatski puno veće jer se tamnija put direktno veže za rasizam.

Judith Butler dokazuje da svi identiteti djeluju kroz isključivanje, kroz diskurzivnu konstrukciju konstitutivne izvanjskosti te proizvodnju prezrenih i marginaliziranih subjekata. Ona primjenjuje ovaj argument u odnosu na problem stjecanja spola i rase subjekata. Kao i svi drugi identiteti koji se politički uzimaju kao utemeljujući, i ovaj se identitet zasniva na isključivanju „različitih“ (Hall po Souteru, 1996: 16).

*Bibijana: “Pitanje identiteta je složeno. Postoje ponekad razlike, napetosti i međusobno neshvaćanje između Roma koji su iz romskog naselja i onih koji su odrasli integrirani u gradskoj sredini. Pa se neki pitaju: da li je Rom onaj koji živi baš u romskom naselju ili onaj koji živi integriran u gradu i možda je čak i oženjen za neroma, ima prijatelje uglavnom nerome, nije možda vezan usko samo za romsku zajednicu jer ne živi u naselju. Što je s pitanjem jezika...? Sada postoji trend u kojem mladi Romi često ne znaju niti romski jezik niti bajaško-rumunjski, nego govore samo hrvatski. Neke od njih to muči jer htjeli bi znati romski, a ne znaju, nemaju ga mogućnosti učiti. Pa pitanje vjere? Ne znam, to je jako kompleksno pitanje al’ mi je drago što sad mladi Romi zaista imaju priliku odmaknuti se samo od te slike siromaštva i socijale, uz koju je romska zajednica dugo bila užasno vezana i nisu se mogli vjerojatno od toga maknuti.”*

Vidljivo je da je ispreplitanje apstraktne, unutarnje identifikacije s onom izvanjskom, fizičkom kompleksno pitanje iz više razloga. Bibijana tvrdi da je upoznala tinejdžere koji su tvrdili da su Hrvati jer žive u Hrvatskoj i imaju državljanstvo, no njihovo porijeklo te njihova boja kože ne uklapaju se u klasični fizički izgled Hrvata. Trebamo biti svjesni da se ovdje zapravo radi o dva kulturalna registra: romskom i hrvatskom. Poznat je javni diskurs gdje ljudi vole predrasude čvrsto vezati uz određenu društvenu skupinu. Ako bi se to počelo mijenjati - tradicionalne podjele koje jedne stavljaju u nadređeni, a druge u podređeni položaj, počele bi se smanjivati



razlike i društvo bi se približilo demokratskoj ideji društva kao društva otvorenog za sve građane, a ne samo za domicilnu nacionalnost.

## 2.3 ČLANOVI REDAKCIJE

Stojan Obradović, izabran kao glavni urednik medija Romi.hr, diplomirao je sociologiju i filozofiju na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Suosnivač je i glavni urednik agencije STINA iz Splita koja se uz klasični novinarski rad posebno bavi specijaliziranim medijskim projektima vezanima za razvoj civilnog društva. Objavljivao je u mnogim medijima u zemlji i inozemstvu. Bio je stalni suradnik američkog časopisa za razvoj demokracije u istočnoj Europi *Uncaptive Minds* te biltena Europskog instituta za medije iz Düseldorfa. Također, član je međunarodnog uredništva časopisa za tranzicijska pitanja "III sektor". Jedan je od pokretača Mreže nezavisnih novinara za centralnu i istočnu Europu i njenog servisa za praćenje tranzicijskih procesa. Član je Međunarodnog press instituta (IPI) iz Beča.

*Bibijana: "Njega smo, s njim smo surađivali, Romsko nacionalno vijeće je s njim već i ranije surađivalo na nekim drugim projektima koji nisu bili vezani za medije i kako smo znali nekako da je on najpoznatije ime što se tiče manjinskih medija i da s njim dobro surađujemo onda, onda nekako smo se za njega odlučili i tako smo u uredu okupili i ostatak tima..."*

Izvršna urednica i zamjenica glavnog urednika je Bibijana Papo, magistra povijesti i sociologije. Zaposlenica je Romskog vijeća od 2013. godine, a radi kao voditeljica projekata na projektima vezanim uglavnom za obrazovanje i inkluziju Roma, naročito mladih, istraživanje i prezentaciju Roma. Bibijana je "commander in-chief" logistike, rokova te raspodjele članaka i zadataka pojedinih članova i novinara. I sama piše tekstove, prati svjetske romske i druge medije na tu temu. U slučaju kolektivne organizacije, svi ti zadatci mogu se obavljati u različito vrijeme od strane svakog člana kolektiva. „Pozicija“ postaje previše fiksna izraz zbog toga što se preklapaju, na primjer, uloge autora, urednika, izdavača i distributera. Drugo, pozicija pojedinca koji je

pisac, urednik i izdavač treba biti objašnjena ne tek kao ishod isprobavanja novih poslova ili kao rezultat manjka izvora, iako može biti i to, već iz perspektive koja transformira spomenute pozicije te standarde profesionalizma, kompetentnosti i mogućnosti.

*Bibijana: “Većinu članaka kada dogovorimo, ja kontaktiram autore, dogovaram rokove, ponekad i financije. Često sam davala ideje i sama sam kao i glavni urednik provodila više intervjua i pisala neke članke za teme koje smo smatrali da su važne i da se moraju objaviti. Neposredno sam radila s lektoricom i, naravno, u fazi tiska časopisa pregledavala prijelome, uvijek je tu puno verzija prijeloma, pa se poboljšavaju, neke greške se otkrivaju. Radila sam i na obabiru fotografija i prikupljala ih za časopis i portal, pored onih fotografija koje je izrađivao fotograf iz naše redakcije. I, osim što sam u sadržajna pitanja bila upletena, a i bila sam radila i na ovim administrativnim, drugim pitanjima koja se tiču projekta.”*

Koncept *movement intellectual* sastoji se od individualaca koji “kroz svoje aktivnosti artikuliraju interesna znanja i kognitivni identitet društvenih pokreta”. (Atton, 2001: 105, cit. prema Eyerman i Jamison, 1995: 450). Razvijajući koncept proizvodnje znanja, možemo uzeti u obzir participacijske i kolektivne forme organizacije usvojene od strane mnogih medija društvenih pokreta kao produžetak aktivističko-intelektualne aktivnosti.

David Dragoljub Orlović, izvršni direktor RNV-a, sudjeluje u donošenju raznih odluka koje se tiču tiskanog izdanja, ali i tematike kojom će se medij baviti i obrađivati, kao i koncepta pojedinog broja. Njegova odgovornost i zaduženje je ono glavnog urednika za izdavačke djelatnosti Romskog vijeća.

*David Orlović: “Ja sam u jednoj specifičnoj ulozi jer smo se, tako da smo mi onda i zbog drugih razloga donijeli odluku i onda tako, da osnujemo nešto što bi bilo jedna vrsta odjela, odnosno osobe koja bi bila zadužena za sve izdavačke aktivnosti, uključujući medije, tako da sam ja glavni urednik izdavačke djelatnosti koja uz časopis i portal uključuje i knjige koje izdajemo i časopise, letke ponekad, razna druga izdanja medijska, naš drugi, naš osnovni web site koji je organizacijski portal, ovaj je isključivo baš medijski, medijski portal istovremeno, a ne naše udruge koji je poseban, tako da je moja uloga zapravo da koordiniram sve te aktivnosti i brinem se na neki način da, da, da potrebe, interes, ciljevi organizacije u sektoru informiranja budu zadovoljeni.”*

Maja Alivojvodić bila je novinarka redakcije od početka 2015. do kraja 2016. godine. Prvostupnica je novinarstva na Veleučilištu Vern u Zagrebu i studentica diplomskog studija. Radila je različite članke, od kulture pa sve do regionalnih slojevitih reportaža koje obuhvaćaju kvalitetu života, politiku na lokalnoj i nacionalnoj razini te probleme i specifičnosti pojedinog naselja ili županije gdje žive Romi.

Maja: *“Moja zadaća je održavanje internetskog portala, pisanje tema brojeva i manjih članaka.”*

Sindirela Bobarić bila je aktivistica Romske organizacije mladih (ROM) i kasnije volonterka RNV-a. Prepoznali su je zbog njezine energije koju je davala u raznim akcijama koje su organizirane od strane udruga za razne obljetnice ljudskih prava. Za časopis i portal Romi.hr radila je te članke o glazbenim skupinama i na temu raznih zanimljivosti iz kulturnog i umjetničkog života svjetski poznatih Roma. Napisala je i članak u kojem je intervjuirala pravobraniteljicu za ravnopravnost spolova vezano za dvostruku diskriminaciju Romkinja<sup>4</sup>, zato jer su manjina i zato jer su žene.

Sindirela: *“Započela sam raditi za Romsko nacionalno vijeće i Romsku organizaciju mladih na projektima kao projekt asistent. Nakon nekog vremena Romsko nacionalno vijeće dobilo je projekt kojeg je sufinanciralo Ministarstvo kulture te su me na temelju mojih radnih sposobnosti priupitali, predsjednik Romskog nacionalnog vijeća, da li sam voljna pokušati napisati članak da uopće vide koliko je to dobro. Nakon par probnih članaka uvidjeli su dobru priliku za moje sudjelovanje na način da ću pridonijeti portalu Romi.hr ali i sebi s dodatnim usavršavanjem rada u redakciji, pomaganju u kreiranju samog portala sa timom i pisanjem samih članaka.”*

Neprofitni mediji također mogu biti i poligon za praksu mladih novinara još za vrijeme studija (što nije predviđeno nastavnim programom na studijima novinarstva).

U alternativnim medijima uglavnom se objavljuju fotografije preuzete s interneta ili s drugih portala. Dario Gilja surađivao je sa mnom na prvom tekstu fotografirajući sugovornika koji je član jednog banda. Zbog svojih preferencija postao je službeni fotograf Romskog nacionalnog vijeća i pratio je novinare na terenu i razne romske manifestacije kako bi vizualna bilježenja bila

---

<sup>4</sup><http://romi.hr/fokus/hrvatska/NERAVNOPRAVNOST-ROMKINJA>, 2017.

što kvalitetnija i na nivou medija. Po struci je grafički dizajner, a između ostalog bavi se video montažom.

Neli Mindoljević izabranaje kao lektorica redakcije, dizajn te prijelome učasopisa radila je Marija Tudor, dok je za dizajn naslovne strane te internetsku stranicu bio zadužen MK-dizajn studio.

I ovdje se otvara zanimljivo pitanje, a to je odnos, točnije omjer, Roma i neroma. Ekipe koja je okupljena oko ovog romskog medija pretežito su neromi, to jest Hrvati ili neke druge nacionalnosti (Hrvata ima manje). Neki od ostalih međunarodnih novinara-suradnika na prvom broju časopisa jesu: Siniša-Senad Musić, Antun Brađašević, Leila Deshuis, Srđan Dvornik, Mari Gjefsen, Zvonko Horvat, Irina Spataru, Muhamed Toči i Danijel Vojak. Osim iz hrvatskih gradova, povremeni vanjski suradnici i volonteri bili su iz Francuske, Srbije, Austrije, Danske, Makedonije i Španjolske. Nekoliko njih radili su za Romsko nacionalno vijeće preko programa Europske mreže volontera (EVS), a u projektu *Europe supports inclusion*.

Bibijana: *“Većina autora nisu Romi, ali ima i autora Roma. To je jedan segment na kojem bismo mi voljeli raditi` kad bi imali priliku za jedan veći projekt, vezano za medije, a to je osnaživanje pripadnika romske manjine da se bave novinarskim poslovima. Nažalost, kod nas nema takvih osoba s tim iskustvom i kapacitetima, ali vjerujem da bi se moglo kroz razne projekte stvoriti neki broj ljudi koji bi se u to uključio, koji bi imao za to motivaciju. Mi smo za sad radili sa manjim brojem mladih Roma koji su pisali članke i tu smo isto uskakali jer tim je slučajevima zaista bilo potrebno dati veći broj savjeta i pomoći oko izrade članaka i to je tražilo naš dodatni, veći vremenski angažman da bi taj članak, iako su ideje bile nametnute od njih i bile su vrlo kvalitetne, svidjele su mi se. Uglavnom se radilo o člancima na području kulture, glazbe i slično.”*

## 2.4 RAD REDAKCIJE

S obzirom da je tema ovoga rada specifična organizacija i rad udruge na pokrenutom medijskom projektu koji uključuje časopis te portal, detaljno ću opisati početak rada, na koji način i s kojom raspodjelom poslova funkcioniraju članovi RNV-a te njihovi suradnici. Zbog toga što ova organizacija i uredništvo nisu dio profesionalne redakcije privatne medijske kuće, uvjeti i raspodjela rada nisu podjednaki i razlikuju se u hijerarhiji, obujmu zadataka i profesionalnom smislu.

Prvi put RNV prijavilo se na natječaj Ministarstva kulture 2014. godine za dodjelu novčanih sredstava za neprofitne medije. Tada su odbijeni, no to ih nije spriječilo da se prijave i sljedeće godine s podjednakim ciljevima i razrađenim planom za rad željenog medija koji bi pokrenuli zajedno sa suradnicima. Dobili su novčana sredstva koje je odobrilo Vijeće za neprofitne medije pri resornom ministarstvu u iznosu od 140 000 kuna. Po dobivanju pozitivne odluke Vijeća, krenuli su u daljnju realizaciju plana i traženje novinara i drugih suradnika. RNV je stavilo oglas na Fakultet političkih znanosti kako su u potrazi za novinarima koji su zainteresirani za pisanje o romskoj manjini, njihovoj kulturi i umjetnosti, kao i ljudskim pravima općenito. Javila sam im se krajem 2015. godine i započela suradnju s njima pisanjem članaka.

Projekt je službeno započeo u listopadu 2015. godine daljnjim razrađivanjem detalja i okupljanjem tima koji će sudjelovati u stvaranju sadržaja i realizaciji tehničkog dijela. Portal je službeno pokrenut 1. veljače 2016. godine, kada su objavljeni i prvi pripremljeni članci. Redakcija časopisa se nalazi u samim prostorima Romskog nacionalnog vijeća, nositelja cijelog medija, na Črnomercu.

Promocija časopisa Romi.hr održana je u kinu Europa, u dvorani Müller 26. veljače 2016. O uređivačkoj politici i ciljevima govorili su ispred Vijeća David D. Orlović, Sindirela Bobarić te Stojan Obradović iz uredništva redakcije. Osim što će pratiti djelovanje lokalne samouprave i državnih institucija te izabраниh predstavničkih tijela romske manjine, kritičkom uključenosti i analizama društvenog odnosa prema Romima, ali i stanju unutar romske zajednice Romi.hr želi djelovati na pozitivne promjene u društvu, rečeno je na predstavljanju časopisa. "Vodeći hrvatski mediji u pravilu imaju dvostruke kriterije: jedne za ostale, a druge za Rome", citirao je tom

prigodom izjavu Gordane Vilović, profesorice na Fakultetu političkih znanosti, David D. Orlović. Dodao je da bizarni detalji iz životnih priča Roma stavljeni u naslov naglašavaju periferne detalje, a ne suštinu teškoća romskog života i time samo još više učvršćuju predrasude. “Ja sam Romkinja i cijeli život nailazim na predrasude, što me je i ponukalo da se angažiram kako bi i šira zajednica bila upoznata s onim što se Romima događa”, rekla je Sindirela Bobarić predstavljajući časopis i kao edukacijsku platformu za buduće aktiviste, jer trenutno udruge romske nacionalne manjine, osim problema nedostatnih financija i uvjeta rada, trpe zbog nedostatka kadra.

*Bibijana: “Romi, iako kad se gleda ukupni pregled stupnja obrazovanja, Romi jesu u kategoriji onih sa nižim stupnjem obrazovanja, ali postoje, naravno, Romi koji su i visokoobrazovani, ali oni opet, čini mi se, to se može primijetiti u visokom obrazovanju, oni se bave određenim područjima, a mediji tu zasad još nisu dobili svoje mjesto. (...) ..čini mi se da niti, kol`ko ja znam, ni`ko od njih nije završio novinarstvo ili išao barem u tom smjeru društvenih znanosti koje bi bile vezane za novinarstvo, a mislim da je to jako potrebno kad se čovjek želi time baviti, biti stručan u određenom području. Budući projekti bi mogli kod Roma mladih koji idu u srednje škole potaknuti da vide da je to zanimanje koje može bit` zanimljivo i da bi se time mogli baviti...”.*

Zaposlenici i članovi Romskog nacionalnog vijeća kroz oglas za novinare okupili su manji broj suradnika, njih dvadesetak, koji su najčešće bili honorarni suradnici, bilo iz Zagreba ili drugih mjesta u Hrvatskoj. Redakciji je pridružena i široka mreža amatera, aktivista Romskog nacionalnog vijeća u zemlji i inozemstvu, a otvoreni su za sve koji žele surađivati. Njihov rad, odnosno pisanje, uglavnom se reguliralo kroz ugovore o autorskom djelu, gdje su bili isplaćeni po novinarskoj kartici objavljenog teksta.

*Bibijana: “Tu su još neke osobe iz Romskog nacionalnog vijeća i neki suradnici honorarci ili volonteri, uglavnom neke mlađe osobe, studenti novinarstva.”*

Glavni urednik boravi u Splitu i komunikacija te donošenja odluka o člancima i temama o kojima se piše, uglavnom se odvija telefonskim putem ili elektroničkom poštom. Sadržaj i oblik članaka na kraju odobrava glavni urednik koji daje savjete i sugestije o pojedinoj temi i tekstu.

Tekstovi koje autori napišu prvo idu na provjeru kod urednika i zamjenice urednika, bilo da se radi o stilskoj ili jezičnoj provjeri, točnosti, odnosno suvišnim ili, pak, izostavljenim elementima.

Bibijana: *“Komunikacija se odvija uglavnom preko e-maila, telefona. Određena prepreka je, iako to ispravljamo tim suvremenim tehnologijama, ta udaljenost glavnog urednika, naravno, iz Zagreba, jer sve se to odvija uglavnom u Zagrebu jer je naš ured ovdje i većina ljudi koji mogu surađivati, koji surađuju. Povremeno, kol`ko smo u mogućnosti dođu u Zagreb, ali uglavnom se komunikacija odvija preko e-maila i Skype-a, telefona i radi se o povremenim sastancima...”*

Rad novinara za medij nije bio svakodnevan, bio je učestal ovisno o unaprijed dogovorenom planu tko, što i kada radi. Komunikacija se odvijala telefonski, putem e-maila te uživo. Dogovarali smo kontakte za intervjuje, mjesto održavanja intervjuja, formu teksta i duljinu istoga.

Maja: *“Proces prolazi više ruku. Kreće od sastanka redakcije gdje raspravljamo o potencijalnim idejama, njihovim razradama i sugovornicima. Kada “prožvačemo” to, razmišljamo kome bi odgovarala ta tema i tko bi se snašao u njoj najbolje, te dodjeljujemo zadatke. S obzirom na to da je redakcija mala i medij specijalizirana, većinom odlučujemo zajedno. Neke teme smišlja sam urednik i predlaže ih... U redakciji sam jednom tjedno, ali od doma sam dostupna svaki dan jer internetski portal zahtjeva stalni nadzor i rad. Teme brojeva radim po mjesec dana, uz terene i dodatne intervjuje. Manji članci nastaju na tjednoj ili dnevnoj bazi, ovisno o temi.”*

U društvenim pokretima “kreiranje znanja je kolektivni proces”, proces koji artikulira kolektivnu akciju tipičnu za nove aktivnosti društvenog pokreta (Atton, 2001: 19, cit. prema Eyerman i Jamison, 1994: 57). Preferiraju se konsenzus te kolektivno donošenje odluka.

Glavni urednik donosi zadnju odluku o valjanosti i vrsti tekstova koji će se objaviti na portalu i/ili tiskati u časopisu. Svi tekstovi objavljeni na portalu nisu tiskani jer časopis ima određen broj stranica, točnije 32, koje su unaprijed predodređene za članke prvenstveno o europskim praksama i EU direktivama, načinu i kvaliteti života Roma u različitim dijelovima Hrvatske. Za priče koje su u fokusu tekućeg broja, naravno, osiguran je veći broj stranica u časopisu. Najčešće su te priče imale hibridni oblik između reportaže i intervjuja, zavisno o sugovorniku i obujmu informacija, kao i raznovrsnosti tematike koja se u priči obrađuje.

## 2.4.1 KONCEPT ČASOPISA

Kao što je već spomenuto, jedan dio ovog medijskog projekta je istoimeni časopis koji je izlazio tijekom 2016. kao tromjesečnik. Fizička forma uvijek je korisna, kako za trajnu počuvu, tako i za dio populacije koja nema pristup drugačijem obliku relevantnog izvještavanja o vlastitoj zajednici i pravima koja su im dodijeljena. Poznato je kako većina romske zajednice živi u neadekvatnim životnim uvjetima, o čemu je bilo pisano u znanstvenoj publikaciji “Geografije segregacije”<sup>5</sup>, pa je pretpostavljeno i uzeto u obzir da nemaju svi Romi pristup računalu i *online* formi.

*Bibijana: “...mnogi su nas pitali zašto uopće tiskati časopis, kao prvo mala su sredstva koja smo dobili, pa ni to nije išlo na ruku, bilo bi jednostavnije imat’ portal, mislim bilo bi jeftinije, ali smo nekako, da, i mnogi su rekli “zašto tiskati časopis, pa to je nekako više zastarjelo, sad se portali čitaju”, ali smo nekako mislili da ipak baš jedan određeni dio romske populacije na koji mi naravno ciljamo, za njih je taj časopis u velikom broju i namijenjen, čita tiskano izdanje, njima je to dostupnije. Tog smo bili svjesni. Mislim da je u romskoj zajednici važno imati i tiskani časopis...”*

Prvo izdanje časopisa izašlo je u prosincu 2015. godine i tiskan je u dvostruko većem broju od idućih brojeva, a to je tisuću primjeraka. Razlog tome su dovoljna novčana sredstva, ali i namjera da se za medij što više čuje, da dođe u ruke što većeg broja ljudi. Uz to, broj stranica inicijalnog izdanja je malo veći, 36, dok je za sljedeća izdanja on iznosio 32 stranice.

*Bibijana: “Prvi broj je bio u nešto većoj nakladi, u tisuću primjeraka objavljen, ali to je bilo, eto, da malo pošaljemo naveći broj adresa, da ljudi čuju za to, a prosječna naklada je bila 500 primjeraka - to je onoliko za koliko smo imali financijskih mogućnosti.”*

U razgovoru s predvodnicima medija Romi.hr naglasak je stavljen na četiri stvari, odnosno najvažnije dijelove života s kojima romska manjina ima popriličan broj poteškoća, a to su zdravlje, stambeno pitanje, zapošljavanje i na kraju obrazovanje. Ne može se izostaviti diskriminacija koja je prisutna u gotovo svakom od ovih polja.

---

<sup>5</sup><http://romi.hr/fokus/hrvatska/stanovanje-kao-ogledalo-diskriminacije-roma>, 2017



Zamjenik predsjednika Vijeća: *“Ja sam Seferović Mehmed, potpredsjednik Vijeća romske nacionaln manjine Grada Zagreba. Što nas najviše muči trenutačno i što su naši najveći i najbitniji problemi za rješavanje: to su školstvo, zdravstvo i zapošljavanje. I očito se vidi u nekim segmentima da imamo jako veliku diskriminaciju nad našim ljudima. Recimo za domovnicu, za prijavu, za papire... To nam je jedan od najvećih problema koji bi se trebao i to pod hitno riješiti Onda imamo vezano za školstvo. Imamo takve probleme da ne mogu naša djeca biti u svim školama. Tu smo mi napravili dosta veliki pomak, ali imamo još problema i to što su sada počeli djecu, ukoliko ima više od tri ili četiri Roma u jednom razredu, gledaju da ih razdvoje ili da naprave takve razrede gdje bi bili sami Romi. Mislím nama to ne paše niti nam može íći u prilog.”* (Babić i suradnici, 2011: 333).

Naslovna stranica svakog broja uokvirena je crvenom bojom, kako je to svojevrsni zaštitni znak RNV-a, pa su se u uredništvu odlučili prenijeti boju i na cjelokupan medij.

Na svakoj naslovnoj strani, naravno, motivi su, metaforički ili zbiljski, vezani za Rome. Prvi broj velikim dijelom je bio posvećen Dekadi, Nacionalnoj strategiji za uključivanje Roma 2005-2015. Kako je spomenuta dekada privedena kraju prethodne godine, za prvo vizualno rješenje naslovnice odabran je pješčani sat koji je pri samom isteku pijeska iz gornjeg dijela, što nas podsjeća na istek tog vremena i cjelokupan rezultat i efekt učinjenog po pitanju tih mjera. Napravljeno je nekoliko intervjuja na tu temu s ljudima na različitim funkcijama u pro-romskim institucijama, kao što su izvršni direktor Fondacije tajništva Desetljeća za uključivanje Roma, ravnatelj Ureda za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade RH, međunarodni konzultant i nacionalna konzultantica za izradu evaluacije Nacionalne strategije za uključivanje Roma. Isto tako, svaki broj je zamišljen kao zaokružena cjelina jer donosi tematske priče i reportaže o pojedinom hrvatskom kraju ili gradu gdje su Romi tradicionalno naseljeni u većem broju. Recimo, u prvom izdanju radilo se o Slavonskom Brodu i iznošenju stanja o životu Roma na tom području.

Idući broj časopisa bio je u znaku obilježavanja 45 godina romskoga pokreta, odnosno u obljetnici Svjetskoga dana Roma koji je službeno 8. travnja. Na taj datum održan je 1. Kongres Roma u Londonu 1971. Glazbeni zapis romske himne Djelem, đelem sa stihovima: *Putovao sam putevima dugim/ I sretao sretne Rome/ Putovao sam daleko širom svijeta/ I sretao sretne Rome/ O Romi, o djeco/ I ja sam jednom imao veliku obitelj/ Ali ih je Crna legija ubila te violina krase*

naslovnicu ovog izdanja kao simbol romske kulture i migracija. Naravno, neizostavne i neiscrpne teme časopisa su školski sustav i Romi, kao i njihove prepreke prema zapošljavanju.

Treći broj izdan je u kolovozu 2016. Naslovna strana opet je minimalistički dizajnirana: u središtu je romski kotač, simbol romskih seoba i njihove zastave. Kad se bolje zagledamo, vidi se da je kolo sačinjeno od žice, i to one koncentracijskog logora jer u donjem dijelu piše Porajmos, što u prijevodu s romskog znači genocid nad Romima. Zaboravljeni holokaust, kako ga često nazivaju, proteže se ovim izdanjem, kako u časopisu, tako i na portalu. Objavljen je set priča na tu temu, od razgovora s povjesničarima, do direktora Muzeja romske kulture iz Srbije. Druga obrađena tema ovaj put je zdravstvo, odnosno pružanje zdravstvene njege i odnos djelatnika i romskih pacijenata. Baranja, točnije grad Beli Manastir i selo Darda ovog su puta u središtu reportaža o dobrim i lošim zatečenim uvjetima u kojima se romska zajednica nalazi na tom području.

Posljednje izdanje tiskane verzije tromjesečnika krase lice djevojčice u krupnom planu čije su oči i osmijeh prvo što zapadne za oko. Tekst u podnožju kaže Povratak u budućnost, što je sažeta sintagma tematike zaključnoga broja, za sada. Ovdje se pisalo raznim vidovima diskriminacije, kao jednoj od najočitijih boljki Roma, ali i ovoga društva. Dotiče se tema ravnopravnosti spolova u romskim zajednicama na ovom području, političkog predstavljanja Roma, ali i savjeta i smjernica kojim bi Romi popravili svoj vlastiti položaj u većinskom društvu. Prezentirani su teški životni uvjeti romske manjine iz Sisačko-moslavačke županije. Spomenuta je i godišnjica smrti Kasuma Cane, romskog aktivista i umjetnika iz Zagreba.

## 2.4.2 OPREMLJENOST I IZGLED PORTALA

Elektronička verzija i online portal Romi.hr, također pod nadzorom Romskog vijeća, isto je u znaku pozadinske crvene boje. Portal je rasčlanjen na četiri glavna polja, a to su vijesti, fokus i zanimljivosti. Vijesti uglavnom donose osnovne i/ili proširene informacije o stjecanju prava Roma, novosti o radu pojedinog ureda ili u zakonima namijenjenima romskoj manjini te obavijesti o događajima vezanim za romsku kulturu ili politiku. Rubrika fokus bavi se pravnim pitanjima i donosi reportaže o romskoj zajednici iz različitih dijelova Hrvatske. Također, donosi razgovore s medijskim i političkim stručnjacima o raznim aspektima i nepravilnostima života Roma u Hrvatskoj, ali i Europi, kako je hrvatsko stanje dio europskog romskog konteksta zbog slične povijesti i kulturnih pitanja.

U zanimljivostima možemo čitati o događajima poput radionica, tečajeva ili novina u određenim praksama, ali i zanimljivostima o odnosu Roma i neroma u Hrvatskoj ili drugim europskim državama. Zastupljene teme ovdje su one sportske, kulturne i umjetničke poput priča o romskim sportašima, recenzija filmova ili predstavljanja rada glazbenih skupina te povijesne specifičnosti i pojedinosti. Ostale rubrike donose multimedijske zapise vezane za sam medij ili obrađivane teme kako bi upotpunili traženu informaciju ili utažili želju za dodatnim znanjem. Foto dio pohranjuje fotografije napravljene za određene tekstove i reportaže. Audio je namijenjen nastalim i potencijalnim audio zapisima radijskih emisija, drugim tonovima vezanim za Romi.hr ili zvučnim zapisima određenih priča o Romima. Na kraju, klikom na Časopis može se pristupiti digitaliziranoj verziji tiskanog časopisa, i to svim četirima brojevima.

Od ostalih hrvatskih medija, Romi.hr najviše je popraćen u manjinsko-mozaičnoj emisiji Prizma<sup>6</sup>, čije se reportaže čuvaju u rubrici Video, gdje su postavljeni i drugi isječci emisija vezanih za ovu tematiku. Više je drugih medija prenijelo sadržaje s portala – civilnodruštvo.hr, Romski portal, net.hr, T portal, Roma Times News, N1 televizija, varazdin-info.hr, varazdinske-vijesti.hr i drugi. Daleko najviše članaka prenio je portal civilnodruštvo.hr. Udruga Korak po korak i Mreža REYN za potporu obrazovanju djeci Romima prenijeli su više članaka s portala preko Facebook stranica. Članak „Romi imaju pravo na besplatni vrtić“ objavljen je u stručnom časopisu udruge Korak po korak „Dijete, vrtić, obitelj“.

---

<sup>6</sup><http://romi.hr/multimedija-video/film/prizma-8.-4.-romi.hr>

Najčitaniji članci na portalu su „Stvar povjerenja ili koliko je velik začarani krug“, „Ponosan sam što sam Rom“, „Međunarodni dan sjećanja na žrtve Porajmosa/Holokausta“, „Od primjerne slike do zastrašujuće priče“, „45 godina međunarodnoga romskog pokreta“ te „Velika pomoć Romima, ali i zdravstvenim radnicima: projekt zdravstvene medijacije za romsku populaciju u javnom zdravstvu Republike Srbije“. S obzirom da nije postojao članak ni na hrvatskom ni na srpskom jeziku na temu međunarodnog pokreta Roma, članak „45 godina međunarodnog romskog pokreta“ postigao je veliku čitanost, a podjednako je čitan u Hrvatskoj, kao i u Srbiji.

*Bibijana: “Recimo, najčitaniji članak općenito je Začarani krug... koji se zove, to je članak koji je napisao Kristijan Novak, trenutno najpoznatiji možda književnik, znači autor par knjiga u Hrvatskoj, inače profesor na Filozofskom fakultetu u Rijeci, koji je napisao ovaj roman Ciganin, ali najljepši.”*

K tome, poneki članci prenošeni su sa sljedećih portala: Harvard International Review, Open Democracy, Lupiga.com, The Wire, News Rutgers, Traveller's Times, UN Women, Open Society Foundations, The New Indian Express, Roma Times News, Grad Sisak, HRT, Ured za udruge Vlade RH, HINA, Beta, civilnodruštvo.hr. Što se ovdje može primijetiti je podrška među različitim alternativnim te neprofitnim medijima koji prenose informacije jedni drugih i dijele zanimanje za iste ili slične teme za koje su svjesni da trebaju prostora. Također, ako trebaju informaciju ili pomoć oko priče, nesebično će ju dobiti od kolega s drugog medija.

Uređivačka politika Romi.hr je takva da ne objavljuju članak ako informacije u njemu nisu provjerene ili točne. Uz to, ne pišu nešto što potiče rasizam, mržnju i predrasude, ali i nekritičnost. Ne žele podilaziti nikome, kao na primjer nekim političkim institucijama, jer nemaju interesa za to.

### 2.4.3 USPOREDBA S ROMSKIM PORTALOM “UDAR” IZ BIH

Simbolično, na Svjetski dan Roma, 4. travnja 2017. u Bosni i Hercegovini, u Sarajevu, pokrenut je sličan portal s romskom tematikom naziva Udar. Riječ na romskom jeziku znači vrata, i to vrata “koja će otvoriti romsku zajednicu prema široj javnosti”. Romi u BiH su u podređenom položaju kada su u pitanju njihova manjinska prava i participacija u svim segmentima društva. Romski jezik je gotovo nemoguće pročitati ili čuti u medijima, tako da Romi gube identitet jer im je uskraćeno informiranje na vlastitom jeziku<sup>7</sup>. Glavni dugoročni cilj ovog web portal je povećavanje prisutnosti i vidljivosti Roma u bosansko-hercegovačkim medijima, kroz teme pisanja o Romima i prevođenje onih najznačajnijih na romski jezik, što Romi.hr ne prakticira. Stranica povećava i medijsku prisutnost romskih nevladinih organizacija i aktivista koji mogu putem priopćenja i nastupa predstavljati svoje aktivnosti i projekte.

Novac za pokretanje ovog portala osigurao je Fond otvoreno društvo BiH, što ga također čini neprofitnim medijem. Redakcija se sastoji od tri stalna člana na čelu s glavnim urednikom Daliborom Tanićem te deset terenskih novinara iz sedam gradova Bosne i Hercegovine. Riječ je o mladim ljudima koji su motivirani za rad na rušenju stereotipa i predrasuda prema romskoj populaciji u Bosni i Hercegovini, studentima i aktivistima nevladinog sektora, koji su prošli intenzivnu obuku iz novinarskih vještina i koji profesionalno izvještavaju iz svojih sredina.

Romski portal Udar sadrži četiri rubrike: Početna (stranica), Novosti, Intervju te Otvorena vrata.

Uočavam konceptualnu sličnost s hrvatskim pandamom u davanju prioriteta određenim temama poput kulture, obrazovanja, povijesnih činjenica, pozitivnih primjera u radu i djelovanju te novosti vezanih za rad i informiranja određenih romskih organizacija i udruga. Također, primjetila sam da je česta novinarska forma intervju kao i kod Romi.hr, s kojeg je prenesen članak o Romu na jugoslavenskoj novčanici<sup>8</sup>. Organizacijska struktura vrlo je slična, iako ne znamo kojim putem su se članovi okupili kao kolektiv.

Opisano u ovom poglavlju, rad redakcije, sadržaj i realizacija časopisa te portala, upućuju da se radi o kolektivnoj aktivističkoj organizaciji koju je pokrenulo Romsko nacionalno vijeće okupivši oko sebe članove iz različitih sredina kako bi radili na poboljšanju položaja Roma u

---

<sup>7</sup><http://www.portal-udar.net/o-nama/> 2017.

<sup>8</sup><http://www.portal-udar.net/osmijeh-roma-na-jugoslavenskoj-hiljadarki/> 2017

Hrvatskoj, što ih čini dijelom skupine neprofitnih, manjinskih medija. Ujedno su i alternativni medij jer pružaju drugačiju sliku o Romima od one koju često vidimo u hrvatskim srednjestrujaškim medijima i zato jer usvajaju jako različite vrijednosti vijesti od masovnih medija, predstavljajući alternativne društvene aktere kao što su siromašni, potlačeni, marginalizirani i obični, fizički radnici, žene, mladež i djeca koji su glavni subjekti (njihovih) vijesti koje su producirane od strane istih ljudi čija se zabrinutost prikazuje. Neprofitni mediji u fokusu interesa nemaju iste teme kao *mainstream* mediji. Oni ulaze u društvenu problematiku onih tema koje *mainstream* mediji pokrivaju površno. Za opstanak neprofitnih medija važno je istaknuti njihovu ulogu u promicanju demokracije, društvene ravnopravnosti te zalaganje za aktivizam i ljudska prava. U Republici Hrvatskoj su glavni problemi nepostojanja neprofitnih medija financijske prirode.

### 3. NEPROFITNI MEDIJ

U Hrvatskoj se još 1990-ih pokazala potreba za razvojem nezavisnog i neprofitnog medijskog sektora, kao svojevrsnog korektiva tadašnjem HRT-u koji je bio pod snažnim političkim utjecajem vladajuće Hrvatske demokratske zajednice (Car, 2012: 4). Od 2000. godine hrvatsko društvo počelo se demokratizirati, kako na političkoj sceni, tako i na opće-društvenoj sceni.

Bibijana: *“Početkom 2000-ih, sa nekim zakonskim promjenama i drugim, Ustavnim zakonom o pravima nacionalnih manjina pa Prvim nacionalnim programom za Rome 2003., tad su se tek počele osnivati, i to u većem broju su se osnovale romske udruge. Dakle, krajem 90-ih, 2000-ih je došao novi, nakon rata i svega, novi elan i prostor u kojem se romski aktivizam mogao manifestirati, da se zajednica okuplja, da ljudi govore, jer ovako su se možda po kućama, familijama družili, a ovako se stvorio neki prostor, i onda generacija, tih udruga i u to vrijeme tadašnjih aktivista koji jesu trenutni romski lideri i političari, ali sada već postoji jedna nova generacija aktivista, i mi smo se tu posebno trudili pomoći graditi, mlađe generacije Roma.”*

Udruženi neprofitni mediji svoje ideje strateški su popisali i objasnili u Zimskom dokumentu, definirajući vlastito djelovanje, zadaće i ciljeve: *“Neprofitni mediji su dio civilnog društva i nastaju samoorganiziranjem građana i građanki koji su uočili potrebu svoje zajednice za medijskim informiranjem te svojim građanskim, profesionalnim i volonterskim angažmanom žele doprinijeti njenom zadovoljenju. Primarni cilj im je angažirati se na postizanju zajedničkog, općeg dobra, bez stvaranja profita. Neprofitni mediji su sredstvo izražavanja i informiranja manjina u zajednici, promicanja interkulturalnog dijaloga, zaštite okoliša, rodne ravnopravnosti, socijalnog uključivanja, jednakih mogućnosti te poticanja medijske pismenosti. Programske sheme neprofitnih medija uključuju edukativne sadržaje, informiraju o radu organizacija civilnog društva na ciljevima općeg dobra, osnažuju građanke i građane za aktivno sudjelovanje u civilnom društvu, promiču volonterstvo i pluralizam ideja.”* (Zimski dokument, 2012, [www.nmreza.hr](http://www.nmreza.hr)). Neprofitni mediji regulirani su Zakonom o elektroničkim medijima (Čl. 9, nn 153/09). Najčešće se radi o web portalima, ponekad novinama. Samo je šest neprofitnih radijskih postaja u Hrvatskoj i niti jedna televizijska. Upravo zbog toga se najčešće koristi internet kao distribucijsku platformu. Ipak, u većini zemalja u svijetu uslugu pristupa internetu plaćaju sami korisnici po tržišnim cijenama, što ga čini nedostupnim siromašnima. Sadržaj koji nastaje i objavljuje se u medijima rezultat je složenih odnosa među pojedincima, od dionika u političkim, ekonomskim ili socijalnim procesima, preko novinara i urednika u medijskim redakcijama, do javnosti kao publike. Riječ je o komunikaciji i aktivnostima među ljudima čije djelovanje rezultira objavom medijskih sadržaja koji trajno, osim u iznimnim slučajevima, ostaju sačuvani u analognim ili digitalnim arhivima kao “svjedoci vremena”, kao baza informacija koja nam omogućava kronološki ili tematski pregled razvoja društva na lokalnoj, nacionalnoj, regionalnoj ili globalnoj razini. Riječ je o svojevrsnoj bazi znanja koju često koriste i znanstvenici u svojim radovima.

Budući da je riječ o socijalnom kapitalu koji je od velike vrijednosti za razvoj društva, zadaća je svih građana podupirati modele koji osiguravaju opstanak javnog medijskog servisa i kvalitetnih neprofitnih medija jer im je prema temeljnoj definiciji cilj kreirati sadržaj koji je od javnog interesa u složenim procesima funkcioniranja zajednice i društva, a ne proizvoditi sadržaj radi profita. Riječ je o sadržajima koji građankama i građanima pomažu da budu pravovremeno obaviješteni o svim važnim društvenim, političkim, ekonomskim i inim pitanjima, koji promoviraju obrazovanje, znanost, kulturu i umjetnost - znanje u njegovim najširim dosezima,

onima koji promiču poštivanje ljudskih prava, potiču pluralizam i pritom ističu raznolikost kao bogatstvo društva.

### 3.1 FINANCIRANJE ROMI.HR-A

Neprofitni mediji svoju društvenu ulogu mogu vršiti samo ukoliko su nezavisni od kapitala i političkog utjecaja, tako da je poticanje njihovog sustavnog financiranja preduvjet kvalitetnog izvještavanja. Uz to, pravo na slobodu izražavanja i dobivanja nepristrane informacije smatra se individualnim pravom, a ostvaruje se kroz pluralizam medija. U Zakonu o medijima u dijelu koji govori o obvezama države radi poticanja pluralizma i raznovrsnosti medija navodi se da Republika Hrvatska potiče i štiti pluralizam medija na način propisan zakonom, a način na koji to ostvaruje propisan je stavkom 3. istog članka: *“tako da se dodjeljuju godišnje državne potpore radi ostvarivanja te zadaće sukladno posebnom zakonu. Ministar nadležnog ministarstva (Ministarstvo kulture) propisat će pravilnikom uvjete, kriterije i postupak provođenja redovnoga javnog natječaja za dodjelu državnih potpora iz sredstava državnog proračuna.”* Nadalje, u stavku 2. istog članka navodi se kako će se poticati proizvodnja i objavljivanje programskih sadržaja koji se odnose na: ostvarivanje prava na javno informiranje i na obaviještenost svih državljana RH, ostvarivanje prava na javno informiranje i na obaviještenost pripadnika nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj, informiranje javnosti o nacionalnim manjinama i pitanjima ostvarivanja manjinskih prava u RH te poticanje tolerancije i kulture dijaloga, ostvarivanje ljudskih prava građana i uređivanje pravne i socijalne države te promicanje razvoja svijesti o ravnopravnosti žena i muškaraca, poticanje kulturnog i umjetničkog stvaralaštva te, između ostaloga, pokretanje novih medija, osobito lokalnih i neprofitnih medija te medija nevladinih udruga. Takvim zakonskim formuliranjem postoji konkretna obveza države, ali istovremeno ne postoji definirana obveza države da potiče sve navedene segmente raznovrsnosti. Kroz Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija ove obveze provode se samo djelomično selektivnim financiranjem određenih programa.



David Orlović tvrdi da “ne mogu raditi na način kako to Hrvatska radi, s godišnjim natječajima kojih može biti, ne mora ih biti - nema jednog kontinuiteta financiranja i onda jedino Savez za nacionalne manjine osigurava neku razinu kontinuiteta”.

U slučaju obveze koju država ima pri pokretanju novih tiskanih medija (osobito lokalnih i neprofitnih medija, te medija nevladinih udruga) nije jasno po kojem kriteriju se potiču samo tiskani mediji, dok drugi ne. Važne odredbe Zakona o elektroničkim medijima predstavljaju članci 63. i 64. koji govore o Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija (Fond) kojim upravlja Agencija za elektroničke medije (Agencija). Fond se financira iz sredstava javne pristojbe HRT-a u iznosu od 3% od ukupno prikupljenih sredstava<sup>9</sup>. Sredstva Fonda služe za poticanje proizvodnje i objavljivanja audio-vizualnih i radijskih programa nakladnika televizije i/ili radija na lokalnoj i regionalnoj razini koji su od javnog interesa (ranije je navedeno koji programi se smatraju od interesa za RH), a nakladnici neprofitne televizije i/ili radija mogu biti samo obrazovne i manjinske ustanove, studentske udruge, školske udruge te udruge građana i druge nevladine udruge s pravnom osobnošću, što je slučaj i kod RNV-a s manjinskim medijem Romi.hr, iako se ne radi o televiziji ili radiju.

Kako se Zakonom o elektroničkim medijima u čl. 9. točno navodi koji su programi od interesa za Republiku Hrvatsku, ostaje nejasno po kojim kriterijima je zakonodavac izostavio određene programske interese: ostvarivanje ljudskih prava i političkih prava građana te unaprjeđivanje pravne i socijalne države i civilnog društva, poticanje medijske pismenosti, kulturu javnog dijaloga, zaštitu prirode, okoliša i ljudskog zdravlja. Ovakvom definicijom kojom se obuhvaćaju samo neprofitni audiovizualni i/ili radijski programi, odnosno neprofitne televizije i/ili radiji, u potpunosti se isključuje mogućnost financiranja elektroničkih publikacija (portala / mrežnih stranica) iz sredstava Fonda. Kako su elektroničke publikacije također regulirane ovim zakonom, nije jasno po kojoj osnovi ih se izostavlja iz ove regulacije i time uskraćuje mogućnost financiranja iz Fonda.

Dodjela sredstava iz Fonda provodi se putem javnog natječaja a obavlja ju Vijeće za elektroničke medije (tijelo Agencije) koje donosi odluku o dodjeli sredstava te propisuje način i postupak provedbe javnog natječaja za sufinanciranje audio-vizualnih i radijskih programa iz sredstava

---

<sup>9</sup>Čl. 35. st. 3. Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji

Fonda, praćenje trošenja sredstava koje se vrši slanjem izvješća, kao što čini Romi.hr, i ostvarenje programa za koje su dodijeljena putem Pravilnika o Fondu. Programi za nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj Pravilnikom u članku 14. zakona, koji propisuje način vrednovanja prijava, spadaju u kategoriju maksimalnog broja bodova prema procjeni Vijeća (0 do 15 bodova). Iako se među propisanim audiovizualnim i radijskim programima od interesa za RH nalazi ostvarivanje ljudskih prava, političkih prava građana te unaprjeđivanje pravne i socijalne države te civilnog društva, ti su interesi izostavljeni iz financiranja iz sredstava Fonda te nam zapravo pokazuju koliko (ni)su od interesa za Republiku Hrvatsku. Iako je napravljen vrlo važan korak za prepoznavanje postojanja elektroničkih publikacija, ostaje pitanje do kojih će pomaka dovesti ta praksa te koji će se iznosi dodjeljivati (Kladar, 2012: 44).

#### 4. GRAĐANSKO NOVINARSTVO

Ovo poglavlje ispituje novinarstvo koje nisu proizveli profesionalci, već oni izvan srednjestrujaških medijskih organizacija. Amaterski medijski producenti tipično imaju malo ili nimalo obuke ili profesionalnih kvalifikacija kao novinari – oni pišu te izvještavaju iz svoje pozicije kao građani, članovi zajednice, aktivisti, obožavatelji. Aktivnosti su im smještene u tri kategorije: a) mediji društvenih pokreta i mediji građana, b) lokalno alternativno novinarstvo te c) fanzini i blogovi.

##### 4.1 DRUŠTVENI POKRETI I MEDIJI GRAĐANA

Što odvaja amatersko novinarstvo od srednje-strujaških, profesionaliziranih praksi? Bilo je mnogo pokušaja da ga se definira te konceptualizira, slikovito prikazano različitim izrazima koji sažimaju njegove perspektive te prakse: alternativno novinarstvo, mediji građana, demokratski mediji, radikalni mediji. Svakako, zajednička baza im je u amaterizmu.

Sindirela: *“Kao šta i svaki nerom, to jest, ostala većinska zajednica nije zainteresirana podjednako za iste smjerove, tako ni Romi nisu zainteresirani podjednako za*

*sve. Međutim, definitivno se u našem uredu uvidjela promjena i znatiželja ili totalno odbacivanje i nezainteresiranost kada je sam projekt Romi.hr započeo. Ono što je bitno naglasiti da svaka ranjiva i marginalizirana skupina ili osoba koja zbog različitih razloga nema dovoljno samopouzdanja puno teže radi onaj „prvi korak“ u sudjelovanju pisanja članaka, tako da je vrlo teško bilo prvo njih same uvjeriti da ako to vole možda to i mogu. Ali opet smatram da ovaj projekt Romi.hr znači jako puno za sve nas koji se želimo baviti pisanjem ili sudjelovati u poslovima redakcije, ali i za one koji žele čitati i biti obavješteni. Nije bio prevelik odaziv zbog nesigurnosti, ali je bila zamijećena velika zainteresiranost. Tako da mislim da samo treba još više širiti informacije i davati Romima priliku da se okušaju u pisanju jer im ono omogućava usavršavanje u svakom pogledu.”*

Alternativni mediji koji educiraju, točnije publika i aktivizam koji mobilizira snažno su povezani jer takva komunikacija pomaže daljnjim ciljevima društvenih pokreta (izazivanje javnog mišljenja i mijenjanje istog). Ako je cilj radikalnih medija da utječu na društvenu te političku promjenu, onda je krucijalno, kaže Downing, da prakticiraju ono što zagovaraju. On to naziva pokušajem prakticiranja principa u sadašnjosti, a ne zamišljanjem istih za budućnost (Atton, 2001: 37, cit. prema Downing, 1984: 23).

Identificiraju li se korisnici s alternativnim medijima i jedni s drugima? Članovi podčinjene društvene grupe osmišljavaju te cirkuliraju diskurse koji im dopuštaju formuliranje opozicijskih interpretacija njihovih identiteta, interesa te potreba (Rauch, 2007: 997). Ti članovi aktivističke mreže mogu biti shvaćeni kao „interpretacijska zajednica“, grupa koja dijeli shvaćanja društvene zbilje, društveno konstruiranih značenja i svakodnevnog medijski posredovanog sadržaja (Rauch po Lindlof, 2007: 997). Osigurava li Romi.hr relevantne interpretativne izvore svojoj zajednici?

Bibijana: *“Sugovornici su primarno osobe koje su iz civilnog društva. Većina jesu Romi koji su aktivni u civilnom društvu, ali su i neromi koji se bave određenom tematikom, koji su stručnjaci, to su uglavnom stručnjaci, zaista, mislim da je kvaliteta i u tome da imamo kvalitetne sugovornike i da iznosimo zaista najnovije informacije, najnovija stanja neke stvari i uz kvalitetne sugovornike koji baš su pozvani da nešto kažu o tome u prvom redu. Oni su iz zemlje i iz inozemstva.”*

U kreiranju sadržaja kod Romi.hr sudjeluju medijski stručnjaci, ugledni novinari, politolozi, ugledni stručnjaci iz raznih područja i mnogi drugi od kojih mladi i oni koji se žele baviti specijaliziranim temama mogu puno naučiti.

Smatraju li se čitatelji progresivnima, motivira li ih Romi.hr? Koliko ima čitatelja portala i časopisa Romi.hr?

Bibijana: “... dosta heterogena jer mi i sami imamo ciljne grupe kojih je više. Ono na kog smo ciljali, mislim da je do njih to i doprlo, tako da s jedne strane romska populacija, naravno da to nisu svi Romi, uglavnom jasno je, to čitaju i zanima ih, Romi koji su puno aktivniji, oni koji su u udrugama, koji su u vijećima romske manjine, i mladi Romi, jer smo mi okruženi u jednom dijelu i zapošljavamo mlade Rome, možda nešto što nisam ranije rekla, ali smo par tema i obradili o mladim Romima specifično, to nam je i cilj bio i o njihovom aktivizmu i ulozi te pored toga o ženama, znači o Romkinjama koje imaju specifičnu ulogu. Ponavljam, u romskoj zajednici su to oni koji su aktivniji, velim, kroz udruge ili vijeća. (...)... i drugi nekakav krug čitatelja bi bili ljudi koji su aktivisti koji su aktivni kroz udruge, ljudsko-pravaške udruge, zatim studenti, neki mediji, i koji su na neki način prijatelji nas u uredništvu ili od autora, ali to uglavnom je populacija od 20 do 40 godina ljudi kojima su važna ljudska prava, koji zapravo i nisu prosječni građani, nisu toliko heterogeni unutar te grupacije.”

## 4.2 PARTICIPACIJA PUBLIKE

U ovom poglavlju diskutirat ću o tome je li participacija prikladan koncept za definiranje alternativnih medija. Uzimanje participacije za centralni kriterij definiranja alternativnih medija je problematično u više slučajeva koje ću objasniti. Mali participacijski mediji često ostaju marginalni na nacionalnoj, pa i na lokalnoj medijskoj sceni, što donosi opasnost od fragmentacije javne sfere. Participacijski, nekomercijalni mediji koji odbijaju profesionalnu organizaciju često pate od nedostatka resursa, čime je teško ostvariti javnu vidljivost i široku javnu sferu. Alternativni mediji, poput portala te časopisa Romi.hr, slobodni su od države, tržišta i kapitala, uhvaćeni između dominantnih struktura te oslobađajućih ciljeva (Atton, 2001: 64). Nemoguće je djelovati izvan ovih struktura unutar kapitalističkog društva. Opasnost marginalnosti mnogih alternativnih medija je fragmentacija javne sfere. Ovo implicira da mali individualizirani alternativni mediji ne mogu postati efektivni dijelovi velike transformacijske društvene borbe ili pokreta. U mnogim slučajevima, oni ostaju izričaj politika životnog stila koji zadovoljava i tješi njihove producente koji smatraju da je njihov individualni proizvod dovoljan kao stav. Ipak, stav koji ne doseže do mase nije uopće značajan stav, već individualni poziv upomoć koji ostaje nečujan te neučinkovit. Ovo stvara problem za kontinuiranu proizvodnju i dosezanje šire publike. Pod kapitalizmom je teško održavati te izvore bez iskorištavanja komercijalnih mehanizama financiranja poput prodavanja prostora za oglašavanje. Korištenje takvih kapitalističkih tehnika financiranja kontradiktorno je političkom cilju emancipacijskih alternativnih medija koji su kritični prema kapitalizmu. Dosezanje široke publike je neophodno ako alternativni mediji žele efektivno kontrirati s kritičkim znanjem ideologijama proizvedenima od strane masovnih medija.

Unatoč ovim financijskim problemima, često je pokazano da je s internetom moguća jeftina, participacijska medijska proizvodnja i dosezanje potencijalno globalnog povećanja publike. Svakako je istina da internet osigurava širok raspon alata koji dopuštaju laku te jeftinu medijsku produkciju. S porastom sadržaja generiranog korisnicima i pristupa platformama društvenih mreža i drugim besplatnim platformama koje dobivaju profit online oglašavanjem, internet se, čini se, približio akumulacijskim strategijama korištenima od strane tradicionalnih masovnih medija poput televizije ili radija. Korisnici Google aplikacija/usluga, gledatelji videa na Youtube-u, stavljanje osobnih fotografija na Flickr, dodavanje prijatelja s kojima izmjenjujemo

sadržaj ili komuniciramo na, recimo, My Space-u ili Facebook-u, čine komoditet kao publika koji se prodaje oglašivačima.

Bibijana: *“Recimo, Facebook je jedan kanal koji koriste svi koji rade za Romsko nacionalno vijeće, u uredu ili na terenu i članovi udruge. Trudimo znači da svi dijele, da pozivaju druge da to čitaju, časopise isto znači dijelimo što više možemo i moram reć’ da nismo mi čitani samo u Hrvatskoj, nego i dosta u Srbiji i manji broj u Makedoniji i slično, ali u Srbiji smo jako puno čitani i na Facebooku (je) jako puno komentara, stalni broj pratitelja je iz Srbije.”*

Broj posjeta web portalu postupno se povećavao te je upeterostručen. Povećanju posjeta doprinijelo je otvaranje Facebook stranice<sup>10</sup> Romi.hr na kojoj se dijele članci s portala. Uz to, povećanju broja posjeta doprinio je i povećani broj dijeljenja naših članaka u drugim medijima, što si je uredništvo zadalo kao cilj još tijekom prvog izvještajnog razdoblja rada medija.

#### 4.3. POTICANJE NA AKTIVIZAM

Jennifer Rauch kaže da publika izvodi rituale koji su kreirali zajednicu kroz identifikaciju s alternativnim medijima na koje gleda kao na idealiziranu silu koja se suprotstavlja korumpiranim srednjestrujaškim medijima u svijetu (2007: 996). Kako u redakciji nisu točno znali koliko i kako će publika reagirati i odgovoriti na ono što je pročitala i saznala, ugodno su se iznenadili kada su prve usmene reakcije okoline i romske zajednice bile jako pozitivne.

Sindirela: *“...jako je lijepo dobiti povratne informacije bile one dobre ili loše, svaka kritika meni znači pomoć ali evo nisam dobila još nijednu, dapače, pohvale su često aktualne.”*

Želim istaknuti da je uredništvo pokrenulo humanitarnu akciju za djecu tragično preminulih roditelja u Svibovcu Podravskom. Nakon poziva socijalne radnice iz Centra za socijalnu skrb iz Varaždina, na temelju informacija koje je dala, objavljena je vijest na portalu „Apel za pomoć djeci tragično preminulih u Svibovcu Podravskom“. Ovu vijest prenijelo je više medija, od N1 do lokalnih varaždinskih medija i na taj je način, prema informacijama koje su poslije primili od

---

<sup>10</sup><https://www.facebook.com/romi.hr.rnv/>, 2016

socijalne radnice, prikupljen dio novčanih sredstava za dovršetak kuće u kojoj djeca žive s njihovom bakom.

*Bibijana: “Kontaktirala je našu udrugu jedna socijalna radnica prošle godine iz Varaždina i rekla je da postoji jedna obitelj kojoj treba pomoć jer roditelji su se utopili u rijeci i ostavili za sobom djecu koji su imali. Oni su ostali bez roditelja u kući koj je bilo potrebno malo dovršit’ da bude gotova i koja bi bila onda prikladna za stanovanje jer su se roditelji jako trudili i radili na tome da stvore dom koji bi bio baš prikladan za djecu, za njih i ona je to znala i kako su roditelji umrli, bilo je potrebno još nekoliko desetaka tisuća kuna, ne tako velik iznos ali za nekog tko nema ništa, velik, i mi smo tu pomogli, onda, onda smo kroz naš medij objavili taj apel za pomoć i to poslali i lokalnim medijima, drugim koji su to objavili, zapravo s područja Varaždina i okolice i poslali smo raznim institucijama onda taj članak i objavio je, mislim, na NI i Net hr i zapravo mi se kasnije gospođa socijalna radnica javila, zahvalila. Iako su najveći dio donacija možda primili od Ministarstva socijalne politike i nekakvih lokalnih institucija, jedan udio koji je opet značajan došao je od anonimnih donacija i očito su ljudi kroz to saznali jer smo kroz to to objavili u javnosti, tako da sam bila sretna da smo barem na neki način mogli pomoći...”*

Medij Romi.hr jedan je od najhvaljenijih projekata RNV-a. Rezultati projekta su brojni, no važno je reći da smo veliki broj Roma informirali o njihovim pravima te je sada primjerice povećan broj Roma koji zovu našu i druge romske organizacije kako bi dobili dodatne informacije o mogućnosti korištenja mjere besplatnog vrtića za njihovu djecu. K tome, objava članka o situaciji u Međimurju, o odnosu Roma i neroma, potaknula je šire društvene rasprave i sagledavanje ove teme iz različitih perspektiva, romske i neromske.

*Sindirela: “Svaki novi pozitivni i kvalitetni korak u ovom slučaju projekt Romi.hr čini pozitivnu promjenu. Mislim da se ljudi ne bi trebali bojati promjena jer je to dio života – nadograđivanje. Ali priča se o portalu, priča se o časopisu, daju se pozitivni komentari i od strane većinskog stanovništva ali i samih Roma. Odnos prema Romima uvijek će biti podijeljen ali ovaj projekt spaja sve nas u redakciji ali i druge koji se bave pitanjima o Romima... Čini promjene jer se dobivaju informacije, jer se budi zainteresiranost za pojedine novosti, događaje, zanimljivosti, pronalaze se rješenja za neke situacije koje nisu bile otklonive, te ih zajedno rješavaju kroz različite neprofitne organizacije koje se vežu za pitanje romske populacije.”*

## 5. ZAKLJUČAK

Opisavši sudionike i aktere časopisa i portala Romi.hr, njihov pristup i zalaganje pri radu na opisanom medijskom projektu, zaključila sam kako se radi o manjinskom mediju, ali koji je ujedno i alternativni te neprofitni medij. Jedna od teorijskih nedoumica ostaje točno raščlanjivanje ovih triju pojmova, iako su neke razlike jasne. Podatci koje sam dobila kvalitativnim istraživanjem povezala sam s ranije postojećom teorijom i ocijenila kako se u većini odlika alternativnih i neprofitnih medija podudaraju. Problematika ovog diplomskog rada jesu kompleksnost te sveobuhvatnost identiteta alternativnih medija, kao i samog pojma identiteta, naročito romske manjine u RH, gdje se presijeca više značenja. Romi.hr u hegemonijskoj kulturi stvara re-pregovaranje identiteta svoje zajednice. Multi-teorijski pristup potreban je za raznovrsnost koja karakterizira alternativne medije, zato što svaki samostalno nije dostatan. Poanta oko identiteta je ta da on zahtijeva jednostavnost, ali ono što je važno je njegova kompleksnost. Kolektivna organizacija i nekomercijalno financiranje često stvaraju poteškoće pri dobivanju javne vidljivosti. Takvi mediji često ostaju mali i nevidljivi mnogim ljudima. Oni su prikladni za građenje lokalne zajednice te komunikaciju s postojećim društvenim pokretima i aktivističkim grupama.

Ako alternativni mediji žele više od „propovijedanja obraćenima“, moraju pokušati povećati svoju vidljivost, ili barem dopustiti participaciju publike - bilo to sudjelovanje u kreiranju medijskog sadržaja ili davanjem prostora za povratne informacije i direktnu komunikaciju s medijem, odnosno njegovim (su)dionicima. Alternativni čitatelji na različit način razumiju takve medije od srednje-strujaške publike (ukus ujedinjuje i razdvaja, kako kaže Bourdieu, 1984). Kritički sadržaj pokazuje potencijale za promjenu, propitkuje dominaciju i izražava stajališta potlačenih (ovdje je romska manjina vrlo ranjiva skupina). Marx je napisao da tisak treba biti pas čuvar, sveprisutno oko te usta ljudskog duha koji ljubomorno čuva svoju slobodu (Sandoval i Fuchs, 2010: 148, cit. prema Marxu, 1849: 231).

Romi.hr svakako se ističu kao uporan medij koji se trudi donositi točne, umjerene, ali “sa stavom” informacije, pružajući svojoj publici sve ono što *mainstream* medijima nedostaje, a to je izbjegavanje stereotipizacije, prikaz drugačijih priča na kakve smo navikli u komercijalnim



medijima, gdje se ne ulazi u srž priče ili problema, već se ističu trivijalne i površne informacije koje ne vode boljitku položaja romske manjine u Hrvatskoj, već održavaju *status quo*. Ovakav alternativni medij izaziva dominantne forme organizacije te kulturalne, kao i političke prakse. Također, alternativna javna sfera razvija iskustva, kritike, informacije te znanje.

Ovim radom zašli smo u svijet akcije, organizacije i djelovanja omanje skupine ljudi različitih profila i porijekla koji su se okupili sa zajedničkom vjerom i ciljem, a to je da ono što medij Romi.hr predstavlja sad, ali i ubuduće, ima smisla, kako za romsku zajednicu, tako i za cjelokupno hrvatsko društvo. Isto tako, prijekopotreban je sustavan medij romske manjine čiji rad ne može ovisiti o novčanim sredstvima države koja ovise iz godine u godinu. Praksa dodjeljivanja financijskih sredstava za rad ovakvog tipa medija nije dorečena i to se treba urediti. Isto tako, Romi.hr potreban je, kako romskoj zajednici, tako i društvu općenito jer educira, pruža informacije te zabavlja. Te tri komponente treba sadržavati svaki javni medij, pogotovo oni nacionalni. Svejedno, to nije tako...

Romi.hr potiču na aktivizam u svojim tekstovima u kojima su ukazivali na diskriminaciju, pisali o pravnom stanju u određenim državama radi u usporedbi s domaćim okvirima te objavljivali pojedine slučajeve kao apel za pomoć građana. Vrijednost takvog aktivizma je u samo-edukaciji, ohrabrivanju kroz "informacije za akciju". Na natječaju pri Agenciji za elektroničke medije, RNV dobilo je ove godine novčana sredstva po drugi puta za rad oba medija. Kako je dodjela novčanih sredstava neizvjesna (2016. godine nisu dobivena sredstva jer je Povjerenstvo za neprofitne medije pri Ministarstvu kulture bilo raspušteno), kao konstanta ostaje portal koji će zahvaljujući prepoznavanju struke i publike nastaviti objavljivati relevantne tekstove koji polako vode do emancipiranja Roma u društvenom te političkom smislu. Završit ću ovaj rad riječima novinarkе Maje na pitanje vidi li promjene u društvu vezano za Rome: *"Promjene postoje, događaju se polako i bit će potrebno još truda uložiti u njih."*

## LITERATURA

1. Atton, Chris (2008) *Alternative and Citizen Journalism*. *Alternative Journalism*: 1-30
2. Atton, Chris (2002) *Alternative media*. London: SAGE Publications Ltd
3. Babić, Dragutin (2015) *Nacionalne manjine u Hrvatskoj sociološka perspektiva*. Zagreb: Plejada.
4. Babić, Dragutin, Filip Škiljan, Drago Župarić-Iljić (2011) *Nacionalne manjine u Zagrebu*. Zagreb: Plejada
5. Bailey, Olga Guedes, Bart Cammaerts, Nico Carpentier (2007) *Understanding Alternative Media*. Berkshire: Open University Press
6. Car, Viktorija (2012) *Javni medijski servis i neprofitni mediji kao socijalni kapital*. *Putokazi*, 2012: 4-5.
7. Hall, Stuart (2000) *Who needs identity?* U: Stuart Hall i Paul du Gay (ur.), *Questions of Cultural Identity* (1-17).
8. Kladar, Arijana (2012) *Zastupljenost sadržaja o ljudskim pravima u neprofitnim medijima u Hrvatskoj*. *Putokazi*, 2012: 37-45.
9. Kvale, Steinar (1996) *InterViews: An introduction to qualitative research interviewing*. California: SAGE Publications, Inc.
10. Malović, Stjepan (2004) *Bogatstvo različitosti*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
11. Ramirez, Mireya Marquez (2010) *Journalism culture and political conflict: Mexican journalists reflect their performance during 2006 presidential elections*
12. Rauch, Jennifer (2007) *Activists as interpretive communities: rituals of consumption and interaction in an alternative media audience* u *Media. Culture & Society*, 29 (6): 995 -1013.

13. Robins, Kevin i Asu Aksoy (2006) Thinking experiences Transnational media and migrants' minds. U: James Curran i David Morley (ur.), Media and Cultural Theory (86-99). New York: Routledge
14. Sandoval, Marisol, Christian Fuchs (2010) Towards a critical theory of alternative media. Telematics and Informatics, 27: 141 – 150.
15. Schroeder, Kim, Kirsten Drotner, Stephen Kline, Catherine Murray (2003) Researching Audiences. New York: Oxford University Press Inc.
16. Vojak, Danijel (2015) Romi u Hrvatskoj od 1990-ih do danas: marginalna skupina ili... U: Ljiljana Dobrovšak i Ivana Žebec Šilj (ur.), Nacionalne manjine u Hrvatskoj i Hrvati kao manjina – europski izazovi (195-214).
17. Jašić, Mirna (2016) Bibijana Papo: Želimo doprinijeti pozitivnoj slici o Romima PortalNovosti.com <http://www.portalnovosti.com/bibijana-papo-elimo-doprinijeti-pozitivnoj-slici-o-romima> (pristupljeno 14.1.2017)
18. Portal Udar (2017) <http://www.portal-udar.net/romski-portal-udar-nista-o-romima-bez-roma/> (pristupljeno 21.8.2017)
19. Romi.hr (2016) <http://romi.hr/> (pristupljeno 26.10.2016)
20. Romska organizacija mladih (2016) <http://www.umrh.hr/> (pristupljeno 24.12.2016)
21. Skender, Melisa (2016) Časopis Romi.hr za promjenu medijske paradigme o Romima Hrvatsko novinarsko društvo <http://www.hnd.hr/casopis-romi-hr-za-promjenu-medijske-paradigme-o-romima> (pristupljeno 17.1.2017)

## PRILOZI



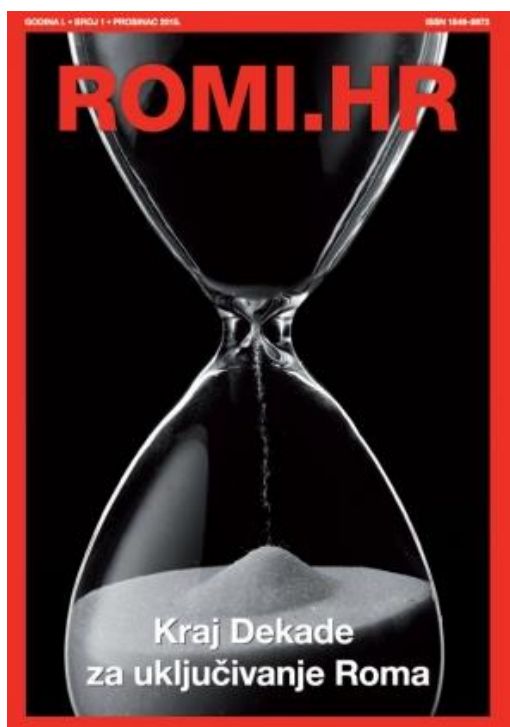
Prilog 1. Maja Alivojvodić u razgovoru sa sugovornicom<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Arhiva RNV-a



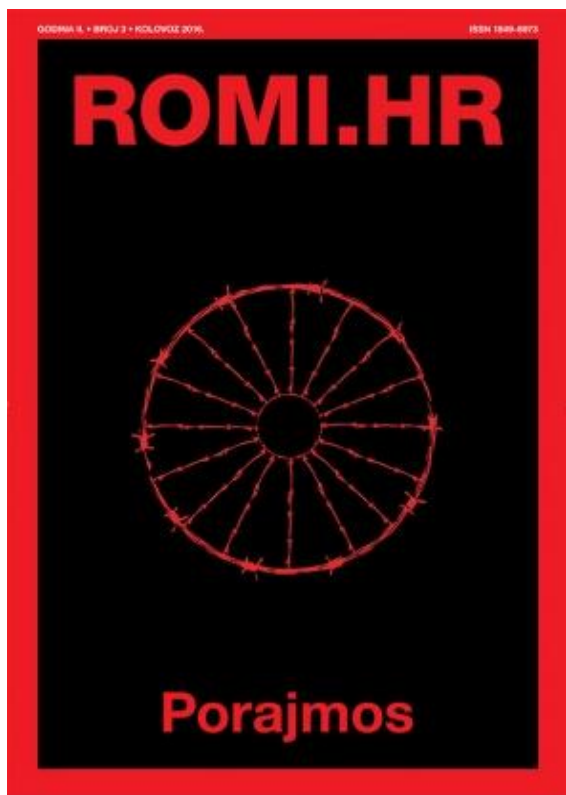
Prilog 2. Predstavljanje medija<sup>12</sup>



Prilog 3. Naslovnica 1. izdanja Romi.hr

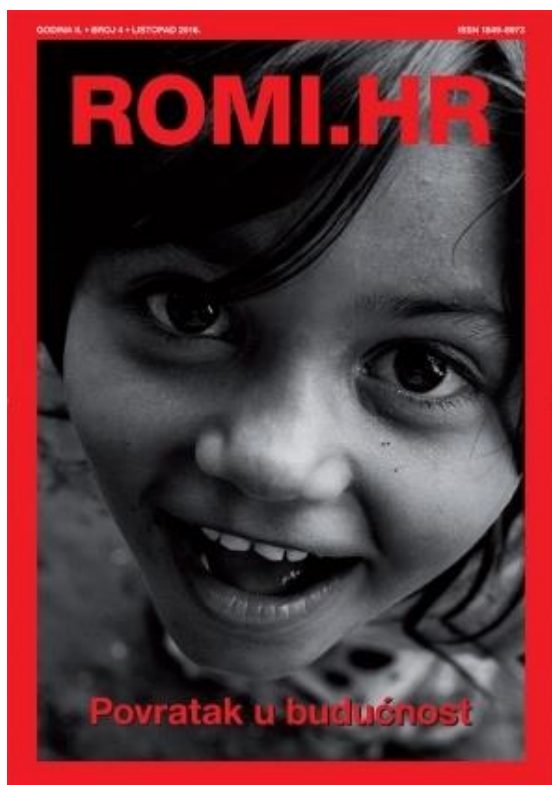
---

<sup>12</sup>RNV



časopisa

Prilog 4. Naslovna strana 3. izdanja



Prilog 5. Posljednja tiskana verzija časopisa Romi.hr



Prilog 8. Snimanje za prilog u HRT-ovoj Prizmi<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>Fotograf Dario Gilja