

Dosta!

Oslobodimo se predrasuda
– upoznajmo Rome!



Dosta!

**Oslobodimo se predrasuda
– upoznajmo Rome!**

Prijevod, priprema i tisak ove brošure omogućeni su potporom
Ureda za Rome i Putnike Vijeća Europe.

Sadržaj

Uvod	5
Tko su Romi?	7
Romi u Hrvatskoj	7
Kakva je povijest Roma u Europi	9
S kojim se teškoćama Romi susreću u suvremenoj Europi?	9
Zašto Vijeće Europe, uz financijsku potporu Europske Komisije, provodi kampanju DOSTA!?	9
Što je cilj ove publikacije?	9
Upoznajte se s kampanjom Dosta!	11
Pozadina kampanje	13
Izazov	13
Osnovne postavke	14
Ciljne skupine	14
Poruke kampanje	14
Što očekujemo od kampanje Dosta!	15
Pomagala kampanje	15
Aktivnosti kampanje	17
Glazba bez predrasuda	19
Je li to stereotip? Pomagala za borbu protiv stereotipa o Romima	21
Stereotipi i predrasude	23
Anticiganizam, anti-Gypsism, romofobija	23
Antisemitizam i anticiganizam	24
Vidovi anticiganizma	24
Prevladavanje anticiganstva	25
Je li to stereotip	25
Stereotip br. 1: »Cigani« su »samo Cigani«	26
Stereotip br. 2: nomadski način života	27
Stereotip br. 3: Glazba i ples	28
Stereotip br. 4: Gatanje	28
Stereotip 5: Tradicionalni obrti	28
Stereotip br. 6: Običaji	29
Stereotip br. 7: Odjeća	29

Stereotip br. 8: Čistoća	30
Stereotip br. 9: Religija	30
Stereotip br. 10: Žene	31
Stereotip br. 11: Djeca	31
Stereotip br. 12: Financijska situacija	32
Stereotip br. 13: Obrazovanje	32
Stereotip br. 14: Zapošljavanje	33
Stereotip br. 15: Stanovanje	34
Stereotip br. 16: Romi i društvo	34
Zaključak	36

Sredstva kampanje 37

Kako planirati kampanju	39
Zašto kampanja?	39
Gdje započeti s kampanjom?	39
Pet velikih pitanja koja si trebate postaviti na početku kampanje	39
Snimanje postojećeg stanja	40
Razvijanje pojedinačnih zadataka	40
Razvijanje vlastite strategije i taktike	41
Strateški plan	41
Taktika i njena pomagala	41
Proizvodi koji se koriste u kampanj	42
Praćenje posla	43
Možda želite pokušati s ovim...	43
Stvaranje strategije za odnose s javnošću	43
Neke definicije	43
Tehnike stvaranja strategije	43
Zajednički razmislite o sva četiri područja, potom ih analizirajte i pronađite strategiju. To može biti kombinacija.	43
Pristup medijima: »set pomagala« ureda za tisak	44
Osobni kontakt	44
Umrežavanje	44
Izgradite bazu podataka	45
Pisani materijali – materijali za tisak i informativni paketi	46
Priopćenja za tisak	46
Materijali za video/audio medije	46
Paketi za tisak	47
Sastanci s novinarima (press briefings) i konferencije za tisak	47
Neformalni sastanci s novinarima	48

Stretegija za medije	49
Igre i igranje uloga	49
Scenariji za izvođenje tiskovne konferencije:	49
Zbirka članaka	51
Razgovor s Thomasom Hammarbergom	53
Povjerenik Vijeća Europe za ljudska prava	53
Govor dr. Karin Waringo, na javnoj tribini »Slika i predodžba: anticiganstvo u Europskim medijima«	55
Europski parlament, Bruxelles, 6. lipnja 2006. Autorizirano za objavljivanje u sklopu kampanje Dosta!	55
U obranu romskih prava: odvjetnički pogled	59
Članak Michaela Gueta	61
Zacrni lice i pođi na stadion	63
Izvadci iz govora	65
Glas Roma – što kažu neki od naših partnera	67
Korisni dokumenti	71
Vijeće Europe	73
Preporuke Odbora ministara (obvezujuće za sve zemlje članice Vijeća Europe)	73
ECRI (European Commission Against Racism and Intolerance - Europska komisija protiv rasizma i netolerancije)	73
Konvencija o zaštiti ljudskih prava i temeljnim slobodama	74
Europski društveni ugovor	74
Okvirna konvencija o zaštiti nacionalnih manjina	76
Europska unija	77
Dodatak	79
Video zbirka za kampanju Dosta!	81



Uvod



Foto © Sandor Weltin

Napomena: Izraz "Romi" u ovom se dokumentu odnosi na Rome, Sinte, Kale, Putnike i s njima povezane skupine u Europi, a njime se želi pokriti širok raspon različitosti skupina o kojima se radi, uključujući i skupine koje sebe označavaju kao "Cigani".

Tko su Romi?



Romi su Europski narod indijskog podrijetla, čiji su preci napustili dolinu rijeke Gange u sjevernoj Indiji prije oko 800 godina. Danas u Eruopi ima oko 12 milijuna Roma od kojih većina živi u vrlo teškim uvjetima i svakodnevno se susreće s diskriminacijom.

Romi u Hrvatskoj

Prema službenim podacima (Popis stanovništva, 2001.) u Hrvatskoj žive 9 463 pripadnika romske nacionalne manjine, no procjenjuje se da je taj broj znatno veći i da na području Republike Hrvatske živi između 30 000 i 40 000 pripadnika romske nacionalne manjine.

Pripadnici romske nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj uživaju jednaku razinu zaštite i ostvarivanja svojih prava poput ostalih nacionalnih manjina, što je dodatno osnaženo Izmjenama i dopunama Ustava Republike Hrvatske iz lipnja 2010. godine. U Izvorišnim osnovama Izmjena i dopuna Ustava, umjesto dotada navedenih 10 autohtonih nacionalnih manjina, izrijekom

su navedene sve 22 nacionalne manjine, a među njima i Romi.

Prava nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj poštuju se u skladu s najvišim međunarodnim standardima i međunarodnim konvencijama, a posebna pozornost posvećuje se ostvarivanju prava romske nacionalne manjine koja je stoljećima bila marginalizirana i diskriminirana, te se kontinuirano poduzimaju mjere kako bi pripadnici romske nacionalne manjine jednako kao i pripadnici drugih nacionalnih manjina i ostali građani Republike Hrvatske ostvarivali sva prava pod jednakim uvjetima uz promicanje razumijevanja, međusobnog uvažavanja i tolerancije.

Krajem 2002. godine donesen je Ustavni zakon o pravima nacionalnih manjina kojim se uređuju položaj i prava pripadnika nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj. Položaj i prava nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj reguliraju se i drugim zakonima i međunarodnim konvencijama, između ostalih Zakonom o uporabi jezika i pisma nacionalnih manjina u Republici Hrvat-

skoj, Zakonom o odgoju i obrazovanju na jeziku i pismu nacionalnih manjina, Zakonom o suzbijanju diskriminacije, Zakonom o besplatnoj pravnoj pomoći, a Republika Hrvatske je i stranka Okvirne konvencije za zaštitu nacionalnih manjina i Europske povelje o regionalnim ili manjinskim jezicima.

U lipnju 2010. godine donesen je Ustavni zakon o izmjenama i dopunama Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina kojim se, između ostalog, mijenja način izbora predstavnika nacionalnih manjina u Hrvatski sabor. Prema novom modelu nacionalne manjine koje u stanovništvu Republike Hrvatske sudjeluju s više od 1,5% stanovnika imaju pravo na najmanje 3 zastupnika, a nacionalne manjine koje u stanovništvu Republike Hrvatske sudjeluju s manje od 1,5% stanovnika (među njima i romska), pored općega biračkog prava, na osnovi posebnoga biračkog prava imaju pravo izabrati pet zastupnika pripadnika nacionalnih manjina.

Kako bi dodatno poboljšala položaj romske nacionalne manjine Vlada Republike Hrvatske je 2003. godine usvojila Nacionalni program za Rome, kojim se na sustavan način pripadnicima romske nacionalne manjine nastoje osigurati poboljšani uvjeti života u nizu područja, uključujući statusna pitanja, zdravstvo, stanovanje, obrazovanje, zapošljavanje, suzbijanje diskriminacije, očuvanje tradicijske kulture i sl. U svrhu praćenja ostvarivanja navedenog programa osnovano je Povjerenstvo za praćenje provedbe Nacionalnog programa za Rome, kojim predsjedava predsjednica Vlade Republike Hrvatske, gospođa Jadranka Kosor. Uz predstavnike relevantnih ministarstava i državnih tijela, 9 članova Povjerenstva su i pripadnici romske nacionalne manjine, koji na taj način izravno sudjeluju u kreiranju politika i donošenju mjera za poboljšanje položaja romske nacionalne manjine. Pred-

sjednica Vlade Republike Hrvatske, gospođa Jadranka Kosor ujedno je i nacionalna koordinatorica Desetljeća za uključivanje Roma 2005.-2015., međunarodne inicijative kojoj je Republika Hrvatska pristupila među prvim članicama 2005. godine. Kao jednu od obaveza preuzetih članstvom u Desetljeću za uključivanje Roma 2005.-2015., Vlada Republike Hrvatske usvojila je 2005. godine i Akcijski plan Desetljeća za uključivanje Roma 2005.-2015., u kojem su definirane mjere usmjerene na poboljšanje položaja romske nacionalne manjine u području obrazovanja, zdravstva, zapošljavanja i stanovanja. Osnovana je i Radna skupina za praćenje Akcijskog plana Desetljeća za uključivanje Roma 2005.-2015., u kojoj sudjeluju i 4 pripadnika romske nacionalne manjine. Sve informacije o provedbi Nacionalnog programa za Rome i Akcijskog plana Desetljeća za uključivanje Roma 2005.-2015. dostupne su na internet stranici Vlade Republike Hrvatske.

Na parlamentarnim izborima održanima 2007. godine u Hrvatski sabor izabran je zastupnik romske nacionalne manjine, a tri Roma su izabrana u predstavnička tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave.

Uz pomoć donacije Europske unije iz pretpristupnih fondova provode se projekti potpore romskoj nacionalnoj manjini, s ciljem poboljšanja uvjeta stanovanja u šest naselja u Međimurskoj županiji, županiji s najvećim brojem romskog stanovništva u Republici Hrvatskoj.

U cilju prevladavanja predrasuda prema etničkim manjinama, posebice Romima te suzbijanju svih oblika diskriminacije, 29. srpnja 2008. godine Republika Hrvatska pristupila je Kampanji Vijeća Europe "Dosta!". Cilj Kampanje je borba protiv diskriminacije romske nacionalne manjine u čitavoj Europi. Odluku o pristupanju Republike

Hrvatske Kampanji "Dosta!" donijelo je Povjerenstvo za praćenje provedbe Nacionalnog programa za Rome. Sukladno preporuci Vijeća Europe te preuzetim obvezama Republike Hrvatske kao članice Kampanje "Dosta!", Ured za nacionalne manjine, u suradnji s udrugom „Fade In“ iz Zagreba, 2009. godine je osmislio i financirao spot za promicanje Kampanje "Dosta!" VE. Spot je emitiran na Hrvatskoj radioteleviziji.

Kakva je povijest Roma u Europi?

Stoljećima su Rome protjerivali iz zemalja, iseljavali pod prijetnjom različitih kazni ako su ostajali, uključujući čak i smrtnu kaznu – a sve to samo zbog toga što su rođeni kao Romi. Romski je narod morao bježati od nasilja i diskriminacije gdje god se nalazio.

Nekoliko tisuća Roma i Sinta ubijeno je 2. i 3. kolovoza 1944. u *Zigeunerlageru* u koncentracijskom logoru Auschwitz-Birkenau.

Procjenjuje se da je tijekom holokauta istrijebljeno od 600.000 do 1,500.000 Roma. Uzme li se u obzir koji je to postotak romskog stanovništva, ispada da su Romi bili etnička skupina koja je najviše nastradala u nacističkim pokoljima. Fašistički režimi u Austriji, Njemačkoj i Estoniji istrijebili su u tim zemljama preko 90% romskog stanovništva.

S kojim se teškoćama Romi susreću u suvremenoj Europi?

Romska se prava u Europi svakodnevno krše. Romi ne dobivaju zaposlenja, njihova djeca ne dobivaju mjesta u školi. Njihovu zajednicu često se smatra marginalnom i zaostalom, što uvelike pridonosi tome da oni na svojim leđima osjećaju društvenu izopćenost.

U stvari, pak, Rome se može smatrati prvim europskim narodom, budući da su oni »probili« europske granice puno prije nego što je postojao bilo kakav međunarodni sporazum ili konvencija. Putovali su Europom, obogaćujući svoju kulturu kulturom zemlje u kojoj su boravili, a istovremeno obogaćujući i samu europsku kulturnu baštinu.

Zašto Vijeće Europe, uz financijsku potporu Europske Komisije, provodi kampanju DOSTA!?

Vijeće Europe je čuvar ljudskih prava u Europi i naša je dužnost osigurati poštivanje prava svih. Nije nužno jedino da Romi imaju sustav koji im osigurava ljudska prava, već ih treba prihvatiti i kao dragocjen dio europske kulture.

U tom zadatku Europska komisija pruža potporu Vijeću Europe; obje institucije provode kampanju kako bi se promijenili stavovi – kako bi podsjetili da Romi imaju ista prava kao i bilo koji drugi Europljani. To je paradoks naše kampanje: kampanja za priznavanje građanskih prava manjinskim skupinama uopće ne bi trebala biti potrebna. Mi se borimo za ukidanje predrasuda, postavljajući Europljanima izazov: »Oslobodimo se predrasuda: upoznajmo Rome!«

Što je cilj ove publikacije?

Pribor za kampanju Dosta! zamišljen je kako bi vam pomogao razumijeti što je kampanja Dosta! i kako je vi možete iskoristiti za borbu protiv *anti-ciganstva*, i to poduzimajući sasvim konkretne akcije na lokalnoj razini. Pribor uključuje i video materijale koje vi ili medijski djelatnici možete koristiti bez ikakve naknade kada izviještavate o Romima. Materijal koji je proizve-

den u kampanji Dosta! ne treba se smatrati iscrpnom slikom vrlo složene romske kulture i identiteta, već samo poticajem, uz vašu pomoć, za početak doprinosa borbi protiv predrasuda i stereotipa o Romima,

Više informacija na: www.dosta.org





Poglavlje 1

Upoznajte se s kampanjom Dosta!



Oslobodimo se
predrasuda
– upoznajmo Rome



Pozadina kampanje

Kampanja Dosta! je kampanja za podizanje svijesti, zamišljena u okviru trećeg zajedničkog projekta Vijeća Europe i Europske komisije nazvanog »Jednaka prava i položaj Roma u jugoistočnoj Europi«. Dva prethodna zajednička projekta o Romima provodila su se u ovoj regiji od 2000. do 2005. godine, baveći se osobito ključnim društvenim problemima kao što su pristup smještaju, zapošljavanje, obrazovanje i zdravstvo, što su sve područja u kojima Romi još uvijek imaju velikih teškoća.

Unatoč tome što su u većini slučajeva vlade shvatile nužnost poboljšavanja situacije Roma i prihvatile opsežne političke smjernice koje su uključivale sve važne čimbenike, a prvenstveno same Rome, uočilo se da su napori koje su uključene vlade ulagale često bili onemogućeni duboko ukorijenjenim predrasudama i uobičajenom diskriminacijom među lokalnim vlastima i lokalnim stanovništvom.

Stoga je projekt »Jednaka prava i postupci za Rome« usmjeren na:

- pomoć vladama i Romskim predstavnicima u osnaživanju njihove sposobnosti da zajedno sudjeluju u promatranju i vrednovanju Nacionalne strategije za Rome kako bi se osigurala njena učinkovita primjena;
- izvođenje kampanje podizanja svijesti o romskoj kulturi s naglaskom na borbu protiv predrasuda i stereotipa promicanjem pozitivne slike Roma u društvu.

Neizravno je ovaj treći zajednički projekt potpomognut i trećim akcijskim planom sa Summita Vijeća Europe, i to trećim

odlomkom: »Gradimo humaniju i obuhvatniju Europu« u kojem su čelnici država i vlada zemalja članica Vijeća Europe potvrdili svoju »spemnost za borbu protiv svih oblika isključivosti i nesigurnosti romskih zajednica u Europi i za promicanje njihove pune i učinkovite jednakosti. Očekujemo da će Europski forum Roma i Putnika dopustiti Romima i Putnicima da se izraze uz aktivnu potporu Vijeća Europe. Poduzet će se koraci kako bi se na tom polju ustanovila suradnja između Vijeća Europe, Europske Zajednice i OSCE-a.«

Pošto je zajednički projekt okončan, kampanja Dosta! sada ima svoj vlastiti život, te je i dalje sredstvo za borbu protiv *anti-ciganstva* u svim dijelovima Europe.

Izazov

Kada razmišljamo o Romima, na površinu izbija čitav niz stereotipa: Romi se uzdržavaju prošnjom ili krađom, ne vole raditi, ne žele djecu slati u školu, ne žele se uklopiti u društvo u kojem žive, vole živjeti u naseljima stračara, najvažniji su čimbenici u kriminalčarenju ljudi.

Ta negativna vjerovanja mogu biti stereotipi, tj. unaprijed pripisane osobine i klišeji, ili predrasude, tj. neracionalni osjećaji straha i odbojnosti; oboje vodi prema diskriminatornom stavu koji može priječiti Romima pristup građanskim, ljudskim i društvenim pravima. Predrasude i stereotipi često i jesu osnova za rasizam koji se, kada govorimo o Romima, često opravdava i prihvaća čak i na političkoj razini.

Predrasude i stereotipi često su toliko jaki da se odražavaju čak i u nekim jezičnim izrazima. **No koliko su snažni, toliko su i pogrešni.**



Kampanja Dosta! koja teži komunikaciji i podizanju svijesti i koja je usmjerena na lokalnu razinu u zemljama uključenim u nju, pomaže u ukidanju predrasuda i stereotipa tako što spaja romsko i ne-romsko stanovništvo.

Osnovne postavke

1. Kampanja je usmjerena na duboko ukorjenjene predrasude. Zamišljena je kao prvi korak u dugom procesu koji će se nastaviti budućim projektima.
2. Kampanja je osmišljena tako da se obraća nacionalnim, regionalnim i lokalnim partnerima koji »prevode« i umnažaju njene poruke. U obzir se uzima lokalna dimenzija i potiče se specifična suradnja na lokalnoj razini.
3. **Poruke** koje kampanja donosi **jednake su za sve europske zemlje.**
4. Kampanja je zamišljena kao pomagalo za promjenu postojećeg stanja i to za romske predstavnike, većinsku populaciju i za vlade. Sastavljena je uz doprinos Roma preko Romske mreže Vijeća Europe ali i uz doprinos Europskog foruma Roma i Putnika. **Sudjelovanje Roma u svim procesima koji ih se tiču ključni je element uspjeha bilo kojeg događanja koje smjera k tome da im omogući pristup društvenim i ljudskim pravima.**

Ciljne skupine

Kampanja je usmjerena na »širu zajednicu«, prepoznajući ciljne skupine za koje je najvjerojatnije da će prenesti i umnažati poruku, kao što su novinari, učitelji u osnovnim i srednjim školama, mladež, članovi i organizatori organizacija civilnog društva ili članovi lokalnih ili regionalnih parlamenata.



Foto © Sandor Weltin

Poruke kampanje

Ljude obično više privuku poruke koje su neobičnije, glasnije ili egzotičnije. Negativne poruke koje izričito kritiziraju svoju publiku, koje napadaju način na koji se ona sama cijeni, ili koje otvoreno stvaraju strah, obično ne daju učinka i mogu biti i kontra-produktivne.

Zato kampanja Dosta! prenosi dvije osnovne pozitivne poruke:

- (a) Društveno-politička poruka: Romi imaju prava i htijenja kao i svatko drugi. Oni su građani onih država u kojima žive i takvima ih treba prihvatiti, uz puno poštovanje njihovih građanskih i ljudskih prava. Osiguravajući pozitivan pristup Raznolikost u europskim društvima znači da se svim građanima omogući da steknu nova znanja i vještine kako bi se lakše suočili s izazovima koji im predstoje i

kako bi se izgradilo stabilno i povezano društvo.

- (b) Kulturna poruka: romska kultura dio je europskog kulturnog naslijeđa i doprinjela je bogatstvu europskih društava. Trenutak je da se taj doprinos prizna.

Što očekujemo od kampanje Dosta!

Poznavanje »drugoga« bitno je kako bi se otkrilo da su predaja i navike, jezici, boja kože itd. samo jedan dio brojnih sastojaka koji obilježavaju ljudsko biće. Ti sastojci ne mogu navesti većinsko stanovništvo da zaboravi: »Sva su ljudska bića rođena slobodna i jednaka po svojem dostojanstvu i pravima. Ona su obdarena razumom i sviješću i trebaju se jedna prema drugima odnositi u duhu bratstva.«¹ Živjeti zajedno u društvu koje objedinjuje znači prije svega biti otvoren za međusobno razumijevanje i za međukulturni dijalog. To znači i znati da postoje ljudi koji ne mogu uvijek uživati svoja ljudska prava i imati volje ukazati na takvu situaciju, te biti sudionikom procesa koji mijenja takvo stanje stvari.

Kampanja Dosta! želi graditi mostove između većinskog stanovništva i Roma, pomažući u boljem razumijevanju romske kulture i potičući sudjelovanje svih u nastojanju da ljudska prava za Rome postanu stvarnost. Recite »Dosta!« anti-ciganstvu, budite čimbenik promjene!

Pomagala kampanje

Website: Višejezična internetska stranica Dosta! medij je za promicanje svih djelatnosti kampanje, kao i za prikupljanje audio-vizualne građe koju će koristiti zemlje članice Vijeća Europe. Mrežna je stranica zamišljena kao interaktivno pomagalo koje korisniku omogućuje registraciju i prijavljivanje kako bi ostavio komentare, teme za raspravu i materijale za preuzimanje. Adresa je internetske stranica: www.dosta.org



Kreativni vizualni identitet i slogani: Vizualni identitet i slogani razvijeni su u suradnji s Romskom mrežom Vijeća Europe i s Odjelom za komunikacije Vijeća Europe. Koristiti ih se može na materijalima kao što su letci, poster, promidžbeni materijali (majice, podlošci za miša, itd.) i audio-vizualni proizvodi. Dobiti ih možete slanjem jednostavnog zahtjeva na info@dosta.org (ovisno o stanju zaliha).

1 Opća deklaracija o pravima čovjeka, čl. 1.



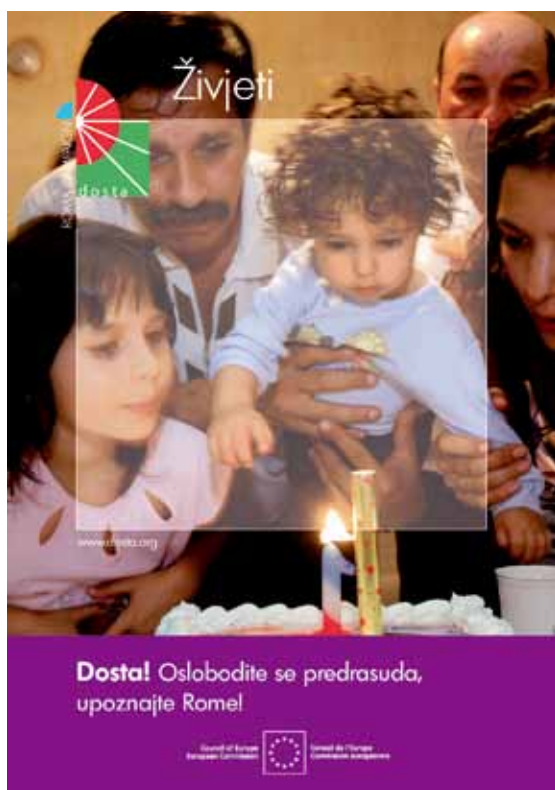
Najnoviji vizualni elementi u vezi su s obilježavanjem masovnog okupljanja koje reklamira kampanju ispred Vijeća Europe od kolovoza 2007, kao i zaštićivanja glazbenog CD-a »Muzika bez predrasuda: romske varijacije na europsku himnu« (Music Beyond Prejudice: Romani variations on the European Anthem).

Televizijski spot jedno je od glavnih pomagala kampanje Dosta! On je rezultat strateškog sastanka organiziranog u suradnji s Odjelom za komunikaciju Vijeća Europe i nekim romskim stručnjacima za medije koji su doprinijeli u izradi scenarija. Temelji se na fotografijama snimljenim tijekom terenskog posjeta Srbiji koji je organiziran u suradnji s novosadskim Udruženjem romskih studenata. Televizijski spot ima dvije verzije, onu od 50 i onu od 25 sekundi i to na albanskom, jezicima Bosne i Hercegovine, srpskom i makedonskom, pored verzija na engleskom, francuskom i međunarodne verzije; postavljen je i na mrežnu stranicu kampanje i distribuirao se bez naknade za emitiranje nacionalnim televizijskim mre-

žama ili nevladinim organizacijama (NGO) za objavljivanje na njihovim internetskim stranicama. Hrvatski spot drugačiji je od spomenutih, ali također promiče poruku kampanje Dosta!. Verzije na drugim jezicima trenutno su u fazi predprodukcije.

Televizijski spot kampanje već se redovito prikazivao na stanici Top Channel (Albanija), RTRS i Federalnoj TV BHTV (Bosna i Hercegovina), Makedonskoj nacionalnoj TV mreži MRT (»Bivša Jugoslavenska Republika Makedonija«). Pored toga, 2. veljače 2007. spot je prikazan i na talijanskoj nacionalnoj televiziji Rai3 tijekom noćnih vijesti, a redovito se prikazivao i u dva turska kina od 31. ožujka do 15. travnja 2007. godine tijekom Istanbul Film Festivala, 2009. emitiran je i na HRT-u.

Radijski spot proizveden je na albanskom, jezicima Bosne i Hercegovine i na srpskom; emitiran je na albanskoj stanici Top Albania Radio, RS Radio Bosna (Bosna i Hercegovina) i radiju B92 (za Crnu Goru i Srbiju).



I televizijski i radijski spot dostupni su na mrežnim stranicama kampanje (www.dosta.org) i na glavnoj mrežnoj stranici Vijeća Europe (www.coe.int)

»Media pack« za novinare: uključuje video materijale na DVD-u i u BETA SP formatu s intervjuima viših međunarodnih službenika kampanje, video svjedočanstva, izvješća Euronews-a o Romima, televizijski spotom kampanje Dosta!, »Pomagala za borbu protiv stereotipa o Romima«. Taj medijski paket dijeli se izvjestiteljima tijekom glavnih događaja vezanih uz Rome koje organizira Vijeće Europe.

Fotografska potpora: Jedan je fotograf Vijeća Europe u Srbiji prikupio fotografije koje podupiru kampanju. Jedan izbor tih fotografija objavljen je na mrežnim stranicama kampanje. Sve se fotografije mogu dobiti na zahtjev. Određeni broj fotografija otisnut je i pretvoren u izložbu fotografija.

Svjedočanstva poznatih (VIP): Pozvali smo osobe koje imaju ugleda u javnosti i utjecaja na javno mnijenje da daju izjave koje podržavaju Rome, kako bi se nadišle prepreke koje su stvorile predrasude. Te izjave objavljene su na mrežnim stranicama kampanje Dosta!, a svjedočanstva se dijele nacionalnim medijima bez naknade.

Odnosi s medijima: Postavljen je službenik za medije sa zadatkom da prati kampanju i priprema izvješća za medije, izvješća s podacima i druge materijale za medije. Za pojedine događaje dodatno se traži potpora za odnose s medijima.

Aktivnosti kampanje

Godine 2006./2007. kampanja Dosta! organizirala je ili sponzorirala nekoliko događanja u pet zemalja koje sudjeluju, kao što su:

- Službeno pokretanje kampanje u zemljama članicama, koje se sastojalo od tiskovne konferencije koja se organizirala u zemljama sudionicama kako bi se predstavila komunikacijska pomagala kampanje Dosta!
- Natječaj za video uratke koji je kampanja Dosta! namijenila umjetničkim akademijama i školama, umjetnicima i nevladinim organizacijama, a koji je pozivao na izradu kratkog videa koji bi promovirao osnovne poruke kampanje.
- »Dva tjedna romskog filma« održala su se u Strasbourgu od 1. do 14. studenog 2006. godine. Manifestacija je organizirana u suradnji s Odjelom za obrazovanje Vijeća Europe i Cinéma Odyssée. Posebna večer održana 7. studenoga uključivala je i prikazivanje filma Tonyja Gatlifa »Latcho Drom«, nakon čega je održana rasprava koju je potakao sam g. Gatlif i svečanost dodjele nagrada najboljim video uradcima iz natječaja kampanje Dosta! pod pokroviteljstvom Glavnog tajnika Vijeća Europe, gospodina Terryja Davisa.
- Tjedan romofobije koji se održao u Strasbouru od 17. do 22. studenoga 2006. Događanje je organizirao Forum mladih europskih Roma (Forum of European Roma Young People (FERYP)) kao nastavak studijskog sastanka iz 2005. pod nazivom »Romska mladež – situacija i perspektive 10 godina nakon kampa-

SEMAINE DU 11 AU 17 JUIN 2008							
	MERCREDI 11	JEUDI 12	VENREDI 13	SAMEDI 14	DIMANCHE 15	LUNDI 16	MARDI 17
LEONOR DO PLEIRE 1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901
CHET ROSE CHET BLANC 2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
ERIKAL VELURE 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
ERIKAL DOU 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
STROU CARAVAN 1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900
LA REEST UNWIRALGE 2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001
LEONOR DO PLEIRE 1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901
TRANSMANNA 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
VERDI 1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901

SEMAINE DU 18 AU 24 JUIN 2008							
	MERCREDI 18	JEUDI 19	VENREDI 20	SAMEDI 21	DIMANCHE 22	LUNDI 23	MARDI 24
CHET ROSE CHET BLANC 2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
ERIKAL VELURE 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
ERIKAL DOU 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
STROU CARAVAN 1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900
LA REEST UNWIRALGE 2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001
LEONOR DO PLEIRE 1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901
TRANSMANNA 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
VERDI 1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901

SEMAINE DU 25 JUIN 2008 AU 01 JUILLET 2008							
	MERCREDI 25	JEUDI 26	VENREDI 27	SAMEDI 28	DIMANCHE 29	LUNDI 30	MARDI 01
CHET ROSE CHET BLANC 2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
ERIKAL VELURE 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
ERIKAL DOU 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
STROU CARAVAN 1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900
LA REEST UNWIRALGE 2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001
LEONOR DO PLEIRE 1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901
TRANSMANNA 1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910
VERDI 1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901	1901

Les Roms à l'écran
Dominique Chansel

La publication « Les Roms à l'écran - comment enseigner l'histoire et la culture roms à travers le cinéma - est le résultat pédagogique de la première « Quinzaine du cinéma roms » organisée dans le cadre du projet « Education des enfants roms en Europe » www.coe.int/t/education/roms et la Campagne « Dosta » du Conseil de l'Europe.

Cet ouvrage d'histoire culturelle étudie la manière dont les cinéastes européens ont évoqué ou décrit la vie des Roms et en ont fait des personnages de fiction.

Pour se la procurer :
Editions du Conseil de l'Europe
F-67075 Strasbourg Cedex



nje RAXI«. Konferencija je bila zamišljena kao prigoda za FERYP da okupi mlade Rome kako bi raspravljali o izazovima koji stoje pred europskim Romima, a povezani su s temama kampanje Europske mladeži – različitost, ljudska prava i sudjelovanje (Diversity, Human Rights and Participation)

- Regionalni festival »Umjetnost protiv stereotipa« koji se održao od 5. do 7. travnja 2007. u Tirani, organiziran je u suradnji s Ministarstvom turizma, kultu-



re, mladeži i sporta povodom Međunarodnog dana Roma, 8. travnja. U Centru za kulturu izložene su fotografije, slike, skulpture i rukotvorine, a posjetitelji su mogli pregledati i multimedijalne kutke (fotografsku izložbu kampanje Dosta!, video uratke koji su prošli prvi izbor za natječaj kampanje Dosta! i izvadke iz rada pojedinih umjetnika). 5. i 6. travnja od 18 do 21 sat održale su se dvije umjetničke izvedbe koje su, između ostalih, okupile i poznate umjetnike iz jugoistočne Europe poput Muharema Serbezovskog, Silvi Duo Banda, Muharrema Tahirija i Hamze Tahirova, Muharrema Ahmetija, Tehemana i Grupe Europa.

- U Beogradu je od 15. do 16. svibnja 2007. održana regionalna medijska poduka za novinare i vladine glasnogovornike. Ta je poduka za medije bila jedna

od najuspješnijih aktivnosti kampanje: neki su sudionici novostečene vještine primijenili neposredno kao dio njihova rada na nacionalnoj razini ili u medijima. Poduka je bila korisna i kao način da se izgrade mostovi između različitih zemalja uključenih u kampanju. Bila je to i prigoda da se omogući mladim romskim novinarima da rade zajedno s novinarima koji nisu Romi i s predstavnicima vladinih institucija.

- Kampanja je sponzoriranjem romskog sastava bila prisutna i na Ex-Yu Rock festivalu održanom u Banjoj Luci 27. i 28. srpnja 2007. godine.
- U Ohridu (Makedonija) je od 21. do 25. kolovoza 2007. FERYP u suradnji s kampanjom Dosta! organizirao Ljetni kamp i festival »I Romi su Europa«. Kratki film koji su sudionici objavili daje izvrstan sažetak učinka ove aktivnosti na izgradnju mostova između Roma i lokalnog stanovništva.
- U Plementini na Kosovu od 1. rujna do 15. studenog održan je u sklopu kampanje Projekt videa za mlade (Youth Video Project). Mladi ljudi koji su velik dio života proveli u kampovima IDP, dobili su poduku iz izrade filma s ciljem da proizvedu dokumentarni film od 20 minuta koji bi prikazivao život u njihovoj zajednici i o tome kako ona doživljava predrasude o Romima. Dokumentarac je predstavljen na Kosovu i dostupan je na zahtjev bez naknade za televizijske postaje.
- U ožujku 2007. pokrenuto je natjecanje za škole i nevladine organizacije koje je dodjeljivalo nagrade za inovativne inicijative usmjerene na promicanje boljeg



razumijevanje Romske kulture. O pobjednicima je odlučio međunarodni žiri, a proglašeni su u listopadu 2007.

- U lipnju 2007. ustanovljena je posebna nagrada kongresa Dosta! za općine koje osnažuju ulogu vlasti u zaštiti prava Roma i manjina. Svečanost na kojima su pobjednicima dodijeljene nagrade održana je u Strasbourgu 20. studenoga 2007.

Glazba bez predrasuda

CD »Glazba bez predrasuda: romske varijacije na europsku himnu« (Music beyond prejudice : Romani variations on the European Anthem) ostvaren je u suradnji s Odjelom za komunikacije Vijeća Europe kao sredstvom kojim se obilježio svršetak prvih dviju godina kampanje Dosta! Na CD-u se nalazi pet različitih obradi europske himne na romskom jeziku i u romskom



stilu, a izvode ih umjetnici iz Albanije, Francuske, Srbije i »Bivše Jugoslavenske Republike Makedonije«. Projektu je pridonijela i gospođa Esmá Redžepova, poznata kao »Kraljica romske glazbe« i dvaput nomini-

rana za Nobelovu nagradu za mir. Ona je predstavila CD nastupom na promociji koja se održala u Strasbourgu 20. studenoga 2007. nakon svečanosti dodjele nagrade kongresa kampanje Dosta!

Više informacija o CD-u i o umjetnicima možete pronaći na mrežnim stranicama kampanje Dosta!.

Kampanja se nastavlja na internetu:

www.dosta.org

Sada je na vama da kampanju provodite!





Poglavlje 2

**Je li to stereotip?
Pomagala za borbu
protiv stereotipa o Romima**



Stereotipi i predrasude

Stereotipi i predrasude su sredstva kojima se kategorizira svijet oko nas.

Prema definiciji iz Cambridge Dictionary stereotipi su »postojane zamisli koje ljudi imaju o tome kakav je neteko ili nešto, osobito neka zamisao koja je pogrešna«; prema istom rječniku, predrasude su »nepravedno i nerazumno mišljenje ili osjećaj, osobito kada se temelje na nedovoljnom promišljanju ili znanju«. Drugim riječima, stereotipi su unaprijed stvorene zamisli i klišeji, dok su predrasude neracionalni osjećaji straha ili odbojnosti. Može ih se razumjeti kao filtere koji nas na neki način štite od preplavljenosti informacijama i dopuštaju nam da sudimo o ljudima, a da ih ne poznamo osobno ili barem površno: oni nam ograničavaju uvid u to što je stvarnost.

U tom smislu moglo bi se tvrditi da stereotipi i predrasude imaju pozitivnu funkciju jer nam omogućuju da brzo donosimo odluke. Pa ipak, vrlo često, stereotipi se rabe kako bi se opravdalo ili potkrijepilo vjerovanja i vrijednosti većinskog stanovništva. Ono »zajedničko« promatra se kao »normalno«, a ono što rade različite društvene skupine ili manjine obezvređuje se ako se oni ne povinuju tim »normama«. Jedno od najuočljivijih obilježja stereotipa i predrasude jest da ih **obično stvaraju snažni i primijenjuju na slabije**, koji ne mogu kontrolirati način na koji ih drugi percipiraju, niti imaju moć da tu percepciju izmijene. Obično se kaže da su stereotipi obično istiniti. I kad god se pronađe neki istiniti vid stereotipa, to opravdava i osnažuje taj stereotip.

Političari i mediji vrlo se često koriste stereotipima. Poigravanje negativnim osjećajima ili strahovima dobar je način da se dobiju izbori ili prodaju novine. Ljudi se

obično koriste stereotipima kako bi objasnili i opravdali postojeće stanje stvari. Oni koji su pod udarom stereotipa nisu, međutim, oni čiji se strah iskorištava, već oni koje se prikazuje u negativnom svjetlu, oni stereotipizirani.

Anticiganizam, anti-Gypsyism, romofobija

Anticiganizam, *anti-Gypsyism*, i romofobija u osnovi znače iste stvari:

... određenu vrstu rasističke ideologije. Istovremeno to je isto, različito i isprepletano s brojnim drugim vrstama rasizma. Anticiganstvo je samo po sebi složena društvena pojava koja se iskazuje kroz nasilje, govor mržnje, izrabljivanje i diskriminaciju u njenom najočitijem obliku.

[...] Anticiganstvo je osobita vrsta rasizma, ideologija rasne superiornosti, oblik dehumanizacije i institucionalnog rasizma. Pothranjuje ga povijesna diskriminacija i borba za održavanjem odnosa moći koji ve-



Foto © Sandor Weltn

ćinskim skupinama daje prednost. Temelji se, s jedne strane, na izmišljenim strahovima, negativnim stereotipima i mitovima, a s druge strane na poricanju ili brisanju dugačke povijesti diskriminacije Roma iz javne svijesti.²

Tri izraza ne razlikuju se po svojem sadržaju, već po svojoj uporabi. Dok je »anti-gypsyism« izraz koji se najčešće koristi na međunarodnoj razini, neki Romi, osobito oni iz istočne Europe, više vole izraz anticiganizam, budući da se u njihovom području koristi izraz Cigan (Tsigan). Oba izraza i Gypsy i Tsigan pogrdne su prirode. Stoga neki znanstvenici radije rabe izraz romofobija.

Antisemitizam i anticiganizam

Širom Europe Židovi i Romi bili su dvije manjine koje su najviše diskriminirane na temelju njihove pretpostavljene »inferiornosti« i zbog negativnih stereotipa koji slijede iz tog navodnog inferiornog položaja.

Obje su manjine potekle izvan Europe, Židovi iz područja koje danas znamo kao Izrael i Palestina i s južnih obala Crnog mora, a Romi iz Indije. Obje su skupine migrirale zbog progona, obje su stoljećima patile pod šakom većine u Europi, obje se

2 Izvor : Valeriu Nicolae, ergonetwork; cjelovitu verziju ove definicije koju je sročio Valeriu Nicolae pogledajte na <http://www.ergonetwork.org/antigypsyism.htm> Dokumentacijski centar njemačkih Sinta i Roma i Zemaljsko udruženje Sinta i Roma pokrenuli su inicijative u različitim područjima i razvili su materijale za škole i obrazovne ustanove. Ti se materijali bave raspravom i analiziranjem rasizma i postojećim uzorcima klišeja i predrasuda o Sintima i Romima. Oni služe i za analizu i procijenjivanje povijesti genocida nad Sintima i Romima koji su provodili nacionalsocijalisti. Zemaljsko udruženje njemačkih Sinta i Rroma iz Baden-Wurtemberga, na vlatitu inicijativu i u suradnji sa školama i drugim institucijama, provelo je projekt analize i procjene »anticiganizma«. Europski forum Roma i Putnika (ERTF: www.ertf.org) radi na vlastitoj definiciji ove pojave.

smatralo inferiornima i iz obiju skupina mnoge su istrijebili nacisti tijekom Drugog svjetskog rata. Obje su skupine patile i pod europskim komunističkim režimima, no Romi još uvijek osjećaju diskriminaciju, mržnju i predrasude dok se antisemitizam danas (na sreću) osuđuje na svim razinama (društvo, politika). *Anti-Gypsyism* se čak niti ne priznaje kao pojava pa ga se stoga niti ne osuđuje.

Vidovi anticiganizma

Dehumanizacija i svođenje Roma na njihovo »ciganstvo« predstavljaju samo srž anticiganstva. Na Rome se gleda kao na manje-ljude te se smatra kako moralno nisu ovlašteni za ljudska prava. Ta se dehumanizacija ne temelji na krivom razumijevanju ili neznanju **već se čini da ona ozakonjuje mit koji opravdava zlostavljачko ponašanje većine prema Romima koje se ne promatra kao pojedince već jednostavno kao »Cigane«**. Vrlo često, umjesto da se govori o teškoćama s kojima se suočavaju Romi, govori se o »ciganskom problemu« zbog njihove »ciganskosti«. Samo se »ciganstvo« definira uvijek negativno.

Stereotipi i predrasude o Romima često nisu u skladu s racionalnim razmišljanjem. Mnogo puta oni više otkrivaju o kulturnom podrijetlu osobe koja govori o Romima nego o »Ciganima«. Kada se napravi popis nazora koje ljudi imaju o Romima, mnoge se stvari čine apsurdnima, no unatoč tome ljudi ih se drže tako čvrsto kao da se radi o neupitnim istinama. Postoje brojni primjeri iz povijesti kako su potpuno apsurdne pretpostavke stajale u temelju svjetonazora (npr. Zemlja je ravna ploča), no mnogi ljudi, osobito oni koji napredno razmišljaju, ne žele prihvatiti da toga ima i danas.

Stereotipi i predrasude o Romima, a otud i anticiganstvo, toliko su duboko uko-

riješeni u europsku kulturu da ih se često niti ne shvaća kao takve. Oni koji su žrtve toga imaju pred sobom naporan zadatak uvjeravanja drugih kako ih se bez razloga diskriminira. **Očit znak anticiganstva je činjenica da ih mnogi ljudi koji nikada nisu imali blizak, osoban susret s Romima svejedno mogu potanko opisati. Kako izgledaju, kako žive, kako se ponašaju. Često se ponašanje pojedinca automatski preslikava na sve »Cigane«. To (negativno) ponašanje pripisuje se romskoj kulturi, a ne tom pojedincu.**

Prevladavanje anticiganstva

Anticiganstvo može se prevladati jedino ako se prihvati njegovo postojanje. Ništa se ne može promijeniti sve dok ljudi ne postanu svjesni da je to realnost: problem nisu Romi, već anticiganstvo.

Uloga medija

Mediji, ponekad nesvjesno, ali prečesto i svjesno, šire proturomske osjećaje. Ako se izvještava o zločinu navođenju etničke pripadnosti počinitelja nema nikakav pozitivan

učinak. Na isti je način štetan i pokroviteljski stav. Uz to, mediji uglavnom ne obraćaju pozornost na priče u kojima su Romi žrtve, npr. na rasne napade ili govor mržnje koji političari usmjeravaju prema Romima. Sve su to djela u osudi kojih bi mediji mogli znatno pomoći.

Mediji, ako se posvete mijenjanju stvari, mogu biti vrijedno sredstvo podizanja svijesti i promicanja različitosti i multikulturalnosti. Umjesto stavljanja naglaska na ne-

gativne naslove o Romima, snažnije treba istražiti pozitivne priče i dati Romima priliku da se i njihov glas čuje. **Postoje odvjetnici, učitelji, političari i liječnici romskog podrijetla** – zašto se o njima ne izvještava? Upitajte one čije priče obično nitko ne čuje!³

Je li to stereotip

»Romi vole slobodu, ležerni su i bezbrižni nomadi, nose šarenu odjeću i mnogo zlatnog nakita. Strastveni su plesači, nadareni zanatlije i veliki glazbenici. Žene su im lijepe zavodnice, kao Bizetova Carmen ili Esmeralda iz romana Zvonar crkve Notre Dame. Proriču sudbinu i ako im ne date novac mogu vas prokleti. Siromašni su i prose. Uopće se ne trude kako bi poboljšali svoj položaj te krađu guske i kokoši. Radije žive od socijalne pomoći nego da rade. Imaju više djece nego što ih mogu hraniti i oblačiti.

Jednog dana broj njihove djece bit će veći nego onaj većinske populacije. Djevojčice se udaju vrlo mlade, muškarci tuku svoje žene i izrabljuju svo-

ju djecu. Noću plešu oko kamp prikolica, a ponekad krađu djecu kako bi je prodali. Nemaju nikakvu vjeru, prljavi su i opterećuju društvo. Ne žele se prilagoditi društvu i izdvajaju se na njegov rub. Najsretniji su kad nemaju posla s ne-Romima. Ne žele



3 O ovoj temi pročitajte u dodatku članak: The representation of Roma in Media, autorice Karin Waringo, predsjednice Europskog foruma Roma i Putnika. Taj je članak ljubazno ovjeren za objavljivanje u sklopu kampanje Dosta!.



Foto © Sandor Weltin

biti građani države u kojoj žive i kamo god dođu srozavaju ugled zemlje iz koje su došli. Vole živjeti pored smetlišta i kuće su im vrlo neuredne. Boje se vode, alergični su na sapun i ne znaju se služiti normalnim nužnikom sa školjkom i vodokotlićem. Izvor su zaraze. Ne znaju ni čitati ni pisati, niti ih zanima da to nauče ili da idu u školu. Vjerojatno su mentalno zaostali.

Možda čak i nisu ljudska bića. Žive u velikim obiteljskim skupinama i ne mare za to što deset ljudi živi u istoj sobi. Pohlepni su i nikad im nije dosta. Lijeni su i ne treba im vjerovati. Genetski su predodređeni da postanu lopovi i preprodavači droge. Osim toga, izraz »Romi« samo je izmišljotina, a u stvari se oni zovu Cigani (ili Gypsies).«

Mnogo je stereotipa o Romima. I sami ste ih možda mnogo čuli. **Pročitajte sljedeće odjeljke kako biste saznali više o najuočljivijim zabludama o Romima.**

Stereotip br. 1:

»Cigani« su »samo Cigani«

Rome se često promatra kao homogenu skupinu i često ih se svodi na njihovo »ciganstvo«. Ne promatra ih se kao pojedince, već jednostavno kao »Cigane«. Ljudi mogu stvarati i najpretjeranije stereotipe o Romima, a potom tvrditi da znaju jednoga »koji nije takav!«. Kada se o Romima ružno govori, to šteti svim Romima, uključujući i one koji su, kao, »različiti«. Romi koji se ne uklapaju u sliku koju drugi imaju o »Ciganima« često se i ne gledaju kao Romi. U stvarnosti, **ne postoji niti jedan jedini Rom koji bi mogao potvrditi sve stereotipe koji o njima postoje.**

Sami su Romi vrlo heterogena skupina. Ono što vrijedi za jednu skupinu, možda nije tako za drugu. Prejednostavno bi bilo razlikovati samo »tradicionalne« i »integri-rane« Rome. Ono što vrijedi za populaciju u cjelini vrijedi i za Rome: **generalizacije nikada nisu točne i razlike između pojedinaca veće su od onih između etničkih skupina.** Romi žive u mnogo različitih okolno-



Foto © Sandor Weltin

sti, govore različite jezike i različita romska narječja, ima ih na svih pet kontinenata, a prihvatili su mnoge navike većinskog stanovništva onih zemalja u kojima žive. Bave se različitim zanimanjima, pripadnici su različitih vjera, a njihova financijska situacija i obrazovanost također je različita od osobe do osobe, od skupine do skupine i često ovisna o općenitom stanju države u kojoj žive, **isto kao što je to slučaj sa svim ostalim građanima!**

Stereotip br. 2: nomadski način života

Rome se često promatra kao nemarne nomade bez ikakvih značajnih briga: čine što god žele, vole slobodu, ne žure s poslom, žive u šatorima ili karavanama, plešu oko kamp-kućica svake noći. Ako su gladni, ukradu kokoš od seljaka u okolici.

Ovakva, gotovo romantična, slika romskog života daleko je od stvarnosti. **Tek 20% europskih Roma još uvijek živi nomadski** i to gotovo isključivo u zapadnoj Europi. U ranijim stoljećima nomadski način života gotovo nikada nije bio stvar slobodnog iz-

bora, već je bio posljedica progona. Stalno izbacivanje glavno je obilježje romske povijesti.

U srednjem vijeku Rome se često brkalo s muslimanima te su bili predmet mržnje kršćanske Europe. U mnogim zemljama nije im se dopuštalo da se stalno nastane ili da se zaposle, te su bili primorani uzdržavati se na drugi način. Pronalaženje mjesta na kojemu bi se ostalo uobičajena je tema romskih priča. Tijekom holokausta Romi su bili jedan od glavnih ciljeva nacističkog režima koji ih je slao u koncentracijske logore širom Europe. Nakon pada komunizma mnogi su Romi bježali od etničkih progona. I opet se to shvaćalo kao nomadski način života prije nego kao pokušaj da se spasi život. Od pada željezne zavjese brojni su Romi u jugoistočnoj Europi postali žrtve nasilja, progona, uništenja vlasništva pa čak i ubojstava.

Tijekom mnogih stoljeća nastanjivanje je podrazumijevalo nužnost da se napusti romska tradicija i kultura. Mnogi su Romi to učinili, odabravši time put asimilacije. Većina onih koji su više voljeli zadržati no-

madski način života postali su žrtve politike prisilne asimilacije još u 18. stoljeću. Tijekom komunizma, većina preostalih nomadskih Roma prisilno je pretvorena u sjedilačko stanovništvo.

Stereotip br. 3: Glazba i ples

Osobito u književnosti, ples se smatra izvornim obilježjem romske tradicionalne kulture i koristi se kako bi se prikazala njihova »egzotičnost«.

Za Rome nije uobičajeno da plešu, osim ako je to tradicija zemlje u kojoj žive (primjerice, u Španjolskoj ili u zemljama jugoistočne Europe).

Glazba je više vještina ili roba koja je služila kao sredstvo preživljavanja nego neka glavna značajka romske kulture. **Nisu svi Romi glazbenici**, ali su neke skupine specijalizirane za glazbu. Neki su postali slavni nakon što su studirali glazbu i učinili je svojim zanimanjem. U mnogim zemljama većinsko stanovništvo romske glazbenike unajmljuje za svadbe ili druge posebne prigode. Na tim događanjima oni sviraju što god »gadže« od njih traže, a ne tradicionalnu romsku glazbu. Osim toga, stručnjaci jasno razlikuju ne-romsku narodnu glazbu koja se izvodi na romski način od prave romske tradicionalne glazbe – *Romane pure gilia*.

Stereotip br. 4: Gatanje

Priprosti ljudi vjeruju kako vas Romi mogu prokleti ako im, na primjer, ne date novac. Drugi vjeruju kako vas mogu opčiniti i potom vam ukrasti vrijedne stvari.

Romi u svojoj tradiciji imaju sustav vjerovanja koji uključuje čitanje predznaka i proklinjanje, međutim priroda je toga potpuno različita. Ono malo Roma koji se

bave proricanjem sudbine čine to samo za »gadže«, nikad za druge Rome.



Stereotip 5: Tradicionalni obrti

Jedan od najpoznatijih zanata kojim su se bavili Romi je kovački zanat. Tu su vještinu vjerojatno dobili u Armeniji budući da se velik broj romskih izraza koji se odnose na taj zanat izvodi iz armenskog jezika. Jedan od glavnih razloga zbog kojeg se Rome držalo kao robove u rumunjskim pokrajinama jest to što su bili vješti radnici.

Tijekom 500 godina ropstva razvili su i druge zanate. Do danas se rumunjski Romi svrstavaju prema svojim zanimanjima. Mnoga romska prezimena kao što su Gabor (kovač) i Ciurar (cjedilar, koji radi cjedila) izvedena su iz zanimanja. Druga zanimanja koja se tipično povezuju s Romima su dresura medvjeda (ursurari), ispiranje zlata iz rijeka (aurari) ili proizvodnja pribora za jelo (linguran).

Kako su mnogi Romi obrađivali metale, »gadže« su često govorili kako Romi znaju tajne željeza i bakra. Budući da su se bavili i različitim poslovima u drvetu, može se doći da Romi znaju i tajnu drveta!

Stvarnost je sasvim različita: Romi su građani Europe i stoga, kao i svi drugi građani, traže posao koji bi im omogućio da ispune svoja htijenja. Kada im se ukaže prilika da prevladaju društvenu ili institucionalnu diskriminaciju, zapošljavaju se u bilo kojem sektoru na tržištu rada. To što se one koji su zaposleni često smatra »izuzetcima« samo je stoga što je diskriminacija općeprihvaćeno pravilo.

Stereotip br. 6: Običaji

Kada se govori o romskim običajima valja imati na umu raznovrsnost Roma. Malo je običaja koji su slični među svim Romima koji još žive na tradicionalan način, ali ima mnogo običaja koji su različiti od skupine do skupine, a ponekad čak i od jedne po-



rodice do druge. Običaji među Romima različiti su, jednako kao što su i običaji europskog stanovništva različiti od jednog područja do drugog.

Pored toga, treba imati na umu da većina europskih Roma više ne živi na tradicionalan način, niti slijede, pa čak niti ne znaju »stare« običaje.

U popularnoj kulturi Rome se često opisuje na romantičan način kao lijepe, šareno odjevene ljude, ponosne i nezavisne, životne i strastvene, nemaju nikakvih briga i uživaju u jednostavnim životnim zadovoljstvima. Glazba im je strastvena, a žene zavodnice. Takva slika osobito prevladava u knjižvenosti i slikarstvu, a i danas je potranjuju skupine kao »srednjovjekovna« društva ili »renesansne« organizacije, ali to se ni u kom slučaju ne može smatrati stvarnošću današnjih europskih Roma.⁴

Stereotip br. 7: Odjeća

Mnogi smatraju da svi Romi nose šarenu odjeću i mnogo zlatnog nakita. Danas se vrlo malo Roma još uvijek tako odijeva. I u tradicionalnim skupinama muškarci se vrlo često prilagođavaju načinu odijevanja okoline. Budući da se glava smatra žarištem tijela, oni pozornost na nju skreću ponekad velikim šeširima i širokim brkovima. U posebnim prigodama može se nositi dobro odijelo i svijetao šal oko vrata.

Cvijeeće, šarene suknje, košulje i rubci nisu specifični za Romkinje nego ih se može pronaći bilo gdje na Istoku – od Indije i Irana sve do Balkana.

Tradicionalno Romkinje su obično nosile duge šarene suknje, često u više slojeva. U nekim tradicionalnim zajednicama udane žene to još održavaju noseći *diklo*,

4 Kako biste saznali o stvarnim romskim običajima, posjetite: [//www.geocities.com/~patrin/tradition.htm](http://www.geocities.com/~patrin/tradition.htm). (stranica više nije aktivna!)

rubac za glavu. Romkinje tradicionalno puštaju dugu kosu i pletu je u pletenicu. Nakit se nije rabio zbog njegove ljepote već zbog same svoje vrijednosti, kao i u drugim zemljama na Istoku. U doba kada se nije znalo za bankovne račune, činilo se da je sigurnije nositi svoje vrijedne stvari na sebi nego u nekom smotuljku.

Tradicionalno su se stečena dobra pretvarala u nakit ili u kovanice zvane *galbi*. U nekim skupinama *galbiji* su se nosili na odjeći ili na ukrasima ili su se čak upletali u pletenice.

Boje odjeće nose različita značenja. Crvena je, primjerice, boja koja prevladava na svadbenim svečanostima. Ona ne simbolizira samo ljubav, kao na Zapadu, već i individualnu žrtvu zbog zajedničkog dobra. Umjesto individualne sebične ljubavi, tradicionalno vjenčanje blagoslivlja trajno savezništvo između obitelji koje postaju *hanamik* (svojta).

Stereotip br. 8: Čistoća

Rome se često smatra prljavima. Optužuje ih se da su alergični na sapun, da se boje vode i da su izvor zaraze. **To su bez sumnje stereotipi.** Neki Romi imaju ograničen pristup čistoj vodi jer žive na izoliranim mjestima bez vodovoda ili zahoda u kući. Često im je teško ili nemoguće pronaći bolji smještaj ili poboljšati životne uvjete. Odgovornost za promjenu takve situacije snose države i vlade koje bi svakom građaninu trebale omogućiti pristup osnovnim društvenim pravima.

Čistoća i pročišćenost bile su među najvišim vrijednostima romske tradicije, kako u fizičkom tako i u smislu obredne čistoće. Postojala su vrlo specifična pravila o osobnoj higijeni, pranju posuđa i odjeće i o tome kakva se voda treba koristiti. Bilo



Foto © Sandor Weltin

je, na primjer, zabranjeno kupati se u kadi jer bi to značilo ležati u vlastitoj prljavštini.

Unatoč tome, točno je da je očekivani životni vijek Roma u mnogim zemljama 15 godina kraći nego za većinsko stanovništvo, no recimo opet da odgovornost za to ne snose Romi, koji su jednostavno žrtve nedovoljnog pristupa odgovarajućim sredstvima i zdravstvenoj zaštiti.

Stereotip br. 9: Religija

Mnogi misle da Romi nemaju nikakvu religiju. To nije istina. Romi obično prihvaćaju vjeru većinskog stanovništva među kojim žive. Postoje Romi muslimanske vjeroispovjesti, kao i pripadnici svih kršćanskih crkava: katoličke, pravoslavne, protestantske, evangelističke itd.

Samo neke tradicionalne skupine nadopunjuju formalnu vjeru svojom vjerom u natprirodno, u predznake i kletve. Takva vjerovanja razlikuju se u različitim romskim

skupinama i pod utjecajem su uobičajenih praznovjerja kraja u kojem te skupine žive.⁵

Stereotip br. 10: Žene

Dva su osnovna stereotipa o Romkinjama. Prvi opisuje Romkinje kao strastvene plesačice, spremne zavesti svakog muškarca, vilinske i egzotične, nemoralne i pohotne; drugi ih opisuje kao gatare koje su vas spremne prokleti ili opčiniti ako im ne date novac.

Drugi pogled opisuje Romkinje kao prljave žene, s previše goluždrave djece, koje muževi tuku, a šira obitelj izrabljuje. Udaju se s 11 godina, a prvo dijete rode s 13.

Što se tiče prvog gledišta valja istaknuti kako tradicionalni Romi imaju čvrste moralne vrijednosti. Predbračni spolni odnos kao i bračna nevjera potpuno su neprihvatljivi. Osim toga, neki znanstvenici tvrde kako su oni elementi romskog plesa koji se često smatraju zavodničkim, u stvari ostaci indijskoga hramskog plesa koji uopće nije namjeravao biti zavodnički. Glazba, ples i gatanje koje su mnogi gledali kao sastavne dijelove romske kulture u stvari su bili načini priskrblijanja za život.

Kada se obziremo na to drugo mišljenje, treba imati na umu teške životne uvjete u kojima žive mnogi Romi. Nedostatak pogodnosti kao što je tekuća voda, nedostatak dječje odjeće ili mogući slučajevi obiteljskog nasilja, pokazatelji su siromaštva, a ne »ciganstva«.

Stereotip br. 11: Djeca

Budući da je natalitet među Romima u pravilu viši nego među ne-Romima, u mnogim zemljama postoji strah da će broj romske

djece nadmašiti onaj u većinskoj populaciji. Nitko ne gleda na pozitivnu stranu toga, tj. na činjenicu da će Romi, kao i različiti imigranti, neizravno pomoći Europi u borbi protiv starenja stanovništva.

Romsku se djecu često vidi kao prljave prosjake ili džepare. Čini se da se roditelji ne brinu dobro za njih i smatra se da su ih spremni izrabljivati. Romski roditelji vole svoju djecu jednako kao i bilo koji drugi roditelji. Djeci se divi i mazi ih se, a cijela obitelj osjeća odgovornost za njihovo odrastanje. Način na koji se podižu romska djeca možda se i razlikuje od onoga kako to čini većinsko stanovništvo, a to odražava grubu stvarnost u kojoj Romi žive. Romska djeca odrastaju u tradicionalnim obiteljima i uglavnom uče na primjeru odraslih, a ne podučavanjem. Tako uče i drugi koji žive u teškim uvjetima i ne mogu mnogo vremena posvetiti podučavanju (npr. Inuiti koje se pogrdno naziva Eskimima). Učenje iz primjera uključuje proces promatranja, oponašanja i, kasnije, sudjelovanja.

Kada se neku romsku djecu vidi da proše ili uhvati u krađi, treba to gledati kao naznaku teške društvene klime u kojima njihova zajednica mora živjeti. S tim u vezi, zanimljivo je navesti talijanskog ministra unutarnjih poslova g. Giuliana Amata koji je rekao tijekom posjeta romskom naselju u Rimu 15. kolovoza 2006. – »priznavanje prava Roma jest europska tema koja se tiče svih; Italija je jedna od zemalja koje ne priznaju romsku manjinu; pa ipak, talijanski Romi spremi su biti dio talijanskog društva, ali nailaze na previše teškoća kako bi se uključili u školski sustav i pronašli posao. Ne može se jednostavno vjerovati kako su romska djeca po prirodi kriminalci: treba promotriti razloge i uvjete koji su neku romsku djecu potakli da postanu kriminalci.«⁶

⁵ Kako biste više saznali o njima posjetite stranicu: <http://www.geocities.com/~patrin/beliefs.htm>. (stranica više nije aktivna!)

⁶ Izvor : http://passineldeserto.blogosfere.it/2006/08/ama-to_occorre_r.html



Foto © Sandor Weltn

Stereotip br. 12: Financijska situacija

Rome se obično smatra ili krajnje siromašnima ili nevjerojatno bogatima. Ako su siromašni, onda su takvi vjerojatno zbog svoje ljenosti. Ako su bogati onda je to vjerojatno »dokaz« da se bave raspačavanjem droge ili kojim drugim nezakonitim poslom. U stvarnosti, siromaštvo je danas često posljedica toga što su Romi ostali izvan post-komunističke političke i ekonomske tranzicije. Još i danas ih se diskriminira i često isključuje iz školskog sustava (vidi stereotip 13); nailaze na diskriminaciju kada traže posao, a u mnogim zemljama su i fizički izdvojeni u posebna naselja. U nekim slučajevima zbog svoje su situacije isključeni i iz povlastica socijalne zaštite (što je institucionalna diskriminacija). Posljedica je toga da su mnogi Romi danas uhvaćeni u začarani krug siromaštva i društvene isključenosti, što se ne može smatrati njihovom krivnjom.⁷

7 Više pojedinosti na: http://siteresources.worldbank.org/EXTROMA/Resources/roma_in_expanding_europe.pdf, i u sljedećim izvješćima: Report on »Access of Roma to

Stereotip br. 13: Obrazovanje

Mnogi su skloni misliti kako Romi ne smatraju obrazovanje vrijednim. Do neke mjere to je točno, ako se promatraju vrlo tradicionalne obitelji i samo u odnosu prema formalnom obrazovanju.

Istina je, pak, da je niska obrazovna razina danas glavna prepreka Romima na tržištu rada. Stoga se obrazovanje romske djece vidi kao nužnu stvar kako bi se prevladalo siromaštvo.

Međutim, romska djeca koja žele ići u školu susreću se s mnogim zaprekama. Za Rome koji žive u izoliranim naseljima već je i sam put do škole prepreka. Nadalje, roditelji možda nemaju novaca kako bi kupili prikladnu odjeću, obuću, školski pribor i hranu za svoju djecu. Postavlja se i pitanje isključivanja od strane pojedinih učitelja i škola. Mnoga romska djeca moraju

Employment in SEE«, 2005 Report on »Access of Roma to Employment« in Bosnia and Herzegovina, 2004 Report on »Access of Roma to Employment« in the »former Yugoslav Republic of Macedonia, 2004 Report on »Access of Roma to Employment« in Serbia and Montenegro, 2004



Foto © Sandor Weltin

pohađati odvojene razrede kako se ne bi miješali s djecom većinskog stanovništva. U mnogim zemljama ima previše romske djece u posebnim školama ili razredima za mentalno zaostalu djecu. Godine 2006. u različitim europskim zemljama održane su u organizaciji roditelja ne-romske djece demonstracije protiv Roma na ulazima u škole u kojima se nije provodila segregacija i upisivale su romsku djecu.

U mnogim zemljama ima previše romske djece u posebnim školama ili razredima za mentalno zaostalu djecu.

Sve je to često dio javne politike: u nekim područjima posebne škole su jedine koje imaju školski autobus i nude besplatne školske obroke. Nadalje, djeca kojima je materinji jezik romski možda se ne snalaze u potpunosti u većinskom jeziku: u takvim slučajevima nazočnost romskog posrednika u školi može pomoći djeci u bržem svladavanju gradiva; nažalost, funkcija romskog posrednika u školama još nije institucionalizirana. Roditeljima se često savjetuje da svoju djecu pošalju u posebne razrede, a

da uopće ne dobiju objašnjenje što sve to znači i kakve su posljedice.

Pored toga, udžbenici često šire negativnu sliku o Romima ili potpuno zanemaruju njihovu ulogu u povijesti. I, naravno, povijest Roma nije uključena u školske programe.

Čak i Romi koji idu u redovne škole, prestižne srednje škole ili na sveučilišta, često se susreću s diskriminacijom. Mnogi učitelji i profesori smatraju ponižavajućim podučavati učenike Rome u svojim slavim institucijama. Stoga se romske učenike često ne potiče da se upišu u visoke škole ili da se prijavljuju u one dobre. Često im se kaže da »ionako neće uspjeti«.

Stereotip br. 14: Zapošljavanje

Često se na Rome gleda kao na skromno učinkovite i kao na ljude koji radije žive od socijalne pomoći nego da potraže posao. Za većinu Roma takva slika ni izbliza ne vrijedi. Nema smisla pobijati da postoje Romi koji radije žive na socijalnoj pomoći što je pojava koja se može pronaći i kod drugih

etničkih skupina, uključujući i većinsko stanovništvo. Ključno pitanje, ipak, nije žele li Romi raditi, nego kakav posao uopće oni mogu naći: Romi su potpuno nevidljivi u uslužnim djelatnostima. Gotovo da nema Roma taksista, trgovačkih pomoćnika, kuharskih djelatnika, konobara ili portira. Većini je daleko od zamislivoga zaposliti Roma kao čistača, da ne govorimo o čuvanju djece.

Ako Rom i pronađe zaposlenje, to je obično u fizički zahtjevnim, često opasnim i slabo plaćenim poslovima. U velikom broju slučajeva već prijevoz na posao i s posla odnosi velik dio plaće. Rome se uzima kao sakupljače otpada, pomoćnike na polju ili šumske radnike, što znači na najmanje cijenjenim radnim mjestima. Često im se odbija legalno zapošljavanje što ih prisiljava da rade »na crno«. Stopa nezaposlenosti općenito je visoka u istočnoj Europi, no stopa nezaposlenosti Roma (u nekim naseljima 100%) ne može se nikako uspoređivati sa stopom nezaposlenosti većinskog stanovništva. Samo poboljšanje obrazovne razine neće biti dovoljno za osiguranje boljeg zapošljavanja Roma. Treba se dogoditi i promjena u stavu poslodavaca i nacionalnih ureda za zapošljavanje. Ništa se ne može promijeniti dotle dok se u pitanje ne dovedu uobičajeni stereotipi o Romima. Što govori protiv toga da se Rome zaposli na kvalitetnijim i odgovornim poslovima? Mnogi ne-Romi ne mogu podržati zamisao o zapošljavanju (kvalificiranog) Roma na upravljačkom položaju. Poslodavci često ne žele zaposliti Rome kao ugovorne radnike, prisiljavajući ih time da rade »na crno«.

Stereotip br. 15: Stanovanje

Mnogi smatraju da Romi više vole stanovati u nekihigijenskim stambenim uvjetima. Točno je da ima mnogo Roma koji žive bez te-

kuće vode, nužnika u kući, električne struje i grijanja, no teško bi se moglo pronaći i jednog Roma koji svoje uvjete stanovanja ne bi želio zamijeniti za lijepo uređenu kuću ili stan. Mnogi Romi žive blizu odlagališta otpada ili u izoliranim naseljima i bez pogodnosti jer su to jedina mjesta gdje im se dopušta da ostanu.

Nepravедno prisilno i skupno protjerivanje Roma stalna je pojava u Europi (i to često bez ikakva osvrtu u medijima), što jasno povređuje obveze koje su europske zemlje preuzele potpisivanjem međunarodnih sporazuma.⁸

Poboljšanje infrastrukture u romskim naseljima jedan je od glavnih ciljeva trenutne politike Vijeća Europe. Nažalost, mnoge vlade ustežu se od ulaganja u poboljšanje stambenih uvjeta za Rome ili su u tome vrlo spore.⁹

Stereotip br. 16: Romi i društvo

Rome se često opisuje kao osobe kojima ne treba vjerovati i koje se ne žele uklopiti u društvo. No kada previše ne-Roma ne vjeruje Romima, vrlo je teško i dalje željeti biti dio te cjeline. »Integracija« obično znači gubitak romske kulture bez potpune prihvaćenosti u većinsku populaciju. Čak i

8 Vidjeti npr. preporuke Vijeća Europe za poboljšanje stambenih uvjeta Roma gdje stoji: »Države članice trebaju ustanoviti pravni okvir usklađen s međunarodnim standardima ljudskih prava, kako bi se učinkovito osigurala zaštita od protuzakonitog, prisilnog i skupnog protjerivanja i kako bi se strogo nadzirali uvjeti u kojima se može obaviti pravni progon. U slučaju pravnog progona, Romima se mora osigurati odgovarajući alternativni smještaj, ako ga trebaju, osim u slučaju više sile«. Više informacija na: http://www.coe.int/t/dg3/romatravellers/documentation/recommendations/rechousing20054_en.asp

9 Od kolovoza 2006. do rujna bilo je deložacija u Rusiji, Albaniji, Ujedinjenom Kraljevstvu, Bugarskoj, Grčkoj i Sloveniji.

obrazovani Romi koji cijeli život žive unutar većinskog stanovništva često nailaze na isključivanje. Strah od odbacivanja ponekad je toliko prisutan da neki Romi moraju prikrivati svoje etničko podrijetlo kako bi i dalje mogli živjeti u društvu, umjesto na njegovu rubu. Sve dok za mnoge i dalje postoji tabu o vjenčavanju s Romima ili dopuštanju djeci da to učine, ne može se govoriti o nevoljkosti Roma da se uklope u društvo. Dobrovoljno stavljanje na marginu, kada se o tome radi, jest i bilo je samo strategija preživljavanja, a ne slobodan izbor.

Pasivnost

Mnogi optužuju Rome da ne rade ništa kako bi poboljšali svoju situaciju. Ta se optužba tiče njihove financijske situacije kao i zapošljavanja, obrazovanja ili stanovanja. Treba, međutim, imati na umu da je pola europskih Roma 500 godina živjelo u ropstvu. Tijekom tog vremena bilo je zabranjeno učiti čitati i pisati, kao i buniti se protiv neljudskog postupanja što se strogo kažnjavalo. Ubijanje porobljenih Roma bilo je toliko uobičajeno da se mnogi slučajevi nisu niti

bilježili. Čak i danas nasilje nad Romima često prođe nezapaženo. Stoljeća prisilne pasivnosti otežavaju danas poticanje pokreta za ljudska prava. Tražiti svoja prava još je uvijek opasno. Romske aktiviste u mnogim zemljama i vlasti i policija uznemiravaju i provode nad njima fizičko nasilje.

Ugled

U mnogim istočnoeuropskim zemljama većina stanovništva tvrdi kako Romi srozavaju ugled njihove zemlje kada se presele u druge zemlje. Na stranu činjenica da ugled nije koncept koji se koristi u zapadnoj politici, upravo je postupanje prema Romima, a ne način na koji se oni ponašaju, ono zbog čega se može imati nešto protiv država iz kojih oni dolaze. U nedavnom ispitivanju javnog mnijenja 70% ljudi izjavilo je da Romima treba uskratiti pravo da putuju u strane zemlje, čak i kada zadovolje sve pravne uvjete.

Rumunji također smatraju da Romi narušavaju međunarodnu sliku zemlje, naročito štetno djelujući na mogućnosti zemlje da se integrira u Europu. To je još pogoršano prošle godine kada se u francuskim medijima pojavio vrlo čitani članak koji je tvrdio da rumunjski romski useljenici snose odgovornost za porast stope kriminaliteta u Francuskoj. Drugi europski mediji nastavili su istim tragom. Na posljertku je francuska vlada donijela vrlo stroga ograničenja viznog režima koja su se primjenjivala na sve Rumunje.

Otad je francuska vlada povukla ta ograničenja, ali ostala je šteta koja je nanesena javnoj slici o Romima.¹⁰

U rujnu 2006. bugarski je parlamentarni promatrač rasistički napao člana europskog parlamenta romske etničke pripadnosti. S obzirom da se taj ispad dogodio na dan



¹⁰ Izvor: Izvješće NDI 'Roma Political Participation in Romania' February 2003

kada je odlučeno da će Bugarska i Rumunjska pristupiti Europskoj Uniji, postavilo se pitanje poštuju li se uistinu u Bugarskoj ljudska i manjinska prava.

Kriminal

Izgleda da mnogi smatraju kako su Romi genetski predodređeni za kriminal. To je besmislica. U mnogim slučajevima Romi su prvi na koje se sumnja da su počinili zločin, ali posljednji koje se rehabilitira ako se pokaže da su nevini. Kad god Rom počinio zločin, zbog čina jednog pojedinca stigmatizira se cijela zajednica koju se osuđuje i prezire.

Krađa

Uobičajeni stereotip opisuje sve Rome kao lopove. I to je posljedica prosuđivanja cijele zajednice na temelju postupaka pojedinaca koji toj zajednici pripadaju. Svako društvo ima svoje lopove i kriminalce, ali zbog toga nije stigmatizirano cijelo društvo kao što se to događa s Romima. S druge strane, teško je dobiti priznanje za zločine u kojima su Romi bili žrtve. **Razmišlja li ikada itko o stvarima koje su ukradene Romima?** Romi su bili žrtve holokausta: njihove vrijednosti, osobito zlato, zaplijenjene su prije nego što su poslani u smrt. U današnjem postkomunističkom prijelaznom razdoblju Romi su često žrtve pogroma i nepravедnog prisilnog protjerivanja pri čemu se često uništava njihovo vlasništvo.¹¹

Romi krađu djecu

Stoljećima je star mit o tome da Romi krađu djecu. Čak i danas se često prepričava. Godine 2006. rumunjski je tisak izvijestio o Romkinji koja je otela ne-romsko dijete.

Kasnije se pokazalo da žena nije bila Romkinja, već Rumunjka. Naravno, ta stvar nije doprijela do novina. Kada ne-Romi otmu romsku djecu, kada su ona žrtve nasilja ili ubojstva, malo kada to postane javni skandal.

Droge

Zacijelo ima Roma koji se bave drogom, kao što možete pronaći raspačavače droge u svakoj zemlji na svijetu. Romi nisu genetski skloni raspačavanju droge niti je raspačavanje droge dio romske kulture. Kada se i dogodi, treba ga smatrati još jednim pokazateljem teškoća s kojima se Romi suočavaju kada pokušaju prodrijeti na normalno tržište rada i pokazateljem siromaštva koje iz toga proizlazi, kao što se to dešava sa svim ranjivim skupinama, uključujući one koje spadaju u većinsku populaciju.

Zaključak

Jesmo li vas uvjerali? Tako, sada nam pomozite da izbrišemo predrasude o Romima.

Dosta!

11 Za više pojedinosti o prisilnim iseljavanjima posjetite početnu stranicu Odijela za Rome i Putnike Vijeća Europe (Roma and Travellers Division of the Council of Europe : www.coe.int/romatravellers).



Poglavlje 3.

Sredstva kampanje



Kako planirati kampanju

Zašto kampanja?

Irski pisac Oscar Wilde rekao je »Postoji samo jedna stvar u životu gora od toga da govore o vama, a to je da o vama nitko ne govori.«

I prečesto mi pokušavamo primijeniti nove mjere, zakone ili djelatnosti na društvo, a da građanima unaprijed ne kažemo ništa o tome.

Nije ni čudo da treba puno vremena da se promijeni njihove stavove.

Provoditi kampanju znači odvesti ljude iz mjesta na kojem se nalaze na ono gdje bi vi željeli da oni budu. Kampanja znači objasniti ljudima zašto je promjena potrebna, kako se stvari mogu učiniti drugačijima i kako to u stvari može biti pozitivno... navesti ih na pozitivnu reakciju. Kampanja je uvjeravanje.

Može to biti uvjeravanje lijenog djeteta da pospremi sobu; ili pak uvjeravanje cijelog društva da prihvati nove navike – da se ne puši na javnim mjestima ili da se ne vozi bez sigurnosnih pojaseva.

Ili mijenjanje predrasuda koje traju cijeli život kako bi se Rome vrednovalo u njihovim društvima i kako bi većinsko stanovništvo moglo izgraditi bolje društvo...

Gdje započeti s kampanjom?

Sve kampanje počinju od toga da se utvrdi gdje smo točno u sadašnjem trenutku.

Kako biste mogli napredovati trebate točno »snimiti« postojecu situaciju.

Trgovačke kompanije mogu to učiniti tako da prate izvješća o prodaji. Javne vlasti i nevladine udruge mogu to preko drugih zapisa... kao što su popis stanovništva, policijske statistike ili statistike o broju ljudi

koji prolaze kroz obrazovanje ili tečajeve ili koji dobivaju zaposlenje.

Vaša je vlada možda provela istraživanje o tome kako se u vašoj zemlji gleda na Rome: za vas bi to bilo izvrsno polazište. Ako toga nema, možete provesti svoje vlastito istraživanje naprosto analizirajući novosti o Romima u medijima: shvatit ćete da je u većini slučajevima riječ o vijestima o negativnim događajima. Ima li nešto specifično za Rome iz vašeg područja? Analizirajte i to. Je li se zadnjih godina štogod promijenilo, postoje li novi trendovi? Sve te informacije važne su vam za stvaranje slike o trenutnoj situaciji. Ako ima novih zakona, kakvi su oni? Imate li ikakvih povratnih informacija o tome kako javnost reagira na njih? Imate li kakvih pojedinačnih izjava koje sažeto opisuju raspoloženje?

Sve su to važne činjenice. I kampanja i prodaja proizvoda započinju s činjenicama. Stručnjaci se koriste tehnikama poput analize PESTLE kako bi jasno označili gdje su na početku kampanje. Ta im analiza pokazuje politički, ekonomski, socijalni, tehnološki pravni i ekološki vid onoga što je predmet kampanje. To znači da imate početak – imate temelj od kojeg ćete mjeriti učinak svoje kampanje. A to jako olakšava odluku o tome što trebate reći, kome i kako.

Pet velikih pitanja koja si trebate postaviti na početku kampanje

- Gdje smo sada (snimak situacije)
- Gdje želimo biti (cilj)
- Kako ćemo do tamo doći (pojedinačni zadaci)
- Koji je najbolji put (strategija)
- Kako osigurati da ćemo stići (taktički plan)

Pridržavamo li se svih tih koraka, veći su izgledi da će naša kampanja uspjeti, a naša sredstva biti pravilno iskorištena.

Snimanje postojećeg stanja

Informacije koje prikupite pomoći će vam da si odgovorite na neka važna pitanja:

Koja nam je ciljna publika

Na koje poruke ona odgovara? Djeca će reagirati različito od odraslih, žene od muškaraca itd.

Kako se dolazi do njih? Gledaju li televiziju? Čitaju li novine? Imresioniraju li ih političari? Dive li se pop-zvijezdama?

VAŽNO: Kada se radi o romofobiji ili anticiganstvu, ciljna skupina vjerojatno će biti vrlo velika, jer pokušavate utjecati na većinu. Ako želite da vam kampanja uspije, morat ćete tu veliku skupinu razdijeliti na manje dijelove koji su najprikladniji za vašu zemlju – može to biti, na primjer, po uzrastu ili pripadnosti društvenoj skupini.

Tada možete razmotriti koja vam sredstva stoje na raspolaganju da provedete kampanju.

Imate li određena financijska sredstva? Ako imate – to je izvrsno. No pazite da ih mudro trošite! A ako ih nemate, ne očajavajte. I s malim sredstvima mnogo se dade učiniti.

Imate li ljude koji bi s vama radili? Ispravno vođena kampanja zahtijeva mnogo ljudi koji imaju entuzijazma i motiva.

Imate li ikakvih prijateljskih saveznika – kao što su nevladine organizacije ili ljudi koji rade s Romima? Uvijek se sjetite da imate Vijeće Europe i Europsku komisiju!

Imate li već ikakav postojeći materijal – kao što je npr. izvješće s činjenicama za novinare ili neko radijsko izvješće? Vijeće Europe razvilo je neke materijale koji se mogu koristiti.

Razvijanje pojedinačnih zadataka

U životu je najbolje slijediti pojedinačne zadatke koji su

SMART.

To znači da su:

- Specifični (Specific)
- Odmjereni (Measured)
- Dostižni (Achievable)
- Realni (Realistic)
- Vremenski određeni (Timed)

U osobnom životu loš osobni zadatak bio bi:

»Mislim da ću prestati pušiti.«

Dobar bi bio:

»Od 20. lipnja 2008. smanjivat ću pušenje za jednu cigaretu na dan i potpuno prestati pušiti 1. listopada.«

Za kampanju koja se tiče Roma loše postavljen zadatak bio bi:

»Želimo da ljudi ovdje prestanu vrijeđati Rome i da im daju više prilika.«

Bolji bi bio:

Za vlade: *»Do prosinca 2008. želimo u parlamentu donijeti novi zakon koji će zaustaviti diskriminaciju Roma na radnim mjestima. Do sredine srpnja 2009. želimo da poslodavci imaju taj zakon u primjeni i da ga pozitivno koriste.«*

Za nevladine organizacije: *»Do prosinca 2008. želimo smanjiti govor mržnje prema Romima koji ih sustavno prokazuje. Do sredine srpnja 2009. želimo da ljudi u našem okruženju kao i lokalna zajednica postanu svjesni činjenice da su stereotipi pogrešni i da im se omogući da saznaju tko su Romi stvarno.«*

Razvijanje vlastite strategije i taktike

Recimo da imate dobar pregled trenutne situacije i cilja koji želite postići. Kako ćete to učiniti?

Strateški je plan vrlo važan. On uključuje mnogo promišljanja i treba ga stalno propitivati.

Taktika podrazumijeva svakodnevna sredstva pomoću kojih provodite svoju strategiju.

Strateški plan

Kada se radi o strateškom planiranju vi ste general zadužen za svoju kampanju. Osnova strategije su ciljna publika, što smo već spominjali, odluka o poruci koju ćete im prenijeti i put kojim ćete ići da je isporučite.

Strateški plan u idealnom slučaju pokrit će nekoliko mjeseci i postaviti različite korake u vremenskom slijedu, tako da ih je lako pratiti. Postavit će zadane datume kada treba započeti s različitim stupnjevima projekta, tko će ih obaviti i kada.

Vrijeme koje utrošite na planiranje dugoročno će vam uštedjeti vrijeme, jer će biti lakše nadzirati što se događa, a pružit će vam dovoljno fleksibilnosti ako bude potrebno.

Savjet: Kampanja je opsežan posao; ali lakše ga je pratiti ako se razbije na manje cjeline. Kako biste pojeli slona? Naravno, razrezali biste ga!

Savjet: neka vam planiranje bude čisto i uredno, dostupno svima u vašem timu. Osigurajte jasne krajnje datume za pojedine odjeljke posla i da uz svaki projekt stoji nečije ime.

Savjet: neka vam sastanci budu kratki i usmjereni na bitno, kako biste ljudima dali

dovoljno vremena da se bave stvarnim poslom... TAKTIKOM.

Taktika i njena pomagala

Prvo i najjače oružje u vašem arsenalu jest vaša poruka. Može to biti i vaš slogan.

Slogan kampanje Dosta! je:

OSLOBODIMO SE PREDRASUDA – UPOZNAJMO ROME!

Za taj smo se slogan odlučili nakon rasprave na sjednici koja je uključivala stručnjake za komunikaciju i Rome. On je namijenjen ne-Romima.

Možete imati i »pod-slogane« i poruke koje u svojoj zemlji možete imati za različite dijelove kampanje. Kako biste osigurali njihovu učinkovitost oni moraju biti:

- jednostavni
- jasni
- pamtljivi

Mnogostruke su prednosti slogana i poruka. Možete ih koristiti na posterima, na tiskanim materijalima, po njima će vas javnost prepoznati, a novinarima će poslužiti kao »sound-bites« – tj. kratki navodi koje novinari vole i koje stručnjaci mogu koristiti u intervjuima.

Savjet: Mislite na to da osigurate list s porukama za vaše političare ili za suradnike u nevladinim organizacijama kako bi i oni uvijek iznova mogli koristiti iste slogane u razgovorima za novine – to stvarno prenosi poruku javnosti!

Proizvodi koji se koriste u kampanj

DOSTA već ima veći broj proizvoda koji vam stoje na raspolaganju. Oni uključuju:

- brošure
- postere
- televizijski spot na različitim jezicima
- radijski spot na različitim jezicima
- razgovore s osobama iz javnog života
- mrežnu stranicu DOSTA s različitim priručnicima i vodičima koji se mogu dati javnosti i tisku.
- CD »Music Beyond Prejudice« (Glazba bez predrasuda)
- i kao dodatak:
- mapu za novinare s podacima i statistikom o Romima u vašoj zemlji/zajednici; priče o tome što je do sada uspješno izvedeno; neke usporedbe s drugim zemljama.
- popis stručnjaka, uključujući Rome, voljnih za razgovore s novinarima. To može uključivati »primjere iz stvarnog života« romskog stanovništva koji bi mogli govoriti o svojoj svakodnevnici. Svakako zatražite njihovo odobrenje prije no što objavite njihova imena!
- vaša vlastita mrežna stranica. Ona ne mora nužno biti vrlo profesionalna: mora se moći lako pregledavati, mora biti dostupna svakom računalu i ne smije zahtijevati specifičnu tehnologiju ili instalaciju specifičnih programa (npr. pokušajte izbjeći uporabu Flasha). Interaktivne mrežne stranice omogućit će vam da prikupite građu od posjetitelja koji će moći ostaviti komentare, i fotografije, predložiti teme za raspravu, itd. Dobra je strategija za veću posjećenost mrežne stranice uključivanje funkcije »pošalji stranicu e-mailom« (»e-mail this page«) kako bi posjetitelji lakše prosljeđivali vašu stranicu pomoću svojeg e-maila.

- mjesečni elektronički bilten (newsletter) s najnovijim vijestima o kampanji. Neka bude u ležernom stilu, informativan i vedar, a ne dug i institucionalan.
- Promidžbeni materijali kao što su majice, straničnici (bookmark) ili šalice koje se mogu poklanjati ili dijeliti na javnim priredbama. Trenutno su vrlo popularne narukvice, a trake na odjeći potiču ljude da se raspitaju o kampanji.
- Galerija fotografija dobar je dodatak na mrežnim stranicama, a možete je koristiti i za razglednice i druge materijale. Pazite da slike ne budu stereotipne i da imate pravo za njihovo korištenje od ljudi koje prikazuju.
- Mrežne stranice DOSTA! imaju i stranicu sa svjedočanstvima ljudi koji kampanju podupiru. Trebate potražiti ljude koji nisu Romi, ali žele biti »prijatelji« vaše kampanje, osobito ako se radi o poznatim ljudima koji svoje vrijeme i svoje lice žele dati za kampanju bez naknade.

Najvažnija stvar koja se tiče proizvoda za kampanju jest to da ih **KORISTITE**.

Nema nikakve koristi od toga da imate i najljepši poster na svijetu, ako ga ljudi na ulici ne vide.

Nema nikakve koristi od toga da imate moćan televizijski spot ako se nikad ne vidi.

Nema nikakve koristi od toga da investirate novac i sredstva u mrežne stranice ako nemate posjeta.

Savjet: Svakako stavite naglasak na to kako tržite i distribuirate te proizvode. Istražite gdje bi bilo najbolje mjesto za prodaju. Na kojim mjestima će poster vidjeti najviše ljudi? Možete li utjecati na nacionalnu televiziju da televizijski spot o Romima emitira u udarnom terminu?

Praćenje posla

Rad na odnosima s javnošću nikad nije gotov. Promatranje učinka na ciljnu skupinu vrlo je važan dio cijelog procesa. Pokazat će vam što je djelovalo, što je moglo biti bolje, a što treba prilagoditi kako bi djelovalo sljedeći put. Pokušajte saznati što više sitnih pojedinosti o učinku koji je kampanja postigla. Možda možete i provesti istraživanje javnog mnijenja kako biste utvrdili jesu li ljudi čuli za kampanju i kakve su bile reakcije. I od novinara također možete dobiti informacije o reakcijama i o tome kolika je bila pokrivenost u medijima.

Najvažnija je stvar o proizvodima vezanim uz kampanju: KORISTITE IH.

I na kraju...

Možda želite pokušati s ovim...

- Festival na otvorenom na kojem sudjeluju umjetnici Romi i ne-Romi u glavnom parku.
- Sponzoriranje Roma da pomažu u učenju maloj djeci u školi i da olakšaju susrete s njihovim roditeljima.
- Lutkarska predstava za djecu o Romima.
- Izdavanje razglednica koje bi se besplatno dijelile u restoranima i kafićima.
- Organizirane posebne rasprave u parlamentu.
- Navesti lokalnu televizijsku postaju da u najpopularnije televizijse serije uvede i romske likove.
- Postaviti postere po cijelom gradu na Dan Roma, 8. travnja.

Stvaranje strategije za odnose s javnošću

Neke definicije

Cilj – ono što želimo ostvariti; namjere na dulji rok.

Pojedinačni zadatak – mjerljivi koraci po kojima možemo zaključiti da je naš cilj ostvaren.

Strategija – ono »kako«: racionalna shema svih naših akcija koja pomaže da se napravi glavni plan koji vodi i objašnjava naše djelatnosti.

Taktika – pojedinačne akcije kroz koje primjenjujemo strategiju i postizemo ciljeve i ispunjavamo pojedinačne zadatke: događanja, rad s medijima, film itd.

Tehnike stvaranja strategije

SWOT – TOWS Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. (= Jake strane, slabosti, mogućnosti i prijetnje) – prema radu profesora Heinza Weihricha sa Sveučilišta San Francisco.

Zajednički razmislite o sva četiri područja, potom ih analizirajte i pronađite strategiju. To može biti kombinacija.

SP – smanjite na najmanju moguću mjeru istovremeno slabosti i prijetnje. Može uključivati smanjenje opsega, zajedničke pothvate ili poništavanje. »Rezanje gubitaka«.

SM – smanjite slabosti povećavanjem mogućnosti. Na primjer uvođenjem novih vještina ili tehnologija.

JP – iskoristite jake strane kako biste smanjili prijetnje; korištenje tehničkih i finansijskih izvora protiv suparnika.

JM – upotrijebite jake strane kako biste povećali mogućnosti. To je najpoželjnija strategija.

Pristup medijima: »set pomagala« ureda za tisak

Dobar službenik za medije radi uz pomoć »skupa pomagala« koji se sastoji od različitih tehnika. Prva i najvažnija jest osobni kontakt, što znači da je umrežavanje primarna vještina službenika za medije. Za čuvanje tih kontakata nužna je baza podataka. Ostali djelovi »skupa« uključuju kampanje, kratke sastanke s medijima, publikacije za medije.

Slijedi kratka analiza tih tehnika.

Osobni kontakt

Daleko je lakše zainteresirati novinare za vašu priču ako ste s njima već uspostavili odnos povjerenja.

Službenici za medije velik dio svoga vremena troše na uspostavljanje i održavanje kontakata. To podrazumijeva osnovne društvene vještine u održavanju dobrih poslovnih odnosa: povremeno pozivanje novinara i davanje novih informacija (čak i ako nisu za trenutno objavljivanje), zajednički ručkovi i kave, upoznavanje novinara sa stručnjacima u vašoj skupini ili s ljudima koji bi ih mogli zanimati, poštujući istovremeno njihov rastragani život i odnoseći se s njima ljubazno, s poštovanjem i učinkovito.

Vrijeme uloženo u novinare tusućustruko se isplaćuje kada imate priču koja im je važna – bit će znatno spremniji da vas pozorno saslušaju nego da ste samo hladno nazvali novine. Uspostavljanje tih kontakata

može trajati mnogo godina, no uistinu ništa ne može zamijeniti odnos povjerenja između novinara i njihovog »izvora«. To i jest jedan od razloga zašto se novinari toliko brinu da sačuvaju svoje »izvore« i ne otkrivaju tko im daje informacije.

Umrežavanje

Umrežavanje je pravi primjer strategije koja osigurava optimalno pokrivanje događanja.

- Upoznajte se s novinarima. Pronađite vodiče za novinare. Istražite informacije o različitim medijima na internetu. Jedna od dobrih stranica za to je <http://www.world-newspapers.com/>
- Naučite nešto o različitim pristupima novinara. Čitajte novine i časopise da vidite tko o čemu piše i kakav im je stil (radi li se o priči s naslovne strane? Posebno istaknutoj priči? Radi li se o stručnjaku za intervju ili se radi više o analitičkom članku?). Slušajte radio i gledajte televiziju. Koje su najvažnije teme? Kako se prikazuju – kao dio informativnog programa, u posebnim izviješćima, u intervjuima ili reportažama.
- Ne podcjenjujte razmjenu posjetnica – to je uistinu izvrstan način za prikupljanje imena. Ako ste osoba koja teško povezuje lica s imenima nakon događaja, pribilježite si nešto što vas je fizički zainteresiralo na osobi – što luđe to bolje – ali ne bilježite odjeću, osim ako ste sigurni da osoba nikad ne mijenja garderobu!
- Produbite svoje znanje o različitim stilovima u europskim zemljama. Pokušajte putem stranice International Journali-

novinare može kategorizirati prema 41 području interesa.

Bazu podataka morate smatrati živom i promjenljivom. Svijet medija mijenja se gotovo svakodnevno i morate imati sustav koji se može nositi s time. Softver mora biti fleksibilan i trebate biti pomni u održavanju svojih kontakata i mijenjanju baze podataka kada se oni promjene. Ne očekujte da će oni vas kontaktirati!

I nekoliko završnih riječi – neke su samo stvari zdravog razuma, ali svejedno ih vrijedi upamtiti:

Pisanje – pažljivo pišite imena. U engleskom govornom području to je samorazumljivo, ali ako poslujete s Rusima ili Bugarima, morate znati da se njihova imena pišu drugačije kada se transliteriraju s ćirilice na latinicu. Također se morate odlučiti što ćete s naglascima. Kako bi vam baza bila funkcionalna, svi se trebaju služiti istim sustavom bilježenja. Možete napraviti svoj sustav, ali u osnovi svatko tko se služi vašom bazom treba znati pravila za pisanje i čvrsto ih se držati. Ako se koristite nekim od romanjskih jezika, primjerice francuskim, morat ćete odlučiti hoćete li bilježiti naglaske ili ne. Germanski jezici – kao što su njemački, danski i norveški, imaju prijevlase i naglaske kao što su ö ili Ä koji se u engleskom mogu bilježiti uz dodatak jednoga e (npr Rössle postaje Roessle).

E-mail adrese – ako odašiljete e-mailom, morate biti sigurni da će poruka stići do uredništva novosti, čak i ako je naznačeni primatelj odsutan iz ureda. Ne želite da se vaša priča zagubi čekajući da se netko vrati s praznika. Uvijek šaljite i kopiju uredništvu novosti, osim ako je poruka sasvim osobna.

Faksiranje – e-mail već prevladava širom svijeta, no može vam se dogoditi da trebate koristiti faks. Osigurajte da vaš telefaks dođe do prave osobe. Možda treba-

te pokušati saznati gdje je telefaks uređaj fizički smješten kako biste bili sigurni da će se vaš materijal naći na pravom mjestu i pravo vrijeme.»

Pisani materijali – materijali za tisak i informativni paketi

Priopćenja za tisak

Priopćenja za tisak su jednostavan način da se pobudi pozornost novinara. One NIKADA ne smiju biti nadomjestak za osobni kontakt.

Priopćenja trebaju informaciju prenositi kratko i jasno. Razmišljajte poput novinara! Što trebate znati.

- Što se događa?
- Kada se događa?
- Gdje?
- Tko je uključen – koja je njihova titula, kako im se točno pišu imena? Uvijek rabite puna imena kada prvi put spominjete sudionike, a g. ... ili gđa. ... kada ih spominjete poslije toga.
- Koji je cilj?

Uvijek ostavite podatke za kontakt nekoga tko zna sve o događanju i dostupan je U SVAKO VRIJEME.

Materijali za video/audio medije

Ovi odgovaraju materijalima za televizijske ili radijske postaje. Objava video novosti uključivat će snimke koje nisu zaštićene autorskim pravom i koje televizijske postaje mogu koristiti kako bi ilustrirale priču. One mogu uključivati rekonstrukcije: na primjer, priča o konferenciji o bioetici može se ispričati uz slike novorođenčadi, klonirane ovce Dolly i interijere znanstvenog laboratorija.

Možda postoje i razgovori sa stručnjacima koje televizija može upotrijebiti.

Skup audio materijala pružit će slične materijale za radio – razgovore s važnim stručnjacima, pozadinsku buku koja je prikladna za priču, glazbu.

Paketi za tisak

Ti su paketi vrlo korisni za kampanje ili druge velike događaje. Oni uključuju temeljne informacije koje novinarima mogu pomoći u prikupljanju informacija za priču. Paketi mogu biti vrlo sofisticirani, ako raspolazete s više novca, uz fotografije i otisnuti na sjajnom papiru. No mogu biti i jednostavni i u osnovnoj tehničkoj izvedbi. Važno je da oni budu sredstvo koje će novinarima pružiti informaciju BRZO i JEDNOSTAVNO.

- Služite se jasnim jezikom i oblikujte svoje ideje kratko i jasno. Koristite se natuknicama označenim simbolom (bullet points) kako biste na koristan način razdvojili informacije.
- Iskoristite statistike i usporedbe. Uvijek navedite izvor svojih informacija kako bi se moglo pokazati da su točne.
- Koristite dizajn koji vaše kontaktne podatke donosi na SVAKOJ STRANICI paketa za tisak.
- Uključite praktične informacije – kako doći do mjesta događanja, kartu, podatke o novinarskim akreditacijama.

Sastanci s novinarima (press briefings) i konferencije za tisak

Sastanci s novinarima i tiskovne konferencije mogu imati različite oblike i trebate dobro promisliti o najboljem načinu na koji ćete prenijeti informacije.

Formalne tiskovne konferencije (dakle s novinarima koji sjede kao u kinu) najbolje su:

- ako imate vrlo važnu osobu koja nema vremena susretati se pojedinačno s novinarima
- ako imate velik broj novinara
- ako radite na više jezika i trebate prevoditelja
- ako želite da se priča pokrije u što širem rasponu medija
- ako vaša priča nije teška za razumijevanje ili kontroverzna
- ako je vaša priča vrlo važna (u to budite sigurni)
- Takve konferencije nisu dobre:
- ako imate ograničen broj novinara
- ako imate nekoliko ljudi dostupnih za razgovore s novinarima (niti na jednoj tiskovnoj konferenciji ne bi trebalo biti više od tri govornika)
- ako je vaša priča nešto »mekša« ili složena za razumijevanje
- ako je vaša priča politički osjetljiva i mogu vam se postaviti neprijateljska pitanja.

- ako želite da vaša priča bude »ekskluzivna«.

Organizacija formalne tiskovne konferencije

Trebat će vam:

- dovoljno velika dvorana (što je lako u Strasbourgu ili Bruxellesu). Možete iskoristiti svoj prostor ili pokušati organizirati u nekom lokalnom kinu ili kazalištu; ili potražite odgovarajuću vladinu zgradu što će pokazati čvrstu odluku vaših vlasti da se i sami založe za Rome;
- povišena pozornica s vašim logotipom u pozadini (za televizijske konferencije);
- mikrofoni za govornike i »putujući« mikrofoni za novinare koji postavljaju pitanja;
- tehnička podrška. Ako trebate prevoditelje, to znači školovani prevoditelji i tehničari.

Prije početka:

- prije nego što rezervirate prostor, pažljivo promislite o prikladnom vremenu za događanje. Pomozite novinarima time što ćete predvidjeti događanje za jutarnje sate kako bi oni priču mogli dotjerati prije krajnjeg roka za predaju. Pazite da se ne poklapa s nekim drugim važnim događajem.
- odlučite kojoj se publici obraćate.
- napišite kratku izjavu za medije sa SVIM praktičnim pojedinostima.
- pozovite novinare kako biste ih uputili u priču i pobudili njihovo zanimanje.

- pripremite neke pakete za medije i dodatne materijale koje biste željeli uručiti novinarima.

Novinari su vrsta za sebe i ne možete znati koliko će ih se pojaviti na događanju. Steći ćete iskustvo koje će vam dati osjećaj za to koliki je interes i omogućiti vam da se u skladu s time pripremite. Budite, međutim, spremni na prilagođavanje.

Tijekom i poslije:

- Zabilježite koji su novinari prisustvovali, njihove kontaktne podatke i teme koje su ih zanimale.
- Iskoriste te podatke kako biste osvježili svoju bazu podataka.
- Pratite što je napisano i emitirano.
- Ako je potrebno javite se i naknadno novinarima (ali bez pretjerivanja).

Neformalni sastanci s novinarima

Spremni mikrofoni

Vrlo je koristan za posjeta važnih osoba. Postavite mikrofoni ondje gdje će važna osoba izaći sa sastanka kako bi se susrela s novinarima. Ta osoba dat će osnovnu izjavu, a potom odgovoriti na nekoliko novinarskih pitanja, prije nego što krene na sljedeći zadatak.

Neformalni razgovori s novinarima

Neformalni razgovori vrlo su korisni:

- Ako se želite obratiti manjem broju novinara.
- Ako vam ne treba prevoditelj.

- Ako želite ostaviti »prijateljski« dojam (npr. korisno je kada se daju kontroverzne ili neugodne obavijesti)
- Ako želite osigurati da samo neki novinari dobiju informaciju (ekskluzivnost)
- Ako izvješćujete o nekoj manje važnoj priči.

Trebat ćete:

- manju prostoriju, kafić, piće, udobne stolce
- pisane materijale za novinare
- sugovornike koji su spremni razgovarati otvoreno i u prijateljskom tonu

Stretegija za medije

Svaki događaj ili važna kampanja treba uključivati detaljno planiranje unaprijed. Dobro je započeti dosta unaprijed – za časopise ili televizijske dokumentarce često je potrebno i po šest mjeseci da bi se pripremili, premda možda nećete uvijek imati toliko vremena na raspolaganju.

Vaš plan morat će dobro uvidjeti koja je priroda vašeg događanja i kako to prilagoditi tiskanim medijima (novinama, časopisima i specijaliziranim publikacijama) i elektroničkim medijima (prilagoditi za radio i televiziju).

Trebat će vam misliti o tome koji je najbolji trenutak za kontaktiranje novinara (ne prebrzo, jer će oni zaboraviti, a očito ne niti prekasno). Koje ćete im materijale predati? Treba li sastaviti različite materijale za različite medije i različitu publiku (na primjer, možda trebate promisliti o posebnim materijalima za mozaične časopise za koje ćete pripremiti materijale s više humora i svakodnevnih ljudskih stvari i o posebnim

materijalima za ozbiljnije časopise i novine).

Dobro promislite o tome što vam treba od popratnih materijala kampanje (iz »tolkitak«). I upamtite: budite BRZI, PRILAGODLJIVI I USREDOTOČENI.

Praćenje

Pratite rezultate vašeg rada. Kolika je bila pokrivenost u medijima? Odražava li ona uistinu vašu poruku? Kako to možete poboljšati za slijedeći put?

Igre i igranje uloga

Scenariji za izvođenje tiskovne konferencije:

1. Roma Singer Lola uhićena je pod sumnjom da ima veze s drogom. Vi ste dio njenog tima za odnose s javnošću i trebate izaći pred novinare.
2. Promovirate nove mjere koje bi trebale pomoći Romima da dođu do smještaja i želite pozitivne napise u medijima.

Prva vježba: kreativnost u planiranju

1. Vi ste televizijska kompanija koja želi pokrenuti novi »reality show« – nešto kao *Fame Academy* – koji poziva obične ljude da pjevaju pred stručnjacima kako bi se pronašla buduća pop-zvijezda. Putovat ćete u veće gradove i slušati »talente«, a emisija će prikazivati kako se priča odvija. Kako ćete objaviti vašu priču?
2. Vi ste skupina aktivista za borbu protiv okrutnosti nad životinjama. Želite pokrenuti općeeuropsku kampanju kako bi ljudi prestali koristiti krzno. Kako ćete oblikovati kampanju da ona postigne najveći mogući utjecaj.
3. Vi ste agent nekog vremesnog popularnog pjevača koji želi obnoviti svoju karijeru.

jeru nakon duže stanke iz zdravstvenih razloga. Kako ćete ga vratiti na tržište?

Druga vježba: organiziranje događanja

1. Vi ste stvaralački tim u nekoj agenciji za odnose s javnošću i pristupila vam je međunarodna zrakoplovna kompanija kako biste im organizirali kampanju. Kompanija želi pridobiti više putnika u srednjoj i istočnoj Europi, ali želi ujedno i pokazati da je etična i da se brine za ljudska prava i okoliš. Koja ćete posebna događanja organizirati za njih?
2. Vi ste savjetnik za odnose s javnošću koji radi s lokalnom nogometnom momčadi. Momčad se brine o slici države i želi si omogućiti međunarodnu perspektivu. Koji biste im smjer djelovanja savjetovali?
3. Upravo ste otvorili restoran u vašoj zemlji i želite napraviti neki promet i sa međunarodnim gostima. Koje bi ideje za prodiranje u javnost mogle djelovati?

Treća vježba: komunikacijske strategije

1. Priča:
Velika konferencija o internetskom kriminalu («cyber-crime») održava se u rujnu.
Cilj: Ujediniti europske zemlje u borbi protiv internetskog kriminala.
Teme: kompjuterski prepadi i kompjuterske prevare, stranice s dječjom pornografijom, stranice koje promiču rasizam, kako kontrolirati internet.
Gosti: Bill Gates iz Microsofta; rumunjski premijer Adrian Natase; »preživjeli« koji je bio uključen u trgovinu dječjom pornografijom.
Tko je uključen: kompjuterska industrija; mediji; policija, uključujući Interpol; odvjetnici i sveučilšni profesori.
Oblik: dvodnevna konferencija.
2. Priča:

Kampanja za zdraviju prehranu u školama.

Cilj: boriti se protiv sve izraženije dječje pretilosti u Europi uvjeravanjem škola da djeci trebaju posluživati zdraviju hranu.

Teme: djeca su u zapadnoj Europi sve deblja i manje zdrava. Stručnjaci misle da je to stoga što su stalno u napasti da jedu nezdravu hranu (tzv. »junk« food), osobito u školama. Vaša kampanja želi zaustaviti prodaju nezdrave hrane, zaustaviti postavljanje samoposlužnih strojeva za napitke u školama i poticati djecu da se hrane zdravije. Trebat će smisliti neke dobre ideje kako da to učinite. To uključuje škole u cijeloj Europi pa ćete morati pažljivo ciljati.

Oblik: niz stručnih studija koje pokazuju razinu pretilosti i razlike u pristupu problemu u različitim zemljama.

Dvije konferencije u raznim dijelovima Europe okupljaju stručnjake.

3. Priča:

Vi ste bikerski klub *Anđeli pakla* i nedavno ste saznali da Europska komisija želi zabraniti velike motocikle jer smatraju da su opasni.

Cilj: zaustaviti Komisiju u naumu da podastre zakon i spasiti velike motocikle.

Teme: Zakon je, po vašem mišljenju, pogrešan. Veliki motocikli nisu opasni, ali trebate određenu vještinu da biste njima upravljali. Sve europske zemlje imaju vozačke ispite kako bi se osiguralo da vozači početnici ne voze velike motocikle. Smatrate da bi umjesto zabrane Komisija trebala brinuti za obuku mladih motorista. Zabrana velikih motocikala velikom bi broju ljudi uskratila zadovoljstvo. To bi dovelo i do kraja važnih europskih proizvoda kao što je Triumph – to će štetno djelovati na proizvođače.

Oblik: Događanja, reli, lobiranje.



Poglavlje 4

Zbirka članaka



Razgovor s Thomasom Hammarbergom

Povjerenik Vijeća Europe za ljudska prava

P&O: »Gdje je Europa pogriješila s tim Europljanima« 17. 10. 2007. – IPS / Italija i SAD

Thomas Hammarberg izabran je za Povjerenika Vijeća Europe za ljudska prava u listopadu 2005. Igra ključnu ulogu u promicanju primjene preporuka Vijeća koje se tiču sustava ljudskih prava.

Vijeće Europe ima 47 zemalja članica u europskoj regiji i najstarija je organizacija koja radi na ujedinjenju Europe. Odvojeno je od Europske Unije (EU) i stoga različito od Europskog vijeća EU.

Thomasa Hammarberga izabrao je parlamentarni odbor vijeća, u kojemu su članovi iz parlamenata različitih zemalja. Apostolis Fotiadis iz IPS razgovarao je s njim o ključnim teškoćama Roma, jedne od skupina u današnjoj EU prema kojima se provodi najveća diskriminacija.

IPS: Kako objašnjavate današnje antiromsko raspoloženje koje je prošireno u Europi? Odakle dolazi taj problem i kako se protiv njega trebamo boriti.

Thomas Hammarberg: Smatram da je tu teško odrediti neku racionalnu podlogu. Oni su žrtveno janje za sve probleme naših društava. Predugo su ljudi koji su mogli ustati i braniti ih dopuštali ozračje u kojemu se Rome označavalo kao nepoželjne. To pitanje ima dugu povijest. Tijekom nacističkog raz-

doblja istrijebljeno je više od pola milijuna Roma, a nikada im nismo uputili ispriku.

ISP: Mislite li da se položaj Roma u Europi popravlja ili pogoršava?

TH: To me brine. Čini se da se stvari mijenjaju prema polarizaciji. Neke skupine ljudi prihvaćaju snažan antiromski diskurs, a izgleda da vodeći političari to toleriraju. Nesretan je to razvoj, jer nebriga i ravnodušnost ponekad mogu opravdati daljnju netoleranciju. Ponovno trebamo pozvati političare da budu oprezni i stanu na stranu Roma, radije nego da se pridruže ksenofobičnim stremljenjima.

ISP: Može li se lako usporediti postupanje prema romskim zajednicama u različitim zemljama u istoj regiji, na primjer u Grčkoj, Rumunjskoj i Bugarskoj?

TH: Ja namjerno izbjegavam svaku raspravu o tome tko je najbolji. Mnoge zemlje regije prolaze kroz suštinske promjene dok se oporavljaju od sovjetskog razdoblja; stoga su im i polazišta različita. Kako ja vidim stvari, protiv Roma se provodi diskriminacija u svim zemljama. Kada se radi o zapošljavanju, o zdravstvenoj zaštiti, o stvarnoj mogućnosti za sudjelovanje u političkim izborima ili političkim strukturama, situacija je problematična.



IPS: Kako se treba uhvatiti u koštac s problemom njihova sudjelovanja u politici?

TH: Veliku odgovornost za taj problem snosi nedovoljan interes ili negativan interes političkih stranaka. Najvažnije političke stranke moraju postati otvorenije prema Romima; obično one to nisu. Uzmite za primjer izbornu kampanju u kojoj čak i kandidati glavnih stranaka daju ksenofobične izjave protiv Roma, umjesto da posjete romske zajednice, poslušaju što one žele i pokušaju zastupati i njihova gledišta. I sami Romi moraju se organizirati i pokušati se bolje predstavljati.

IPS: Treba li naglasak na njihovo uključivanje u politički život biti na lokalnoj ili na nacionalnoj razini?

TH: I jedno i drugo je važno, ali trenutno se trebamo usredotočiti na lokalno. Mnoge važne odluke koje se tiču Roma donose se na toj razini. U nekim zemljama u lokalnim tijelima imaju mjesta rezervirana za Rome. U Sloveniji imaju po jedno mjesto u svakoj općini gdje žive Romi. U Rumunjskoj imaju jedno mjesto u parlamentu. Premda to nije najbolje rješenje, valja pokušati s time.

IPS: Postoje li neke uspješne priče?

TH: Da, postoje mjesta u skandinavskim zemljama u kojima je problem smještaja više-manje riješen. U dijelovima Slovenije lo-

kalne zajednice bile su prilično naklonjene suradnji s Romima. Iskustvo kazuje da, ako vlasti i političari pokušaju, mada to iziskuje i nešto novca, može se postići rješenje.

IPS: Ima li slučajeva u kojima pritisak od strane Vijeća Europe može povećati učinkovitost zaštite romskih zajednica?

TH: Dodatni politički pritisak, barem na stalne članice Vijeća Europe, može imati znatan učinak. Ono treba shvatiti da je pitanje Roma jedna od tamnih strana Europe, treba preuzeti odgovornost i poticati svoje zemlje članice. Nužno je i povećati pritisak na lokalne vlasti da preispitaju svoju politiku kada se radi o deložaciji. Neke deložacije možda su neizbježne, no to treba učiniti na ispravan način i nakon što je ljudima ponuđen alternativni smještaj.

IPS: Što bi se još dalo popraviti u načinu na koji djelujete?

TH: Nama je važno znati što se događa. Mnogo puta mi ne znamo ili pak informacije dobijemo prekasno. Centar za prava Roma u Budimpešti uvelike pomaže, kao i različite nevladine organizacije. Pa ipak, ključno pitanje ostaje da mi ne uspejemo uvjeriti lokalne vlasti da se pozabave problemima Roma.

Govor dr. Karin Waringo, na javnoj tribini »Slika i predodžba: anticiganstvo u Europskim medijima«

Europski parlament, Bruxelles, 6. lipnja 2006. Autorizirano za objavljivanje u sklopu kampanje Dosta!

Prije dva mjeseca, novine u kojima sam surađivala objavile su članak o običaju vjenčavanja djece u nekoj dalekoj romskoj zajednici u Rumunjskoj. Ton članka upućivao je na to da Romi i dalje održavaju stare tradicije koje ne poštuju osnovna ljudska prava, te su stoga suodgovorni za vlastito otuđenje.

Sama tema ne bi me toliko zaokupila, da nisam prije dvije i pol godine u sličnoj prigodi imala raspravu s autorom članka, u kojoj sam ga pokušala uvjeriti da bi naš novinarski zadatak trebao biti da doprinesemo razumijevanju među ljudima, umjesto da pothranjujemo predrasude i razdvajanje.

Zašto ga, dakle, nisam uspjela uvjeriti? Što ga zanima i što ga poriče da piše o Romima onako kako piše i zašto me njegov pristup toliko pogađa? To me potaklo na znatno općenitije promišljanje o položaju Roma u medijima i ta bih razmišljanja danas željela podijeliti s vama.

Ako razmišljamo o Romima u medijima, vjerojatno ćemo se svi sjetiti barem jednog događaja u kojemu su mediji oslikali Rome u osobito odbojnom svjetlu. Prije nekoliko tjedana, kada je belgijski tinejdžer ubijen, a ubojica je opisan kao tamnopusi stranac, pomogli smo ovdje u Belgiji dosad neviđenoj medijskoj kampanji, prvo protiv ljudi iz sjeverne Afrike, a potom i protiv »Cigana«.

Svima su nam bliski naslovi poput »Uhićeni Cigani«, tako da lako možemo pomisliti kako su mediji prepuni izvještaja o Ro-

mima: u stvarnosti, ipak, mediji o Romima izvještavaju vrlo rijetko.

Prije godinu dana, proučila sam mrežne stranice nekoliko medija, uključujući stranice s novostima Googlea i BBC-a i na moje veliko iznenađenje zamijetila sam da je tek nekoliko članaka imalo veze s Romima. To me navelo na zaključak da za medije Romi nisu tema.

Kako bih vam to predočila: u arhivi BBC-a koja je u to doba pokrivala razdoblje od šest godina, potraga za riječi »Roma« dala je 98 rezultata, a za riječi »Gypsies«, koja označava i Putnike iz UK, 174 rezultata. Kada sam iz prvog popisa izbacila jedinice koje se u stvari nisu uklapale, ostalo mi je 87 vijesti koje su se bavile situacijom Roma.

Istom metodom na njemačkim stranicama Googleovih vijesti (Google News) koje pokrivaju razdoblje od jednog mjeseca pronašla sam 341 članak koji sadrži riječ »Roma«, no mnogi su se od njih u stvari odnosili na talijansku nogometnu momčad i na talijanskog vozača utrka. Riječ »Zigeuner« dala je 85 rezultata.

Zapostavljenost u izvještavanju kombinira se s vrlo selektivnim izvještavanjem koje je ograničeno samo na nekoliko tema. Te su teme uglavnom vezane uz društvene probleme ili probleme društvenog života: od 87 BBC-jevih članaka koje sam pregledala, 40 ih se bavilo slučajevima u kojima su Romi bili žrtve diskriminacije, 14 romskom inicijativom u obrani svojih prava, pet se bavilo mjerama protiv diskriminacije, a tri kulturom. U četiri članka tema je bila holokaust. Pet članaka bili su samo popratni članci.

S obzirom da BBC ne možemo smatrati predstavnikom medija općenito, nasumce sam istražila i druge medije i dobila uglavnom slične rezultate. Opsežan pregled nacionalnih i regionalnih medija koji je proveo Romski press centar u Mađarskoj,

ustanovio je da su Romi prikazani uglavnom, što znači u 63,4% slučajeva, u vezi s takozvanim »romskim pitanjima« koja se određuju na temelju rasističkih stereotipa, kao što su na primjer siromaštvo, problemi sa smještajem i kriminal. Njemačko istraživanje koje je pokrilo 944 članka objavljena u 12 lokalnih novina u razdoblju od 1979. do 1991. ustanovilo je da su u 60% članaka Romi spomenuti u vezi s kriminalom, a u 37% članaka u vezi s društvenim sukobima. Drugi zanimljiv rezultat tog istraživanja bio je da su se Romi najčešće spominjali u vezi s institucijama društvenog nadzora kao što su policija (51% slučajeva) i pravosuđe (23%).

Druga je važna karakteristika članaka o Romima to da se oni puno češće nalaze na lokalnim nego na međunarodnim stranicama, i u lokalnim nego u međunarodnim medijima. Štoviše, većina vijesti spada u kategoriju »ukratko« i rijetko donose bilo kakvu popratnu analizu ili izvješća.

Ne iznenađuje da je većina vijesti o Romima u medijima negativna: pregled manjina u europskim medijima pokazao je da je polovina članaka o Romima bila neutralna, a trećina negativna. Ističući općenito negativno prikazivanje etničkih manjina u medijima, autorica pregleda, Jessica ter Wal, istaknula je da su »Sinti i Romi/Putnici skupina koju se najčešće prikazuje negativno«.

No, moja svrha nije da vam opišem situaciju koja nam je svima više-manje poznata, nego da probam pronaći objašnjenja. Nažalost, ne znam ni za jedno istraživanje koje bi se bavilo motivacijom ili interesima novinara i urednika. Stoga ću se morati osloniti na vlastito iskustvo i intuiciju:

Prvo, željela bih podvući da situacija Roma nije posebna u smislu da se »manjinama« općenito poklanja manje pozornosti u glavnim medijima, a kada im se i po-

klanja pozornost, »manjinska se pitanja« uglavnom razmatraju iz perspektive većine.

Manjine se u društvu ne pojavljuju kao čimbenik s posebnim interesima i pitanjima koji imaju jednaku valjanost kao interesi i pitanja većine.

Kada se s gledišta većine opisuju manjine i pitanja uz njih vezana, mediji su skloni ponavljati rasističke stereotipe i pristranost koja uz to ide.

Izvješća slične vrste možemo pronaći o useljenicima, izbjeglicama ili muslimanima, a u belgijskom slučaju koji sam spomenula ranije, muslimanska mladež i ljudi iz sjeverne Afrike prvi su bili na udaru progona, koji se onda prenio na Rome.

Pa ipak vjerujem da postoje neke osobitosti u izvještavanju medija o Romima, koje su ukorijenjene u osobitom tipu rasizma koji utječe na romsko stanovništvo, a koji ima naglašeno dehumanizirajući stav.

Ako znamo da novinarska izvješća o Romima donose u sebi čitav niz predrasuda kao što je ona da su Romi ljudi bez časti, kojima ne treba vjerovati, koji su tajnoviti i vode nekakav starinski način života, ne trebaju nas čuditi rezultati:

Kada se radi o zločinu, članci često spominju romsko podrijetlo onoga tko je zločin počinio ili je za njega osumnjičen, osobito ako se osobu optužuje za prijevaru ili obmanu. Takav je, na primjer, bio slučaj prije nekoliko tjedana ovdje u Belgiji kada su trojica Roma uhićena pod optužbom za prijevaru i krađu: »Prijevara i krađa: tri Cigana pod istragom« i »Policijska akcija u ciganskom taboru«. Švicarske su novine prošlog ljeta pisale: »Uhvaćena ciganska banda – razriješen niz krađa«.

Činjenica da se Rome smatra nečasnim ljudima koji se drže po strani od ostatka društva ima za posljedicu to da se novinari radije obraćaju drugim izvorima, kao što su javne vlasti, socijalni radnici ili susjedi,

nego da razgovaraju sa samim Romima. (Njemačka studija koju sam ranije navela utvrdila je da čak i kada se u medijima покаže interes i briga za Rome, mediji su se skloni osloniti na ne-romske izvore kao što su dobrotvorne organizacije, prije nego na romske organizacije.)

Općenito govoreći, mnogo je lakše prodati, čak i urednicima, članke koji potvrđuju ustaljene stereotipe nego članke koji im se suprotstavljaju.

Rome se i dalje smatra društvenim izopćenima koji ne zaslužuju isti odnos i poštovanje kao drugi članovi društva, što postaje jasno iz sljedećih navoda. Prvi je preuzet iz članka o dječjem vjenčavanju na koji sam uputila ranije, a kaže: »Gledano iznutra, ciganska je zajednica u opasnosti da nastavi s načinom života koji će samo doprinijeti njenoj daljnjoj izolaciji.«

Belgijske novine *La derniere heure* komentirale su uhićenje romskog tinejdžera u vezi s ubojstvom na glavnom kolodvoru u Bruxellesu na slijedeći način: »Adamovo uhićenje zacijelo neće doprinijeti i onako neprijateljskoj slici koja ih prati (Cigane) čitav niz godina.«

U istom kontekstu *Le Soir* ide i korak dalje opravdavajući predrasude prema Romima. Nakon opisa Adamova ujaka kao »pedesetogodišnjaka, krhka tijela u crnom odijelu, s otkopčanom kragnom i dugačkim cipelama sa četvrtastim vrhom«, novine dalje komentiraju: »Čemu odbacivati stereotipe kada stojite pred Ciganinom koji želi da mu se tako pristupi?«

Jasno mi je da moj kolega koji stalno ponavlja stereotipe o Romima to radi prvenstveno stoga jer želi pružiti zabavu: priče koje se temelje na senzacionalizmu i opisuju Rome kao neku vrstu nižeg ljudskog roda, dobro se prodaju. Znatno je teže plasirati stvarnost.

Sindikalni predstavnik novina *Daily Express* koji je prije dvije godine donio niz jezivih priča o tome kako Romi iz istočne Europe, nakon proširenja EU, opsjedaju Ujedinjeno Kraljevstvo, komentirao je:

»Kada se radi o pričama o Romima, imali smo osjećaj da se radi o ciničnoj kampanji kako bi se povećala naklada. Oni (urednici) su vidjeli kakav učinak imaju naslovi, i iskoristavali su to tako da su uključivali koliko god su mogli jezivih priča o tome kako 'Cigani preplavljaju zemlju'.«

Rezultat je toga bio da su mediji bili više skloni podgrijavati negativne stavove prema Romima, nego se takvim stavovima suprotstavljati. Prema jednom engleskom istraživanju o predrasudama iz 2003. godine, 35 % (ili 14 milijuna ljudi) engleskog stanovništva izrazilo je otvorene predrasude prema Romima i Putnicima. Na njihovo mišljenje najviše su utjecali mediji, pri čemu su najvažniju ulogu igrali TV i novine. Istraživanje je pokazalo i da su izražavanju negativnog stava prema etničkim manjinama skloniji čitatelji tabloida, što se, naravno, može tumačiti na dva načina.

Komisije za pritužbe na tisak poprilično su neučinkovite kada se radi o ispravljanju rasizma ili anticiganstva. Prema negdašnjem novinaru i izdavaču Bobu Borzellou »niti jedna se o šestotinjak pritužbi upućenih Komisiji za pritužbe na tisak (PCC – Press Complaints Commission) od 1991. a vezanih uz navodni rasizam u tisku, nije podržala.« Od 54 pritužbe koje je Glavno povjerenstvo za njemačke Sinte i Rome (Zentralrat Deutscher Sinti und Roma) uputilo njemačkom Vijeću za tisak 2004., samo su 44 proslijeđene Komisiji za pritužbe na tisak (PCC) koja je gotovo polovicu njih smatrala neutemeljenima. Samo je deset pritužbi završilo sa zaključkom da su članci uistinu bili diskriminatorni, a samo u dva slučaja u medijima je i objavljen ispravak.

Problem je u tome što u tim komisijama sjede isti oni ljudi koji proizvode stereotipne članke i skloni su suglasnosti s novinarna i urednicima. U mnogim slučajevima komisije za pritužbe na tisak čak su i potvrdile rasistički pristup, primjerice kada su opravdavale novinarsko spominjanje romskog podrijetla okrivljenika ili osumnjičenika, tvrdeći da su to ključni elementi za razumijevanje zločina.

Pri kraju svojeg izlaganja, željela bih dati nekoliko preporuka.

Aktivistima za prava Roma i drugima koji se bore protiv diskriminacije:

Obraćajte se medijima; pokušajte razumijeti njihov mehanizam funkcioniranja i naučiti kako pravilno reagirati. Negativno izvještavanje možda je samo rezultat neznanja ili straha da se postave prava pitanja pravim ljudima. Ako vam se čini da izviješća iskrivljuju stvarnost, ne libite se toga da to napišete novinaru ili uredniku. Kao što smo ranije vidjeli, novinari i urednici skloni su iznositi gledišta koja smatraju da ih dijele i njihovi čitatelji. Trebaju naučiti da njihovi čitatelji ne podržavaju rasizam.

Kreatorima politike:

Potičite različitost u medijima.

Mediji trebaju odražavati raznolikost društva, a ne samo gledišta prevladavajućih skupina. Raznolikost se treba odražavati i u sadržaju medija, i u sastavu ljudi koji ih proizvode.

To treba biti jedan od zadataka europske politike prema medijima koja se do sada ograničavala na promicanje europske televizijske produkcije, slabo obraćajući pozornost na njen sadržaj.

Teško je razumjeti zašto u društvu u kojem sve više ima »tamnih« ljudi i ljudi miješanog podrijetla, televizijski voditelji i dalje ostaju uglavnom plavokosi i plavooki.

Godine 2000. UN-ov Odbor za ukidanje rasne diskriminacije (Committee on the Elimination of Racial Discrimination) prihvatio je niz preporuka koje se tiču Roma u medijima, uključujući preporuku da se razviju medijske i obrazovne kampanje kako bi se javnost podučila o Romima i kako bi se Romima olakšao pristup medijima. Očito je to ostalo mrtvo slovo na papiru.

Kao netko tko na području medija radi čitav niz godina i tko vjeruje u demokratsku vrijednost medija, željela bih zaključiti jednim upozorenjem o strašno negativnom utjecaju trenutnog vala liberalizacije i okrupnjavanja u medijskom sektoru: pretvaranjem vijesti u puki proizvod koji treba prodati, a novinara u puke prodavače, potiče se vrsta novinarstva koja senzaciji daje prednost nad čvrstim činjenicama i informacijama.

U obranu romskih prava: odvjetnički pogled

Gloria Jean Garland

Viši savjetnik za vladavinu prava Agencije za međunarodni razvoj SAD-a

Godine 1993., kada sam se prvi put preselila u **Srednju Europu**, pozvana sam na prijem sa skupinom visokopozicioniranih slovačkih sudaca i odvjetnika. Upustila sam se u razgovor s omanjom skupinom onih koji su govorili engleski raspravljajući, između ostalog, o Billu Clintonu, svjetskoj politici i rock glazbi. Činili su mi se razboritima i zanimljivima, toplim i posvećenima. To su divni ljudi, pomislila sam. To je prijateljski i očaravajući dio svijeta. Tada se tema razgovora prenijela na Rome, a prekrasni ljudi s kojima sam razgovarala odjednom su postali vrlo ružni. Šale i komentari bili su odvrtni. Ali u Srednjoj i Istočnoj Europi 90-ih je godina prošlog stoljeća bilo potpuno prihvatljivo za političare, suce, vladine službenike – ljude prema kojima čovjek obično gleda kao prema višima – da daju prezirne i rasističke komentare o Romima. U Slovačkoj je skupina skinheada polila benzinom i zapalila mladog Roma pred očima njegove užasnote obitelji. Također u Slovačkoj, skupina mladih razbojnika odlučila je napasti romsku obitelj bez ikakva razloga osim zato što su Romi – i brutalno su na smrt prebili majku šestero djece. U Rumunjskoj je razjarna skupina ubila tri Roma koji su bili upleteni u neku tučnjavu i spalila 14 romskih kuća. U Bugarskoj je policija nasmrtno pretukla mladog Roma uhićenog zbog krađe. U Češkoj je 80-90% djece u posebnim školama za djecu s mentalnim teškoćama iz romskih obitelji, premda oni čine samo oko 5% ukupnog stanovništva. U Hrvatskoj, kako mi je opravdavajući se objasnio obrazovni djelatnik, mogu imati posebnu na-

stavu za Rome samo u nižim razredima, jer u višima nema dovoljno Roma kako bi se financijski isplatilo organizirati im nastavu.

Ni u **zapadnoj Europi** nije puno drukčije. U Aspropyrgosu u Grčkoj vidjela sam buldožere kako ruše privremene domove romskih obitelji u nastojanju da »očiste« Atenu prije Olimpijskih igara. Danska i Njemačka prognale su izbjegle Rome natrag u nesigurnu situaciju na Kosovu. Italija je smjestila Rome koji su tražili javnu pomoć u zapuštene i opasne logore, čuvajući javne stambene površine u gradu za ne-Rome. Belgija je prognala skupinu slovačkih Roma na prevaru ih dovodeći u policijsku stanicu pod izgovorom da trebaju popuniti dokumente za traženje azila. Ujedinjeno Kraljevstvo je donijelo pravilo koje dopušta carinskim službenicima da izdvoje Rome i druge manjinske skupine zbog posebnog pregleda na granici. Imajući u vidu stavove prema Romima koje izražavaju političari, suci, policija i javnost u cjelini, nije iznenađujuće da se na takvo odvrtno ponašanje sliježe ramenima ili ga se ignorira.

Romi predstavljaju najveću i najprezretniju manjinsku skupinu u Europi. U svakoj zemlji u Europi oni se bore sa siromaštvom, diskriminacijom, niskom obrazovnom razinom, i kratkim očekivanim životnim vijekom. Često su žrtve policijske grubosti i javne i političke ravnodušnosti, ako ne čak i izravnog neprijateljstva. No, čini se da se situacija popravlja, iako polako. Kreativni i posvećeni odvjetnici i organizacije za ljudska prava iskoristile su Europski sud za ljudska prava kako bi prozvale zemlje članice Vijeća Europe zbog njihova postupanja s Romima i kako bi utrle novi put pravdi u slučajevima kao što su Assenov protiv Bugarske, Connori protiv Ujedinjenog Kraljevstva, Moldovan protiv Rumunjske, Nachova protiv Bugarske, i drugima.

Oboružanim mandatom za obranu ljudskih prava i čuvanje parlamentarne demokracije i pravne države, **Vijeće Europe i Europski sud za ljudska prava** prva su crta obrane prava Roma i u poticanju njihove političke i društvene uključenosti u europske poslove. Kako bi potaklo odvjetnike i pomoglo im da pred sud dovedu slučajeve

koji se tiču Roma, Vijeće Europe organizira stručne skupove i programe poduke kako bi ih upoznalo s proceduralnim zahtjevima suda i pravilima postupka. Ova publikacija nudi se u nadi da će potaknuti snažniju i bolju obranu ljudskih prava općenito i posebno prava Roma. Dobrodošli u bitku!



Članak Michaela Gueta

Predsjednika Odjela za Rome i Putnike

Objavljeno u Social Cohesion Newsletter

Svi se u Francuskoj i u mnogim drugim europskim zemljama sjećaju vrućeg vala iz ljeta 2003. godine. Premda Francuska ima jedan od najopsežnijih i najučinkovitijih zdravstvenih sustava na svijetu, taj je val vrućine doveo do smrti nekoliko tisuća ljudi u samo nekoliko tjedana, mahom starijih ljudi koji su živjeli sami i koji nisu imali kontakata sa svojom obitelji.

Ta je tragedija u prvi plan izbacila opasnost i ranjivost današnjih krajnje individualističkih modernih društava i dramatičnu suprotnost prema svjetonazoru i načinu života romskih zajednica koje imaju potpuno drugačije vrijednosti.

Zbog njihovih čvrstih odnosa unutar zajednice, teško da je bilo romskih žrtava tog vala vrućine. U velikoj su mjeri Romi širom Europe sačuvali jake veze unutar zajednice. Djeca, tinejdžeri, roditelji i djedovi i bake žive svi zajedno ili barem jedni blizu drugih. Značenje riječi »obitelj« ide daleko preko značenja nuklearne obitelji i proteže se na razinu čitave zajednice (na romskom jeziku »vitsa«)

Ta pripadnost skupini dovodi i do solidarnosti, uzajamne pomoći i podjele odgovornosti, što je koncept sadržan u romskoj riječi »phralipe« (bratstvo). Njihov zajednički način života donosi zaštitu, sigurnost, nadzor i vodstvo. Doprinosi i lakšem prenošenju tradicije i kulturnih vrijednosti s jedne generacije na drugu.

Danas naša moderna individualistička društva pružaju malo prilike za ovakav zajednički način života. No to je način života koji često dovodi do nesuglasica s većinskim društvom. Većina predrasuda prema Romima proistječu iz negativnog poimanja takvog zajedničkog načina života. Misli se

da uokolo kruži stotine »ciganskih« karavana, dok ih najčešće uistinu ima samo nekoliko. Zapadni mediji pišu o masovnom migracijskom valu Roma iz srednje i istočne Europe, ali u praksi migracije pojedinačnih Roma nisu baš u tako značajnom broju. Način života u zajednici kako žive Romi može proizvesti i negativan učinak na romsku zajednicu u cjelini. Na primjer, nezamislivo je da će policija probuditi cijelu četvrt kada dođe uhititi čovjeka osumnjičenog za zločin. No kada se radi o uhićivanju Roma, policija se ne ustručava uznemiravati čitavu zajednicu, uključujući i djecu i starije osobe (jer svi žive zajedno), ponekad čak i uništavajući vlasništvo (karavane, kuće itd.) osoba koje ni na koji način nisu uključene u ono o čemu se radi. Čini se da se Rome – zbog njihova životnog stila – promatra kao cjelinu. Vijeće Europe i ostali igrači imaju pred sobom dvostruk zadatak: s jedne strane trebaju raditi na tome da romske škole ne budu segregirane i da se ne getoiziraju romska naselja, ali u isto vrijeme trebaju poštovati tradiciju Roma koji žele ostati zajedno. Neki Romi čak radije žive u jadtim uvjetima sve dotle dok mogu ostati zajedno sa svojim rođacima. Možda će i odbiti društvene stanove, ako to znači da će živjeti u odvojenim stanbenim blokovima. Prije nekoliko godina u Skopju je UNHCR imao velikih teškoća kako da uvjeri romske obitelji koje su živjele u taboru više od pet godina, da se presele u lijepe privatne kuće, jer je to značilo da će biti razdvojeni. Izuzetno je važno razumjeti razloge za takve naizgled nerazumne odluke. Najlakše je pogrešno zaključiti na temelju starih stereotipa. Kao i svi drugi, ni Romi ne vole prljavštinu i ne žele živjeti u siromaštvu. Oni samo pridaju veliku vrijednost njihovom tradicionalnom načinu života u zajednici.

Ako se zanemari taj obrazac romske kulture, moglo bi to navesti na zaključak da

su Romi očajni ljudi koji vole i žele živjeti u prljavštini.

Vlasti trebaju poštovati povijesne tradicije i prilagoditi im se – primjerice osiguravajući Putnicima veće površine za zauzimanje ili stambena rješenja koja bi do neke mjere čuvala način života u zajednici. Treba pronaći rješenja drugačija od getoizacije i segregacije: ne u nasilnom miješa-

nju zajednica, već osiguravajući mostove i više kontakata između različitih kultura i tradicija, kako bi se odstranili negativni stereotipi. Konačno, poštujući način života u zajednici ondje gdje on još uvijek postoji, možda ćemo moći smanjiti broj žrtava kod sljedećeg vala vrućine.



Zacrni lice i pođi na stadion

Valeriu Nicolae

Direktor mreže ERGO



25. veljače 2006.

Tijekom igre, Samuel Eto je, nezadovoljan rasističkim uvredama koje su dobacivali navijači Saragoze, pokušao napustiti teren. Sudac Victor Esquinas Torres zaustavio je igru i tražio da spiker pročita obavijest protiv rasnog vrijeđanja. Igrači Barce i Saragoze okupili su se oko Etoa kako iskazali svoju potporu. Frank Rijkaard, tamnopusi trener Barcelone, uvjerio ga je da nastavi igrati.

1. veljače 2006.

UEFA organizira izuzetan događaj, konferenciju »Unitedagainstracism« (zajedno protiv rasizma) u Barceloni. Predstavnik rumunjske nogometne federacije Daniel Prodan umanjuje rasističke pojave na rumunjskim stadionima, unatoč jasnim dokazima o anticiganizmu na rumunjskim stadionima. Čak se i uzrujava oko toga bi li Romi trebali sebe zvati Romima, bojeći se toga da bi drugi mogli zamijeniti Rumunje i Rome. Pa ipak, oko 1,5 milijun rumunjskih državljanja je romskog podrijetla, a riječ Rom postoji u jeziku 8 do 12 milijuna Roma u Europi od prije nego što je ustanovljena rumunjska država.

Angel Maria Villar Llona, predsjednik Španjolske kraljevske nogometne federacije, čini neuvjerljivu i za mnoge nevještu intervenciju tijekom završne sjednice kon-

ferencije, pokušavajući ponovno rasizam na stadionima prikazati manjim nego što jest. Kao i vodeći ljudi drugih federacija, činilo se da mu je više stalo do opovrgavanja rasizma, nego do borbe protiv njega.

26. studenoga 2005.

Marca Zorroa, igrača Messine podrijetlom iz Obale Bjelokosti, tijekom kup utakmice vrijeđali su navijači milanskog Intera. Zorro je uzeo loptu i u suzama išetao s terena. Adriano, Interov tamnopusi Brazilac, uvjerio ga je da nastavi igru.

Prije toga, na utakmici protiv Trevisa, čitava je momčad Messine zacrnila svoja lica kako bi pokazali solidarnost.

29. studenoga 2005.

Marika Daudu, igrača Dinama iz Bukurešta podrijetlom iz Obale Bjelokosti, vrijeđali su navijači njegova vlastita tima koji su tijekom treninga na teren bacali banane.

23. listopada 2005.

Unatoč velikom skandalu i čestim suspenzijama u 2005. godini zbog rasističkih ispada na njihovom stadionu, navijači Steaue iz Bukurešta pjevali su »Mi mrzimo vrane (pogrdno za Rome i tamnopusite igrače), suspendirajte nas!« te su istakli dva transparenta, jedan na kojemu je pisalo: »Posljednja prilika za Rumunjsku – nulta tolerancija (na Rome)«, i drugi koji je prikazivao ogromnu vranu.

Premda se o tome naširoko izvještava, anticiganizam se tijekom utakmica na rumunjskim stadionima još uvijek tolerira. Rumunjska nogometna federacija i rumunjska profesionalna liga i dalje poriču ili ignoriraju rasizam na stadionima.

Trebamo djelovati prije nego što ta lijepa igra postane ružna. U zapadnoj Europi Thierry Henry, Ferdinand, Van Nistelrooy, Viera, Eto i Zorro zauzeli su se protiv rasi-

stičkog vrijeđanja tamnoputih igrača. Mnogi su im se pridružili.

Srednja i istočna Europa, zajedno s Balkanom, šuti kada se radi o rasizmu.

Poznati nogometaši donijeli su promjenu u borbu protiv rasizma. U studenome 2005. godine danski sudac Kim Nielsen isključio je igrača koji je rasistički vrijeđao drugog igrača. No takve se situacije ne događaju dovoljno često.

Rasizam je ružan. Ali nogomet je igra, i to lijepa igra. Pele, Eusebio, Eto, Zorro i svaki afrički ili romski igrač koji je ikada doživio rasističku uvredu, zaslužuju dan kada će im svatko iskazati poštovanje i razumijevanje za ono kroz što su prošli. Želim vidjeti dan kada će UEFA, FIFA, nacionalne nogometne federacije i sponzori nogometa zatražiti od svih nas da pođemo na stadione lica obojanih u crno u znak jasno iskazane potpore.

Michael Jordan jednom je rekao da nitko ne pamti gubitnike, bez obzira koliko se

oni trudili. Ako ne dobijemo bitku protiv rasizma, svi gubimo. To je lijepa igra, a ne rasistička.

PS. U Rumunjskoj pobjeđujemo. Krajem 2007. naša je kampanja *Rasizam uništava igru, naslje uništava život* imenovala Banela Nicolitu, rumunjskog romskog igrača ambasadorom protiv rasizma i nasilja u nogometu. Rumunjski nogometni savez prihvatio je borbu protiv rasizma i nasilja na stadionima kao prioritet za 2008. godinu.

Više pojedinosti pogledajte na :

<http://www.romadecade.org/index.php?content=187>

Valeriu Nicolae je izvršni direktor European Roma Grassroots Organisations (www.ergonetwork.org).



Izvadci iz govora

Ivana D'Alessandro

Koordinatorica projekta kampanje **Dosta!** na događanju povodom pokretanja kampanje u Republici Srbiji

28. veljače 2007., Medija centar, Beograd

Dame i gospodo,

Prije svega dopustite mi da vam svima zahvalim za zanimanje koje ste pokazali za kampanju Dosta!, kampanju podizanja svijesti, a time i za pitanja koja se tiču Roma.

Trebala bih iskoristiti i priliku da zahvalim svim Romima koji danas nisu ovdje, srpskim državljanima romskog podrijetla koje ste vidjeli na televizijskom spotu koji smo upravo prikazali, tim Romima koji su otvorili vrata svojih domova i svojih radnih mjesta kako bismo te prizore iskoristili za kampanju Dosta!

Televizijski spot jedno je od oruđa kampanje Dosta! On je rezultat savjetodavnog sastanka koji smo organizirali u suradnji s Odjelom za komunikacije Vijeća Europe (Council of Europe communication Department) i nekim romskim stručnjacima za medije koji su doprinijeli izradi scenarija. On se temelji na fotografijama napravljenim tijekom terenskog posjeta Srbiji koji je organiziran u suradnji s Udruženjem romskih studenata iz Novog Sada, a proizvela ga je producerska agencija ovdje u Srbiji. Glazba je Đelem, Đelem, romska himna, koju nam je ljubazno ustupio g. Šaban Bajramović.

Taj je spot jedno od oruđa koje namjeravamo proširiti uz pomoć medija, koje sa zadovoljstvom vidim danas ovdje. U stvari, ova kampanja zaslužuje da bude popraćena u medijima.

Mediji izravno ili neizravno doprinose razvoju kritičkog mišljenja stanovništva.

Oni su naš glavni izvor informacija. Oni su i izvor znanja. A znanje o »drugima« jest ključ za međusobno razumijevanje, ključ za gledanje na druge kao na naprosto susjede.

(...)

Još uvijek može izgledati paradoksalno da treba podizati svijest kako bi se u prvi plan izvuklo prava jedne skupine ljudi.

Možda bih vam uz pomoć nekih Roma koji su doprinijeli ovoj kampanji mogla dati još praktičnih primjera koji opravdavaju potrebu za takvim orđem.

Kada smo fotograf Vijeća Europe i ja u rujnu 2006. godine došli u Srbiju, susreli smo se s mladom ženom koja je sada romski aktivist. Pričala nam je o svome djetinjstvu. Ona je kći Roma i Srпкиnje; živjela je cijeli život u ne-romskoj četvrti i bila jedini romski učenik u školi. U toj je školi čula mnoge čudne i istovremeno strašne priče o Romima; neki su je prijatelji uvjerali da Romi kradu djecu; toliko se uplašila da je odlučila kriti svoj identitet i prestala je vjerovati i vlastitom ocu, za kojeg je mislila da vodi dvostruki život. Kada je postala tinejdžerka, imala je priliku upoznati druge Rome i shvatila je da su sve ono što je ranije čula bile predrasude.

Upoznali smo i farmaceuta u njegovoj apoteci. Njegova je osobna priča, naravno, priča o uspjehu. Ipak, on smatra da njegov osobni uspjeh nije važan, jer većina Roma i dalje pati i nema odgovarajuće životne uvjete. On kaže da je uspješan Rom onaj koji bi imao iste prilike kakve imaju i drugi. Smatra da bi te prilike trebalo pružiti svim Romima, kako bi oni mogli pokazati koliko mogu doprinijeti društvu u kojem žive.

Upoznali smo i poduzetnika koji je teško mogao shvatiti zašto nas zanima njegova priča. On je rekao, da je naprosto radio u inozemstvu nekoliko godina i potom se vratio natrag u svoju zemlju, Srbiju, čijem je

gospodarstvu htio doprinijeti na isti način kao što bi to učinio i bilo koji drugi srpski državljanin.

Upoznali smo mehaničara koji je istakao da Romi gube veći dio svoje kulture i tradicije kako bi se uklopili u europska društva. To je velik gubitak za koji smatra da si ga Romi ipak moraju priuštiti. Ono zbog čega žali jest da ta nastojanja većinsko stanovništvo ne prepoznaje uvijek, i da ona ne vode uvijek do željenog uklapanja u društvo.

Pa ipak, on i dalje misli da se Romi, unatoč diskriminaciji, moraju boriti za svoja prava, kako bi pokazali da su spremni ponuditi svoj doprinos društvu.

Na kraju, upoznali smo i suca. On misli da je jedna od najvećih promjena u suvremenom društvu podjela snaga koje je uvela Francuska revolucija; ali istakao je kako Romi nikad nisu imali pristupa ni do kakve političke moći. Prema njemu, Romi su osuđeni zbog pogrešaka koje nisu počinili i podnose teret jedne slike koja ne odgovara stvarnosti.

Zajedničko obilježje tih Roma koji su završili studije, pronašli posao, imaju prikladne stanove, njihova je koža. Svi su nam oni rakli kako su svjetliji od svojih prijatelja i stoga ne izgledaju tako »romski«.

Kada se razmišlja o Romima na površinu izbija velika zbirka stereotipa: Romi žive od prosjačenja i krađe, ne vole raditi, ne dopuštaju djeci da idu u školu, ne žele se uklopiti u društvo u kojem žive, i više vole živjeti u sklepanim naseljima... Ta negativna uvjerenja često su toliko jaka da svoj odraz nalaze i u nekim izrazima u našem jeziku. Ali ona su toliko jaka koliko su i pogrešna. Uvjeravam vas da **takva situacija nije srpska posebnost**. Romi su najdiskriminirani-

ja skupina u Europi, uključujući i zapadnu Europu. Pa ipak, nitko se ne bi trebao stidjeti svojeg etničkog podrijetla. Istina je da postoje Romi koji žive u naseljima stračara ili koji prosjače i krađu, ali mnogo puta to je tek rezultat bijednih životnih uvjeta i nedostatka mogućnosti, što ih priječi da budu građani uz puno poštivanje njihovih prava, dužnosti i težnji.

To je razlog zbog kojeg pokrećemo kampanju Dosta!

(...)

Uvijek kažemo da ne želimo zamijeniti vlade, nego da im želimo pomoći, kao i to da želimo da Romi budu dio našeg posla. U velikoj mjeri računamo na to da će romski vođe i zadužena ministarstva – na svim razinama – pomoći i podržati implementaciju i uspjeh ovog projekta.

Ne želimo da ovaj projekt bude isključivo zajednička akcija CoE i EC; očekujemo sudjelovanje vlasti država koje u njemu sudjeluju, kako bi one osjetile da su vlasnici projekta i kako bi se u potpunosti posvetile ostvarenju njegovih ciljeva. Nadamo se da ćemo s vladama koje sudjeluju podijeliti odgovornost za projekt, kao i njegov uspjeh.

Ovo bih predstavljanje željela zaključiti navodeći riječi direktora romskih novina ovdje u Srbiji: »Moja je poruka Romima da budu aktivniji u borbi za svoja prava, ali i da nastave u svojim nastojanjima da se integriraju u društvo. Ne-Romima bih rekao da Romima pruže mogućnost da zajedno grade europsko društvo, kako bismo imali Europu za sve. Jednom kada se to dogodi, moći ćemo svoja društva s ponosom zvati DEMOKRACIJAMA.

Hvala vam na pozornosti.

Glas Roma – što kažu neki od naših partnera



Ime: Biser Svetlinov

Zanimanje: Doktorand i voditelj projekta u Integro Association, Bugarska

Zemlja: Bugarska

Biser je student na doktorskom studiju i voditelj projekta u Integro Association u Bugarskoj. Ima 26 godina i zbog posla živi između svojeg sela i dva grada. Bugarin je, a govori bugarski, engleski, turski i romski. Voli čitati i planinariti. On je Rom.

U svojem kraju nije mogao lako naći posao, ali vjeruje da je u tome uspio zahvaljujući iskrenosti, osjećaju odgovornosti i motivaciji. Ono što najviše voli u poslu jest mogućnost upoznavanja i komuniciranja s drugima.

Pitanje: Što za vas znači biti Rom?

BS: To što sam Rom podsjeća me prije svega na moje podrijetlo, ali to istovremeno znači da pred vas uvijek dolaze izazovi, izazovi da uvijek dokazujete ili pokazujete da nema razlike između vas i onih koji predstavljaju većinsko stanovništvo.

Pitanje: Kako biste vi *gadžama* objasnili tko su Romi?

BS: Romi su narod koji je imao priliku upoznati više različitih kultura nego ikoji drugi narod na ovom planetu. Mi smo ljudska bića kao i bilo koje drugo ljudsko biće, a od ostalih se etničkih skupina razlikujemo samo zato što imamo različite poglede i to zbog stvari koje su se oko nas događale i pod utjecajem drukčijeg obrazovanja.

Pitanje: Koja je, po vama, najbolja osobina Roma i što je njihov najgori nedostatak?

BS: Najbolja je osobina Roma njihova gostoljubivost, a najgori nedostatak jest činjenica da su obično ovisili o drugima i to što su prihvatili da ih se smatra ljudima niže kvalitete.

Pitanje: Što je za vas najviša vrijednost u životu i zašto?

BS: Svakako poštivanje drugih, počev od obitelji pa sve do stranaca koje susrećete. Za mene je temelj za započinjanje odnosa poštivanje ljudi koje upoznate i njihovo prihvaćanje onakvih kakvi jesu.

Pitanje: Što biste poručili *gadžama* koji čitaju ovaj intervju?

BS: Sigurno bih im rekao: ne bojte se pristupiti Romima, kako biste ih upoznali i kako biste im postali prijatelji – nisu oni tako strašni!



Ime : Livia Jaroka

Zanimanje: Političarka

Zemlja : Mađarska

»Poznajem Rome i znam predrasude s kojima se suočavaju i znam da te predrasude ponekad potječu i

od medija. Kad bi mediji bolje znali tko su Romi, znali bi i to da ja nisam uopće izuzetak. Premalo je informacija koje daju i Romi i ne-Romi o stvarnoj situaciji Roma.

Zato mediji i politika vrlo rijetko mogu pokazati stvarnost, a to je da su Romi zajedno s ne-Romima izgradili svoje zemlje. Ako me pitate koja je razlika između Roma i ne-Roma, neću moći odgovoriti, jer razlike nema, osim možda fizičkog izgleda. Ono što ja znam jest da će dotle dok ljudi ne ustanu

u traženju društva koje neće provoditi diskriminaciju, svaka politika biti uzaludna».



Ime : Eva Rizzin

Zemlja: Italija

Zanimanje: Doktorat iz istraživanja o geopolitici i geostrategiji *anticiganizma* u Europi. Pripada manjini Sinta u Italiji. Surađuje sa sveučilištima, istraživačkim institutima i nevladinim organizacijama (OsservAzione i Sucar Drom). Članica je odbora »Rom e Sinti Insieme« (Rom i Sint zajedno)

Budućnost nas Roma i Sinta može biti konstruktivna jedino ako smo potpuno i aktivno uključeni kao sudionici u politici koja nas se tiče. Dug je još put pred nama kako bismo odstranili diskriminaciju, budući da je i najboja pravna regulativa neučinkovita ako nema političke volje da se ona provede u konkretne inicijative. Duboko sam uvjarena da je ta borba, kao i sve borbe za jednake mogućnosti, u prvom redu borba na razini razumijevanja, jer je današnje javno mnijenje potpuno neupućeno u naše kulture.



Ime : Grigori Raducan

Zanimanje: Romani NGO leader,« International Relations and foreign languages»

Zemlja : Republika Moldavija

Grigori ima 23 godine. Radi kao voditelj za romsku nevladinu organizaciju »International Relations and Foreign Languages«. Ono što mu se u njegovom poslu najviše sviđa jest činjenica da radi u međunarodnom okruženju te je stoga stalno u kontaktu s različitim kulturama. Omiljen mu je hobi čitanje. Govori romski, moldavski i

engleski. On je Rom. Odselio se iz mjesta u kojem je rođen i otada se mnogo toga promijenilo. Jedna je od pozitivnih stvari to što se prestao osjećati diskriminiranim i što ga je društvo u koje se doselio vrlo toplo prihvatilo; mogao je tamo započeti novi život i zato što ljudi nisu bili svjesni njegova podrijetla. Nažalost, otkrio je i to da su Romi svagdje diskriminirani.

Diskriminacija je i dio njegovih najgorih uspomena iz djetinjstva koje je unatoč tome bilo puno ugodnih trenutaka.

Grigori sebe opisuje kao mladog Roma: osjeća da je »biti Rom nešto više od nacionalnosti; to je moj karakter, moj način razmišljanja, moj mentalitet itd. Volim jedinstvenu romsku kulturu i mentalitet«.



Ime: Rade Ćirić

Zanimanje: mehaničar

Zemlja: Srbija

»Romi se strašno trude kako bi se uklopili u društva u kojima žive. Ponekad je to značilo gubitak njihove tradicije i prihvaćanje asimilacije kako bi preživjeli. Ali mi moramo sačuvati svoj identitet i naš najteži zadatak sada je odabrati koje vidove naše kulture čuvati, a koje tradicije odbaciti zbog osuvremenjivanja. Ta nastojanja treba prepoznati kao dokaz za voljnost Roma da postanu građani Europe.«



Ime: Zoran Jovanović

Profession: Sudac na sudu u Staroj Pazovi

Country: Srbija

Jedna od najvećih promjena u suvremenom društvu jest podjela snaga koju je uvela

Francuska revolucija; pa ipak, Romi nikad nisu imali pristupa ni do kakve političke moći. Romi su osuđeni zbog pogrešaka koje nisu počinili i podnose teret jedne slike koja ne odgovara stvarnosti.



Ime : Stevan Nikolić

Zanimanje: Direktor novina

Zemlja: Srbija

»Ne-Romi trebaju Romima pružiti mogućnost da promijene svoju sudbinu. Romi se trebaju otvoriti prema ne-Romima kako bi zajedno gradili europsko društvo. Kada se to dogodi, moći ćemo naša društva zvati »demokracijama«.



Ime : Carmen Santiago Heredia

Zanimanje: Odvjetnica, nacionalni delegat u European Roma and Travellers Forum

Country: Španjolska

»Kada sam bila dijete, najveći problem s kojim su se suočavali Romi u Španjolskoj bio je pristup obrazovanju, smještaju i zaposlenju. Danas je jasno da je glavni problem s kojim se trebamo pozabaviti diskriminacija. Vjerujem da je društvo sklono izdvajati one koji su »različiti« pa tako i Rome. Ali vjerujem i u to da smo mi, Romi, učinili izuzetan napor kako bismo se prilagodili načinu života društava u kojima živimo i stoga sebe ne smatramo različitima«.





Poglavlje 5

Korisni dokumenti



Vijeće Europe

Preporuke Odbora ministara (obvezujuće za sve zemlje članice Vijeća Europe)

Preporuka (2006)10 Odbora ministara zemljama članicama o boljoj dostupnosti zdravstvene zaštite za Rome i Putnike u Europi

(Recommendation (2006)10 of the Committee of Ministers to member states on better access to health care for Roma and Travellers in Europe)

Preporuka (2005)4 Odbora ministara zemljama članicama o poboljšanju uvjeta stanovanja Roma i Putnika u Europi

(Recommendation (2005)4 of the Committee of Ministers to member states on improving the housing conditions of Roma and Travellers in Europe)

Preporuka (2004)14 Odbora ministara zemljama članicama o kretanju i taborištim Putnika u Europi

(Recommendation (2004)14 of the Committee of Ministers to member states on the movement and encampment of Travellers in Europe)

Preporuka (2001)17 o poboljšanju ekonomskog položaja i situacije sa zapošljavanjem Roma/Cigana i Putnika u Europi

(Recommendation (2001)17 on improving the economic and employment situation of Roma/ Gypsies and Travellers in Europe)

Preporuka (2000)4 Odbora ministara zemljama članicama o obrazovanju romske/ciganske djece u Europi

(Recommendation (2000) 4 of the Committee of Ministers to member states on the education of Roma/ Gypsy children in Europe)

Preporuka (1983)1 o nomadima bez državljanstva i nomadima neodređene nacionalnosti

(Recommendation (1983) 1, on Stateless Nomads and Nomads of Undetermined Nationality)

Rezolucija (1975)13 o društvenoj situaciji nomada u Europi

(Resolution (1975) 13 on the Social Situation of Nomads in Europe)

Za daljnje upute posjetite: http://www.coe.int/t/dg3/romatravellers/archive/documentation/recommendations/default_en.asp

ECRI (European Commission Against Racism and Intolerance - Europska komisija protiv rasizma i netolerancije)

Europska komisija protiv rasizma i netolerancije (ECRI) promatračko je tijelo Vijeća Europe koje se bori protiv rasizma, ksenofobije, antisemitizma i netolerancije na širem području Europe i to iz perspektive zaštite ljudskih prava. Djelovanje ECRI pokriva sve mjere nužne za borbu protiv nasilja, diskriminacije i predrasuda protiv osoba ili skupina osoba na temelju rase, boje, jezika, vjere, nacionalnosti ili nacionalnog i etničkog podrijetla.

ECRI je ustanovio prvi Summit poglavara država i vlada zemalja članica Vijeća Europe. Odluka je sadržana u Bečkoj deklaraciji koju je Summit prihvatio 9. listopada 1993. Drugi Summit u Strasbourgu 10. – 11. listopada 1997. pojačao je djelovanje ECRI, a 13. lipnja 2002. godine Odbor ministara donio je za ECRI i poseban statut, učvršćujući njegovu ulogu kao nezavisnog tijela za promatranje ljudskih prava.

CRI(2007)39 ECRI – Preporuka opće politike br. 11 o borbi protiv rasizma i rasne diskriminacije u politici.

(CRI(2007)39 ECRI General Policy Recommendation N°11 on combating racism and racial discrimination in policing)

CRI (2003)8 ECRI – Preporuka opće politike br. 7 o nacionalnoj legislativi za borbu protiv rasizma i rasne diskriminacije

(CRI (2003) 8 ECRI general policy recommendation N°7 on national legislation to combat racism and racial discrimination)

CRI (2007)6 ECRI – Preporuka opće politike br. 10 o borbi protiv rasizma i rasne diskriminacija u školskom obrazovanju i kroz njega

(CRI (2007)6 ECRI General Policy Recommendation N°10 on combating racism and racial discrimination in and through school education)

CRI (98) 29 rev. ECRI – Preporuka opće politike br. 3: borba protiv rasizma i neto-

lerancije prema Romima/Ciganima (prihvaćena u ožujku 1998.)

(CRI (98) 29 rev. ECRI general policy recommendation N° 3 : Combating racism and intolerance against Roma/Gypsies (adopted in March 1998))

Za daljnje upute posjetite: http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/ecri/library/publications_en.asp

Konvencija o zaštiti ljudskih prava i temeljnim slobodama

(ETS br. 005)

Ponuđena na potpis zemljama članica Vijeća Europe u Rimu 4. studenoga 1950.

Stupanje na snagu: 3. rujna 1953.

(neslužbeni sažetak)

»Europska konvencija o ljudskim pravima« postavlja niz temeljnih prava i sloboda (pravo na život, zabranu mučenja, zabranu ropstva i prisilnog rada, pravo na slobodu i sigurnost, pravo na pošteno suđenje, nemogućnost kažnjavanja izvan zakona, pravo na poštovanje privatnog i obiteljskog života, sloboda mišljenja, savijesti i vjere, sloboda izražavanja, pravo na okupljanje i udruživanje, pravo na brak, pravo na učinkovitu odštetu, zabrana diskriminacije). Još više prava osiguravaju protokoli dodani konvenciji.

(Protokoli 1 (ETS No. 009), 4 (ETS No. 046), 6 (ETS No. 114), 7 (ETS No. 117), 12 (ETS No. 177) i 13 (ETS No. 187)).

Ugovorne strane prihvaćaju da će osigurati ta prava svima koji se nalaze pod njihovom ovlašću. Konvencija također ustanovljava međunarodne instrumente primjene. Kako bi se osiguralo da ugovorne strane poštuju preuzete obveze, osnovan je u Strasbourgu Europski sud za ljudska prava. On se bavi pojedinačnim i međudržavnim sporovima.

Među pravima koja jamči Konvencija postoje pravo na život, zabrana mučenja, zabrana ropstva i prisilnog rada, pravo na slobodu i sigurnost, pravo na pravedno su-

đenje, pravo na poštovanje privatnog i obiteljskog života, zabrana diskriminacije.

Za daljnje upute posjetite:

<http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/ListeTraites.asp?CM=8&CL=ENG>

Europski društveni ugovor

Europski društveni ugovor (u daljnjem tekstu »Ugovor«) određuje prava i slobode te ustanovljava nadzorni mehanizam koji jamči da ga poštuju države potpisnice. Izvorni sporazum iz 1961., nakon revizija postupno zamjenjuje revidirani Europski društveni ugovor iz 1996. koji je stupio na snagu 1999. godine.

Prava koja Ugovor jamči tiču se svih pojedinaca u njihovom svakodnevnom životu:

STANOVANJE

- pristup prikladnom i dostupnom smještaju;
- smanjenje beskućništva; stambena politika usmjerena na sve ugrožene kategorije;
- postupci za ograničavanje nasilnih deložacija;
- ravnopravna dostupnost socijalnog smještaja i stambenih povlastica za one koji nemaju nacionalnost države (u kojoj žive)
- izgradnja stanova i stambene povlastice povezani s obiteljskim potrebama

ZDRAVSTVO

- dostupna, učinkovita zdravstvena zaštita za cijelo stanovništvo;
- politika prevencije bolesti pomoću, osobito, jamstva zdrave okoline;
- otklanjanje opasnosti na poslu, kako bi se osiguralo da zakon potiče zdravlje i sigurnost na poslu i da se to jamči u praksi;
- zaštita majčinstva;

OBRAZOVANJE

- besplatno osnovno i srednje obrazovanje;
- besplatna i učinkovita služba za profesionalnu orijentaciju;
- dostupnost osnovne obuke (općenitog i strukovnog srednjeg obrazovanja), sveučilišnog i izvansveučilišnog visokog obrazovanja, strukovne obuke, uključujući stalnu poduku;
- posebne mjere za strane stanovnike;
- uključivanje djece s tjelesnim oštećenjima u redovno školovanje;
- dostupnost obrazovne i strukovne poduke osobama s tjelesnim oštećenjima

ZAPOŠLJAVANJE

- zabrana prisilnog rada;
- zabrana zapošljavanja djece mlađe od 15 godina;
- posebni radni uvjeti za starosnu skupinu od 15 do 18 godina;
- pravo da se za život zarađuje zanimanjem koje se slobodno odabere;
- gospodarska i socijalna politika sazdana tako da osigurava punu zaposlenost;
- pristojni radni uvjeti s obzirom na naknadu i radno vrijeme;
- zaštita od spolnog i psihičkog uznemiravanja;
- sloboda trgovačkog udruživanja i organiziranja poslodavaca kako bi branili svoje ekonomske i društvene interese; individualna sloboda odluke hoće li im se pridružiti ili ne;
- promicanje zajedničkog savjetovanja, kolektivnog cjenkanja, pomirenja i slobodne prosudbe;
- zaštita u slučaju otkaza
- pravo na štrajk
- dostupnost posla za osobe s tjelesnim oštećenjima.

PРАВNA I SOCIЈALNA ZAŠTITA

- pravni položaj djeteta;
- postupanje s mladim prijestupnicima;
- zaštita od lošeg postupanja i zlostavljanja;
- zabrana svake vrste izrabljivanja (spolnog ili bilo kojeg drugog);
- pravna zaštita obitelji (jednakost sudružnika međusobno i prema djeci, zaštita djece u slučaju raspada obitelji);
- pravo na socijalno osiguranje, socijalnu pomoć i socijalne službe;
- pravo na zaštitu od siromaštva i društvenog izopćavanja;
- skrb o djeci
- posebne mjere brige za starije.

KRETANJE OSOBA

- pravo na ponovno okupljanje porodice;
- pravo državljana da napuste zemlju;
- proceduralne mjere zaštite u slučaju de-ložacije;
- pojednostavljenje useljeničkih formalnosti

NEDISKRIMINACIЈA

- pravo žena i muškaraca na jednako postupanje i jednake mogućnosti za zapošljavanje;
- jamstvo svim pripadnicima naroda i strancima koji su legalno prijavljeni i/ili rade da se sva prava koja propisuje Ugovor primjenjuju bez obzira na rasu, spol, dob, boju, jezik, vjeru, mišljenje, nacionalno podrijetlo, društveno podrijetlo, zdravstveno stanje ili povezanost s nacionalnim manjinama;
- zabrana diskriminacije na temelju obiteljske odgovornosti;
- pravo osoba s oštećenjima na integraciju u društvo i sudjelovanje u životu zajednice.

Za daljnje upute posjetite: <http://www.coe.int/T/DGHL/Monitoring/SocialCharter/>

Okvirna konvencija o zaštiti nacionalnih manjina

Okvirna konvencija o zaštiti nacionalnih manjina iz 1994. godine stupila je na snagu 1. veljače 1998. Do sada ju je potpisalo 39 zemalja.

Iako to nije jedini dokument koji će se razviti u Vijeću Europe, a vezan je uz zaštitu nacionalnih manjina, Okvirna konvencija za zaštitu nacionalnih manjina sigurno je najopsežniji dokument u tom području. Štoviše, to je uopće prvi pravno obvezujući multilateralni instrument posvećen zaštiti nacionalnih manjina.

Okvirna konvencija utvrđuje načela koja treba poštovati i ciljeve koje ugovorne strane trebaju postići kako bi se osigurala zaštita osobne imovine nacionalnih manjina, uz istovremeno puno poštivanje načela teritorijalnog integriteta i političke neovisnosti država. Načela koja se iznose u Okvirnoj konvenciji trebaju se primijeniti kroz nacionalno zakonodavstvo i odgovarajuću vladinu politiku. Također se predlaže da se ta prava primjenjuju kroz bilateralne i multilateralne sporazume.

Glavni operativni dio Okvirne konvencije jest odjeljak II, koji sadrži specifična načela o širokom spektru pitanja, između ostalog:

- nediskriminacija
- promicanje učinkovite jednakosti;
- promicanje uvjeta koji se tiču čuvanja i razvoja kulture i čuvanja vjere, jezika i tradicije;
- sloboda okupljanja, udruživanja, izražavanja, mišljenja, savjesti i vjere;
- pristup medijima i njihovo korištenje
- jezična sloboda:
- uporaba manjinskog jezika privatno i u javnosti, kao i njegova uporaba pred administrativnom vlašću;
- uporaba vlastitog imena;
- isticanje informacija osobne prirode;
- topografska imena na manjinskom jeziku;
- obrazovanje:
- učenje o manjinskom jeziku i podučavanje na njemu;
- sloboda za osnivanje obrazovnih ustanova;
- prekogranični kontakti;
- međunarodna i prekogranična suradnja;
- sudjelovanje u ekonomskom, kulturnom i društvenom životu;
- sudjelovanje u javnom životu;
- zabrana prisilne asimilacije.

Za više informacija posjetite : http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/minorities/default_en.asp

Europska unija

- Direktiva Vijeća Europske unije 2000/43/EC od 29. lipnja 2000. koja primjenjuje načela jednakog postupanja s osobama bez obzira na njihovo rasno ili etničko podrijetlo i Sporazum o Europskoj uniji te Ugovor o temeljnim pravima Europske unije;
- Temeljne smjernice za poboljšanje situacije Roma koje je usvojila Europska unija (COCEN Grupa) na Summitu u Tampereu u prosincu 1999. godine.
- Rezolucija Europskog parlamenta o položaju Roma u Europskoj uniji prihvaćena 28. travnja 2005.;
- Rezolucija Europskog parlamenta o položaju romskih žena u Europskoj uniji, prihvaćena 1. lipnja 2006.;
- Rezolucija Europskog parlamenta od 31. siječnja 2008. o europskoj strategiji za Rome.

Za više uputa posjetite:

http://fra.europa.eu/fraWebsite/roma/roma_en.htm






Dodatak



Video zbirka za kampanju Dosta!


1. Svečanost dodjele kongresne nagrade kampanje Dosta! za općine i promocija CD-a »Music Beyond Prejudice (Glazba bez predrasuda)« (2m 06s)
2. Poruka gospođe Esmee Redžepove (makedonski, 22s)
3. Razgovor s g. Michaelom Guetom, predstojnikom Odjela Vijeća Europe za Rome i Putnike (francuski, 2m)
4. Razgovor s g. Henryjem Sciclunom, koordinatorom Vijeća Europe za pitanja Roma (talijanski, 1m 20s)
5. Razgovor s g. Terryjem Davisom, Glavnim tajnikom Vijeća Europe (engleski, 1m 24s)
6. Razgovor s g. Thomasom Hammarbergom, povjerenikom Vijeća Europe za ljudska prava (engleski, 2m 24s)
7. Razgovor s gđom Liviom Jaroka, članicom Europskog parlamenta (engleski, 2m 34s)
8. Prikaz kampanje Dosta! za Euronews (engleski, 2m)
9. Prikaz kampanje Dosta! za Euronews (francuski, 2m)
10. Jekh Kham Jekh Sel, dokumentarni film Balkan Sunflowers za kampanju Dosta! (rumunjski s engleskim titlovima, 20m)
11. I Romi su Europa, dokumentarni film Foruma mladih europskih Roma (Forum of European Roma Young People (FERYP)) za kampanju Dosta! (razni jezici s engleskim titlovima, 14m)
12. Isječak iz tiska o regionalnom festivalu »Umjetnost protiv stereotipa«, Televizija Crne Gore (3m 15s)
13. Televizijski spot koji je realiziralo Udruženje romskih studenata iz Novog Sada, pobjednik natječaja za najbolji video o kampanji Dosta! (srpski s engleskim titlovima, 60s)
14. Televizijski spot kampanje Dosta! (sve postojeće verzije, 55s i 25s)

E-mail : info@dosta.org
Tajništvo : Odjel Vjeća Europe za Rome i Putnike
(Council of Europe Roma and Travellers Division)
F-67075 Strasbourg Cedex
Osoba za kontakt: Ljiljana Stojisavljević




Romska se prava u Europi svakodnevno krše. Romi ne dobivaju zaposlenja, njihova djeca ne dobivaju mjesta u školi. Njihovu zajednicu često se smatra marginalnom i zaostalom, što uvelike pridonosi tome da oni na svojim leđima osjećaju društvenu izopćenost.

U stvari, pak, Rome se može smatrati prvim europskim narodom, budući da su oni »probili« europske granice puno prije nego što je postojao bilo kakav međunarodni sporazum ili konvencija. Putovali su Europom, obogaćujući svoju kulturu kulturom zemlje u kojoj su boravili, a istovremeno obogaćujući i samu europsku kulturnu baštinu.



Vijeće Europe je čuvar ljudskih prava u Europi i naša je dužnost osigurati poštivanje prava svih. Nije nužno jedino da Romi imaju sustav koji im osigurava ljudska prava, već ih treba prihvatiti i kao dragocjen dio europske kulture.

U tom zadatku Europska komisija pruža potporu Vijeću Europe; obje institucije provode kampanju kako bi se promijenili stavovi – kako bi podsjetili da Romi imaju ista prava kao i bilo koji drugi Europljani. To je paradoks naše kampanje: kampanja za priznavanje građanskih prava manjinskim skupinama uopće ne bi trebala biti potrebna. Mi se borimo za ukidanje predrasuda, postavljajući Europljanima izazov: »Oslobodimo se predrasuda: upoznajmo Rome!«



Pribor za kampanju Dosta! zamišljen je kako bi vam pomogao razumijeti što je kampanja Dosta! i kako je vi možete iskoristiti za borbu protiv *anti-ciganstva*, i to poduzimajući sasvim konkretne akcije na lokalnoj razini. Pribor uključuje i video materijale koje vi ili medijski djelatnici možete koristiti bez ikakve naknade kada izviještavate o Romima. Materijal koji je proizveden u kampanji Dosta! ne treba se smatrati iscrpnom slikom vrlo složene romske kulture i identiteta, već samo poticajem, uz vašu pomoć, za početak doprinosa borbi protiv predrasuda i stereotipa o Romima,

Više informacija na: <http://www.osce.org/odihr/44247>