



Romski resursni centar

Sv. Ivana Krstitelja 109, 31326 Darda
e: rkuddarda@gmail.com
MB: 1674609, OIB: 31750694179

Komunikacijska strategija romske udruge Romski resursni centar

1. Uvod

Romska udruga Romski resursni centar djeluje u smjeru ostvarenja boljitka prvenstveno romske, ali i šire zajednice pri čemu su prihvaćene slijedeće vrijednosti i načela koji služe kao smjernice u životu zajednice:

1. Multietičnost, solidarnost, suradnja, jednakost, tolerancija, dobrovoljnost (volontarizam),
2. Kroz svoje aktivnosti RRC stavlja veliki naglasak na kreativnost članova i provodi i/ili potpomaže nove ideje koje mogu voditi većoj prihvaćenosti gore navedenih načela i vrijednosti.

RRC djeluje s ciljem:

- Poticanja multietičnosti i multikulturalnosti
- Okupljanja građana Roma i ne Roma, djece i mladih u cilju njegovanja i očuvanja kulturno umjetničkog stvaralaštva, kulturnih tradicija i običaja te druženja
- Razvijanja i unapređivanja kulturno-umjetničkog amaterizma
- Poticanja mladih na obrazovanje (formalno i neformalno)
- Prevencije neprihvatljivog ponašanja djece i mladih

Očuvanja i promoviranja kulturne baštine i osnaživanja nacionalnog identiteta Roma

Ova komunikacijska strategija definira načine na koje će se organizacija učinkovito obraćati različitim ciljnim skupinama, graditi prepoznatljiv identitet i širiti pozitivnu sliku o romskoj zajednici.

2. Ciljevi komunikacije

- **Povećati vidljivost udruge** i njenih aktivnosti u javnosti.
- **Smanjiti stereotipe i predrasude** prema romskoj zajednici kroz edukativne i pozitivne priče.
- **Povećati sudjelovanje Roma** u društvenom i kulturnom životu.
- **Ojačati suradnju** s lokalnim institucijama, školama i medijima.
- **Privući nove partnere i donatore** za projekte.

3. Ciljne skupine

Primarne: Romska zajednica (djeca, mladi, žene, roditelji)

Sekundarne: Šira javnost, lokalna vlast, škole, socijalne službe, mediji, donatori

Tercijarne: Nacionalne i međunarodne organizacije koje se bave kulturom, umjetnošću, obrazovanjem, ljudskim pravima i manjinama

4. Ključne poruke

„Romi su ravnopravni građani s bogatom kulturom i tradicijom.“

„Obrazovanje i sudjelovanje Roma jača cijelu zajednicu.“

„Zajedno rušimo predrasude – kroz dijalog i suradnju.“

„Mladi Romi mijenjaju budućnost.“

5. Kanali komunikacije

Kanal	Način upotrebe	Ciljna skupina
Facebook / Instagram	Objave o događanjima, priče članova, edukativni sadržaj	Mladi, šira javnost
Web stranica	Vijesti, projekti, resursi, kontakt	Donatori, institucije
Lokalni mediji (radio, novine)	Intervjui, najave događaja	Šira javnost
Radionice i javne tribine	Izravna komunikacija, dijalog	Lokalna zajednica
e-mail	Obavijesti o projektima, pozivi	Partneri, donatori

Kanal	Način upotrebe	Ciljna skupina
Plakati, brošure, letci	Promocija događanja i projekata	Lokalna zajednica, osječko-baranjska županija, Republika Hrvatska...

6. Ton i stil komunikacije

Pozitivan i inkluzivan – naglasak na zajedništvu, uspjehu i suradnji.

Jasan i razumljiv – izbjegavati birokratski jezik.

Vizualno prepoznatljiv – koristiti boje i simbole koji predstavljaju romsku kulturu.

7. Aktivnosti i alati

- Organizacija kampanje „**Moja priča, naš ponos**“ – video priče Roma koji su uspješni u obrazovanju, kulturi i radu.
 - Provedba radionica o **medijskoj pismenosti i javnom nastupu** za članove udruge.
 - Suradnja s lokalnim školama i vtrićima na **projektima**
 - Redovito **mjesečno izvještavanje** na web stranici i društvenim mrežama.
-

8. Praćenje i evaluacija

Broj objava i dosega na društvenim mrežama.

Broj medijskih priloga o aktivnostima udruge

Broj sudionika u radionicama i događanjima.

Povratne informacije zajednice (ankete, komentari).

9. Rizici i rješenja

Rizik	Moguće rješenje
Negativni komentari na društvenim mrežama	Brza, smirena i edukativna reakcija
Nedostatak resursa za kampanje	Partnerstva s lokalnim institucijama i volonterima
Slaba medijska zainteresiranost	Proaktivno slanje priopćenja i osobni kontakti s novinarima

10. Zaključak

Uspješna komunikacija ključna je za jačanje povjerenja i razumijevanja između romske zajednice i društva. Kroz ovu strategiju, Romski resursni centar želi biti primjer transparentnog, pozitivnog i aktivnog glasnogovornika Roma u Hrvatskoj.

Ovu komunikacijsku strategiju romske udruge Romski resursni centar izradili i kreirali
Andrea Mekić i Jovica Radosavljević