

O Romech. S Romy? Tři desetiletí práce na změně mediálního obrazu, který zůstává stále „vyosený“²

Úvod: Otázka, která se vrací

Jak se v českých médiích proměnil obraz Romů? A co se na jeho podobě změnilo za více než tři desetiletí, během nichž se Romové sami snaží do jeho vytváření aktivně vstupovat?

Otázka není nová. V různých podobách se vrací od počátku devadesátých let, kdy se po pádu komunistického režimu otevřel prostor pro svobodnější veřejné působení Romů a současně se začala formovat jejich vlastní mediální scéna. Od té doby vznikla romská média, přibýlo, i když stále poskrovnu, profesně zdatných romských novinářů, vznikly organizace a instituce schopné vstupovat do veřejné debaty a někteří novináři z řad Romů se postupně stali díky své píli a odbornosti součástí mainstreamových redakcí.

Přesto není možné po více než třiceti letech říci, že by se mediální obraz Romů zásadně přiblížil rozmanitosti jejich skutečného života, různorodosti jejich politických sympatií, vzdělanostní úrovni, společenskému postavení, literárnímu a hudebnímu vkusu apod.

To ovšem neznamená, že se nic nezměnilo. Naopak. Bez dlouhodobé a systematické práce romských novinářů, médií a dalších aktérů by byl prostor pro jiný obraz v českých médiích nepochybně výrazně menší. Vlastní romská média vytvořila možnost mluvit za sebe, vstup novinářů z řad Romů do mainstreamu rozšířil okruh lidí, kteří mohou témata spojená s Romy zprostředkovávat, a organizace pracující s médii vytvořily mechanismy, díky nimž lze na stereotypní nebo nepravdivé informace reagovat rychleji než v minulosti.

Současně však zůstává problém, který se v různých podobách objevuje ve výzkumech, veřejných debatách i každodenní novinářské zkušenosti: mediální

1 Autorka je novinářka, moderátorka, v současnosti se věnuje také PR a mediálním konzultacím. Email: jarmila.balazovacz@gmail.com

2 Jak citovat: Balážová, J. (2026). O Romech. S Romy? Tři desetiletí práce na změně mediálního obrazu, který zůstává stále „vyosený“. *Romano džaniben* 33(1): 75–84. DOI: <https://doi.org/10.66576/journal.2026.01.04>

obraz Romů je stále v mnoha ohledech „vyosený“. Co tím myslím? Nejde jednoduše o tvrzení, že česká média zobrazují Romy negativně. Takové hodnocení by bylo příliš zjednodušující. Jednotlivé zprávy mohou být zcela pravdivé, legitimní a novinářsky oprávněné. Problém vzniká spíše na úrovni celku a struktury mediální pozornosti. Některé situace, témata a role, v nichž se Romové objevují, jsou v médiích dlouhodobě mnohem viditelnější než jiné.

Romové jsou nadproporčně spojováni s kriminalitou, sociálními problémy, konflikty, bydlením, chudobou, veřejnými zásahy nebo „problémovým soužitím“. Vedle těchto negativních obrazů existují i stereotypy zdánlivě pozitivní – představa Romů jako přirozených hudebníků a tanečníků, lidí s „temperamentem“, výjimečnou emocionalitou nebo specifickou spiritualitou. Ani pozitivně zabarvený stereotyp však nepřestává být stereotypem s dopadem na život těch, kterých se týká.

Výsledkem se stává obraz, který sice může být složen z jednotlivých pravdivých výpovědí, ale přesto neodpovídá rozmanitosti skutečného života. Problémem tedy není zpravidla nepravdivost jednotlivých zpráv, ale součet těch, které se systematicky koncentrují na stejný typ situací. A nejde pouze o to, jak se o Romech píše, ale také kdy se o nich píše, v jakých souvislostech a v jakých rolích se v médiích objevují. A zda a jak to ovlivňuje jejich život a zejména zda a jak mohou tento obraz sami ovlivnit.

Právě tato témata se stala klíčovými ve veřejné debatě „O Romech. S Romy?“, kterou uspořádala organizace Romea 8. července 2026 v Praze. Debaty, kterou moderovala autorka tohoto textu, se účastnili vedoucí blogu iDNES.cz Patrik Banga, Tomáš Bystrý, editor z Českého rozhlasu, socioložka médií Renáta Sedláková z Univerzity Palackého a Jan Jiříčka, editor domácí rubriky Deníku N. Hovořilo se o obrazu Romů v českých médiích, spolupráci romských a mainstreamových redakcí, zásadních výzvách souvisejících se současným chodem redakcí a jejich personálním zmenšováním, o nástupu sociálních sítí, AI nástrojů apod.

Dnes tak stojíme před poněkud jinou otázkou než na začátku devadesátých let. Nejde už jen o to, zda Romové mají hlas, ale o to, jestli mají i vliv a jaký vlastně? Lze ho vůbec ještě umocnit, případně jak, v kontextu dnešní doby, v rychlosti šíření informací a skutečnosti, že za nimi již dávno nestojí pouze média povinná jejich ověřováním a dodržováním jistých pravidel?

Pro získání odpovědi je nutné se podívat na počátky formování romského angažování po listopadu 1989. Následující text si přitom neklade za cíl podrobně líčit vznik všech romských periodik a médií, ale připomenout kontext a klíčové momenty i osobnosti, které postupně formovaly debatu spojenou s médii, ať už nejprve z pozice aktivistů, spisovatelů, či později již výrazněji strukturovanou těmi, kteří se médii a jejich fungováním zabývali profesionálně.

Nejdříve bylo potřeba vytvořit vlastní hlas

Příběh systematické, dodnes trvající romské mediální přítomnosti začíná prakticky bezprostředně po listopadu 1989. Prvním médiem té doby byl bulletin vydávaný politickou stranou Romská občanská iniciativa (ROI), později transformovaný do týdeníku *Romano kurko*. Za jeho vznikem stál zejména JUDr. Emil Ščuka a jeho bratr Milan Ščuka, který působil v čele vydavatelství ROMART (od roku 1995 Občanské sdružení pro romský národnostní tisk ČR) s redakcí v Brně. Dlouholetým šéfredaktorem byl romský básník Jan (Janko) Horváth. K tomuto periodiku se přidávaly postupně další měsíčníky, v jejichž čele stáli lidé ze zmiňované politické strany, ale také někteří romští spisovatelé, např. Margita Reiznerová, Gejza Horváth a další.

Již v roce 1991 vznikl z iniciativy právníka a tehdejšího předsedy ROI, Emila Ščuky, v Československé televizi romský televizní magazín *Romale*. Na jeho přípravě se od roku 1991 podílel vedle Emila Ščuky také Ivan Veselý. Historické prameny zároveň dokládají, že magazín *Romale* patřil mezi první výrazné pokusy vytvořit v českém televizním prostoru pravidelný pořad vyráběný, moderovaný a režírovaný samotnými Romy.

O rok později, 1. listopadu 1992, vznikla v Českém rozhlasu romská redakce, která začala připravovat pořad *O Roma vakeren*. U jejího vzniku stála společně s dalšími kolegy i autorka tohoto článku a redakci do poloviny roku 1998 vedla.

Nešlo však pouze o potřebu „mít vlastní časopis nebo vlastní pořad“, nýbrž o snahu vytvořit mediální prostor, v němž budou Romové sami schopni definovat témata, o nichž se má mluvit, a zároveň nabídnout většinové společnosti jiný typ informací o Romech. Vznik romského vysílání ostatně souvisel i s tehdejšími debatami o rasistických útocích a postavení Romů.

Stejně jako v případě televizního pořadu *Romale* ani Český rozhlas předtím nikdy neměl vlastní pravidelnou relaci vyráběnou samotnými Romy. Další důležité rovnítko mezi pořady ve dvou zmiňovaných veřejnoprávních médiích tkví ve faktu, že i tento pořad vznikl jen díky rok trvajícímu usilovnému snažení Romů s jasně definovanou potřebou – „chceme vlastní prostor, vlastní pohled, možnost vlastních komentářů a mediálního vlivu“. Vysílání právě proto nikdy nebylo zamýšleno jako uzavřený prostor „pro Romy“, ale coby most mezi Romy a většinovou společností. Navíc to mělo další rozměr ovlivněný obdobím silných rasistických nálad a násilných útoků vůči Romům v devadesátých letech. Potřeba vlastního hlasu tedy nebyla abstraktní kulturní otázkou, ale potřebou reagovat na události, informovat, vysvětlovat a bránit se obrazu, který o Romech vytvářela část veřejného prostoru. Přinášet nejen očekávané informace o historii a literatuře, ale také rozhovory s odborníky, závažná společenská a politická témata, výrazný hlas týkající se tehdejších protiromských nálad a útoků, formování pohledu na romský holokaust a koncentrační tábory v Letech u Písku a v Hodoníně u Kunštátu

očima samotných Romů. Stejně tak byla potřeba vytvářet možnost, kdy se samotní novináři z řad Romů ptají politiků na jejich postoje v těchto otázkách apod.

Tuto historii spojenou s vývojem tzv. romské mediální scény zde připomínám vedle širšího kontextu také proto, že mediální infrastruktura, která se později stala základem dalšího vývoje, nevznikala sama od sebe. Stála za ní relativně malá skupina konkrétních lidí, kteří si velmi brzy uvědomili, jak přímý vliv má mediální obraz na postavení Romů ve společnosti, na jejich přijímání, život a šance v něm.

Od vlastních médií k mainstreamu

Vlastní média znamenala pouze první krok. Pokud by totiž romské sdělovací prostředky zůstaly uzavřené pouze pro vlastní, specifické publikum, samy sobě by omezily schopnost měnit většinový obraz Romů. Proto jsme poměrně brzy přišli s další strategií: vstupovat do mainstreamových médií, spolupracovat s jejich redakcemi a dostávat Romy do veřejného prostoru i v jiných než etnických rolích. Výrazně lépe se to daří tam, kde přímo v redakcích působí Romové na pozicích dramaturgů, moderátorů, editorů či redaktorů. Z vlastní zkušenosti jsme o tom ve zmiňované debatě Romey hovořili v podstatě všichni přítomní romští novináři – Tomáš Bystrý, Patrik Banga i moderující Jarmila Balážová. V této souvislosti byla zmíněna i role Richarda Samka působícího ve zpravodajství České televize.

Všichni jmenovaní sehrávali a sehrávají v léta trvající snaze objektivizovat a rozšířit obraz Romů v médiích a veřejném prostoru výraznou roli. Jejich zkušenosti, kontakty v redakcích i profesní důvěra, kterou si mezi ostatními novináři budovali řadu let, umožňují právě takto cílenou spolupráci.

Na formování mediálního obrazu Romů se výrazným způsobem podílela bezpochyby i organizace Romea, která vedle vlastní mediální činnosti navázala na předchozí snahy sdružení Dženo a pomáhá připravovat další Romy na profesionální vystupování ve veřejném prostoru a v médiích.

Od vlastního média k mediální infrastruktuře

Organizace Romea vznikla na přelomu let 2002 a 2003 jako reakce na absenci výrazného „hráče“ na mediálním poli, který by byl schopen vytvářet širší mediální infrastrukturu. Vedle dodnes vycházejícího měsíčníku *Romano vodě*, jehož první číslo vyšlo v únoru 2003, byl spuštěn zpravodajský server Romea.cz. Ten nabízí aktuální zpravodajství týkající se života Romů.

Romea se však nestala „jen“ dalším romským médiem. Výrazným způsobem budovala autonomní mediální zázemí: vlastní obsah, vlastní přispívající redaktory a vystupující moderátory, možnost rychlé reakce na aktuální dění, archiv, video produkci, kontakt s mainstreamovými redakcemi i prostor pro témata, která by jinak nemusela získat dostatečnou pozornost. V tom spočívá její největší význam.

Zatímco vlastní médium říká: „Budeme mluvit sami za sebe.“, organizace schopná systematicky pracovat s mainstreamem přidává ještě něco dalšího: „Budeme se snažit ovlivnit i to, co se o nás dozví většinová společnost.“ O totéž se pochopitelně snažili i autoři *Romale* a *O Roma vakeren*, ovšem s omezením periodicity ovlivňované vedením České televize a Českého rozhlasu.

Tento typ práce Romey byl postupně vnímán pozitivně i zvenčí. Romea se vedle útoků a nenávisných komentářů dočkala i ocenění – například za přispívání k vyváženějšímu zobrazování Romů, upozorňování na příběhy lidí a události, které by jinak mohly zůstat bez povšimnutí, a za spolupráci s mainstreamovými médii.

Tady se už dostáváme od vlastního hlasu k určitému typu mediálního vlivu. Ani ten však není automatický. Český mediální prostor se sice rozšířil o nové zdroje a nové aktéry, ale samotné mechanismy, které rozhodují o tom, co se stane zprávou a co nikoli, zůstaly do značné míry v rukou tradičních redakcí. A právě zde se začíná ukazovat limit dosavadní práce.

Rok 2003: problém nebyl jen v negativním obrazu

V roce 2003 jsem se k tématu mediálního obrazu Romů dostala také v mezinárodním kontextu. Pro regionální seminář odborníků pro východní Evropu, který se konal v Praze pod záštitou Úřadu vysokého komisaře OSN pro lidská práva, jsem připravila odborný podklad, který se věnoval romským novinářům, médiím a způsobu, jakým média přispívají k vytváření obrazu Romů (Balážová, 2003). Následná oficiální zpráva ze semináře shrnula jeho hlavní argumenty. Upozorňovala na význam specializovaných romských médií, ale současně zdůrazňovala potřebu přítomnosti Romů v médiích většinové společnosti. Poukazovala na riziko stereotypního a povrchního informování a na potřebu vzdělávání romských novinářů. Zároveň navrhovala systematictější monitoring mediálního pokrytí témat týkajících se Romů.

Z dnešního pohledu je pozoruhodné, kolik z těchto témat zůstává živých. Už tehdy totiž nebylo možné problém popsat pouze jako „negativní zobrazování Romů“. Šlo také o to, kdo má přístup k médiím, kdo je považován za relevantní zdroj, jaká témata se vybírají, zda se Romové objevují i v jiných rolích než jako objekt sociálního problému, zda existuje dostatek romských novinářů, zda a jak mají možnost ovlivňovat samotné mediální prostředí.

Po více než dvaceti letech se ukazuje, že tato otázka byla položena správně. Jen se mezitím změnilo prostředí, ve kterém se odehrává.

Co vlastně znamená „vyosený obraz“?

Vyosený obraz neznamená totéž co obraz negativní. Je to obraz sestavený nepoměrně. Některé části reality jsou v něm přítomny výrazně častěji než jiné.

Budme názorní: Kriminalita je zpráva. Konflikt je zpráva. Sociální problém je zpráva. Výjimečný úspěch je zpráva. Běžný život ale většinou zprávou není.

Pokud bychom Romy znali pouze prostřednictvím českého zpravodajství, získali bychom proto velmi omezenou představu o jejich skutečném životě.

Analýzy mediálního pokrytí tento problém dlouhodobě ukazují. Například analýza Agentury pro sociální začleňování za období od července 2011 do května 2012 uváděla, že více než polovina příspěvků referujících o Romech souvisela s kriminalitou; v 80 % případů tohoto typu byli Romové prezentováni jako pachatelé násilné kriminality, nikoli jako oběti.

Neznamená to samozřejmě, že média dnes píší o Romech pouze tímto způsobem. Takový závěr by byl stejně zjednodušující jako tvrzení opačné. Význam těchto zjištění spočívá v něčem jiném. Ukazují mechanismus selektivní viditelnosti. Pokud se některé typy událostí opakovaně dostávají do médií a jiné nikoliv, vzniká obraz, který může být jednotlivě pravdivý, ale jako celek neúplný. A to je podstata vyosení. Právě proto se musíme ptát nejen, zda je tato informace pravdivá, ale rovněž jaký obraz vzniká, když podobných informací zveřejňujeme desítky, stovky?

Jedním z nejzajímavějších posunů v současné debatě je proto otázka selektivní viditelnosti. Romové se v médiích mohou objevit velmi často – a přesto může být jejich obraz neúplný. Je rozdíl mezi tím, když se o skupině píše často, a tím, když je v médiích reprezentována ve své skutečné rozmanitosti.

Pokud jsou dominantními tématy kriminalita, chudoba, segregace, bydlení, sociální dávky, konflikty nebo zásahy institucí, publikum si postupně vytváří mentální zkratku: Rom = problém. Pak stačí další zpráva, která tuto zkratku potvrzuje. Tím se vytváří mechanismus, který nemusí být založen na vědomém rasismu jednotlivých novinářů. Stačí, že určité téma odpovídá očekávání, a proto se snáze stane zprávou.

To je jeden z důvodů, proč je třeba pracovat s pojmem *news values*, tedy hodnotami, které rozhodují o zpravodajské atraktivitě. Konflikt, překvapení, mimořádnost, negativita nebo personifikace mají tradičně vysokou zpravodajskou hodnotu. Každodennost nikoli. Jenže běžný život je přesně to, co vytváří skutečný obraz společnosti. A právě proto se mediální obraz Romů může vychýlovat. Etnizace v podstatě nezmizela. Jen se proměnila. Další příklad představuje způsob, jakým média pracují s etnicitou.

Je nepochybně pozitivním posunem, pokud média přestávají automaticky označovat pachatele nebo jiné aktéry jako Romy v situacích, kdy jejich etnický původ není relevantní. Výzkum socioložky Renáty Sedlákové, další z účastnic

zmiňované veřejné debaty Romey o médiích, však ukazuje, že samotné odstranění explicitního označení ještě nemusí znamenat odstranění etnizace (Sedláková, 2021). Její analýza televizního zpravodajství České televize mezi lety 2000 a 2015 ukázala dlouhodobou tendenci zobrazovat Romy především prostřednictvím skupin, dětí a mladých lidí a prostředí, v nichž žijí – například zanedbaných či sociálně vyloučených lokalit. Naopak výrazně chybělo zobrazování Romů v autoritativních či expertních rolích. A to je velmi zásadní. Etnicita totiž nemusí být napsaná v titulku. Může být ukázaná. Obsažena ve fotografii, videu, archivních záběrech. V místě natáčení. Ve výběru lidí, kteří jsou zobrazeni. V prostředí, které je připojeno ke konkrétnímu příběhu. Text může být zcela korektní, ale obraz může zároveň aktivovat stereotyp.

A existuje i opačný mechanismus: úspěšný Rom může být v médiích prezentován jako „výjimečný Rom“. Tím se jeho úspěch sice zviditelní, ale současně se potvrzuje představa, že úspěch Roma je něčím mimořádným. Tady se opět vracíme k Romee, ale i dalším novinářům. Když, byť v dobrém úmyslu, zdůrazňují etnicitu například už v titulku typu „Rom XY je doktor“, přispívají tím ke stereotypizaci, nebo se naopak snaží prostřednictvím pozitivních příkladů rozšířit obraz Romů v médiích?

„O nich bez nich“ jako otázka moci

Tradiční formulace „o nás bez nás“ zůstává relevantní. Sama o sobě ale nestačí. Důležitější otázka zní: Kdo v mediálním příběhu jedná a kdo je pouze předmětem jednání? Zpráva může být označena jako příběh o Romech, ale ve skutečnosti se může jednat především o příběh o tom, co pro Romy nebo s Romy dělá stát, obec, policie, ministerstvo, nezisková organizace nebo jiná instituce. A to vytváří určitou hierarchii mediálních rolí: Rom jako objekt opatření → Rom jako příjemce pomoci → Rom jako respondent → Rom jako expert → Rom jako iniciátor či aktér.

V rámci této škály je možné sledovat, zda média Romům přiznávají pouze možnost reagovat, nebo také možnost jednat a definovat problém. A to je zásadní rozdíl. Člověk může dostat prostor v televizním studiu, může odpovédět na otázku novináře, může být citován v článku. Přesto nemusí mít žádný vliv na to, jaké téma se otevře, jak bude formulováno a v jakém rámci se o něm bude hovořit.

Další, čím dál častěji se opakující otázka, která novinářům bez ohledu na typ média výrazně komplikuje práci, je: Kdo má nebo by měl mluvit za Romy? Mnohdy si s tím novináři neví rady a dělají chyby. A navíc se tím dostáváme k dalšímu paradoxu.

Je dobře, že dnes existují Romové, na které se novináři mohou obrátit. Problém nastává ve chvíli, kdy se jejich počet příliš nemění a několik stejných osob se postupně stává téměř univerzálními mluvčími a jejich odbornost spočívá jen v tom, že jsou Romové nebo o sobě tvrdí, že někoho zastupují. Patrik Banga

v červencové debatě popsal zkušenost, kdy se na něj novináři obracejí například k tématu segregovaného školství především proto, že je Rom, nikoli proto, že by byl odborníkem na vzdělávání.

Tato zkušenost ukazuje několik problémů současně. Prvním je tokenizace: člověk je vybrán jako respondent především proto, že je Rom. Druhým je představa univerzálního romského experta: pokud se jedná o jakékoliv téma týkající se Romů, je automaticky osloven stejný člověk. Třetím je úzký zdrojový okruh. A čtvrtým je absence systému. Pokud kontakt s romskými odborníky stojí pouze na osobních vazbách několika novinářů, systém je zranitelný. Diskutovalo se tedy i o tom, jakými způsoby rozmnožit okruh expertů z řad Romů a současně co by pomohlo k rozšíření obrazových materiálů redakcí.

Internet: možnost opravy i nový zesilovač

Digitalizace přinesla jednu velkou změnu, která je z hlediska romských aktérů nepochybně pozitivní. V současnosti lze reagovat rychle. Na chybný článek můžete upozornit během několika hodin, nabídnout vlastní informace, kontaktovat autora nebo redakci a využít sociální sítě k veřejné korekci. Pro romské organizace a média to znamená výrazně větší reakční kapacitu než v devadesátých letech. Současně však internet vytvořil nový problém. Sociální platformy urychlují šíření stereotypního obsahu, oslabují tradiční *gatekeeping*, umožňují nekontrolované komentáře a dezinformace a zároveň soutěží s profesionálními médii o pozornost publika. Digitalizace proto není automaticky demokratizací. Je korektivem i zesilovačem. Umožňuje rychlejší opravu chyby, ale současně umožňuje, aby se chyba dostala k desetitisícům lidí dříve, než ji někdo stihne opravit. Pro romská média a organizace se tím změnila i samotná definice mediální práce. Dříve bylo důležité mít médium. Dnes je stejně důležité být schopen rychle vstoupit do informačního oběhu.

Od perspektivy „O Romech“ k perspektivě „S Romy“

Název červencové debaty Romey – „O Romech. S Romy?“ – není pouze slovní hříčkou, naznačuje vývoj posledních třiceti let. Tři desetiletí jsou v historii médií dlouhá doba. Za tu dobu se změnila technologie, vlastnictví médií, pracovní podmínky novinářů, způsob distribuce zpráv i chování publika.

Změnili se také samotní Romové v médiích. Z lidí, kteří na počátku devadesátých let především požadovali možnost mluvit sami za sebe, se postupně stali novináři, editoři, moderátoři, producenti, odborníci, nositelé informací a lidé působící uvnitř mainstreamových redakcí. Stále však jde o velmi malý počet tvůrců a výraznější osobnosti dnes patří převážně ke střední generaci. Mladí volí trochu jednodušší cestu youtuberství, tiktokových a instagramových videí. V nich se ale

často sami dopouštějí paušalizace a stereotypizace Romů. Chybí jim určitý typ mediálního vzdělání, kontext celku v jednotlivých příspěvcích apod.

Veřejný mediální obraz Romů zůstává vyosený. Oproti dřívějšímu k této vyosenosti nově napomáhají ve veřejném prostoru i někteří Romové. I oni mohou přispívat k šíření dezinformací nebo vydávání svého pohledu za obecně platné vidění většiny, kdy např. své instagramové účty a tiktokové profily zakládají na tom, že něco vydávají za typicky „romské“. Jako by si vůbec nebyli vědomi (a zřejmě nejsou), jaké důsledky jejich práce může mít.

Závěr: Nestačí mít hlas

Po třech desetiletích proto není namístě ani triumfalismus, ani rezignace. Triumfalismus by opomenul přetrvávající stereotypy, selektivní viditelnost a strukturální nerovnosti v mediálním prostoru. Rezignace by zase přehlédla obrovskou práci, která se od počátku devadesátých let udělala.

Bez periodik jako *Romano Kurko*, *Lačo lav*, *Romano vodi*, *Romano hangos* a audiovizuálních pořadů a platform jako jsou *Romale*, *O Roma vakeren*, Tuke TV, World Rádio, Romea a další, bez práce jednotlivých novinářů a vstupu Romů do mainstreamových médií by dnešní mediální prostor vypadal jinak – a pravděpodobně výrazně hůře. Tato práce změnila možnosti. Změnila dostupnost vlastních médií. Změnila schopnost reagovat. Změnila počet lidí, kteří mohou vystupovat jako novináři, komentátoři, experti. Všichni zmiňovaní změnili představu, že Rom v médiích může být pouze objektem zprávy.

Nepodařilo se ale dostatečně změnit strukturu mediální pozornosti. A právě proto je dnes třeba pozměnit i otázku. Před třiceti lety jsme se ptali, zda mohou Romové dostat prostor, aby mluvili sami za sebe. Dnes už tato otázka nestačí. Nestačí mít hlas. Je potřeba mít vliv. Vliv na to, jaká témata se otevírají, kdo je považován za zdroj. Vliv na to, jak jsou příběhy rámovány. Vliv na to, jaké obrazy se používají. A především, zda se z jednotlivých příběhů o Romech opět a znovu skládá stejný obraz.

Tři desetiletí ukazují, že změna mediálního obrazu není jednorázový úkol. Je to dlouhodobý proces, v němž se musí měnit nejen obsah médií, ale také podmínky, za nichž obsah vzniká. Zejména s ohledem na to, že dnes už každý může být nejen příjemcem informace, ale také jejím tvůrcem a šířitelem. A dokud nebudou nejen média, ale i veřejní činitelé, vlastníci účtů na sociálních sítích, zkrátka každý, kdo se ve veřejném prostoru pohybuje, nést zodpovědnost za to, co říká a píše, nepohneme se. Čelíme ale dezinformační válce, které často využívají i samotní politici k výhře ve volbách. Nelze proto předpokládat, že se výrazného zlepšení dočkáme v blízké době.

Tento článek vznikl ve spolupráci s novinářem, editorem zpravodajství Českého rozhlasu Mgr. Tomášem Bystrým, který s romskými a proromskými médii (*Romano vodi*, *Romea TV*, *O Roma vakeren*) spolupracuje od roku 2003 po současnost.

O autorce:

Jarmila Balážová je novinářka, moderátorka a držitelka novinářské Ceny Karla Havlíčka Borovského. Ve své profesní kariéře působila v Českém rozhlase, České televizi i v někdejší české redakci Rádia Svobodná Evropa. V televizi Nova moderovala talk show *Áčko*, v České televizi se řadu let věnovala dramaturgii pořadů pro děti a mládež a později zde měla také vlastní pořad *Rozhovory Jarmily Balážové*. Působila rovněž ve státní správě, nejprve jako tisková mluvčí ministra pro lidská práva a legislativu Jiřího Dienstbiera a následně jako tisková mluvčí Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy. Dlouhodobě se věnuje romským médiím a jejich rozvoji. Stála u vzniku romské redakce Českého rozhlasu a pořadu *O Roma vakeren*, později spoluzakládala organizaci Romea, vedla dva romské časopisy a podílela se na profesní přípravě novinářů z řad Romů. Významnou část své práce zároveň soustavně zaměřovala na kritickou reflexi mediálního obrazu Romů a na prosazování jejich objektivnějšího, pestřejšího a méně stereotypního zobrazování v českých médiích.

Prameny a literatura

- Balážová, J. (2003). *The role of the media in portraying the Roma and perpetuating prejudice: background paper*. Regional Seminar of Experts for Eastern Europe, Prague. Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights. <https://digitallibrary.un.org/record/500771>
- Demeterová, I. (2022, 1. listopadu). Pořad O Roma vakeren slaví 30 let ve vysílání Českého rozhlasu [Rozhlasový pořad]. Český rozhlas. <https://informace.rozhlas.cz/porad-o-roma-vakeren-slavi-30-let-ve-vysilani-ceskeho-rozhlasu-8859942>
- Ryšavý, Z. (2017, 31. prosince). ROMEA je s vámi už 15 let! Romea.cz. <https://romea.cz/cz/domaci/romea-je-s-vami-uz-15-let>
- Sedláková, R. (2021). Media construction of deviance – othering of Roma minority in television news discourse. *Social Pathology and Prevention*, 7(2), 11–34. Romea.cz (2013, 8. dubna). Agentura pro sociální začleňování: Obraz Romů v médiích je stále jednotvárný, uvádí výzkum. <https://romea.cz/cz/domaci/agentura-pro-socialni-zaclenovani-obraz-romu-v-mediich-je-stale-jednotvarny-uvadi-vyzkum>