

## МЕДИЈСКЕ СТЕРЕОТИПИЗАЦИЈЕ ВУЛНЕРАБИЛНИХ ГРУПА У СРБИЈИ

### Кључне речи

Медији; стереотипи;  
вулнерабилне  
социјалне групе;

### Аутор

Др Биљана Симеуновић  
Патић редовни је  
професор Департмана  
криминалистике  
Криминалистичко-  
полицијског универзитета у  
Београду, Република Србија.

### Кореспонденција

biljana.sp@kpu.edu.rs

### Област

Виктимологија  
Култура и медији

### DOI:

10.5937/politeia0-32512

### Датум пријема чланка:

31.05.2021.

### Датум прихватања чланка за објављивање:

05.07.2021.

### Резиме

У раду се разматрају савремена обележја стереотипа у медијским садржајима, са посебним освртом на праксу и ефекте стереотипизације вулнерабилних социјалних група. Посебна пажња усмерена је на сагледавање заступљености и модалитета родних, расних и етничких стереотипа у медијима у Србији, као и негативних последица социјалне стереотипизације којима су изложене жене, мањинске етничке групе, особе са менталним сметњама и припадници других рањивих социјалних група, укључујући њихову повишену изложеност социјалној маргинализацији, дискриминацији, насиљу и секундарној виктимизацији.

Анализа садржаја електронских издања три дневна листа у Србији различитог новинског формата и уређивачког приступа (Политика, Блиц и Курир), публикованих унутар периода од 10. јануара до 7. фебруара 2021. године, спроведена је ради остваривања ближег и потпунијег увида у актуелну заступљеност, облике и друга обележја медијске стереотипизације различитих рањивих друштвених група. Добијени налази потврђују полазну претпоставку да су стереотипи, поготово родни, као и они усмерени на мањинске етничке групе изражени и рутински заступљени у електронским медијским садржајима доступним најширој публици, којој се те групе, првенствено од стране таблоидних дневника, континуирано представљају у врло суженом репертоару социјалних улога. Допунском анализом садржаја електронских издања дневних листова у Србији током последњег петогодишњег периода опажено је и наглашено стереотипно приказивање Рома и особа са поремећајима менталног здравља, као категорије грађана који су у медијским садржајима преовлађујуће заступљени у негативном контексту, уз одсуство аналитичких текстова и садржаја који

*се компетентно и обухватно баве етиолошким аспектима социјалног стања и прилика у којима се налазе, односно њиховим социјалним потребама, чиме се доприноси учвршћивању стереотипа, нетрпељивости, неосетљивости, или пак ирационалног страха од припадника појединих рањивих друштвених група.*

*У закључку је наглашен значај улоге данашњих масовних медија у одржавању, али и у деконструкцији негативних социјалних стереотипа, односно хуманизацији савременог културног и социјалног простора и денормализацији насиља усмереног на рањиве групе и утемељеног на предрасудама.*

## УВОД

Стереотип представља стандардизовану менталну слику нечега што се сматра заједничким за чланове неке групе, која подразумева претерано упрошћено мишљење, пристрасан став или некритичку оцену (*Merriam-Webster, n.d.*), или, кратко речено, стабилно, претерано уопштено уверење о одређеној групи или класи људи (*Cardwell, 1996, према McLeod, 2015*). Реч је о сету когнитивних генерализација (уверења, очекивања) о квалитетима и карактеристикама припадника неке групе или социјалне категорије који поједностављује и убрзава опажање и просуђивање, али је претеран, махом негативан и не подлеже ревизији чак ни кад се посматрач суочи с појединцима чије особине одуарају од стереотипа (*American Psychological Association, n.d.*).

Стереотип се обично ослања на извесно „зрно истине“ односно парче емпиријске реалности, које се надограђује и даље конструише преувеличавањем и уопштавањем (*Judd, Park 1993*). Мада су стереотипи продукт потребе за схемама које олакшавају оријентацију у социјалном простору, а стереотипизација представља уобичајену менталну тенденцију која базично проистиче из опште когнитивне потребе за категоризацијом и поједностављивањем у обради сложених информација из околног света (*Rakić et al., 2011: 17*) и која се делимично одвија несвесно или аутоматски (*Deutschmann, Steinal, 2020: 651*), друштвени стереотипи јесу културни производи који се преносе и одржавају у интерперсоналној комуникацији, као и посредством мас-медија (*Kroon et al., 2016; Ramasubramanian, 2011, према Burgers, Beukeboom, 2020*). Иако социјални стереотипи могу бити и позитивни и

неутрални, преовлађују негативни стереотипи о одређеним социјалним групама, попут особа обојене коже, жена, старијих особа, особа са менталним сметњама итд. Функција стереотипа о одређеној групи или категорији људи јесте, пре свега, да рационализује и оправда поступке према њеним припадницима (*Allport, 1954: 191*).

Заштита права особа које припадају вулнерабилним групама,<sup>1</sup> тј. социјалним групама изложених повишеном ризику од сиромаштва и социјалног искључивања у односу на општу популацију<sup>2</sup>, нужно и добрим делом зависи од успеха у деконструкцији социјалних стереотипа. Иако медији нису творци стереотипа, они их, с обзиром на огроман утицај који остварују у социјалној сфери, могу одржавати и ширити (*Cooke-Jackson, Hansen, 2008*).

Масовни медији, традиционални и дигитални, имају импозантан социјални домет и важан су медијум посредством којег људи сазнају о свету око себе и једни о другима; они су креатори јавног мњења, имају значајну улогу у обликовању колективних идентитета и међугрупних ставова, и кључан су чинилац у одржавању расних, родних и других социјалних стереотипа (*Ross, 2019*). Штавише, стереотипно портретисање у медијима је рутинска ствар: мањинске и вулнерабилне групе у медијским садржајима устаљено се презентују у тек неколико стереотипних улога – на пример, етничке мањинске групе се често приказане у улози миграната или проблематичних особа склоних насилништву. Штетност

1 Мада се појам вулнерабилне групе у различитим земљама односи на различите групе људи, он обично обухвата следеће социјалне категорије: жене, децу, бескућнике, етничке мањине, мигранте, лица са физичким или менталним сметњама, стара лица, сексуалне мањине и др.

2 EQAVET / Social protection and Social inclusion Glossary, n.d.

овако искривљених медијских приказа је многострука, а најпогубнији њихов утицај огледа се у нарушавању самопоштовања припадника рањивих група и подстицању предрасуда и непријатељства према њима, што дугорочно води у дискриминацију, маргинализацију и вишеструку виктимизацију. Стога је сузбијање стереотипа, поготово оних у медијским репрезентацијама, од изузетног значаја за вулнерабилне социјалне групе, али и за друштво у целини (Ross, 2019).

У наставку ће пажња бити усмерена на сагледавање механизма и актуелних димензија стереотипизације припадника различитих мањинских, односно вулнерабилних група у масовним медијима, с посебним освртом на домаће прилике. Циљ рада јесте покушај да се укаже на последице које рутински трпе одређене категорије људи због непрофесионалног приступа медијских посленика, а који се огледа у немарном односу према проблему стереотипизације, односно упливу субјективних ставова, пристрасних судова и личних анимозитета према одређеним друштвеним групама или друштвеним процесима у медијско извештавање.

### КОМУНИКАЦИЈА СТЕРЕОТИПА. АЛАТИ И ЕФЕКТИ СТЕРЕОТИПИЗАЦИЈЕ

Имајући у виду да стереотипизација олакшава класификовање и категоризацију опажених особа, догађаја и ситуација (Ivancevich, Koporaskе, Matteson, 2011, према McFarlane, 2014), подложност за усвајање стереотипа постоји већ на самом почетку развоја човека као социјалног бића. Са стереотипима о одређеним социјалним категоријама људи долазе у додир на раном узрасту, кроз различите

канале комуникације и процес социјализације у породици, школи, вршњачким групама и посредством мас-медија (Thompson, Hickey, 1999, према McFarlane, 2014).

Преовлађује уверење да се корени предрасуда налазе како у личности, тако и у социјалном окружењу. Адорно (Adorno) је са групом сарадника половином XX века описао „синдром“ ауторитарности, односно структуру у личности која је чини пријемчивом за антидемократску пропаганду, указујући на то да су предрасуде особито снажне код особа са ауторитарном личношћу. Ауторитарна личност је исход специфичног раног негативног утицаја (детињство испуњено несигурношћу и љутњом крај захтевних и хладних родитеља), услед којег ове особе постају нетолерантне, хостилне, са тенденцијом да се ригидно конформирају са конвенционалним нормама, да свет посматрају у оштрим контрастима („добро-лоше“; „ми-они“), и да хитро усмеравају бес према људима који се од њих разликују (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson, Sanford, 1950).

Социјални фактори на које се указује као на оне који доприносе развоју предрасуда јесу фрустрације и културни фактори. Према теорији о жртвеном јарцу предрасуде се развијају због немогућности успостављања контроле над властитим животом, на пример, због недостајуће економске сигурности. Одговор на фрустрацију је агресија – међутим, она се с моћних слојева који управљају друштвом (према којима је опасно испољити агресију) преусмерава на оне који се опажају као „бедније“ мете агресије, попут сиромашних, имиграната и других мањинских група, који се окривљују за лоше друштвене прилике (Dollard et al., 1939, према Enders, 2011).

У теорији се указује и на кључан утицај културе у развијању стереотипа и предрасуда: будући да доминантан број људи у одређеном друштву дели исте ставове и предрасуде према одређеним социјалним групама, ти ставови не могу бити плод индивидуалних црта или девијантности, већ су саставни део културе једне заједнице (Macionis, 2009). Посебно проблематично својство социјалних стереотипа јесте то да они, једном усвојени, показују изразиту ригидност и отпорност на промене (мада у литератури преовлађује мишљење да њихове промене нису немогуће). Чак и кад имају мало везе са реалношћу, стереотипи се изузетно тешко мењају: информације које су контрадикторне садржају стереотипа обично се или игноришу, или се интерпретирају као инцидент, односно изузетак од правила (Мауџес, 2013: 189).

Стереотип преноси информацију о неком својству припадника одређене групе које се опажа као диспозиционо и општеважеће за ту групу, прослеђујући је комуникацијом директно (као позитивну или негативну информацију о групи), или индиректно, обликовањем начина на који се преносе информације о појединим категоријама људи. Језик, као основно средство људске комуникације и централни медијум за преношење информација, разумевање и тумачење стварности, може се употребити и за конструкцију реалности (O'Shaughnessy, Stadler, 2012: 62), ослоњену на различите процесе стереотипизације и социјалне категоризације. Бургерс и Бекебум (Burgers, Beukeboom, 2020) указују на међуутицај стереотипа и језика: стереотипи се читавају у језичким изразима пошиљалаца порука, а исти ти изрази учвршћују стереотипе код прималаца порука. Ови аутори пластично предочавају како језичке конструкције које кори-

сти пошиљалац поруке варирају зависно од тога да ли је реч о информацији која је конзистентна или неконзистентна са стереотипом:

*Те лингвистичке варијације у вези су са перцепцијом есенцијализма. Информација која није конзистентна са стереотипом (нпр. ракетни научник постиже низак скор на тесту интелигенције) типично се уобличава као изолован догађај који је резултат специфичних ситуационих околности коришћењем, рецимо, негација (нпр. 'Ракетни научник није паметан'...). Такве формулације имплицирају да описано понашање има низак есенцијализам. Супротно томе, ако су информације у складу са стереотипом (нпр. ракетни научник постиже висок скор на тесту интелигенције), пошиљачи порука имају тенденцију да користе језичке изразе који догађаје представљају стабилним и диспозиционим, попут афирмација (нпр. 'Ракетни научник је паметан'...). То имплицира да понашање има висок есенцијализам (Burgers, Beukeboom, 2020: 439).*

Преношење информација о одређеним социјалним категоријама догађа се на различитим нивоима – од индивидуалног до генеричког. На најнижем нивоу, како наводе Бургерс и Бекебум, преносилац информације упућује на одређену индивидуу са специфичним понашањем у специфичној ситуацији („ракетни научник је синоћ решио Риманову хипотезу“), док код информације на највишем нивоу преносилац упућује на генеричко својство социјалне категорије као целине („ракетни научници су паметни“), дакле, одвајајући опис од специфичних индивидуа и ситуација (Burgers, Beukeboom, 2020: 441). Управо је генеричко означавање (упућивање на генеричке, уместо на специфичне особи-

не), како указују ови аутори, повезано са процесима социјалне стереотипизације, као моћним алатом за формирање и учвршћивање стереотипа: кад се неки скуп појединаца непрекидно означава генерички стећи ће ентитативност, што повратно оснажује стереотипне утиске сачињене од неколико есенцијалних карактеристика. Допунски алат којим се учвршћују стереотипи јесте коришћење негације у описивању позитивних карактеристика (нпр. „није глуп“, уместо „паметан је“), који заправо води негативнијем општем ставу према групи, јер се негацијом маркира изузетак од нечега што је очекивано (Burgers, Beukeboom, 2020: 449–450).

Непосредни ефекат социјалног стереотипа огледа се у деперсонализацији људи јер их класификује независно од њихових индивидуалних обележја: стереотипом се занемарује јединственост индивидуе која се представља као припадник групе у којој су сви налик једни другима. На другој страни, стереотипизација афирмише осећање супериорности групе која негује стереотип (било негативни или позитивни) у односу на особу или групу која је објекат стереотипизације (Мауџес, 2013), те се социјални учинци стереотипа данас, сасвим оправдано, опажају као доминантно негативни. Највећа опасност стереотипа лежи у томе што су они подлога предрасуда и у крајњој линији воде испољавању негативног понашања према припадницима одређених друштвених група, односно до њихове стигматизације, дискриминације, маргинализације, социјалног искључивања, па и директног насиља према њима.

Најопаснијим обликом предрасуда данас се сматра расизам, односно веровање да су припадници неке расе мање вредни, или чак биолошки инфериорни у

односу на друге. Реч је о предрасуди која је пратила читаву историју из јасних разлога: тврдња да су припадници одређене групе биолошки инфериорни коришћена је као оправдање њиховог инфериорног социјалног положаја. Како подсећа Масионис (Maciouis, 2009), Европљани су користили расизам и тезу о „бремену белог човека“ као изговор за бруталну колонизацију коју су спроводили у Латинској Америци, Азији и Африци - сматрали су да су, као супериорна бића, дужни да помогну инфериорнима да постану слични њима (р. 76). Расне предрасуде и данас су врло раширене, најчешће у суптилнијим облицима, а поред њих и даље упорно опстају и етноцентризам, сексизам, предрасуде према старијим особама (ејџизам), према особама са менталним сметњама и друге предрасуде које директно утичу на социјалну дистанцу, дискриминацију и ризик од насилне виктимизације припадника вулнерабилних група.

## СТЕРЕОТИПИ У МЕДИЈИМА У СРБИЈИ: КОНТИТУИНТЕТ ДИСТИНКТИВНОГ ПОРТРЕТИСАЊА ВУЛНЕРАБИЛНИХ

### *Налази претходних истраживања*

Стереотипно портретисање припадника различитих мањинских, односно рањивих друштвених група у медијима у Србији проблем је на који се већ дуго и релативно често указује у научној и широј јавности. Неподељено је уверење да су негативни стереотипи о женама, разним етничким групама и припадницима сексуалних мањина широко распрострањени захваљујући, пре свега, њиховој ригидној медијској презентацији, посредством које се извлачи примарна и секундарна

медијска добит од одржавања негативних стереотипа и застрашујућих сценарија са разним „побуњеним“ или непријатељски настројеним групама. И најновија истраживања сугеришу да се ситуација у том погледу не мења на боље, нарочито када је реч о етничким и родним стереотипима.

Истраживање које је 2019. године спровео Центар за професионализацију медија и медијску писменост (CEPROM) посматрајући 28 најчитанијих медија (осам дневних листова и двадесет портала), показало је да су медији у Србији последњих година масовно прибегли агресивном језику, па поред тога што је уобичајено коришћење израза попут: „узнемирујуће“, „језиво“, „ужас“, „хорор“, „скандал“, „шок“ и сличних, етикетирање и говор мржње постају нека врста адута многих листова и портала у настојању да привуку публику. Како се указује, три типична термина која рефлектују праксу етикетирања јесу „издајник“, „Усташа“ и „Шиптар“. Истраживачи који су спровели ово истраживање закључују да је најопаснија последица таквог извештавања поларизација у друштву на „ми“ и „они“, због одсуства културе дијалога, уз истовремено јачање разних екстремизама који су у медијима све заступљенији (CEPROM, 2019).

Налази ранијих истраживања указују и на изразито устаљене негативне медијске образце у извештавању о Ромима (према којима, иначе, постоји упадљива социјална дистанца у већинском становништву и то како код одраслих грађана, тако и код деце<sup>3</sup>), а који одржавају низ негативних

стереотипа о овој етничкој групи:<sup>4</sup> да су склони вршењу кривичних дела, да су неуредни, незаинтересовани за школовање и рад, да рано заснивају бракове и имају велики број деце итд. Анализирајући језик и лингвистичка средства којима се у медијима служе кад извештавају о Ромима, Дринчић (2014) констатује да медији, доминантном и понављајућом употребом именица и именичких фраза попут: криминал, кривично дело, крађа, трговина људима, насиље у породици, сиромаштво, депонија, прљавштина и слично, као и негативних придева у опису Рома и глагола попут: краду, просе, изнуђују новац, уништавају, напао, силовао итд., већ на микронивоу креирају негативну слику о Ромима као преступницима, насилницима, прљавим преносиоцима зараза и онима који угрожавају слободу и безбедност локалних житеља. Негативне стереотипе о Ромима, како примећује ова ауторка, подупиру и фотографије на којима су обично приказана деца у похабаној одећи, просјаци на улицама и блатњава насеља с гомилом смећа (Drinčić, 2014: 11, 13). Исто се постиже и неким наизглед позитивним вестима о Ромима, попут оне о „првом и једином“ Рому у полицији, где се позитиван исход претерано наглашава, чиме се сугерише да је заправо реч о изузетку од правила (Drinčić, 2014: 10).

Досадашња истраживања у Србији указала су и на то да су жене у медијским садржајима врло често стереотипно приказане, уз упадљиво присуство мизогиније и недостатак аналитичког приступа проблемима који несразмерно погађају особе женског пола (Mršević, 2011; Stjepić, 2020 и др.). Поред тога што се често при-

3 На пример, Францешко и сарадници својевремено су на новосадском узорку испитаника утврдили да су Роми етничка група према којој деца имају највишу социјалну дистанцу, те да већина основаца не жели да има Роме у својој улици, школи, нити да с њима седи у клупи (Franceško, Mihić, Kajan, 2005).

4 Један од глобално раширених позитивних стереотипа о Ромима јесте да су сви „природно талентовани за музику“ (Maučec, 2013).

казују на омаловажавајући начин, жене се уобичајено презентују у врло ограниченом репертоару социјалних улога које одговарају традиционалној женској родној улози пасивних, некомпетентних и инфериорних особа (GMMP, 2015).

Истраживање спроведено за потребе овог рада, чији ће налази бити презентовани у наставку, мотивисано је тежњом да се испитају и сагледају континуитет, стабилност и варијетет описаних медијских стереотипизација и негативних медијских образаца извештавања о припадницима различитих вулнеарибних друштвених група у Србији, са посебним освртом на стереотипизације најрањивијих – жена, ромске популације и особа са поремећајима менталног здравља.

#### **АКТУЕЛНЕ МЕДИЈСКЕ ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ РАЊИВИХ ГРУПА У ДНЕВНИМ ЛИСТОВИМА: ЦИЉ ИСТРАЖИВАЊА, ХИПОТЕТИЧКИ ОКВИР И МЕТОДОЛОШКЕ НАПОМЕНЕ**

Анализа садржаја новинских текстова у електронским издањима популарних дневних листова спроведена је с циљем остваривања увида у раширеност и актуелне типове и модалитете стереотипних презентација припадника различитих рањивих социјалних група.

Истраживачка питања укључују следећа: Да ли је стереотипно медијско приказивање мањинских и рањивих друштвених група (и даље) редовно и упадљиво заступљено у садржајима најчитанијих дневних листова? Која су појавна обележја стереотипних медијских приказа различитих рањивих група? Имајући у виду резултате претходних истраживања, те одсуство озбиљнијег и промишљеног ангажовања медијских посленика и дру-

гих релевантних друштвених субјеката на сузбијању проблема социјалне стереотипизације, пошло се од претпоставке да је актуелно стање медијских презентација рањивих група и даље неповољно, те да представља заступљен и изражен друштвени проблем. То се, како је претпостављено, односи на стереотипно приказивање жена, мањинских етничких група, сексуалних мањина и миграната, те особа са поремећајима менталног здравља.

Као основни извор података у анализи медијских садржаја коришћени су садржаји објављени на онлајн порталима три дневна листа различитог новинског формата и уређивачког приступа, чија штампана издања имају националну покривеност и чији су портали веома посећени<sup>5</sup> – један од одабраних листова јесте Политика, најстарија дневна новина у земљи и лист великог формата, док су друга два таблоиди из реда најчитанијих: Курир и Блиц. Јединица анализе јест новински чланак објављен на онлајн порталима посматраних дневних новина. За временски оквир узорка узет је четворонедељни период с почетка текуће године и након божићних празника, конкретно, период од 10. јануара до 7. фебруара 2021. године. Сходно полазној претпоставци о високој, односно константној заступљености стереотипних медијских репрезентација рањивих социјалних група, поготово жена и етничких мањина, уз истовремено поштовање принципа економичности, одлучено је да се унутар наведеног периода насумичним избором одреди укупно девет датума за узорковање новинских садржаја, и то по три за сваки од посма-

<sup>5</sup> Према подацима „Гемијус“ система за праћење броја посета сајтовима, портали два од три одабрана листа већ годинама се налазе међу три најпосећенија сајта у Србији. Gemius Audience, <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>, посећено 2. маја 2021.



траних листова.<sup>6</sup> Наведеним поступком за анализу одабрана су: електронска издања листа Политика од 10. јануара, 18. јануара и 3. фебруара 2021; електронска издања листа Курир од 12. јануара, 20. јануара и 6. фебруара 2021, као и електронска издања листа Блиц од 13. јануара, 21. јануара и 7. фебруара 2021. године.

У одабраним електронским издањима посматраних дневних листова прегледана су укупно 1564 новинска чланка идентификована претрагом обављеном посредством сервиса вести „Наслови нет“, и то: 211 из Политике онлајн, 917 из Курира онлајн и 436 из Блица онлајн. За анализу медијских садржаја издвојени су они текстови који су се директно односили на рањиве социјалне групе, конкретно на етничке мањине, жене, ЛГБТ+ популацију и мигранте, односно на њихове припаднике и припаднице. Издвојена су укупно 274 чланка објављена у узоркованим бројевима Политике (8), Курира (186) и Блица (80). Поред самих новинских текстова обухваћених узорком, прегледан је и садржај свих објављених коментара читалаца на те чланке, којих је, закључно са датумом 31. март 2021. било укупно 1358 (195 у Политици, 1052 у Куриру и 111 у Блицу). Коментари читалаца који прате и практично допуњују ауторске текстове у онлајн медијима били су предмет пажње сходно уверењу да они имају знатан потенцијал да додатно учвршћују стереотипе и предрасуде према рањивим категоријама људи.

Присуство родне стереотипизације жена у анализираним новинским чланцима означено је као позитивно уколико

6 За сваки појединачни лист, одабир датума електронских издања извршен је уз услов да они (ради објективнијег узорковања објављених вести) припадају различитим седмицама унутар посматраног оквира.

је у текстуалном или визуелном садржају јединице анализе испуњен најмање један од следећих услова: жена је приказана искључиво у традиционалној родној улози (нечија мајка/супруга) или у контексту нормализованог традиционалног модела женствености (наглашена пасивност, рањивост, „слабији пол“); нормализована је и наглашена женина приоритизација физичког изгледа и/или конзумирање производа и услуга индустрије неге и лепоте; жена је сексуално објективизирана (наративно и/или графички) и/или се сугерише да жена манипулише сексуалношћу; жена је презентована као социјално или економски зависна од мушкарца и/или као субјект чија социјална валоризација зависи од статуса брачне или емотивне везе или од степена сексуалне привлачности; жена која је манифестовала асертивност или одлучност да заштити властиту аутономију у приватном и јавном простору приказана је у негативном светлу или су њени интегритет/способност/мотиви представљени као упитни; став жене која вербално или поступањем одбацује или релативизује традиционалну родну улогу (тј. њене индикаторе оличене у пасивности, зависности, субмисивности или тежњи да се оствари у социјалном смислу примарно кроз брак и родитељство) представљен је као изопачен, неаутентичан или опасан. Стереотипизација етничких мањина и миграната сматрана је присутном уколико су те социјалне категорије у тексту приказане кроз генерализације; као природно и/или традиционално непријатељски настројене према већинском, односно домицилном становништву; као групе чији су припадници махом религиозни фанатици, или су у претежном броју укључени у тероризам, организовани или конвенционални криминал. Стереоти-

пизација припадника ЛГБТ+ популације сматрана је присутном уколико су њени припадници портретисани као изрази-то „другачији“ од просечне популације, поремећени, саможиви, агресивни и/или инфериорни у моралном, менталном или социјалном смислу.

Присуство стереотипа везаних за Роме (као најбројније и нарочито угрожене етничке мањине) и особе са поремећајима менталног здравља, као рањиве групе за које се, имајући у виду емпиријске налазе ранијих домаћих истраживања, очекивала подзаступљеност у медијским садржајима, сагледана је превасходно на темељу додатне анализе и увида у новинске чланке који се директно односе на ове категорије лица, а који су објављени у периоду од 1. јануара 2016. до 31. децембра 2020. године на веб-порталима дневних листова Политика, Вечерње Новости, Блиц, Данас, Дневник, Куир, Правда и Ало, као и информативном порталу Телеграф. Ови текстови идентификовани су претрагом обављеном посредством сервиса вести „Наслови нет“: претраживањем новинских чланака архивираних у овој бази издвојено је 412 текстова у којима се помињу Роми<sup>7</sup>, као и 202 текста у којима се помињу особе са менталним поремећајима.<sup>8</sup>

Стереотипно портретисање Рома сматрано је присутним уколико се у новинском тексту који садржи информацију о

неком негативном догађају истиче припадништво актера ромској популацији премда то није од значаја за разумевање догађаја; ако се социјална достигнућа појединих припадника ромске заједнице представљају као изузетак (неуобичајен исход); ако су у новинском тексту, наративним и/или визуелним средствима, Роми приказани кроз генерализације као хигијенски, здравствено, васпитно или социјално запуштени, махом незаинтересовани за школовање, рад, напредовање и конструктивне активности у локалној заједници, или су приказани као традиционално претерано опуштени, неодговорни, манипулативни или несразмерно укључени у социјалнопатолошка понашања и криминалне активности (просјачење, проституцију, крађе, трговину људима итд.).

Присуство стереотипизације лица са поремећајима менталног здравља идентификовано је у оним текстовима у којима се наглашава душевно стање актера неког негативног догађаја премда није суштински битно за његово разумевање, као и у новинским чланцима у којима су ове особе, наративним и/или визуелним средствима, портретисане као наглашено ирационалне, непоуздане и агресивне, односно као лица чије је понашање необјашњиво, непредвидиво, разудано, брутално, бизарно и изразито опасно по друге људе.

## РЕЗУЛТАТИ

Налази до којих се дошло овом анализом имплицирају да је стереотипизација рањивих друштвених група прилично раширена у дневним листовима, поготово у таблоидним, иако су текстови који се непосредно односе на особе из рањивих група у њима заступљени са свега 17,5%.

7 Претраживањем су идентификовани и за анализу издвојени сви текстови објављени у наведеном периоду у посматраним листовима у којима је садржан неки од израза: Ром; Ромкиња; Роми; ромска, -ски, -ске, -ско; „Циганин“, -анка.

8 Идентификовани су и за анализу издвојени сви текстови објављени у наведеном периоду у посматраним листовима који садрже неки од израза: душевна/психичка/ментална болест; душевни/психички/ментални/нервни болесник; душевни/психички/ментални/поремећај; душевно/психички/ментално поремећен/оболели; душевне/психичке/менталне сметње.

Од укупно 274 новинска извештаја у којима се помињу жене, мањинске етничке групе, мигранти и припадници ЛГБТ+ популације стереотипно представљање, на темељу претходно описаних индикатора, може се опазити у чак 184 (67%) новинска текста, при чему су сви такви текстови објављени у таблоидима Курир (132) и Блиц (52). Највећи удео у новинским текстовима који садрже стереотипно портретисање имају текстови са стереотипизацијом жена (84,2%), а њих следе текстови са стереотипним приказима мањинских етничких група (10,9%), миграната (3,8%) и припадника ЛГБТ+ популације (1,1%).

Квалитативна анализа посматраних медијских садржаја, попут низа оних спроведених ранијих година, показала је да су жене доминантно приказане у родно стереотипним улогама мајки, домаћица, растрошних супруга познатих мушкараца, лепотица и заводница, и сексуално објективизоване наративно и графички (обнажене или у заводничким позама), док се вести о њима обично односе на статус њихове емотивне везе, брачне и породичне односе, трудноћу, порођај, здравље, физичку лепоту,<sup>9</sup> као и праксе одржавања атрактивног изгледа (дијете, вежбање, естетске интервенције итд.).<sup>10</sup> За

9 Ови налази сагласни су са низом ранијих резултата истраживања у Србији, укључујући и резултате анализе коју је спровела Радисављевић, а која женама наметнути захтев „бити лепа“ посматра као савремену форму стереотипа својственог традиционалном друштву према коме „мушкарци гледају, а жене изгледају“ (Radisavljević, 2010: 148).

10 На пример, чланци под насловима: С... М... доји сина А...: Манекенка се стесала одмах после порођаја, а срећу што је мајка дели са свима! (kurir.rs, 12. 1. 2021); В...В... без хране била 42 дана: Смршала 13,5 килограма и пила само ове природне напитке (blic.rs, 13. 1. 2021); Није могла да поднесе ниједну бору, убризгавала ботокс на шест месеци... (blic.rs, 7. 2. 2021).

веома читане листове Курир и Блиц посебно је карактеристично то да је, у случају да се вест односи на неки догађај у чијем је фокусу жена, њен повод најчешће негативан, док је начин извештавања наглашено сензационалистички – у вестима су жене упадљиво чешће присутне као жртве насиља, актерке туча и свађа (у ријалитипрограмима и изван њих) и „старлете“ које заводе богате мушкарце, него као особе које су компетентне или су оствариле успех у некој угледној професији или друштвеној позицији: вести које садрже изјаве или се односе на активности политичарки, стручњакиња, спортисткиња или хуманитарних активисткиња чине тек 14,2% свих вести које у фокусу имају жене. Чланци о женама чији је искључиви циљ њихова банална сексуална објективизација (често уз пратећу напомену попут „призор само за мушке очи“ и сл.) и вести о женама које су испољиле физичку агресију (најчешће у ријалитипрограму) чине петину свих новинских чланака у којима се као актерке појављују особе женског пола.

Упадљив је манир таблоидних новина да минимизују проблем родне дискриминације жена и последице дискриминације. Да ситуација с тим у вези поприма сурово апсурдне црте показује пример да се, чак и кад се извештава о одржавању судског рочишта због насиља у породици где се у својству оштећене појављује нека жена из шоу-бизниса, пажња читалаца већ у наслову усмерава на њен стајлинг и одећу у којој долази у суд [нпр. Исцрпљена сам, очекујем да се ово заврши! С... у црвеној бунди стигла на суђење, дошао и И... који ју је претукао! (kurir.rs, 12. 1. 2021)].

Коментари читалаца који прате вести о женама, без икакве сумње, доприносе стереотипима о социјалној „вредности“ жене која се мери углавном њеном младошћу

и атрактивношћу, односно „употребљивошћу“ за сексуалну објективизацију, уз присуство низа устаљених погрдних и деградирајућих назива за оне које се не уклапају у стереотип жене која заслужује медијску пажњу, и уопште, место у јавном простору. Рецимо, уз вести које се односе на повећање броја жена на јавним функцијама [Србија пета у Европи по броју жена на јавним функцијама (politika.rs, 18.01.2021)], објављују се коментари који обилују хостилним сексизмом [нпр. „Не ваља, јер јача феминизам“], а слична је доминантна емоционална реакција и на вести које се односе на жене које су обзнаниле, односно пријавиле да су виктимизоване сексуалним насиљем [нпр. „Распомамиле се фемињаре“; „Доста лажних жртви“; „Офанзива феминизма“]. У тим случајевима коментари рефлектују неповерење према могућим жртвама, сумњу у њихову искреност и чистоту мотива, осуђивање због одложеног пријављивања дела, негативну настројеност према женама из појединих нетрадиционалних професија (нпр. глумицама) и „теорије завере“ против пријављених лица којима, наводно, „пакују“ извесни центри моћи.

Иначе, у коментарима читалаца свих посматраних листова уочљиви су стереотипно приказивање, предрасуде, каткад и изразита хостилност не само према женама, укључујући и жртве силовања, већ и према појединим етничким групама (Албанцима, Хрватима и др.) и мигрантима, за које је врло карактеристично генеричко означавање. Тако се, рецимо, у коментарима на поједине вести са подручја Косова и Метохије или из Албаније косовски Албанци неретко називају „Шиптарима“ и често опајају као претња миру у региону, доминантно проблематични, склони насиљу и диспропорци-

онално укључени у различите облике криминала попут тероризма, наркокриминала, трговине људима и људским органима и др. Овај налаз је, такође, у сагласју са резултатима ранијих истраживања (в. Stjepić, 2020. и др.).

Налази анализе садржаја показују да се и мушким родним стереотипима, као и хомофобији пружа одређени простор у српским таблоидним дневним листовима, што се може опазити како у насловима чланака [Глуми да је алфа мужјак, а цела Ц... зна да воли мушкарце! (kurir.rs, 06. 02. 2021)], тако и у објављеним коментарима на текст [„Мушкарци из В... су били мушкарчине, а не манекенчићи који плују као бабе...“; „Има ли кога из В..., а да није феминизиран?“].

Резултати овог истраживања потврдили су и оно што је општепознато о медијској репрезентацији Рома који су, премда веома бројна етничка група у Србији, упадљиво подзаступљени у афирмативним медијским садржајима. Током посматраног петогодишњег периода (2016–2020), на посматраних девет веб-портала објављено је 412 чланка који се односе на припаднике ромске популације. У тематској структури објављених текстова доминирају они којима се обавештава о реализацији мера хуманитарне и социјалне помоћи ромској популацији, односно о извештајима међународних, регионалних или националних организација и тела о стању и мерама за унапређење положаја Рома, те о појединим активностима социјалног оснаживања припадника ромске заједнице које предузимају хуманитарне и организације цивилног друштва, или о осудама расне дискриминације које одређеним поводом износе поједини представници јавних

власти (113 или 27,4%)<sup>11</sup>. По заступљености затим следе текстови у којима се Роми помињу као (могуће) жртве (94 или 22,8%) или (могући) учиниоци (83 или 20%) кривичних дела и прекршаја, док су аналитички текстови о социјалном положају ромске заједнице<sup>12</sup> заступљени са свега 10,4% (43 чланка). Новински текстови који се односе на санитарне, хигијенско-здравствене и инфраструктурне проблеме и дивље депоније у неформалним ромским насељима заступљени су са 9% (37 чланака), док су афирмативни текстови о Ромима и њиховом социјалном ангажману заступљени ниско, са свега 9% (16 чланака). Остали текстови, који се односе на извештавања везана за обележавање Светског дана Рома, страдање ромске популације у прошлим ратовима, затим на ромске обичаје и друге теме, заступљени су са укупно 6,3% (26 чланака).

Показује се да се припадници ромске популације у медијима најчешће помињу у контексту негативних догађаја попут злочина у којима се појављују као могући извршиоци или жртве насилних, имовинских и саобраћајних деликата; групних туча, уговорених, принудних и дечјих бракова, или пак кроз извештавање о проблему просјачења, проституције или нехигијенских услова у којима живе. И овом приликом потврђено је да су аналитички текстови посвећени проблемима социоекономске маргинализације и структурне дискриминације Рома реткост у дневним листовима и електронским медијима, те читаоци остају ускраћени за информације

11 У структури чланака са овом тематиком доминирају вести објављене на порталима листова Данас (37,3%), Дневник (31,3%) и Вечерње новости (27,7%).

12 Текстови објављени на порталу дневних новина Данас упадљиво доминирају у структури аналитичких текстова о положају, проблемима и потребама ромске популације са уделом од 65%.

које су од значаја за разумевање друштвеног контекста и социјалних потреба ромске популације. Уобичајени стереотипи о Ромима о којима је претходно било речи и даље добијају подршку у медијским репрезентацијама ове рањиве групе. Стереотипи о Ромима се, међутим, учвршћују и оним ређим, наизглед афирмативним новинским текстовима и насловима, где се информација преноси коришћењем језичких стратегија којима се имплицира да конкретну афирмативну чињеницу о припадницима ромске популације ваља тумачити као куриозитет.<sup>13</sup>

Употреба погрдних назива за припаднике ромске популације и даље се може спорадично срести у таблоидним листовима, иако у привидно benignом, шаљивом контексту: на пример, у једном новинском тексту у првој реченици наводи се изјава извесне естрадне певачице: „Мене је сигурно Циганка проклела, чим немам среће у љубави и никада се нећу удати (смех)“ (kurir.rs, 25. 12. 2020). Примећује се да чак и онда када аутори чланка таблоидног листа искажу намеру да својим текстом укажу на проблем дискриминације ромске популације, то

13 Један од примера је вест под насловом: М... је изгубио родитеље са 3 године, завршио у болници, па у дому: Из свега је испливао са дипломом, али још тражи посао: Иако је завршио факултет, не може да нађе посао. До сада је одбијен на чак 50 места (telegraf.rs, 10. 7. 2018). Сликовит је и пример текста који носи наслов: Ромкиња С... показала да је све могуће и кад си „обележен“: А само су родитељи веровали у њу, а у коме се поред осталог наводи следеће: „Према статистици, од 10 Ромкиња, девет нема никакав стални нити повремен посао, али С... је, изгледа, била предодређена да буде та једна која га има, јер није имала сличне проблеме“ (telegraf.rs, 9. 1. 2020). Дobar је пример и навођење појединачних случајева несвакидашњег херојства особа ромске националности у ратовима вођеним у далекој прошлости у тексту који наизглед указује на проблем расне дискриминације [под насловом: Два Рома, два трубача, два српска јунака ... (telegraf.rs, 2. 9. 2018)].

обично чине ослањањем на сензационализам приче о изванредним појединцима и чудесним догађајима из прошлости, док социјални контекст и друштвене чиниоце дискриминације и маргинализације Рома свесно заобилазе, каткад и релативизују непримереним поређењима, о чему сликовито говори пример чланка који почиње следећим пасусом:

*Питање дискриминације Рома у данашњем свету, посебно у Европи, на тако и у Србији, изнад свега је политичко и економско питање. Неки међу нама их сматрају „светим крвама“ које нико не сме да дира, док други не игноришу чињеницу да је њихова економска ситуација вишеструко лошија од осталих грађана наше земље, који ни сами не живе у идеалним условима. О узроцима таквог стања не вреди овде трошити речи [Два Рома, два трубача, два српска јунака: На помен Ахмеда Адемовића и Рустема Сеидића диже се са столице и стаје у став мирно (telegraf.rs, 2. 9. 2018)].*

Од идентификована 202 чланка и вести о догађајима чији су актери особе са могућим менталним поремећајима, а који су објављени у периоду од 2016. до 2020. године на посматраних девет портала, свега 51 (25,2%) не садржи информацију о неком облику тешког насиља или каквом другом, наизглед немотивисаном, ирационалном испаду особе за коју се наводи да пати од неког менталног поремећаја. У тематској структури ових текстова доминирају они који извештавају о насиљу које су ова лица учинила према другима, укључујући лишење живота (52%), нападе ножем или возилом (19%), упућивање озбиљних претњи (14,5%), насиље у породици (9,5%), сексуално насиље (3,6%) и отмице (1,4%), са збирним уделом од 74,7%,

док су чланци који се односе на суицид или самоповређивање заступљени са 7,9%. Текстови који извештавају о виктимизацији лица са менталним поремећајима учествују у тематској структури са 4,9%, док су они у којима се осветљавају проблеми са којима се ова лица и чланови њихових породица суочавају у свакодневном животу, као и чланци посвећени превенцији менталних поремећаја, заступљени са 15,3% и 4,0%, респективно.

Ближи увид у начин на који дневни листови и њихови портали извештавају о догађајима чији су актери лица са могућим поремећајима менталног здравља открива, очекивано, упадљиво присуство њихове грубе стереотипизације и стигматизације. У многим су континуирано заступљени сензационалистички и застрашујући наслови вести попут: *Душевно оболели смеју да користе сатаре и секире: Шта треба да се деси да би се ово променило?* (telegraf.rs, 2. 11. 2016); *Ужас у Кини: Ментално оболели мушкарац напао људе ножем, повређено 11 особа* (telegraf.rs, 21. 2. 2019); *Хорор у храму: Ментално оболели чувар са сарадницима мучио и клао вернике, најмање 20 жртава* (pravda.rs, 2. 4. 2017) итд. Анализа медијских презентација особа са менталним сметњама потврђује да су вести које се на њих односе по правилу негативне, изразито сензационалистичке (при чему текст обично прати узнемирујући графички приказ окрвављеног оруђа и слично), те да их упадљиво повезују са бруталним насиљем, односно сугеришу директну везу између менталног поремећаја и насилности. Ова лица најчешће се представљају као извршиоци екстремног, немотивисаног и непредвидљивог насиља, а врло ретко као жртве, што је у раскораку са реалним стањем ствари, имајући у виду налазе криминолошких студија који

указују на то да се особе са менталним сметњама по правилу налазе у већем ризику од насилне виктимизације у односу на општу популацију (Rossa-Roccor, Schmid, Steinert, 2020), као и да чешће страдају од насиља него што га врше (Ghiasi, Azhar, Singh, 2021).

Овом приликом изнова је потврђено да се медији ретко баве поремећајима менталног здравља као социјалним проблемом. Последично, кривицу за негативне догађаје публика обично види у појединцу са менталним сметњама, при чему се те сметње представљају и разумеју као непоправљиве и неизлечиве, са спектром упадљивих симптома који у стварности често нису преовлађујући.<sup>14</sup> У истраживању спроведеном овом приликом уочена је слична тенденција медија ка сензационалистичком приступу, уз поједностављивање, банализовање и непримерену обраду чак и најозбиљнијих социјалних проблема. Тако је, убрзо након силовања и тешког убиства трогодишње девојчице у околини Зајечара од стране младића из истог села (који је касније правоснажно осуђен за овај злочин), у једном од посматраних таблоида објављен чланак под насловом: *Родитељи, опрез! Стручњаци упозоравају после стравичног злочина код Зајечара: Педофили највише нападају кад отопли*, у којем се преноси упозорење интервјуисаног психотерапеута којим се потенцира неконтролисана сексуалност особа са менталним поремећајима и „баналност зла“ које од њих прети:

*Психијатријски болесници тешко подносе врућину, постају узнемирени, и тада*

<sup>14</sup> Примера ради, шизофренија се обично представља упућивањем на симптоме попут визуелних халуцинација, бизарних делузија и дезорганизованог говора, док су у реалности у симптоматској слици заступљенији губитак мотивације, осиромашен говор и заравњен афект (Owen, 2012).

*се дешава највише убиства и самоубиства међу њима. Код педофила ово је период године кад је фактор провокације најизраженији – деца су лако обучена, девојчице су у сукњицама, често им се виде гаћице. Осим тога, деца се лети играју на улици, лако им је прићи и одвести их, што зими, кад време проводе у кући, није случај (kurirs.rs, 11. 07. 2016).*

Учестала сензационалистичка тактика презентовања вести које се односе на насиље учињено од стране особа са могућим сметњама менталног здравља (о чему се обично износе непроверене тврдње „комшија“, „мештана“ и „познаника“) јесте неетично, и за саму причу ирелевантно наглашавање менталног стања актера догађаја, уз редовно акцентовање непредвидљивости и бизарности у поступању особа са менталним поремећајима. О овоме сликовито говоре текстови са следећим насловима: *Дружили се са крвником: Комшије тврде да ништа није указивало да би могла да се догоди оваква катастрофа!* (telegraf.rs, 18. 5. 2016); *Злочин у Миријеву: Ножем убио мајку [...]. Након злочина на улицу је излетео потпуно го и крвав. Незванично, М... је био душевни болесник* (novosti.rs, 29. 1. 2017) и др.

На крају, треба напоменути да је и овом приликом потврђено да се моћ визуелног, које може пробудити човеково несвесно, утицати на ставове и изазвати разна позитивна или негативна осећања (Jovanović, Stojanović Prelević, 2020), обилато користи од стране посматраних дневних листова, поготово таблоидних. Штавише, може се рећи да су визуелни садржаји практично окосница негативног стереотипног медијског портретисања припадника различитих рањивих група, а нарочито жена

(као сексуално објективизованих), Рома (као просјака, преступника, хигијенски запуштених итд.) и особа са менталним поремећајима (као разуларених, крвожедних и непредвидивих), што за последицу може имати, како показују новије емпиријске студије, не само омаловажавање и оснаживање стереотипа и предрасуда, већ и редукују емпатије публике према појединцима из ових група који се налазе у стању какве социјалне потребе (в. Cogoni, Carnaghi, Silani, 2018; Маућес, 2013).

### ЗАВРШНА ДИСКУСИЈА И ЗАКЉУЧЦИ

Моћ мас-медија да утичу на обликовање културних вредности, а тиме и на опште социјалне прилике у заједници и квалитет живота људи неупитна је. Она се нарочито реперкутује на животе социјално најрањивијих сегмената популације који, по природи ствари, имају врло ограничен утицај на формирање и одржавање доминантног културно-вредносног система док су с друге стране најизложенији краткорочним и дугорочним негативним ефектима културних стереотипа и предрасуда.

Емпиријско истраживање медијских репрезентација рањивих група у дневним листовима у Србији, које је спроведено у склопу овог рада, потврдило је да су стереотипно медијско портретисање и сензационалистички приступ вулнерабилним групама и даље прилично раширени, уобичајена појава, првенствено у таблоидима. Они се, сва је прилика, систематски одржавају специфичним избором тема и извора, начином нарације и одабиром упечатљивих, експлицитних графичких приказа у вестима које се објављују, упркос уверљивим налазима у научној и стручној литератури који указују на

разарајуће и токсичне социјалне последице стереотипизација. Портретисање мањинских етничких група као суштински „другачијих“, опасних и природно непријатељски настројених, као и неговање стереотипа о ромској популацији као друштвеној групи која је хигијенски, здравствено и социјално запуштена, културно заостала, „традиционално“ склона социопатолошким облицима понашања и невољна да се активније ангажује у социјалној сфери и дели доминантне културне вредности шире заједнице, дугорочно одржавају и оснажују неповерење, одбојност и нетрпељивост публике према њима, легитимизују социјалну маргинализацију, искључивање и одржавање структуралне виктимизације, док појединци могу бити подстакнути или охрабрени на злочине из мржње усмерене према овим рањивим групама. Континуирани стереотипни медијски прикази особа са поремећајима менталног здравља као виолентних, ирационалних и непредвидљивих такође остварују негативне ефекте на публику, подстичући страх, негативне ставове и понашање према њима, а стигматизација и маргинализација особа са менталним сметњама директно отежава лечење и опште функционисање, те убрзава пропадање личности ових особа.

Сексуална објективизација жена (од естрадних радница па до жртава насиља) није само питање цивилизацијски превазиђене естетике медија, резултат удовања сексуалним потребама мушке публике, или начин директног и грубог омаловажавања женске популације. Проблем је знатно сложенији јер медији, као средство масовног информисања али и „интерпретирања“ појава и догађаја, могу да продубе стереотипне ставове о женама и допринесу родној дискриминацији



и насиљу према женама (Konstantinović-Vilić, Žunić, 2012: 225). Постоје уверљиви емпиријски налази који кажу да сексуална објективизација доводи до опадања интерперсоналне сензитивности код публике: сексуално објективизоване жене по правилу се опајају као неморалније и некомпетентније у односу на персонализоване жене, док емпатија према жени у стању какве социјалне патње опада (на неуронском и на бихевиоралном нивоу) ако је њен приказ сексуализован (Cogoni, Carnaghi, Silani, 2018). Тако сексуализовани приказ жртава сексуалног насиља директно снижава емпатију посматрача и доводи до тога да жртве чешће бивају опажене као „одговорне“ за виктимизацију, а да учиниоци то бивају ређе (Bernard et al., 2015, према Cogoni, Carnaghi, Silani, 2018; Holland, Haslam, 2015; Loughnan et al., 2013). Ови налази говоре у прилог ставу да медији, кроз репрезентације жена и насиља, директно и перзистентно утичу на меру у којој ће културни социјални амбијент обезбеђивати оправдања насилницима, повећавати ниво толеранције жена и мушкараца према насиљу, обесхрабривати пријављивање насиља и превентивне интервенције, и бити пермисиван према сексуалном насиљу, насиљу према женама и насиљу уопште.

Димензије моћи коју имају медији у обликовању социјалних ставова и културних вредности чине ствари прилично једноставним: уколико би медијски посленици примарно следили јавни интерес (уместо приватног) и поштовали права и достојанство људи, начином извештавања и репрезентацијама особа из рањивих социјалних група могли би пружити непоновљив и немерљив допринос прекидању њихове стереотипизације, дискриминације и виктимизације. У том

случају сензибилизација медија намеће се као задатак од примарне важности, а с тим је у вези и разматрање активности и мера које би осигурале поштовање већ постојећих медијских кодекса и смерница, уз усмеравање веће пажње на позитиван, конструктивни делатни потенцијал особа из рањивих група и ситуације у којима се оне не представљају искључиво као „објекти“, или актери негативних догађаја. Ако би, супротно од тога, медији (поготово таблоиди који убиру плодове социјалне патологије) истрајавали у неосетљивости или улози промотора разних стереотипа и предрасуда, или се чак сами појављивали у улози дискриминатора,<sup>15</sup> остали би још дуго део проблема, уместо решења.

Ако се у овом моменту очекивања од комерцијалних медија у погледу заштите интереса рањивих социјалних група чине обесхрабрујуће скромним, то не би требало да буде случај са јавним сервисима и нарочито, медијима заједнице<sup>16</sup> који би у перспективи могли остварити важну

15 Повереница за заштиту равноправности је 2010. експлицитно указала на овај проблем наводећи текст под насловом: „Снежо, имаш најбољи батак!“ као „типичан пример дискриминације жена у медијима, у овом случају жена које се баве политиком, јер је у питању била једна министарка. Овиме се афирмише став да политичарке увек могу да буду сведене на еротику и поједине делове тела, и то на начин који се никада не примењује у медијском представљању мушкараца на политичким функцијама. [...] Ово је истовремено и порука свим женама – да им није место на јавној сцени и да неће бити процењиване са аспекта професионалне успешности“ (Poverenik za zaštitu ravnopravnosti, 2012: 7–8).

16 Медије заједнице предвиђа Резолуција Европског парламента од 25. септембра 2008. године као непрофитне и независне медије који су у својини заједнице и који су одговорни према друштву којем желе да буду на услузи. European Parliament resolution of 25 September 2008 on Community Media in Europe (2008/2011(INI)). Доступно на: <https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//EN>

улогу у едуковању опште јавности, промо-васању међукултурног дијалога, сузбијању негативних стереотипа и социјалног искључивања мањинских група.

Позитиван учинак нове медијске вредносне оријентације у будућности могао би се очекивати као исходиште доследног настојања медија да искључе предрасуде, указују на структуралне корене социјалних разлика између људи и превазиђу манир портретисања особа из рањивих социјалних група у негативном контексту родних, расних, етничких, религиозних и других стереотипа. Деконструисање друштвених стереотипа као мисија социјално одговорних медија укључује усмеравање пажње како на визуелне садржаје, језичке стратегије, стилове и конструкције који се користе у медијима,<sup>17</sup> тако и на начин на који се преносе изјаве и ставови, посебно имајући у виду да се идеологије нетрпељивости и омаловажавајући ставови према социјално инфериорним групама данас све ређе износе директно, а да чешће имају камуфлиран облик привидно објективних тврдњи.<sup>18</sup> Други, неодвојив, једнако важан и нужан аспект процеса деконструисања друштвених стереотипа и предрасуда у времену које долази јесте промишљен, истрајан, делотворан и координисан ангажман различитих социјалних субјеката у раз-

<sup>17</sup> Рецимо, речи попут „нормално“ и „природно“ у медијима се могу користити с циљем да уприроде и нормализују одређене облике понашања како би били представљени као неупитни и како их нико не би преиспитивао (O’Shaughnessy, Stadler, 2012: 62). Потезање (не)природности као аргумента за и против одређених социјалних избора, поготово у медијском дискурсу, ваља посматрати као манипулативну тактику која је често усмерена против права, слобода и интереса рањивих социјалних група.

<sup>18</sup> Те наводно објективне тврдње о појединим групама обично се износе у форми: „Немам ништа против њих, али...“.

вијању критичког мишљења и унапређењу медијске писмености нових нараштаја.

### Захвалница

Рад је резултат истраживања на пројектима *Казнена реакција у Србији као кључни елемент правне државе* (бр. 179051) и *Развој институционалних капацитета, стандарда и процедура за супротстављање организованом криминалу и тероризму у условима међународних интеграција* (бр. 179045), чију реализацију финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије (2011–2021).

### REFERENCE

Adorno, T, Frenkel-Brunswick, E, Levinson, D. & Sanford, N. (1950). *The Authoritarian Personality*. Harper, New York.

Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

American Psychological Association (n.d.). Stereotype. *APA dictionary of psychology*. Washington, DC: American Psychological Association. Retrieved May 1, 2021, from <https://dictionary.apa.org/stereotype>

Blic (2021, 13. januar). Vesna de Vinča bez hrane bila 42 dana: Smršala 13,5 kilograma i pila samo ove prirodne napitke. *Blic.rs*. Posećeno 5. avgusta 2021. URL: <https://www.blic.rs/zabava/vesna-de-vinca-mrsavljenje-dijeta-kilogrami/2le3f4q>

Blic (2021, 7. februar). Nije mogla da podnese nijednu boru, ubrizgavala botoks na šest

- meseci. *Blic.rs*. Posećeno 5. avgusta 2021. URL: <https://www.blic.rs/zabava/felisitokendal-glumica-botoks-izgled-operacije/h4zfeK1>
- Burgers, C. & Beukeboom, C. J. (2020). How Language Contributes to Stereotype Formation: Combined Effects of Label Types and Negation Use in Behavior Descriptions. *Journal of Language and Social Psychology*, 39(4), 438–456.
- CEPROM (2019). Panel diskusija i predstavljanje rezultata istraživanja: „Komunikativna agresija u Srbiji 2019.“ Posećeno 1. maja 2021. URL: <https://www.ceprom.rs/2019/12/25/panel-diskusija-jezik-senzacionalizma-agresivnosti-i-mrznje-u-medijima-u-srbiji-2019/>
- Cogoni, C., Carnaghi, A. & Silani, G. (2018). Reduced empathic responses for sexually objectified women: An fMRI investigation. *Cortex*, 99, 258–272. DOI: 10.1016/j.cortex.2017.11.020
- Cooke-Jackson, A. & Hansen, E. K. (2008). Appalachian Culture and Reality TV: The Ethical Dilemma of Stereotyping Others. *Journal of Mass Media Ethics*, 23(3), 183–200. DOI: 10.1080/08900520802221946
- Deutschmann, M. & Steinvall, A. (2020). Combatting Linguistic Stereotyping and Prejudice by Evoking Stereotypes. *Open Linguistics*, 6: 651–671. Retrieved April 15, 2021 from <https://doi.org/10.1515/opli-2020-0036>
- Drinčić, N. (2014). *Etnički stereotipi o Romima u elektronskim i štampanim medijima*. Seminarski rad iz kritičke analize diskursa. Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet.
- Posećeno 5. aprila 2021. URL: [https://www.academia.edu/7385859/Etnicki\\_sterotipi\\_o\\_Romima\\_u\\_srpskim\\_medijima](https://www.academia.edu/7385859/Etnicki_sterotipi_o_Romima_u_srpskim_medijima)
- Enders, S. (2011). Scapegoat theory: Shifting blame and displacing aggression. Regis University. Retrieved April 1, 2021, from <https://cdn.website-editor.net/ff826d98c3824defa40776de2b015c4d/files/uploaded/EndersScapegoating.pdf>
- EQAVET/Social protection and Social inclusion Glossary (n.d.). Vulnerable group. Retrieved May 29, 2021, from <https://www.eqavet.eu/eu-quality-assurance/glossary/vulnerable-group>
- Franceško, M., Mihić, V. & Kajon, J. (2005). Socijalna distanca i stereotipi o Romima kod dece novosadskih osnovnih škola. *Psihologija*, 39(2), 167–182.
- Galdi, S. & Guizzo, F. (2020). Media-Induced Sexual Harassment: The Routes from Sexually Objectifying Media to Sexual Harassment. *Sex Roles*. Retrieved March 12, 2021 from <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01196-0>
- Ghiasi N., Azhar Y. & Singh J. (2021). Psychiatric Illness And Criminality. 2021 Apr 30. In: StatPearls [Internet]. Treasure Island (FL): StatPearls Publishing; 2021 Jan-. PMID: 30725749. Retrieved August 1, 2021 from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK537064/>
- GMMP (2015). *Serbia Global Media Monitoring Project 2015, National Report*. Retrieved April 1, 2021 from <https://fddocuments.in/document/serbia-global-media-monitoring-project-privatization-of-all-media-founded-by-the.html>

- Jovanović, Z. & Stojanović Prelević I. (2020). Uticaj konteksta na jezik medija, u: Lopičić, V., Mišić Ilić, B. (ur.) *Jezik, književnost, kontekst*. Niš: Filozofski fakultet Univerziteta, str. 95–105. Posećeno 1. maja 2021. URL: <https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/zbornici/2020/jezik-književnost-kontekst>
- Judd, C. M. & Park, B. (1993). Definition and assessment of accuracy in social stereotypes. *Psychological Review*, 100(1), 109–128. Retrieved March 10, 2021, from <https://doi.org/10.1037/0033-295X.100.1.109>
- Konstantinović-Vilić, S. & Žunić, N. (2012). Viktimizacija žena – medijsko prikazivanje. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Nišu*, 61, 223–246.
- Kurir (2016, 11. jul). Roditelji, oprez! Stručnjaci upozoravaju posle stravičnog zločina kod Zajčara: Pedofili najviše napadaju kad otopli. *Kurir.rs*. Posećeno 6. avgusta 2021. URL: <https://www.kurir.rs/crna-hronika/2347841/strucnjaci-upozoravaju-posle-stravicnog-zlocina-kod-zajecara-pedofili-najvise-napadaju-kad-otopli>
- Kurir (2021, 12. januar). Iscrpljena sam, očekujem da se ovo završi! Slađana u crvenoj bundi stigla na suđenje, došao i Igor koji ju je pretukao! *Kurir.rs*. Posećeno 30. marta 2021. URL: <https://www.kurir.rs/stars/3602671/isrpljena-sam-ocekujem-da-se-ovo-zavrsi-pevacica-stigla-na-sudjenje-sa-partnerkom-koji-ju-je-pretukao>
- Kurir (2021, 12. januar). Sofija Milošević doji sina Alekseja: Manekenka se stesala odmah posle porođaja, a sreću što je majka deli sa svima! *Kurir.rs*. Posećeno 5. avgusta 2021. URL: <https://www.kurir.rs/stars/3602975/sofija-milosevic-doji-sina-alekseja-manekenka-se-stesala-odmah-posle-porodjaja-a-srecu-sto-je-majka-deli-sa-svima-foto>
- Kurir (2021, 6. februar). Glumi da je alfa mužjak, a cela Crna Gora zna da voli muškarce! *Kurir.rs*. Posećeno 30. marta 2021. URL: <https://www.kurir.rs/stars/rijaliti/3619969/danijel-vesic-je-novi-ucesnik-zadruga-maneken-osuo-paljbu-po-kenanu-itomovicu-nisu-mi-do-kolena>
- Macionis, J. J. (2009). *Social Problems (Third Ed.)* Pearson International Edition.
- Maučec, G. (2013). Identifying and Changing Stereotypes Between Roma and Non-Roma: From Theory to Practice. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 6(3), 181–202. DOI:<http://dx.doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2013-no3-art10>
- McFarlane, D. A. (2014). A Positive Theory of Stereotyping and Stereotypes: Is Stereotyping Useful? *Journal of Studies in Social Sciences*, 8(1), 140-163.
- McLeod, S. A. (2015, October 24). *Stereotypes*. Simply Psychology. Retrieved April 29, 2021 from <https://www.simplypsychology.org/katz-braly.html>
- Merriam-Webster (n.d.). Stereotype. *Merriam-Webster.com Dictionary*. Retrieved April 29, 2021, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/stereotype>
- Novosti (2017, 29. januar). Zločin u Mirijevu: Nožem ubio majku. *Novosti.rs*. Posećeno 7. avgusta 2021. URL: <https://www.novosti.rs/vesti/naslovna/hronika/aktuelno.291.html:647175-ZLOCIN-U-MIRIJEVU-Nozem-ubio-majku>

- Mršević, Z. (2011). Žene u medijima: 2010 u Srbiji. *Genero*, 12(2008), 69–95. Retrieved April 1, 2021 from [https://doi.org/10.1007/978-981-13-0242-8\\_26-1](https://doi.org/10.1007/978-981-13-0242-8_26-1)
- O'Shaughnessy, M. & Stadler, J. (2012). *Media and Society (5 ed)*. Oxford University Press.
- Owen, P.R. (2012). Portrayals of schizophrenia by entertainment media: a content analysis of contemporary movies. *Psychiatric Services*, 63(7), 655-659. DOI:10.1176/appi.ps.201100371
- Politika (2021, 18. januar). Srbija peta u Evropi po broju žena na javnim funkcijama. *Politika.rs*. Posećeno 30. marta 2021. URL: <http://www.politika.rs/scc/clanak/470992/Srbija-peta-u-Evropi-po-broju-zena-na-javnim-funkcijama>
- Poverenik za zaštitu ravnopravnosti (2012). *Istraživanje: Mediji i diskriminacija u Srbiji*.
- Pravda (2017, 2. april). Mentalno oboleli čuvar sa saradnicima mučio i klaao vernike, najmanje 20 žrtava. *Pravda.rs*. Posećeno 30. marta 2021. URL: <https://pravda.rs/2017/4/2/horor-u-hramu-mentalno-oboleli-cuvar-sa-saradnicima-mucio-i-klaao-vernike-najmanje-20-zrtava/>
- Radisavljević, S. (2010). Mesečni časopisi za žene i stereotipi – žene kao estetski objekat. *Kultura*, 127: 141–155.
- Rakić, T., Steffens, M. C. & Mummendey, A. (2011). When it matters how you pronounce it: the influence of regional accents on job interview outcome. *British Journal of Psychology*, 102 (4), 868–83.
- Ross T. (2019). Media and Stereotypes. In: Ratuva, S. (eds) *The Palgrave Handbook of Ethnicity*. Palgrave Macmillan, Singapore.
- Rossa-Roccor V, Schmid P. & Steinert T (2020). Victimization of People With Severe Mental Illness Outside and Within the Mental Health Care System: Results on Prevalence and Risk Factors From a Multicenter Study. *Front. Psychiatry* 11:563860. doi: 10.3389/fpsy.2020.563860 Retrieved August 1, 2021 from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsy.2020.563860/full>
- Stjepić, D. (2020). *Govor mržnje i stereotipizacija u tradicionalnim i novim medijima*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Posećeno: 1. maja 2021. URL: <https://novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2020/11/publikacija-o-govoru-mr%C5%BEenje-srp.pdf>
- Telegraf (2016, 18. maj). Družili se sa krvnikom: Komšije tvrde da ništa nije ukazivalo da bi mogla da se dogodi ovakva katastrofa! *Telegraf.rs*. Posećeno 7. avgusta 2021. URL: <https://www.telegraf.rs/vesti/2149132-druzili-se-sa-krvnikom-nista-nije-ukazivalo-na-to-da-bi-mogla-da-se-dogodi-ovakva-katastrofa>
- Telegraf (2016, 2. novembar). Duševno oboleli smeju da koriste satare i sekire: Šta treba da se desi da bi se ovo promenilo? *Telegraf.rs*. Posećeno 30. marta 2021. URL: <https://www.telegraf.rs/vesti/2436125-dusevno-oboleli-smeju-da-koriste-satare-i-sekire-sta-treba-da-se-desi-da-bi-se-ovo-promenilo>
- Telegraf (2018, 10. jul). Miroslav je izgubio roditelje sa 3 godine, završio u bolnici, pa u domu: Iz svega je isplivao sa diplomom, ali još traži posao: Iako je završio fakultet, ne može da nađe posao. Do sada je odbijen na

čak 50 mesta. *Telegraf.rs*. Posećeno 5. avgusta 2021. URL: <https://www.telegraf.rs/vesti/srbija/2973901-miroslav-je-izgubio-roditelje-sa-3-godine-zavrrio-u-bolnici-pa-u-domu-iz-svega-je-ispplivao-sa-diplomom-ali-jos-trazi-posao-foto>

Telegraf (2018, 2. septembar). Dva Roma, dva trubača, dva srpska junaka: Na pomen Ahmeda Ademovića i Rustema Sejdića diže se sa stolice i staje u stav mirno. *Telegraf.rs*. Posećeno 6. avgusta 2021. URL: <https://www.telegraf.rs/zanimljivosti/zabavnik/2986155-dva-roma-dva-trubaca-dva-srpska-junaka-na-pomen-ahmeda-ademovica-i-rustema-sejdica-dize-se-sa-stolice-i-staje-u-stav-mirno>

Telegraf (2019, 21. februar). Užas u Kini: Mentalno oboleli muškarac napao ljude nožem, povređeno 11 osoba. *Telegraf.rs*. Posećeno 5. avgusta 2021. URL: <https://www.>

[telegraf.rs/vesti/svet/3035187-uzas-u-kini-mentalno-oboileli-muskarac-napao-ljude-nozem-povredjeno-11-osoba](https://www.telegraf.rs/vesti/svet/3035187-uzas-u-kini-mentalno-oboileli-muskarac-napao-ljude-nozem-povredjeno-11-osoba)

Telegraf (2020, 9. januar). Romkinja Sandra pokazala da je sve moguće i kad si „obeležen“: A samo su roditelji verovali u nju. *Telegraf.rs*. Posećeno 6. avgusta 2021. URL: <https://www.telegraf.rs/vesti/srbija/3140526-romkinja-sandra-pokazala-da-je-sve-moguće-i-kad-si-obeleden-a-samo-su-roditelji-verovali-u-nju>

Telegraf (2020, 25. decembar). Sigurno sam prokleta i nikad se neću udati! Sandra Afrika u šok ispovesti progovorila o muškarcima, krizi, pa potkačila estradu. *Telegraf.rs*. Posećeno 5. avgusta 2021. URL: <https://www.kurir.rs/stars/3592369/sigurno-sam-prokleta-i-nikad-se-necu-udati-sandra-afrika-u-sok-ispovesti-progovorila-o-muskarcima-krizi-pa-potkacila-estradu>

**MEDIA STEREOTYPING OF VULNERABLE GROUPS IN SERBIA****Key words**

*Media; stereotypes;  
vulnerable social groups*

**Author**

*Biljana Simeunović-Patić  
holds PhD in Criminology.  
She is Full Professor  
at the Department of  
Criminalistics, University of  
Police Studies in Belgrade,  
Republic of Serbia*

**Correspondence**

*biljana.sp@kpu.edu.rs*

**Field**

*Victimology  
Culture and Media*

**DOI:**

*10.5937/politeia0-32512*

**Paper received on:**

*31.05.2021.*

**Paper accepted for  
publishing on:**

*05.07.2021.*

**Summary**

*The paper discusses the contemporary features of stereotypes in media content, with special emphasis on practice and the consequences of stereotyping vulnerable social groups. Particular attention is paid to reviewing the prevalence and modalities of gender, racial, and ethnic stereotypes in Serbian mass media, as well as the consequences of social stereotyping affecting women, minority ethnic groups, people with mental disorders, and members of other vulnerable social groups, including their increased exposure to social marginalization, discrimination, violence, and secondary victimization.*

*The content analysis of electronic editions of three dailies in Serbia of different newspaper format and editorial approach (Politika, Blic, and Kurir), published within the period from January 10 to February 7, 2021, was conducted to gain a closer insight into current representation, forms and other features of media stereotyping of various vulnerable social groups. The obtained findings confirm the initial assumption that stereotypes, especially gender, as well as those directed at minority ethnic groups, are expressed and routinely represented in electronic media content available to the general public, in which these groups are continuously presented in a very narrow repertoire of social roles, primarily by tabloid dailies. Additional content analysis of electronic editions of dailies in Serbia over the past five years features stereotypical portrayal of Roma, and persons with mental health disorders as categories of citizens who are predominantly represented in negative content in the media, with the absence of analytical texts and content dealing with the social background of the circumstances in which they find themselves. Furthermore, no attention is paid to their social needs, which contributes to the strengthening of stereotypes, intolerance, insensitivity, or irrational fear of members of certain vulnerable social groups.*

*In conclusion, the importance of the role of today's mass*

*media in maintaining, but also in deconstructing negative social stereotypes, that is, humanization of modern cultural and social space and denormalization of violence directed at vulnerable groups based on prejudice, is emphasized.*