

# ULOGA MEDIJA U SOCIJALNOJ KONSTRUKCIJI REALNOSTI<sup>1</sup>

**Dr Hajdana Glomazić**

*Institut za kriminološka i sociološka istraživanja, Beograd*

*Uloga medija u socijalnoj konstrukciji realnosti je široko postavljena tema koja ima za cilj da obuhvati nekoliko naučnih i praktičnih pitanja značajnih za ovu oblast istraživanja. U okviru konceptualno široko postavljene oblasti istraživanja autorka je pokušala da preispita ulogu medija u svakodnevnoj konstrukciji 'realnog' naročito imajući u vidu "savremene trendove" u izveštavanju medija o osetljivim temama nasilja i kriminala. Želeći da ispita na koji način mediji konstruišu realnost i kakve efekte proizvodi "rutinizacija neočekivanog", autorka je pored analize medijskih sadržaja pokušala da dobije i empirijske uvide ispitujući percepciju publike o medijskoj interpretaciji kriminala.*

*Ključne reči: mediji, mediji i konstrukcija realnosti, medijsko izveštavanje, nasilje, kriminal*

## UVOD

Razgovori o masovnim medijima, njihovom značaju, funkciji i efektima koje ostvaruju, kako na pojedinca tako i na društvo, dodatno su aktuelizovani ubrzanim razvojem tehnologija koje su sa sobom donele i takozvane - *nove medije*. Novi mediji su, budući specifični po svom karakteru, uneli brojne promene na polju komunikacije i primorali tradicionalne medije da pronađu dodatne kanale za njihovo (re)pozicioniranje na tržištu. To se naročito odnosi na štampu. Upravo u pokušaju da dođemo do odgovora na pitanje zbog čega tradicionalni mediji senzacionalistički izveštavaju o skoro svim društvenim zbivanjima i pojavama, uključujući teme nasilja i kriminala, u naša dva istraživanja (čiji tok i rezultate ćemo predstaviti u ovom radu) smo se bavili dnevnom štampom. Smatra se da su štampani mediji, uprkos promenama koje su pretrpeli, i dalje referentni za socijalna i

---

<sup>1</sup> Ovaj tekst je nastao kao rezultat na projektu "Kriminal u Srbiji: fenomenologija, rizici i mogućnost socijalne intervencije" (broj 47011) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS.

politička pitanja koja imaju značaj za razvoj društvene zajednice. Takođe, opstanak štampanih medija je usko povezan i sa tržištem masmedijskog oglašavanja koje je izbijanjem ekonomske krize znatno redukovano. Dakle, mediji zavise od oglašivača i neretko od njih trpe različite pritiske, pa zarad opstanka na tržištu prave kompromise koji najčešće rezultiraju padom njihovog kvaliteta i snižavanjem standarda same novinarske profesije. Dugoročno, ovakva orijentacija medija rezultira opštom spektakularizacijom. S naše tačke gledišta, interesantno je da spektakl kao način komuniciranja nije zaobišao ni veoma osetljive teme kao što su tragedije, nasilje, nesreće ili kriminal, na šta i upućuju dosadašnje evidencije. Spektakularizacija nasilja i kriminala predstavlja samo uvod u njihovu dalju medijsku eksploataciju, pri čemu neprofesionalan način izveštavanja o nasilju i kriminalu, uz prateći senzacionalizam i tabloidizaciju, preti da se ustali kao vodeći obrazac ponašanja medija. Prikazivanje stvarnosti kroz spektakl uvek ima još jednu drugu, prikrivenu moć: premrežavajući sve sfere društva spektakl se nameće kao jedina realnost i, kao što kaže Debor, postaje "konkretizovana inverzija života" (Debor, 2003:8). U tom smislu se implicitno u našim istraživanjima zapravo problematizuje uloga medija u socijalnoj konstrukciji realnosti i to kroz efekte koje kao posledicu ostavljajuna javnost. Milivojević (2007) kaže da *za razliku od zemalja u kojima tabloidizacija medija, dnevne štampe, predstavlja uglavnom sinonim za trivijalizaciju javnog života, u Srbiji ona ima i izrazito politički doprinos: u sprečavanju društva da se demokratski emancipuje*. Za nas je važno bilo dobiti odgovor na pitanje kakva je uloga domaćih medija u socijalnoj konstrukciji realnosti i da li mediji zaista imaju takvu moć kakva im se pripisuje.

Upravo u cilju ispitivanja načina na koji građani opažaju ulogu medija, i načina na koji mediji izveštavaju o događajima važnim za društvo, mi smo se u okviru projekta "Kriminal u Srbiji: fenomenologija, rizici i mogućnosti socijalne intervencije" bavili odnosom medija i kriminaliteta. Kao rezultat tog rada nastala su dva članka, jedan autorski i jedan koautorski, pod sledećim nazivima: "Izveštavanje dnevne štampe o kriminalitetu: Percepcija odraslih"<sup>2</sup> i "Medijsko doubijanje žrtava"<sup>3</sup> koji su objavljeni u zbornicima Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja. Buduća istraživačka orijentacija autorke ovog rada biće usmerena ka sličnim pitanjima iz srodnih naučnih disciplina, kao i temama koje tretiraju oblast socijalnih medija i društvenih mreža u koje svakako spada i fenomen takozvanog digitalnog nasilja.

## TEORIJSKI OKVIR I RELEVANTNA ISTRAŽIVANJA

Kako bismo pokazali koje su nam teorijski i istraživački pristupi bili inspiracija u donošenju odluke o temi istraživanja, u redovima koji slede daćemo kratak prikaz samo nekih izvoda iz teorijskih postavki koje su činile polazišnu osnovu naših

---

<sup>2</sup> Glomazić, H. (2014). Izveštavanje dnevne štampe o kriminalitetu: Percepcija odraslih. U: L. Kron ed. 2014. *Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja*, vol. XXXIII, br.1, str. 95-109.

<sup>3</sup> Knežić, B. i Glomazić, H. (2015). Medijsko doubijanje žrtava. U: I. Stevanović ed. 2015. *Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja: Maloletnici kao učinioci i žrtve krivičnih dela i prekršaja*, Institut za kriminološka i sociološka istraživanja, str. 245 – 259.

ispitivanja i na koja smo se referisali. Takođe, napravićemo i kratak pregled istraživanja u čijem fokusu je odnos medija i nasilja, a koji na sasvim drugi način tretiraju problem medijskih efekata.

Postoje različiti teorijski pristupi i paradigme kojima se objašnjava uloga i uticaj medija u društvu, a različite istraživačke tradicije, kao što kaže Džajls (Džajls, 2010) su godinama određivale način na koji razmišljamo o medijima. Kako Milivojević navodi "istoriju medijskih istraživanja jasno su obeležile tri različite faze u shvatanju medijskih učinaka"(Snježana Milivojević, 2001:151): od zagovaranja teze o "svemoćnim medijima" i njihovom svemoćnom uticaju (predstavnicu Frankfurtske škole i Čikaška škola u kojoj se ovaj teorijski pristup i razvijao), preko teorijskog pristupa prema kome dominira teorija minimalnih efekata – uticaj medija se "ograničava" na "pojačavanje postojećih uverenja" - (Klaperova "pojačavajuća doktrina), pa sve do novog razdoblja u proučavanju medija koje su obeležile *kulturne studije* i koji odlikuje "otvorenost za postmoderni diskurs i razne etnometodološke pristupe, ali i nova kritičnost prema posleratnoj idealizaciji stabilnog, pluralističkog, modernog društva" (ibid. 156). Razvojem interneta i *novih medija* situacija se dodatno uzburkala pa neki teoretičari kulture sve manje pažnje posvećuju raspravi o tradicionalnim medijima i usmeravaju je na proučavanje *Studija medija 2.0*, odnosno na pojam Veba 2.0 (Gauntlett, 2007).

Polazišna ideja za naša istraživanja nalazi se u predstavljenom trećem teorijskom pristupu koje je temeljno uspelo da redefiniše dotadašnja shvatanja uloge i uticaja medija. U osnovi ove paradigme nalazi se stav prema kome se mediji ne tretiraju kao izolovani entiteti koji proizvode kratkoročne, vidljive efekte, već se "ispoljavaju kroz dugoročni i stalno prisutni medijski rad u osmišljavanju realnosti" (Milivojević, 2001:169). Prema ovom tumačenju mediji nisu samo puki prenosioci poruka, već su aktivni činioци u socijalnoj konstrukciji realnosti. Njihova uloga se ne zadržava samo na prenošenju poruka, već se proširuje na davanje smisla onome što se prikazuje i to: načinom na koji se prikazuje, jezikom koji se koristi, sadržajem koji se prikazuje ili izostavlja, pratećom opremom, montažom, pa se izveštavanje kako mnogi autori primećuju ne može smatrati neutralnim poslom (Vederil, 2005). Posledice i efekti koje proizvode su fluidni i teško uhvatljivi jer se ne odnose na pojedinca već na društvo, pa prema tome oni "rade ideološki - promovišu i preferiraju izvesna značenja sveta, rasprostiru jedna značenja, a ne druga i služe nekim društvenim interesima bolje nego drugim. Zbog raznih društvenih faktora, ovaj ideološki rad može biti manje ili više efektivan, ali je uvek tu i o njemu moramo misliti u terminima efektivnosti u okviru celine društva, a ne o njihovom efektu na izolovane pojedince ili grupe. *Efektivnost* je društveno-ideološki termin, *efekat* individualno-bihejvioristički"(Fiske, 1987:20)

Čomski (2002) smatra da se efektivnost medija masovne komunikacije gleda u prevaspitavanju publike na način da im preusmerava pažnju sa događaja *glavnog toka* na sporedne, sa ratova i razaranja koja besne u svetu na ugođe potrošačkog društva i obiliske šoping centara. Kako tvrdi, sve je to u funkciji održavanja društvenog sistema blokiranjem razumevanja onoga što se događa i preusmeravanjem pažnje na poželjne stavove, misli i ponašanja sa stanovišta društva i zadovoljavanja interesa korporativnih medijskih

industrija (Čomski, 2002). Autori primećuju da "Obezbeđujući izveštaje o savremenom svetu i slike dobrog života, mediji igraju vodeću ulogu u oblikovanju društvenog konsenzusa, i upravo ovaj specijalnodnos između ekonomske i kulturne moći je pitanje njihove kontrole učinio stalnim fokusom akademskog i političkog interesovanja" (Murdock, 1982:118, prema: Milivojević, 2001:177.) Dakle, suština je u tome, kako kaže Vederil (Vederil, 2005) da mediji sve više za nas kreiraju realnost, pa ne dozvoljavaju ni da naše opažanje bude sasvim spontano. Mediji najviše putem slika oblikuju naše razne predstave i "našu ličnost u svakom smislu te reči" (ibid, 92) i ljudima postaje sve teže da odvoje fantaziju od stvarnosti. I Bodrijar (1991) u svojoj knjizi *Simulakrum i simulacija* piše kako čovek počinje živeti u simulakrumu gde se gubi razlika između istine i laži: "Ogromna se energija koristi kako bi se održao taj simulakrum, kako bi se izbjegla nagla desimilacija, koja bi nas suočila s očitom stvarnošću radikalnog gubljenja smisla" (Bodrijar, 1991:85). Na jednom mestu u svojoj knjizi *Kolaps kulture* Vederil (2005) opisuje kako mediji čak i revolucije i ratove prikazuju kao priče koje skoro da se ne razlikuju od zabavnog programa, a da bi se dobilo na uzbuđenju čak se i kriminalistički programi o stvarnim zločinima dorađuju kako bi delovali što uzbudljivije i dramatičnije. Vederil kaže da su mnoge priče bolne za one kojima se događaju, a iz konteksta se da zaključiti da autor s posebnim cinizmom konstatuje da i taj bol *prodaje nešto* na tržištu i da i on ima svoju cenu:

"Postoje određene mere bola koje moraju da se prikažu kada se snima video-spot s ciljem da se podstaknu dobrotvorne donacije. U takvom spotu bolesno dete je mnogo dragocenije nego neka iznemogla starica. Snimci vrlo uspešnih i izuzetno bogatih zabavljača, koji 'besplatno' nude svoje usluge milionskom gledalištu, isprekidani su snimcima iz Afrike koji prikazuju izgladnelu decu i iscrpljenu stoku. Ovi snimci se ubacuju poput reklama da bi izazvali 'pravu reakciju' javnosti. Ona je žestoka. Međutim, kakva je to reakcija? Je li to naše ushićenje zbog muzike i čitavog glamuroznog događaja? Je li to naša vera u vlastitu velikodušnost i velikodušnost miliona drugih ljudi, u to da 'mi sada zaista činimo nešto'? Da li je to reakcija na osećanje krivice koja nas samo umiruje? Ili u tim užasnim slikama zaista postoji neka realnost?" (Vederil, 2005:93).

S druge strane, istraživači koji se bave empirijskim istraživanjima i ispitivanjem povezanosti nasilja i medija najčešće ne vide ulogu medija na ovako pesimističan način. Kako bi i sami izbegli jednostranost u razmišljanju, pokušali smo da obuhvatimo više aspekata sa kojih se tretira ovaj fenomen, pa smo se upravo stoga referisali i na emirijsku građu koja dolazi iz ove oblasti. Međutim, među istraživačima nema saglasnosti ni oko prirode povezanosti nasilja i medija ni oko stepana njihove povezanosti. Ipak, brojna istraživanja sprovedena kako bi se pokazala povezanost između nasilja i medija, odnosno povezanost izloženosti nasilju u medijima sa agresivnim ponašanjem, rezultirala su podacima koji ukazuju da takve povezanosti među ovim pojavama ima (Džajls, 2010)<sup>4</sup>. S druge strane, druga grupa istraživača kritikuje i osporava nalaze svojih kolega (ibid.), a

---

<sup>4</sup> U svojoj knjizi *Psihologija medija* Dejvid Džajls je dao opsežan prikaz istraživanja na ovu temu, i za i protiv, kojim smo se i mi rukovodili

takođe se uočava trend povećavanja literature koja govori u prilog obrazovnim učincima medija (Lemiš, 2008).

U svojoj knjizi *Psihologija medija* Dejvid Džajls (2010) citira autore koji su dugo godina ispitivali faktore koji utiču na agresiju i koji su došli do zaključka da "istraživanja koja se bave uticajem nasilja u medijima (...) nisu konačna. Pitanje(...) je intrinzički problematično, i verovatno se nikada neće pronaći direktna sveobuhvatna uzročna veza" (Twemlow and Bennett, 2008:1172, prema: Džajls, 2010:40). To naravno ne znači da treba odustati od istraživanja, već da se mogu tražiti drugačiji metodološki pristupi koji bi olakšali ovu vrstu istraživanja.

Istraživanja kojima smo se mi bavili i koja su predmet ovog izveštaja, najšire gledano, imala su za cilj da ispituju kako izveštavanje medija u Srbiji o nasilju i kriminalu "konstruiše stvarnost" i šta mladi odrasli građani misle o tome. U narednim redovima ćemo pokušati da damo precizniji pregled onoga što je bila tema naših israživačkih interesovanja.

## OSNOVNA ISTRAŽIVAČKA PITANJA

Osnovna pitanja na koja je u svojim člancima autorka pokušala da odgovori tiču se: a) percepcije mladih odraslih u Srbiji povodom izveštavanja dnevne štampe o nasilju i kriminalu b) stanja u srpskim štampanim medijima u pogledu izveštavanja o žrtvama nasilja i kriminala.

Da bi se dobio odgovor na prvo istraživačko pitanje, pošlo se od pretpostavke da mladi odrasli, uprkos tome što su često izloženi prilično agresivnom medijskim sadržajima i propagandi, ipak imaju sposobnost uspostavljanja kritičke distance u odnosu na pokušaj "medijske konstrukcije stvarnosti", odnosno na informacije i komentare koje mediji objavljuju, u ovom slučaju, o nasilju i kriminalu. Smatrali smo da je ovo pitanje sa istraživačkog i naučnog stanovišta značajno upravo zbog uočenog trenda da se na tabloidan i senzacionalistički način izveštava (Tanjug, 2014) i interpretira stvarnost, i to ne samo o nasilju i kriminalu, već i o gotovo svim temama značajnim za javnost. Tu se zapravo, implicitno i postavilo pitanje moći medija, odnosno njihove učinkovitosti na deo populacije mladih.

Iz sličnog razloga nam je tema o izveštavanju dnevne štampe o maloletnim žrtvama predstavljala istraživački izazov, pa je u tom smislu čak i sam naslov našeg članka<sup>5</sup> sugerisao na hroničan problem etičkih i profesionalnih normi i standarda naših medija. Imajući u vidu da su kriminal i nasilje ekstremne pojave i da samim tim privlače pažnju publike, mediji su uspeli da ih instrumentalizuju u sopstvene svrhe. Medijskom eksploatacijom nesreće, čak i smrti, neretko uspevaju da emocionalno angažuju i homogenizuju publiku u odnosu na ova veoma osetljiva pitanja, proizvodeći "moralnu paniku". Takvom poslovnom orijentacijom mediji očigledno obezbeđuju opstanak na

---

<sup>5</sup> Članak pod nazivom *Medijsko doubijanje žrtava* je koautorski – autori su Brankica Knežić i Hajdana Glomazić

tržištu, odnosno podizanje tiraža štampe, televizijskih rejtinga i slično čime se svesno krše profesionalni standardi i etičke norme.

Upitanost postoji u pogledu nekoliko ključnih pitanja kao što su: da li mediji zaista imaju moć da konstruišu našu realnost, i kolika je ta moć; da li mediji manipulišu javnošću stvarajući *moralnu paniku* oko svake teme koja se sa tržišnog aspekta smatra isplativom i na koji način to utiče na percepciju konzumenata; da li je komercijalizacija i eksploatacija smrti postala društveno prihvatljiv način medijskog ponašanja upravo zbog takozvane "rutinizacije neočekivanog". Naši zaključci su išli ka tome da etabliranje tabloidnog i senzacionalističkog obrasca izveštavanja o kriminalitetu u srpskoj dnevnoj štampi nije slučajno, pa je, tim pre, tema kojom smo se bavili u praktičnom smislu mogla biti zanimljiva. Dakle, tabloidizacija i senzacionalizam u izveštavanju medija, budući da su u sprezi sa politikom, najpre se mogu shvatiti kao: pokušaj pripremanja javnosti da prihvati političke odluke; obezbeđivanje političke koristi određenoj grupaciji političara putem defamacije političkih protivnika; ostvarivanje finansijske koristi i podizanje tiraža kroz komercijalizaciju nasilja – što potvrđuje neka teorijska polazišta na koja smo se referisali. Milivojević (2007) smatra da tabloide u Srbiji, za razliku od tabloida u drugim zemljama, povezuju tri zajedničke osobine: politički ili komercijalni motivi, trivijalizovanje politike i politička doslednost u tumačenju događaja. Međutim, dugotrajna orijentacija medija na snižavanje profesionalnih standarda kako bi se otvorio prostor senzacionalizmu i ugodilo političkim interesima, ipak na kraju dovodi do pretežno negativne percepcije javnosti o njima (Džajls, 2011).

## ISTRAŽIVAČKE METODE I POSTUPCI

Da bismo testirali hipoteze u opisanim članicima, shodno postavljenom predmetu i ciljevima istraživanja, koristili smo različite istraživačke metode. U istraživanju čiji je cilj definisan kao pružanje odgovora na pitanje kakva je percepcija mladih odraslih (studenata) o izveštavanju srpske dnevne štampe o kriminalitetu koristili smo fokus grupe. Zapravo, materijal za analizu proizveden je u fokus grupama (grupnim intervjuima), pri čemu je za organizaciju i analizu podataka primenjen postupak otvorenog kodiranja.

U ovom istraživanju učestvovala su 52 studenta osnovnih studija Beogradskog univerziteta i to sa nekoliko fakulteta: Filozofskog, Filološkog, Pravnog i Ekonomskog fakulteta. Formirano je šest grupa pri čemu se vodilo računa da u njima učestvuje približno jednak broj ispitanika. Učesnici u fokus grupama su vodili razgovor o načinu na koji dnevni štampani mediji u Srbiji izveštavaju o svim događajima vezanim za kriminalitet, teške oblike nasilja i korupciju. Prilikom analize vodilo se računa da ispitanici stave fokus na štampana izdanja dnevnih novina ili njihova internet izdanja. U postupku analize izdvojene su tri ključne kategorije: tabloidizacija i senzacionalizam u izveštavanju štampanih medija u Srbiji o kriminalitetu, nekompetentnost novinarada izveštavaju o kriminalitetu i politički dirigovano – aferiško izveštavanje o kriminalitetu.

Fakulteti koji su ušli u uzorak pripadaju društveno-humanističkoj naučnoj oblasti. Nijedan od selektovanih fakulteta ne pripada prirodno-tehničkoj naučnoj oblasti, niti su umetničkog ili sportskog usmerenja. Ta činjenica se mora uzeti u obzir i prilikom tumačenja rezultata jer se u tom slučaju rezultati koje smo dobili ne mogu odnositi na celu populaciju mladih odraslih građana (studentata). To ujedno može predstavljati jedno od ograničenja ovog istraživanja. Ipak se mora poći od pretpostavke da su studenti društveno-humanističkog usmerenja, zbog same prirode i karaktera studija, nešto većoj meri obavešteniji, odnosno *osetljiviji* na teme koje se tiču društvenog i političkog života zajednice - mada to ne mora biti i nužno tako. Osim toga, od ukupne populacije mladih u istraživanje je bila uključena samo studentska populacija za koju se može pretpostaviti da predstavlja obrazovaniji deo opšte populacije mladih, pa se pri interpretaciji rezultata i ta činjenica mora uzeti u obzir kako se ne bi pravile neopravdane generalizacije. Istraživanja koja se baziraju na fokus grupama su često inicijalna istraživanja koja služe da se kroz grupnu dinamiku ispituju stavovi prema određenom problemu i zapravo po pravilu prethode dubljim istraživanjima.

U drugom istraživanju pošlo se od hipoteze da štampani mediji u Srbiji o nasilju i kriminalitetu izveštavaju na senzacionalistički i tabloidan način. U istraživanju je korišćena kvantitativna i kvalitativna metoda analize sadržaja, metoda studije slučaja i komparativna metoda istraživanja. Jedinicu analize istraživanja predstavljali su tekstovi o nasilju i maloletnicima (bilo da su oni počinioci, osumnjičeni ili žrtve nekog krivičnog ili prekršajnog dela, i saobraćajne ili neke druge nesreće) u online izdanjima tri dnevne štampane novine. Tokom analize strukture sadržaja pažnja autora je bila usmerena ka sledećim elementima: utvrđivanju broja novinskih članaka posvećenih temama koje su predmet istraživanja, utvrđivanju broja i vrste medijski prezentovanog nasilja u kome su akteri maloletnici, utvrđivanju broja i vrste rubrika u kojima je informacija o nasilju i maloletnicima objavljena, utvrđivanju broja objavljenih fotografija i video zapisa u kojima se otkriva identitet maloletnika, identifikovanje broja slučajeva u kojima se ne štiti identitet maloletnih žrtava nasilja. Takođe, u drugom delu rada urađena je i studija slučaja koja je uzeta kao paradigmatična u smislu senzacionalističkog izveštavanja o osetljivim temama maloletničkog nasilja. Istovremeno da opisan slučaj predstavlja obrazac ponašanja medija kada je izveštavanje o maloletnim žrtvama u pitanju.

U ovom istraživanju uzorak su činilatri online izdanja štampanih medija: *Politike*, *Blica* i *Kurira*. U istraživanju su se autorke ograničile na analizu sadržaja tri štampane dnevne novine zbog toga što prema njihovim prethodno utvrđenim kriterijumima oni na valjan način reprezentuju ono što se događa u medijima u pogledu izveštavanja o maloletničkom nasilju. Osnovni kriterijum za odabir medija koji će ući u uzorak nije bio tiraž, već urednička orijentacija. *Politika* je uzeta kao relevantan reprezentant onoga što se kolokvijalno naziva "ozbiljna štampa", *Blic* kao dnevna novina "umerene orijentacije", dok je *Kurir* uzet kao predstavnik takozvane "žute štampe". Međutim, s obzirom da u istraživanje nisu uključeni i nedeljnici, već samo dnevna štampa, zaključci o ponašanju medija vezano za izveštavanje o maloletničkom nasilju i kriminalu, odnosno o maloletnicima kao žrtvama nasilja i kriminala, moraju se pažljivo izvoditi i imati u vidu

da imaju ograničen domet. To ujedno predstavlja i jedno od ograničenja ovog istraživanja.

## SAZNANJA DO KOJIH SE ISTRAŽIVANJEM DOŠLO

Osnovna saznanja do kojih se došlo u našem istraživanju "Izveštavanje dnevne štampe o kriminalitetu: Percepcija odraslih" govore o tome da mladi odrasli – studenti, imaju donekle izgrađen kritički stav prema informacijama koje se plasiraju putem medija a vezane su za nasilje i kriminal. Upitanost mladih studenata u pogledu uloge medija u društvu ogleda se u njihovim, ne bez izvesne ironije, postavljenim pitanjima: da li je uloga medija korektno izveštavanje o temama nasilja i kriminala ili je njihova uloga da načinom na koji izveštava o tim temama promoviše nasilje i kriminal. Jedan od dobijenih rezultata koji može da ilustruje to da manipulativna moć medija postoji, ali da nije bezgranična je sledeći: ispitanici opažaju da tabloidno i senzacionalističko izveštavanje o osetljivim temama kao što su nasilje i kriminal, neminovno vodi ka ugrožavanju ljudskih prava svih aktera događaja, i počinioca i žrtava, pri čemu se dovodi u pitanje empatičnost samih izveštača. To bi značilo da prognoze nisu toliko mračne kako ih predstavljaju postmodernistički orijentisani teoretičari i da se, ipak, mora računati i na *zdrav razum* ljudi. Takođe, istraživanjem se došlo do saznanja da mladi studenti, učesnici u istraživanju, uprkos agresivnom izveštavanju medija o temama privrednog kriminala i korupcije, uspevaju da prepoznaju politički upliv u organizaciju i uređivačku politiku medija, pa se i izveštavanje o tim temama doživljava kao aferaško i politički dirigovano. Ovde još jedanput moramo da zastanemo i da naglasimo da se saznanjima kojih smo došli ne mogu generalizovati i odnositi na celu populaciju mladih jer se u samom istraživanju radi o mladim ljudima višeg stepena obrazovanja, studentima fakulteta društveno-humanističke orijentacije. Međutim, neće zvučati kontradiktorno ako kažemo da je upravo to pokazatelj da obrazovanje jeste faktor razumevanja i instrument za redukciju manipulativnog uticaja medija što je jedno od saznanja dobijeno ovim istraživanjem.

Ovo istraživanje može biti uvod u neka dalja, produbljenija istraživanja na ovu temu, kao što može imati i neke praktične implikacije. Praktične implikacije ovih saznanja bi se mogle ogledati u sprovođenju inicijative i akcija za medijsko opismenjavanje građana, naročito mladih.

Još jedno saznanje koje je sa našeg stanovišta važno jeste da su mladi ljudi najčešće zbunjeni ulogom koju mediji danas imaju u društvu, da vlada nepoverenje u informacije koje dolaze iz zvaničnih medija, te da su usmereni ka alternativnim načinima informisanja kao što su razni portali, socijalni mediji i društvene mreže. Taj podatak nam govori da internet, blogovi ili mreže za socijalno povezivanje mogu biti značajan resurs za promociju nenasilja iako su ujedno i sami izvor govora mržnje i nasilja koje danas u literaturi



nazivamo digitalno nasilje i zlostavljanje.<sup>6</sup>I ovo pitanje upotrebe i zloupotrebe medija, zaslužuje posebnu pažnju i predstavlja temu kojom autorka i u budućem radu želi da se bavi.

U drugom (koautorskom) članku koji u ovom radu predstavljamo - "Medijsko doubijanje žrtava" – rezultati su pokazali da srpska dnevna štampa, odnosno njena online izdanja, obiluju senzacionalističkim i tabloidnim načinom izveštavanja o maloletničkom kriminalu. Pokazalo se da - bilo da su maloletnici žrtve ili su sami počinioi zločina - dnevne novine najčešće na neprimeren način izveštavaju o takvim događajima, uz to kršeći ne samo novinarske etičke standarde i norme, već i nacionalne zakone, međunarodne konvencije i preporuke. Takođe, došlo se do saznanja da na medijskom tržištu dnevne štampe samo retki (što je u našem slučaju *Politika*) u izveštavanju o maloletničkom nasilju i kriminalu poštuju navedene propise, standarde i norme, a da se većina opredelila za senzacionalizam i tabloidni način izveštavanja. Međutim, ono što je interesantno izdvojiti kao novinu, i što je pokazala naša studija slučaja, jeste da postoji intencija medija da vrše odabir pojedinačnih, medijski *atraktivnih slučajeva* nasilja dece i nad decom koje potom medijski eksploatišu računajući na podizanje tiraža i povećanje profita. Dakle, nije svaka nesreća vezana za maloletnike atraktivna i svaka tragedija za medije nema isti potencijal. Kriterijumi za odabir slučaja koji će mediji eksploatisati su većinom veći stepen brutalnosti i bizarnosti zločina ili nesreće. I druga istraživanja su pokazala da je komercijalizacija tuđe nesreće u medijima globalni fenomen, naročito tržišno isplativ kada se odnosi na decu (Foley, M., Hayes, N. & O'Neill, B., 2007). Kao što se u našoj interpretaciji rezultata moglo videti, budući da računaju na povišenu emocionalnu reakciju odraslih kada je nasilje nad decom po sredi, mediji ne prezaju od iznošenja najbizarnijih detalja o nesreći, objavljivanja fotografija zlostavljane i ubijene dece uz veoma lične, često zastrašujuće opise nasilničkog ponašanja ili poslednjih trenutaka života žrtve, uz uverenje da će takav *rukopis* doprineti osvajanju publike. Na taj način se stvara jedan, uopšte ne bezazlen, interpretativni okvir u kome se sugeriše da je dalja medijska zloupotreba i eksploatacija odabranih slučajeva i prihvatljiva i opravdana. U ostalim, manje *atraktivnim slučajevima*, koji nemaju potencijal buduće *udarne* vesti, izveštavanjem o maloletnicima i nasilju većinom se vodi računa o profesionalnim standardima i etičkim normama, mada i tada dolazi do kršenja dečijih zakonom zagarantovanih prava, ali sporadično.

U našem radu smo posebno ukazali na štetne posledice ovakvog načina izveštavanja medija. Naime, zbog izraženog trenda da se na senzacionalistički i tabloidni način izveštava o maloletničkom nasilju i kriminalu treba se jasno podvući da takav način izveštavanja osim što čini da se gubi linija koja razdvaja privatno i javno, društveno prihvatljivo i neprihvatljivo, dovodi do toga da se pomera granica osetljivosti na nasilje. U tom smislu doprinos ovakvih istraživanja trebao bi da bude u informisanju javnosti i institucija sistema na posledice koje mogu nastati po društveni život zajednice i mentalno zdravlje građana. Naš zaključak je da upravo senzacionalističkim i opsežnim prikazivanjem nasilja i kriminaliteta ne šteti se samo pojedincima koji su njegove žrtve ili su počinioi, već

---

<sup>6</sup> O značaju sprečavanju promocije nasilja i govora mržnje na društvenoj mreži skoro je bilo reči prilikom slučajno snimljenog razgovora nemačke kancelarke Angele Merkel i osnivača društvene mreže Facebook, Marka Zucerberga.

se u široj javnosti stvara uverenje o stalnom porastu maloletničkog kriminala i sve težim oblicima i posledicama maloletničke delinkvencije. Iz našeg istraživanja se moglo videti da je manipulativna moć medija velika, naročito ako su tema maloletnici i nasilje, a da *iskrivljene slike* koje mediji prenose o tim pojavama mogu lako dovesti do onoga što se u literaturi naziva – *moralna panika*<sup>7</sup>. Međutim, kriminalitet maloletnika u Srbiji, nasuprot panici i slici koju stvaraju mediji, predstavlja manji deo ukupno prijavljenog kriminaliteta i u poslednje 23 godine (1990-2012.) kreće se u rasponu od 3% do 8%. (Stevković, Lj. 2014). Koliko su opasni netačni, iskrivljeni i preuveličani medijski prilozi ukazuje i navedeni podatak, naročito ako znamo da percepcija kriminaliteta značajno utiče na osećaj sigurnosti građana.

## ZAKLJUČAK

Teme kojima smo se bavili u radu deo su opšteg korpusa tema značajnih za ispitivanje veze između medija i kriminaliteta. Za osnovno pitanje koje je s početka teksta pokrenuto - kakva je uloga medija u socijalnoj konstrukciji stvarnosti uzimajući u obzir i izveštavanje o nasilju i kriminalitetu – može se reći da je ono u naša dva istraživanja najpre problematizovano, a onda su doneseni zaključci koji u izvesnoj meri relativizuju prilično pesimističke opise autora različitih teorijskih orijentacija. Pri tome je dobijen jasan snimak stanja u srpskoj dnevnoj štampi u pogledu izveštavanja o nasilju i kriminalu, koji povezan sa rezultatima koji ukazuju na način na koji mladi ljudi percipiraju ono što mediji rade po tom pitanju ukazuje na domete uloge medija u konstrukciji ove vrste značenja. Rezultati ovih istraživanja mogu poslužiti kao uvod u neka kompleksnija, metodološki zahtevnija buduća istraživanja.

## REFERENCE

1. Baushman, B. J. and Anderson, C.A. (2001). Media violence and the American public. *American Psychologist*. 56, 477 – 489.
2. Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrum i simulacija*. Novi Sad: Svetovi
3. Čomski, N. (2002). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Biblioteka Što čitaš?
4. Debor, G. (2003). *Društvo spektakla*. Beograd: Porodična biblioteka – Aleksa Golijanin
5. Džajls, D. (2011). *Psihologija medija*. Beograd: Clio

---

<sup>7</sup> *Moralna panika* "podrazumeva pretpostavku da je pretnja upućena nečemu što se smatra svetim ili izuzetno važnim za društvo. Razlog što nešto nazivamo moralnom panikom proističe iz potrebe da se istakne da pretnja nije upućena nečemu profanom – poput ekonomskih prihoda ili obrazovnih standarda – već je to pretnja samom društvenom poretku, ili idealizovanoj ("ideološkoj") predstavi jednog njegovog dela (...) Veća je verovatnoća da će se određeni događaji opažati kao velika pretnja i da će podstaći moralnu paniku ukoliko je društvo, ili neki njegov važan deo, u krizi, ili prolazi kroz uznemirujuće promene koje dovode do stresa. Verovatno je da će odgovor na takve pretnje biti zahtev za strožom društvenom regulacijom ili kontrolom, kao i povratak "tradicionalnim" vrednostima" (Kenneth Thompson, 2003: 17).

6. Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
7. Foley, M., Hayes, N. and O'Neill, B. (2007). *Children's Rights and Journalism Practice: A Rights-Based Perspective*. UNICEF: Dublin Institute of Technology. Dostupno na: <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1026&context=cseroth> Pristupljeno: 10.10.2015.
8. Gautlett, D. (2007). *Media studies 2.0*. Dostupno na: <http://www.theory.org.uk/mediastudies2.htm> Pristupljeno: 12.10.2015.
9. Lemiš, D. (2008). *Deca i televizija*. Beograd: Clio
10. Milivojević, S. (2001). Javnost i ideološki efekti medija. *Reč*. 64, 10, 151 – 213.
11. Milivojević, S. (2007). Tabloidizacija dnevne štampe. *Sloboda i nezavisnost medija: između klijentelizma, vlasništva i komercijalizacije. Sarajevo: Mediacentar*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/menadzment-novinarstvo/tabloidizacija-dnevne-stampe-u-srbiji>. Pristupljeno 10.10.2015.
12. Stevković, Lj. (2014). Obim, struktura i dinamika maloletničkog kriminaliteta u svetu i Srbiji. U: Nikolić-Ristanović, V., Stevković, Lj. eds.: *Maloletnička delinkvencija u svetu i Srbiji – trendovi i društveni odgovori*. Beograd: "Prometej".
13. Tanjug (2014). Naslovne strane "Kurira" kao izložbeni eksponati. 22.02.2014. Dostupno na: <http://www.tanjug.rs/fotodet.aspx?galID=119703>. Pristupljeno 10.10.2015.
14. Tompson, K. (2003). *Moralna panika*. Beograd: Clio
15. Vederil, R. (2005). *Kolaps culture*. Beograd: Clio

## THE ROLE OF MEDIA IN SOCIAL CONSTRUCTION OF REALITY

*The role of media in social construction of reality is a broad topic which covers several scientific and practical issues important for this field of research. Within conceptually broad area of research, the author has attempted to examine the role of media in everyday construction of the 'real', especially having in mind "modern trends" in media covering sensitive issues of violence and crime. By trying to examine how the media construct reality and what are the effects of "routinization of unexpected", the author have analyzed both the media and audience's perception of crime interpretation in media.*

*Keywords: media, media and construction of reality, media coverage, violence, crime*