

Душан Б. Кесић¹
Миленко У. Џелетовић²
Милош Т. Томић³
Универзитет у Београду, Факултет безбедности
Београд (Србија)

32.019.51:343.9
316.624
Прејледни научни рад
Примљен 24/09/2020
Прихваћен 10/11/2020
doi: [10.5937/socpreg54-28533](https://doi.org/10.5937/socpreg54-28533)

ПРЕЗЕНТАЦИЈА КРИМИНАЛИТЕТА У МЕДИЈИМА

Сажетак: Извештавање о криминалитету заузима централну позицију у медијској агенди штампаних и електронских медија. Кључна ствар у вези са медијским извештавањем о криминалитету јесте питање утицаја који доминантан медијски дискурс о криминалитету има на перцепцију овог феномена од стране јавности. Циљ овог рада обухвата сагледавање начина презентације криминалитета у медијима, идентификовање критеријума којима се руководи при одабиру вести о криминалитету и, на крају, утицаја који медијска презентација криминалитета има на јавност. Истраживања о медијском извештавању о криминалитету говоре у прилог томе да превелика заступљеност насилничког криминалитета утиче на медијску конструкцију криминалитета, на начин да се овај феномен представља као доминантно насилан.

Кључне речи: криминалитет, медији, насиље, насилнички криминалитет

Увод

Масовни медији представљају основно средство информисања јавности о актуелним друштвеним догађајима. У академској литератури често се наводи чињеница да је друштво постало насилније од момента појаве телевизија, филма, а потом и рачунарске технологије. Сматра се да су медији имали улогу у повећању анксиозности публике, кроз покушаје да се добро познати облици криминалитета представе као потпуно нови феномени. Од појаве телевизије и филма присутно је уверење да су два феномена, медији и криминалитет, „природно повезани” (Jewkes, 2004, str. 5–6). Фасцинираност медија криминалитетом иницирала је настанак студија медија и криминалитета, како би се научно испитала и објаснила ова специфична симбиоза. Стјуарт Хол (Stuart Hall) и сарадници сматрају да криминалитет представља вест због тога што изазива претњу, али и реafirмише консензуалну моралност друштва. „Пред нама је модерна игра моралности у којој ‘ђаво’ симболички и физички бива

¹ dusankesic9@gmail.com

² milenkodz@telekom.rs

³ milosttomic@gmail.com

избачен из друштва од стране својих чувара – полиције и правосуђа” (Hall et al, 1978, str. 66). Данас, извештавање о криминалитету заузима важно, ако не и централно место у агенди штампаних и електронских медија. Презасићеност медија вестима о криминалитету оправдава се великим интересовањем јавности за овај феномен. Према томе, улога медија се своди на посредовање између јавности и друштвене стварности која заокупља пажњу јавности.

Начин презентације криминалитета и превелика, у односу на официјалну статистику структуре криминала, неадекватна заступљеност ових садржаја у медијима често доводи до креирање погрешне „слике” криминалитета у очима јавности. Због тога што се већина људи ослања на масовне медије у вези са криминалитетом, реалистична презентација криминалитета и његове дистрибуције је веома важна, нарочито за информативне медије (Callanan, 2005, str. 61). Претпоставља се да презасићеност свих медијских формата вестима о криминалитету и сензационализација злочина имају утицај на перцепцију публике. Кључна ствар у вези са медијским извештавањем о криминалитету јесте питање у којој мери медији креирају погрешну представу о овом феномену уопште, као и о његовим појединачним облицима. У складу с тим, циљ овог рада подразумева сагледавање начина презентације криминалитета у медијима, идентификовање критеријума којима се руководи при одабиру вести о криминалитету и, на крају, утицаја који медијска презентација криминалитета има на публику.

Улога медија

Потпуно је јасно да медији, а нарочито визуелни медији играју велику улогу у животима све већег броја људи (Marsh & Melville, 2009).⁴ Појава и развој електронских медија тековина је 20. века. Радио и телевизија означили су јединствену медијску револуцију, дајући потпуно нове могућности информисања јавности. С друге стране, информатичка револуција и развој интернета у потпуности су променили парадигму информисања, на начин да сваки појединац има прилику да постане одашиљач информације на глобалном нивоу. Од појаве штампаних и електронских медија, па до данас, њихова примарна функција идентификована је као информисање јавности. Брајан Мек Нејр (Brian McNair) сматра да један од проблема у вези са медијским извештавањем јесте чињеница да медији приказују догађаје који се налазе изван нашег непосредног искуства. Подразумева се да је њихов наратив истинит, те због тога новинарство наступа као јединствена и суштинска друштвена функција (McNair, 1994). Ипак, проблем који се јавља подразумева да медији презентацијом догађаја и чињеница ван стварности публике пружају само неке чињенице, а оне често могу бити предрасуде (Wykes, 2001). Дакле, основна функција и дужност медија подразумева истинито и на чињеницама засновано извештавање, како би се што веродостојније приказали важни друштвени феномени.

⁴ Резултати истраживања из 2019. године о стању безбедносне културе у Републици Србији показују да се средњошколици у највећој мери о безбедносној проблематици информишу путем интернета (58%), а затим следи телевизија (30%) као други главни извор информација (Bodin, Radojević, Kesić, 2019).

Међутим, медији веома често манипулишу чињеницама на начин да се издвајају само оне чињенице које поткрепљују већ постојеће ставове и мишљење јавности о друштвеним феноменима. На тај начин медији креирају образац презентације, али и поимања конкретних феномена.

Треба имати у виду и чињеницу да масовни медији функционишу у компетитивном окружењу. Њихови програми требало би да буду „упаковани” на начин да гледаоцима постану атрактивнији од садржаја који нуде њихови конкуренти. Они такође морају бити атрактивнији оглашивачима, од којих зависе све радиодифузне компаније, како оне приватне, тако и оне у власништву државе (Pratt, 2007, стр. 71). Остваривање конкурентне предности медија подразумева прилагођавање сопствене информативне агенде садржајима за којима постоји највећа потражња публике. Примарна функција приватних новина и телевизија јесте стварање профита, а све остале улоге (информисање јавности, представљање интереса јавности или улога контролора власти) су од секундарног значаја (Leighley, 2004). С друге стране, позиција државних медија битно се разликује у односу на приватне медије, јер државни буџет представља њихов главни извор финансирања. Наиме, успостављање државних медија врши се у јавном интересу, што подразумева да је њихова примарна функција правовремено и истинито информисање јавности о кључним друштвеним питањима. Према томе, за државне медије приоритет би морали бити актуелни и важни друштвени проблеми, представљање интереса јавности и улога контролора власти. Криминалитет је један од друштвених феномена који истовремено представља важан друштвени проблем и комерцијалну вест. Стога, приватни и државни медији имају „интерес” у извештавању о овом феномену. Узимајући у обзир претходно наведене карактеристике медија, интерес приватних медији почива на комерцијалној вредности вести о криминалитету, док државни медији извештавање о криминалитету заснивају на чињеници да је реч о важном друштвеном феномену који спада у домен јавног интереса. Ипак, државни медији веома често приликом презентације криминалитета интернализују „тржишну логику” приватних медија, која деградира основне постулате њиховог устројства и тиме онемогућава јавност у стварању реалистичне представе о овом друштвеном феномену.

Студије медија и криминалитета

Проучавање медијског извештавања о криминалитету, односно проучавање односа медија и криминалитета, подразумева идентификовање неколико кључних питања. Прво питање: „Зашто је криминалитет толико популаран облик вести...?”. Друго питање: „Да ли је медијско извештавање о криминалитету корисно или штетно?”. И треће питање: „Да ли извештавање о криминалитету повећава забринутост људи у вези са криминалитетом?”. Наведена питања апострофирају значај проучавања везе масовних медија и криминалитета (Marsh & Melville, 2009, стр. 15). Штавише, представљена питања постављају есенцијалне смернице за истраживање у студијама о медијима и криминалитету и уједно чине призму кроз коју ће у овом раду бити анализиран однос медија и криминалитета.

Када истраживачи у оквиру студија о медијима и криминалитету разматрају ефекте масовних медија, њихова анализа првенствено је усмерена на утицај који

медији имају на публику. У вези са овим питањем, у оквиру студија о односу медија и криминалитета настале су две теорије које заслужују посебну пажњу: култивациона теорија и теорија постављања агенде (agenda-setting) (Ilić, 2017). Основни став култивационе теорије јесте да медији објављивањем информација о криминалитету уопште, као и о његовим посебним облицима, утичу на представу људи о проблему криминалитета (Lyон, 2009). Почетком 20. века развијени су, из психолошке перспективе, иницијални покушаји да се теоријски приступи питању утицаја и ефекта медија на публику. Ова истраживања тврдила су да масовни медији имају непосредан ефекат на понашање. У складу са овим приступом, који је назван „хиподермички“ (hypodermic needle model), ефекат медија поређен је са убризгавањем дроге у вену (Marsh & Melville, 2009). Поред хиподермичког, постоје још два главна теоријска приступа којима се руководе академска истраживања о ефекту масовних медија. Други приступ, познат као „модел ограниченог ефекта“ (*limited effects model*), указује на то да утицај медија на публику није непосредан. Наиме, публика анализира информације добијене путем медија кроз призму вредности, норми и принципа усвојених у оквиру једне друштвене заједнице. Трећи приступ тврди да медији немају ефекат који утиче на ставове и веровања људи *per se*, већ они обликују ниво важности који људи придају различитим националним проблемима (Fox & Sichel, 2007, str. 8–9). Дакле, разликују се три приступа који различито вреднују утицај медија на публику. Насупрот култивационој теорији, студије постављања агенде указују на то да медији уопште не утичу на мишљење публике него постављају теме и догађаје у јавни дискурс и тиме стимулишу јавност да о њима мисли (Callanan, 2005, str. 57–58). Према култивационој теорији, медији не утичу на мишљење публике, већ само усмеравају њену пажњу на одређене догађаје.

Јединствена популарност криминалитета у медијима представља једно од основних питања у проучавању односа медија и криминалитета. У литератури се наводи пет традиционалних објашњења за доминацију вести о криминалитету у телевизијској продукцији и штампаним медијима. Прво објашњење полази од тога да су вести о криминалитету једноставно информације које јавност треба да зна. Друго објашњење заснива се на тези да приказивање злочина у вестима може превентивно утицати на потенцијалне извршиоце дела.⁵ Треће објашњење указује да извештавање о криминалитету понекад има изглед представе за јавност јер обилује драматичним моментима и емоционалним набојем. Док четврто објашњење проналази везу између вести о криминалитету и природе система кривичног правосуђа. И на крају, пето објашњење апострофира чињеницу о популарности вести о криминалитету (Chermak, 1995). Наведена објашњења популарности криминалитета апострофирају различите аспекте, од јавног интереса до потенцијалне превентивне функције коју извештавање о криминалитету са собом носи. Управо се на аспекту превентивне функције огледа корист медијског извештавања о криминалитету, што условљава потребу да се медијска презентација криминалитета сагледа и кроз призму свог доприноса на плану превенције.

⁵ Потенцијалан учинилац понекад разматра корист и губитке које може имати вршењем неког кривичног дела и у зависности од те процене доноси коначну одлуку (Chermak, 1995).

Медијска конструкција криминалитета

Велико интересовање публице за одређене криминалне догађаје условљава да медијско извештавање буде фокусирано на поједине облике криминалитета, који захваљујући својим карактеристикама завређују највећу пажњу публице. Као што је претходно наведено, медијска презентација криминалитета се веома често своди на одређене чињенице које суштински одржавају креиране предрасуде о криминалитету. У литератури се могу пронаћи три неизбежна закључка у вези са медијском конструкцијом криминалитета. Први закључак тиче се тога да публика углавном прецењује стопе криминалитета, а нарочито насилничког криминалитета. Медији су идентификовани као главни извор информисања у вези са правосудним системом и, на крају, присутно је пренаглашено извештавање о насилничком криминалитету (Roberts, 1992, str. 119):

Наведени закључци несумњиво указују да медији имају снажан утицај на мишљење јавности о криминалитету (Roberts, 1992). Превелика заступљеност вести о насилничком криминалитету утиче на перцепцију јавности, на начин да се овај облик криминалитета опажа као главна претња безбедности. Рејнер и сарадници проучавали су медијско извештавање о криминалитету од краја Другог светског рата до 1990. године; анализирали су узорке прича објављених у Тајмсу (Times) и Дејлију (Daily) и утврдили карактеристике медијског извештавања о криминалитету (Reiner et al. 2003, str. 15–16):

1. заступљене су како чињеничне тако и фикционе приче о криминалитету;
2. приче су превасходно фокусиране на озбиљан насилнички криминалитет, нарочито на убиство;
3. нападачи и жртве у овим причама су вишег друштвеног статуса и старији су него нападачи и жртве процесуирани од стране правосудног система;
4. ризик од криминалитета је представљен као озбиљнији него што стварне бројке виктимизације то показују;
5. ефективност полиције и правосудног система приказује се у позитивном светлу;
6. приче се фокусирају на специфичне случајеве и догађаје, радије него на генералне трендове или политичке проблеме.

Медијска конструкција криминалитета манифестује се примарно кроз селективно и тенденциозно представљање насилничког криминалитета, као примарне безбедносне претње. Размере насилничког криминалитета представљене у медијима не одговарају стварној стопи насилничког криминалитета. Питања структуре и трендова криминалитета изостављена су из медијског дискурса, што доприноси креирању предрасуде о доминантној претњи и високом ризику од испољавања насилничког криминалитета. На тај начин, други облици криминалитета, који уживају већи удео у укупној статистици криминалитета, бивају занемарени. Новинари који извештавају о криминалитету сусрећу се свакодневно са питањем како информисати публику о стварном криминалитету, без сензационализма која би утицао на перцепцију публице (Croll & Lasos, 1999). Потенцијално решење за овај проблем представља пропорционална заступљеност облика криминалитета сходно њиховом уделу у структури укупног криминалитета.

Тенденциозно и сензационалистичко извештавање о криминалитету имало је за последицу настанак феномена названог термином „морална паника” (*moral panics*). Стенли Коен (*Stanley Cohen*) је утемељио појам моралне панике 1972. године, подразумевајући под њим да појединци, друштвене групе или одређени догађаји бивају идентификовани као претња друштвеним вредностима и интересима. Затим следи интензивна медијска презентација ових субјеката или догађаја у стереотипном маниру масовних медија (*Cohen, 1972*). Кенет Томпсон (*Kenneth Tompson*) истиче да на самом почетку процеса настанка моралне панике, неко или нешто се дефинише као претња вредностима или интересима које чине језгро друштвеног поретка. Претњу овим вредностима медији приказују у лако препознатљивој форми. Као резултат таквог медијског приказивања долази до наглог пораста забринутости јавности, што доводи до реакције власти или оних који утичу на креирање јавног мишљења. На крају процеса, паника се повлачи или резултира друштвеним променама (*Thompson, 1998*). Дакле, морална паника настаје као последица константне и пренаглашене медијске презентације одређених друштвених феномена који угрожавају основне вредности друштвене заједнице. Како насилнички криминалитет најчешће бива презентован у сензационалистичком маниру, феномен моралне панике се углавном везује за овај облик криминалитета.

Према резултатим истраживања о медијском извештавању о криминалитету и перцепцији овог облика угрожавања безбедности у Републици Србији, добијени су веома слични налази као у истраживањима спроведеним у страним, превасходно западним државама. Већина испитаника изјаснила се да сматра како је криминалитет у порасту, као и да је насиље веома присутно у друштву. С друге стране, перцепција стопе криминалитета заснована је превасходно на информацијама добијеним путем медија, као главном средству информисања о криминалитету (*Илић, 2017*). Према томе, „слика” раста стопе криминалитета и присуства насиља у друштву конструисана је путем медија.

Штампани медији у САД и у другим државама теже да пренагласе насилнички криминалитет усмерен против особа (убиства, силовања, крађе и нападе), али и да ублаже значај имовинског криминалитета. У анализираним узорцима новина широм света готово да није било информација у вези са узроцима криминалитета и начином како избећи виктимизацију (*Marsh, 1991*). Представљање криминалитета је у великој мери оријентисано на специфичне криминалне случајеве и инциденте, пре него на ширу дебату у вези са узроцима, превенцијом или политиком (*Greer, 2012*). Истраживање медијског извештавања о насиљу над женама у Републици Србији показало је да се у случају масовних убистава доминантно примењује сензационалистички приступ. Такође, на примеру два масовна породична убиства са фемцидом у 2015. и 2016. години, утврђено је да медији уопште нису тематизовали овај феномен из аспекта превенције таквих догађаја (*Mršević, 2017*). Фокусирајући се на догађаје који су „важни” за публику, медији селективно и тенденциозно одлучују о делу стварности који ће јавност спознати, при томе пренаглашавајући размере догађаја који су одабрани да постану вест. Медијска конструкција криминалитета састоји се у апострофирању насилничког криминалитета као примарне претње безбедности грађана и занемаривању других облика криминалитета. Како је насилнички криминалитет релативно редак у стварном свету, то повећава његову важност као вести и води

његовом честом појављивању у вестима о криминалитету (Surette, 2015). С друге стране, имовински криминалитет не проналази своје место у медијима иако представља већу претњу по грађане. Такође, медијски дискурс је у потпуности лишен питања узрока, превенције или политике супротстављања криминалитету. Управо ова питања би требало да чине кључни аспект извештавања о криминалитету јер се на тај начин утиче на развој безбедносне културе грађана, што повратно утиче на стање безбедности и превенцију криминалитета. Државни медији би требало да буду носилац активности на плану развоја безбедносне културе, кроз информисање јавности о свим аспектима криминалитета. Суштински, медијска агенда коју они креирају требало би да има функцију „перцептуалних сочива” која би јавности омогућила да спозна стварно стање криминалитета. Такође, државни медији, као представник и заштитник јавног интереса, требало би да иницирају дискусију у вези са политиком која третира област супротстављања криминалитету.

Критеријуми вредновања вести о криминалитету

Одабир догађаја који ће бити презентовани као вест заснива се на одређеним критеријумима, који су у академској литератури познати као „вредности вести” (news values) а који служе идентификовању догађаја као „важних вести” (newsworthiness)⁶. Дакле, вести су обликоване према вредностима вести, критеријумима који одређују који догађаји долазе у опсег медијске видљивости и у којој мери, а који догађаји остају ван опсега. Пионири у идентификовању критеријума „вредности вести” били су Галтунг (Johan Galtung) и Руци (Mari Holmboe Ruge) у истраживању које је првобитно објављено 1965. године.⁷ Почев од тада, бројни аутори су понудили своју интерпретацију кључних одредница које утичу на вредност вести (Greer, 2009).

На трагу ове класичне анализе, Стив Чибнал (Steve Chibnall) је 1977. године објавио веома утицајну студију у области извештавања о криминалитету која је утицала на развој и примену концепта вредности вести у различитим контекстима. У делу „Закон и ред” (Law and Order) Чибнал је истраживао развој вести о „закону и реду” у британским новинама. Дошао је до закључка да су медијске организације установиле одређена правила за избор вести о криминалитету и да постоји „најмање осам професионалних императива који служе као прећутни водичи за конструкцију нових прича”. Њихов редослед је следећи (Chibnall, 1977, стр. 23):

1. непосредност (брзина/садашњост);
2. драматизација (драма и акција);
3. персонализација (култура личности/слава);
4. поједностављење (елиминација „сивих сенки”);

⁶ Концепте „важности вести” и „појачавања девијације” развио је Џок Јанг (*Jock Young*) (Kidd-Hewitt, 2002: 118–119).

⁷ Галтунг и Руци су покушали да систематски идентификују и класификују вредности вести, које углавном одређују и структуришу извештаје о догађајима. У фокусу њиховог истраживања било је генерално извештавање, а идентификоване вредности су (Galtung and Ruge, 1973): 1. интрига; 2. новина; 3. негативност; 4. фреквентност; 5. фокус на елиту; 6. композиција; 7. фокус на појединце или узрочност; 8. континуитет; 9. просторна и културна релевантност, и 10. консонанца.

5. голицљивост (објављивање забрањеног/воајеризам);
6. конвенционалност (идеологија владајућих);
7. структурирани приступ (експерти, основе моћи, ауторитет, итд.);
8. новитет (нова перспектива/спекулација/преокрет).

Представљена листа вредности вести које идентификује Чибнал (драматичност, новина, персонализација, итд.) у великој мери је аналогна вредностима које наводе Галтунг и Руци. Наиме, разлике у предмету истраживања, са фокусом на извештавање о криминалитету у односу на генерално извештавање, нису утицале на битно другачије резултате. Поред тога, Чибнал је такође идентификовао професионалне императиве који воде оном што он назива „пет неформалних правила релевантности у извештавању о насиљу”. Ова правила усмеравају начин на који новинари третирају насиље, указујући на релевантност превасходно спектакуларних кривичних дела. Поред тога, релевантна су дела са сексуалном или политичком конотацијом, као и дела која су графички презентована. На крају, следе дела која се тичу индивидуалне патологије и репресије (Chibnal, 1997, str. 77).

Чибнал препознаје примат који насилнички криминалитет има у медијском извештавању, као и специфичну везу насиља, спектакла и секса.⁸ Поред претходно поменутих аутора, један од најзначајнијих истраживачких доприноса у дебати око медијске презентације криминалитета и вредности којима се руководи при извештавању о криминалитету јесте монографија Ивон Џевкес (Yvonne Jewkes), под називом „Медији и криминалитет” (Media and Crime). Џевкесова идентификује 12 критеријума вредновања вести, који утичу на обликовање вести о криминалитету у медијима Велике Британије (Jewkes, 2004, str. 40–58):

1. прекорачење прага значаја/драматичности (*Threshold*) – догађаји морају имати одређени степен значаја или драматичности да би били сматрани интересантним и значајним да постану вест;
2. предвидљивост (*Predictability*) – омогућава да медији унапред планирају извештавање о неком догађају;
3. поједностављивање (*Simplification*) – догађаји не морају бити једноставни да би постали вест, али морају бити сводљиви на минималан број делова или тема;
4. индивидуализам (*Individualism*) – појединачне дефиниције криминала и рационализација која наглашава индивидуалне одговоре на криминал су пожељнији него компликована политичка или културна објашњења;
5. ризик (*Risk*) – теза да је модерни стил живота неизбежно повезан са ризиком постала је широко распрострањена претпоставка;
6. секс (*Sex*) – представља једну од најистакнутијих вредности вести, присутну у свим медијима;

⁸ Такође је важно имати у виду чињеницу да се различити медији руководе различитим вредностима приликом одабира и презентације вести. Пример тога јесу Сан (Sun), „Би-Би-Си” (BBC) и Индипендет (Independent) (Jewkes, 2004: 39). Разлике међу медијима произлазе из уређивачке политике, али и традиције самог медија. Поједини медији су изградили свој бренд и место на тржишту захваљујући препознатљивој информативној агенди.

7. познате или особе из високог сталежа (*Celebrity or high-status person*) – опсе-сија познатим личностима евидентна је у свим медијима, а прича има велику вероватноћу да постане вест ако је са њом повезана нека позната личност;
8. близина (*Proximity*) – критеријум близине дели се на просторни и културни. Просторни подразумева географску близину, док културни означава релевантност догађаја за публику;
9. насиље (*Violence*) – вредност вести која је вероватно заједничка за све медије;
10. спектакл или приказ фотографија (*Spectacle or graphic imagery*) – телевизија углавном ужива већи кредибилитет код публике него новине јер нуди фотографије већег квалитета које се сматрају веродостојним и истинитим или извештава из перспективе коју одреди уредништво медија;
11. деца (*Children*) – било који злочин може постати вест уколико је повезан са децом;
12. конзервативна идеологија или политичка диверзија (*Conservative ideology and political diversion*) – у области криминалитета и деликвенције овај критеријум наглашава репресију, више полиције, више затвора и строжи правосудни систем.

Утврђена листа вредности вести коју износи Џевкесова надовезује се на вредности идентификоване у становиштима аутора који су пре ње истраживали ову тему. Џевкесова посебно наглашава јединствени статус насиља, као вредности која је заједничка за све медије. На основу резултата истраживања аутора који су испитивали вредности којима се руководи при извештавању о криминалитету, већина аутора апострофира специјални статус или вредност насиља као вести. Слично схватање о значају насиља износе Хол и аутори: „Важна ствар у вези са криминалитетом у медијима јесте специјални статус насиља као вредности вести. Било који облик криминалитета може постати видљива и позната вест уколико се насиље повеже са њим. Насиље представља фундаментално нарушавање права човека... Односно, оно представља фундаментално нарушавање социјалног поретка” (Hall et al., 1978, стр. 68). Управо због тога што насиље крши фундаментална права човека, пре свега право на живот, психички и физички интегритет, то одређује његов специјални статус. Штавише, специјални статус насиља као вредности вести одређен је специјалним статусом вредности које се њиме угрожавају.

Вредности вести којима се руководи медијско извештавање у Републици Србији на примеру насиља над женама почива на „познатом три С”, тачније, секс, скандал и спектакл (Jugović, A., Jugović, J. & Bogetić, 2016, стр. 117). У истраживању извештавања штампањих медија о насиљу у породицу у Републици Србији током 2012. године, утврђено је да сензационалистички наслови доминирају, као и визуелно представљање насиља, са једном или више фотографија (Vulić & Pavlović, 2014). Дакле, кључне вредности којима се руководи извештавање западњих медија иманентне су и српским медијима; сензационалистички приступ са фокусом на насилнички криминалитет чини језгро медијског извештавања о криминалитету.

Упркос трајним сличностима међу становиштима, важно је препознати чињеницу да су вредности вести такође културолошки специфичне и да оне одражавају историјски и социјални тренутак у којем су смештене (Naylor, 2001). Како се медији и друштво мењају, тако се мењају и критеријуми који утичу на селекцију и продукцију

догађаја као вести. Чини се да је недавна „селебритизација” (*celebrification*) друштва учинила да готово све у вези са познатима постане вредна вест. Посебно је интересант криминалитет повезан са познатима (Rojek, 2001). Превазилазећи бројне секусалне табу теме у претходним деценијама, секс и насиље су чешће заступљени у свим медијима, укључујући и вести о криминалитету (Reiner et al., 2000). Као што је претходно наведено, насиље представља јединствену и специфичну вредност вести јер задира у темеље друштвеног поретка и угрожава основна права човека. Осим насиља, вредности инхерентне већини ауторских становишта јесу спектакл, секс и драматичност. Њихова веза са насиљем је непосредна, чак би се могло рећи да насиље готово увек укључује и неку од ових вредности. Јединствена вредност насиља као вести условљава централну позицију насилничког криминалитета у медијској агенди.

Закључна разматрања

Веза медија и криминалитета се углавном апострофира као исконска, фундаментална и према томе нераскидива. Криминалитет се често карактерише као модерна парадигма исконске борбе добра и зла. Реч је о феномену који на најнепосреднији начин задира у питања безбедности како појединаца, тако и целокупне друштвене заједнице. Према томе, информације о криминалитету чине део јавног интереса, а како медији представљају главно средство информисања јавности о овом феномену, неопходно је да њихово извештавање буде фокусирано на чињенице и приказ стварног стања криминалитета. Приказом истраживања утврђено је да медијска презентација криминалитета има велики утицај на перцепцију криминалитета од стране јавности. Медијско извештавање није посвећено преношењу веродостојне „слике” криминалитета, већ се сензационализацијом појединих облика криминалитета утиче на изградњу страха и моралне панике. Тиме медији узрокују емоционални, а не рационални однос јавности према овом феномену. Реалистична презентација криминалитета подразумевала би ослањање медија на чињенице, тачније, приказ структуре и трендова криминалитета према званичној статистици. Сходно томе, појединачни облици криминалитета требало би да буду медијски заступљени пропорционално свом уделу у укупној структури криминалитета. Ипак, медији врше дисторзију криминалитета селективним извештавањем о појединим облицима криминалитета, искључиво на основу њиховог комерцијалног значаја.

Селективна медијска презентација криминалитета почива на одређеним критеријумима који руководе одабиром догађаја који ће бити презентовани као вест. Главни критеријум који одређује одабир вести о криминалитету јесте насиље. Специјални статус насиља одређен је специјалним статусом вредности које угрожава. Јединствени статус насиља као вредности вести у основи је популарности коју ужива насилнички криминалитет. Услед тога долази до превелике и, у односу на званичну статистику структуре криминалитета, неадекватне заступљености насилничког криминалитета у медијима. Презасићеност медија насилничким криминалитетом утиче на медијску конструкцију криминалитета, на начин да се овај феномен презентује и опажа као доминантно насилан. Значај насиља као вести условљава да медији свакодневно извештавају о насилничком криминалитету иако се он релативно ретко испољава или барем ређе у односу на остале облике криминалитета.

Поред постављања насилничког криминалитета у центар медијске агенде, медијска конструкција криминалитета често подразумева и приказ насилних криминалних догађаја као последицу „више силе” или карме. Овакав приступ утиче на креирање јавног мњења о непостојању начина или могућности да се такви догађаји избегну или спрече. То указује на потребу за померњем фокуса медијског извештавања са самог догађаја и последица на питања узрока и превенције. Тематизација и анализа криминалних догађаја из аспекта узрока, превенције или политике супротстављања криминалитету чини важну функцију медија у развоју проактивног приступа јавности према овом феномену. Тематизовање ових аспеката криминалитета у медијима подстиче развој безбедносне културе, која механизмом повратне спреге утиче на превенцију криминалитета и унапређење стања безбедности целокупне друштвене заједнице. Нажалост, медијски дискурс не препознаје значај ових тема, што је у случају приватних медија донекле и очекивано, док би државни медији, с друге стране, морали да своју медијску агенду прилагоде потребама и интересима јавности.

Dušan B. Kesić¹
Milenko U. Dželetović²
Miloš T. Tomić³
University of Belgrade, Faculty of Security Studies
Belgrade (Serbia)

THE PRESENTATION OF CRIME IN NEWS MEDIA

(Translation In Extenso)

Abstract: Crime reporting occupies a central position in the print and broadcast media agenda. The key thing about media reporting on crime is the question of the impact that the dominant media discourse on crime has on the public perception of this phenomenon. The aim of this paper is to make an insight at how crime is presented in the media, to identify the criteria that guide the selection of crime news, and finally, the impact that media presentation of crime has on the audience. Researches on media reporting on crime suggest that the over-representation of violent crime affects the media's construction of crime, by presenting this phenomenon as dominantly violent.

Keywords: crime, media, violence, violent crime

Introduction

The mass media represent the basic means of informing the public about current social events. The fact that society has become more violent since the emergence of television, film – as well as computer technology later on – is often mentioned in academic literature. The media is believed to have played a role in raising public anxiety, through attempts to present well-known forms of crime as entirely new phenomena. Since the emergence of television and film, a belief originated that the two phenomena – the media and crime, are 'naturally connected' (Jewkes, 2004, pp. 5–6). The media's fascination with crime led to the development of media and crime studies, aimed at scientifically examining and explaining this specific symbiosis. Stuart Hall et al. believe that crime represents news because it poses a threat but also because it reaffirms the consensual morality of society. "A modern morality game takes place before us in which the 'devil' is both symbolically and physically cast out from the society by its guardians – the police and the judiciary." (Hall et al, 1978, p. 66) Today, crime reporting occupies an important, if not central place in the agenda of print and broadcast media. The plethora of crime news is justified by the great public interest

¹ dusankesic9@gmail.com

² milenkodz@telekom.rs

³ milosttomic@gmail.com

in this phenomenon. As a result, the role of the media comes down to mediating between the public and the social reality that captures the public's attention.

The way crime is presented and the over-representation of such content, as well as inadequate representation when compared to the official crime statistics, in the media often leads to a wrong idea of the crime in the eyes of the public. As the majority of people rely on the mass media regarding crime news, a realistic presentation of crime and its distribution is very important, especially for the news media (Callanan, 2005, p. 61). It is assumed that the over-representation of all media formats with news about crime and the sensationalization of crimes have an impact on the perception of the audience. The key issue regarding media coverage of crime is the question of the extent to which the media create a wrong impression about this phenomenon in general, as well as its individual forms. Accordingly, this paper aims to consider the presentation of crime in the media, to identify the criteria that guide the selection of crime news, and finally, the impact that the media presentation of crime has on the audience.

The role of the media

It is quite clear that the media, and especially the visual media, play a major role in the lives of a growing number of people (Marsh & Melville, 2009).⁴ The emergence and development of broadcast media is a legacy of the 20th century. Radio and television marked a unique media revolution, providing completely new opportunities for informing the public. On the other hand, the computer science revolution and the Internet have completely changed the paradigm of obtaining information, so that every individual has the opportunity to become a source of information on a global level. From the emergence of print and broadcast media to the present day, their primary function of informing the public was identified. Brian McNair believes that one of the problems with media reporting is the fact that the media show events that are beyond our immediate experience. It is assumed that their narrative is true, for this reason, journalism takes the appearance of a unique and essential social function (McNair, 1994). However, the problem that arises implies that by presenting events and facts outside the reality of the audience, the media provide only some facts, which can often be prejudiced (Wykes, 2001). Thus, the basic function and duty of the media includes truthful and fact-based reporting, in order for the important social phenomena to be presented as credibly as possible. However, the media very often manipulate the facts in such a way as to single out only those facts that support the already existing attitudes and opinions of the public about social phenomena. In this way, the media create a pattern of presentation but also an understanding of specific phenomena.

It should also be kept in mind the fact that the mass media operate in a competitive environment. Their programs are supposed to be presented in such a way that they become more attractive to viewers than the content offered by their competitors. They also need to be more attractive to advertisers, on whom all broadcasters, both private and state-owned, depend (Pratt, 2007, p. 71). Achieving a competitive media advantage means

⁴ The results of the research on the state of security culture in the Republic of Serbia from 2019 show that high school students are mostly informed about security issues via the Internet (58%), followed by television (30%) as the second main source of information (Bodin, Radojević, Kesić, 2019).

adapting its own information agenda to the content which has the greatest demand among the audience. The primary function of private newspapers and television is to make a profit, while all other roles (informing the public, representing the public interest or the role of the government controller) are of secondary importance (Leighley, 2004). On the other hand, the position of state-owned media differs significantly from the position of privately-owned media because its main funding source is the state budget. Namely, state-owned media are formed in the public interest, which means that their primary function is timely and truthful informing of the public on the topic of key social issues. Accordingly, current and important social issues, representation of public interests and the role of government controllers should be a priority for state-owned media. Crime is one of the social phenomena that is both an important social problem and commercial news. Therefore, private and state-owned media benefit from reporting on this phenomenon. Taking into account the aforementioned characteristics of the media, the interest of privately-owned media is based on the commercial value of crime news, while state-owned media base crime reporting on the fact that it is an important social phenomenon that belongs to the domain of public interest. The state-owned media, however, often internalize the 'market logic' of private media when reporting about a crime, which degrades the basic postulates of their structure and thus prevents the public from creating a realistic image of this social phenomenon.

Media and crime studies

The study of news media crime coverage, i.e. the study of the relationship between the media and crime, involves the identification of several key questions. The first question reads: "Why is crime such a popular news form...?" The second question reads: "Is media coverage of crime useful or harmful?" And the third question: "Do reports about crime increase people's concerns about crime?" These questions underline the importance of studying the relationship between mass media and crime (Marsh & Melville, 2009, p. 15). Moreover, the above-mentioned questions set essential guidelines for research in media and crime studies, and at the same time, form a prism through which the relationship between media and crime will be analyzed in this paper.

When media and crime study researchers consider the effects of mass media, their analysis primarily focuses on the impact the media have on the audience. In connection to this issue, as part of the study of the relationship between the media and crime, two theories have emerged that merit special attention: cultivation theory and the agenda-setting theory (Ilić, 2017). The basic point of the cultivation theory is that the media, by publishing information about crime in general, as well as its specific forms, influence people's perception of the issue of crime (Lyon, 2009). Initial attempts to theoretically approach the issue of the influence and effect of the media on the audience developed from a psychological perspective at the beginning of the 20th century. These studies claimed that the mass media have an immediate effect on behavior. In accordance with this approach, dubbed the 'hypodermic needle model', the effect of the media has been compared to injecting drugs into a vein (Marsh & Melville, 2009). In addition to the hypodermic needle model, there are two other main theoretical approaches used in academic research on the effect of mass media. The second approach, known as the 'limited effects model', indicates that the impact of the

media on the audience is not immediate. Namely, the audience analyzes the information obtained via the media through the prism of values, norms, and principles adopted within a social community. The third approach argues that the media by itself do not have an effect that influences people's attitudes and beliefs, but that the media shape the level of importance that people assign to different national issues (Fox & Sickel, 2007, pp. 8–9). Therefore, there are three approaches that have different evaluations of the influence the media have on the audience. Contrary to cultivation theory, the agenda-setting studies indicate that the media do not influence the public opinion at all, but that the media introduce topics and events in public discourse, thus stimulating the public to think about them (Callanan, 2005, pp. 57–58). According to the cultivation theory, the media do not influence the opinion of the audience, but only direct its attention to certain events.

In the study of the relationship between the media and crime, the exceptional popularity of crime in the media represents one of the basic concerns. The literature provides five traditional explanations of why crime news dominates in television and print media. The first explanation assumes that crime news is simply information that the public needs to know. The second explanation is based on the thesis that the presentation of crimes in the news can have a preventive effect on potential perpetrators.⁵ The third explanation indicates that reporting about crime sometimes resembles a public performance because it has numerous dramatic moments and emotional charge. The fourth explanation finds a connection between crime news and the nature of the criminal justice system. Finally, the fifth explanation addresses the popularity of crime news (Chermak, 1995). These explanations of the popularity of crime address various aspects, starting from the public interest to the potential preventive function that crime reporting brings with it. It is the aspect of the preventive function that reflects the benefits of media crime reporting, which conditions the need for the media presentation of crime to be viewed through the prism of its contribution to crime prevention.

Media construction of crime

The strong interest of the audience in certain criminal events contributes to media reporting's focus on certain forms of crime, which, thanks to their characteristics, deserve the greatest attention of the audience. As previously mentioned, the media presentation of crime is frequently reduced to certain facts, which essentially maintain the created prejudices about crime. Three inevitable conclusions can be found in the literature regarding media construction of crime. The first conclusion concerns the fact that the public generally overestimates crime rates, especially violent crime rates. The media have been identified as the main source of information on the justice system, and finally, there is an excessive amount of violent crime coverage (Roberts, 1992, p. 119).

These conclusions undoubtedly indicate that the media has a strong influence on public opinion on crime (Roberts, 1992). The over-representation of violent crime news affects public perception in such a way that this form of crime is perceived as a major security threat. Reiner et al. (2003, pp. 15–16) studied crime media coverage from the end of

⁵ The potential perpetrator sometimes considers the benefits and disadvantages that may arise from committing a crime and, depending on that assessment, makes the final decision (Chermak, 1995).

World War II to 1990, analyzed samples of stories published in the *Times* and the *Daily*, and determined the characteristics of media crime reporting:

1. Both factual and fictional stories about crime are represented;
2. The stories primarily focus on serious, violent crime, especially murder;
3. The attackers and victims in these stories are of higher social status and older than the attackers and victims prosecuted by the justice system;
4. The risk of crime is present as much more serious than the actual victim numbers show;
5. The effectiveness of the police and the justice system is portrayed in a positive light;
6. Stories focus on specific cases and events rather than general trends or political issues.

The media construction of crime is primarily manifested through the selective and tendentious presentation of violent crime as the primary security threat. The amount of violent crime presented in the media does not correspond to the actual violent crime rates. Issues of crime structure and trends have been left out of the media discourse, which contributes to the prejudices about the dominant threat and the high risk of violent crime. In this way, other forms of crime, which enjoy a larger share of overall crime statistics, are neglected. On a daily basis, journalists reporting on crime face the question of how to inform the public about real crime without news sensationalism that would affect the audience's perception (Croll & Lasos, 1999). A potential solution to this problem would be proportional representation of crime forms according to their stake in the total crime structure.

Tendentious and sensationalist reporting on crime resulted in the emergence of a phenomenon called 'moral panics.' Stanley Cohen founded the notion of moral panics in 1972, thus implying that individuals, social groups, or certain events are identified as a threat to social values and interests. This is followed by an intensive media presentation of these subjects or events in the stereotypical manner of the mass media (Cohen, 1972). Kenneth Thompson points out that at the very beginning of the process of moral panics, someone or something is defined as a threat to the values or interests that form the core of the social order. The threat to these values is presented by the media in an easily recognizable form. As a result of this type of media coverage, a sharp increase in public concern occurs, which leads to a reaction from the authorities or those who influence public opinion. At the end of the process, panic ebbs or leads to social change (Thompson, 1998). Therefore, moral panic develops as a consequence of the constant and exaggerated media presentation of certain social phenomena that threaten the basic values of the social community. As violent crime is most often presented in a sensationalist manner, and the phenomenon of moral panics is mainly related to this form of crime.

According to the results of research on media crime coverage and the perception of this form of security threat in the Republic of Serbia, very similar findings were obtained as the ones from the research conducted in other, primarily Western countries. The majority of respondents indicated that they believe that crime is on the rise, as well as that violence is very present in society. On the other hand, the perception of the crime rate is based primarily on information obtained through the media, as the main means of obtaining information about crime (Ilić, 2017). Therefore, the appearance of the rise of crime and the presence of violence in society was constructed through the media.

The print media in the United States and other countries tend to embellish violent crime directed against persons (such as murder, rape, theft, and assault), but also mitigate the importance of property crime. The analyzed samples of newspapers around the world contained practically no information regarding the causes of crime and how to avoid victimization (Marsh, 1991). The representation of crime is largely oriented toward specific criminal cases and incidents, rather than a broader debate regarding causes, prevention, or policy (Greer, 2012). A survey of media coverage of violence against women in the Republic of Serbia showed that in the case of mass murders, a sensationalist approach was used in the majority of cases. Also, based on the example of two mass family murders with femicide in 2015 and 2016, it was determined that the media did not approach this phenomenon from the aspect of prevention of such events (Mršević, 2017). By focusing on events that are 'important' to the audience, the media selectively and tendentiously decide which part of reality the public will learn about while embellishing the scope of events chosen to become news. The media construction of crime consists of accentuating violent crime as the primary threat to the security of citizens and neglecting other forms of crime. As violent crime is relatively rare in the real world, this increases its importance as news, leading to its frequent appearance in crime news (Surette, 2015). On the other hand, property crime is rarely reported about in the media, although it poses a greater threat to citizens. Also, media discourse is completely devoid of the issue of the cause, prevention of crime, or anti-crime policy. These issues should be a key aspect of crime coverage because in this way the development of the security culture of citizens is affected, which in turn affects the security situation and crime prevention. The state-owned media should be the bearer of activities in the field of security culture development by informing the public about all aspects of crime. In essence, the media agenda the media create should have the function of 'perceptual lenses' that would enable the public to know the real situation when it comes to crime. Also, the state-owned media, as a representative and guardian of the public interest, should initiate a discussion regarding the policy that deals with the field of combating crime.

Crime news evaluation criteria

The process of selection of events to be presented as news is based on certain criteria, known in the academic literature as 'news values,' which serve to identify events as 'news-worthiness.'⁶ Hence, the news is shaped according to the news values, the criteria that determine which events fall within the scope of media visibility and to what extent, and which events remain outside the scope. Johan Galtung and Marie Holmboe Ruge were pioneers in identifying 'news values' criteria – as presented in a study originally published in 1965.⁷ Since then, a number of authors offered their interpretation of key determinants affecting news value (Greer, 2009).

⁶ The 'news values' and 'deviancy amplification' concepts were developed by Jock Young (Kidd-Hewitt, 2002, pp. 118–119).

⁷ Galtung and Ruge tried to systematically identify and classify news values, which mainly determine and structure event reports. The focus of their research was general reporting, and the values they identified include the following (Galtung and Ruge, 1973): 1. unexpectedness; 2. novelty; 3. negativity; 4. frequency; 5. reference to elite; 6. composition; 7. reference to individuals or causality; 8. continuity; 9. spatial and cultural relevance; 10. consonance.

Following this classic analysis, Steve Chibnall published a very influential study from the field of crime reporting in 1977, which influenced the development and application of the concept of news value in various contexts. In *Law and Order*, Chibnall researched the development of news about 'law and order' in British newspapers. He reached a conclusion that media organizations had established certain rules for the selection of crime news and that there were "at least eight professional imperatives that serve as implicit guides for constructing new stories," their order being as follows (Chibnall, 1977, p. 23):

1. immediacy (speed/present time);
2. dramatization (drama and action);
3. personalization (celebrity culture/fame);
4. simplification (eliminating vagueness);
5. titillation (publication of the forbidden/voyeurism);
6. conventionalism (dominant ideology);
7. structured access (experts, the foundation of power, authority, etc.);
8. novelty (new perspective/speculation/upheaval).

The list of news values identified by Chibnall (dramatization, novelty, personalization, etc.) is largely analogous to the values mentioned by Galtung and Ruge. Namely, the differences in the subject of the research, the focus on crime reporting in relation to general reporting, did not have a significant effect on yielding different results. In addition, Chibnall also identified professional imperatives that lead to what he referred to as "five informal rules of relevance which govern the reporting of violence". These rules guide the way journalists treat violence, pointing to the relevance of primarily spectacular crimes. Moreover, crimes with sexual or political connotations are relevant, as are the graphically shown crimes. Finally, there are crimes related to individual pathology and repression (Chibnall, 1997, p. 77).

Chibnall recognizes the priority that violent crime takes in media reporting, as well as the specific link between violence, spectacle, and sex.⁸ In addition to the aforementioned authors, one of the most significant research contributions in the debate on the media presentation of crime and the values that guide crime reporting is a monograph by Yvonne Jewkes, entitled "Media and Crime". Jewkes (2004, pp. 40–58) identifies 12 criteria for evaluating news, which influence the shaping of crime news in the UK media:

1. Threshold – events must have a certain degree of significance or drama in order to be considered interesting and noteworthy enough to become news;
2. Predictability – makes it possible for the media to plan the coverage of an event in advance;
3. Simplification – events do not have to be simple to become news, but they must be able to be reduced to a minimum number of parts or topics;
4. Individualism – individual definitions of crime and rationalization that emphasizes individual responses to crime are more advantageous than complicated political or cultural explanations;

⁸ It is also important to have in mind the fact that different media are guided by different values when selecting and presenting news, such as the *Sun*, the *BBC* and the *Independent* (Jewkes, 2004, p. 39). The differences between the media stem from the editorial policy and the tradition of the media itself. Some media have built their brand and found their place on the market thanks to a recognizable information agenda.

5. Risk – the thesis that the modern lifestyle is inevitably associated with risk has turned into a widespread assumption;
6. Sex – one of the most prominent news values found in all media;
7. Celebrity or high-status person – the obsession with celebrities is evident in all media, and the story is very likely to become news if a celebrity is linked to it;
8. Proximity – the proximity criterion can be divided into spatial and cultural. Spatial implies geographical proximity, while cultural signifies the relevance the event has for the audience;
9. Violence – the news value that is probably common to all media;
10. Spectacle or graphic imagery – television generally enjoys greater credibility with the public than the print media do because it offers higher quality photographs believed to be credible and true, or tell a story from a perspective determined by the editorial board;
11. Children - any crime can become news if it is related to children;
12. Conservative ideology and political diversion – in the field of crime and delinquency, this criterion emphasizes repression, a higher number of police officers, more prisons and a stricter justice system.

The established list of news values presented by Jewkes follows up on the values identified in the views of authors who have previously researched this topic. Jewkes places a particular emphasis on the unique status of violence, as a value that is common to all media. Based on the results of research led by authors who examined the news values that guide crime reporting, most authors underline the special status or value of violence as news. A similar view of the importance of violence is shared by Hall et al. “One special point about crime as news is this special status of violence as a news value. Any crime can be lifted into news visibility if violence becomes associated with it. Violence represents a basic violation of human rights... It thus represents a fundamental rupture in the social order.” (Hall et al., 1978, p. 68) Its special status is determined by the fact that violence violates fundamental human rights, above all, the right to life, mental and physical integrity. Moreover, the special status of violence as a news value is determined by the special status of the values that are jeopardized by it.

The news values that guide media reporting in the Republic of Serbia, on the example of violence against women, are based on the ‘famous three S’s’ – sex, scandal and spectacle (Jugović, A., Jugović, J. & Bogetić, 2016, p. 117). While examining the print media coverage of domestic violence in the Republic of Serbia in 2012, it was determined that sensationalist headlines dominated the media, as well as the visual presentation of violence, with one or more photographs (Vulić & Pavlović, 2014). Therefore, the key values that govern the reporting of the Western media are also immanent to the Serbian media, while the sensationalist approach with a focus on violent crime forms the core of media reporting on crime.

Despite the continuing similarities between different points of view, it is important to recognize the fact that news values are also culturally-specific and that they reflect the historical and social moment in which they are placed (Naylor, 2001). As the media and society are changing, so are the criteria that affect the events’ selection and production as news. It appears as if the recent ‘celebrification’ of society has turned almost everything related to celebrities into something newsworthy. Crime related to celebrities is especially

interesting (Rojek, 2001). Sex and violence are now more common in all media, including crime news, thus overcoming numerous sexual topics that were taboo in previous decades (Reiner et al., 2000). As noted above, violence represents a unique and specific news value because it encroaches on the foundations of the social order and endangers basic human rights. According to the majority of authors, in addition to violence, the integral values are spectacle, sex, and, drama. Their connection to violence is direct. It can even be said that violence almost always includes some of these values. The unique value of violence as news conditions the central position of violent crime in the media agenda.

Concluding remarks

The connection between the media and crime is generally described as primordial, fundamental and, therefore, indestructible. Crime is often characterized as a modern paradigm of the primordial struggle between good and evil. It is a phenomenon that most directly reaches into the issues of security of individuals and the entire social community. Therefore, information about the crime is of public interest, and as the media is the main means of informing the public about this phenomenon, it is necessary that media reporting be focused on the facts and presentation of the real state of crime. The review of the research determined that the media presentation of crime has a great influence on the public's perception of crime. Media reporting is not dedicated to convey a credible depiction of crime, but it influences the rise of fear and moral panic by sensationalizing certain forms of crime. The media thus causes an emotional, not a rational, outlook of the public towards this phenomenon. A realistic presentation of crime would include the media's reliance on facts, more precisely, a presentation of the structure and trends of crime as per official statistics. Consequently, individual forms of crime should be represented in the media proportionately to their stake in the overall crime structure. However, the media distort crime by selectively reporting on certain forms of crime, solely on the basis of their commercial significance.

The selective presentation of crime by the media is based on certain criteria that guide the selection of events to be presented as news. The main criterion that determines the selection of crime news is violence. The special status of violence is determined by the special status of the values it jeopardizes. The unique status of violence as a news value is at the core of the popularity enjoyed by violent crime. As a result, there is an excessive and, when compared to the official statistics of the crime structure, inadequate representation of violent crime in the media. The over-representation of violent crime in the media affects the media construction of crime, in such a way that this phenomenon is presented and perceived as predominantly violent. The importance of violence as news leads to the media reporting about violent crime on a daily basis, although it is relatively rare or at least less frequent than other forms of crime.

In addition to placing violent crime at the center of the media agenda, the media construction of crime often involves the portrayal of violent criminal events as a consequence of 'force majeure' or karma. This approach affects public opinion about the lack of ways or possibilities to avoid or prevent such events. This shows the need to shift the focus of media reporting from the event itself and its consequences to the issues of cause and prevention. Thematization and analysis of criminal events from the aspect of the cause, prevention, or

policy of combating crime is an important function of the media in the development of a proactive public approach to this phenomenon. The thematization of these aspects of crime in the media encourages the development of a safety culture, which – through a feedback mechanism – influences the prevention of crime and the improvement of the security of the entire social community. Unfortunately, the media discourse does not recognize the importance of these topics, this is somewhat expected from the privately-owned media, on the other hand, the state-owned media would have to adjust their media agenda to the needs and interests of the public.

REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА

- Bodin M., Radojević K., Kesić D. (2019). State of the National Security Culture among Young Population in the Republic of Serbia. *Sociološki pregled*, 53(2), 627–647. [doi: 10.5937/socpreg53-20431](https://doi.org/10.5937/socpreg53-20431) [In Serbian]
- Callanan, V. J. (2005). *Feeding the fear of crime: Crime-related media and support for three strikes*. Chicago: LFB Scholarly Pub.
- Chermak, S. (1995). Crime in the News Media: A Refined Understanding of How Crimes Become. In Barak, G. (1994). *Media, process, and the social construction of crime: Studies in newsmaking criminology*. New York: Garland Publishing Inc.
- Chibnall, S. (1977) *Law and Order News: An Analysis of Crime Reporting in the British Press*. London: Tavistock.
- Cohen, S. (1980). *Folk devils and moral panics: The creation of the mods and rockers*. New York: St. Martin's Pr.
- Croll, B. & Lasos, J. (1999), in Brown, S. (2003). *Crime and Law in Media Culture*. Buckingham: Open University Press.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1973). Structuring and selecting news. In Cohen, S. & Young, J. (eds) (1973). *The Manufacture Of News: deviance, social problems and the mass media*. London: Constable.
- Greer, C. (2009). Crime and media: understanding the connections. *Criminology*, 2, 177–203.
- Greer, C. (2012). *Sex crime and the media*. London: Willan.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (2013). *Policing the crisis: Mugging, the state and law and order*. New York: Macmillan International Higher Education.
- Ilić, A. (2017). Media and Crime – Criminological Aspects (doctoral dissertation). University of Belgrade, Faculty of Law, Belgrade. Available at: <http://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/9158/Disertacija.pdf> [In Serbian]
- Jewkes, Y. (2004). *Media and Crime*. London: Sage.
- Jugović, A., Jugović, J. & Bogetić D. (2016). Socio-cultural context and characteristics of violence against women in Serbia. *Godišnjak Fakulteta političkih nauka*, X(15): 105–123. [In Serbian]
- Kidd-Hewitt, D. (2002). *Crime and the media: a criminological perspective*. Criminology: A Reader. London, UK: Sage, 116–29.
- Leighley, J. E. (2003). *Mass media and politics: A social science perspective*. Boston: Houghton Mifflin College Division.

- Lyon R., (2009). Media, Race, Crime and Punishment: Re-Framing Stereotypes in Crime and Human Right Issues. *DePaul Law Review*, 58(3), 741–758.
- Marsh, H.L. (1991). A comparative analysis of crime coverage in newspapers in the United States and other countries from 1960–1989: a review of the literature. *Journal of Criminal Justice*, 19(1), 67–80.
- Marsh, I., & Melville, G. (2009). *Crime, justice and the media*. London: Routledge.
- McNair, B. (1994). Media in post-Soviet Russia: an overview. *European Journal of Communication*, 9(2), 115–135.
- Naylor, B. (2001) Reporting violence in the British print media: gendered stories. *Howard Journal*, 40(2), 180–94.
- O’Connell, M. (2002). *The Portrayal of Crime in the Media: Does it Matter? Criminal Justice in Ireland, Dublin: IPA*. Oxford: Oxford University Press.
- Pratt, J. (2007). *Penal populism*. London: Routledge.
- Quinney, R. (1970). *The social reality of crime*. New Jersey: Transaction publishers.
- Reiner, R., Livingstone, S. and Allen, J. (2003). ‘From law and order to lynch mobs: crime new since the Second World War’. In P. Manson (ed.), *Criminal Visions: Media Representations of Criminal and Justice*. Cullompton: Willan.
- Reiner, R., Livingstone, S, & Allen, J. (2000). No more happy endings? The media and popular concern about crime since the Second World War. In: Hope, T., & Sparks, R. (eds.). *Crime, risk and insecurity: law and order in everyday life and political discourse* (107–126). London: Routledge.
- Roberts, J. V. (1992). Public opinion, crime, and criminal justice. *Crime and justice*, 16, 99–180.
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books.
- Surette, R. (2014). *Media, crime, and criminal justice*. Belmont: Nelson Education.
- Thompson, K. (2005). *Moral panics*. London: Routledge.
- Vulić, T, & Pavlović, D. (2015). Domestic violence in the Serbian daily press: from facts to sensationalism. *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 111–122. [In Serbian]
- Wykes, M. (2001). *News, crime and culture*. London: Pluto Press.