

Analiza fenomena pojavnosti serijski ubojica u digitalnim medijima

Marić, Lucija

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:275987>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ MEDIJI I ODNOSI S JAVNOŠĆU

LUCIJA MARIĆ

**ANALIZA FENOMENA POJAVNOSTI
SERIJSKIH UBOJICA U DIGITALNIM
MEDIJIMA**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Ivica Šola

Sumentorica: dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica

Osijek, 2023. godine

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. DRUŠTVO MEDIJSKOG SPEKTAKLA.....	2
2.1. Kultura slavnih.....	3
3. NOVA TEHNOLOGIJA.....	6
4. NOVI/DIGITALNI MEDIJI.....	7
5. CILJANA PUBLIKA.....	9
6. PREOBRAŽAJ PUBLIKE U DIGITALNIM MEDIJIMA (PUBLIKA VS. KORISNICI).....	10
6.1. Obožavateljska ili fandom kultura.....	11
7. KULTURA NASILJA U MEDIJIMA.....	13
7.1. Opčinjenost serijskim ubojicama.....	16
7.2. Fandom serijskih ubojica.....	18
7.3. Žene u svijetu serijskih ubojica.....	19
8. FENOMEN VIZUALIZACIJE SERIJSKIH UBOJICA.....	22
8.1. Estetika nasilja u medijima.....	23
8.2. Sistematizacija serijskih ubojica i pojavnost u medijima.....	26
8.2.1. Ted Bundy.....	27
8.2.2. Jack The Ripper (Trbosjek).....	28
8.2.3. Jeffrey Dahmer.....	29
8.2.4. Zodiac Killer.....	30
8.2.5. Richard Ramirez.....	31
8.2.6. Elizabeth Batory.....	32
9. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA.....	34
9.1. Definiranje hipoteza istraživanja.....	34
9.2. Anketni upitnik.....	34
9.3. Rezultati anketnog upitnika.....	36
9.4. Provjera i utvrđivanje hipoteza rada.....	41
10. ZAKLJUČAK.....	44
11. LITERATURA.....	45
12. PRILOZI.....	50

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Lucija Marić potvrđujem da je moj diplomski rad pod naslovom

„Analiza fenomena pojavnosti serijskih ubojica u digitalnim medijima“

te mentorstvom izv. prof. dr. sc. Ivica Šola

rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, _____

Potpis

SAŽETAK

Motivacija za ovaj istraživački rad proizašla je iz fascinacije različitim razmišljanjem pripadnika triju generacija (X, Y i Z.) S ciljem procjene stavova tih generacija, sudionici su ispunili anketu koja je tumačila nasilje prikazano u medijima i koncept serijskih ubojica.

Osnovna premisa rada leži u namjeri da se potvrde ili ospore hipoteze koje su postavljene unutar ovog diplomskog rada. Te hipoteze uključuju mjeru agresivnosti u raznovrsnom medijskom sadržaju, njegovo prihvatanje u publici te profiliranje serijskih ubojica temeljem medijskih predočenja. Iako se neki rezultati ankete ne podudaraju s autorskim istraživanjem, ne može se ignorirati činjenica da je anketa provedena među stanovnicima Republike Hrvatske, a istraživanje je temeljeno na američkoj literaturi.

Većina ispitanika ne potiče idolizaciju serijskih ubojica, ali istovremeno vjeruje da su mlađe generacije, posebice generacija Z (rođeni između 1997. i 2007. godine), izložene nasilnim medijskim sadržajima te razvijaju određenu distancu prema nasilju prikazanom u medijima.

U okviru istraživanja, analizirano je šest profiliranih serijskih ubojica kako bi se utvrdila popularnost i razina njihove medijske eksponiranosti. Rezultati jasno ukazuju na idolizaciju serijskih ubojica kroz manipulaciju medijske prizme.

Ključne riječi: generacije, mediji, nasilje, serijske ubojice, kultura slavnih

ABSTRACT

The motivation for this research stems from the fascination with the diverse perspectives of individuals from three generations (X, Y, and Z). With the aim of assessing the attitudes of these generations, participants completed a questionnaire interpreting the portrayal of violence in the media and the concept of serial killers.

The fundamental premise of this study lies in the intention to confirm or challenge the hypotheses formulated within this dissertation. These hypotheses encompass the measurement of aggressiveness in varied media content, its reception among the audience, and the profiling of serial killers based on media presentations. Although some survey results do not align with the author's research, it cannot be disregarded that the survey was conducted among the inhabitants of the Republic of Croatia, while the research itself is grounded in American literature.

The majority of respondents do not endorse the idolization of serial killers; however, they concurrently believe that younger generations, particularly Generation Z (born between 1997 and 2007), are exposed to violent media content and develop a certain detachment from the violence depicted in the media.

As part of the research, six profiled serial killers were analyzed to ascertain their popularity and the extent of their media exposure. The results clearly point to the idolization of serial killers through the manipulation of the media lens.

Keywords: generations, media, violence, serial killers, celebrity culture

1. UVOD

Ovaj rad daje teorijsku podlogu o društvu medijskog spektakla i kulturi slavnih te pojašnjava njihov razvoj koji je ovisan o novim digitalnim tehnologijama koje su, pak, pojednostavile proces medijskog spektakla.

Nastavno na to, obrađuju se promišljanja o ciljanoj publici i preobražaju publike iz spektatorskog položaja u neizostavne dijelove medijskog djelovanja. Uz javnost se veže i obožavateljska kultura (tzv. fandom kultura) u kojoj se povezuju privatno i javno. Analizira se narativna forma producenata koji proizvode nasilne sadržaje i ostvaruju profit na njima. Plodno tlo digitalnih medija uvelo je novi aspekt prihvatanja i konzumiranja nasilnih sadržaja.

Diplomski rad usmjerava svoju okupaciju na temeljito istraživanje fenomena serijskih ubojica, pozicionirajući ih kao subjekt evaluacije unutar kojeg se njihova konceptualizacija i realizacija dublje analiziraju. Sukladno tome, razmatra se i način integracije u širi kontekst popularne kulture.

Provedeno je istraživanje koje služi dokazivanju količine i popularnosti medijskih sadržaja u kojima dominiraju opisi te životna djela najpoznatijih serijskih ubojica. Istraživanje se temelji na fiktivnoj sferi kroz medije filma, televizije, videoigara, glazbe (videozapisi i tekstovi), a prikazana je i komparacija s medijem kazališta. Anketnim upitnikom ispitani su motivi sudjelovanja javnosti u medijskom svijetu, a provedeno je i istraživanje koje se temelji na pojavnosti i analizi stupnja prihvatanja medijskih sadržaja koji reprezentiraju serijske ubojice prema trima generacijama (X, Y i Z).

Cilj ovog rada je, putem anketnog upitnika i autorskog istraživanja, ispitati i utvrditi istinitost hipoteza koje problematiziraju stupanj agresivnosti zastupljen u različitim medijskim sadržajima, odobravanje kod publike, a definiraju se i profili serijskih ubojica prema medijskim tumačenjima.

2. DRUŠTVO MEDIJSKOG SPEKTAKLA

Riječ spektakl, prije svega, objašnjava se etimološkom pozadinom (lat. *spectaculum* – priredba, predstava, prizor). Spektakl mora imati elemente koji će izazvati pozornost šire javnosti. Također, on treba biti raskošan u svojoj pojavnosti. Uz taj pojam danas se često, ako ne i uvijek, veže pojam medija. To je tek jedan od alata koje mediji koriste u svrhu povećanja profita i interesa korisnika za nove medijske sadržaje i žanrove. Opće je poznato kako je kultura medija u suvremeno doba prerasla u središnju točku organizacije svakodnevnog ljudskog života, politike, kulture i ekonomije.

Spektakl je oličenje ideologije jer u svojoj punoći ona razotkriva i očituje bit svih ideoloških sustavi: osiromašenje, porobljavanje i negacija stvarnog života. Spektakl je materijalni „izraz“. Razdvajanje i otuđenje između čovjeka i čovjeka. „Nova moć prijevare“ koncentrirana u njemu temelji se na proizvodnom sustav u kojem „kako količina predmeta raste, tako raste i područje tuđinskih moći kojima je čovjek podvrgnut.“ Ovo je najviši stupanj ekspanzije koja je okrenula potrebu protiv života. (Debord, 2014:124)

Medijski kanali imaju svojstvo transformirati kolektivno razmišljanje društva, a ističu se kroz promociju koja pridonosi ekonomiji te putem promišljenog prikazivanja novih ideala, ideja i idola. Spektakl, kao pojava, duboko je povezan s pasivnošću i distanciranjem ljudskog uma, budući da konzumacija spektakularnih sadržaja pridonosi osiromašenju aktivnih elemenata koji oblikuju svakodnevno iskustvo. Tako, na primjer, pojedinci inertno promatraju spektakle društvenog života iz privatnosti svog doma. Glavni ciljevi svake medijske politike jesu ostvarivanje profita i osnaživanje njihove moći nad društvom.

Pojam *društvo spektakla* je koncept koji je utemeljio francuski teoretičar Guy Debord, a čime opisuje fenomen društva koje je uz medije fokusirano na proizvodnju i konzumaciju fotografija, promotivnih artikala i isceniranih događaja. Medijski spektakli jesu oni medijski kulturni fenomeni koji predstavljaju temeljne vrijednosti modernog društva, pomažu upoznati ljude s njegovim načinom života i dramatizirati njegove rasprave i sukobe, kao i njegove metode rješavanja sukoba. To uključuje medijske ekstravagancije, sportske događaje, političke događaje i one događaje vrijedne vijesti koji privlače pozornost publike. U doba medijskog senzacionalizma, političkih skandala i nadmetanja, naizgled beskrajnog kulturnog rata i novog fenomena terorističkog rata, vijesti su, također, podvrgnute logici spektakla i tabloidizacije. (Kellner, 2003)

Prema Kellneru (2003) medijski spektakl ima sve veći utjecaj na politički i društveni život. Na zaslonima koji produciraju sadržaje medijske kulture, a koja prikazuje spektakle poput dramatičnih slučajeva ubojstava, terorističkih bombi, slavnih i političkih seksualnih skandala te eksplozivnog nasilja svakodnevnog života, sve se više odigravaju društveni i politički sukobi. Osim što troši sve veće količine vremena i energije, medijska kultura također nudi sve veću količinu inspiracije za fantazije, snove i modeliranje identiteta i mišljenja.

Suvremena industrijska civilizacija je inherentno spektaklistička, što se nije dogodilo slučajno. Ciljevi spektakla nisu ništa drugo nego – vidljive manifestacije dominantnog ekonomskog poretka kojemu je rast sve. Spektakl ne cilja ni na što drugo nego sam na sebe, navodi Debord (2014). Medijsko se djelovanje tako unaprijedilo i proširilo korištenjem spektakularizacije i novih tehnologija. Zbog toga, slanje posebno konstruiranih i targetiranih poruka nikad nije bilo lakše. Konzumiranje medijskog spektakla na beživotan način otuđuje ljude od njihove sposobnosti mašte i kreativnosti. Spektakl pobjeđuje nad umovima pojedinaca u trenutku kada se stavlja društveni život u začarani krug kupnje i potrošnje. Naglasak je na konzumaciji.

Suvremenom tržištu teže programi i medijski proizvodi usmjereni prema širim masama. Glavni konzumenti medijskog sadržaja su uvjetovano otupjeli na glavnu problematiku ovog rada – nasilju u medijima, s posebnim naglaskom na reprezentaciju masovnih ubojica. Za oslikavanje tih segmenata društva, priče i pojedinosti iz stvarnih događaja se izdvajaju i proživljavaju kroz prizmu medijske manipulacije. Taktika dramatizacije potiče veću gledanost i produljeni angažman tih programa. Društvo, kao entitet spektakla, pronalazi zadovoljstvo u reinterpetacijama i konstruiranim narativima koji, unatoč inherentnoj opasnosti, ostaju omeđeni unutar zaslona.

2.1. Kultura slavnih

Kultura slavnih predstavlja iznimno suvremen fenomen, koji je evoluirao paralelno s razvojem 20. stoljeća, obuhvaćajući aspekte urbanizacije i eksplozivnog rasta potrošačke kulture. U toj dinamici, ključnu ulogu su odigrale tehnološke inovacije koje su omogućile mehaničku reprodukciju slika te široku distribuciju informacija i vijesti putem različitih medija poput radija, filma, televizije i interneta. Navedeni čimbenici neizmjereno su utjecali na oblikovanje suvremene paradigme.

Mediji i osobe iz svijeta slavnih uspostavili su duboko simbiotsko partnerstvo gdje se njihova interakcija prikazuje kao izuzetno značajna za razumijevanje šireg konteksta kulture i društva. Mediji su, jednostavno rečeno, dio društvene realnosti. Medijski krajolik je obogaćen programima koji stimuliraju i motiviraju kulturu slavnih, tj. medij je postao puki promotivni materijal. Prenoseći reklamne i oglašavajuće materijale putem tabloida, korištenja spektakla i estradizacije, bitne se informacije miješaju s komercijalnim i zabavom zbog lakšeg ostvarenja profita. Važne informacije se degradiraju i gube srž, one postaju sredstvima promoviranja izabраниh sadržaja.

Zapad je već 50-ih godina 20. stoljeća bilježio porast medijskog fokusa na pojedince koji su u oku javnosti. Te su osobe bile izdvojene iz gomile kao *trendseteri* i prvi *selebritiji*, tj. osobe koje kreiraju nove životne stilove, a koje društvo vjerno prati. Spektakularizacija i idolizacija slavnih osoba putem medija uspješno je provedena kroz poistovjećivanje s publikom. Slavne osobe su postale slavne baš zbog personalizacije koju im je medijska zbilja pružila. Približavanjem javnosti, slavne osobe postaju još bolje verzije sebe, a mediji se takvim sadržajima *hrane*, dok istovremeno, javnost svakodnevno traži još. Hromadžić (2009) navodi kako je središnja uloga spektakla slavnih slika, posredovanje vizuala u svrhu dominiranja potrošačima. Time se daje nadmoć vizualnog pored svega ostalog.

Prema Kellneru (2003), u carstvu medijskog spektakla slava se, također, izmišlja i manipulira. Slavne osobe se bogovi i boginje modernog života i idoli medijske kulture. Da biste postali slavna osoba, potrebno je priznanje kao vodeća figura u medijskom spektaklu, bilo da se radi o sportu, zabavi, modi ili politici. Slavne osobe imaju voditelje i menadžere *imidža* koji osiguravaju da njihovi klijenti budu viđeni i pozitivno ocijenjeni od strane javnosti na kontinuiranoj osnovi. Slavne osobe postaju brendovi, zaštitna lica prodaje različitih robnih artikala.

Mediji prvo kreiraju kulturu slavnih putem vanjskih okolnosti u koje inkorporiraju slavne osobe dodatno obogaćujući kulturni krajolik njihovim sudjelovanjem. Sadašnja kultura slavnih prožima svakodnevni život te služi kao izvor zabave. Redovitim praćenjem medijskog sadržaja u potrazi za informacijama o lokacijama slavnih osoba, njihovim socijalnim krugovima, najnovijim kulturološkim trendovima i njihovim svakodnevnim aktivnostima, obični pojedinci aktivno participiraju u održavanju i oblikovanju kulture slavnih. Zbog intenzivnog sudjelovanja građana, kultura slavnih sada se odražava u

društvenim normama i vrijednostima. Takva kultura danas se doživljava kao vrsta eskapizma od stvarnosti i izvor opsesije šire javnosti jer se iskorištava u svrhu zabave.

...ono što je svakako historijski specifikum društva spektakla i celebrity kulture, kako ih poimamo u suvremenom smislu tih termina, jest nezanemariva uloga i podrška masovnih medija u promoviranju vrijednosnih modela koji se svrstaju pod te dvije, njima srodne odrednice. (Hromadžić, 2009:624)

Slavne osobe medijske kulture su ikone današnjega modernog doba, božanstva društva zabave u kojemu su novac, izgled, slava i uspjeh ideali i ciljevi milijardama koje nastanjuju Zemlju. Dok se ljudska vrsta sprema za putovanja u svemir kako bi ga istraživala s čudima nanotehnologije i preuređenje ljudske vrste s biotehnologijom, pojavljuju se mogućnosti da mediji, potrošači, medicina i druge tehnologije sadašnjega doba potaknu ljudsku vrstu na posthumnu pustolovinu koja bi čak mogla pokazati spektakl kraja čovječanstva u doba produhovljenih i transformativnih strojeva, utvrdio je Kellner (2003).

Ovaj će se, pak, rad temeljiti na fenomenu masovnih ubojica i njihovom ulasku u svojstvenu kulturu slavnih. Ipak, masovne ubojice koje su postale omiljeni fiktivni likovi temeljeni na postojećim ili nekadašnjim kriminalcima, ovim su putem predstavljeni kao „jedni od nas“, njihova se svakodnevnica ne razlikuje previše od standardiziranog rasporeda kojem je podložna građanska klasa. Njihov život je sličan životima drugih, iako postoji jedna temeljna razlika između njih i običnoga puka. Naime, oni su duboko nestabilni pojedinci koji imaju posebnu vrstu, takozvanog, hobija. Njihovo slobodno vrijeme počinje i završava različitim izrazima nasilja nad drugim pojedincima u društvu.

Povećana ekranizacija masovnih ubojica može se povezati s postepenim privikavanjem na prisutnost nasilja u medijskim sferama koje su dostupne u svakom trenutku. Najveće djelovanje tih sadržaja odražava se na mlađe generacije koje svojim čulima, otupjelim na nasilje, neprestano traže adrenalinom napunjene programe od kojih će osjetiti *nešto*. Njihova je pozornost na onome što se događa intenzivno i brzo te bez previše razmišljanja. Mladi tako stvaraju novu klasu kulture slavnih. Idoli ponašanja i načina življenja postaju masovne ubojice koje imaju svoj hram kulture slavnih.

3. NOVA TEHNOLOGIJA

Moderno se društvo razvija i prilagođava brzorastućoj optimizaciji tehnologije koja kroz svoje faze razvoja određuje i kreira socijalni poredak. Tehnološki napredak može se proučavati na dvjema oprečnim stranama. S one pozitivne strane, tehnologija je ljudski pomagač i uvelike olakšava i služi u određenim pothvatima. Međutim, pridonijela je i otvorenom pristupu velikom broju različitog sadržaja koji potencijalno ima ugrožavajuće učinke za određene skupine ljudi/korisnika.

Živković (2020) tvrdi kako je društvo svjesno postojanja obiju strana tehnologije, ona je postala svojevrsna ovisnost. Teško je zamisliti život bez slobodnog pristupa tehnološkim dostignućima. McLuhan (2008) navodi da je tehnologija postala oblik ljudskog produžetka gdje se događa situacija otupljivanja jednog dijela svijesti i dolazi do produživanja svijesti na tehnologiju. Novi formati informacija i zabave utječu na posao, obrazovanje, užitak, društveni kontakt, politiku i kulturu. Spektakl transformira sve te sfere postojanja, od posla i komunikacije do zabave i distrakcije.

Stoga „nove tehnologije“, prema Kellneru (2003), obuhvaćaju širok raspon područja više od same informacijske tehnologije, uključujući značajne elemente zabave, komunikacije i multimedije, kao i znanja, i informacija te preoblikuju rad i slobodno vrijeme. Internet brzo apsorbira ranije kulturne oblike, a računala postaju važni kućanski uređaji i izvori zabave, informacija, rekreacije, komunikacije i interakcije s vanjskim svijetom.

Društvo je suženo na internetsku komunikaciju promičući suvremeno društvo u istodobnog stvaratelja i konzumenta medijskih sadržaja. Uslijed naseljavanja u sferu medija, čovječanstvo je inkorporiralo pasivnu interakciju u tuđe živote izgrađujući svoje živote kroz medijski filter. Tehnološke inovacije leže pred pojedincima kao ambivalentno oruđe. Takva životna paradigma omogućava olakšanu međunarodnu korespondenciju i spaja je na izniman način, ali istodobno zatvara pred zaslone, oblikujući novi *modus operandi*.

Svojim širenjem na nove tehnologije, mediji i novi kulturni oblici dominiraju sviješću i svakodnevnim životom što dovodi do spektakularizacije politike, kulture i svijesti koja rađa nove oblike otpora i sukoba. Tehnološka revolucija dovela je do pojave novih medijskih formata uključujući radio, televiziju, kino i video, kao i revolucionarnih oblika tehnokulture, poput interneta i *cyberculture*. Digitalizacija je značajno promijenila kulturu, zaključuje Kellner (2003) iznjedrивši nove žanrove spektakla i tehnokulturne subkulture.

4. NOVI/DIGITALNI MEDIJI

Novi su mediji nastali kao rezultat razvoja nove tehnologije. Ona sa sobom nosi rast i širenje mogućnosti ulaska medija u bliži kontakt s publikom. Digitalizacija ima veći utjecaj na medije od samog interneta pa se, stoga, javljaju tri osnovne razine promjena u medijskom svijetu, predstavlja Zgrabljic Rotar (2020). Prva promjena je ona u medijskim sadržajima zbog potražnje novih i zanimljivijih sadržaja koji će zadovoljiti javnost. Medijska komercijalizacija se tako neće bitno promijeniti, ali će pratiti trenutne trendove. Druga je promjena organizacijska, ona zahtijeva povećanje proizvodnje medijskih sadržaja. Iz te se promjene razvijaju tzv. industrije sadržaja ili aktivnosti stvaranja izvornih medijskih sadržaja kojima su posvećene cijele industrije. Posljednju promjenu koju nosi digitalizacija medija naziva se promjenom publike u kojoj se aktivna publika pretvara u interaktivnu publiku.

Digitalizacija je pokrenula i proces internetizacije, gdje je svaki stari model medija odjednom mogao dobiti svoj prostor u sferi interneta. Novine su postali internetski portali i članci, televizija ima svoju domenu na službenim stranicama svoje produkcijske mreže, a tu su, također, *streaming* servisi koji potpuno zamjenjuju normalan rad televizijskog programa, radio je dostupan kao proširena platforma sa službenom stranicom i poveznicama za prijenose uživo, došlo je dakle, do integracije videa, slike i audio zapisa u jedno.

Danas se više nego ikad tehnologija ističe kao determinanta ne samo logike proizvodnje, nego i gramatike artikulacije digitalnih vijesti. Dok su u tradicionalnim medijima masovnog komuniciranja informacije žanrovski i hijerarhijski organizirane i strukturirane, a autori ih nastoje plasirati kao cjelovite i čvrsto definirane, na mreži su one linearno strukturirane s brojnim poveznicama koje vode do sličnih informacija ili informacija o identičnim temama, bez autorove pretenzije da ih hermetički zatvori i učini konačnima. Informacije nisu inkorporirane u tradicionalne žanrove (vijesti, izvještaje, reportaže) kao u tradicionalnim masovnim medijima. Publicirane su jednostavno kao informacije, zanimljive priče. Nijedna informacija nema monopol, neovisno o tome tko ju je na mreži objavio - vlada, organizacija, medijski profesionalac, pa čak i pojedinac na svom weblogu. Naprotiv, sve su u ravnopravnom položaju i konzument samo treba odabrati koje će informacije konzumirati. Čak može trenutno komentirati informacije, izražavati svoja stajališta i reakcije na informacije, dopunjavati ih. Sve je zapravo otvoreno i čeka nove informacije... (Zgrabljic Rotar, 2020:344)

Mjesta za dosadu uz Internet, zapravo, i nema. Važno je za napomenuti kako sadržaj i program koji je propušten u vrijeme živog prijenosa može biti pohranjen za slušanje i gledanje u nekom drugom terminu. Ne postoje ograničenja za raspored, a sadržaja i novih programa postoji i previše. Potrebe i želje za nekim sadržajima mogu se jednostavno filtrirati u tražilici. Digitalne su platforme omogućile stalno prisutnu globalnu i masovnu publiku. Tako su mediji digitalizacijom uspjeli uspostaviti novi suodnos s javnošću.

Zgrabljic Rotar (2020) definirala je i alate digitalnog odnosa s javnošću: *weblogovi* ili *blogovi* koji su samo jedna vrsta internetskog časopisa i djeluju kao časopis (pretplata, komentiranje, komunikacija sa autorima). Postoje informativni, tematski, organizacijski i osobni blogovi. Drugi alat digitalnog odnosa su objave na društvenim mrežama. To su tradicionalna priopćenja s dopunom mogućnosti koje nosi internet. Novinarski tekstovi postaju multimedijски, približeni i konstruirani za širu javnost. Nadalje, postoje i *mikroblogovi*, slični su već spomenutim blogovima, ali imaju svoja ograničenja u broju znakova po objavama (najpoznatija je aplikacija Twitter). Posljednji alat digitalnog odnosa s javnošću su *stranice za društveno umrežavanje*.

Mrežne stranice za društveno umrežavanje omogućavaju korisnicima komuniciranje s prijateljima, poznanicima i osobama iz profesionalnog okruženja. U pravilu je za pristup sadržaju potrebna registracija. Korisnici na tim stranicama samostalno stvaraju korisnički profil, stranicu s osobnim podacima (opis vlastitih interesa, aktivnosti, znanja i niz demografskih podataka). Jednom kada je profil otvoren, korisnici komuniciraju s poznanicima (i s nepoznatim osobama), članovima društvene mreže, s kojima dijele iste ili slične interese i aktivnosti. U društvene mreže, jednostavne za korištenje, korisnici se besplatno uključuju pa broj njihovih korisnika raste iz dana u dan. Budući da korisnici sadržaj kreiraju, među sobom ga dijele i na njega reagiraju, društvene mreže pogodne su za razne oblike interakcije s korisnicima. Korisnici mogu reagirati na sadržaj i slobodno iznijeti svoje mišljenje ili komentar, što omogućava praćenje javnog mnijenja (Rocco i Zaninović 2016: 123). (Zgrabljic Rotar, 2020:360)

5. CILJANA PUBLIKA

Ciljana publika, pojam je koji se sastoji od skupa ljudi koji su prepoznati kao potencijalni klijenti određene tvrtke kojoj je u cilju profit putem prodaje usluga ili dobara kojima raspolaže. Određivanje ciljane publike važan je korak u svakom poslovnom planu jer je publika ta koja određuje kakve i koje proizvode želi ili su im potrebni. Najlakša strategija za određivanje ciljane publike je prvo razmotriti jedinstvene zahtjeve kojima se proizvod ili usluga obraća. Što je preciznije sastavljena poruka za publiku, to će ona brže i efektivnije djelovati na tu demografiju te će i oglašavanje biti učinkovitije.

Ako se kupci moraju oblikovati, a ne otkrivati da bi se izgradilo tržište, navodi Ang (2006), onda građani koji čine javnost, također, moraju biti generirani i izmišljeni, napravljeni od same institucije. Stoga, imajući na umu svoje posebne ciljeve i interese, i komercijalne i javne uslužne organizacije moraju prestati težiti osvajanju publike, bez obzira na to jesu li članovi publike označeni kao potrošači ili građani.

Ove slike (publike) subjektivna su, intuitivna mišljenja kreatora. Fotografije se ne temelje na empirijskoj studiji ili bilo kojem drugom formalnom kvantitativnom pristupu. Umjesto toga, 'publika' je kulturološka kategorija za producente, ona koju oni grade na temelju niza čimbenika, uključujući prošla iskustva s publikom u programu, osobne pretpostavke o tome tko je njihova publika i znanje o poslu u kojem djeluju. (Ang, 2006:16)

Tendencija je jasna, navodi autor: organizacije javnih službi više su zabrinute za gledanost, 'maksimiziranje publike' i druga pitanja koja proizlaze iz konkurentne komercijalne ekonomije. Oni su sve više prihvaćali, ako ne i u potpunosti, model komuniciranja s ograničenom pozornosti kako bi procijenili vlastitu izvedbu. Drugim riječima, publika-kao-javnost se sve više pretvara, barem prividno, u publiku-kao-tržište.

U sferi traženja publike koja će biti zadovoljna morbidnim i strašnim pričama, potrošača danas ima više nego ikada. Pojam masovnih ubojica trenutno je jedna od najtraženijih i najpopularnijih tematika po kojoj se snimaju emisije i filmovi. Ulazi se u kulturu nasilja u medijima. Čovječanstvo je s godinama „oglušilo“ na nasilje koje se svakodnevno događa zbog njegove neumorne popularizacije u medijima. Mlađe generacije su postale fascinirane jezivim ubojstvima i tajnovitim ubojicama. Tematika ubojstva svedena je na medijski zaslon kao nešto normalno, pritom, opravdavajući likove ubojica prikazujući ih kao članove društva, ali i kao svakog pojedinca. Poistovjećivanje s bespotrebним nasiljem postao je jedan od jednostavnijih zadataka čovječanstva ispred zaslona.

6. PREOBRAŽAJ PUBLIKE U DIGITALNIM MEDIJIMA (PUBLIKA VS. KORISNICI)

Kako je digitalno doba sa sobom donijelo promjene na medijskom planu, tako je donijelo i promjenu publike. Ona se prilagođavala novome, bržem svijetu i hitrom protoku informacija što je dovelo do još snažnije želje za boljim i kvalitetnijim medijskim prostorom u kojem će javnost imati aktivnu i intenzivnu ulogu. Publika postaje jedan od autora i zamjenjuje tradicionalne nacрте medijskog planiranja stavljajući sebe u medijsku jednadžbu.

Dobra stara publika kojoj su nekad bile dovoljne i mrvice poput «pisama čitatelja» ili «kontakt programa», kao navodni dokaz dvosmjerne komunikacije s Njegovim Veličanstvom Medijem, ostavljena je u svojim naslonjačima s daljinskim upravljačem u rukama. Poput zaleđene slike. (Mučalo, Šop, 2007:55)

Iako još uvijek postoje očite razlike između tradicionalnih, konvergiranih i novih medija, internet je poveznica koja spaja sve njih u jedno. Za takvu promjenu publike i njihovih zahtjeva, zaslužne su nove generacije odrasle u dobu digitalizacije i interneta. Novim generacijama nije dovoljno i nije zanimljivo biti pasivan promatrač svakodnevnih događanja, spektatorstvo je nešto što je u njihovim umovima zaboravljeno.

Riječ je o homo zappiens generaciji, djeci kojoj su osobno računalo, internet, mobitel i iPod, te svi «stari» mediji, činili prirodno okruženje za odrastanje. Naziv homo zappiens izveden je iz latinske riječi «homo» (čovjek) i onomatopeje mahanja laserskim oružjem «zap-zap-zap». Moderna ih tehnologija ne plaši, naprotiv, znatiželjni su i doživljavaju je vrlo prijateljskom. (Mučalo, Šop, 2007:51)

Oni žele biti dio promjene i osjećaju se odgovornima za aktivno i svjesno sudjelovanje u medijskim agendama. Tako nastaju pojmovi poput blogova, građanskog novinarstva i mogućnosti kreiranja informativnih sadržaja putem internetskih domena.

Internet je omogućio da tradicionalni mediji konvergiraju i dobiju neke nove vrijednosti na temeljima starih odlika. Pojavili su se portali, televizija na zahtjev (čime je vrijeme kao komponenta televizijskog emitiranja svladano, pa dnevnik ili bilo koju emisiju korisnici mogu gledati kad god poželev, što do pojave interneta i digitalizacije nije bilo moguće). Omogućeno je da vijesti stižu do korisnika gotovo u istom trenutku kad se događaj zbije, što je također prije bilo nemoguće itd. Konvergirani su mediji, nastali na platformi interneta, novinski portali, radio na zahtjev, televizija na zahtjev i slični koji omogućavaju

korisnicima komunikaciju s medijem, ali još uvijek imaju osnovne odlike masovnih medija – regulirani su zakonima, periodično proizvode medijske sadržaje za publiku, imaju uredništvo (urednika), žive od publike i oglašavanja ili sličnih izvora sredstava. Oblik komuniciranja je jedan prema mnogima. Novi mediji promijenili su paradigmu tradicionalne komunikacije jedan prema mnogima u komunikaciju jedan prema jednome: e-mail, videoigre, blog i web komuniciraju izravno sa svakim korisnikom. (Zgrabljic Rotar, 2016:7)

Zbog tehnološkog napretka korisnički sadržaji su se 2005. godine svom snagom „probili“ na internet. Jednostavno rukovanje digitalnim zapisima (audio, video), razni softveri i slobodan medijski pristup u kibernetičkom prostoru pružili su jedinstvenu priliku, posebice mladima, izgraditi vlastiti medijski univerzum. Publika koja je ujedno i autor medijskih sadržaja rodila se iz želje za informacijama, zabavom i stvaranjem. Osnovni pokretač ovih želja je ljudska potreba za društvenim priznanjem i prelaskom iz objekta medijskih programa u subjekta medijskih programa. (Mučalo, Šop, 2007:52)

6.1. Obožavateljska ili fandom kultura

Fandom je vrsta zajednice ili subkulture koja svoje djelovanje usmjerava kroz praćenje i glorificiranje izabrane osobnosti iz popularne kulture. Ovakva obožavateljska kultura rodila se davno prije razvitka tehnologije, ali je uz pomoć tehnoloških postignuća postala nešto mnogo veće. U drevnoj Grčkoj to su bili heroji opjevani u epovima i mitovima, a danas su nečiji heroji serijske ubojice. Ovaj fenomen fandoma najviše je vidljiv na društvenim mrežama koje održavaju kontakt i opsesiju svježom i jačom sudjelovanjem više korisnika.

Fandom je ovdje udvostručen ili umnožen i podijeljen je na unutarnje i vanjske elemente, iako bi trebao biti samo posrednik između unutarnjeg i vanjskog svijeta obožavatelja. On je poseban osjećaj koji publika dijeli putem određenim medijskih sadržaja. Taj se osjećaj susreće, zamišlja i projicira uz pomoć interneta. Kao takav, fandom može biti uslužni alat ili način uklapanja u prevladavajuća kulturna raspoloženja i trendove, ali može djelovati kao i alat otpora, ne nužno na mainstream medije, već na glasove drugih obožavatelja. Routledge (2018.) tvrdi da fandom nije postao samo unutarnji objekt (visoko cijenjen samodržljivaj), već i vanjski kulturni objekt neprestano posredovan natrag prema sebi pa se tako dijelovi fandoma mogu ponašati na izrazito antagonističke načine.

Podrijetlo kulture slavnih je u slavljenju vođa klasičnog svijeta, poput Aleksandra Velikog, i intelektualaca renesansnog doba poput Erazma, a potom je omogućeno širenje slave širenjem masovno proizvedenih slika i vijesti tiskom. Darnton (1986) i Davidson

(1989) otvorili su polje povijesti čitanja u osamnaestom i devetnaestom stoljeću u Europi i Sjedinjenim Američkim Državama što je ispreplelo razvoj tehnologija i industrije izdavanja knjiga s pozornošću na dokumentaciju pojedinaca o njihovoj praksi čitanja. Obožavatelji su u prošlosti hrlili vidjeti poznate autore, pridruživali se klubovima knjiga, stvarali spomenare i sudjelovali u dijalogu sa svojim miljenicima putem pisama obožavatelja.

Istim se postupcima, samo na većoj razini, u današnje vrijeme mogu prepoznati i ljubitelji određene tematike ili slavnih osoba. Kultura obožavatelja se nastavila i s vremenom pojačala u skladu s tehnološkim promjenama. Praćenjem nečega oko čega su korisnici strastveni, dobiva se potpuno novi smisao u globalnom selu.

Sposobnost današnjih obožavatelja da stvaraju i sudjeluju s drugima u interaktivnim zajednicama, prikupljaju medijske objekte i stvaraju *fan art*, dijele *fan fiction* i lako raspravljaju o svojim interesima s drugima na internetu, tek su neke od najupečatljivijih razlika između obožavateljskih kultura iz prošlosti i sadašnjosti. To je omogućilo proučavanje rasta i razvoja suvremenog obožavateljskog kulta, eng. fandoma. Jesu li u prošlosti mogle postojati istinske fandom kulture bez konvencijskih sastanaka i internetskih kanala za dijeljenje svojih strasti i proizvoda, bez jednostavnosti s kojom obožavatelji sada mogu proizvoditi vlastite sofisticirane medijske objekte? Pojava masovno proizvedenih i masovno distribuiranih medija bila je, tvrdi Cavicchi (2009) u Routledge (2018:27), preduvjet za formiranje fandom kulture.

Fandom kultura je svoje korijene pronašla u novim medijima kroz koje je mogla rasti i razviti se u opipljivi i stvarni dio ljudske svakodnevice. Također, značajno je poboljšala i proširila svoje učinke. Ta se kultura temelji na prekomjernoj konzumaciji sadržaja koji u korisnicima izazivaju ugodu i graniče s opsesivnim deluzijama.

Fandom je sociokulturni fenomen koji posreduje između širih elemenata koji su samo neizravno povezani s dubinama uma. Ti elementi, bilo da su diskursi, prakse ili društveni identiteti često povezuju privatno i javno, individualno i kolektivno. Obožavateljstvo se doživljava kao premošćivanje unutarnjeg čovjeka (psihičkog) i vanjskog (društvenog) svijeta, kao i sama rascijepljenost na unutarnje i vanjske objekte u eri Weba 2.0. U procesu kodiranja i dekodiranja medijskih sadržaja, fandom postaje ne samo inkorporirani element vlastitog identiteta i dosegnute ontološke stabilnosti nego i vanjski aspekt koji sve više zaokuplja pozornost. Istodobno, fandom drugih korisnika sve se više doživljava kao eksterni subjekt sposoban narušiti internalizirani, življeni identitet obožavatelja. (Click, Scott, 2017: 25.str)

7. KULTURA NASILJA U MEDIJIMA

Prikazi nasilja dominiraju, kako na velikom platnu, tako i na malom ekranu gdje je postotak proizvedenih PG (Parental Guidance) sadržaja stalno opadao tijekom godina. Studije pokazuju da se udio fizičkog nasilja povećao za 378% s prosječno četrdeset nasilnih radnji po satu u programima koji se nude na televiziji (Sparrow, 1999). Općenito, nasilje je intenzivirano tijekom posljednjih nekoliko desetljeća i viktimizacija mlade generacije se tako udvostručila u odnosu na prethodnu (Slusher & Anderson, 1996), jer mediji djeci nude „uzbuđenje“ i stvaraju referentni okvir za „atraktivne uzore“. (Naz, 2015:73-84)

Ako pitate bilo kojeg urednika vijesti, scenarista, filmskog producenta, novinara, kazališnog instruktora ili pisca grafičkih romana što je bit pripovijesti, gotovo će vam sigurno reći da je središte svake priče lik u borbi. Većina priča ima protagonista (glavnog lika) s ciljem i sukobima koji nastaju kada nešto ili netko stoji na putu protagonista u ostvarenju tog cilja. Bez sukoba, pripovjedač ne može stvoriti napetost potrebnu za uspostavljanje naracije. (Edwards, 2020:1)

Prikaz nasilja u medijima i popularnoj kulturi desenzibilizira potrošače čineći ih manje suosjećajnim prema žrtvama nasilja i uvećava vjerojatnost prihvatanja kao uobičajenog dijela života. Nekoliko istraživanja je tvrdilo kako utjecaj nasilne popularne kulture ima dugoročne negativne posljedice. Dokaz tomu je sve veća prihvatljivost i otupljenost na nasilje koje je uočljivo u svim oblicima medija.

Važan dio razgovora je kako je prikazano nasilje. Likovi u popularnoj kulturi koriste nasilje u različite svrhe, a potrošači bi se trebali poistovjetiti s njima ili biti odani njima, velikim dijelom zbog razloga za njihovo nasilje. Ipak, kritičari tvrde da to može biti još štetnije, budući da je nasilje i dalje nasilje, ali moglo bi se činiti prihvatljivijim ako se identificiramo s navodno opravdanom upotrebom likova. (Finley, 2019:15)

Prikazani fiktivni likovi postaju idolima i savršenim prilikama po kojima se mladi ravnaju. Tipične tematike takvih sadržaja u medijima povezane su uz osvetu, revoluciju i pobunu protiv ustaljenog sistema, borbu protiv globalne prijetnje ili zla, višu razinu moralnosti i glorificiranje otpadnika čineći ih lakše probavljivima, tj. jednostavnijima za poistovjetiti se putem određenog medija. Nasilje je time opravdan neizbježni alat borbe protiv neke vrijednosti koja ugnjetava društvo. Tim postupkom nove ideje i prividna shvaćanja neizostavnog nasilja oblikuju umove društva.

U nastavku su nabrojane i opisane medijske kategorije u kojima se provelo istraživanje najpopularnijih nasilnih sadržaja s ključnom riječi: serijski ubojica. Odabrane su: televizija, filmovi, glazba (tekstovi i video-spotovi), videoigre i kazalište. Kazališna umjetnost je navedena kao komparacijska metoda uviđanja učestalosti pojavnosti sadržaja o serijskim ubojicama na sceni za razliku od učestalosti pojavnosti takvih sadržaja u novim digitalnim medijima. Većina sadržaja se referencira ili temelji na životu i djelovanju određenog serijskog ubojice. Grafikon 1. prikazuje koliko je tematika serijskog ubojstva i serijskog ubojice popularna i tražena u odabranim medijima.

Televizija: neki od najpopularnijih i najgledanijih programa na televiziji jesu emisije i serije kojima je okosnica postojanja prikaz kriminalnog postupka i nasilja u kojem se dramatizira žrtva i njezin život. Takvi programi mogu dovesti do povećane paranoje i straha od svakodnevnog života kod gledatelja. Upravo su ti sadržaji, nažalost, lako dostupni svakoj generaciji jer većina domaćinstava ima pristup televiziji i mogućnost odabira paketa programa.

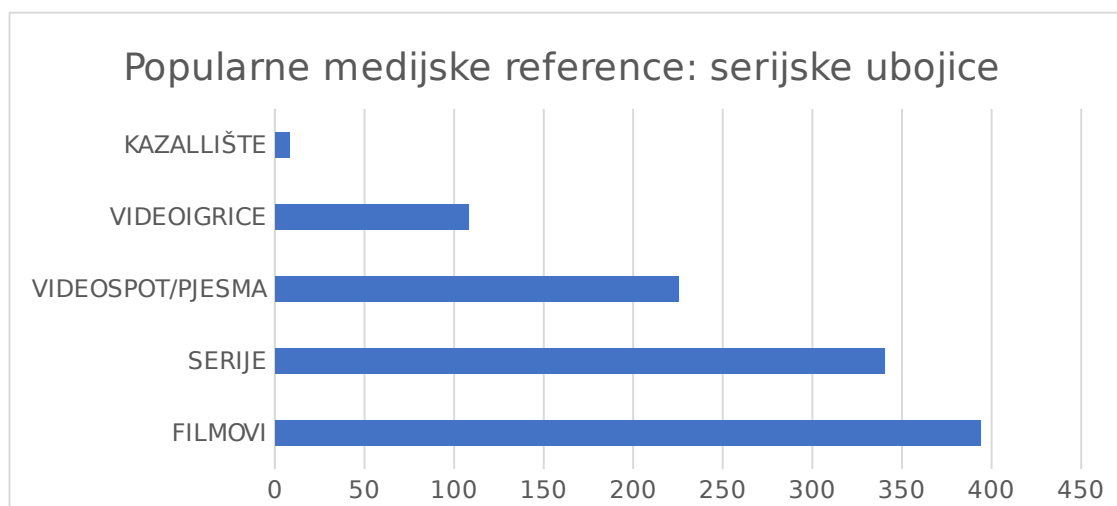
Filmovi: popularni filmovi odražavaju opasne predrasude o tome tko počinio zločin i kako drugi na njega reagiraju. Uvjerenja ljudi o zakonitosti i nezakonitosti, broju raznih vrsta zločina i motivaciji prekršitelja zakona pod utjecajem su filmova. Također, s obzirom na globalizaciju filmskoga tržišta, filmovi igraju vitalnu ulogu na globalnoj razini u širenju slika, mitova i ideala. Finley (2019) navodi kako oni predstavljaju veliki izvor, možda i najznačajniji, misli o zločinu i kriminalcima za brojne članove društva. Najveća je količina filmova zastupljena na američkim *streaming* servisima poput Netflix-a i HBO-a (Home Box Officea).

Glazba i video-spotovi: nasilje opisano u stihovima pjesama te prikazano u video-spotovima može u nekim slučajevima pobuditi agresivnije ponašanje u svojim konzumenata. Takav je medijski sadržaj zastupljen ponajviše na YouTube-u.

Videoigre: tematika nasilja u igricama približena je mladim generacijama koji su postali ciljana publika za taj oblik medija. Cjelokupno iskustvo igranja nasilnih videoigara povezano je i s povećanom emocionalnom i fizičkom agresivnošću u mladima.

Kazalište: Proučavanje tematike serijskog ubojstva s posebnim naglaskom na mentalno stanje serijskih ubojica nije posve neistražen koncept u kazališnoj umjetnosti. Ipak, ta je tematika reinterpetirana i prilagođena suvremenim društvenim okolnostima unutar kazališne scene. Očigledan je napredak suvremene kazališne scene s izrazitim usmjerenjem

na prisutnost kazališnih institucija na različitim društvenim mrežama. Prilagodba tijekom razdoblja pandemije koronavirusa dovela je do razvoja novih modaliteta, uključujući mogućnost praćenja predstava uživo putem platformi poput Facebook-a i YouTube-a.



Grafikon 1 – Analiza pojavnosti medijskih referenci
na serijske ubojice u odabranom mediju

Izvor: autorsko istraživanje

Kultura nasilja u medijima je manifestacija koja se proširila unutar različitih sfera ljudskih života dosegaši opsežne razmjere. Uvođenjem novih tehnologija i medija, jasno se uočava tendencija istezanja granica prikazivanja nasilja u medijskim sadržajima. Nadalje, suvremeno doba obilježeno je stanjem u kojem nasilje postaje izrazito uobičajeno i opravdano do te mjere da je publika postala otporna na neka obličja nasilja te ih svrstava u okvire normalnih i svakodnevnih izraza ljudske prirode.

Normalizacija nasilja dosegla je stupanj u kojemu nasilje više ne izaziva šok i nevjericu, već je postalo inercijalni dio percepcije pojedinca. Mediji se, pretežito, koriste kao alat za isticanje društvenih stanja, no isto tako mogu dodatno potpiniti intenzitet već naglašenih društvenih dinamika. Dramatizacija, spektakularizacija i senzacionalizam često su odabrane medijske strategije za prikladan pristup široj javnosti.

Oni koji sigurno rade za računalom ipak su fiziološki programirani da obraćaju pozornost na nasilje, budući da starija područja ljudskog mozga ostaju spremna otkriti i poduzeti potencijalne mjere. Prema sociobiologiji, pozornost javnosti na nasilje u medijskim

pričama rezultat je reakcije preživljavanja borbe ili bijega. Gledatelji su obično svjesni da je nasilje u zabavnom programu iskustvo koje se nalazi u mašti, ali nasilne epizode u ovim pričama mogu fascinirati poput stvarne prijetnje. Čak i stvarne opasnosti prikazane u vijestima ne moraju predstavljati izravnu prijetnju onima koji ih gledaju, već prije nasilje u drugoj zajednici koje doživljavaju nesretni ljudi. Pokolj gledatelji doživljavaju samo posredno. Kao rezultat toga, moderna je publika ukorijenjena da primijeti nasilje u medijskim pričama, čak i ako ta pozornost možda nije potrebna za preživljavanje. (Edwards, 2020:1)

Ovom istraživanju bit će usmjereni pojmovi serijskog ubojstva i serijskih ubojica. Ti termini referiraju se na nezakonito ubojstvo više osoba počinjeno od strane istog pojedinca. Raspravlja se o različitim definicijama tih pojmova pri čemu nijedna od njih nema službeno priznanje unutar pravnih okvira. Takva vrsta ubojstva i osobe koje su ih izvršile privlače znatnu pažnju javnosti.

Mora se zapamtiti kako mediji kroz prikaz zabavnih vijesti imaju veliki interes u primamljivanju i čak plašenju javnosti. Senzacionalizirani sadržaj privlači široku publiku, a ta publika privlači vrlo željene prihode od oglašavanja. Prema Bonnu i Diamondu (2014) serijska ubojstva već dugi niz godina zauzimaju prominentno mjesto u medijskoj percepciji kao elementi koji određuju što je vijest vrijedna pozornosti. Stoga ne bi trebala iznenađivati spoznaja da mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju društvenih percepcija o serijskim ubojicama.

7.1. Opčinjenost serijskim ubojicama

Još uvijek preostaje dati odgovor na pitanje zašto su pojedinci potpuno opčinjeni životima i aktivnostima serijskih ubojica i zašto se oblikuju grupacije koje posvećuju svoje vrijeme razmišljajući i opsesivno pretražujući informacije o serijskim ubojicama. U posljednje vrijeme došlo je do povećanja produkcije sadržaja koji u sebi imaju ključnu notu kriminalistike. Razina fascinacije koja okružuje takve medijske sadržaje dosegla je svoj vrhunac. No, koji psihološki razlozi postoje iza već spomenute fascinacije?

Medijski stereotipi o serijskim ubojicama sprječavaju javnost da u potpunosti shvati kompleks potrebe, želje i prisile koje tjeraju serijske ubojice na ubojstvo. U isto vrijeme, šareni i zabavni mediji svojim portretima serijskih ubojica potiču želju javnosti da shvati zašto serijski predatori čine užasne zločine. Kod nekih pojedinaca, želja za razumijevanjem serijskih ubojica i njihovih motivacija može postati toliko intenzivna da prerasta u vrstu

opsesije. To je ilustrirano prisutnošću fanatičnih obožavatelja i skupina posvećenih serijskim ubojicama koji prikupljaju predmete iz njihovih zatvorskih boravaka i suvenire povezane s njihovim zločinima, na što dalje ukazuju Bonn i Diamond (2014).

Opčinjenost takvim sadržajima i pojedincima može se pripisati ljudskoj znatiželji, ali i saznanju kako takav sadržaj ne može izravno nauditi, publika može biti tek pasivni promatrač, komentator i teoretičar mogućih razloga djelovanja odabranih ubojica. Dakako, većina obožavatelja zaboravlja kako su serijske ubojice samo ljudska bića. Mnogima od njih dijagnosticirana je depresija ili imaju povijest mentalnih bolesti. Oni nisu inspirativne osobe koje mogu nositi titulu idola za životne odluke. Glavna konstanta koja potiče fascinaciju prema takvim pojedincima jest posrednost medija i njihovog sadržaja. Mediji često glorificiraju i hiperboliziraju život serijskih ubojica zamućujući stvarne nedostatke i dodajući dozu misterioznosti u portrete koje stvaraju. Treba napomenuti da su serijski ubojice u velikoj mjeri medijski konstrukti koji se temelje na stvarnim osobama.

Obožavatelji serijskih ubojica imaju različite emocionalne i psihološke razloge svoje privrženosti i zanesenosti njima. Oni ne razmišljaju o ubojicama kao o nečemu moralno lošem, ubojice su postali ubojice iz razloga opravdanih u očima zaljubljenika u morbidnost. Može se i prihvatiti činjenica kako razne grupe koje su nastale na društvenim mrežama imaju veliku mogućnost postajanja opasnima. Oni hvale i podržavaju serijska ubojstva, iako postoje različiti tipovi obožavatelja. Neki od motiva za obožavatelje mogu biti komični odušak, relaksacija, iskrena fascinacija ubojstvima ili pak seksualno uzbuđenje i požuda prema ljudima koji su počinili ubojstva ili neko drugo kriminalno djelo (hibristofilija).

Serijski ubojice pružaju uzbuđenje i osjećaj šoka koji je vrlo sličan svjedočenju katastrofalne nesreće. Zapravo, fascinacija javnosti serijskim ubojicama može se promatrati kao specifična manifestacija općenitije fiksacije na nasilje i nesreću. Drugim riječima, iako djela serijskih ubojica mogu biti stravična za promatrati, javnost često ne može odvojiti pogled od tog spektakla zbog unutarnjeg osjećaja uzbuđenja. Ono što je posebno važno jest da publika doživljava snažan val adrenalina dok svjedoči djelima serijskih ubojica. Adrenalin je hormon koji stvara snažan, poticajan i gotovo zarazan učinak na ljudski mozak. Ako se prisjetimo ovisničkog učinka adrenalina, možemo zamisliti dijete koje žudi za uzbuđenjem i neprestano se vozi niz tobogan dok ne postane fizički iscrpljeno. Privlačnost serijskih ubojica povezana je s oslobađanjem adrenalina, tvrde Bonn i Diamond (2014:190) što može izazvati izrazitu privlačnost prema njihovim djelima.

Određujući element općinjenosti serijskim ubojicama je i činjenica kako je moguće doživjeti osjećaj šoka i straha u kontroliranom i sigurnom prostoru. To bi značilo da je moguće potaknuti takve osjećaje bez dovodenja u neposrednu opasnost.

Serijski ubojice tako su ekstremni u svojoj brutalnosti, tvrde Bonn i Diamond (2014:195), i tako je neprirodno njihovo ponašanje da je društvo postalo zapanjeno njima. Mnogi su morbidno privučeni nasiljem serijskih ubojica jer ga ne mogu shvatiti i osjećaju se prisiljenima na shvaćanje. Fascinacija javnosti serijskim ubojicama prilično je složena, čini se gotovo neutaživom i duboko ukorijenjenom u jednoj od temeljnih ljudskih emocija – strahu.

7.2. Fandom serijskih ubojica

Pojava interneta, pa tako i medijskih sadržaja koji hrane opsesiju i ljubav prema morbidnim dijelovima ljudske psihe, olakšala je i dala svojevršno utočište za sve zaljubljenike i strastvene pratitelje serijskih ubojica. Trenutni fandomi koji broje najviše pojedinaca su oni Teda Bundyja i Jeffreyja Dahmera. Društvene mreže kojima se takve skupine obožavatelja najviše koriste su Facebook, Tumblr i Twitter (danas znan kao X). Najpoznatije serijske ubojice imaju raznovrsne sadržaje kojima su ovjekovječili svoje postupke.

Organizirane online zajednice pružaju siguran prostor pojedincima u razmjeni mišljenja o motivima koji su doveli određenog ubojicu do čina ubojstava, rezultirajući uspostavom zajednica zaljubljenika u prave zločine. Značajna prednost ovih grupa leži u njihovoj odsutnosti osuđivanja ili bilo kakvog oblika izrugivanja prema pojedincima koji sudjeluju u interakciji s drugim obožavateljima. Također, ponekad se u tim grupama mogu pronaći iskrivljeni *memeovi* koji ismijavaju žrtve ubojstava ili objave (posebno u slučaju Bundyja) koje neprimjereno izražavaju seksualnu privlačnost prema serijskom ubojici.

Serijske ubojice u današnjem medijskome svijetu imaju povoljnu klimu i plodno tlo za opstanak i nastavak svog djelovanja. Iza sebe imaju posebno strukturiranu mrežu javnosti koja potiče i propagira njihovo djelovanje. Tome svjedoči i situacija gdje su serijske ubojice postale ikone pop kulture, što u filmovima i serijama, videoigrama što u glazbenoj industriji. Primjer je Ted Bundy, o kome je 2019. godine snimljen šesnaesti po redu film pod *nazivom Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile*. Taj je film popraćen i iznenađujuće jakom glumačkom scenom koja je jamčila velike brojke gledanosti. Uspjeh filma opravdala je i zarada od 9,8 milijuna američkih dolara. Trenutačna društvena stvarnost ukazuje na značajno prisustvo i interes za fenomenom serijskih ubojica, dok je opsesija njihovim zločinima postala masovno komercijalna djelatnost. Producentski odabiri sadržaja svjesno su usmjereni

prema intrigantnim aspektima koji privlače široku publiku, a istovremeno stvaraju temelje za razvoj značajnih obožavateljskih zajednica, što pak proizlazi iz njihove inherentne kontroverznosti. Serijske ubojice predstavljene su kao ikone neshvaćenih pojedinaca koji čeznu pronaći svoje mjesto unutar okrutnog konteksta ovoga svijeta.

Obožavateljsko zbližavanje i pronalaženje nije nikada bilo lakše te oni postaju vidljivi široj javnosti. S druge strane, vidljivi su i obiteljima žrtava serijskih ubojica koji imaju stalan podsjetnik na gubitak voljenih. Posebice je to vidljivo u procesima snimanja novih medijskih sadržaja o serijskim ubojicama. Primjer je i najnoviji dokumentarac o Jeffreyju Dahmeru produkcijske kuće Netflix (obitelji žrtava nisu obaviještene o snimanju tog sadržaja).

Virtualno okruženje društvenih medija sve je više ispunjeno objavama ispunjenima tematikom serijskih ubojstava često s namjerom postizanja komičnog efekta. Prisutnost crnog humora u ovom kontekstu nadilazi prethodne razine, a to se ilustrira primjerima kao što su šaljivi komentari vezani uz kanibalizam Jeffreyja Dahmera ili nesuvisli *memeovi* koji se bave estetikom Teda Bundyja.

Serijski ubojice postali su nepobitni dio medijske kulture, a mediji ih prezentiraju i obrađuju na način koji im daje status slavnih. Neprestano su izloženi pažnji i „pokriveni su“ sa svih strana. Televizijski i filmski sadržaji usmjereni na njih ne jenjavaju, jer upravo takve teme privlače interes publike. Mediji su sami stvorili zahtjev za takvom vrstom sadržaja, za koji imaju obilan izbor spremnih materijala. Stoga nije iznenađujuće što serijski ubojice postaju doživljavani kao slavne osobe jer su mediji doprinijeli stvaranju takvog dojma.

7.3. Žene u svijetu serijskih ubojica

Serijski ubojice u povijesti su većinom bili muškarci što ženskom dijelu populacije osigurava rađanje kulta obožavateljskih. Iako ne postoji apsolutan razlog ili dokaz zašto žene osjećaju privlačnost ili atraktivnost u očima osobe koja je mentalno nestabilna i očito spremna na nasilje koje dovodi do smrti i degradacije višebrojnih žrtava, činjenica je kako su većinom žene te koje imaju parasocijalne veze sa serijskim ubojicama, bili oni fiktivnim ili stvarni.

U nekim slučajevima može doći i do ozbiljne nuspojave obožavateljskog fenomena serijskih ubojica. Sindrom koji se može razviti kod osoba koje su gorljivi obožavatelji naziva se hibrisofilija, poznatija kao sindrom Bonnie i Clyde. Simptomi sindroma uključuju seksualni afinitet i usredotočenost na osobe koje čine zlodjela. U očima osoba, koje pate od hibrisofilije, postoji ideja o mogućnosti „spašavanja“ ili mijenjanja na bolje onih pojedinaca

koji su prozvani serijskim ubojicama, a to je, pak, postala prilika koju neke žene ne mogu propustiti. Serijski ubojica je savršeni projekt, ali i savršeni partner jer ga je lako pratiti. On ima ustaljeni režim u svome životu. On je u mogućnosti ispuniti ženinu potrebu i želju za ispunjenjem kompleksa spasitelja. Neke od njih će u svojoj opsesiji serijskim ubojicama zapravo pronaći ugodu i poznatu zonu komfora na koju su navikle, tj. one koje su već bile u zlostavljačkim vezama imaju veću predispoziciju biti u nekim vrstama veza sa serijskim ubojicama. Razlozi mogu biti i nisko samopouzdanje, nedostatak očinske figure u životu ili jednostavno sažaljenje nad djetetom u tom odraslom čovjeku koje treba pažnju (jedini način na koji je mogu dobiti je kroz ubojstvo). Može se dogoditi i da žene samo žele dio medijske slave koja prati kriminalce. Koji god bio razlog privlačnosti koju osjećaju žene prema serijskim ubojica, činjenica je da su dominantni i agresivni antiheroji oličenje požude kod većine pripadnica ženskog spola.

Kulturalno je i pripisana mogućnost za nasiljem kao karakteristika muževnosti, tj. muškarci su skloniji nasilju zbog svoje biologije, za razliku od žena. Uz sve to, postoji određena i ustaljena ideologija spola i roda u modernom društvu. Karakteristike istih djeluju kao ograničavajuće za žene i oslobađajuće za muškarce. Velika je i uloga patrijarhata koji, pak, određuje uloge osoba rođenih s muškim reproduktivnim organima, za razliku od onih rođenih sa ženskim reproduktivnim organima. Tako su žene, u patrijarhalnom smislu, predodređene biti pasivne i seksualno submisivne osobe, dok za muškarce to znači zahtijevanje aktivnog i agresivnog pojedinca koji je seksualno dominantan. Samim time, kultura i ideologija ne dopuštaju razmišljanje o ženi koja je sposobna počiniti kriminalna djela, ipak je društvo ulogu kriminalca pripisalo muškom rodu. (MacDonald, 2013:51)

Za takav stav postoji logično objašnjenje. Ženski je prijestupnik kroz povijest percipiran kao anomalija u svakome mediju. Žena je glasila za njegovateljicu i biće koje u sebi nema kapacitet za počinjenjem kriminalnog djela te je kao takva prikazivana u sadržajima za širu javnost. Ako se i pridavala pozornost kriminalistike nad ženama, uglavnom je to bila primjena kriminoloških teorija koje su se razvile i bile testirane na muškarcima. Na takav način, čini se, je popularno medijsko prikazivanje žena kriminalaca paralelno s postojećim kriminološkim istraživanjima i prikazivanjima žena. Općenito, glavni ženski likovi pretežno su isključeni iz kriminalističkog filma, osobito u podžanrovima serijskih ubojica (MacDonald, 2013:71).

MacDonald (2013:42) prema Kelleher i Kelleher (1998) navodi da žena kao serijski ubojica postoji, iako kultura nastoji izbrisati njezinu prisutnost u medijskom prostoru. Jednostavno je pristranost medija ono što *ušutkava* njezinu aktivnost. U rijetkim primjerima njezina predstavljanja, žena kao serijski ubojica često je prikazivana kako djeluje u privatnoj domeni. Alternativno, ona može biti prikazana kako radi uz muškog partnera, kao njegov podcijenjeni, relativno pasivni sudionik.

Žene se unutar medijskog prostora, koji se bavi prezentacijom serijskih ubojica, suočavaju s raznolikim ulogama, a one obuhvaćaju ulogu obožavateljica, seksualnih objekta, žrtava ili čak, inkarnacija onoga što mediji percipiraju kao nespojivo s ženskim identitetom – ulogu serijskih ubojica.

8. FENOMEN VIZUALIZACIJE SERIJSKIH UBOJICA

Za brojne pojedince, istinite kriminalističke priče su očaravajući i jezivi izvori fascinacije. Serijski ubojice igraju važne uloge u pričama o ljudskoj brutalnosti i izopačenosti. Možda je teško shvatiti što nekoga motivira da svakodnevno ubija, ali prepričavanje i vizualizacija spomenutih priča donosi brojnim producerskim kućama stalnu i vjernu publiku.

Način, na koji se rekonstruira mentalno stanje određenog serijskog ubojice, igra ključnu ulogu u održavanju pozornosti gledatelja pred zaslonom. No, što je još intrigantnije u vezi takvih sadržaja jest činjenica da široka publika često uživa u igri detektiva te se voli duboko povezati s pričom koja se odvija. Ljudi često pronalaze zadovoljstvo u poistovjećivanju s programom koji prate.

Serijski ubojice česta su tema filmova, s više od 1000 snimljenih od 1990. Iako su većina od njih horor filmovi, kriminalističke drame ili dokumentarci, neki prikazi serijskih ubojica su komedije, na primjer, So I Married an Axe Murderer (1993.) i Scary Movie (2000). Popularnost filmova ove prirode odražava širu zaljubljenost u serijske ubojice, o čemu svjedoče mnogi dostupni kolekcionarski predmeti – „murderabilia“. (Finley, 2019:57)

Nasilje je, možda, preduboko ukorijenjeno u ljudsku povijest i psihu da bi se u potpunosti eliminiralo, čak i kad bi postojala stroga medijska ograničenja i kad bi svi popularni mediji dobili ocjenu „G“, odnosno prikladnost emitiranja čak za najmlađe i potencijalno ranjive publike. Kritičari pozivaju na strožu medijsku politiku i podsjećaju da je publika privučena nasilnim medijskim pričama na isti način na koji su gledatelji privučeni nasiljem u folkloru, baladama i zabavi u gladijatorskom stilu u razdobljima davno prije pojave modernih medija. Prava tvrdoglavost publike, napominje Edwards (2020:109), može postojati u tvrdoglavoj fascinaciji nasiljem.

Horor serijskih ubojstava predstavlja prekršaj ili prekid normativnog iskustva, tvrdi MacDonald (2013:163), koji destabilizira pasivnost razmišljanja te ogoljava dobro poznate veze s društvenim oblikovanjem tijela. Kao filmski efekt, fenomen serijskih ubojstava pruža neposrednu senzaciju subjektivnosti kao neprestanog procesa restrukturiranja. Umjesto da tijelo i lice budu formirani kao jedinstvena, unaprijed programirana površina prilagođena organizacijskim karakteristikama prema dominirajućoj stvarnosti.

Posebice u novim medijima koje društvo danas poznaje i koristi, može se činiti potrebnim da muški likovi izvide opasna pretjerivanja karakteristika koje ih označavaju kao

muževne. Muški junak, uočava Edwards (2020:1), mora biti jači, odvažniji, više kontrolirajući i nasilniji. Muškarci tako osjećaju poziv neke više svrhe kada im se predstavlja aktivnost uspješnog serijskog ubojice putem medijske leće. Muški gledatelj muškog protagonista prepoznaje kao savršenog sebe, odraženog u „čarobnom ogledalu“ filmskog platna. Klasični holivudski filmovi prikazuju idealiziranog čovjeka u akciji, heroja koji kontrolira događaje priča koja se kreće sa svrhom, odlučnošću i nasiljem. Akt gledanja filma pruža muškarcu osjećaj sveprisutne moći, omogućujući mu bijeg od stvarnosti i introspekcije dok se istovremeno identificira s neustrašivim protagonistom, potpuno uranjajući u avanturu koju film nudi.

Jedan od najranijih dokumentiranih slučajeva serijskog ubojstva uključivao je Locustu, Rimljanku koju je unajmila Agripina Mlađa, Neronova majka, da otruje nekoliko članova carske obitelji (Locusta je pogubljena 69. godine). Serijska ubojstva, također, su dokumentirana u srednjovjekovnoj Engleskoj, Njemačkoj, Mađarskoj i Italiji. Francuski barun Gilles de Rais, koji je vjerojatni model lika Plavobradog, pogubljen je u 15. stoljeću zbog ubojstva više od stotinu djece. Povodom svog uhićenja, de Rais je priznao optužbe i opisao ritualno mučenje desetaka djece koju su oteli njegovi sluge tijekom gotovo cijelog desetljeća. Iako je vjerojatno da serijska ubojstva u Aziji i drugim dijelovima svijeta imaju sličnu dugu povijest, dokumentarni dokazi o ranim primjerima oskudni su i kontroverzni. Pojam serijskog ubojstva i serijskog ubojice došao je do svog vrhunca tek u 19. stoljeću, vjerojatno jer su se tek tada bolje organizirale državne institucije koje su provodile zakone, ali i početka medijskih pokrića kriminalnih otkrića tih institucija.

Fascinacija javnosti pričama o serijskim ubojstvima užasnula je neke akademike i pisce. Oni to vide kao pokazatelj obrazovnog i moralnog pada zapadnog (a posebno američkog) društva. Drugi, uključujući i neke psihijatre, izvukli su suprotan zaključak tvrdeći da su priče ove vrste zapravo moralno poučne jer pomažu ljudima uvidjeti razliku između ispravnog i lošeg. Bez obzira na njihovu navodnu korist ili štetu, ti izmišljeni izvještaji obično obmanjuju javnost sugerirajući da su serijska ubojstva, koja čine manje od 2% svih ubojstava, mnogo češća nego što se zapravo čine.

8.1. Estetika nasilja u medijima

Postoji određena privlačnost pojave nasilja u medijima, a ona se igra s potrebom konzumenta za morbidnošću i stanjem šokiranosti. Tabloidizacija fiktivnih i stvarnih profiliranih serijskih ubojica donosi iznenađujuće velik profit u medijskom svijetu.

Najpoznatiji serijski fiktivni ubojice tako su postale ikone pop kulture poput American Psychoa, Hannibala Lectora i Dextera. Insinuacija njihova šarma i karizme jedna je od ključnih aspekata njihove privlačnosti i rastuće želje potrošača za medijskim sadržajima kojima bi se približili kalkulirajućim umovima ubojica. Uzbudjenje koje izaziva subjektivizacija nasilju, pa čak i posrednom, u istoj mjeri pripada spektatoru, koliko i serijskom ubojici. Serijski ubojica na zaslonu na svoj način predstavlja konzumerizam, kapitalizam i simbol statusne moći. Likovi su metafore sustava u kojem društvo živi.

Nasilje je golem poduzetnički pothvat, a iskorištavanje strašnih priča postalo je norma u popularnoj kulturi. Skrivanjem sudjelovanja publike u izmišljanju ove figure, kulturološka konstrukcija serijskog ubojice, kao još jedne fetiš robe, legitimira, čak naturalizira, našu jezivu želju. Fraza „serijski ubojica“, koju je kasnih 1970-ih godina kreirao FBI profiler Robert Ressler, podsjetnik je na njezinu koncepciju unutar konzumerističkog diskursa. Nomenklatura je bila obaviještena o serijskim avanturama koje je Ressler kao dijete gledao u kinu. Izjednačio je epizodnu strukturu serije „Fantom“ s načinom razmišljanja serijskog ubojice (Ressler i Shachtman, 1992). Kao i romani u nastavcima, „sam čin [serijskog] ubojstva ostavlja ubojicu na cjedilu, jer nije tako savršen kao njegova mašta... njegov um skače unaprijed na to kako bi sljedeći put mogao ubiti gotovo savršeno; postoji kontinuum poboljšanja“ (Ressler i Shachtman 1992:33). Serijski ubojica (kao i publika) želi ispunjenje kroz stalnu potrošnju jer, tvrdi MacDonald (2020:106), oboje imaju glad koju prati nasilje.

Novine, kao prvi široko dostupni mediji, bile su glavna točka promoviranja vijesti i događaja. Članci napisani i objavljeni u dnevnim novinama, prije interneta, bili su najnoviji i najažurniji izvještaji o događajima. Samim time, novine su bile jedini posrednik noviteta. Često je postojalo jutarnje i večernje izdanje dnevnika te se, kao takvi, često smatraju primarnim izvorima aktualnih događanja u prošlosti.

Upravo se u medijskom prostoru uviđa razlika između stvarnih i fiktivnih serijskih ubojica. Metafore, kojima su podložni fiktivni likovi, nisu ograničenja za stvarne ubojice. Medij je alat njihove propasti. U slučajevima Teda Bundyja i Jacka the Rippera, uviđa se kako su mediji tada bili glavni promotori njihovih zlodjela, a pisani trag koji su ostavili za sobom, jedan je od inspirirajućih objekta proizvodnje daljnjih moderniziranih uvida u njihova masovna ubojstva. Zapravo se ljudska zainteresiranost nije pomakla dalje od želje za takvim sadržajima. Samo se medij prilagodio novim zahtjevima ljudske zbilje. Za Richarda Ramireza, mediji su bili alat njegove propasti, građani su ga uhvatili nakon što su ga

prepoznali na televiziji u dućanu. Kada je u pitanju Zodiac, njegova je slava nepremašena. Njegova su ga pisma proslavila putem novina i televizije, ali činjenica kako nikad nije uhvaćen, također, je dio misterije u njegovom slučaju. Nadalje, postoji praznina sa ženskim serijskim ubojicama koju upotpunjava tek nekoliko imena, počevši od Locuste i barunice Báthory te na kraju s najpoznatijom modernom američkom serijskom ubojicom Aileen Wuornos.

„Ljudi imaju potrebu za simbolima, ikonama i personifikacijama dramatičnih sila koje oblikuju naše živote, a mi, krivim ili ne, ushićujemo se nad pretjeranostima onih koji odu predaleko“, kaže Thorne. „Postoji mnogo muških prikaza spektakularnog zla. Ali samo nekoliko vrlo dobro poznatih zlih žena. Báthory popunjava prazninu u ikonografiji horora.“ (O’Connell, R. „The bloody legend of Hungary’s serial killer countess“, 2022.)

Uspon masovnih medija stvara okruženje koje pogoduje porastu broja serijskih ubojstava u suvremenom društvu. Medijski prikazi serijskih ubojica često im daju glorificirajući ton te im pružaju pažnju ili slavu koju možda traže ili žele. Oko 0,5% svih serijskih ubojica ubijaju zbog pažnje, a većina serijskih ubojica ostaje u stalnom kontaktu s globalnim tiskom (Florida Gulf Coast University, 2022.). Desetljećima su serijski ubojice zauzimale središnje mjesto u medijima vijesti i zabave, omogućujući im stjecanje statusa slavnih. Suvremeno je društvo proizvelo kulturu slavnih u kojoj se pojedinci prepoznaju po svojim lošim djelima, a u osudi javnosti prema njima, javlja se štovanje. Umjesto da se posrame svojih postupaka, serijski ubojice često uživaju u svom statusu slavne osobe i aktivno traže medijsku pozornost (Bonn, 2014.). Javno ih osuđujući, mediji veličaju ubojice dajući im ono za čime žude, priznanje i pažnju. Također, potrebno je reći da je porast broja serijskih ubojica proizvod pristranog i selektivnog medijskog izvještavanja. Povećana medijska pokrivenost dovodi do povećanog interesa šire javnosti što tjera policiju da brže pronađe ubojicu i zaustavi ubojstva. Međutim, žrtve iz niže klase ili marginalizirane žrtve ne dobivaju toliko pozornosti u medijima ili društvu što pruža priliku serijskim ubojicama da se izvuku ciljajući na ranjivu populaciju. Naposljetku, medijske kuće igraju ključnu ulogu u širenju modernih *copycat* serijskih ubojica. (Edubirdie, „*Impact of Mass Media on Serial Killers: Analytical Essay*“ (2022))

Nema sumnje kako su mediji i medijski stručnjaci prihvatili i oblikovali nasilje kao svojevrstu estetiku. Estetika nasilja uključuje prikazivanje agresivnih likova i nasilnih aktivnosti te njihovo pretvaranje u brutalne scenske prikaze od koji je teško odvratiti pažnju.

Teorija medija, također, objašnjava da priče na složen način utječu na živote konzumenata. Većina članova publike, vjerojatno, neće izravno oponašati ili reproducirati nasilna ponašanja koja vide na svojim zaslonima, ali medijske priče mogu pomoći u izgradnji pseudo-okruženja u kojima publika mentalno živi i donosi odluke. Priča o teoriji kultiviranja, upozorenje je producentima da, osim što je klišej, reprodukcija iste nasilne priče i karakternih stereotipa doprinosi vjeri u opaki svijet. Analiza sadržaja preko različitih medijskih platformi otkriva prisutnost prekomjerne stereotipizacije heroja kao heteroseksualnih muškaraca koji iskazuju nasilne i prenaplašeno muževne karakteristike. Takve priče često potvrđuju stereotype kao inherentne i nužne, stvarajući tako snažne narativne konstrukte. Istraživanja pokazuju da su potrebne nove priče s autentičnim junacima koji prkose nasilnim stereotipima. Kako bi uvukli publiku u priču, zaključuje Edwards (2020:288), učinili je zabrinutom za likove i možda doživjeli Aristotelovu katarzu, producenti moraju brinuti o likovima koji žive u njihovoj priči, idejama koje njihova priča izražava i osjećajima koje priča budi.

Zaključak sugerira da medijski sadržaji nisu isključivi krivci za izbijanje nasilnog ponašanja, već su odgovorni za sudjelovanje u nizu obrazaca koji oblikuju i dodatno utječu na već stimulirane ljudske umove. Iako se neosporno prepoznaje da svaki pojedinac ima vlastiti izbor, važno je uzeti u obzir kako iste vanjske okolnosti, ali s različitim percepcijama, mogu značajno izmijeniti ishode događaja.

Nasilno je ponašanje prilično predvidljivo ako ga se gradi s listom čimbenika. Prvi čimbenik bio bi muški gen nasilja. Nadalje, uključeni su i loše roditeljstvo, maltretiranje, deprivacija i izloženost nasilnim medijima uz prožimajuću ideologiju hipermaskuliniteta. Međutim, jednostavno uklanjanje nasilnih medija iz jednadžbe ne može spriječiti društveno nasilje uz sve ostale čimbenike. Mediji svojim prikazima nasilja doprinose ideologiji hipermaskuliniteta, no nisu jedini činitelji koji oblikuje takvo ponašanje. Konačno, sklonost prema konzumaciji nasilnih medijskih sadržaja kod muškaraca i dječaka ne predviđa, nužno, izražavanje nasilnih obrazaca ponašanja u stvarnom životu. Iako se mora priznati da muškarci ponekad čine nasilne zločine, većina njih nije kriminalna. Ipak, tvrdi Edwards (2020:232), nasilje nije neizbježna sudbina muškaraca.

8.2. Sistematizacija serijskih ubojica i pojavnost u medijima

Kada je netko neprestano u centru medijske pozornosti, ta bi pojedinac vrlo lako mogla postati ikona pop kulture. U srednjem vijeku slavne osobe obično su bili mistici, viteški ratnici ili sveci koji su bili štovani i suprotstavljeni sotonskim zlikovcima. Dolazi se do stare teorije bitke između dviju sila: dobrog i lošeg. U toj bitci postoje predstavnici koji imaju svoju ulogu na spomenutim stranama. Njih dvoje su upleteni u moralnu zbrku koja cilj ima dati smisao života i svijeta za javnost. U povijesti, teologija grijeha bila je savršen model objašnjenja i metafore – borba anđela protiv demona za ljudsku dušu. U modernim sekularnim društvima, bitka se odvija u drugačijem kontekstu i s drugačijim likovima, ali je podtekst isti. Detektivski junak je moderni anđeo, a serijski ubojica je njegov demonski protivnik. Danesi (2016:12) definira kako su serijske ubojice upravo kao demoni: mračni, tajanstveni, zli i često seksualno primamljivi. Nova je to igra svjetovnog morala koja se sama odigrava i u stvarnom životu i fikciji.

Estetika koja je prožimala nasilne likove u povijesti bila je ona koja je naglašavala namjerno deformiranog i izoliranog individualca za kojeg su drugi znali da je zlikovac čim bi ga ugledali. U modernim medijima ta se narativna metoda mijenja. Serijski ubojice i zlikovci dobivaju svoju priču postanka, iznose se legitimni razlozi njihovih postupaka i o njima se govori kao o neshvaćenim antiherojima modernog društva. Serijski ubojice time više nisu kriminalci, oni su osobe koje je sustav iznevjerio i imaju potpuno pravo svoje frustracije iznijeti kroz prizmu ubojstva.

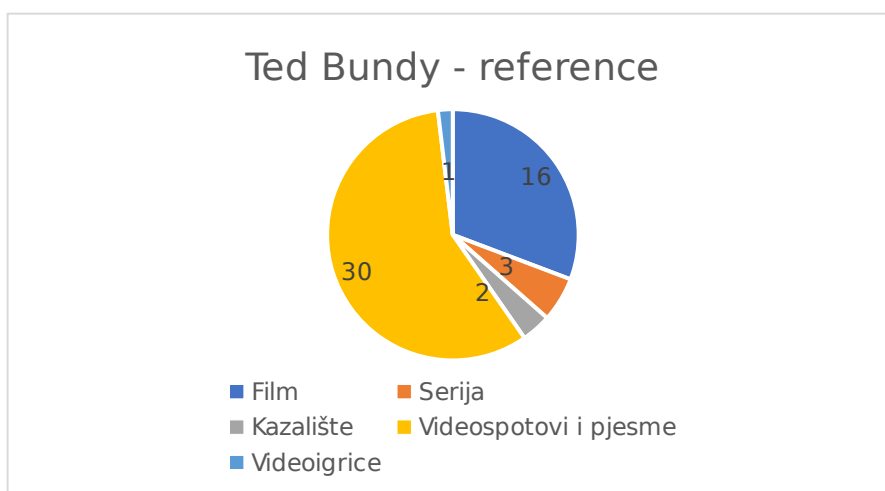
Generička konstrukcija serijskog ubojice implicitno nosi duboko ukorijenjen teror koji prožima svakodnevni život - napetost prisutnu u življenju unutar društva pod nadzorom gdje pojedinac mora usklađivati svoje postupke s normama te latentan strah od potencijalne državne volje za nanošenjem štete. Predstavljanje serijskog ubojice kao voajera koji prikuplja informacije i počinitelja nasilja (koje država drži po strani) prikazuje dinamiku temeljnih načela državne moći. U svom reprezentativnom odnosu prema državi, smatra MacDonald (2013:46), serijski ubojica utjelovljuje bestjelesni teror birokratskog društva u kojem nitko nije imun na državno uporište nadzora i nitko nije slobodan od dosega državnog legitimiteta da prisvoji nasilje bez upozorenja.

Za potrebe ovog istraživanja, izdvojeno je šest najpoznatijih i medijski najbolje pokrivenih masovnih ubojica o kojima se mogu naći reference u modernim medijima.

8.2.1. Ted Bundy

Malo je serijskih ubojica koje su nadahnule više filmova, TV emisija, dokumentaraca, knjiga ili drugih medija od Bundyja čiji su se zločini dogodili u SAD-u 1970-ih godina (a vrlo vjerojatno i ranije). Uхватiti Theodorea Cowella nije bilo lako jer je desetljećima poricao sve svoje zločine i nekoliko puta bježao vlastima, putujući u druge države kako bi nastavio svoj ubojstveni pohod. Također, svojim žrtvama dao je razne pseudonime, uključujući Kennetha Misnera i Chrisa Hagena, pa su oni koji su pobjegli davali policiji netočne podatke. Bundy je serijski ubojica koji je otimao, silovao i ubijao brojne mlade žene i djevojke. Fascinacija njime još uvijek je aktualna, a projekti koji donose novu sliku njegovim zločinima i danas se prate.

Interesantno stajalište vezano uz ovog masovnog ubojicu njegov je odnos s američkim medijima, koji su tada primarno bili zastupljeni putem novina. Te su ga novine, neobično, podržavale i objavljivale nevjerojatno pristrane članke koji su išli u prilog njegovoj nevinosti, gotovo isključivo zbog svoje privlačnosti. Tretiran je kao privlačan i šarmantan muškarac. Opsesija njegovim osmjesima i razbarušenom kosom odražavala se na gotovo svim naslovnim stranicama tog doba. Prema tome, ni ne čudi što se njegov lik i priča i dalje koriste kao temelj za nove medijske projekte poput filmova, serija i videoigara. Životom i djelom nadahnuo je medijske stručnjake koji su ga postavili na vrh medijske piramide. Ted Bundy je jedno od imena koje će se još dugo pamtit i kao ime koje je gospodarilo medijima sedamdesetih godina prošlog stoljeća, ali i jedno od lica koje će se, najvjerojatnije, dugo pratiti u različitim diskursima medijskih sadržaja.



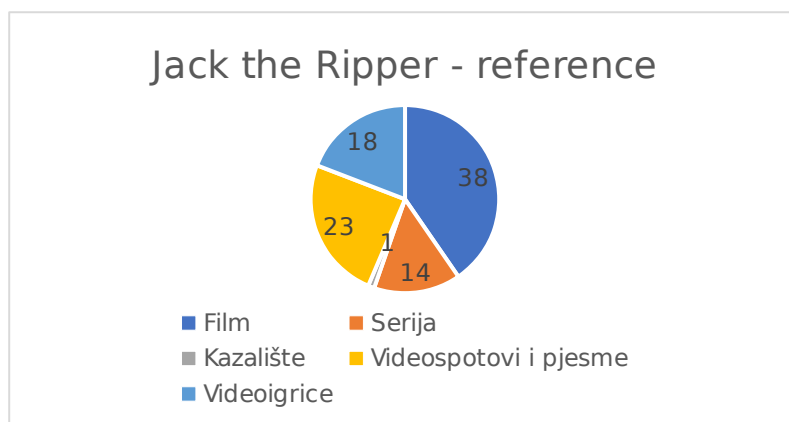
Grafikon 2 – Brojevni prikaz medijskih referenci na Teda Bundyja

Izvor: autorovo istraživanje

8.2.2. Jack The Ripper (Trbosjek)

Jack Trbosjek, pseudonimni ubojica koji je ostao neidentificiran, ubio je najmanje pet žena u četvrti Whitechapel u londonskom East Endu. Taj slučaj je jedna od najpoznatijih neriješenih misterija u povijesti engleskog kriminala. Ime „Jack Trbosjek“ izvedeno je iz „Dear Boss“ pisma koje je napisao čovjek tvrdeći da je ubojica, a koje je kružilo u tadašnjim novinama. Pismo se smatra lažnim, postoji teorija da su ga izmislili novinari kako bi pobudili interes za tu temu i povećali čitanost novina. Pismo „From Hell Letter“, koje je primio George Lusk iz Whitechapel Villigance Committeea, uključivalo je dio sačuvanog ljudskog bubrega koji je navodno uzet od jedne od žrtava. Zbog izuzetno nasilne prirode ubojstava i medijskog izvještavanja o zločinima, javnost je počela vjerovati u postojanje jednog serijskog ubojice poznatog kao Jack Trbosjek. Njegove kriminalne tendencije manifestirale su se kroz izbor ženskih žrtava koje su bile prostitutke, a detaljna mutilacija tijela žrtava ukazuje na njegovo duboko razumijevanje ljudske anatomije. To, pak, sugerira da je „The Ripper“ posjedovao osnovno znanje o anatomiji ljudskog tijela, odnosno, da je bio obrazovan pojedinac.

Opsežna medijska pokrivenost dala je Trbosjeku temeljitu i dugotrajnu svjetsku slavu, a njegovu ubojstvenu mitologiju je zacementirala u povijest. Trbosjek je zadržao moć u popularnoj kulturi djelomično zato što su poznati slučajevi serijskih ubojstava u to vrijeme bili mnogo rjeđi nego danas. Jack Trbosjek dao je temelj za brojna književna i dramska djela. Njegov život je iznimno dramatiziran i napuhan kako bi se javnost više zainteresirala za počinjena zlodjela.



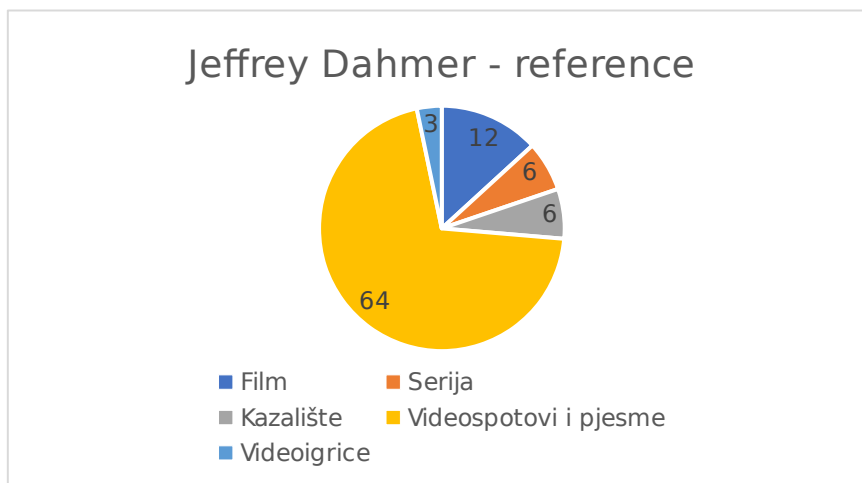
Grafikon 3 – brojevni prikaz medijskih referenci na Jacka Trbosjeka

Izvor: autorsko istraživanje

8.2.3. Jeffrey Dahmer

Riječ je o američkom serijskom ubojici čije je uhićenje 1991. godine izazvalo kritike lokalne policije i rezultiralo porastom zanimanja za serijska ubojstva i druge zločine. Tijekom više od 13 godina, Dahmer je tražio svoje žrtve. Uglavnom su to bili crnci u *gay* barovima, trgovačkim centrima i autobusnim stanicama. Mamio ih je kući obećanjima novca ili seksa i davao im alkohol pomiješan s drogom prije nego što ih je nasmrtno zadavio. Zatim, upustio bi se u seksualne odnose s leševima prije nego što bi ih raskomadao i riješio ih se zadržavajući njihove lubanje ili genitalije kao suvenire. Često je fotografirao svoje žrtve u različitim fazama procesa ubojstva kako bi se kasnije mogao prisjetiti svakog čina i ponovno proživjeti iskustvo.

Pažljivo je birao žrtve na margini društva čineći njihove nestanke manje primjetljivima i smanjujući vjerojatnost njegova uhićenja. Njegovi su zločini pribilježeni nezainteresiranosti lokalnih vlasti za nestanak opisanih žrtava, a moglo ih se pratiti na televiziji i u novinama. I danas se o njemu snimaju filmovi i pišu knjige čime se pak ovjekovječuje serijski ubojica takvog profila.



Grafikon 4 – brojevni prikaz medijskih referenci na Jeffreyja Dahmera

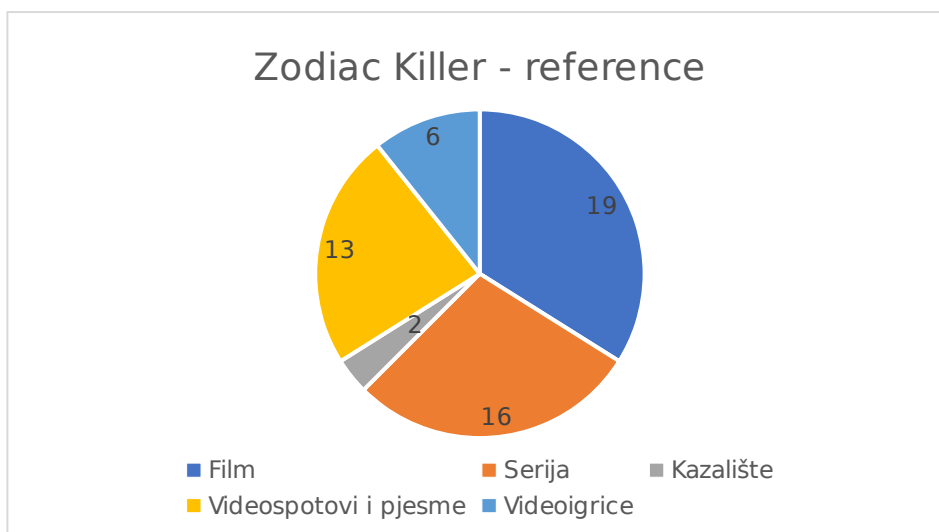
Izvor: autorovo istraživanje

8.2.4. Zodiac Killer

Zodiac Killer pseudonim je neidentificiranog serijskog ubojice koji je djelovao u sjevernoj Kaliforniji kasnih 1960-ih godina. Slučaj je opisan kao najpoznatiji neriješeni slučaj ubojstva u američkoj povijesti. Postao je dio popularne kulture i nadahnuo detektive amatere da ga pokušaju riješiti.

Zodiac je smislio taj nadimak u nizu podrugljivih pisama i razglednica koje je dostavio lokalnim novinama u kojima je prijetio ubojstvima i bombama ako ih ne objave. Neka od pisama sadržavala su kriptograme ili šifre u kojima je ubojica tvrdio kako skuplja robove za onaj svijet – odnosilo se to na njegove žrtve. Iako je Zodiac prestao s pisanom komunikacijom oko 1974. godine, neobična priroda slučaja dovela je do međunarodnog interesa koji se održao tijekom godina.

Mnogo je toga ostalo misteriozno u vezano za slučaj Zodiac, pritom se ne misli samo na pitanje prestanka ubojstava. Pisac kriminalističkih romana Robert Graysmith tvrdio je da je Zodiac ostao aktivan tijekom 1980-ih godina i da je ubio još desetke ljudi, iako je to stajalište kontroverzno. Tijekom 1990-ih godina nekoliko je istražitelja tvrdilo da je identificiralo ubojicu Zodiaca. Osumnjičenik koji se najčešće navodio bio je Arthur Leigh Allen (1933. – 1992.), učitelj iz Valleyja u Kaliforniji koji je 1975. godine institucionaliziran zbog zlostavljanja djece, no njegova identifikacija s ubojicom nikada nije potkrijepljena.



Grafikon 5 – brojevni prikaz medijskih referenci na Zodiac Killera

Izvor: autorsko istraživanje

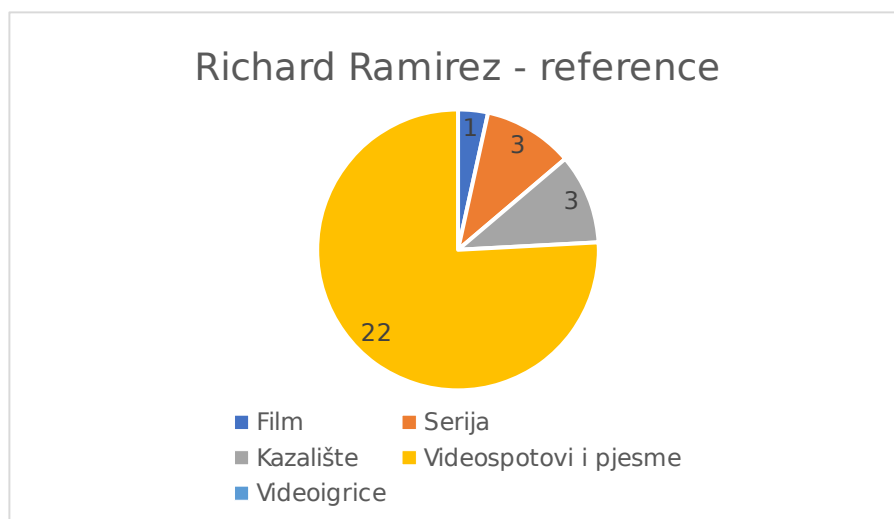
8.2.5. Richard Ramirez

Richard Leyva Muñoz Ramirez djelovao je pod imenom „Night Stalker“, a bio je američki serijski ubojica, silovatelj i provalnik koji je ubio najmanje 13 ljudi u Kaliforniji u jednom desetljeću (1984. – 1985.). Ramirezove žrtve, od kojih su neke i preživjele, često su bile seksualno zlostavljane i premlaćivane, a sotonistički simboli pronađeni su na mnogim mjestima zločina. „Night Stalker“ stvorio je paniku koja je dovela do porasta prodaje oružja.

Postao je glavna priča u gotovo svim većim novinama i televizijskim vijestima diljem Kalifornije. Ramirez je vidio svoje lice na naslovnoj stranici novina *La Opinion* s naslovom koji ga naziva „Invasor Nocturno“ (Noćni osvajač). Nakon toga je pokušao pobjeći i ukrasti auto, no njegovo su lice prepoznali stanovnici Los Angelesa i okupili se kako bi ga predali policiji.

Ramirez je samoproглаšeni sotonist i svoje je vjerovanje izrazio crtajući pentagram na dlan dok mu se sudilo, a njegovo ponašanje ni u jednom trenutku nije pokazalo žaljenje za počinjene zločine. Njemu su to bili ciljevi koje je uspješno odradio hvaleći se za ubojstva i silovanja za koje sud nije imao dokaza.

Popularnost ovog serijskog ubojice dosegla je vrhunac kroz knjige, pjesme i popularne televizijske emisije. Fascinacija njegovim nizom zločina koji su trajali punih deset godina te interes za druge serijske ubojice i dalje je prisutna i aktualan u medijskom prostoru.



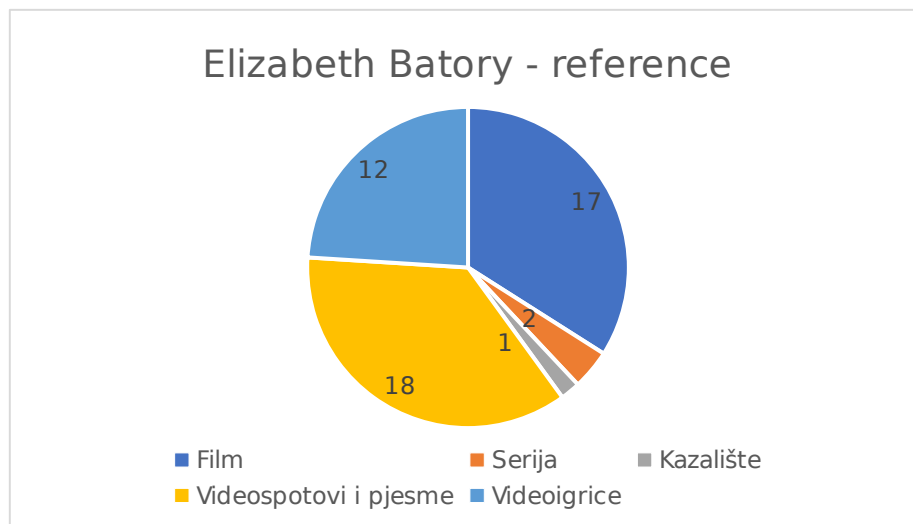
Grafikon 6 – brojevni prikaz medijskih referenci na Richarda Ramireza

Izvor: autorsko istraživanje

8.2.6. Elizabeth Batory

Elizabeth Báthory (mađ. Báthory Erzsébet) (1560., Mađarska – 1614., Slovačka), mađarska je grofica koja je navodno mučila i ubijala stotine mladih žena tijekom 16. i 17. stoljeća. Báthory je rođena u uglednom protestantskom plemstvu u Mađarskoj. Njezina obitelj je kontrolirala Transilvaniju, a njezin ujak Stephen Báthory bio je kralj Poljske. Odrasla je u obiteljskom dvorcu u Ecsédu u Mađarskoj. Godine 1575. udala se za grofa Ferencza Nádasdyja, člana moćne mađarske obitelji kojemu je rodila četvero djece.

Báthory se često proglašava najplodnijom serijskom ubojicom svih vremena, optužena da je ubila više od 600 mladih žena unutar zidova svojih dvoraca. Prema legendi, vjerovala je da će očuvati vječnu mladost kupanjem u njihovoj djevičanskoj krvi. Báthoryn navodni sadizam inspirirao je filmove, predstave, opere, televizijske emisije, pa čak i videoigre. Unatoč tvrdnjama da su optužbe protiv nje rezultat lova na vještice i preuveličavanja kako bi se olakšao njezin politički pad u Mađarskoj, Grofica krvi ostaje najpoznatija povijesna figura među navodnim ženskim serijskim ubojicama.



Grafikon 7 – brojevni prikaz medijskih referenci na Elizabeth Báthory

Izvor: autorsko istraživanje

9. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Analiza odabrane tematike svrstava se u istraživačku vrstu analize. U okviru ovog istraživanja koristile su se kvantitativne i kvalitativne metode istraživanja kako bi se postigao što dublji uvid u temu. Podatci su prikupljeni putem autorskog istraživanja i uporabom anketnog upitnika. Prikupljeni podaci i rezultati ankete interpretirani su kroz upotrebu opisnih statistika i odgovarajućih grafikona kako bi se pružila jasnija slika o prikupljenim informacijama.

9.1. Definiranje hipoteza istraživanja

Digitalni mediji svojim su radom normalizirali pojavu nasilja u javnosti.

Generacija Z jedna je od generacija koja je najviše otupjela na agresivne medijske sadržaje.

Nasilje u digitalnim medijima je poželjno jer je kontrolirano medijskom lećom/iscenirano.

Serijske ubojice su postale glorificirani antiheroji s kojima se većina pripadnika ispitanih generacija može poistovjetiti.

9.2. Anketni upitnik

Anketni upitnik korišten u ovom istraživanju razvijen je kako bi se istraživačke hipoteze rada potvrdile ili opovrgnule. Anketa je u potpunosti bila anonimna i svi su se podatci koristili u generaliziranom obliku. Rezultati ovog istraživanja imat će značajan doprinos razumijevanju navika konzumacije nasilnih sadržaja i stupnju otupjelosti prema istima u medijima s pozornošću na tri različite generacije ispitanika. Glavni cilj je obuhvatiti što veći spektar javnosti kako bi se stvorila reprezentativna slika za vođenje istraživanja. Pojam medijskih sadržaja uključuje različite forme medija kao što su društvene mreže, filmovi, serije, videoigre i kazališne predstave. Tematika nasilja u medijima obuhvaća različite oblike nasilja poput emocionalnog, fizičkog, seksualnog nasilja i drugih oblika.

Upitnik je na početku sadržavao opća socio-demografska pitanja koja su bila nužna za postavljanje okvira istraživanja. To je uključilo pitanja o spolu (muški/ženski) te pitanje o pripadnosti određenoj generaciji. Ispitanici su trebali navesti godinu svog rođenja kako bi se

utvrdila njihova pripadnost jednoj od sljedećih generacija: Generacija X (1965. – 1980.), Generacija Y (milenijalci, 1981. – 1996.), Generacija Z (1997. – 2012.).

Preostali segment upitnika strukturiran je s ciljem postizanja dubljeg razumijevanja stavova, medijskog znanja i mišljenja vezanih uz istraživanu tematiku. Ovaj dio kombinira pitanja otvorenog i zatvorenog tipa kako bi se obuhvatili različiti aspekti teme. Analizirani su stavovi prema medijskom nasilju, a potom je uspostavljena veza sa središnjom temom istraživanja – medijskim sadržajima koji se općenito temelje na prikazima serijskih ubojica.

Ispitanici su mogli odabrati koje medije najviše koriste (tradicionalne ili nove). Ispitana je i glavna motivacijska emocija koja se uzima u obzir tijekom odabira medijskih sadržaja. Primijenjen je metodološki pristup temeljen na DA/NE pitanjima kako bi se istražilo kako sudionici odabiru medijske sadržaje u skladu s vlastitom osobnošću te je analizirano mišljenje o navikama mlađih generacija na medijsko nasilje uslijed razvoja u medijskom svijetu. Paralelno, analizirana je učestalost preferiranja medijskih sadržaja koji se tematski odnose na život ili postupke serijskih ubojica. Nastavak ovih pitanja je istražio poticaje za odabir specifičnih medijskih sadržaja razotkrivajući dominantne tipove sadržaja kod pojedinaca. Za procjenu stupnjeva suglasnosti ili nesuglasnosti s tvrdnjama iz ankete korištena je Likertova skala, obuhvaćajući raznolike nijanse od „u potpunosti se ne slažem“ do „u potpunosti se slažem“. U te je svrhe postavljeno pet izjava:

Nasilje u medijskim sadržajima je kontrolirano i opravdano.

Mediji su normalizirali nasilje u svim aspektima mog života.

Medijski sadržaji koji prikazuju nasilje ili agresivne obrasce ponašanja me opuštaju.

Naviknuo/la sam na nasilje prikazano u svim oblicima medija.

Smatram kako je bolje otupjeti na pojedine vrste nasilja, tako da se u stvarnosti mogu pripremiti na ishod.

Pitanje koje je ispunjavala samo Generacija Z odnosi se na njihov stav prema nasilju i postotku normalizacije nasilja u stvarnom životu.

Ispitani su i stavovi vezani uz identifikaciju s unutarnjim monolozima i motivacijama serijskih ubojica, omogućujući ispitanicima da ocijene stupanj svoje identifikacije od 1 (uopće se ne poistovjećujem) do 5 (u potpunosti se mogu poistovjetiti). Dodatno, istražene su i emotivne reakcije koje spominjanje serijskih ubojica izaziva kod svakog ispitanika pružajući im priliku da izraze svoje individualne emotivne doživljaje u odgovoru na tu izjavu.

Metodom da/ne pitanja, dobiveni su odgovori na tri izjave:

Tematika serijskih ubojstava ne bi trebala biti popularizirana niti konzumirana od strane mlađih generacija.

Sadržaji o serijskim ubojicama imaju negativan utjecaj na moje psihološko zdravlje.

Mediji promoviraju i potiču nasilje kroz proizvodnju sadržaja o serijskim ubojicama.

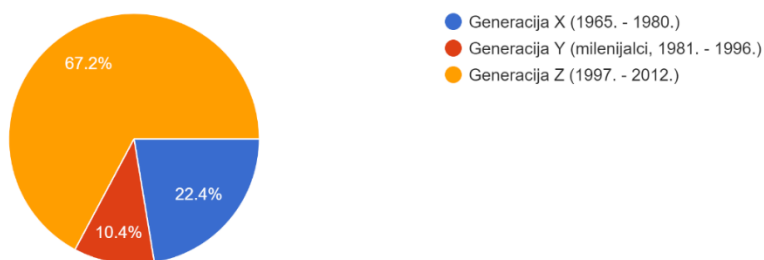
Posljednje je pitanje oblikovano kao dvojako otvoreno pitanje, omogućujući ispitanicima da slobodno izraze svoje stavove i mišljenja. Cilj tog pitanja bio je istražiti njihovu konzumaciju sadržaja vezanih uz serijske ubojice te utvrditi jesu li takvu konzumaciju zaustavili zbog nasilne naravi sadržaja ili su ti sadržaji postali sredstvo za daljnje zanimanje i dublje istraživanje teme serijskih ubojica.

Anketni upitnik bio je dostupan ispitanicima u razdoblju od 28. lipnja 2023. godine do zatvaranja ankete 8. kolovoza 2023. godine.

9.3. Rezultati anketnog upitnika

U ovom istraživanju je sudjelovalo ukupno 125 ispitanika. Analiza podataka otkriva da se ispitanici sastoje od 80% ženskih i 20% muških sudionika. Posebno zapažanje je da najznačajniji dio sudionika pripada Generaciji Z, odnosno osobama rođenim u vremenskom razdoblju između 1997. i 2012. godine. Kako bi se vizualno predložila raspodjela prema generacijama, izrađen je odgovarajući grafikon.

Pripadajuća generacija (godina rođenja označava pripadnost pojedinoj generaciji)
125 responses



Grafikon 8. – prikaz pripadnosti generaciji X, Y i Z

Izvor: anketni upitnik

Relevantno je napomenuti da visokih 90,6% ispitanika naglašava kako za zadovoljavanje svojih potreba i interesa koristi novi medijski oblik, uključujući društvene mreže i online platforme. Nasuprot tome, samo mali postotak, odnosno 9,4% ispitanih, odabire tradicionalne medije kao izvor informacija.

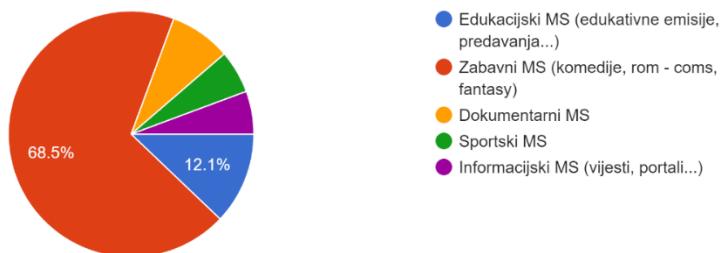
Prilikom odabira medijskog sadržaja, ispitanici su istaknuli različite motivacijske emocije koje imaju ulogu u tom procesu. Dominantne motivacijske emocije su zabava koju je istaknulo 82 sudionika. Zatim, uгода koju je istaknulo 27 sudionika te regulacija stresa što je navelo 7 sudionika. Osim toga, ostale motivacijske emocije koje su se pojavile u odgovorima uključuju znatiželju, strah, uzbuđenje, potrebu za informacijama i zadovoljstvo.

Na pitanje o tome jesu li medijski sadržaji odrazi njihove osobnosti, 88 ispitanika je potvrdilo tu vezu, dok je ostatak negirao povezanost medijskih sadržaja sa svojom osobnošću.

Razlozi koji stoje iza uključivanja ispitanika u medijske sadržaje su raznoliki. Odgovori ukazuju da 44% ispitanika to čini iz dosade, 27% želi pobjeći od stvarnosti, a 13% tvrdi da se upuštanjem u medijske sadržaje osjećaju prividno kontroliranim okruženjem. Ostali navedeni razlozi uključuju višak slobodnog vremena, opuštanje, praćenje medijskih trendova, edukaciju, analizu i kritičko vrednovanje percepcije koju mediji prenose kroz svoje sadržaje.

Vrste medijskih sadržaja koje su ispitanici preferirali prikazane su u grafikonu 9. Iz grafikona je jasno vidljivo da su najviše zastupljeni zabavni medijski sadržaji (68,5%), a slijede edukativni medijski sadržaji (12,1%).

Koje vrste medijskog sadržaja najviše birate?
124 responses



Grafikon 9. – Preferencije medijskog sadržaja ispitanika

Izvor: anketni upitnik

Koristeći Likertovu skalu analizirana su stajališta ispitanika s ponuđenim izjavama. Predstavljeni su rezultati koji su imali najveći broj odgovora za svaku ponuđenu razinu slaganja.

S tvrdnjom „Nasilje u medijskim sadržajima je kontrolirano i opravdano“ nije se složilo 52 ispitanika.

S tvrdnjom „Mediji su normalizirali nasilje u svim aspektima mog života“ složilo se 33 ispitanika.

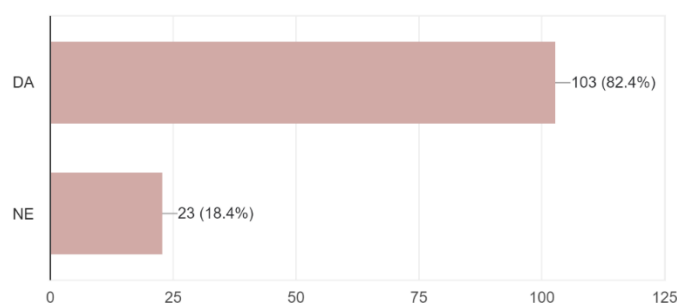
S tvrdnjom „Medijski sadržaji koji prikazuju nasilje ili agresivne obrasce ponašanja me opuštaju“ u potpunosti se složilo 77 ispitanika.

S tvrdnjom „Naviknuo/la sam na nasilje prikazano u svim oblicima medija.“ složio se 31 ispitanik.

S tvrdnjom „Smatram kako je bolje otupjeti na pojedine vrste nasilja, tako da se u stvarnosti mogu pripremiti na ishod.“ Složilo se 42 ispitanika.

Na izjavu: „*Mlađe generacije su naviknute na nasilje u medijskim sadržajima jer žive u medijskom svijetu*“ odgovoreno je u korist same izjave.

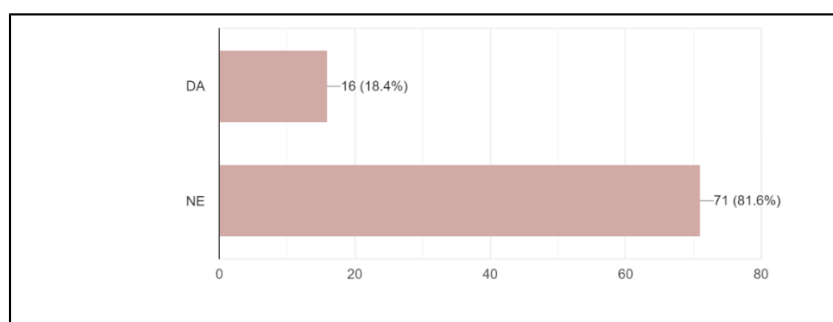
125 responses



Grafikon 10. – Postotak DA/NE odgovora na izjavu: „Mlađe generacije su naviknute na nasilje u medijskim sadržajima jer žive u medijskom svijetu“

Izvor: anketni upitnik

Postavljena je posebna tvrdnja za generaciju Z („Nasilje je normalno i očekujem ga u svim sadržajima, ali i životu.“). S njom se nije složilo 81,6% ispitanika, odnosno 71 ispitanik.



Grafikon 11. – Postotak DA/NE odgovora na izjavu: „Nasilje je normalno i očekujem ga u svim sadržajima, ali i životu.“

Izvor: anketni upitnik

Čak 90,9% ispitanika negiralo je tvrdnju „Sadržaji koji opisuju serijske ubojice su često jedan od prvih izbora u mojoj tražilici.“.

Većina ispitanika, njih 93, ne može se poistovjetiti s tvrdnjom „Mogu se poistovjetiti sa unutarnjim monolozima i porivima serijskih ubojica.“, dok je 15 neodlučno, a 17 tvrdi da bi se poistovjetilo.

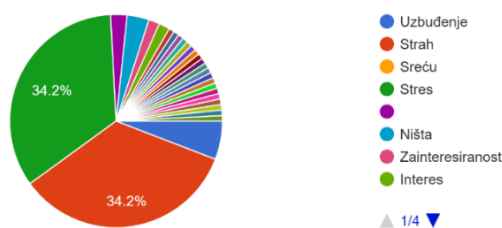
Na pitanje što u ispitanika izaziva spomen serijskih ubojica, većina se odlučila na stres i strah (34,2%), što je uočljivo i na grafičkom prikazu 12. Nekolicina ispitanika dala je vlastite odgovore:

„U glavi mi je da je to samo lik te gledam samo nastup glumca koji onda komentiram.“

„Interes za psihološku pozadinu tih ljudi.“

„Ništa, nije me briga za njih.“

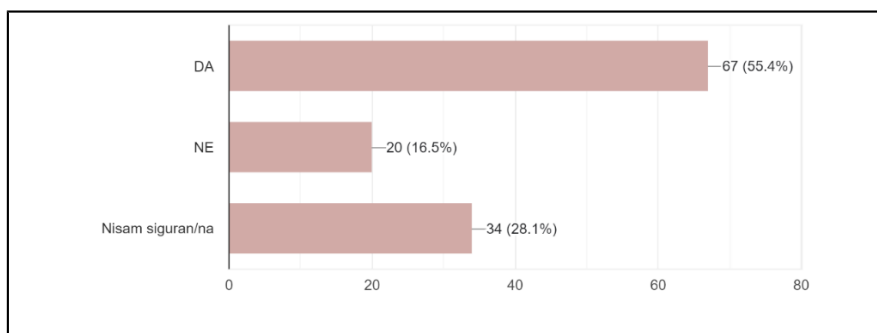
„Ne razmišljam o njima pa je to za mene pojam iz krimića.“



Grafikon 12. – Prikaz emocija koje ispitanici povezuju sa pojmom serijskih ubojica

Izvor: anketni upitnik

Većina ispitanika (55,4%) je izrazila slaganje s tvrdnjom da se tematika serijskih ubojica ne bi trebala popularizirati i izložiti mlađim generacijama za njihovo konzumiranje, dok čak 28,1% nije sigurno u tvrdnju.



Grafikon 13. – Prikaz mišljenja ispitanika na izjavu: „Tematika serijskih ubojstava ne bi trebala biti popularizirana niti konzumirana od strane mlađih generacija.“

Izvor: anketni upitnik

„Analiza fenomena pojavnosti serijskih ubojica u digitalnim medijima“

Nešto više od pola, njih 60,3%, smatra kako medijski sadržaji o serijskim ubojicama nemaju negativni utjecaj na njihovo psihološko zdravlje, no za izjavu da mediji promoviraju i potiču nasilje kroz proizvodnju sadržaja o serijskim ubojicama ima 60,5% slaganja.

Posljednje je pitanje postavljeno u otvorenom obliku kako bi ispitanici mogli slobodno izraziti svoje misli. Pitanje glasi: „Ako konzumirate sadržaj temeljen na životima serijskih ubojica, jeste li primijetili da su se vaši stavovi o tim likovima promijenili ili su vas takvi sadržaji potaknuli da se dublje zainteresirate za istraživanje o serijskim ubojicama?“.

Izjave:

„Potaknuli su me na dublje razmišljanje o serijskim ubojicama, ali ne i na opravdavanje postupaka istih.“

„Ne zanima me bilo kakav sadržaj vezan za serijske ubojice.“

„Sadržaji su mi samo zanimljivi, ništa više od toga. Zanimljio mi je promatrati i dobiti informacije o njihovom razmišljanju itd.“

„Gledajući dokumentarac o Dahmeru, uvidjela sam da je njegovo ponašanje rezultat nedostatka ljubavi u ranom djetinjstvu. Nije me potaklo na dublje istraživanje, ali je evidentno da se već u ranoj mladosti treba uočiti takva devijantna ponašanja i na sve načine ih pokušati korigirati.“

„Nisam nikada promijenila stav o tim likovima, naime smatram kako su mi sadržaji temeljeni na životima serijskih ubojica pomogli uočiti kako to zapravo može biti bilo tko te kako većina tih ljudi imaju problema sa mentalnim zdravljem i/ili su bila i sama zlostavljana. Stoga, smatram kako su na neki način i korisni, jer nam pomažu osvijestiti postojanost takvih ljudi. Potaknuli su me na daljnje i dublje istraživanje.“

„Nisam nikada gledala dokumentarce o stvarnim ubojicama, ali kod fiktivnih likova koji su ubojice (npr. Walter White iz serije Breaking Bad) često razmišljam o motivu i pokušavam vidjeti i kroz njihove oči.“

„Dublje istraživanje - kako, što i zašto može nagnati osobu da čini ekstremno zlo.“

„Ništa ja to ne istražujem, ful me strah takvih tema tako da ništa to kod mene.“

„Gledajući i istražujući takve serije shvatila sam da apsolutno svaka osoba u nekom određenom trenutku može postati ubojica. Ponekad imam razumijevanja i sažaljenja prema istima.“

„Uopće ne gledam nešto strasno/uznemiravajuće tako da ne mogu odgovoriti na ovo pitanje. Moja paranoja odmah proradi.“

„Nisam promijenila mišljenje o njima. Serije su samo potvrdile stav da su to osobe s ozbiljnim psihičkim problemima kojima je trebala biti pružena adekvatna psihološka pomoć“

„Ne mogu promijeniti stav iako ih mediji ponekad opravdavaju i pokušavaju prikazati njihov način razmišljanja“

„Ne, ni jedna životna priča ne može opravdati ubojstva“

„Da, istraživala sam malo više koliko se poklapaju stvari prikazane na ekranu sa stvarima iz njihovih života i sl.“

„Serija YOU, napravljena kako bi zaveljali glavnog glumca i tražili opravdanja za njegove postupke. Medijski je prikazan kao jako zanimljiv lik, no u stvarnosti je psihopat, voajer, serijski ubojica...“

„Povremeno sam istraživala postoji li biološki razlog pojavama serijskih ubojica i smatram da se njima trebaju baviti institucije i znanstvenici a ne mediji.“

„Ne konzumiram takav sadržaj, o njemu eventualno slušam u razgovoru s prijateljima, no rijetko me to potiče na dublje istraživanje“

„Smanjilo mi je misteriju koja ih je okruživala i samim time smanjila strah od njih.“

„Sadržaji su mi samo zanimljivi, ništa više od toga. Zanimljio mi je promatrati i dobiti informacije o njihovom razmišljanju itd.“

„Dublje istraživanje, ali i dalje negativan stav prema njima“

9.4. Provjera i utvrđivanje hipoteza rada

Od četiri postavljene hipoteze, anketnim upitnikom potvrđene su dvije, jedna je odbačena, a posljednja je rezultirala dvojakim mišljenjima jer je postavljena na dvojak način. Autorovo istraživanje je u nekim hipotezama dokazalo razliku u rezultatima hipoteza. Razlog toj razlici pronalazi se u činjenici da je anketa provedena na ispitanicima iz Republike Hrvatske, a autorovo istraživanje se temeljilo na američkoj literaturi.

Digitalni mediji svojim su radom normalizirali pojavu nasilja u javnosti.

Ispitivanjem mišljenja ispitanika potvrđena je odabrana hipoteza koja ukazuje na to da većina ispitanika smatra da mediji svojim emitiranjem i reprodukcijom nasilja i nasilnih sadržaja trenutno doprinose normalizaciji te pojave. Taj učinak može biti povezan s konstantnom potrebom za dramatizacijom određenih dijelova stvarnog života. Medijski sadržaji koji populariziraju teme nasilja potiču interes i dublje istraživanje, no ne pružaju uvjerljivu potvrdu da imaju pozitivan utjecaj na mlađe generacije.

Za neke pojedince, digitalni mediji i sadržaji koji prikazuju nasilje djeluju kao okidači za nasilno ponašanje. No, važno je naglasiti da medijski sadržaji nisu jedini faktor koji utječe

na takvo ponašanje. Iako medijsko nasilje igra ulogu u održavanju prisutnosti nasilja, većina situacija u stvarnosti osuđuje nasilje i ne doprinosi njegovoj normalizaciji.

Generacija Z je jedna od generacija koja je najviše otupjela na agresivne medijske sadržaje.

Većina ispitanika potvrdila je hipotezu koja sugerira da medijski svijet u kojem je generacija Z odrasla nije jedini krivac ili čimbenik u njihovoj desenzibilizaciji na nasilje. Ipak, medijski sadržaji predstavljaju varijable koje podržavaju svijest o nasilju i podsjećaju na postojanje nasilnih utjecaja, kako u njihovim stvarnim životima, tako i u globalnom kontekstu. Kroz konstantne i trajne podražaje medijskih sadržaja, većina generacije Z priznala je da ipak ne očekuje nasilje u svakodnevnom životu.

To ne znači da nisu svjesni postojanja nasilja ili da ga ne prepoznaju u svom okruženju. Može se zaključiti da su dovoljno osviješteni o nasilnim dijelovima svog iskustva te da su pomireni s činjenicom da nasilje postoji kao realnost.

Nasilje u digitalnim medijima je poželjno jer je kontrolirano medijskom lećom/iscenirano.

Iako je nasilje koje prenose medijski sadržaji u većini slučajeva samo hiperbolizacija stvarnih događaja, ne možemo zanemariti stvarnost jer nasilje zaista postoji. Mediji bi izgubili svoju objektivnost ako ne bi reproducirali i informirali o takvim manifestacijama društvenog fenomena. U digitalnim medijima, ključno je postizanje ravnoteže u prikazivanju nasilnih sadržaja kako bi se izbjegla normalizacija ili idolizacija nasilja.

Nasilje, neovisno o tome kako je prikazano, ostaje nasilje. Nijedno opravdanje ne bi smjelo biti pridodano počinjenom činu nasilja, a javnost ne bi smjela razvijati empatiju prema počiniteljima. S druge strane, emocije poput straha i stresa koje se često povezuju sa serijskim ubojicama, imaju korijene u ljudskim instinktima za preživljavanje. Povezanost tih emocija s negativnim konotacijama ne bi trebala automatski značiti negativno. One služe kao važni mehanizmi opreza i svijesti te imaju svoje funkcionalne uloge u ljudskoj psihologiji. Za pojedince, strah i stres mogu biti korisne emocije koje doprinose osjećaju sigurnosti i opreza.

U skladu s tim, ova hipoteza je odbačena. Samo upravljanje perspektivom i isceniranjem nasilja u medijima ne čini ga poželjnim za konzumaciju ili doživljaj.

Serijske ubojice su postale glorificirani antiheroji s kojima se većina pripadnika ispitanih generacija može poistovjetiti.

Prvi dio hipoteze je potvrđen, dok je drugi dio odbačen. Rezultati autorskog istraživanja ukazuju na to da medijski sadržaji o serijskim ubojicama, kombinirajući elemente seksualnosti, horora i opravdanosti njihovih djela, doista doprinose stvaranju ikonizacije tih osoba. Oni postaju tip antiheroja. Percipirani su kao neshvaćeni pojedinci koji koriste svoje postupke kao pobunu protiv sustava koji ih je razočarao. Njihove okrutne metode nanošenja povreda i psihičke degradacije žrtava služe kao sredstvo njihove „borbe“.

Rezultati ankete pokazuju da većina ispitanika doživljava strah i stres kao odgovor na sadržaje o serijskim ubojicama. Ispitanici ne pokazuju sažaljenje prema ubojicama, niti se povezuju s njima emocionalno. Interes za ovu tematiku potiče većinu ispitanika na dublje istraživanje motivacija i razloga iza njihovih postupaka. Međutim, to ne mijenja njihovu negativnu percepciju serijskih ubojica kao problematičnih pojedinaca. Ispitanici ne gaje atrakciju ili požudu prema njima, već shvaćaju njihovo postojanje kao ozbiljan društveni problem.

10. ZAKLJUČAK

Ljudi su ti koji kreiraju medijske priče. Konzumenti nisu samo dio nepoznate varijable u medijskom djelovanju, oni su ključni sastojak postanka i razvitka medijskih sadržaja. Potrošač je svojim željama i potrebama istaknuo tematike koje mediji prenose. Ovisno o kojem je mediju riječ, on se uklopio u svijet javnosti izlazeći u susret metodama prilagođavanja ljudskim osjetilima.

Medijski sadržaji u kojima se primjećuje estetizacija i popularizacija nasilja manifestiraju se kao rezultat skrivenih preferencija publike. Nasilje se lako može predočiti putem opisa, a još snažnije grafički prikazati uz upotrebu pažljivo odabranih termina što rezultira senzacionalnim i intrigantnim vijestima koje privlače pažnju. Ljudska priroda ima tendenciju privlačenja prema takvim sadržajima. Želja za saznanjem i znatiželja često potiču zainteresiranost publike za nasilnim elementima, a mediji iskorištavaju tu sklonost kako bi ostvarili vlastiti profit.

Tijekom proteklih godina primjećuje se povećana potražnja za medijskim referencama koje se bave temom serijskih ubojica i sadržajima koji istražuju fenomen serijskih ubojstava. Očigledno je da javnost sve više prepoznaje mogućnost da putem takvih sadržaja doživi uzbudljivost koju pružaju „zabranjeni“ osjećaji, sve to u sigurnosti i komociji vlastitog doma. Ekstremni slučajevi takvih pojedinaca u javnosti se pojavljuju kada se dolazi do opčinjenosti i opsesije serijskim ubojicama. Obožavatelji serijskih ubojica aktivno se okupljaju na društvenim mrežama stvarajući zajednice istomišljenika koje često rezultiraju stvaranjem fandoma posvećenih temi serijskih ubojstava.

Analizom pažljivo odabranih figura serijskih ubojica kao što su Ted Bundy, Jack The Ripper, Richard Ramirez, Zodiac Killer, Jeffrey Dahmer i Elizabeth Bathory utvrđeno je da su postali ikonički elementi suvremene popularne kulture. Ti pojedinci sa sobom nose značajnu težinu i simboličku vrijednost koja ih pozicionira kao kulturne idole.

Rezultati anketnog istraživanja ukazuju na to da većina ispitanika nema sklonosti prema konzumiranju medijskih sadržaja vezanih uz serijske ubojice. Paralelno s tim, ista većina iskazuje stajalište kako su mediji doprinijeli normalizaciji nasilja što je rezultiralo smanjenjem osjetljivosti mlađih generacija prema nasilju. Iz analize se može zaključiti da je pojava serijskih ubojica postala neizostavan dio svih domena medijskog svijeta. Oni su duboko ukorijenjeni u medijsku kulturu i usko povezani s medijima bez obzira na vremensko razdoblje. Njihova prisutnost i utjecaj protežu se kroz sve sfere medijskog postojanja.

11. LITERATURA

1. Ang, I. (2006) *Desperately seeking the audience*. London & New York, Routledge
2. Baćak, V. (2001) Simulacija i zbilja. U: Kalanj, R., Diskrepancija, Hrvatsko sociološko društvo, Jesenski i Turk, str 119-121. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/264419> (Pristupljeno: 2023-03-08)
3. Bonn. S. (2014) *WHY WE LOVE SERIAL KILLERS*. New York: Sky Horse
4. Blumberg, N., (2016) „6 Teenagers Who Made History“, Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/story/6-teenagers-who-made-history> (Pristupljeno: 2023-04-15)
5. Backstage.com, 'No Ted Bundy', casting calls URL: <https://www.backstage.com/casting/no-ted-bundy-2568394/> (Pristupljeno: 2023-04-16)
6. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. (2022) "Richard Ramirez". Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/biography/Richard-Ramirez> (Pristupljeno: 2023-04-25)
7. Barić-Šelmić, S., Levak, T., Balen Domazetović, B. (2017) *MARGINAL GROUPS AND THEIR ROLE WITHIN MEDIA AND SOCIETY SPECTACULARIZATION – THE CASE OF THE INTERNATIONAL “BIG BROTHER” TELEVISION REALITY SHOW*, Znanstveni rad, Communication Today, Vol. 8, No. 2. str. 71-86
8. Click, Scott (2018) *The Routledge companion to Media Fandom*. New York: Routledge
9. "Celebrity Culture". *Dictionary of American History*. . *Encyclopedia.com*. URL: <https://www.encyclopedia.com/history/dictionaries-thesauruses-pictures-and-press-releases/celebrity-culture> (Pristupljeno: 2023-03-08)
10. Carlsson, U. (2008) Empowerment through media Education - an intercultural dialogue. Sweden, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media in co-operation with UNESCO, Dar Graphit and the Mentor Association. URL: http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/publicacion-adjuntos/empowerment_through_media_education.pdf
11. Danesi, M. (2016) *The “Dexter Syndrome” The Serial Killer in Popular Culture*, Vol. 1. New York: PETER LANG
12. Debord, G. (2014) *The society of spectacle*. Bureau of Public Secrets
13. Donnelly, M. A. (2012) *The New American Hero: Dexter, Serial Killer for the Masses*. The Journal of Popular Culture, Vol. 45, No. 1, Wiley Periodicals, Inc.
14. Edubirdie, (2022) *Impact of Mass Media on Serial Killers: Analytical Essay*. URL: <https://edubirdie.com/examples/impact-of-mass-media-on-serial-killers-analytical-essay/> (Pristupljeno: 2023-04-25)

15. Edwards, E.D. (2020) *GRAPHIC VIOLENCE Illustrated Theories About Violence, Popular Media, and Our Social Lives*. New York: ROUTLADGE
16. Finley, L. (2019) *Violence in popular culture*. Santa Barbara, California, Greenwood
17. Gale Ambassadors (2020) Are We Obsessed with Serial Killers? Gale International.
URL: <https://review.gale.com/2020/02/25/serial-killers/> (Pristupljeno: 2023-06-15)
18. Hromadžić, H., (2012) Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti. Politička misao, god. 50, br. 2, 2013. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/152824> (Pristupljeno: 2023-03-08)
19. Hobbs, T. (2023) From Ted Bundy to Jeffrey Dahmer, what it's like to be part of a serial killer fandom. The New Statesman. URL: <https://www.newstatesman.com/long-reads/2018/10/ted-bundy-jeffrey-dahmer-what-it-s-be-part-serial-killer-fandom> (Pristupljeno: 2023-04-27)
20. Hasan, N. (2021) Depiction Of Serial Killers In Popular Media. The Social Talks. URL: <https://thesocialtalks.com/entertainment/depiction-of-serial-killers-in-popular-media/> (Pristupljeno: 2023-06-10)
21. IMDb.com, Most Popular Movies and TV Shows tagged with keyword "ted-bundy" URL: <https://www.imdb.com/search/keyword/?keywords=ted-bundy> (Pristupljeno: 2023-04-16)
22. IMDb.com, Popular Movies and TV Shows tagged with keyword "zodiac-killer" URL: <https://www.imdb.com/search/keyword/?keywords=zodiac-killer> (Pristupljeno: 2023-04-16)
23. IMDb.com, The 50 best serial killer movies, URL: <https://www.imdb.com/list/ls000047280/> (Pristupljeno: 2023-04-25)
24. Jones, G. (2021) *The Allure and Effects of the True Crime Genre*, Final Draft, Honors Thesis
25. Jenkins, J.P., (2023) "Jack the Ripper". Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/biography/Jack-the-Ripper> (Pristupljeno: 2023-04-19)
26. Jenkins, J.P., (2022) "Jeffrey Dahmer". Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/biography/Jeffrey-Dahmer> (Pristupljeno: 2023-04-19)
27. Jenkins, J.P., (2023) "serial murder". Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/topic/serial-murder> (Pristupljeno: 2023-04-19)
28. Jenkins, J.P., (2022) "Zodiac killer". Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/biography/Zodiac-killer> (Pristupljeno: 2023-04-19)
29. Krahé, B., Desensitization to Media Violence: Links With Habitual Media Violence Exposure, Aggressive Cognitions, and Aggressive Behavior. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4522002/>
30. Kellner, D. (2003) *Media spectacle*. New York, Routledge

31. Love, C., (2015) The Ted Bundy Project and why we can't stop watching violence, The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/stage/2015/may/07/ted-bundy-project-watching-violence-theatre> (Pristupljeno: 2023-04-16)
32. Luebering, J.E., (2023) "murder". Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/topic/murder-crime> (Pristupljeno: 2023-04-19)
33. Marsh, Melville (2009) *Crime, justice and the media*. New York, Routledge
34. McLuhan, M. (1964/2008) Razumijevanje medija, prev. D. Prpa, Zagreb: Golden marketing- Tehnička knjiga URL: https://monoskop.org/images/1/15/McLuhan_Marshall_Razumijevanje_medija.pdf
35. McEvoy, C., (2023) Jeffrey Dahmer, The Biography.Com. URL: <https://www.biography.com/crime/jeffrey-dahmer> (Pristupljeno: 2023-04-19)
36. Medina, A. (2022) Glamorizing serial killers in media is dangerous. PIPE DREAM. URL: <https://www.bupipedream.com/opinions/127230/auto-draft-1391/> (Pristupljeno: 2023-06-15)
37. MacDonal, A. (2013) *Murders and Acquisitions Representations of the serial killer in popular culture*. New York: BLOOMSBURY
38. Naz, A., (2015) Media, Violence and the Culture of Victimization: A Sociological Analysis of the Socio-cultural and Psychological Impacts of Media on Youth. Pakistan Journal of Criminology, Volume 7, No.1, pp. 73 - 84
39. Nasr, A.G. (2022) Serial Killers and their Representation in Pop Culture. Arcadia. URL: <https://www.byarcadia.org/post/serial-killers-and-their-representation-in-pop-culture> (Pristupljeno: 2023-05-20)
40. O'Connell, R., (2022) „The bloody legend of Hungary's serial killer countess“: URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/the-bloody-legend-of-hungarys-serial-killer-countess> (Pristupljeno: 2023-04-25)
41. Pallardy, R., (2022) "Elizabeth Báthory". Encyclopedia Britannica, URL: <https://www.britannica.com/biography/Elizabeth-Bathory> (Pristupljeno: 2023-04-25)
42. playlistideas.com, Songs That Mention Jeffrey Dahmer, <https://playlistideas.com/songs-that-mention-jeffrey-dahmer/> (Pristupljeno: 2023-04-16)
43. Rodrigues, L. (2021) Women Who Love Serial Killers Share This Common Trait, According to a Crime Writer. The Latch. URL: <https://thelatch.com.au/why-do-women-fall-for-serial-killers/#:~:text=Some%20women%20are%20alleged%20to,sexual%20arousal%20trigger%20by%20danger>. (Pristupljeno: 2023-07-20)
44. Ranker. (2023) 100 Songs Inspired By Infamous Serial Killers. URL: <https://www.ranker.com/list/songs-about-serial-killers/ranker-music> (Pristupljeno: 2023-05-15)

45. Ranker. (2020) 28 Serial Killers Who Were Never Caught. URL: https://www.ranker.com/list/serial-killers-who-were-never-caught/ranker-crime?ref=collections_top&l=2826930&collectionId=100 (Pristupljeno: 2023-05-15)
46. Smith, N.K. (2022) *Theorizing a Continuum of Serial Killer Fandom and Fascination in our Society*, Honors Thesis. Eastern Kentucky University.
47. Samples, "Love Bite Slayer" – Ted Bundy: Through the Papers, URL: <https://www.historic-newspapers.co.uk/blog/ted-bundy-newspapers/> (Pristupljeno: 2023-04-19)
48. Singer, M., (2023) „The best serial killer movies of all time“, Time Out, URL: <https://www.timeout.com/film/best-serial-killer-movies> (Pristupljeno: 2023-04-25)
49. *Serialkills.fandom*. URL: https://serialkills.fandom.com/wiki/Serial_Killer (Pristupljeno: 2023-04-27)
50. Thomas, J.M. (2021) 12 Women Who Were Married To Notorious Serial Killers. Ranker. URL: https://www.ranker.com/list/serial-killer-wives-facts/jessika-gilbert?ref=collections_top&l=2826930&collectionId=100 (Pristupljeno: 2023-05-15)
51. Tyler, A., (2023) Every Ted Bundy Movie Ranked Worst To Best (Including No Man Of God) , URL: <https://screenrant.com/ted-bundy-movies-ranked/#extremely-wicked-shockingly-evil-and-vile-2019> (2023-04-16)
52. TV Guide, Jeffrey Dahmer, URL: <https://www.tvguide.com/celebrities/jeffrey-dahmer/credits/3000057637/> (Pristupljeno: 2023-04-16)
53. Velasquez, D. (2022) Fandom's unhealthy obsession with real-life serial killers. The Pitt News. URL: <https://pittnews.com/article/175882/blogs/fandoms-unhealthy-obsession-with-real-life-serial-killers/> (Pristupljeno: 2023-07-17)
54. Wood, D.J., (2022) Things You Should Know But Don't: Serial Killer Fandoms, URL: <https://douglasjwood.com/serial-killer-fandoms/> (Pristupljeno: 2023-04-27)
55. YouTube. Absolute Crime. The 5 Worst Serial Killers In American History | World's Most Evil Killers | Absolute Crime. URL: https://www.youtube.com/watch?v=muRgCfLUcDU&ab_channel=AbsoluteCrime (Pristupljeno: 2023-05-10)
56. YouTube. Watch Mojo. (2023) 20 Most Terrifying and Disturbing Serial Killers. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ue5nApDsR9o&ab_channel=WatchMojo.com (Pristupljeno: 2023-05-10)
57. YouTube. Real Crime. Inside The Mind Of Psychopaths | World's Most Evil Killers S2 Marathon | Real Crime. URL: https://www.youtube.com/watch?v=m2gWLyOcETo&ab_channel=RealCrime (Pristupljeno: 2023-05-15)
58. Zgrabljic Rotar, N., (2020) DIGITALNO DOBA; Masovni mediji i digitlana kultura, Zagreb, Jesenski i Turk

59. Živković, L. (2020) Ljudska zbilja kao medijski spektakl. Završni rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:019737> (Pristupljeno: 2023-03-08)

12. PRILOZI

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1 – Analiza pojavnosti medijskih referenci na serijske ubojice u odabranom mediju, Izvor: autorovo istraživanje

Grafikon 2 – Brojevni prikaz medijskih referenci na Ted Bundy, Izvor: autorovo istraživanje

Grafikon 3 – brojevni prikaz medijskih referenci na Jack the Rippera, Izvor: autorovo istraživanje

Grafikon 4 – brojevni prikaz medijskih referenci na Jeffreyja Dahmera, Izvor: autorovo istraživanje

Grafikon 5 – brojevni prikaz medijskih referenci na Zodiac Killera, Izvor: autorovo istraživanje

Grafikon 6 – brojevni prikaz medijskih referenci na Richarda Ramireza, Izvor: autorovo istraživanje

Grafikon 7 – brojevni prikaz medijskih referenci na Elizabeth Batory, Izvor: autorovo istraživanje

Grafikon 8 – prikaz pripadnosti generaciji X, Y i Z

Grafikon 9 – preferencije medijskog sadržaja ispitanika

Grafikon 10 - Postotak DA/NE odgovora na izjavu: „Mlađe generacije su naviknute na nasilje u medijskim sadržajima jer žive u medijskom svijetu“

Grafikon 11 - Postotak DA/NE odgovora na izjavu: „Nasilje je normalno i očekujem ga u svim sadržajima, ali i životu.“

Grafikon 12 - Prikaz emocija koje ispitanici povezuju sa pojmom serijskih ubojica

Grafikon 13 - Prikaz mišljenja ispitanika na izjavu: „Tematika serijskih ubojstava ne bi trebala biti popularizirana niti konzumirana od strane mlađih generacija. “