

Milica Ilčić<sup>1</sup>  
Fakultet dramskih umetnosti

316.774:176  
343.988-055.2(497.11)  
343.61-055.2  
COBISS.SR-ID 133231113

## FEMICID I MEDIJI – IZMEĐU SENZACIONALIZMA I PRAVDANJA POČINIOCA

### ***Apstrakt***

*Medijska etika predstavlja moralni kodeks koji profesionalci u oblasti medija treba da slede kako bi osigurali objektivnost, istinitost, integritet i druge vrednosti koje su važne za javnost, posebno kada je reč o femicidu. Izveštavanje o žrtvama nasilja je jedna od najosetljivijih tema u novinarstvu i zahteva posebnu pažnju i odgovornost novinara u pogledu etike. Etičko izveštavanje medija o žrtvama femicida treba da uključuje pažljiv odabir reči, uzimajući u obzir perspektivu žrtve, osnaživanje članova porodice žrtava femicida, pružanje konteksta o problemu nasilja nad ženama, ukazivanje na uzroke i načine prevencije, i poštovanje privatnosti i dostojanstva žrtava. Rad posmatra i analizira ključne odrednice i principe etičkog kodeksa medija, uz poseban osvrt na izveštavanje u slučajevima femicida. Pored toga, u radu se prikazuje i analizira koncept etike u medijima, kodeks medijske etike i ključne etičke principe kojima u svom radu moraju da se vode novinari i drugi profesionalci u medijima. Rad se bavi pregledom etičkih problema u izveštavanju u slučaju femicida, načina na koji mediji izveštavaju o nasilju nad ženama i mogućim efektima izveštavanja medija o nasilju nad ženama i femicidu, te pregledom postojećih problema u izveštavanju medija o femicidu.*

### ***Ključne reči***

*Etika medija, izveštavanje, medijski kodeks, femicid, medijska prezentacija*

1 ilcicmilica011@gmail.com

## Uvod

Medijska etika posmatra se kao skup pravila i vrednosti koje se primenjuju u svim medijskim aktivnostima. Iako nije zakonska obaveza, medijska etika veoma je važna jer usvajanje etičkih pravila i vrednosti omogućava medijskim profesionalcima da postupaju na odgovoran i pošten način, uvažavajući prava pojedinaca i javni interes, što kao krajnji rezultat ima verodostojno objektivno i društveno odgovorno novinarstvo i druge medijske aktivnosti (Stojanović Prelević 2013: 402). Etička pitanja uključuju verodostojnost, privatnost svih ljudi, tačnost, poštenje, poštovanje drugih itd. Ako novinari i drugi profesionalci u oblasti medija ne poštuju ova načela, to može dovesti do neprimerenog ponašanja, izveštavanja koje je pristrasno, štetno, narušava privatnost ili pak nije istinito. Novinari kao pojedinci i medijske organizacije treba da se pridržavaju etičkih standarda kako bi se osiguralo da medijski sadržaj bude kvalitetan, relevantan i pouzdan. To je posebno važno u današnjem digitalnom dobu, kada se vesti šire brže i lakše nego ikad pre, a neetično ponašanje u medijima može imati dugotrajne i štetne posledice. Neetičnost poslovanja medija je ozbiljan problem u bilo kom segmentu društvene realnosti, ali posebnu težinu ima u slučajevima izveštavanja o žrtvama nasilja.

Izveštavanje o žrtvama nasilja je jedna od najosetljivijih tema u novinarstvu i zahteva posebnu pažnju i odgovornost novinara u pogledu etike i profesionalizma (Gligorijević i sar. 2021: 9). Izveštavanje medija o žrtvama nasilja, ukoliko je etično, utiče na osnaživanje žrtava, podizanje svesti javnosti o problemu nasilja i pružanju podrške programima prevencije i rešavanju problema. U nekim slučajevima, izveštavanje medija o žrtvama nasilja može stvoriti dodatne probleme i izazvati dodatnu štetu za žrtve i njihove porodice. Senzacionalizam i želja medija da što više privuku pažnju javnosti, mogu dovesti do toga da žrtve nasilja budu prikazane kao pasivne žrtve bez ikakvog osnaživanja ili podrške za preuzimanje kontrole nad svojim životima (Aleksić, Đorgović, n.d.). Ovo može dovesti do stigmatizacije žrtava, a moguće i do sekundarnog nasilja.

Dodatno, nedostatak kontekstualne analize i informacija o problemu nasilja i načinima na koji se nasilje može sprečiti i rešiti, mogu doprineti neinformisanosti javnosti o široj slici problema nasilja i propustiti priliku za podizanje svesti o problemu, ukazivanje na uzroke i uticanje na institucije da učine više u sprečavanju i kažnjavanju počinilaca.

Ovakav vid senzacionalističkog izveštavanja medija posebno dolazi do izražaja u kontekstu nasilja nad ženama i femicida. Femicid je oblik nasilja nad ženama koji se javlja kada žene bivaju ubijene samo zbog svog pola. Ovo nasilje se ne može objasniti pojedinačnim razlozima, već je posledica duboko ukorenjenog društvenog i kulturnog konteksta koji omogućava i toleriše takvo nasilje. Femicid je globalni problem i predstavlja teško kršenje ljudskih prava žena, a prema podacima Ujedinjenih nacija (2020), jedna od tri žene u svetu doživela je neki oblik fizičkog ili seksualnog nasilja u toku svog života, a ubistvo je najekstremniji oblik nasilja. Kultura koja podupire mušku dominaciju i nasilje nad ženama često opravdava ovakvo ponašanje kao prihvatljivo ili kao izraz „muškosti”.

Čini se da je ovo slučaj i na našim prostorima, gde je položaj žena još uvek neravnotežan u odnosu na muškarce. Prema podacima dostupnim medijima u Republici Srbiji je, u periodu od 1. januara do 30. juna 2022. godine na osnovu medijskog izveštavanja, zabeleženo ukupno 17 ubistava žena: od čega 12 slučajeva ubistava u porodično-partnerskom kontekstu i 5 slučajeva ubistava izvan porodično-partnerskog konteksta (Autonomni ženski centar 2022: 1). Polazeći od činjenice da su mediji ključni izvor informacija o femicidu, kao i osetljivosti same problematike, mediji bi trebalo da budu svesni svoje odgovornosti i pažljivo da odabiraju način na koji izveštavaju o žrtvama nasilja nad ženama, a posebno žrtvama femicida. Etičko izveštavanje medija o žrtvama femicida mora da uključuje pažljiv odabir reči, uzimajući u obzir perspektivu žrtve, osnaživanje članova porodice žrtava femicida, pružanje konteksta o problemu nasilja nad ženama, ukazivanje na uzroke i načine prevencije, i poštovanje privatnosti i dostojanstva žrtava (Pavlović i sar. 2022: 9–10).

### **Koncept etike medija – medijski kodeksi**

Etička odgovornost medija ima izuzetno veliki značaj, možda čak veći od odgovornosti drugih javnih institucija, jer mediji direktno utiču na globalnu svest (Nikolić 2010). Medijski etički kodeksi zasnovani su na premisi da mediji postoje da bi građanima pružili informacije koje su im potrebne za funkcionisanje u slobodnom i demokratskom društvu. Etička odgovornost novinara ili medijskog izveštača suštinski leži u pružanju informacija publici na način koji zadovoljava potrebe ljudi. Odgovorno izveštavanje medija uključuje: tačnost, istinitost, lojalnost građanima, i stavljanje javnog interesa iznad svega. Ključni aspekt medijske etike jeste transparentnost i odgovor-

nost medija, koje pomažu u uspostavljanju odnosa poverenja između medija i publike, jer mediji imaju moć da oblikuju naše stavove i poglede na svet, i da utiču na naše vrednosti i ponašanja. Stoga, ako mediji ne rade u skladu s etičkim standardima, to može imati štetne posledice na pojedince i društvo u celini (Couldry 2013: 13–28). Mediji su u središtu demokratskog procesa, jer omogućuju razmenu informacija i ideja među ljudima (Couldry 2013: 13–28). Kako bi se osiguralo da ova razmena informacija bude fer i objektivna, medijska industrija mora u svom radu da sledi etičke standarde, jer su, kao što ističe Nikolić (2005: 328), „pretpostavka profesionalnih medija – utemeljeni profesionalni standardi i etički kodovi koji se dosledno primenjuju”.

Kris Roberts (Chris 2012: 115–129) u svom radu opisuje kodeks medijske etike kao skup pravila i smernica koje novinari i drugi medijski radnici treba da slede kako bi osigurali da njihov rad bude profesionalan, istinit, objektivan i odgovoran. Etika javne reči obuhvata širok spektar aspekata i nije ograničena samo na novinarstvo i medijske uređivačke kolegije (Dragičević-Šešić, Nikolić 2010: 15). Ovaj kompleksan domen odnosi se na sve učesnike u masovnom komuniciranju, uključujući političare, intelektualce, umetnike i druge, koji redovno ili povremeno iznose svoje stavove putem medija. Važnost poštovanja etičkih principa u javnom izražavanju je ključna za očuvanje integriteta i odgovornosti u društvu. Kodeksi medijske etike predstavljaju važan alat u borbi protiv manipulacije, lažnih vesti, senzacionalizma i drugih neetičkih praksi u medijima. Ovi kodeksi imaju nekoliko ključnih funkcija (Herrschher 2002: 277–289). Prvo, oni promoviraju transparentnost i poverenje između medija i javnosti. Kada medijski profesionalci slede stroge etičke standarde, javnost može biti sigurna da će informacije koje im se pružaju biti istinite, relevantne i pouzdane. Drugo, kodeksi medijske etike pomažu u zaštiti ljudskih prava i dostojanstva, posebno kada je reč o osetljivim temama. Kodeksi obično sadrže smernice o tome kako se odnositi prema tim temama i kako osigurati da se ne krše ljudska prava. Treće, kodeksi medijske etike pomažu u održavanju visokog nivoa profesionalizma u medijima. Kada se novinari i drugi medijski profesionalci pridržavaju etičkih smernica, to omogućava da se njihov rad smatra relevantnim i vrednim, te da imaju pozitivan uticaj u društvu. Konačno, kodeksi medijske etike pomažu u zaštiti medijskih organizacija od kritika i pravnih problema. Kada se medijske organizacije pridržavaju strogih etičkih standarda, to ih čini manje ranjivima na optužbe za neetičnost i lažne vesti, te pomaže u održavanju njihove reputacije i integriteta.

Teoretičari Kristians, Fakler, Ričardson i Krešel navode da medijska etika uključuje četiri osnovna principa: istinitost, poštovanje ljudskog dostojanstva,

odgovornost i pravičnost. Princip istinitosti odnosi se na obavezu medija da prenose istinite informacije, a da istovremeno ne izostavljaju ključne informacije ili ih ne iskrivljuju. Ovo podrazumeva izveštavanje o istini bez obzira na to koliko je nepopularna ili neprikladna. Princip poštovanja ljudskog dostojanstva odnosi se na obavezu medija da poštuju dostojanstvo pojedinca. To znači da mediji treba da se suzdrže od objavljivanja informacija koje su uvredljive, diskriminatorne ili koje krše privatnost pojedinaca. Princip odgovornosti odnosi se na obavezu medija da odgovaraju za svoj rad i posledice koje on može imati, što uključuje prihvatanje kritika i odgovarajuće reakcije na greške koje su napravljene. Princip pravičnosti odnosi se na obavezu medija da pruže ravnotežu izveštavanja i prikažu različite aspekte priče, i to izveštavanjem bez pristrasnosti i predrasuda, te uzimajući u obzir različite perspektive i mišljenja (Christians, Fackler, Richardson, Kreshel 2016).

### **Problemi etike u medijima**

Etički problemi u medijima mogu se definisati kao situacije u kojima postoji sukob između vrednosti novinarstva i drugih vrednosti koje se žele promovisati kroz medijsko izveštavanje (Wilkins, Painter, & Patterson 2021). Ovi problemi često uključuju dileme koje novinari i drugi medijski profesionalci doživljavaju u pokušaju da pronađu ravnotežu između različitih vrednosti, poput slobode govora, objektivnosti, istinitosti, privatnosti, zaštite izvora i slično. Konkretni primeri etičkih problema u medijima mogu uključivati različite situacije, poput objavljivanja neproverenih informacija, kršenja privatnosti ili osetljivosti žrtava, odabira neprikladnog ili uvredljivog jezika u izveštavanju, konflikta interesa, plagiranja, nepravednog tretmana pojedinaca ili grupa u medijima, te kršenja novinarskog koda etike. Belsi i Čadvik ističu da uvek postoji opasnost od kršenja etičkih principa u medijima, te da etički problemi u medijima i nastaju iz pitanja koja se tiču moralne odgovornosti novinara i drugih medijskih profesionalaca u donošenju odluka o tome šta će biti objavljeno ili emitovano u medijima, počev od odluke o pričama o kojima će se izveštavati, kako će se izveštavati, ko će biti citiran ili intervjuisan, kako će se prezentovati informacije, kako će se obraditi vesti i kako će se koristiti fotografije i videozapisi (Belsey, Chadwick 1992).

Teoretičari Wilkins, Penter i Paterson ukazuju da su uzroci etičkih problema u radu medija višestruki. Autori u prvom redu ukazuju na ekonomske pritiske na medije usled razvijenog tržišta (Wilkins, Penter i Paterson 2021). Ekonomski pritisci mogu dovesti do situacije u kojoj je izveštavanje usmereno

na privlačenje što veće publike i oglašivača, čak i ako to znači senzacionalizam, površnost ili pristrasnost. Mediji su, prema ovoj perspektivi, podložni vlasnicima i oglašivačima koji mogu uticati na sadržaj koji se objavljuje. Takođe, uzrok etičkih problema u medijima čine i politički pritisci, koji se odnose na situaciju kada određene političke grupe ili vlast u celini nastoji da kontroliše ili utiče na medijsko izveštavanje. Ne treba izostaviti ni kulturne uzorke etičkih problema u medijima, koje se odnose na situaciju u kojoj mediji promovišu određene obrasce ponašanja, vrednosti ili ideologije što može dovesti do neobjektivnosti ili ugrožavanja slobode govora. Tehnološki uzroci etičkih problema medija odnose se na situacije koje nastaju usled ekspanzije savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija, koje omogućavaju manipulaciju informacijama, brzo širenje lažnih vesti i razne zloupotrebe informacija. Belsi i Čadvik navedenim uzrocima dodaju i etničke, ukazujući da etnički uzroci etičkih problema u medijima nastaju u situacijama u kojima mediji odražavaju i perpetuiraju društvene norme i vrednosti, što može dovesti do diskriminacije ili stereotipa (Belsey, Chadwick 1992).

### Mediji i nasilje prema ženama

Mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju percepcija i stavova javnosti prema nasilju nad ženama i mogu delovati kao ključni izvor informisanja o nasilju nad ženama, te da mogu uticati na način na koji javnost percipira i reaguje na ovaj problem (Easteal, Holland, Judd 2015). Teoretičari takođe upozoravaju na to da mediji mogu imati udela i u perpetuiranju nasilja nad ženama. Na primer, mediji mogu koristiti senzacionalistički pristup izveštavanju o slučajevima nasilja nad ženama koji može uveliko uticati na javnost. Osim toga, mediji mogu koristiti i stereotipe o ženama kao pasivnim i nemoćnim žrtvama nasilja, dok istovremeno minimiziraju ili opravdavaju ponašanje počini telja (Easteal, Holland, Judd 2015).

U radu Saterlenda i saradnika pod nazivom *Media Representations of Violence Against Women: An Analysis of Australian News Media Coverage of Intimate Partner Homicide in Victoria*, proučava se medijska reprezentaciju nasilja nad ženama u izveštavanju australijskih medija (Sutherland et. al., 2015). Istraživanje se bavi pitanjem na koji način mediji prikazuju nasilje nad ženama u intimnim odnosima te kakav uticaj takva reprezentacija ima na društvenu percepciju i razumevanje ovog problema. Njihova analiza ukazuje na nekoliko ključnih tema i obrazaca u izveštavanju medija o nasilju nad ženama. Prvo, prisutna je viktimizacija žrtve, dok se nasilnici

opisuju kao dominantni i agresivni. Ovakva reprezentacija pojačava stigmatu oko nasilja i podstiče osećaj krivice žrtve. Drugo, prisutna je romantizacija nasilja, jer se često intimni odnosi u kojima je došlo do nasilja opisuju kao strastvene ljubavi, što može dovesti do normalizacije nasilja u odnosima. Takođe, mediji često imaju fokus na pojedinačne slučajeve nasilja nad ženama, ali se manje govori o širim društvenim i strukturnim uzrocima ovog problema, pri čemu se problem nasilja nad ženama posmatra kao porodični problem a ne kao širi društveni problem. Najzad, autori ukazuju da se u izveštavanju o nasilju nad ženama počinitelj nasilja i žrtva stavljaju u kontekst „normalnih“ i „običnih“ ljudi, što može doprineti normalizaciji nasilja u društvu (Sutherland et. al. 2015).

Montiel se fokusira na ulogu medija u reprodukciji i normalizaciji nasilja nad ženama i ističe potrebu za promenom u pristupu medija kako bi se smanjilo nasilje nad ženama (Montiel 2014: 11–14). Jedan od ključnih stavova Montielove je da mediji često prikazuju žene na način koji ih reducira na objekte i podržava stereotipe o njihovoj slabosti i inferiornosti. Takvi prikazi žena mogu uticati na percepciju i stavove javnosti prema ženama, što može doprineti povećanju nasilja nad ženama. Mediji često nekritički izveštavaju o nasilju nad ženama, čime se potencijalno normalizuje takvo ponašanje i minimizira ozbiljnost problema, zbog čega mediji moraju da preuzmu odgovornost za svoju ulogu u borbi protiv nasilja nad ženama, te da prikažu problem na način koji će osnažiti žene i ukazati na ozbiljnost problema. Nije upitno da mediji imaju mogućnost i alate da utiču na edukaciji javnosti o problemu nasilja nad ženama, ali je potrebno da se fokusiraju na stvaranje sadržaja koji će osnažiti žene i edukovati i javnost o potrebi za prevencijom nasilja nad ženama (Montiel 2014: 11–14).

Uticaj medija na percepciju i stavove javnosti prema ženama žrtvama nasilja istraživali su i Fernandes, Berdia i Cerda, a jedan od glavnih zaključaka ovih autora je da se mediji često fokusiraju na senzacionalističko izveštavanje o slučajevima nasilja nad ženama, što može imati štetne posledice (Fernández, Bedía & Cerdá 2016). Žene se često prikazuju kao žrtve koje su same krive za nasilje koje su doživele, zbog toga što su nosile određenu odeću, bile na pogrešnom mestu u pogrešno vreme, ili su se „previše približile“ napadaču, čime se podstiču stereotipi i predrasude prema ženama, uz istovremenu stigmatizaciju žrtava. Osim toga, mediji se često bave nasiljem nad ženama samo u slučajevima kad je nasilje posebno brutalno, ili se dogodi u javnosti, dok se manje pažnje posvećuje nasilju koje se događa u porodičnom okruženju. Na taj način se stvara pogrešna percepcija da se nasilje nad ženama



događa samo u ekstremnim situacijama, dok je u stvarnosti mnogo češće i šire rasprostranjeno. Dodatni problem predstavlja činjenica da mediji ne daju uopšte ili pak ne daju dovoljno prostora za diskusiju relevantnih društvenih aktera o rešavanju problema nasilja nad ženama. Umesto toga, mediji se uglavnom fokusiraju na izveštavanje o samim slučajevima nasilja, dok se malo govori o načinima kako sprečiti takvo nasilje ili kako pomoći žrtvama nasilja. Izveštavanje o ženama žrtvama nasilja treba da se fokusira na žrtve kao subjekte, a ne objekte, da se izbegne senzacionalizam i dramtizacija, da se uzme u obzir uticaj na žrtve i da se obezbedi odgovarajući kontekst za razumevanje priče, uz strogo poštovanje etičkih principa.

### **Etički problemi u izveštavanju o femicidu**

Razmatranje medijske etike u izveštavanju o žrtvama nasilja je važna tema u medijskom svetu. Izveštavanje medija o žrtvama nasilja ima važan društveni značaj jer pomaže u podizanju svesti o problemu nasilja i pruža podršku žrtvama, što se naziva i „medijskom reprezentacijom žrtava nasilja”. Ovo je način na koji se mediji obraćaju, opisuju i predstavljaju žrtve nasilja u svojim izveštajima. Medijske reprezentacije mogu uticati na našu percepciju žrtava i njihovog iskustva, kao i na društvenu politiku i javno mnjenje o problemu nasilja. Brojne studije i istraživanja su pokazala da medijsko izveštavanje može imati pozitivan uticaj na žrtve nasilja tako što im pruža podršku, a istovremeno može doprineti stigmatizaciji žrtava nasilja ako se fokusira samo na senzacionalističke aspekte događaja (Sutherland et. al. 2019). Etički problemi u izveštavanju medija dobijaju posebnu težinu kada je reč o problematici žrtava nasilja uopšte, a posebno žrtava femicida.

Femicid je izraz koji se odnosi na ubistvo žene ili devojke zbog njenog rodno identiteta ili na osnovu rodne diskriminacije (Konstantinović 2013: 33–55). Ovaj pojam je nastao kao deo pokreta protiv rodno zasnovanog nasilja, sa ciljem da se naglasi da su žene i dalje često meta nasilja samo zbog svoje pripadnosti ženskom polu. Garsija-Moreno sa saradnicima objašnjava da je femicid ekstremni oblik nasilja prema ženama koji rezultira njihovom smrću (Garcia-Moreno et. al. 2015, 2229–2238). Femicid se obično javlja kada su žene ubijene zbog svog pola, što znači da je motiv za ubistvo često povezan s predrasudama i diskriminacijom prema ženama. Dalje, oni naglašavaju da je femicid vrlo ozbiljan društveni problem koji se često javlja kao deo šireg konteksta rodno zasnovanog nasilja. To znači da je femicid često vrhunac dugotrajnog i sistematskog nasilja prema ženama koje obuhvata različite oblike



zlostavljanja, kao što su fizičko nasilje, seksualno zlostavljanje, emocionalno nasilje i ekonomsko iskorišćavanje ili ucenjivanje.

Femicid je složen i višedimenzionalan problem koji zahteva sistemski pristup u prevenciji i suzbijanju nasilja prema ženama, razvoj strategija i politika koje se fokusiraju na promociju ravnopravnosti polova, osnaživanje žena, osiguravanje boljeg pristupa uslugama podrške i zaštite, kao i dosledno sprovođenje zakona i kažnjavanje nasilnika. Teoretičari Tejlor i Jasinski identifikovali su nekoliko ključnih karakteristika femicida koji su često posledica pokušaja kontrolisanja žena (Taylor, Jasinski 2011, 341-362). Počinioci femicida obično imaju izrazitu potrebu da kontrolišu svaku situaciju u vezi sa svojim partnerkama ili bivšim partnerkama. Autori dalje navode da se femicidi često događaju u trenucima kada počinitelj izgubi kontrolu zbog besa ili ljubomore. Ti trenuci mogu biti pokrenuti stvarnim ili izmišljenim prekršajima njihove partnerke ili bivše partnerke. Osećaj vlasništva nad partnerkama ili bivšim partnerkama predstavlja jedan od ključnih uzroka femicida. Počinioci femicida mogu smatrati da žene pripadaju njima i da ne mogu biti sa bilo kojim drugim muškarcem. Femicidi se povezuju i sa psihičkim poremećajima i drugim mentalnim problemima kod počinioca. To uključuje probleme sa samokontrolom, nisku frustracionu toleranciju i nisko samopoštovanje.

Pored navedenog, mnogi femicidi se dešavaju nakon dugog perioda zlostavljanja žene. Zlostavljanje može biti fizičko, emocionalno, seksualno ili ekonomsko. Počinioci mogu koristiti zlostavljanje kao sredstvo za kontrolu i manipulaciju ženama. Prema podacima Ujedinjenih nacija, tokom 2021. godine u svetu je ubijeno 81.100 žena, devojaka i devojčica, pri čemu je najveći udeo ovih ubistava bio motivisan rodnom (UNDOC 2022). U 2021. godini, oko 45.000 žena i devojaka širom sveta ubijeno je od strane njihovih intimnih partnera ili drugih članova porodice. To znači da, u proseku, svakog sata više od pet žena ili devojaka ubije neko iz njihove porodice. Blizu 56% svih ubistava žena počinili su intimni partneri ili drugi članovi porodice, dok je samo 11% svih ubistava muškaraca počinjeno u privatnoj sferi (UNDOC 2022).

### **Efekti i problemi izveštavanja medija o femicidu**

Mediji igraju vitalnu ulogu u procesu definisanja društvenih problema, jer baveći se određenim pitanjima i predstavljajući ih u određenim okvirima i okruženjima, doprinose oblikovanju društvenih percepcija o društvenim pitanjima (Rodat 2022: 72–94). Kroz izveštavanje o različitim društvenim te-

mama i problemima ne samo da opisuju događaje, već i oblikuju društvene vrednosti i značenja, i stavove javnosti o datim događajima. S obzirom na ulogu medija u definisanju i konstruisanju društvenih pitanja, načini na koje mediji odlučuju da uobliče nasilje u porodici u vestima, uključujući femicid kao ekstremni oblik nasilja nad ženama, mogu imati važne posledice, utičući na to kako društvo percipira dinamiku ove vrste nasilja, kao i moguća rešenja i odgovornost svih društvenih aktera (Gillespie et al. 2013). Izveštavanje medija o femicidu praktično odražava i oblikuje društvene interpretacije nasilja koje se dogodilo (England 2018). Otuda ne začuđuje sve veći broj istraživanja i studija koji se bave ispitivanjem načina i efektima medijskog izveštavanja o femicidu u javnosti.

Nedavna studija koja je analizirala načine na koje su mediji šesnaest zemalja prikazivali nasilje nad ženama u studijama i istraživanja, pokazala je da su mediji pogrešno predstavljali realnost ženskog iskustva nasilja počinjenog nad njima (Sutherland et al. 2016: 6). Studije koje su ovi autori uključili u svoju analizu objavile su zapanjujuće slične rezultate, što ukazuje na preovlađujuće obrasce u načinu na koji mediji izveštavaju o nasilju nad ženama. Ta pogrešna medijska predstavljanja često su bila povezana sa načinom na koji su novinari izveštavali o društvenom kontekstu, senzacionalizmom, pogrešnim predstavljanjima i „mitovima o silovanju”, krivicima i odgovornosti. Autori objašnjavaju da se prvi problem u izveštavanju medija o nasilju nad ženama odnosi na epozodično izveštavanje. Mediji uglavnom ignorišu sveobuhvatni društveni kontekst u kome se nasilje nad ženama dešava. Ovo otkriće je važno jer način na koji su priče uokvirene može uticati na to kako publika pripisuje odgovornost.

Drugi ključni problem u izveštavanju medija o nasilju nad ženama koji je proizašao iz ovog istraživanja odnosi se na tendenciju da se vesti o nasilju nad ženama senzacionalizuju. Senzacionalističko izveštavanje vesti može se manifestovati u tome koje su priče izabrane da budu prikazane u vestima, koje činjenice su uključene i naglašene, šta je izostavljeno, jezik koji se koristi i druga sredstva za pisanje priloga (Sutherland et al. 2016: 6). Autori ističu da su jezički izbori novinara najčešće takvi da nastoje da uznemire, šokiraju, fasciniraju, kao i da se prikrije ili potkopa prava priroda zločina. Pored toga, autori navode da veliki broj studija koje su bile uključene u pregled literature pokazuju da većina medija prilikom konstruisanja priče direktno ili indirektno pripisuje krivicu i/ili odgovornost za nasilje pripisuju ženama, pri čemu to ne rade otvoreno, već posredovano kroz suptilne rodne poruke. Kao poslednji važan problem u izveštavanju medija o nasilju nad ženama, uključuju-

ći femicid, autori navode to da se mediji u prikupljanju informacija o slučaju o kome izveštavaju u prvom redu oslanjaju na policiju i pravosuđe i da retko uzimaju u obzir žensku stranu priče.

Do sličnih nalaza došle su i Gil, Ros i Karastatis koje su istraživale način na koji mediji izveštavaju o femicidu, kroz analizu načina na koji mediji prikazuju žrtve i počinitelje, kao i na to kako ta izveštavanja utiču na javno mišljenje i politike (Gill, Ross, Carastathis 2019). Prema zaključcima ovih autorke, jedan od efekata izveštavanja o femicidu koje su istraživači identifikovali jeste „igra krivice žrtve” u kojoj se mediji fokusiraju na žrtve i njihove životne okolnosti, dok počinitelji ostaju u drugom planu, umesto da se krivica stavlja na počinitelje i na društvenu klimu koja omogućava i podržava takvo nasilje. Drugi efekat je „normalizacija” femicida, odnosno prikazivanje ovakvih zločina kao neizbežnih ili čak opravdanih. Mediji mogu da stvaraju utisak da je ubistvo žena nešto što se dešava svakodnevno i da je to „običan” deo društvene stvarnosti. Autorke primećuju da mediji često koriste senzacionalističke i šokantne naslove kako bi privukli pažnju publike, ali time i dodatno produbljuju patnju žrtava i njihovih porodica. Dodatni problem po njima odnosi se na način na koji se žene prikazuju u medijima, što može uticati na javno mišljenje i stavove prema ženama i nasilju nad ženama. Mediji često prikazuju žrtve femicida kao pasivne, bespomoćne žrtve, dok se nasilnici često prikazuju kao „monstrumi”. Autorke zaključuju da medijsko izveštavanje o femicidu može imati ozbiljne posledice na žene koje žive u društvu u kojem se ovo nasilje normalizuje i na žene koje su žrtve nasilja. Oni pozivaju medije da preispitaju svoju etiku u izveštavanju i da preuzmu odgovornost za svoju ulogu u borbi protiv rodno zasnovanog nasilja (Gill, Ross, Carastathis 2019).

Teoretičarke Miler i Rubin su autorke studije koja se bavila analizom efekata izveštavanja medija o femicidu. Studija je pokazala da medijsko izveštavanje o femicidu može imati različite efekte, u zavisnosti od toga kako se prezentuju informacije (Miller, Rubin 2019: 3–25). Izveštavanje medija koje naglašava žrtvinu krivicu, njeno neprimereno ponašanje ili neadekvatnu zaštitu pridonosi održavanju patrijarhalnih normi i stigmatizaciji žena kao slabijeg i inferiornijeg pola. S druge strane, kako ističu autorke, kada se izveštavanje fokusira na sistemsku nepravdu i društvene probleme koji dovode do femicida može se podstaci kritičko mišljenje i društvena akcija u cilju promene postojećeg stanja (Miller, Rubin 2019: 3–25). Rezultati ovog istraživanja su pokazali da izveštavanje medija može uticati na politiku i pravne mere koje se preduzimaju u odgovoru na femicid. Osim toga, izveštavanje medija može uticati i na to kako se pravosuđe bavi ovim problemom, na primer, kroz pre-

zentovanje informacija koje se mogu koristiti u odbrani počinilaca. Većina studija koje su navedene u ovom radu ukazuju na zaključak da opšti pristup medijskog izveštavanja o femicidu počiva na pravilu da se femicid predstavlja kao izolovan incident nasilja i kao obično ubistvo, ali ne u kontekstu nasilja nad ženama i šireg društvenog problema. Mediji kroz kontekstualizaciju femicida na površan način pružaju pojednostavljeno opravdanje za njegovo izvršenje, po kome se u većini slučajeva počinilac razlikuje od ostatka društva i lako se identifikuje među „običnim ljudima” (Sutherland et. al. 2016: 5–17).

### Izveštavanje medija o femicidu u Republici Srbiji

Rasprostranjenost femicida u Srbiji je zabrinjavajuća i konstantna. U Srbiji se u proseku svake godine izvrši između 20 i 40 slučajeva ubistva žena u partnerskom odnosu, kao posledica prolongiranih ili nerazrešenih slučajeva nasilja nad ženama (Spasić i sar. 2017). Za razliku od drugih zemalja koje imaju precizne statističke podatke, u Srbiji još uvek ne postoji jedinstven registar svih femicida. Informacije koje se nalaze u statističkim bazama lokalnih policijskih uprava Ministarstva unutrašnjih poslova nisu standardizovane i ne prate istu metodologiju. Ovi podaci se uglavnom oslanjaju na broj policijskih intervencija u slučajevima prijavljenog nasilja u porodici. U mnogim slučajevima femicid u porodici se evidentira kao kvalifikovano krivično delo ubistva, umesto kao ubistvo u partnerskom odnosu. U periodu od 2010. do 2017. godine od strane partnera ili člana porodice ubijena je najmanje 251 žena. Svaka treća žena je ubijena vatrenim oružjem, najčešće pištoljem, a u gotovo svakom trećem slučaju nasilje je bilo prijavljeno nekoj od nadležnih institucija pre nego što je žena ubijena (Vilič, Beker: 2018). Istraživanje koje su sproveli Jovanović i Simeunović-Pratić (2013) pokazuje da je najveći broj žrtava femicida na području Beograda pripada starosnoj grupi do 25 i od 46 do 55 godina, sa pretežno srednjoškolskim obrazovanjem, dok su učinioci muškarci različite dobi, stari od 24 do 70 godina, najčešće sa srednjom stručnom spremom.

U prilog tome da je pitanje femicida važno pitanje za celokupno društvo govori i činjenica da je odlukom Vlade Republike Srbije 2017. godine, proglašen Nacionalni dan sećanja na žene žrtve nasilja proglašen 18. maj. Te iste godine na snagu je stupio Zakon o sprečavanju nasilja u porodici i od tada se smanjuje broj ubijenih žena, sve do 2022. godine koja je završena sa povećanim brojem femicida u odnosu na prethodne. Prema podacima iz Autonomnog ženskog centra, do 17. maja tekuće godine u našoj zemlji ubijeno je 15 žena

i dve devojčice u porodično-partnerskim odnosima. Ministarstvo pravde je u saradnji sa Švedskom ambasadom pokrenulo i sajt „Isključi nasilje” koji obuhvata tri ključna odeljka – deo koji se odnosi na prijavljivanje nasilja, deo koji je namenjen predstavnicima državnih organa i deo koji je vezan za izveštavanje medija. Imajući u vidu da je izveštavanje medija jedna od ključnih karika u prevenciji i zaustavljanju nasilja u porodici, pohvalno je što je resorno ministarstvo iskazalo interesovanje i spremnost da se pozabavi i temom medijskog izveštavanja.

Mediji su najvažniji saveznici u borbi protiv nasilja nad ženama. Složićemo se da bi se profesionalnim i objektivnim izveštavanjem o ovim složenim problemima zasigurno promenio celokupan odnos društva prema nasilju i ohrabrio žrtve da prijave nasilnike. Profesionalnim i odgovornim izveštavanjem mediji bi zasigurno mogli da utiču u procesu izlaska iz nasilnog odnosa, informisanju žena o institucijama i organizacijama kojima žrtve mogu da se obrate, rušenju predrasuda o nasilju u porodici ili partnerskom odnosu kao i jačanju svesti javnosti o neprihvatljivosti nasilja. Ipak domaći mediji i dalje izveštavaju senzacionalistički i stereotipno, iako studije govore da u odnosu na 2015. godinu, kada je rađena jedna od prvih analiza medijskih objava, to čine u manjem obimu (Mršević 2019: 19).

Uz pomoć UNDP-a, grupa „Novinarke protiv nasilja prema ženama” 2019. godine izdala je publikaciju u kojoj se analiziraju medijske objave o problemu nasilja prema ženama. Analizom su tada obuhvaćene sve objave u elektronskim i štampanim medijima, a ta analiza pokazala je da se čak 78% analiziranih objava svodi na praćenje konkretnih slučajeva, kada se nasilje desilo, 22% objava bavilo se fenomenom nasilja prema ženama, a da je samo 17% medijskih objava ispunjavalo edukativnu funkciju pružajući opis fenomena, prevencije, načina zaštite i podrške (Gligorijević sar. 2021: 13). Kako bi se podigao kvalitet izveštavanja o femicidu i kako bi se izbegao nivo traumatizacije žena sa iskustvom nasilja, UNDP je u saradnji sa grupom Novinarke protiv nasilja a u sklopu programa usmerenih na prevenciju i zaštitu žena od nasilja, izdao publikaciju pod nazivom „Smernice za medijsko izveštavanje o nasilju prema ženama”. Iako je pomenuta publikacija dostupna, analizirajući medijske članke koji izveštavaju o femicidu, čini se da mnogi novinari ne postupaju po preporukama. Blizu devedeset odsto naslova koji govore o ubistvu žene počinju senzacionalističkim terminima poput „brutalno”, „šokantno”, „monstruozno” i sl.

U mnogim slučajevima u medijskim izveštavanjima, dok je postupak u toku, domaći mediji se trude da svojim čitaocima otkriju što više detalja o identi-

tetu žrtve ali i njenim članovima porodice što ne bi trebalo otkrivati. U većini slučajeva u medijskom izveštavanju odgovornost za počinjeno nasilje biva prebačeno sa nasilnika na žrtvu što dalje u virtuelnom svetu dodatno stavlja pritisak na žene koje čitajući medijske tekstove bivaju demoralisane da nasilje prijave. Najveći deo tekstova u domaćim medijima koji obrađuju temu rodno motivisanog ubistva, novinari impliciraju da je žrtva prethodno prijavila nasilje a zatim povukla prijavu i na taj način prebacuju na nju odgovornost za ishod koji je usledio. Žrtve neretko povlače prijave iz straha da će nasilje eskalirati, zbog nedostatka podrške i nepoverenja, a na institucijama jeste odgovornost da urade procenu rizika, individualni bezbednosni plan i da žrtvi na vreme pruže adekvatnu zaštitu. Zadatak medija jeste da etički izveštava i ne demoralise druge žene i devojke koje mogu odustati od prijave iz straha da će mediji senzacionalistički izveštavati o njihovom slučaju, da će biti izložene riziku od ponavljanja nasilja i osude šire zajednice ukoliko na neki način otkriju njihov identitet. Mediji o ovakvim temama moraju da izveštavaju etički i da ne posežu za senzacionalizmom. Ono što smo u praksi videli jeste da se pojedini mediji, koji su i najčitaniji, utrkuju u senzacionalističkom izveštavanju i na taj način doprinose sekundarnoj viktimizaciji preživelih i krše Kodeks novinara Srbije.

U domaćim medijima se nasilje nad ženama, često smešta u kontekst ekonomske krize ili balkanskog mentaliteta, čime se skida deo odgovornosti sa učinioca i smešta se u domen „objektivnih” ili čak „neizbežnih” okolnosti. Muškarci koji počinu ubistvo, silovanje ili seksualno nasilje ili zlostavljanje u porodici u tabloidnim medijima se često predstavljaju kao zveri, psihopate, čudovišta, perverznjaci, bolesnici, monstrumi, manijaci i sl., što sugerise da su oni vidno različiti od drugih, „normalnih” ljudi. To treba izbegavati, jer se time zamagljuje društvena kontekstualnost rodno zasnovanog nasilja koje se premešta u domen psihopatologije, bolesti i psihijatrije. Iz godine u godinu se dešava, da javne ličnosti, kao što je voditelj televizije sa nacionalnom frekvencijom, izvrše nasilje nad partnerkom, a potom dobiju javni medijski prostor na toj istoj televiziji da opravdaju, zatraže i dobiju podršku za svoje nasilno ponašanje. Time se pokazuje visok stepen tolerancije na muško nasilje nad ženama i spremnost te televizije da se prekrše etičke i zakonske norme medijskog izveštavanja.

## Zaključak

Savremeni teoretičari medija jedinstveni su u stavu da masovni mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju stavova celokupne javnosti prema nasilju nad ženama. Sa jedne strane mediji mogu biti ključan izvor informacija o nasilju nad ženama, te mogu i uticati na način na koji javnost reaguje na ovaj problem, a sa druge strane mediji pak mogu koristiti stereotipe o ženama kao pasivnim i nemoćnim žrtvama nasilja te na taj način opravdati ponašanje počinitelja. Upravo iz tog razloga, novinari i medijski radnici bi trebalo da se pridržavaju etičkih kodeksa kako bi osigurali da njihov rad bude profesionalan, istinit, objektivan i odgovoran.

Savremena medijska slika pokazuje da se medijski etički kodeksi skoro pa i ne poštuju i da se u slučajevima izveštavanja o nasilju nad ženama, novinari često okreću tabloidizaciji. U većini slučajeva umesto poštovanja žrtve često dobijaju osudu, etikete, ponižavanja. Femicid, kao specifičan oblik rodno motivisanog nasilja, često se prikazuje bez dubljeg konteksta, što može rezultirati iskrivljenim percepcijama javnosti o ovom ozbiljnom problemu. Nedostatak upotrebe odgovarajućih termina kao što su femicid, rodno zasnovano nasilje ili ubistvo zbog roda u medijskom diskursu otežava razumevanje i svest o strukturalnoj prirodi ovog nasilja. Članci se manje bave istorijom nasilja, a više intimom žrtve, u potrazi za kompromitujućim informacijama. Ovakvi medijski sadržaji često podstiču održavanje predrasude o tome da su žrtve krive za nasilje koje su preživjele i da je nasilje prema ženama opravdano. Tekstovi o rodno zasnovanom nasilju lako skrenu u romantizovanje slučajeva, osumnjičenog dehumanizuju i pretvaraju u „monstruma”, te u stereotipizaciju kako osumnjičenog tako i žrtve, koju mediji obično predstavljaju kao „tihu i povučenu ženu sa masnicama”. Svi radovi na koje smo se osvrnuli ukazuju na važnost promovisanja rodno senzibilnog izveštavanja i promovisanje medijskih standarda koji se bore protiv stereotipa i diskriminacije prema ženama.

Konačno, izveštavanje medija o femicidu zahteva snažnu etičku i profesionalnu odgovornost, kako bi se izbegla reviktimizacija žrtava i senzacionalizacija zločina, a istovremeno podigla svest o ozbiljnosti problema i uticalo na promene društvenog i zakonodavnog okvira koji bi mogao sprečiti femicid. Neetičkim izveštavanjem, novinari, urednici i mediji nesvesno pomažu nasilnicima i dalje produbljuju traumu žrtve. Medijski izveštaji bi trebalo da jasno ukazuju da je nasilje nad ženama društveni problem koji počiva na nejednakim odnosima moći između muškaraca i žena i da svaka forma nasilja ima



svoje specifičnosti. U tom kontekstu, etička odgovornost medija leži u promišljenom i senzitivnom izveštavanju koje se fokusira na sistemsku nepravdu i društvene probleme koji doprinose femicidu. Podizanje svesti o potrebi za društvenim promenama, promocija ravnopravnosti polova i osnaživanje žena kroz medije mogu biti ključni u borbi protiv ovog ozbiljnog problema. Mediji bi trebali da teže ka izveštavanju koje ne samo da informiše o pojedinačnim slučajevima, već i podstiče kritičko razmišljanje i društvenu akciju usmerenu na suzbijanje femicida. Samo tako medijsko izveštavanje može doprineti stvaranju društva koje ne toleriše nasilje nad ženama i koje aktivno radi na njegovom iskorenjivanju.

### Literatura

- Aleksić, J., Đorgović, J. (n.d.). *Priručnik za medijsko izveštavanje o nasilju u porodici i nasilju nad ženama*, dostupno na: [http://www.medij-skapismenost.net/dokument/Prirucnik-za-medijsko-izvestavanje-o-nasilju-u-porodici-i-nasilju-nad-zenama-\(PDF\)](http://www.medij-skapismenost.net/dokument/Prirucnik-za-medijsko-izvestavanje-o-nasilju-u-porodici-i-nasilju-nad-zenama-(PDF)) [Pristupljeno 10.09.2023].
- Autonomni ženski centar (2022) *FEMICID Kvantitativno – narativni polugodišnji izveštaj 2022. godina*, dostupno na: [https://www.womenngo.org.rs/images/femicid/FEMICID\\_Polugodi%C5%A1nji\\_Kvantitativno\\_-\\_narativni\\_godi%C5%A1nji\\_izve%C5%A1taj\\_2022.\\_godina.pdf](https://www.womenngo.org.rs/images/femicid/FEMICID_Polugodi%C5%A1nji_Kvantitativno_-_narativni_godi%C5%A1nji_izve%C5%A1taj_2022._godina.pdf), [Pristupljeno 12.09.2023].
- Barron, C. (2016) *Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass and Interpersonal Communication*. London: Routledge.
- Beauchamp, T. L., & Childress, J. F. (2019) *Principles of biomedical ethics*. Oxford: Oxford University Press.
- Beauchamp, T. L., Bowie, N. E. (2018) *Ethical theory and business*. London: Pearson.
- Bissell, A. (2014) *Medijska etika: Teorija i praksa*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Buckingham, D. (2003) *Questioning the Media: a Guide for Students. Source: A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean*. The Thesis of Thessaloniki, First Version, pp. 1–15.
- Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K., & Kreshel, P. J. (2016) *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* (10th ed.). London: Routledge.
- Couldry, N. (2013) *Why media ethics still matters. Global media ethics: Problems and perspectives*, pp. 13–28.
- Dragičević-Šešić, M., & Nikolić, M. (2010) „Etika medija u obrazovnom sistemu”, *Kultura* (127), str. 9–34.

- England, S. (2018) *Writing Terror on the Bodies of Women: Media Coverage of Violence Against Women in Guatemala*. London: Lexington.
- Fernández, E. G., Bedía, R. C., & Cerdá, M. E. (2016) *The media and the symbolic violence against women*. *Revista Latina de Comunicación Social* (71), pp. 818–832.
- García-Moreno, C., Zimmerman, C., Morris-Gehring, A., Heise, L., Amin, A., Abrahams, N., Watts, C. (2015) *Femicid u svijetu: rezultati istraživanja*. *Lancet* 385(9977), pp. 2229– 2238.
- Gill, R. S., Ross, K., & Carastathis, A. C. (2019) “Femicide in the media: Gendering news coverage and victim portrayals”. *Feminist Media Studies*, 19(4), 556–575.
- Gligorijević, J., Pavlović, S., Cvetičanin Knežević, H., (2021) *Guidelines on Media Reporting on Violence against Women, Journalists against Violence against Women*, dostupno na: <https://www.undp.org/serbia/publications/guidelines-media-reporting-violence-against-women> [Pristupljeno 27.08.2023].
- Herrscher, R. (2002) *A universal code of journalism ethics: Problems, limitations, and proposals*. *Journal of mass media ethics* 17(4), pp. 277–289.
- Koković, D. (2007) *Društvo i medijski izazovi – Uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Novi Sad: Filozofski fakultet u Novom Sadu.
- Konstatinović Ilić, S. (2013) *Femicid kao oblik rodno zasnovanog nasilja*, Niš: Univerzitet u Nišu, Pravni fakultet.
- Miller, S. L., & Rubin, A. T. (2019) *Media Representations of Femicide: Understanding the Power of News Framing*. *Feminist Criminology*, 14(1), 3–25.
- Montiel, A. V. (2014) *Violence against women and media: Advancements and challenges of a research and political agenda*. *Media and gender: A scholarly agenda for the global alliance on media and gender*, pp. 11–14.
- Mrščević, Z. (2019) *Nasilje i mi. Mediji o nasilju nad ženama*. Beograd: Institut društvenih nauka.
- Neelamalar, M., Chitra, P., & Darwini, A. (2009) “The print media coverage of the 26/11 Mumbai terror attacks: A study on the coverage of leading Indian newspapers and its impact on people”. *Journal of Media and Communication Studies*, 1(6), pp. 95–105.
- Nikolić, M. (2005) „Etika radio talasa”, *Zbornik radova FDU*, 8(9), 311–331.
- Nikolić, M. (2010) „Etika medija – između lične, profesionalne i društvene odgovornosti”, *Kultura*, 127, pp. 35–50.
- Pavlović, S. i sar. (2022) *Analiza medijskog izveštavanja o problemu nasilja prema ženama za period 2019–2021. godine, grupa „Novinarke*

- protiv nasilja prema ženama”, dostupno na: <https://novinarkeprotiv-nasilja.org/wp-content/uploads/2022/04/Analiza-2019-2021.pdf> [Pristupljeno 18.09.2023].
- Popović, J. (2008) „Etika kao kultura zanimanja sa osvrtom na etički kodeks arhivista”, *Pravni život*, 57(14), str. 605–613.
  - Roberts, C. (2012) “Identifying and defining values in media codes of ethics”. *Journal of Mass Media Ethics*, 27(2), pp. 115–129.
  - Rodat, S. (2022) „Framing Femicide: An Analysis of Online Media Reporting on Romanian Immigrant Women Killed in Germany”, in *Handbook of Research on Digital Violence and Discrimination Studies*. IGI Global. pp. 72–94.
  - Saunders, M. N. K., Lewis, P., Thornhill, A. (2009) *Research methods for business students*. New York: Prentice Hall.
  - Simeunović-Patić, B., & Jovanović, S. (2013) *Ubistvo žena u partnerskom odnosu*. Beograd: Institut za kriminološka istraživanja.
  - Spasić, D., Kolarević, D., & Luković, Z. (2017) „Femicid u partnerskim odnosima”, *Temida*, 20(3), str. 411–434.
  - Stojanović Prelević, I (2013) *Etika i mediji: o etičnosti novinara, Kriza i perspektive znanja i nauke*. Niš: Univerzitet u Nišu, str. 401–411.
  - Sutherland, G., Easteal, P., Holland, K., & Vaughan, C. (2019) *Mediated representations of violence against women in the mainstream news in Australia*. *BMC public health*, 19, pp. 1–8.
  - Sutherland, G., McCormack, A., Easteal, P., Holland, K., & Pirkis, J. (2016) “Media guidelines for the responsible reporting of violence against women: A review of evidence and issues”. *Australian journalism review*, 38(1), pp. 5–17.
  - Taylor, R., & Jasinski, J. L. (2011) „Femicide and the feminist perspective”. *Homicide Studies*, 15(4), pp. 341–362.
  - United Nations Office on Drugs and Crime (2022) *Gender-related killings of women and girls (femicide/feminicide). Global estimates of gender-related killings of women and girls in the private sphere in 2021. Improving data to improve responses*, dostupno na: [https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/briefs/Femicide\\_brief\\_Nov2022.pdf](https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/briefs/Femicide_brief_Nov2022.pdf) [Pristupljeno 09.09.2023].
  - United Nations (2020) *Global study on homicide: Femicide*, dostupno na: <https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/gsh/Booklet4.pdf>. [Pristupljeno 13.09.2023].
  - Vilić, S. K., & Beker, K. (2018) *Femicid kao rodno zasnovano nasilje*, dostupno na:

search\_national%20and%20international%20legal%20framework%20on%20femicide.pdf [Pristupljeno 09.08.2023].

- Wilkins, L., Painter, C., & Patterson, P. (2021) *Media ethics: Issues and cases*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- Wimmer, R., Dominick, J. (2014) *Mass Media Research – an introduction*, Tenth editions. Boston, MA: Cengage Learning
- Zgrabljic Rotar , N. (2005) *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: MediaCentar.

## FEMICIDE AND MEDIA – BETWEEN SENSATIONALISM AND EXCUSING THE OFFENDERS

### ***Abstract***

*Media ethics is a moral code that media professionals should follow to ensure objectivity, truthfulness, integrity and other values important to the public, especially when femicide is concerned. Reporting on victims of violence is one of the most sensitive topics in journalism and requires journalists' special attention and responsibility in terms of ethics. Ethical media coverage of femicide victims should include careful choice of words, taking into account the victim's perspective, empowering family members of femicide victims, providing context on the problem of violence against women, pointing out causes and ways of prevention, and respecting victims' privacy and dignity. This paper discusses and analyzes the key determinants and principles of the ethical code of the media, with special reference to reporting in cases of femicide. In addition, the paper presents and analyses the concept of ethics in the media, the code of media ethics and the key ethical principles that journalists and other professionals in media must be guided by in their work. The paper reviews ethical problems in reporting femicide, the way media report on violence against women and the possible effects of media reporting on violence against women and femicide, and offers a review of existing problems in media reporting on femicide.*

### ***Keywords***

*media ethics, media moral code, femicide, media presentation, reporting*

Примљено: 22. августа 2023.  
Прихваћено: 16. октобра 2023.