



doi:10.5559/di.23.2.05

## PREDRASUDA I PRIKAZIVANJE ROMA U MEDIJIMA: MOŽE LI JEDNA TELEVIZIJSKA EMISIJA POVEĆATI MEĐUGRUPNU TOLERANCIJU?

Ajana LÖW STANIĆ  
Filozofski fakultet, Zagreb

UDK: 316.774:316.647.8  
316.647.82:323.12(=214.58)

Prethodno priopćenje

Primljeno: 27. 11. 2013.

Zahvaljujem kolegicama Sandri Penić, Tanji Kalogjera i Nataliji Grgić na pomoći u prikupljanju podataka.

Cilj provedenog istraživanja bio je ispitati promjene u izraženosti predrasude prema Romima prije, neposredno nakon te 17 mjeseci poslije prikazivanja *reality* emisije u kojoj je pobjednik bio pripadnik romske manjine te utvrditi hoće li one biti jednako smjera kao i promjene u izvještavanju o Romima i problemu njihove diskriminacije u tiskanim medijima. Istraživanje je provedeno anketnim ispitivanjem u tri točke mjerenja te analizom sadržaja 231 broja tiskanih publikacija izdanih u dvomjesečnom razdoblju prije svake ankete. U skladu s hipotezama, neposredno nakon emisije, utvrđena je manja izraženost otvorene, ali i prikrivene predrasude prema Romima, nego u razdoblju prije emisije. Iako i dalje niži nego prije emisije, rezultati pokazuju trend ponovnoga porasta predrasude 17 mjeseci nakon emisije. Najveći broj novinskih članaka o Romima, najveće površine, s relativno najmanjim udjelom negativnih članaka te s najvišom zastupljenosti teme diskriminacije Roma utvrđen je za vrijeme i neposredno nakon emisije. Rezultati ovog istraživanja pokazuju da bi već i jedna televizijska emisija mogla dovesti do znatnoga smanjenja predrasuda, što se može ostvariti medijskim kontaktom s pripadnikom manjine i opažanjem pozitivne manjinsko-većinske interakcije, ali i izloženošću medijskoj agendi koja promiče norme međugrupne tolerancije.

Ključne riječi: predrasude, hipoteza parasocijalnoga kontakta, teorija postavljanja agende, socijalne norme, intervencije za smanjivanje predrasuda



Ajana Löw Stanić, Odsjek za psihologiju, Filozofski fakultet u Zagrebu, Ivana Lučića 3, 10 000 Zagreb, Hrvatska.  
E-mail: ajana.low@ffzg.hr

## UVOD

---

U zadnjih pola stoljeća razvijeni su mnogi teorijski pristupi smanjenju predrasuda (npr. Allport, 1954; Brown i Turner, 1979; Devine, 1989; Wright, Aron, McLaughlin-Volpe i Ropp, 1997; Gaertner i Dovidio, 2000). Unatoč tome, istraživači još uvijek nemaju sasvim jasan odgovor na pitanje koje su intervencije zaista djelotvorne u stvarnim uvjetima (Paluck i Green, 2009; Paluck, 2012). Premda mnogi popularni programi djeluju obećavajuće, potreban je čvršći empirijski pristup u određivanju njihove učinkovitosti. U istraživanjima je osobito zanemarena provjera medijskih intervencija (Paluck i Green, 2009). Većina studija smanjenja predrasuda putem medija provedena je u školskom kontekstu, u pojedinačnim razredima; rijetka su istraživanja koja su obuhvatila širu populaciju ili uključivala stvarne medijske kampanje. Stoga će se u ovom istraživanju pokušati ispitati učinci jedne stvarne (neplanirane) medijske intervencije – *reality* televizijske emisije u kojoj je pobjednik bio pripadnik romske manjine, a koja je u kratkom roku postigla veliku popularnost u hrvatskoj javnosti.

### Mediji i normativni utjecaj

Neki teoretičari na području smanjivanja predrasuda naglašavaju važnost uloge socijalnih normi, nepisanih pravila koja određuju očekivano i prihvatljivo ponašanje članova neke grupe (npr. Sherif, 1936; Allport, 1954; Sechrist, Stangor i Killen, 2005). Premda se normativni utjecaj ostvaruje ponajprije izravnim kontaktom s ostalim članovima grupe, u prenošenju normi vrlo važnu ulogu imaju i mediji (Ball-Rokeach, Grube i Rokeach, 1981). Osim što šalju poruke o tome kako se ljudi najčešće ponašaju i što misle (deskriptivne norme; Noelle-Neumann, 1974), pokazalo se da su vrlo uspješni i u davanju smjernica kako bi se ljudi trebali ponašati ili razmišljati (preskriptivne norme; Cialdini, Kallgren i Reno, 1991). Mediji mogu prenositi normativne poruke izravno ili publika može prepoznati norme neizravno, opažanjem ponašanja stvarnih ili fikcionalnih likova u medijima.

Priopćenje izravnih normativnih poruka u medijima dobro tumači teorija postavljanja agende (McCombs i Shaw, 1972), prema kojoj javnost percipira najvažnijima one teme koje dobivaju najviše medijske pažnje. Osim što s frekvencijom pojavljivanja raste i dostupnost određenoga sadržaja u pamćenju, ljudi su skloni vjerovati da najzastupljenija poruka, prikazana u udarnim terminima ili na naslovnim stranicama, odražava stav koji ima većina građana (Noelle-Neumann, 1974). Medijska agenda utječe i na to kako će javnost razmišljati o pojedinim pitanjima u procesu uokvirivanja (engl. *framing*) – pridavanjem atributa objektu vijesti (Iyengar, 1991). U tom pogledu osobito je važna uloga tiskanih medija – kako nema

izravne interakcije s čitateljima, lako se stvaraju pogrešne interpretacije teksta, usklađene s vlastitim shemama.

Dosadašnje spoznaje sugeriraju da mediji mogu izravnim normativnim utjecajem djelovati na predrasude, pri čemu su se istraživanja uglavnom bavila njihovim utjecajem na povećanje (i osobito) održavanje predrasuda, a ne smanjenje (Wolfsfeld, 1997). Uzrok tomu leži ponajprije u načinu na koji mediji prikazuju manjinske grupe, a koji obilježava negativna pristranost i u kvantitativnom i u kvalitativnom pogledu. Pripadnici manjina relativno su rijetko zastupljeni u medijima te su najčešće prikazani u negativnom kontekstu – vezuju se uz negativne društvene pojave (npr. kriminal), opisani su negativnim atributima, naglašeni različitosti u odnosu na većinu te krivima za vlastitu sudbinu (Wolfsfeld, 1997).

U nekoliko je istraživanja utvrđena povezanost negativnog izvještavanja o manjinskim grupama i predrasuda prema manjinama (npr. Lubbers, Scheepers i Vergeer, 2000; Walgrave i De Swert, 2004). Takvi nalazi tumače se: 1) obilježjima negativnih poruka, koje, u odnosu na pozitivne, lakše privlače pažnju, bolje se pamte te im se daje veća težina pri donošenju odluka i prosudbi (Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer i Vohs, 2001); 2) pojavom iluzorne korelacije – sklonosti percipiranja veće povezanosti između neka dva događaja nego što ona stvarno jest, onda kada su ti događaji istaknuti jer su nepoznati ili rijetki (a takve su manjinske grupe i negativni događaji) (Hamilton i Gifford, 1976).

Mediji su prema manjinama pristrani iz dva razloga: prvo, tržišno su orijentirani prema većinskoj grupi zbog njezine političke i ekonomske moći, i drugo, obično odražavaju dominantne društvene stavove, a stavovi prema manjinama redovito su negativni (Bobo, 1997). Stoga promjena izvještavanja o manjinama zahtijeva određenu promjenu društvene klime. Dobra je vijest da važni društveni događaji utječu na to kako mediji izvještavaju o pojedinim pitanjima (Gans, 1979; Cooper, 2002), pa bi, pod određenim okolnostima, moglo doći i do pozitivne promjene agende prema manjinama. Nadu za optimizam daje nedavno istraživanje Boomgardena i Vliegentharta u Njemačkoj (2009), u kojem je utvrđeno da je, zbog povećanja zastupljenosti vijesti o imigrantima u medijima, neovisno jesu li bile pozitivne ili negativne, došlo do znatnoga poboljšanja percepcije imigranata u javnosti.

### **Hipoteza parasocijalnoga kontakta**

Ideju o smanjenju predrasuda neizravnim komuniciranjem normativnih poruka u medijima daje hipoteza parasocijalnoga kontakta (Schiappa, Gregg i Hewes, 2005), koja pretpostavlja da međugrupni kontakt može smanjiti predrasude i ako se ostvaruje tzv. parasocijalnom interakcijom. Parasocijalna inter-

akcija definira se kao jednostrani interpersonalni odnos koji gledatelj može stvoriti sa stvarnom ili zamišljenom medijskom osobom (Horton i Wohl, 1956). Utvrđeno je da takva interakcija zadovoljava slične komunikacijske potrebe, daje slična potkrepljenja i počiva na sličnim principima privlačnosti kao i uobičajeni interpersonalni odnosi (npr. Perse i Rubin, 1989; Gregg, 2005). Stoga može biti pogodna za stjecanje novih informacija o pripadnicima manjina i smanjivanje tjeskobe prema njima; pozitivno iskustvo vodi traženju dodatnoga kontakta, što može smanjiti predrasude prema čitavoj grupi. Osim toga parasocijalni kontakt može smanjiti predrasude i procesom vikarijskog učenja (Ortiz i Harwood, 2007). Na temelju opažanja pozitivne interakcije pripadnika vlastite grupe s pripadnicima manjinske grupe (npr. interakcije bijelca i crnca na TV-u), gledatelji mogu oponašati pozitivno međugrupno ponašanje.

Hipoteza parasocijalnoga kontakta višestruko je empirijski potvrđena za predrasude prema homoseksualcima (Schiappa i sur., 2005; Schiappa, Gregg i Hewes, 2006; Mazziotta, Mummendey i Wright, 2011). Iako nije sasvim jasno koji faktori moderiraju snagu parasocijalnoga kontakta, neki nalazi upućuju na to da bi to mogla biti povezanost koju gledatelj stvara s likom pripadnikom manjine (određena stupnjem popularnosti, privlačnosti i realističnosti lika), kao i faktori važni kod međugrupne interakcije uživo – suradnja i ostvarivanje zajedničkoga cilja, prijateljsko okruženje, podrška institucija, tipičnost pripadnika manjine i podjednak status pojedinaca u kontaktu (Schiappa, Allen i Gregg, 2007; Ortiz i Harwood, 2007).

Premda obećava u pogledu primjene u programima smanjenja predrasuda, istraživanja upotrebe ove hipoteze u realnim uvjetima vrlo su rijetka (Rodrigues, 2011). Malen broj provedenih istraživanja usmjerio se na dječju populaciju i primjenu knjiga za smanjivanje predrasuda (Palluck i Green, 2009). Jednu od rijetkih provjera hipoteze u stvarnom kontekstu provela je Paluck (2009) u Ruandi, koja je pokazala da je prikazivanje emisije o međugrupnim odnosima na lokalnoj radiopostaji dovelo do promjena u međugrupnom ponašanju i percepciji normi, no ne i do promjena u stavovima.

U dosadašnjim provjerama hipoteze parasocijalnoga kontakta, etničke manjine, a posebice Romi, posve su zanemareni. Nažalost, postoje neke naznake da parasocijalni kontakt upravo kod Roma može djelovati drugačije – primjerice, pobjeda Roma u *reality* emisiji u Mađarskoj izazvala je relativno negativne reakcije njihove javnosti, zbog čega su se romske udruge zabrinule da će emisija naškoditi "romskom pitanju" (Munk, 2007). Iako ta promjena nije empirijski provjerena, ona otvara određenu sumnju u široku primjenjivost hipoteze.

## Društveni kontekst istraživanja

Od svih etničkih manjina, Romi su najčešća meta predrasuda hrvatskoga većinskog stanovništva (Šiber, 1997; Čorkalo i Kamenov, 2003; Ilišin, Bouillet, Gvozdanović i Potočnik, 2013). Stereotip o Romima redovito uključuje negativne karakteristike, pa ih se najčešće opisuje kao "prljave", "prosjake", "neobrazovane" i "lopove" (Löw, 2009). Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, 0,4% stanovnika Hrvatske službeno su se izjasnili kao Romi (Državni zavod za statistiku, 2013), no procjenjuje se da je stvarna brojka dvostruko veća (Obilježja Roma u RH, 2011). Romi su u Hrvatskoj višestruko marginalizirana skupina – žive u teškim uvjetima zbog visoke stope nezaposlenosti, slabe uključenosti u sustav obrazovanja i neadekvatnih stambenih uvjeta (npr. Šućur, 2000; Štambuk, 2005; Radetić-Paić, 2010). Diskriminacija Roma očituje se na raznim područjima života – od prosvjedovanja roditelja protiv integracije romske djece u škole, preko odbijanja usluga u trgovinama i kafićima, nesklonosti zapošljavanja, do grubih fizičkih napada na Rome (European Court of Human Rights, 2010; Croatian café refuses to serve Roma, 2006; Violence against Roma, 2011). Unatoč navedenim zabrinjavajućim podacima, koliko nam je poznato, u Hrvatskoj dosad nije provedena ni jedna studija medijskog izvještavanja o Romima.

Jedna od karakteristika romske zajednice njihova je prostorna izolacija i segregacija od većinskoga stanovništva. Od dolaska na naše prostore, Romi su se nastanjivali na perifernim dijelovima naselja, djelomično zbog ekonomskih nemogućnosti, a djelomično zbog zakonskih odredbi (Šućur, 2000). Upravo zbog takvog ograničenog stvarnog kontakta s većinskom grupom, kontakt putem medija može pružiti važnu priliku za promjenu predrasuda prema Romima.

U siječnju 2006. godine hrvatska javnost bila je izložena vrlo popularnoj i gledanoj *reality* emisiji, *Big Brother*, u kojoj se pojavio jedan pripadnik romske manjine, Hamdija Seferović (H. S.). Štoviše, glasovi gledatelja donijeli su mu i pobjedu u emisiji. Kako smo devet mjeseci prije emisije ispitali izraženost predrasude prema Romima, htjeli smo utvrditi hoće li nakon emisije sudionici iskazivati drugačiji stav prema toj manjinskoj grupi te hoće li se promjena održati i nakon više od godine dana. Također, željeli smo utvrditi hoće li promjena stava koincidirati i s promjenom medijske agende oko izvještavanja o Romima.

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati promjene u izraženoj predrasudi prema Romima prije, neposredno nakon te sedamnaest mjeseci poslije prikazivanja emisije u kojoj je pobjednik bio pripadnik romske manjine te utvrditi hoće li one biti jednakoga smjera kao i promjene u izvještavanju o Romi-

ma i problemu njihove diskriminacije u tiskanim medijima. U skladu s hipotezom parasocijalnoga kontakta (Schiappa i sur., 2005; Ortiz i Harwood, 2007), pretpostavljamo da će se u drugoj točki mjerenja – neposredno nakon emisije – smanjiti izraženost predrasude prema Romima u odnosu na razdoblje prije emisije. S obzirom na brojne eksperimentalne nalaze koji pokazuju da su promjene stavova nakon jednokratnih intervencija relativno kratkotrajne (Eagly i Chaiken, 1993), očekujemo da će se u trećoj točki mjerenja predrasuda prema Romima ponovno povećati. Prema teoriji postavljanja agende (McCombs i Shaw, 1972), pretpostavljamo da će promjene u stavovima biti sukladne promjenama u medijskom izvještavanju o Romima. Očekujemo da će u drugoj točki mjerenja biti utvrđen najveći broj novinskih članaka o Romima, s relativno najmanjim udjelom negativnih članaka, te najviše članaka koji problematiziraju diskriminaciju Roma.

## METODA

### Anketno istraživanje

Anketno istraživanje provedeno je u tri vremenske točke, na nezavisnim uzorcima sudionika, u travnju 2005. godine (9 mjeseci prije emisije), siječnju 2006. godine (neposredno nakon emisije) i lipnju 2007. godine (17 mjeseci poslije emisije<sup>1</sup>). Postupak je bio jednak u sve tri točke mjerenja. Tri su anketara, u 4 uzastopna radna dana između 12 i 15 sati, ispitivala slučajne prolaznike na Trgu bana Jelačića u Zagrebu. Anketari su pristupali svakom petom prolazniku, neovisno o spolu, s molbom da sudjeluje u ispitivanju stavova o nekim društvenim pitanjima (nije spomenuta emisija *Big Brother*). Postotak pristajanja sudionika bio je podjednak u sve tri vremenske točke (30 do 35%). Popunjavanje upitnika trajalo je između 5 i 10 minuta.

### Sudionici

Konačni uzorak činilo je 630 sudionika: 206 u prvoj, 223 u drugoj i 201 u trećoj točki mjerenja. Dva su sudionika iz druge točke mjerenja prethodno isključena iz obradbe jer je kontrolnim pitanjima utvrđeno da nisu bili informirani o emisiji. Demografske karakteristike sudionika u tri točke mjerenja prikazane su u Tablici 1.

Provedenim hi-kvadrat testom utvrđeno je da razlike između uzoraka za sve tri demografske karakteristike nisu statistički značajne – spol ( $\chi^2(1/630) = 0,402$ ;  $p > 0,05$ ), dob ( $\chi^2(2/630) = 6,129$ ;  $p > 0,05$ ), a stupanj obrazovanja ( $\chi^2(3/630) = 5,935$ ;  $p > 0,05$ ), iz čega možemo pretpostaviti da naši uzorci pripadaju demografski istoj populaciji.

➔ TABLICA 1  
Demografske  
karakteristike  
sudionika u tri  
vremenske točke

Uzorak		Prvi	Drugi	Treći	Ukupno
N		206	223	201	630
Spol	(% M)	50	48	51	50
Dob (%)	15-29	38	46	44	43
	30-54	44	33	35	37
	≥ 55	18	21	21	20
Stupanj obrazovanja (%)	Bez škole	0	1	0	0,5
	Osnovna škola	2	2	1	1,5
	Srednja škola	48	44	40	44
	Viša ili fakultet	50	53	59	54

## Instrumenti

### Skala socijalne distance

Skala socijalne distance (Bogardus, 1933) ispituje stupanj bliskosti na koji je pojedinac spreman pristati s pripadnicima raznih društvenih grupa i predstavlja klasičnu mjeru otvorenih predrasuda. U ovom istraživanju sadržavala je šest stupnjeva bliskosti, od manjega prema većem (živjeti u istoj državi, biti susjedi / živjeti u istoj ulici, raditi zajedno, biti prijatelji, stupiti u rodbinsku vezu i stupiti u brak). Kako bismo provjerili je li se učinak intervencije prenio i na druge etničke manjine, u skalu smo, osim Roma, uključili još tri manjinske grupe (Srbi, Mađari i Talijani), prema kojima većinsko stanovništvo Hrvatske iskazuje najvišu socijalnu distancu nakon Roma (Čorkalo i Kamenov, 2003). Rezultati na skali obrnuto su bodovani, pa viši rezultat upućuje na veću socijalnu distancu. Teorijski raspon skale bio je od 1 do 6.

### Skala modernoga rasizma

Skala modernoga rasizma (McConahay, 1986; hrvatska adaptacija Lauri, 1999) ispituje izraženost prikrivenih predrasuda prema određenoj društvenoj grupi – čestice su formulirane na nereaktivan način, što smanjuje socijalno poželjno odgovaranje. U ovom istraživanju skala je prilagođena ispitivanju predrasuda prema Romima. Skala se sastoji od 7 tvrdnji, a sudionici trebaju označiti stupanj slaganja s tvrdnjom na skali od 1 (izrazito se ne slažem) do 5 (izrazito se slažem). Primjer čestice jest "Romi su u Hrvatskoj ekonomski profitirali više nego što zaslužuju". Ukupni rezultat formira se kao zbroj svih odgovora na skali, teorijski raspon skale je od 7 do 35, a viši rezultat označuje veću izraženost predrasude. Pouzdanost skale u ovom istraživanju iznosila je (ovisno o točki mjerenja):  $\alpha_1 = 0,86$ ,  $\alpha_2 = 0,86$  i  $\alpha_3 = 0,87$ . Premda obje skale predstavljaju mjeru predrasuda, povezanost njihovih rezultata tek je umjereno visoka ( $r_1(204) = 0,47$ ;  $p < 0,01$ ,  $r_2(221) = 0,54$ ;  $p < 0,01$ ,  $r_3(199) = 0,52$ ;  $p < 0,01$ ).

Osim navedenih skala, upitnik je sadržavao i sociodemografska pitanja (spol, dob i stupanj obrazovanja). U drugoj točki mjerenja upitnik je dopunjen kontrolnim česticama kojima se ispitivala informiranost o emisiji i praćenje emisije te percepcija H. S.-a: čestica otvorenoga tipa kojom se sudionike pitalo tko je pobjednik emisije, čestica o učestalosti praćenja emisije, čestica o načinu praćenja emisije (nisam pratio / posredno sam pratio putem novinskih članaka, interneta ili komunicirajući s drugim ljudima / pratio sam na televiziji / izravno sam se uključio u emisiju glasanjem, dolaskom ispred "Big Brother kuće" radi potpore stanarima i sl.), čestica otvorenoga tipa, gdje su sudionici trebali navesti tri osobine kojima bi opisali H. S.-a, te pitanje u kojoj mjeri H. S. odgovara predodžbi tipičnoga Roma.

### **Analiza sadržaja medija**

Drugi dio istraživanja proveden je metodom analize sadržaja medija. Analiziran je sadržaj triju utjecajnih hrvatskih tiskanih publikacija, u tri razdoblja. Publikacije odabrane za potrebe ovog istraživanja jesu jedne dnevne novine ("Jutarnji list") te dva tjednika – jedan politički ("Globus"), a drugi usmjeren na novosti vezane uz hrvatsku estradu i svjetski *show business* ("Story"). Razdoblja tijekom kojih je praćen sadržaj publikacija određena su prema terminima provedbe anketnog istraživanja, i to tako da svako razdoblje koje će se analizirati vremenski prethodi provedbi jedne od anketa (kao završetak razdoblja uzet je dan prije početka provedbe ankete). Prema tom kriteriju, određena su sljedeća razdoblja: od 15. veljače 2005. do 15. travnja 2005., od 15. studenog 2005. do 15. siječnja 2006. i od 1. travnja 2007. do 1. lipnja 2007.

Kao jedinica analize određen je novinski članak sadržaja vezanog uz Rome. Za potrebe analize konstruirana je matrica koja je uključivala devet klasifikacijskih kategorija:<sup>2</sup> (1) Datum objave članka, (2) Publikacija u kojoj je objavljen, (3) Stranica na kojoj se nalazi, (4) Tip članka (kolumna, reportaža itd.), (5) Naziv rubrike u kojoj se članak nalazi (crna kronika, kultura itd.), (6) Veličina članka (koliki dio stranice članak zauzima), (7) Sadržaj članka (kratki opis članka), (8) Opis/prikaz Roma u članku (pozitivan, negativan ili neutralan), (9) Problematiziranje diskriminacije Roma u članku (da ili ne).

Upotrijebljena je zbirka periodike Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. Pregledan je ukupno 231 broj dnevnih novina/tjednika: "Jutarnji list" (177), "Globus" (27) i "Story" (27). U sva tri razdoblja pregledano je potpuno jednako brojeva svakoga tjednika (po 9 brojeva) odnosno dnevnih novina (po 59 brojeva), pri čemu je važno naglasiti da je riječ o tiskanim medijima standardnoga (i stalnog) formata.



## REZULTATI

### Rezultati anketnog istraživanja

#### Razlike u otvorenim predrasudama u tri točke mjerenja

Da bi se utvrdile razlike u izraženosti otvorene predrasude (izmjerene skalom socijalne distance) u tri točke mjerenja, provedena je analiza varijance za nezavisne uzorke (Tablica 2).

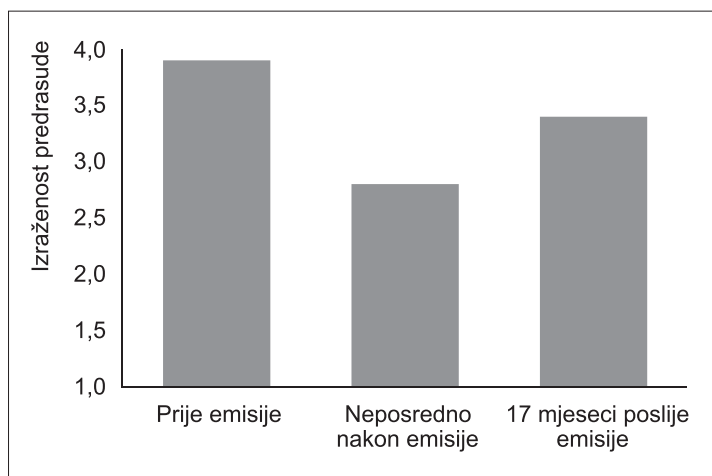
➔ TABLICA 2  
Rezultati analize varijance za usporedbu izraženosti otvorene predrasude u tri točke mjerenja

Prva točka mjerenja		Druga točka mjerenja		Treća točka mjerenja		F	df
M	SD	M	SD	M	SD		
3,9	1,80	2,8	1,75	3,4	1,85	18,561**	2/627

M = aritmetička sredina; SD = standardna devijacija; F = F-omjer; df = stupnjevi slobode; \*\*p < 0,01

Ovisno o točki mjerenja, sudionici prosječno iskazuju umjerenu do visoku razinu socijalne distance prema Romima. Prosječni rezultati sudionika statistički se značajno razlikuju u tri točke mjerenja ( $F(2/627) = 18,561$ ;  $p < 0,01$ ). Najmanja socijalna distanca utvrđena je u drugoj točki mjerenja – neposredno nakon emisije, zatim u trećoj, a najviša vrijednost dobivena je u prvoj točki mjerenja (Slika 1). Dok bi u prvoj vremenskoj točki većina sudionika pristala na odnos kolega s Romima ("da radimo zajedno"), u drugoj i trećoj vremenskoj točki sudionici bi s njima prosječno pristajali na odnos prijatelja.

➔ SLIKA 1  
Prosječna izraženost otvorene predrasude prema Romima u tri točke mjerenja

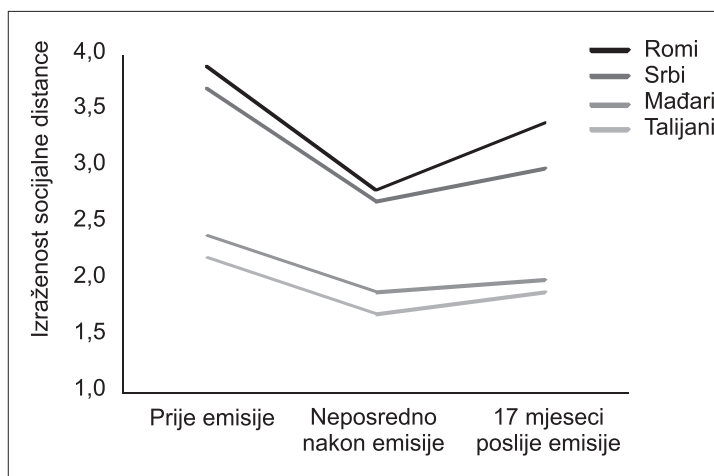


*Post-hoc* Bonferroni test pokazuje da su sve međusobne razlike između tri točke mjerenja značajne ( $F_{1-2} = 1,058$ ;  $p < 0,05$ ;  $F_{2-3} = -0,553$ ;  $p < 0,05$ ;  $F_{1-3} = 0,505$ ;  $p < 0,05$ ). Takvi rezultati govore da je izraženost socijalne distance u trećoj točki mjere-

nja, iako veća u odnosu na drugu točku mjerenja, još uvijek manja nego u razdoblju prije emisije.

Rezultati na skali socijalne distance za ostale etničke skupine (Slika 2) pokazuju da je prema svim manjinama socijalna distanca najmanje izražena u drugoj točki mjerenja. Provedena analiza varijance za usporedbu izraženosti socijalne distance u tri točke mjerenja pokazuje da se prosječni rezultati sudionika statistički značajno razlikuju u tri točke mjerenja i za ostale tri etničke grupe (Srbi:  $F(2/627) = 13,391$ ;  $p < 0,01$ , Mađari:  $F(2/627) = 7,740$ ;  $p < 0,01$ , Talijani:  $F(2/627) = 5,208$ ;  $p < 0,01$ ).

➔ SLIKA 2  
Prosječna izraženost socijalne distance prema pripadnicima različitih nacionalnih manjina u Hrvatskoj u tri točke mjerenja



### Razlike u prikrivenim predrasudama u tri točke mjerenja

Da bi se utvrdile razlike u izraženosti prikrivene predrasude (izmjerene skalom modernoga rasizma) u tri točke mjerenja, provedena je analiza varijance za nezavisne uzorke (Tablica 3).

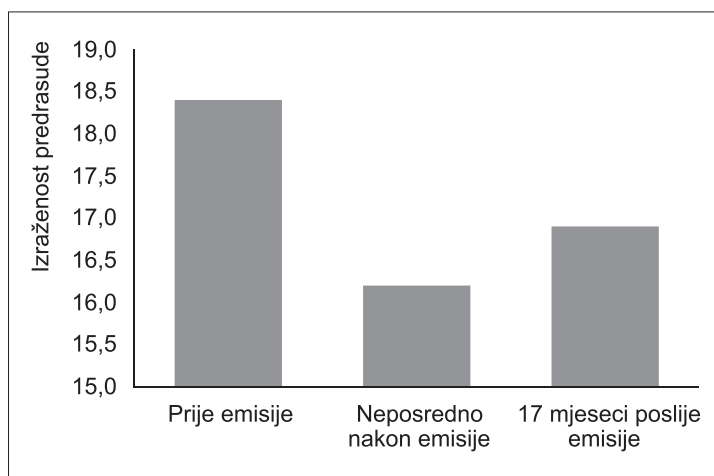
➔ TABLICA 3  
Rezultati analize varijance za usporedbu izraženosti prikrivene predrasude u tri točke mjerenja

Prva točka mjerenja		Druga točka mjerenja		Treća točka mjerenja		F	df
M	SD	M	SD	M	SD		
18,4	7,03	16,2	6,63	16,9	6,88	5,494**	2/627

M = aritmetička sredina; SD = standardna devijacija; F = F-omjer, df = stupnjevi slobode; \*\* $p < 0,01$

Ovisno o točki mjerenja, sudionici prosječno iskazuju nisku do umjerenu razinu prikrivene predrasude prema Romima. Prosječni rezultati sudionika statistički se značajno razlikuju u tri točke mjerenja ( $F(2/627) = 5,494$ ;  $p < 0,01$ ). Najniža izraženost prikrivene predrasude utvrđena je u drugoj točki mjerenja – neposredno nakon emisije, zatim u trećoj, a najviša vrijednost dobivena je u prvoj točki mjerenja (Slika 3).

➔ SLIKA 3  
Prosječna izraženost  
prikrivene predrasude  
prema Romima u tri  
točke mjerenja



*Post-hoc* Bonferroni test pokazuje da je značajna samo razlika između prve i druge vremenske točke ( $F = 2,163$ ;  $p < 0,05$ ). Unatoč neznačajnoj razlici u rezultatima između prve i treće te druge i treće točke mjerenja, iz Slike 3 možemo uočiti da je trend rezultata sličan kao i kod socijalne distance.

Analizom odgovora na kontrolna pitanja o informiranosti i praćenju emisije, utvrđeno je da su svi sudionici (osim dva prethodno isključena iz obradbe) točno naveli ime pobjednika (H. S.). Gotovo 60% sudionika (57,4%) pratilo je emisiju izravno (putem televizije ili uključivanjem u emisiju), ostali sudionici pratili su emisiju samo neizravno (putem novina, interneta ili komunikacijom s drugima) (31,8%), a tek je 10,8% sudionika izjavilo da nije aktivno pratilo emisiju. Među sudionicima koji su aktivno pratili emisiju gotovo 70% njih (68,2%) to je činilo najmanje jednom tjedno.

Kvalitativnom analizom odgovora utvrđeno je da su sve osobine pripisane H. S.-u bile izrazito pozitivne. Najčešće navođena karakteristika H. S.-a jest "pametan" (43%) te "zgodan" (26%), a sudionici smatraju kako je on i "obiteljski čovjek", "dobar", "simpatičan" i "otvoren". Čak 65,5% sudionika djelomično (40,4%) ili nimalo (25,1%) ne percipira H. S.-a kao tipičnoga Roma. Samo 21,5% sudionika smatra da H. S. prilično (14,8%) ili potpuno (6,7%) odgovara njihovoj predodžbi o tipičnom predstavniku romske manjine.

## Rezultati analize sadržaja medija

Provedenom analizom sadržaja u tri razdoblja identificirano je ukupno 135 članaka o Romima. Frekvencije članaka u pojedinim razdobljima te hi-kvadrat test za razliku u frekvencijama između tri razdoblja prikazani su u Tablici 4. Statistički značajno najveći broj članaka utvrđen je u razdoblju prije provedbe druge ankete – za vrijeme i neposredno nakon emisije (101 članak). U razdoblju prije provedbe prve ankete iden-

tificirano je tek 14 članaka, a u razdoblju prije treće ankete samo 20 članaka.

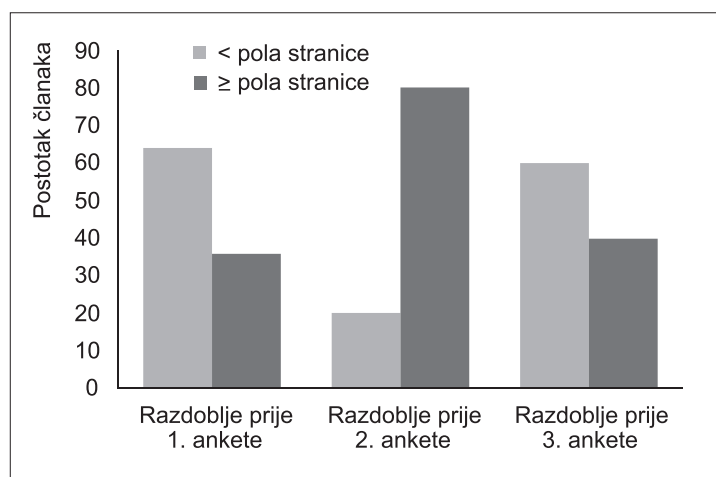
➔ TABLICA 4  
Hi-kvadrat test za razliku u ukupnom broju članaka o Romima između tri razdoblja

1. razdoblje	2. razdoblje	3. razdoblje	Σ	$\chi^2$ (df)
14	101	20	135	104,933(2)**

Σ = ukupan zbroj; \*\*p < 0,01

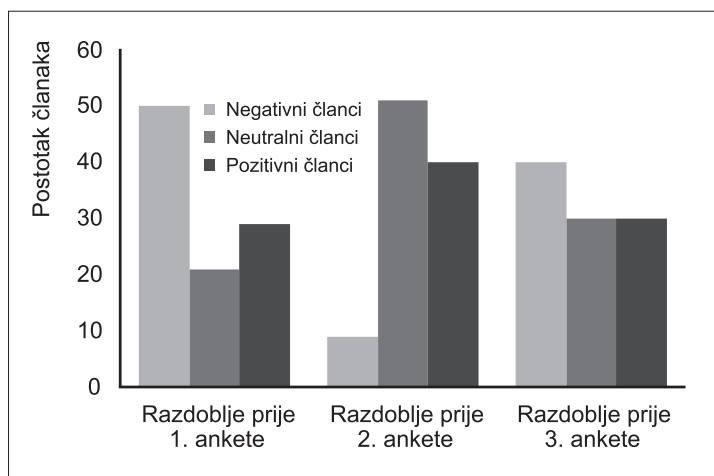
Preciznije podatke od frekvencija daje nam informacija o veličini tih članaka. Iz Slike 4 vidi se da su članci s tematikom Roma najveće površine u razdoblju prije provedbe druge ankete. Hi-kvadrat test potvrdio je statistički značajno najveću zastupljenost članaka većih od pola stranice u drugom razdoblju ( $\chi^2 = 118,234(2)$ ; p < 0,01).

➔ SLIKA 4  
Postotak članaka o Romima manjih i većih od pola stranice u tri razdoblja



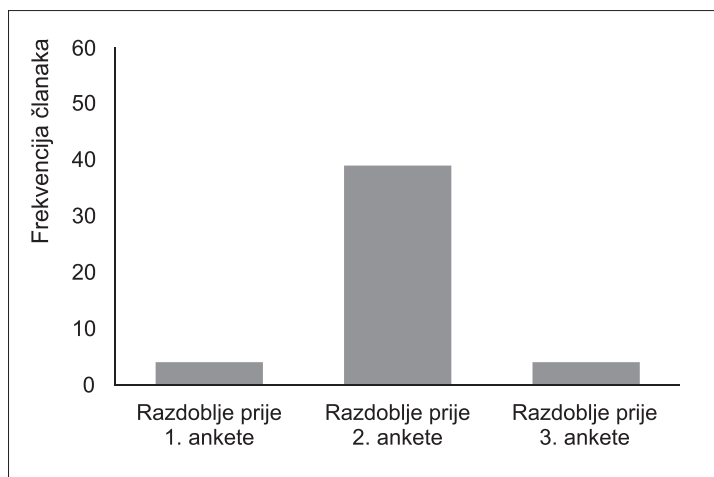
Na Slici 5 prikazan je postotak članaka ovisno o njihovoj evaluacijskoj orijentaciji prema Romima u tri razdoblja. U pozitivnoj i neutralnoj kategoriji je, tijekom prvoga i trećeg razdoblja, frekvencija članaka bila manja od 5, stoga su spojene u jednu kategoriju. Provedena su dva hi-kvadrat testa za razlike u zastupljenosti svake od kategorija članaka između tri razdoblja te tri hi-kvadrat testa za razlike u zastupljenosti pojedinih kategorija članaka unutar svakoga razdoblja. U razdoblju prije provedbe druge ankete utvrđena je statistički značajno najveća frekvencija članaka s pozitivnom ili neutralnom orijentacijom autora prema Romima ( $\chi^2 = 122,973(2)$ ; p < 0,01), dok se broj članaka s negativnom orijentacijom nije značajno razlikovao u tri razdoblja ( $\chi^2 = 0,25(2)$ ; p > 0,05). Nadalje, u drugom razdoblju utvrđen je statistički značajno veći broj pozitivnih i neutralnih nego negativnih članaka ( $\chi^2 = 68,208(1)$ ; p < 0,01). Ista razlika nije dobivena za prvo i treće razdoblje, gdje je omjer pozitivnih / neutralnih i negativnih članaka bio podjednak ( $\chi^2 = 0,0(1)$ ; p > 0,05;  $\chi^2 = 0,80(1)$ ; p > 0,05).

➔ SLIKA 5  
Postotak članaka negativne, neutralne i pozitivne orijentacije prema Romima u svakom od tri razdoblja



Na Slici 6 prikazana je zastupljenost članaka koji problematiziraju diskriminaciju Roma u tri razdoblja. Najveća zastupljenost članaka koji govore o diskriminaciji Roma utvrđena je u razdoblju prije provedbe druge ankete (39 članaka). S druge strane, znatno niža zastupljenost članaka takva sadržaja utvrđena je u razdoblju prije provedbe prve (4 članka) i treće ankete (3 članka). Utvrđene frekvencije testirane su i hi-kvadrat testom, koji je potvrdio statističku značajnost razlike ( $\chi^2 = 118,234(2)$ ;  $p < 0,01$ ).

➔ SLIKA 6  
Zastupljenost članaka koji govore o problemu diskriminacije Roma u tri razdoblja



## RASPRAVA

Cilj istraživanja bio je ispitati promjene u izraženosti predrasude prema Romima prije, neposredno nakon te sedamnaest mjeseci poslije prikazivanja *reality* emisije u kojoj je pobjednik bio pripadnik romske manjine te utvrditi hoće li one biti jednakoga smjera kao i promjene u izvještavanju o Romima i

problemu njihove diskriminacije u tiskanim medijima. U skladu s hipotezom parasocijalnoga kontakta, pretpostavili smo da će u razdoblju neposredno nakon emisije doći do smanjenja izraženosti predrasude prema Romima. Osim što je emisija pružila priliku našim sudionicima da ostvare parasocijalni odnos s pripadnikom romske manjine, omogućila im je i da opažaju njegovu interakciju s ostalim natjecateljima emisije, članovima većinske grupe. Pod pretpostavkom da su taj odnos, kao i interakcija, bili pozitivni, ova emisija mogla je djelovati na smanjenje predrasuda prema Romima kod naših sudionika.

U skladu s hipotezom, neposredno nakon emisije, utvrđena je statistički značajno manja izraženost otvorene, ali i prikrivene, predrasude prema Romima nego u razdoblju prije emisije. Iako istraživački nacrt ne omogućuje da sa sigurnosti zaključimo što je djelovalo na ovakvu promjenu stava, dobiveni rezultat sugerira da je izloženost emisiji u drugoj točki mjerenja mogla smanjiti predrasude naših sudionika prema Romima. Da su sudionici zaista bili izloženi emisiji govore rezultati na kontrolnim česticama, gdje je utvrđeno da je većina sudionika pratila emisiju izravno (na televiziji), a određen dio sudionika samo neizravno (putem novina, interneta ili komunikacijom s drugima). Tek malen postotak sudionika nije aktivno pratio emisiju, no čak su i oni znali da je H. S. bio pobjednik emisije. Osim toga, većina sudionika je emisiju pratila vrlo često.

Ako promotrimo obilježja interakcije između natjecatelja u emisiji, pripadnika većinske grupe i H. S.-a, koju je hrvatska javnost imala prilike opažati, možemo reći da je ona vrlo prikladna za ostvarivanje pozitivnih učinaka parasocijalnoga kontakta putem vikarijskog učenja (Ortiz i Harwood, 2007). Prvo, prilikom suživota u Big Brother "kući" poticana je suradnja među natjecateljima te su oni bili međusobno ovisni jedni o drugima. Nadalje, pri ulasku u emisiju svi su imali jednak status, štoviše, bili su ravnopravni članovi iste nadređene kategorije (Big Brother "kuće"). Kako su sudionici dijelili intenzivan zajednički život tri mjeseca, možemo reći da je njihov odnos bio posve personaliziran i (uglavnom) prijateljski. Konačno, podrška institucija međugrupnoj interakciji (u obliku medijske podrške) bila je snažna, što sugeriraju i rezultati analize sadržaja medija. Nadalje, odgovori na kontrolna pitanja sugeriraju da su sudionici H. S.-a doživljavali vrlo pozitivno – kao sposobnog, privlačnog, društvenog i otvorenog/autentičnog. Upravo se za te karakteristike utvrdilo da povećavaju snagu parasocijalne veze koju gledatelj stvara s likom (Schiappa i sur., 2007), pa možemo pretpostaviti da se to dogodilo i kod naših sudionika.

S obzirom na brojne nalaze koji pokazuju da su promjene stavova nakon jednokratnih intervencija relativno kratkotrajne (Eagly i Chaiken, 1993), pretpostavili smo da će se 17 mjeseci nakon emisije predrasuda prema Romima ponovno povećati. U skladu s hipotezom, utvrđen je trend ponovnoga porasta predrasude u trećoj u odnosu na drugu vremensku točku, iz čega možemo zaključiti da je utvrđena promjena u stavu s vremenom donekle izbljedjela. Osim što su sudionici bili izloženi samo jednokratnoj intervenciji, objašnjenje dobitvenoga trenda porasta predrasude vjerojatno leži i u činjenici da sudionici u prosjeku nisu percipirali H. S.-a kao tipičnoga pripadnika romske manjine. S obzirom na to da se tipičnost pokazala moderatorom snage parasocijalnoga kontakta, pri čemu veća tipičnost izaziva veći efekt kontakta na smanjenje predrasuda (Ortiz i Harwood, 2007), ovakvi rezultati ne iznenađuju. Kako sudionici H. S.-a nisu doživljavali tipičnim Romom, pozitivan kontakt s njim teško se mogao potpuno generalizirati na ostale pripadnike romske manjine. Međutim, unatoč ponovnom porastu predrasude u trećoj točki mjerenja, ona je i dalje niža nego u prvoj točki mjerenja. Takav nalaz izvanredno je važan i upućuje na to da čak i kratkotrajna intervencija može imati relativno dugoročne učinke na promjenu stavova.

Prema teoriji postavljanja agende, očekivali smo da će se u razdoblju emisije i neposredno nakon emisije dogoditi znatna promjena medijske agende oko romske manjine. U skladu s pretpostavkama, u razdoblju prije provedbe druge ankete mediji su, u odnosu na druga dva razdoblja, bili usmjereniji prema temi Roma – o njoj su izvještavali češće i dulje, što se očitovalo u većem broju članaka većega opsega. Osim toga, Rome su prikazivali češće u neutralnom ili pozitivnom nego u negativnom svjetlu, pa su puno više problematizirali diskriminaciju Roma, upozoravajući javnost na važnost toga problema. Ako usporedimo rezultate analize medija i anketnog istraživanja, možemo zaključiti da utvrđene promjene u stavovima u velikoj mjeri prate promjene u medijskom izvještavanju. Na temelju toga možemo pretpostaviti da je i promjena medijske agende mogla znatno pridonijeti promjeni stavova kod sudionika. Osim što je na smanjenje predrasuda moglo djelovati aktivno praćenje emisije i opisani učinci parasocijalnoga kontakta, vjerojatno je utjecala i pasivna izloženost informacijama o emisiji, H. S.-u i problemu diskriminacije Roma. Međutim, ovo tumačenje ostaje na razini pretpostavke, jer ovim istraživanjem nismo kontrolirali koliko su sudionici bili izloženi izmjerenim promjenama u medijskom izvještavanju.

Promjena medijske agende mogla je djelovati na smanjenje predrasuda dvama mehanizmima: kognitivnim – po-

većanjem dostupnosti tema o romskoj manjini i njihovoj diskriminaciji, i normativnim – vjerovanjem da te teme, zato što su vrlo zastupljene, odražavaju stav većine i povećanu svijest građana o diskriminaciji Roma. Da je normativni put utjecaja vjerojatno imao snažniji učinak od kognitivnoga sugerira podatak da je u drugoj točki mjerenja došlo do smanjenja socijalne distance i prema ostalim etničkim manjinama. Takav nalaz sugerira da je izloženost emisiji i informacijama o problemu diskriminacije jedne manjinske skupine mogla djelovati na opće povećanje osjetljivosti na neravnopravan položaj manjina. No, takav rezultat mogao bi biti i posljedica sve liberalnije društvene klime u Hrvatskoj, koja se mogla promijeniti neovisno o emisiji. Ipak, u tom slučaju očekivali bismo da sudionici u trećoj točki mjerenja iskažu još pozitivnije stavove prema manjinama, što naši rezultati nisu pokazali. Također, manja socijalna distanca u drugoj točki mjerenja mogla bi biti i posljedica neprobabilističkog uzorkovanja: moguće je da su sudionici regrutirani u drugoj točki mjerenja jednostavno tolerantiji prema manjinama. Iako nam nacrt ne omogućuje isključivanje prethodnoga tumačenja, smatramo da je ono ipak manje vjerojatno, jer smo utvrdili da se uzorci nisu razlikovali prema spolu, dobi i stupnju obrazovanja, varijablama koje su se pokazale kao važne individualne odrednice predrasuda (npr. Kluegel i Bobo, 1993).

Ovo istraživanje daje nam i još jedan zanimljiv nalaz – unatoč značajnim razlikama u tri vremenske točke, sudionici su kroz sve tri točke mjerenja izražavali relativno visok stupanj socijalne distance prema Romima, dok su na skali modernog rasizma iskazivali tek nisku do umjerenu razinu predrasude. Iako bismo s obzirom na karakteristike dviju mjera očekivali veću izraženost predrasude na skali modernoga rasizma, rezultati su pokazali upravo suprotno. Neka novija istraživanja, međutim, daju potporu ovakvom nalazu. Naime, utvrđeno je da se namjera izbjegavanja vanjske grupe može javiti i onda kada ljudi ne iskazuju predrasudne stavove, kroz prostornu segregaciju među grupama na mikrorazini u svakodnevnom životu (Massey i Denton, 1993). U prilog tome govori i činjenica da su dvije mjere predrasuda u našem istraživanju bile samo umjereno korelirane. Nadalje, Gaertner i Dovidio (1986) utvrdili su da, kada nema jasnih normi koje propisuju međugrupnu toleranciju, ljudi svoje predrasude izražavaju kroz averzivni rasizam – izbjegavanje i udaljavanje od manjinske grupe. Konačno, u istraživanjima je utvrđeno i da su mnoge skale modernih predrasuda ipak relativno osjetljive na socijalnu poželjnost (npr. Fazio, Jackson, Dunton i Williams, 1995).

Valja upozoriti i na nekoliko metodoloških ograničenja ovog istraživanja. Nacrt primijenjen u ovom istraživanju ne



dopušta zaključivanje o kauzalnim odnosima ni o stvarnoj promjeni stava. Da bismo mogli govoriti o promjeni stava, ankete bi u sve tri vremenske točke trebale biti provedene na istim sudionicima ili na probabilističkim uzorcima. Usprkos odbrojavanju svakoga petog prolaznika, naše uzorkovanje nije bilo probabilističko te su u naš uzorak zapravo mogle ući samo osobe koje su u vrijeme anketiranja prošle Trgom bana Jelačića, zbog čega utvrđena jednakost sudionika prema demografskoj strukturi ipak ne osigurava njihovu usporedivost. Nadalje, u ovom istraživanju nije bilo komparabilne grupe sudionika koja nije bila izložena intervenciji, što onemogućuje isključivanje djelovanja nekih čimbenika mimo intervencije. Dodatno ograničenje ovog istraživanja jest da nismo provjerili koliko su naši sudionici pratili analizirane tiskane publikacije te jesu li u tim publikacijama čitali članke o Romima. Stoga treba imati na umu da su dobivene razlike u stavovima mogle nastati i djelovanjem drugih faktora, mimo utjecaja emisije (i posljedične promjene medijske agende), koji u okviru ovog istraživanja nisu kontrolirani.

Na kraju treba napomenuti i da rezultate ne možemo generalizirati na opću populaciju Hrvatske (ni Zagreba). Uzorkovanje nije bilo probabilističko, pa samim time sudionici nisu reprezentativni za opću populaciju, a uz to, ne znamo razlikuju li se osobe koje su odbile sudjelovati (od osoba koje su pristale) po nekim relevantnim karakteristikama koje su mogle utjecati na izmjerene stavove. Razlike naših sudionika u odnosu na opću populaciju vidljive su iz demografske strukture uzoraka – sudionici su mlađi<sup>3</sup> i obrazovaniji u odnosu na hrvatski prosjek te iz podatka da su u natprosječno visokom postotku pratili emisiju.<sup>4</sup> No valja naglasiti da su i viši stupanj obrazovanja i natprosječno visoka gledanost *reality* emisije očekivani za osobe mlađe dobi (Državni zavod za statistiku, 2014; Jones, 2003). Stoga možemo pretpostaviti da naši sudionici, iako nisu reprezentativni za opću populaciju Hrvatske, dobro reprezentiraju mlade stanovnike Hrvatske. No svjesni smo da, s obzirom na neprobabilističko uzorkovanje, ove rezultate ne smijemo ni na koji način generalizirati. Unatoč navedenim ograničenjima, istraživanje ima i nekoliko prednosti u odnosu na druge studije na ovom području. Ovo je istraživanje jedno od rijetkih provedenih na primjeru stvarne medijske intervencije, izvan laboratorija i na nestudentskom uzorku, pa u odnosu na druge studije, omogućuje interpretaciju i primjenu rezultata u stvarnom kontekstu. Također, podaci su odmjereni u tri vremenske točke, pri čemu je postojalo kontrolno ispitivanje prije intervencije te praćenje 17 mjeseci poslije intervencije, što istraživačkom nacrtu dodatno daje na snazi. Istraživanje kombinira različitu metodologiju –

anketno ispitivanje i analizu sadržaja medija, što omogućuje dublji uvid u istraživane procese i daje širi kontekst, kao i potvrdu rezultata iz više perspektiva. Međutim, zbog ranije navedenih ograničenja istraživanja, možemo reći da ono ima tek preliminarni, orijentacijski karakter i da je u budućim istraživanjima potrebno provjeriti ove nalaze u kontroliranim eksperimentalnim uvjetima upotrebom nacрта sa strožom kontrolom relevantnih faktora koji mogu ugroziti valjanost istraživanja.

Zaključno, ovo istraživanje daje nekoliko važnih rezultata, iz kojih proizlaze hipoteze za buduća istraživanja. U prvom redu sugerira da bi već i jedna televizijska emisija mogla dovesti do malog, ali važnog, smanjenja predrasuda. Štoviše, opažanjem pripadnika manjinske grupe i njegova kontakta s pripadnicima većinske grupe kroz jednu takvu emisiju moglo bi doći ne samo do pozitivnijega stava prema toj manjinskoj grupi nego i do određenoga pomaka u općoj međugrupnoj toleranciji. Prema tome, možemo reći da ovo istraživanje daje određenu preliminarnu potporu upotrebljivosti hipoteze parasocijalnoga kontakta u stvarnom, svakodnevnom kontekstu. Drugo, dobiveni rezultati jedni su od rijetkih empirijskih pokazatelja potencijalne učinkovitosti intervencija za promjenu stavova prema vrlo zanemarenoj i marginaliziranoj društvenoj skupini, Romima. Treće, ovo istraživanje upućuje na snagu i širinu dosega medijske agende: s jedne strane, govori nam o njezinu, ponekad, štetnom utjecaju na stavove građana, a, s druge strane, o njezinu potencijalu za društvene promjene. Konačno, rezultati istraživanja upućuju na snagu socijalnih normi, koje kroz medije mogu djelovati različitim izravnim, ali i manje izravnim putovima.

## BILJEŠKE

<sup>1</sup> Razmak između vremenskih točki prikupljanja podataka bio je ovakvo određen iz praktičnih (organizacijskih i financijskih) razloga.

<sup>2</sup> Kodiranje svih članaka je radila jedna osoba (autor članka). Iako je uobičajeno da kodiranje radi više osoba, smatramo da za ovu svrhu to nije nužno jer se radi o relativno jednostavnim evaluacijskim kategorijama (pozitivno-neutralno-negativno). Jednostruko kodiranje iskorišteno je i u drugim radovima sa sličnim subjektivnim procjenama (npr. Jergović, 2003), ali i u radovima sa složenijim subjektivnim procjenama (npr. utvrđivanje prikrivenog oglašavanja, Elezović, 2012; grafička atraktivnost web stranice, Pinterič, 2006; dubina obradbe teme, Vlainić, 2012).

<sup>3</sup> Oko 40% sudionika ima između 15 i 29 godina, u usporedbi s 18,6% u općoj populaciji (Državni zavod za statistiku, 2014).

<sup>4</sup> Finale emisije je na razini cijele Hrvatske ostvarilo gledanost 34,4%, čime spada u jednu od najgledanijih emisija 2005. (Nielsen, 2006).

## LITERATURA

---

- Allport, G. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ball-Rokeach, S. J., Grube, J. W. i Rokeach, M. (1981). Roots: The next generation – Who watched and with what effect? *Public Opinion Quarterly*, 45(1), 58–68. <http://dx.doi.org/10.1086/268634>
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C. i Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370. <http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>
- Bobo, L. D. (1997). Race, public opinion and the social sphere. *Public Opinion Quarterly*, 61(1), 1–15. <http://dx.doi.org/10.1086/297784>
- Bogardus, E. S. (1933). A social distance scale. *Sociology and Social Research*, 17, 265–271.
- Boomgarden, H. G. i Vliegenhart, R. (2009). How news content influences anti-immigrant attitudes: Germany, 1993-2005. *European Journal of Political Research*, 48(4), 516–542. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-6765.2009.01831.x>
- Brown, R. J. i Turner, J. C. (1979). The criss-cross categorization effect in intergroup discrimination. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18(4), 371–383. <http://dx.doi.org/10.1111/j.20448260.1979.tb00907.x>
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A. i Reno, R. R. (1991). A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. U M. P. Zanna (Ur.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 24, str. 201–234). New York: Academic Press.
- Cooper, A. H. (2002). Media framing and social movement mobilization. German peace protest against INF missiles, the Gulf War and NATO peace enforcement in Bosnia. *European Journal of Political Research*, 41(1), 37–80. <http://dx.doi.org/10.1111/1475-6765.00003>
- Croatian café refuses to serve Roma* (2006). Dostupno na <http://www.errc.org/article/croatian-cafe-refuses-to-serve-roma/2669>
- Čorkalo, D. i Kamenov, Ž. (2003). National identity and social distance. *Review of Psychology*, 10(2), 85–94. Dostupno na <http://hrcak.srce.hr/file/4995>
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1), 5–18. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.56.1.5>
- Državni zavod za statistiku (2013). *Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Stanovništvo prema državljanstvu, narodnosti, vjeri i materinskom jeziku*. Statističko izvješće. Dostupno na <http://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku (2014). *Stanovništvo staro 15 i više godina prema najvišoj završenoj školi, starosti i spolu, popis 2011*. Tablični pregled podataka. Dostupno na <http://www.dzs.hr/>
- Eagly, A. K. i Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Orlando, FL: Harcourt Brace.
- Elezović, A. (2012). O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011.). *Medijska istraživanja*, 18(1), 61–88. Dostupno na [hrcak.srce.hr/file/127110](http://hrcak.srce.hr/file/127110)

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 23 (2014), BR. 2,  
STR. 303-325

LÖW STANIĆ, A.:  
PREDRASUDA...

European Court of Human Rights (2010). *Grand Chamber judgment Oršuš and Others v. Croatia*. Press Release – Grand Chamber Judgments. Dostupno na <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng-press/pages/search.aspx?i=003-3069606-3394560>

Fazio, R. H., Jackson, J. R., Dunton, B. C. i Williams, C. J. (1995). Variability in automatic activation as an unobtrusive measure of racial attitudes: A bona fide pipeline? *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(6), 1013–1027. <http://dx.doi.org/10.1037//0022-3514.69.6.1013>

Gaertner, S. L. i Dovidio, J. F. (1986). The aversive form of racism. U J. F. Dovidio i S. L. Gaertner (Ur.), *Prejudice, discrimination, and racism* (str. 61–86). Orlando: Academic Press.

Gaertner, S. L. i Dovidio, J. F. (2000). *Reducing intergroup bias: The common ingroup identity model*. Philadelphia: Psychology Press.

Gans, H. (1979). *Deciding what's news*. New York: Pantheon Books.

Gregg, P. B. (2005). *Parasocial relationships' similarity to interpersonal relationships: Factor analyses of parasocial responses*. Minneapolis: University of Minnesota.

Hamilton, D. i Gifford, R. (1976). Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12(4), 392–407. [http://dx.doi.org/10.1016/S0022-1031\(76\)80006-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-1031(76)80006-6)

Horton, D. i Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.

Ilišin, V., Bouillet, D., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (2013). *Mladi u vremenu krize*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Friedrich Ebert Stiftung. Dostupno na [http://www.idi.hr/images/stories/publikacije/mladi\\_uvkc.pdf](http://www.idi.hr/images/stories/publikacije/mladi_uvkc.pdf)

Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press. <http://dx.doi.org/10.7208/chicago/9780226388533.001.0001>

Jergović, B. (2003). Komunikacijska kultura hrvatskih novinara: medijska scena 1994. *Društvena istraživanja*, 12(6), 989–1002. Dostupno na [hrcak.srce.hr/file/30149](http://hrcak.srce.hr/file/30149).

Jones, J. M. (2003). Show your real face: A fan study of the UK Big Brother transmissions (2000, 2001, 2002). *New Media and Society*, 5(3), 400–421. Dostupno na [http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA118/reality%20tv/ukbigbrother\\_newmediaandsoc.pdf](http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA118/reality%20tv/ukbigbrother_newmediaandsoc.pdf)

Kluegel, J. R. i Bobo, L. (1993). Dimensions of whites' beliefs about the black-white socio-economic gap. U P. M. Sniderman, P. E. Tetlock i E. G. Carmines (Ur.), *Prejudice, politics, and the American dilemma* (str. 127–147). Stanford, CA: Stanford University Press.

Lauri, A. (1999). *Provjera Pettigrewovih postavki o izraženosti "krajnje atribucijske pogreške"* (Neobjavljeni diplomski rad). Filozofski fakultet, Zagreb.

Löw, A. (2009). *Ispitivanje izraženosti predrasude prema Romima u periodima različite zastupljenosti Roma u hrvatskim medijima* (Neobjavljeni rad nagrađen Rektorovom nagradom). Filozofski fakultet, Zagreb.

Dostupno na [http://www.unizg.hr/rektorova/upload\\_2009/Ajana\\_Low.doc](http://www.unizg.hr/rektorova/upload_2009/Ajana_Low.doc)

Lubbers, M., Scheepers, P. i Vergeer, M. (2000). Exposure to newspapers and attitudes towards ethnic minorities: A longitudinal analysis. *Howard Journal of Communication*, 11(2), 127–143. <http://dx.doi.org/10.1080/106461700246661>

Massey, D. i Denton, N. (1993). *American apartheid*. Cambridge, MA: Harvard University Press. <http://dx.doi.org/10.4135/9781412963879.n21>

Mazziotta, A., Mummendey, A. i Wright, C. S. (2011). Vicarious intergroup contact effects: Applying social-cognitive theory to intergroup contact research. *Group Processes & Intergroup Relations*, 14(2), 255–274. <http://dx.doi.org/10.1177/1368430210390533>

McCombs, M. i Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <http://dx.doi.org/10.1086/267990>

McConahay, J. B. (1986). Modern racism, ambivalence and the Modern Racism Scale. U J. F. Dovidio i S. L. Gaertner (Ur.) *Prejudice, discrimination, and racism* (str. 99–125). Orlando, Florida: Academic Press.

Munk, V. (2007). "Play to me Gypsy!" How Roma stars' image change in Hungarian media. U K. Kallioniemi, K. Kärki, J. Mäkelä i H. Salmi (Ur.), *History of stardom reconsidered* (str. 84–89). Turku: International Institute for Popular Culture.

Nielsen (2006). *Reality show – Big Brother*. Dostupno na <http://www.agbnielsen.net/news/news.asp>

Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>

*Obilježja Roma u RH* (2011). Dostupno na [http://www.vlada.hr/hr/aktualne teme i projekti/aktualne teme/nacionalni program za rome/nacionalni program za rome/obiljezja\\_roma\\_u\\_rh](http://www.vlada.hr/hr/aktualne teme i projekti/aktualne teme/nacionalni program za rome/nacionalni program za rome/obiljezja_roma_u_rh)

Ortiz, M. i Harwood, J. (2007). A social cognitive theory approach to the effects of mediated intergroup contact on intergroup attitudes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(4), 615–631. <http://dx.doi.org/10.1080/08838150701626487>

Paluck, E. L. (2009). Reducing intergroup prejudice and conflict using the media: A field experiment in Rwanda. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(3), 574–587. <http://dx.doi.org/10.1037/a0011989>

Paluck, E. L. (2012). Interventions aimed at the reduction of prejudice and conflict. U L. Tropp (Ur.), *Oxford handbook of intergroup conflict*. Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199747672.013.0011>

Paluck, E. L. i Green, D. P. (2009). Prejudice reduction: What works? A review and assessment of research and practice. *Annual Review of Psychology*, 60(1), 339–367. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163607>

Perse, E. M. i Rubin, R. R. (1989). Attribution in social and parasocial relationships. *Communication Research*, 16(1), 59–77. <http://dx.doi.org/10.1177/009365089016001003>

- Pinterič, U. (2006). Role of political party's web pages in electoral campaign for Slovenian parliamentary elections 2004. *Društvena istraživanja*, 15(6), 1177–1193. Dostupno na [hrcak.srce.hr/file/29479](http://hrcak.srce.hr/file/29479).
- Radetić-Paić, M. (2010). Izloženost romskoga i ostalog stanovništva u Istri viktimizaciji kaznenim djelima. *Migracijske i etničke teme*, 26(1), 49–65. Dostupno na [hrcak.srce.hr/file/81868](http://hrcak.srce.hr/file/81868)
- Rodrigues, M. V. (2011). Contact theory: Extended and parasocial. U D. J. Christie (Ur.), *The encyclopedia of peace psychology* (str. 250–254). <http://dx.doi.org/10.1002/9780470672532.wbepp063>
- Schiappa, E., Allen, M. i Gregg, P. B. (2007). Parasocial relationships and television: A meta-analysis of the effects. U R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen i J. Bryant (Ur.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis* (str. 301–314). Mahwah, NJ: Erlbaum Associates.
- Schiappa, E., Gregg, P. B. i Hewes, D. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1), 92–115. <http://dx.doi.org/10.1080/0363775052000342544>
- Schiappa, E., Gregg, P. B. i Hewes, D. E. (2006). Can one TV show make a difference? Will & Grace and the parasocial contact hypothesis. *Journal of Homosexuality*, 51(4), 15–37. [http://dx.doi.org/10.1300/J082v51n04\\_02](http://dx.doi.org/10.1300/J082v51n04_02)
- Sechrist, G. B., Stangor, C. i Killen, M. (2005). Prejudice as social norms. U C. S. Crandall i M. Schaller (Ur.), *Social psychology of prejudice: Historical and contemporary issues* (str. 163–183). Seattle, WA: Lewinian Press.
- Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. New York: Harper & Brothers.
- Šiber, I. (1997). War and the change in social distance toward the ethnic minorities in Croatia. *Politička misao*, 34(5), 3–26. Dostupno na [hrcak.srce.hr/file/155037](http://hrcak.srce.hr/file/155037)
- Štambuk, M. (2005). Naseliti se i ostati svoj. U M. Štambuk (Ur.), *Kako žive hrvatski Romi* (str. 13–27). Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Šućur, Z. (2000). Romi kao marginalna skupina. *Društvena istraživanja*, 9(2-3), 211–227. Dostupno na [hrcak.srce.hr/file/31756](http://hrcak.srce.hr/file/31756)
- Violence against Roma* (2011). Dostupno na <http://www.errc.org/article/violence-against-roma/3835%29>
- Vlainić, M. (2012). Kako hrvatske dnevne novine izvještavaju o djeci: analiza sadržaja Jutarnjeg i Večernjeg lista. *Medijska istraživanja*, 18(1), 33–59. Dostupno na [hrcak.srce.hr/file/127109](http://hrcak.srce.hr/file/127109)
- Walgrave, S. i De Swert, K. (2004). The making of the (issues of the) Vlaams Blok. *Political Communication*, 21(4), 479–500. <http://dx.doi.org/10.1080/10584600490522743>
- Wolfsfeld, G. (1997). *Media and political conflict: News from the Middle East*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wright, S. C., Aron, A., McLaughlin-Volpe, T. i Ropp, S. A. (1997). The extended contact effect: Knowledge of cross-group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 73–90. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.73.1.73>

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 23 (2014), BR. 2,  
STR. 303-325

LÖW STANIĆ, A.:  
PREDRASUDA...

## Media Representation of Roma and Prejudice Toward Roma: Can One Television Show Promote Intergroup Tolerance?

Ajana LÖW STANIĆ  
Faculty of Humanities and Social Sciences, Zagreb

The aim of the study was to examine the difference in the prejudice level toward Roma before, right after and seventeen months since the broadcasting of a reality show in which the winner was a Roma minority member, and to determine whether the representation of Roma and the issue of Roma discrimination in print media coincides with the given changes. The research included a survey study, conducted at three time points and a content analysis of 231 issues of print media, published during bimonthly periods that preceded each survey. Consistent with the hypotheses, right after the show, the level of both overt and subtle prejudice was significantly lower than before the show. 17 months later, although still lower than before the show, the prejudice level demonstrated an increasing trend. The highest representation of Roma in print media was found during and right after the show, with the lowest proportion of negative articles, and highest representation of articles concerning Roma discrimination. The results indicate that only one television show could lead to significant reduction of prejudice, through media contact with a member of a minority and observation of a positive minority-majority interaction, as well as through exposure to a media agenda that promotes the social norms of intergroup tolerance.

Keywords: prejudice, parasocial contact hypothesis, agenda setting theory, social norms, prejudice reduction interventions