

CRIMINALII ÎN SERIE DIN PERSPECTIVA MEMBRILOR
„TRUE CRIME COMMUNITY”. STUDIU DE CAZ: FEMEILE TINERE
MEMBRE ALE COMUNITĂȚILOR „TRUE CRIME” DIN ROMÂNIA

ANDREEA-ALINA CHIRAC*

ABSTRACT

SERIAL KILLERS FROM THE PERSPECTIVE OF MEMBERS
OF THE “TRUE CRIME COMMUNITY”. CASE STUDY: YOUNG WOMEN
MEMBERS OF “TRUE CRIME” COMMUNITIES FROM ROMANIA

This study presents the process by which audiences of true crime series and members of the online True Crime Community from Romania romanticize serial killers. The research objectives aimed to identify the particularities and sources of the romanticization process and to identify the role of cultural products in the romanticization of criminals. The primary objectives of this research were the following: the identification of particularities and the sources of romanticizing and assessing the impacts of cultural products in the process of romanticizing killers.

The research methodology included 13 semi-structure face-to-face interviews with young women, with ages between 20 and 28, past and present consumers of true crime audiovisual productions.

The analysis of the interviews allowed the identification of the reasons why young women tend to romanticize serial killers (the life story, the dramatic presentation of the story within the audiovisual production, the complexity of the personality of the criminals), the factors that favor the process of romanticizing criminals and the social consequences of using strategies to create successful audiovisual productions that ultimately romanticize serial killers. At the same time, the process of narrativization makes criminals attractive through operations specific to fiction productions, such as the development of attractive and charismatic characters or the creation of a conflict core and mystery.

Keywords: true crime genre, serial killers, romanticization of criminals, true crime community, Romania.

* MA Student, Faculty of Sociology and Social Work, University of Bucharest, e-mail address: andreea-alina.chirac@s.unibuc.ro.



INTRODUCERE

Termenul de crimă în serie a fost folosit pentru prima dată de către Brophy (1966) pentru a descrie acea categorie de crimă înfăptuită de un singur făptuitor, denumită în jurisprudență „omucidere multiplă” (Spychaj, 2017). Criminalul în serie este definit în literatura de specialitate ca fiind persoana care săvârșește cel puțin trei crime, separate, cu perioade de pauză între ele (Majer, 2023, p. 2). Cazurile de omoruri multiple comise de același autor au constituit de-a lungul timpului subiectul multor produse culturale și mediatice, care au căpătat în timp o structură narativă aparte, recognoscibilă (Spychaj, 2017). De aici și interesul mare, din partea publicului, pentru criminalii în serie și materialele ce documentează viața și crimele comise de ei.

Producțiile cinematografice reprezintă una dintre modalitățile secundare prin care se formează o reprezentare socială asupra unui criminal, aceste producții prezentându-i adesea pe criminali ca pe niște „monștri”, pentru a capta atenția audiențelor (Majer, 2023, p. 14). Filmele, seriile și documentarele despre criminalii în serie au crescut în popularitate de-a lungul secolului XX, odată cu multiplicarea canalelor televizuale și apariția de canale specializate („Investigation Discovery”). Acestea au o funcție multiplă, care nu exclude informarea și educarea, dar include și divertismentul (Majer, 2023, p. 14). Atenția acordată vieții ucigașilor și omorurilor comise de aceștia de către televiziuni și cinematografie a condus la o narativă stereotipizantă, cu o structură recognoscibilă – ca orice produs audiovizual de gen (Majer, 2023, p. 16). Atractivitatea acestor producții se bazează și pe posibilitatea spectatorilor de a se substitui investigatorului/anchetatorului, pentru a-și crea propriile teorii despre motivele, dar și despre identitatea criminalului, pe parcursul vizionării (Majer, 2023, p. 17).

Criminalii în serie sunt admirați atât în timpul vieții, lucru vizibil în susținerea publică de-a lungul proceselor juridice și după condamnarea acestora, cât și *post-mortem*, prin intermediul vânzării de obiecte care au aparținut ucigașilor și prin intermediul comunităților create de fani, pe rețelele de socializare.

CRIMINALII ÎN SERIE ȘI PROCESUL DE ROMANTIZARE A LOR

Platformele de *streaming* (platforme de difuzare online a unor producții audiovizuale), precum Netflix, prin producerea și distribuirea acestor filme sau seriale de tip *true crime* (crime reale), ajung să transforme cele mai puternice emoții, dorințe și instincte ale audiențelor în produse destinate vânzării, printr-un proces de comodificare (McCain, 2022, p. 9). În prima fază, producătorii de filme încearcă să mobilizeze emoții puternice, care să favorizeze abonarea și păstrarea/plătirea abonamentului. Dar această mobilizare de emoții generată de vizionarea producțiilor *true crime* poate conduce la empatizarea cu criminalul, printr-un mecanism

care are de-a face cu modul de concepere a acestora. Astfel, la începutul emisiunii sau filmului, istoria de viață a criminalului este prezentată de o manieră care-l transformă pe acesta în personaj; etapele sale de viață capătă valoare de capitol de carte, iar aceste operațiuni îl fac demn de atenție și interes. Toate acestea construiesc acel *build-up* care culminează cu prima crimă – ordine narativă specifică producțiilor de ficțiune și producțiilor de televiziune de gen. Această prezentare în sine este problematică (McCain, 2022, p. 12). Ulterior, se insistă pe transmiterea unor imagini și informații care pot mobiliza acele emoții negative (i.e., frica provocată de posibilitatea de a deveni următoarele victime) (McCain, 2022, p. 10). În acest proces, contează atât folosirea rețetelor de producție audiovizuală – de ficțiune sau de gen – cât și procesul de selecție a interpretului. În anumite producții audiovizuale, criminalii în serie (precum Ted Bundy și Jeffrey Dahmer) au fost reprezentați de actori considerați în general atractivi și care beneficiază de o bază de fane consolidată din rolurile anterioare din filmele și seriile destinate copiilor. În acest sens, dorința unor membre ale publicului de a avea o conexiune de natură romantică cu actorul face dificilă disocierea sa de ucigașul interpretat, iar acestea ajung să se simtă atrase de criminalii pe care i-au interpretat acești actori (McCain, 2022, p. 13).

Bonn (2014) susține că industriile culturale metamorfozează criminalii în serie în celebrități monstruoase, lucru care are loc prin crearea unor narațiuni în care informațiile factuale despre originea și povestea de viață a ucigașilor sunt distorsionate pentru a se potrivi pe așteptările specifice fiecărui gen audiovizual sau produs cultural (Bonn, 2014, p. 224). Fenomenul poate fi explicat în paradigma constructivismului social (Berger & Luckmann, 1966): se creează un imaginar bazat pe o percepție colectivă unitară, ca urmare a portretizării criminalilor în convențiile unui gen (Dhaliwal, 2025, p. 28). La fel ca în cazul genului *horror* (de groază), spectatorii producțiilor audiovizuale din genul *true crime* sunt expuși la situații înfricoșătoare – care însă se bazează pe fapte reale (Perchtold-Stefan *et al.*, 2025, p. 900). În acest context, frica recreațională, mobilizată în general de aceste producții, delimitează un spațiu sigur în care publicul poate experimenta teama și emoțiile negative aferente, în absența riscurilor reale (Andersen, 2020, p. 1498). În acord cu teoria panicii morale (Cohen, 2011), produsele culturale se folosesc de sentimentele negative ale spectatorilor, cum ar fi frica, pentru a obține vizionări, prin transformarea criminalului în serie într-un personaj senzațional și atractiv (Bonn, 2014, p. 174).

Conform teoriei problemelor sociale (Best, 2020), o problemă socială frecvent menționată de oameni este criminalitatea, percepută drept ridicată ca urmare a omniprezenței sale în mass-media. Mass-media reprezintă principalul canal de informare, iar modul de prezentare a crimelor în produsele audiovizuale duce la crearea unei legături cauzale, în mintea audiențelor, între circumstanțele sociale, economice și familiale ale criminalului și crimele comise de acesta. Totodată, accentul pus pe criminalitate în mass-media poate fi corelat și cu

împingerea unor teme pe agenda publică (McCombs & Shaw, 1972), pentru diferite interese – de exemplu, în SUA, suplimentarea cu fonduri a agențiilor federale implicate în lupta împotriva criminalității (Dhaliwal, 2025, pp. 28–30).

Strutz a menționat că preocuparea unor membri ai *True Crime Community* (Comunitatea pasionaților de crime reale) față de un criminal anume se poate transforma în obsesie, ducând uneori la încercarea de creare a unor legături personale între fan și ucigaș (încercarea de contactare, vizite făcute în închisoare etc.), lucru potențat de producțiile *true crime* și alegerea unui actor atractiv care face dificilă disocierea acestuia de ucigașul reprezentat (Strutz, 2022, pp. 16–17).

Pornind de la abordarea autorilor Foster și Tolbert (2016), industriile culturale, prin multitudinea de produse create despre aceeași crimă sau același criminal, oferă variante alternative, din perspective diferite (a victimei, a criminalului, a echipei de investigație a cazului, a familiei victimei/lor) ale cazurilor care au fost deja abordate inițial de mass-media. Însă toate aceste versiuni audiovizuale pot induce variațiuni ale poveștii care se pot depărta de la evenimentele reale, în scopul obținerii de audiență. De exemplu, filmul „Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile” (2019) („Extrem de pervers, șocant de violent și diabolic”) și documentarul „The Ted Bundy Tapes” (2019) (cu titlul în lb. rom., „Conversații cu un ucigaș: Ted Bundy”) care au ilustrat cazul lui Ted Bundy, au tratat diferit evenimentele, lucru despre care, în viziunea mea, audiențele ar putea fi avertizate.

În „The Ted Bundy Tapes”, atât Bundy, cât și victimele sale sunt romantizate până la un anumit nivel. Bundy este portretizat ca fiind un individ viclean și fascinant, un „bau-bau”, iar victimele sale sunt descrise ca fiind inocente (Nield, 2020, pp. 10–11). În cazul producției „Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile”, Bundy este interpretat de un actor al cărui chip a fost în centrul cadrului în momentele sale de vulnerabilitate și nu în secvențele în care comitea crimele. Astfel, camerele nu surprindeau latura brutală a acestuia, pe care publicul o putea intuit a se afla în spatele acelor crime (Fathallah, 2024, p. 4). Astfel, „The Ted Bundy Tapes” și „Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile”, prin decupajul specific dispozitivului televizual/cinematografic, au minimalizat atât violența faptelor, cât și traumele prin care au trecut victimele, familiile și comunitatea (Nield, 2020).

Filmele „My Friend Dahmer” și „Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile” oferă o portretizare modernă a doi dintre cei mai notorii criminali în serie. Dahmer și Bundy sunt transformați în personaje principale, sunt umanizați și romantizați, punându-se astfel în mișcare un fenomen care se servește de empatie, simpatie și poate duce până la idolatrie. Repulsia morală pe care o stârnesc, în general, relatările mediatice despre crime, care nu sunt narativizate în cheia emisiunilor *true crime*, este anulată printr-o dublă operațiune: pe de o parte, sunt omise detaliile factuale ale crimelor săvârșite de aceștia, iar pe de altă parte, prin portretizarea ucigașilor (Milde, 2021, p. 93).

TRUE CRIME COMMUNITY ȘI FASCINAȚIA PENTRU CRIMINALII ÎN SERIE

*True Crime Community*¹ este un termen modern prin intermediul căruia se autodescriu persoanele care au construit o comunitate bazată pe pasiunea lor pentru documentarele despre crime (Fathallah, 2024, p. 5 640). În urma studiului realizat de Perchtold-Stefan *et al.*, TCC este preponderent compusă din audiențele feminine ce doresc să conștientizeze și să înțeleagă pericolele care le pândesc în societate, dar și să exerseze precauția (Perchtold-Stefan *et al.*, 2025, p. 900).

Înainte de adoptarea pe scară largă a termenului *True Crime Community*, comunitățile create de oamenii care aveau același subiect de interes erau denumite *fandom-uri* (comunitate de fani) (Nowak & Łukasiak, 2021, p. 6). Un aspect deosebit al acestor *fandom-uri* este relația parasocială ce ia naștere între membrii acestora și persoana apreciată, cea care, mediatizată pentru realizările sale, devine model pentru o anumită parte a publicului. Conexiunea creată între membrii TCC și criminali devine o latură importantă a vieții celor dintâi, unii dintre ei ajungând chiar și la dorința sau planul de a-l contacta pe criminal și a stabili o relație personală cu acesta (Nowak & Łukasiak, 2021). În alte situații, ca urmare a normalizării violenței de către mass-media și industriile culturale, prin intermediul produselor culturale create conform unui imperativ economic, are loc desensibilizarea consumatorilor. Aceștia pot ajunge să caute conținuturi cu un nivel tot mai ridicat de violență care se regăsește în subdiviziunile comunității TCC. În subdiviziuni, pe lângă distribuirea de materiale violente, membrii se încurajează reciproc să comită acte de violență din dorința de a câștiga respectul în comunitatea de fani (Smith, Cadenhead & Broekaert, 2026, p. 21).

Deși folosesc termenul de „comunitate”, mă refer la un spațiu online, nu fizic, membrii TCC regăsindu-se pe anumite rețele sociale și emulând ideea de comunitate prin adoptarea unor norme și valori de comportament specifice comunităților fizice (Fathallah, 2024, p. 5 640).

Membrii acestor comunități, care reneagă relația de admirație dintre ei și criminalii în serie, afirmă că interesul lor este îndreptat spre înțelegerea și analiza istoriei de viață a criminalului, pentru a înțelege mai bine motivația acestuia, în timp ce persoanele care fac parte din *fandom-uri* sunt interesate de aceleași informații, dar cu dorința de a crea o legătură personală profundă cu ucigașul, aici rezidând marea distincție dintre cele două mari modalități de raportare a consumatorilor de emisiuni și filme despre crime (*true crime*) (Barnes, 2015, p. 37).

În *fandom-uri*, apare contextul potrivit pentru consolidarea unor identități deviante – întărite de anonimatul potențial (Maratea & Kavanaugh, 2012). Astfel, membrii comunității interacționează între ei exprimându-și admirația față de criminal, fără ca interesul lor în acest domeniu să fie perceput drept problematic de alte persoane din exterior. Prin ascunderea identității reale are loc un proces de

¹ În continuarea articolului, desemnată prin acronimul TCC.

gestiune a sinelui (Goffman, 1963), deoarece membrii își pot prezenta acolo identitatea de fani, diferită de identitatea „nedevariantă”, din viața cotidiană. Totodată, simpla apartenență la această comunitate poate atrage o stigmă, întrucât chiar și interesul față de crime poate fi interpretat de ceilalți drept o devianță (Spychaj, 2017, p. 62).

Membrii TCC își formează propriile teorii despre o crimă sau alta pe parcursul vizionării serialelor, iar ulterior, acestea sunt discutate în cadrul comunității. În era contemporană, evoluția digitală a îndemnat pasionații de *true crime* să creeze comunități în mediul online dedicate cazurilor de crimă nerezolvate și investigațiilor în derulare. Astfel, dovezile publice apărute în investigațiile oficiale conduc la formarea unor perspective personale care sunt dezbătute în spațiul virtual. Aceste practici contribuie la creșterea vizibilității cazurilor, însă implicarea membrilor din TCC se rezumă la elaborarea teoriilor, fără a încerca să identifice noi dovezi care să le susțină, într-un demers de investigație pe cont propriu, al cărei scop este fie să invalideze varianta oficială, fie să aducă detalii necunoscute într-un caz cunoscut (Jones, 2023, p. 163). Studiul desfășurat de cercetătorii Geier și Mooney (2026) a arătat că membrii TCC ajung să considere victimele niște personaje secundare care sunt prezente în poveste doar pentru a contribui la complexitatea criminalului. Consumatorii de conținut *true crime* au menționat că lipsa informațiilor despre trecutul victimelor face ca spectatorii să nu le resimtă ca personaje importante, să nu-și amintească numele lor și să nu poată empatiza cu ele, în timp ce detaliile personale despre criminal sunt integrate pe tot parcursul vizionării produsului audiovizual (Geier & Mooney, 2026, pp. 5–6).

În spațiul digital, informațiile despre criminalii în serie sunt reinterpretate printr-o serie de practici. Avem, pe de o parte, consumul de conținut creat de platformele de *streaming*. Apoi distribuirea de informații despre aceștia pe mai multe platforme, inițierea unor discuții în secțiunea de comentarii și/sau crearea unor materiale video specifice rețelelor de socializare. Penultima practică, respectiv secțiunea de comentarii, este o modalitate prin care se creează discuții care de cele mai multe ori nu sunt controlate din cauza lipsei unei autorități de reglementare, fiind, cel mult, moderate conform regulilor comunității online (Glitsos & Deuze, 2025, pp. 5 693, 5 699).

În interiorul comunităților de tip *fandom*, una dintre strategiile de gestionare a identității de fan este distanțarea socială (Qiu, 2012). Distanțarea socială are loc atunci când un grup se detașează de comunitate pe baza diferențelor de valori și se formează astfel o micro-comunitate (Spychaj, 2017, p. 74). Un exemplu, pentru membrii TCC, ar fi acele sub-grupe care trec „granița” de la interes față de caz către interes față de criminal și ulterior către idolatrie, în felul acesta abătându-se de la normele comunității. Aceste facțiuni ajung să-i idolatrizeze pe criminalii în serie, să dezvolte obsesii – meritându-și numele de „*groupies*” (fanatici). Unele activități ale acestora, cum ar fi să trimită scrisori criminalului sau să organizeze aniversări pentru aceștia, se abat de la standardele TCC, dovedind totodată și lipsă de respect față de victime (Jimenez, 2023, p. 5).

Bonn Scott (2014) explică astfel fenomenul: interesul acestor membri față de criminali se adâncește, transformându-se în obsesie, iar în unele cazuri, ajungându-se chiar la romantizare. În unele situații, fanii tind să stabilească relații cu criminalii în serie. Obsesia membrilor acestor grupuri constă în dorința de a afla detalii confidentiale care nu sunt dezvăluite public, pentru a-și satisface nevoia de atenție și a-și valida sinele în cadrul comunității (Bonn, 2014, p. 206).

Apartenența la aceste *fandom*-uri nu se limitează la crearea unei identități de fan. În interiorul comunităților există procese prin care este creată o ierarhie care poate întări competitivitatea dintre membri (Forner *et al.*, 2025, p. 7). În acest sens, identificarea de informații necunoscute încă despre criminalii cunoscuți rămâne principalul instrument prin care membrii acestor comunități pot obține un **capital subcultural** (Thornton, 1995). O altă practică, referitoare la ucigașii mai puțin cunoscuți publicului larg, este ca membrii *fandom*-urilor să găsească și să prezinte detalii nuanțate despre povestea de viață și crimele comise de aceștia. Devine evident că există o relație de proporționalitate între capitalul subcultural obținut ca urmare a dezvăluirii de informații inedite despre un criminal în serie și efortul depus pentru a identifica acele informații (Fathallah, 2023, pp. 153–154). Totodată, membrii *fandom*-urilor dobândesc capital social prin vizibilitatea, distribuirea și aprecierea materialelor create de ei (Fathallah, 2024, p. 256).

Statutul de celebritate al criminalilor a fost abordat de Braudy (1986), care susține că celebritatea modernă nu mai are un statut eroic și că este considerată mai flexibilă și mai volatilă decât în trecut. De aceea, statutul de celebritate poate fi dobândit acum și de către oameni obișnuiți, dar care apar în *reality show*-uri: nu mai e nevoie să faci ceva eroic sau să ai un talent pentru a deveni celebru – dar și, pe de altă parte, de persoane ale căror acțiuni sunt opusul eroismului, cum ar fi criminalii în serie. Se recunoaște existența unei legături strânse între mass-media și producțiile cinematografice din categoria *true crime*, deoarece fascinația publicului față de crime duce la creșterea audienței produselor audiovizuale axate pe criminalii în serie (Haggerty, 2009, p. 174). Una dintre strategiile obișnuite ale mass-media pentru a obține audiență/rating masive este acordarea de porecle criminalilor în serie („Night Stalker” pentru criminalul Richard Ramirez, „Canibalul din Milwaukee” lui Jeffrey Dahmer iar John Wayne Gacy a fost cunoscut drept „Clovnul ucigaș”). Acest lucru funcționează ca un element senzaționalist, declanșând procesul care culminează, în unele cazuri, cu romantizarea criminalilor în serie (Majer, 2023, p. 16).

Conform lui Jimenez, criminalii în serie sunt prezentați în producțiile cinematografice într-unul dintre următoarele trei moduri: ca simboluri sexuale, ca celebrități, ca urmare a senzaționalizării faptelor lor sau sunt portretizați ca niște monștri (Jimenez, 2023, p. 3). Cu privire la primul mod de prezentare, sexualizarea criminalilor le crește reputația, mai ales în rândul femeilor. Acest fenomen are loc deoarece actorii care interpretează un ucigaș au deja formată o bază de fani, printre care se numără femeile care-i consideră atractivi (Jimenez, 2023, pp. 3–4).

Actorii ajung să-și „mute” sexualitatea deja consacrată în noul rol, lucru care transferă atractivitatea dinspre actor spre personaj și de acolo spre criminal.

Al doilea aspect al prezentării criminalilor în filme și producții audiovizuale este senzaționalizarea. În mediul online, senzaționalizarea are loc mai întâi prin titlurile care sunt date articolelor. Nu în ultimul rând, imaginea de monstru este creată prin asocierea unor termeni precum *psihopat*, *maniac* sau *prădător*, păstrând astfel ridicat interesul audiențelor față de aceștia (Jimenez, 2023, p. 4).

Teoria construcției sociale a realității, dezvoltată de Peter Berger și Thomas Luckmann (1966), poate explica puterea produselor culturale de a influența modul în care percepem evenimentele, dar și lumea în general (Dhaliwal, 2025). Cinematografia influențează publicul care consumă producții despre criminali reali, prin interpretări realizate de actori percepuți în societate ca fiind atrăgători (Strutz, 2022, p. 26), lucru care face să fie mult mai dificil să se separe actorul de personajul pe care îl interpretează. Un model explicativ al normalizării violenței este propus de Strutz: acces crescut la astfel de conținuturi prin intermediul platformelor de *streaming*, consum constant, desensibilizare și, finalmente, normalizarea violenței (Strutz, 2022, p. 23). Fascinația față de criminalii în serie poate fi un mod de procesare a traumelor proprii (Johnson, 2020). Un mecanism ar fi acela de „identificare cu agresorul” (Ferenczi, 1988). Persoanele cu trecut traumatic se pot identifica cu agresorul ca urmare a consumului de producții audiovizuale despre viețile unor criminali (Johnson, 2020, p. 8). Pentru a înțelege acțiunile și comportamentul criminalului, oamenii aleg să-și însușească percepția distorsionată a criminalilor față de victime (Johnson, 2020, p. 9).

În același timp, prezentarea, prin film, a rutinei zilnice a ucigașului până în momentul în care se ajunge la comiterea crimei de către acesta oferă spectatorului oportunitatea de a empatiza cu criminalul (Thiem, 2024, p. 266). Genul *true crime* atrage un public feminin mai numeros în raport cu cel masculin, chiar dacă ambele categorii sunt interesate să înțeleagă modul în care funcționează mintea criminală. Diferența dintre cele două constă în dorința publicului feminin de a elimina incertitudinea, oferind explicații raționale pentru criminalitatea cu violență (Perchtold-Stefan *et al.*, 2025, pp. 900–901).

Isenberg a analizat profilul femeilor atrase de ucigașii în serie și a descoperit un istoric al acestor femei marcat de abuzuri, dificultăți în familie, relații nereușite cu bărbații, dar și nevoia de autoritate și control. În urma cercetării, a rezultat că femeile atrase de criminali au experimentat traume în trecut, trăind într-o lume imaginară. Ele își doresc parteneri pe care să-i controleze total, iar ucigașii închiși pot fi considerați pretendenți potriviți pentru astfel de relații romantice inegale (Isenberg, 2021). Pe de altă parte, criminalii respectivi reprezintă Răul, iar fanele care urmăresc să stabilească o relație de natură afectivă cu aceștia încalcă direct tabuurile societății (Nowak & Łukasiak, 2021, p. 9).

Treggia și colegii au studiat modul în care femeile își exprimă atracția față de ucigași în mediul online, pe platforma TikTok. În acest caz, femeile care erau

atrasede actorii care îi interpretau pe ucigași își transferau fascinația spre criminalii reali, iar gravitatea faptelor acestora era minimalizată în secțiunea de comentarii prin autoironie. Această autoironie era exprimată prin comentarii care sugerau dorința femeilor de a fi victimele criminalilor (Treggia *et al.*, 2025). Materialele audiovizuale prezente pe această platformă îi înfățișau pe infractori în cadre care accentuau latura lor protectoare, iar ulterior, în secțiunea de comentarii, femeile lăsau mesaje care sugerau că dragostea i-ar putea vindeca de impulsul de a ucide (Treggia *et al.*, 2025, pp. 6–7).

METODOLOGIE

Acest studiu evidențiază factorii care contribuie la procesul de romantizare a criminalilor în serie, pornind de la analiza opiniilor exprimate de foști și actuali consumatori ai genului *true crime*. Printre întrebările de cercetare care au stat la baza studiului s-au numărat:

Care sunt factorii care contribuie la romantizarea criminalilor în serie?

Care este rolul producțiilor cinematografice în procesul de romantizare?

Ce tipuri de consumatori *true crime* ar lua parte la fenomenul de romantizare?

Care sunt modalitățile de romantizare a profilului criminalului în serie prin intermediul TCC prezente pe rețelele de socializare?

Metodologia cercetării a inclus un studiu exploratoriu calitativ, realizat cu ajutorul interviurilor de tip față-în-față. Convorbirile s-au desfășurat în spații publice, iar înainte de începerea propriu-zisă a interviurilor, participanții și-au oferit acordul privind înregistrarea discuțiilor, după ce au fost informați despre scopul și obiectivele studiului, precum și despre modalitatea de stocare a informației (transcrierea interviurilor și păstrarea lor în format tipărit, fără datele personale ale subiectului și distrugerea înregistrărilor audio după transcrierea interviurilor).

Dialogurile au fost înregistrate de pe telefonul personal, folosind aplicația „Voice Memos”, având durate între 50 și 90 de minute. Pentru realizarea transcripturilor a fost utilizat programul web „Word Online”. Codificarea respondenților a fost realizată manual, prin atribuirea unui cod regăsit și în analiza rezultatelor.

Selecția respondenților s-a realizat pe baza unui singur criteriu, respectiv vizionarea cel puțin a unui film, serial sau documentar despre un criminal în serie real. Astfel, în faza inițială, din lotul de subiecți au făcut parte 13 femei și 4 bărbați. Întrucât numărul respondenților de sex masculin a fost redus, fapt care nu permitea realizarea unei analize comparative, în final au fost analizate doar cele 13 interviuri cu femei.

Pentru investigația realizată, a fost ales acest instrument de cercetare deoarece a permis o mai mare flexibilitate și, totodată, a fost diminuat riscul de non-răspunsuri care ar fi putut exista prin aplicarea chestionarului. A fost utilizat un ghid de interviu semi-structurat, organizat tematic astfel: pasiunea pentru *true crime*; perspectiva respondentelor asupra criminalilor în serie; fenomenul de

romantizare; portretizarea criminalilor în film/seriale; influența platformelor de *social media* asupra romantizării și participarea la comunitatea *true crime*.

Temele studiate în cadrul interviurilor au avut ca scop stabilirea factorilor de interes ce au motivat intervievații să consume conținut *true crime*, explorarea debutului acestei pasiuni și a obiceiurilor asociate, urmărind în paralel și formarea involuntară a unei relații între respondent și criminalii în serie. Ghidul a fost elaborat astfel încât să permită identificarea: **1.** factorilor care au favorizat glorificarea criminalilor în serie; **2.** tipurilor de persoane predispuse fenomenului de romantizare; **3.** impactului rețelelor de socializare; **4.** percepțiilor participanților la cercetare față de comunitatea *true crime*.

În vederea înțelegerii fenomenului de romantizare a criminalilor în serie din filme și seriale, populația investigată pe parcursul studiului a fost reprezentată de 13 femei cu vârstele cuprinse între 20 și 28 de ani, care au vizionat sau vizionează în mod constant conținut din aria *true crime* (vezi tabelul nr. 1).

Limitele cercetării au fost dimensiunea redusă a eșantionului și a intervalului de vârstă al respondentelor.

Tabelul nr. 1

Filme vizionate de subiecții participanți la interviuri

FILME/SERIALE VIZIONATE	Număr subiecți incluși în lot care au vizionat filmul
Monster: The Jeffrey Dahmer Story (2022)	10 subiecți
Conversations with a Killer: The Ted Bundy Tapes (2019)	6 subiecți
Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile (2019)	4 subiecți
Night Stalker: The Hunt for a Serial Killer (2021)	4 subiecți

REZULTATELE CERCETĂRII

PASIUNEA PENTRU *TRUE CRIME* ȘI MULTIPLELE SALE PERSPECTIVE

Majoritatea respondentelor au început vizionarea filmelor și seriialelor de tip *true crime* înainte de a împlini 18 ani. Răspunsurile referitoare la timpul alocat vizionării acestui tip de producții audiovizuale au permis identificarea a patru grupuri de subiecți: **1.** persoane care vizionează filme pe fundalul activităților zilnice; **2.** persoane care vizionează filme atunci când dispun de timp liber și aleg să le prioritizeze; **3.** persoane care și-au reevaluat prioritățile și au ajuns să le vizioneze mult mai rar decât o făceau înainte; **4.** persoane care vizionează filmele sau seriialele seara sau în weekend.

Anumite respondente au început să vizioneze astfel de filme și seriale alături de alți membri ai familiei, în timp ce restul participantelor au descoperit conținuturile de tip *true crime* online.

Principalul motiv care a dus la apariția pasiunii pentru *true crime* a fost curiozitatea, urmată apoi de fascinație și nu în ultimul rând, a fost menționat rolul de informare pe care l-ar îndeplini aceste producții pentru respondente. Curiozitatea le-a fost stârnită de recomandările oferite de platformele de *streaming*, cât și de promovarea intensă a producțiilor acestora în spațiul online: „*Sună foarte ciudat că, nu știu oare, îmi plăcea cum mă făcea să mă simt, frica într-un fel*” (S1, 21 ani). Mai multe respondente au precizat că producțiile acestea au la bază fapte reale și sunt realizate foarte realist, fapt ce conduce la un sentiment de frică.

Popularizarea genului *true crime* a dus la o creștere rapidă a producțiilor de gen. Majoritatea tinerelor femei respondente nu consideră că multitudinea de produse audiovizuale din genul *true crime* ar avea efecte negative, ci, dimpotrivă, ele ar constitui producții cu caracter informativ și/sau educativ, ducând la recunoașterea și conștientizarea riscurilor sociale: „*Mi-a întărit mie cumva sentimentul ăsta (...) cumva de grijă cu cine intru în contact*” (S7, 21 ani); „*Am început să am mai multă grijă la împrejurimile mele și să analizez mai mult oamenii care îmi sunt în jur*” (S8, 21 ani). Câteva interviuate și-au exprimat îndoiala în legătură cu genul *true crime*, fiind de părere că rolul informativ a fost deja îndeplinit de mass-media, la prima prezentare a crimelor, iar noile producții audiovizuale, create cu mijloacele cinematografiei sau televiziunii, doar ar oferi altor oameni diverse *modus operandi* pentru comiterea de acte violente: „*Cred că de aici se inspiră foarte mulți și în viața reală*” (S13, 21 ani). Simultan, din cauza cererii mari pentru astfel de creații, criminalii sunt ridicați la statutul de personaj, iar prezentarea lor în dispozitivul televizual atenuază lectura „realistă”, permițând o lectură în cheie ficțională.

Fiecare respondentă a avut o perspectivă diferită asupra criminalității, însă am identificat și elemente comune. Unele dintre ele au considerat că criminalitatea este deja normalizată – atât prin prezentarea disproporționată în mass-media și în produsele culturale, cât și prin desensibilizarea produsă de acestea asupra audiențelor, cu privire la actele de violență și abuz: „*Într-o măsură este normalizat din faptul că eu nu mai văd din partea oamenilor (din comunitatea *true crime*, n.n.) o empatie față de victime*” (S2, 21 ani). Celelalte interviuate neagă existența unei corelații între a privi și a acționa.

Întrucât tema de cercetare este romantizarea crimelor în serie prin intermediul produselor audiovizuale, în acest studiu s-a încercat identificarea categoriilor de producții cinematografice pe care respondentele le denumesc *true crime*. Astfel, o mare parte dintre interviuate au clasificat în aceeași categorie filmele și seriile: „*Foarte multe seriale și filme despre criminali în serie se folosesc de această predispoziție a masei de a se uita la ceva frumos și uită de scopul educativ*” (S10, 21 ani). Diferența dintre cele două nu a fost menționată, însă unele participante au detaliat neconcordanța dintre filmele și documentarele *true crime*.

O parte dintre respondente au preferat să se uite la documentare în detrimentul serialelor și filmelor, deoarece în cazul acestora sunt oferite informații detaliate, părând mai apropiate de realitate, dintr-o perspectivă obiectivă.

Pe de altă parte, respondentele consideră că intervenția scenaristului în producțiile de tip film și serial poate îndepărta produsul final de evenimentul real și îl mută în regimul ficțiunii: *„Am urmărit de foarte puține ori un film sau un serial inspirat dintr-un caz real al unui criminal în serie pentru că acolo intervine și percepția scenaristului, e o viziune personală cumva și totul devine foarte subiectiv, sunt alterate unele informații”* (S7, 21 ani).

Respondentele care au preferat filmele și seriile în detrimentul documentarelor despre *true crime* au motivat alegerea prin implicarea telespectatorului în acțiune, care le permitea să reconfigureze vizual evenimentele printr-o dimensiune ficțională: *„Depinde de nivelul la care ajungi să te pui în pielea celui... celui personaj”* (S3, 25 ani).

Filmele, seriile sau documentarele despre infracționalitate au trăsături specifice, în funcție de tipul de criminalitate pe care îl abordează. Astfel, în această cercetare s-a analizat dacă respondentele preferă să urmărească produse audiovizuale despre crimele cu violență, în detrimentul altor forme de infracționalitate (i.e., filme despre escroci, despre crima organizată/mafie etc.): *„Cea violentă e cea mai căutată, cea mai vizionată pentru că implică mai mult emoțional. Da, pot să fie oameni care suferă din cauza celorlalte tipuri de crime, dar cea violentă e cea care provoacă cele mai multe schimbări”* (S2, 21 ani). Un aspect interesant este că majoritatea respondentelor au asociat criminalitatea violentă cu omorul, deși aceasta cuprinde și alte agresiuni neprecizate: *„Dacă ți se prezintă o crimă violentă, un omor, este posibil să te atragă mult mai mult chestia asta pentru că intri într-un teritoriu necunoscut și nu poți să găsești aceleași justificări pe care ai putea să le găsești la alte acte de criminalitate”* (S8, 21 ani). Concomitent, au fost oferite motive diverse pentru care în general criminalitatea violentă este preferată în detrimentul celorlalte, de către spectatori.

Actele de criminalitate cu violență sunt percepute ca fiind complexe datorită impactului emoțional puternic asupra audiențelor, violenței extreme exercitate asupra victimelor și consecințelor resimțite de familiile acestora. Trăsăturile menționate sunt esențiale pentru a înțelege preferința publicului pentru criminalitatea violentă. Tinerele femei au menționat prezența frecventă a producțiilor audiovizuale care abordează criminalitatea violentă în clasamentele săptămânale ale platformelor de *streaming*.

Criminalitatea economică și crima organizată au fost asociate de respondente cu indivizi ce posedă un statut recunoscut în societate: *„Pentru mine, în percepția mea, asta cu «economică» se întâmplă la persoanele care au putere mare financiară”* (S4, 20 ani). Alternativ, criminalitatea cu violență afectează oameni de toate felurile, iar interesul și atractivitatea sunt susținute și de lipsa iraționalului aparent al actelor respective.

CRIMINALUL ÎN SERIE DIN PERSPECTIVA PARTICIPANTELOR LA INTERVIU

Tinerele femei care au participat la acest studiu au fost rugate să definească un criminal în serie. O parte dintre intervievate au menționat un număr minim de crime comise de același făptaș într-un interval de timp. Varietatea de caracteristici atribuită acestuia de către respondente a permis crearea unui portret mai amplu. Criminalul în serie a fost descris ca fiind o persoană care nu are o busolă morală și care acționează într-un mod violent pentru a-și satisface anumite gânduri sau dorințe. I s-au atribuit, de către respondente, etichete precum psihopat, sociopat sau nebun: „*Un sociopat sau psihopat. E ultimul nenorocit care nu are ce să facă altceva decât să facă o nenorocire cât capul lui de mare. Nu pot să fiu decentă*” (S5, 21 ani).

Au fost menționate și trăsături pozitive, precum nivelul înalt de inteligență și comportamentul calculat. Așadar, au reieșit următoarele aspecte asociate criminalului în serie: prezența unui tipar în alegerea victimelor („*Ajunți să-ți creezi un tipar de persoane pe care să ajunți să le omori*”, S7, 21 ani), modul de a acționa („*Nu neapărat locul, poate să fie pur și simplu și modul în care își omoară victimele sau ce face cu ele după ce le omoară*”, S2, 21 ani) și păstrarea unor trofee prelevate de la victime („*Le face un semn distinct al lui să știe că a fost victima lui, fie după ce le ucide, păstrează ceva a lor, fie... exact ca un trofeu, fie o șuviță de păr, fie câte un deget*”, S2, 21 ani).

În contextul prezent, persoanele participante la studiu au fost rugate să menționeze un personaj criminal care le-a rămas în minte. Toate intervievatele au demonstrat că sunt familiarizate cu noțiunea de criminal în serie, însă nu toate au numit unul. Au fost oferite numele criminalilor în serie a căror poveste a fost ecranizată, precum Jeffrey Dahmer, Ted Bundy, Richard Ramirez, Ed Kemper și Zodiac Killer, dar și ucigași care nu se încadrau în această categorie cum ar fi frații Menendez, Aurora Rodriguez și Gheorghe Dincă. Concluzia este că respondentele au reținut criminalii care le-au marcat cel mai mult din diverse motive precum: vârsta apropiată de cea a victimelor, empatizarea cu parcursul vieții criminalilor și lipsa de înțelegere față de motivația crimei.

Respondentele au considerat, în unanimitate, că este important ca istoricul criminalilor să fie inclus în filmele și seriilele *true crime*. Prin intermediul acestuia se oferă contextul faptelor săvârșite. Ucigașul este prezentat ca o ființă dotată cu sensibilitate, lucru care face posibilă empatizarea, din partea audiențelor: „*Ei prezintă doar povestea acelei persoane și de ce a recurs la acele evenimente, mă rog, la acele lucruri. Nu prea le pasă de victime și de durerea pe care au provocat-o criminalii în urma deciziilor lor*” (S4, 20 ani). În funcție de interesul producătorului și miza cinematografică, se pune accent mai mult pe povestea criminalului, lucru ce poate fi folosit drept argument de către persoanele care participă la romantizare. Intervievatele au considerat că empatia față de criminal este o dovadă a lipsei de empatie față de victime: „*O lipsă de empatie vizavi de victime și de familiile*

victimelor. *Adică mi se pare ciudat cum empatia de cele mai multe ori se duce către criminal decât spre victimă*” (S3, 25 ani).

Deși respondentele sunt conștiente de faptele criminalului, unele au ajuns să empatizeze cu un criminal, pe baza modului în care a fost prezentat ca personaj. O respondentă a făcut o paralelă între copilăria proprie și cea a lui Dahmer, precursora a unei conexiuni empatice: *„Serialul cu Dahmer, am avut la un moment dat, un nu știu, poate din privirea personajului care era la un moment dat blândă, știi și modul în care el era așa singuratic și nu știu ce și atunci m-a făcut așa un pic să mă duc spre empatie”* (S6, 28 ani). În discuțiile cu respondentele despre criminalii-personaje fictive, vinovăția față de empatizarea cu aceștia este mai puțin prezentă: *„Eu empatizez cu personajele negative (...) ficționale, pentru că știu că nu există ceva ce a afectat cu adevărat pe cineva”* (S3, 25 ani).

INDUSTRIA CINEMATOGRAFICĂ ȘI PORTRETIZAREA CRIMINALILOR

Mai multe respondente au considerat că produsele cinematografice din aria *true crime* prezintă o perspectivă mai puțin realistă. În cazul filmelor și serialelor, accentul cade exclusiv pe criminali – însă nici pe aceștia, de cele mai multe ori, nu îi portretizează corect. Le este creată o reprezentare favorizantă pentru ca povestea să aducă profit. Din acest motiv poate apărea și romantizarea, deoarece fără ea s-ar pierde un fir narativ puternic, ceea ce ar duce la scăderea audienței și a vizualizărilor.

Popularitatea creațiilor cinematografice din aria *true crime* este datorată faptului că personajele negative devin protagoniști: *„Adesea criminalii au o poveste mult mai interesantă în spate și au mult mai multe de spus, sunt mult mai interesați, mai șarmanți, mai carismatici decât o persoană random”* (S3, 25 ani). Personajele negative s-au aflat întotdeauna în centrul atenției publicului, prin complexitatea lor. În schimb, personajele pozitive, care sunt de cele mai multe ori victimele, nu sunt prezentate la fel de extensiv.

Romantizarea este strâns legată de o perspectivă mai puțin realistă, deoarece include și factorul de atractivitate. Sunt aleși actori atractivi din punct de vedere al standardelor societății pentru a capta atenția publicului și pentru a îi determina să consume respectivul conținut.

Un factor important menționat de către respondente este punerea în scenă a întregii povești. Dacă interesul regizorilor este de a obține un profit considerabil, se va promova o viziune idealizată. Astfel, prin mijlocul ales, va fi inclusă și romantizarea criminalilor, respondentele oferind drept exemplu serialul *„Dahmer-Monstru, Povestea lui Jeffrey Dahmer”*. Unele persoane au considerat, dimpotrivă, că prin natura lor, filmele și serialele sunt menite să prezinte o perspectivă fictivă, majoritatea acestora având același fir narativ, însă diferind locul și personajele: *„Sunt foarte multe seriale de acest gen care au cam aceeași bază. Ce diferă este personajul principal și numele personajelor, că în schimb, marea majoritate a*

acestor filme, seriale sunt la fel” (S4, 20 ani). Acest punct de vedere susține că genul *true crime* este o categorie extrem de profitabilă, care contribuie la desensibilizarea și dezumanizarea publicului, exploatând un subiect traumatic pentru anumiți indivizi.

O mare parte dintre interviuate au considerat că romantizarea criminalilor este mai frecventă în filmele sau seriile regizate de bărbați, deoarece aceștia tind să empatizeze cu natura masculină, motiv pentru care îi prezintă pe criminali într-un mod mai favorabil: „Trebuie să empatizez cu natura masculină, că sunt frați de ai mei, sunt până la urmă bărbați, știi – și bărbații trebuie până la urmă să empatizeze cu bărbații” (S9, 25 ani).

În aceeași logică, respondentele consideră că filmele de tip *true crime*, dacă ar fi regizate de femei, ar prezenta o perspectivă empatică față de victime, povestea nu ar fi denaturată, iar atenția asupra detaliilor, cât și asupra alegerii actorilor ar fi sporită: „Mă gândesc că ar fi fost mult mai multă atenție la detalii. S-ar fi empatizat mai mult și cu victimele și ar găsi un actor care să fie cât mai aproape de realitate decât unul care să fie atractiv și să-l pună acolo doar pentru că știi că e popular” (S8, 21 ani). Astfel, filmele ar fi avut o latură psihologică profundă.

Celelalte participante au menționat interesul producătorului deoarece dacă se dorește obținerea unui câștig semnificativ de pe urma produsului audiovizual, o să fie ales firul narativ care o să asigure o audiență ridicată. Astfel, romantizarea ar putea fi prezentă indiferent de sexul regizorului.

Din perspectiva respondentelor, ansamblul de elemente care contribuie la romantizarea criminalilor în serie este format din: aspectul fizic, carisma și povestea relatată. Interpretarea criminalilor este realizată de actori considerați atrăgători de publicul consumator, în timp ce carisma percepută este dobândită și amplificată de modul în care este filmat actorul care-l interpretează pe criminal. Pe de altă parte, modul de prezentare narativă a poveștii, cu accent pe povestea de viață a criminalului, conduce la o umanizare treptată a acestuia, lucru care poate produce o percepție atenuată a gravității faptelor comise.

VIZIUNEA CELOR CARE ROMANTIZEAZĂ

Romantizarea criminalilor este criticată de respondente. Majoritatea și-au exprimat dezacordul față de fenomenul în cauză, considerându-l un rezultat al portretizării audiovizuale a crimelor în serie și, mai recent, al comunităților de fani create pe rețelele de socializare.

Publicul creează o legătură emoțională cu actorul, iar în actul de consum al produsului vizual se detașează de realitate, consideră respondentele: „Deci cred că este mai mult un produs media decât o conștientizare reală a ceea ce s-a întâmplat. Adică nu cred că înțelegem cu adevărat ce s-a întâmplat” (S3, 25 ani). Așa cum au afirmat și interviuatele, spectatorul este imersat într-o lume ficțională, fascinantă,

unde este condus cu ajutorul suspansului printr-o poveste creată pe baza criteriilor de producție a ficțiunii. Ambiguitatea morală subiacentă acestui tip de producție este un efect căutat de către companiile de producție TV/cinematografică. Un mecanism prin care ar funcționa aceste producții ar fi redirecționarea atenției de la crimele comise spre un răspuns emoțional, care duce la empatizarea cu criminalul, la crearea unei legături emoționale privilegiate și, în unele cazuri, la fantezii personale ale spectatorilor cu personajul criminal (Treggia *et al.*, 2025).

Totuși, printre respondente au fost și persoane care au considerat că reacția empatică față de criminalul respectiv este în regulă, având în vedere contextul său traumatic sau în situația în care spectatorii au trecut prin experiențe neplăcute similare: „Începi să empatizezi cu el, pentru că e posibil să fi trecut și tu prin niște experiențe similare” (S8, 21 ani). Familiaritatea cu evenimentele traumatiche ar favoriza, astfel, dezvoltarea unei relații parasociale între spectator și criminal, transformând treptat empatia în romantizare.

Majoritatea respondentelor au considerat că această romantizare potențială nu este văzută ca o problemă serioasă: „Nu, nu consider că e tratat cu destulă seriozitate pentru că și acum circulă pe TikTok, pe Instagram, pe toate aceste platforme edit-uri în care sunt romanizați, în care sunt iertați, iar lucrurile astea ajung la copii mici, la oameni care nu înțeleg și mi se pare din nou că se minimizează” (S3, 25 ani). Acest lucru se vede și din alegerea unor actori atractivi pentru a juca rolul criminalului, din alegerile narrative și din modul de filmare, iar aceste tehnici de producție sunt considerate de către respondente o lipsă de respect față de victime.

Există și excepții – documentarele, a căror „rețetă de producție” include și vocile persoanelor implicate în anchetă, ale căror declarații detaliază modalitatea de acțiune și locurile unde au fost comise crimele, consolidând astfel o viziune neromantizată, fidelă faptelor și coroborată din mai multe perspective. Filmele și seriile nu prezintă același tipar, accentul pe narativizare specific ficțiunii favorizând implicarea emoțională a spectatorului. Distribuirea de colaje video în media digitală, care evidențiază trăsăturile carismatice ale actorului, e o dovadă a unei atenții fixate asupra acestuia și nu asupra individului real care a comis acele fapte: „Ziceau că personajul e criminalul, când de fapt omul ăla e alt om separat” (S10, 21 ani). Influența rețelelor, în opinia respondentelor, conduce nu la informare/educare/creșterea conștientizării unui fenomen, ci la amplificarea fenomenului: „Deci social media nu face nimic altceva decât să perturbe o realitate care ar trebui, de fapt, să fie conștientizată” (S5, 20 ani).

Gama de raportări ale interviuvelor la romantizarea criminalului în serie s-a întins de la inexplicabil în lipsa unei participări active a lor la fenomenul de romantizare la inevitabil, deoarece oamenii au avut întotdeauna o fascinație pentru criminalii în serie.

Intervievatele au considerat că la fenomenul de romantizare a criminalilor în serie participă și publicul care nu a mai avut o experiență anterioară cu genul *true crime*. Astfel, în cazul în care publicul nu are o bază de informare anterioară, nu poate identifica neconcordanțele dintre informații și există riscul să considere drept fapte niște informații care nu sunt adevărate.

Totodată, respondentele au apreciat că femeile sunt implicate emoțional în vizionarea acestor producții într-un număr mult mai mare decât bărbații: „*Mă gândesc, foarte multe fete, ele sunt atrase de acest concept și consideră că și un criminal ar putea să fie, să facă să pice în această tipologie de bad boy și s-ar îndrăgosti de ele și nu le-ar omorî*” (S8, 21 ani). Din punctul de vedere al participantelor, femeile consumă conținuturi audiovizuale în care perspectiva despre dragoste este distorsionată. Este promovată ideea că prin implicarea emoțională, ar putea să-l determine pe ucigaș să se îndrăgostească de ele și nu le-ar răni, ideal amplificat de atracția față de aspectul fizic al actorului care îl joacă pe criminal.

În același timp, criminalii exercită o formă de control asupra victimelor, iar această dinamică de putere este percepută de anumite femei drept atractivă: „*Iar la femei mai e și ideea cât de tare este internalizată puterea pe care o au bărbații asupra noastră*” (S1, 21 ani). Astfel, în urma interviurilor, puterea aceasta manifestă ar fi o particularitate a tipologiei de „*bad boy*” (băiat rău).

Bărbații menționați anterior ar lua parte la fenomen, în opinia respondentelor, doar dacă ar fi avut la rândul lor gânduri legate de uciderea cuiva: „*S-ar putea să existe bărbați care divinizează criminali în serie de sex masculin, tocmai că au și ei astfel de gânduri sau astfel de viziuni*” (S8, 21 ani). O mare parte dintre tinerele femei respondente au considerat că există diferențe semnificative în modul în care generații diferite se raportează la criminali: „*Cred că atunci când cineva spargea tiparele în sensul ăsta dramatic, cred că involuntar ajungeai cumva să i te alături, să îl susții, să-i oferi o oarecare empatie și sprijin pentru că era ceva ce tu nu îndrăzneai, dar nu la modul de a omorî, ci la modul de a sfida un sistem care te zdrobea*” (S3, 25 ani). Aceasta este imaginea de ansamblu a participantelor asupra generațiilor contemporane cu criminali în serie precum Ted Bundy. Oamenii nu empatizau cu actele lor violente, ci cu ideea contestării normelor impuse. Criminalii întruchipau o formă extremă de revoltă pe care unii oameni și-ar fi dorit-o, însă nu aveau curajul să o exprime.

Anumite intervievate (S1, S2, S5, S6, S7, S8, S10, S11) au considerat că rețelele de socializare moderne au crescut riscul de romantizare a criminalilor, printr-o participare emoțională crescută în actul de consum de conținuturi audiovizuale create pe așteptările specifice ale fiecărei platforme. Altele (S3, S9) însă au considerat că nu există nicio diferență între generații cu privire la romantizarea criminalilor în serie, iar singurul aspect care ar fi putut induce această idee e faptul că în generația actuală romantizarea criminalilor este mult mai vizibilă datorită rețelilor de socializare, totul petrecându-se la vedere, online.

TIPOLOGII ALE CONSUMATORILOR DE PRODUSE CULTURALE DIN GENUL *TRUE CRIME*

Deși idolatrizarea ucigașilor nu a apărut odată cu producțiile cinematografice despre aceștia, acestea au contribuit la schimbarea comportamentului spectatorilor. Din răspunsurile respondentelor, am identificat șase tipologii de consumatori de produse de tip *true crime* care iau parte la fenomenul de romantizare (tabelul nr. 2).

Tabelul nr. 2

Tipuri de consumatori de produse culturale de tip „*true crime*”
care iau parte la fenomenul de romantizare, din perspectiva respondentelor

• Victimele oglindite – Persoanele care au avut parte de experiențe traumatice similare criminalilor.
• Consumatorii neexperimentați – Publicul care nu dispune de o experiență anterioară cu genul <i>true crime</i> , fiind ușor influențabil ca urmare a gândirii critice incerte.
• Persoanele atrase de aparențe – Persoanele care sunt fascinate de aspectul fizic al actorilor care interpretează criminalii reali, lucru ce face dificilă disocierea acestora de rolurile pe care le interpretează.
• Femeile salvatoare – Femeile care au consumat conținut care le-a distorsionat perspectiva asupra dragostei. Ele consideră că pot vindeca ucigașii de latura lor criminală, aflându-se în afara oricărui pericol.
• Bărbații alienați – Sunt bărbații care împărtășesc aceleași credințe sau gânduri similare cu criminalii.
• Admiratorii adolescenți – Pentru adolescenți, singurul contact cu ce înseamnă crima sau criminalul are loc prin intermediul serialelor și rețelelor de socializare, deoarece nu au avut contact cu criminali în viața reală, astfel nivelul de atrocitate perceput se diminuează prin ficționalizare.

GLORIFICAREA ÎN MEDIUL ONLINE ȘI *TRUE CRIME COMMUNITY*

Majoritatea respondentelor au considerat că influența produselor culturale asupra percepțiilor generale legate de criminalii în serie este inevitabilă.

Încă din titlu, produsele culturale alimentează dorința publicului de a înțelege viziunea criminalului: „*Adică și în titlurile de știri... O femeie a fost omorâtă de către faimosul criminal nu știu ce sau criminalul x și a mai comis încă o crimă și mi se pare că se pune foarte mult accent pe el, dar nu și victimele respective*” (S8, 21 ani). O schimbare a atenției dinspre aspectul fundamental, victima și actul criminal, spre persoana sau personajul criminal invită audiența la empatizarea cu acesta.

S-a conturat ideea că depinde foarte mult și din ce zonă a mediului digital alegem să ne culegem informațiile, deoarece romantizarea se produce în principal la contactul cu conținuturile online. Toate participantele au fost de părere că fenomenul de romantizare este răspândit pe rețelele de socializare, printre care sunt

menționate: TikTok, Instagram, YouTube, Tumblr și (X) Twitter: „Mi-a sărit așa în ochi faptul că ar exista o comunitate pe Tumblr (...). Dar erau foarte multe persoane care postau pe Tumblr în comunitatea aceea, zicând că oare să-i scriu, credeți că s-ar îndrăgosti de mine dacă i-aș scrie acelui om (...) sau vedeam tot felul de poze editate cu ei, le puneau inimioare pe cap sau floricele și m-am simțit foarte inconfortabil să văd chestia asta” (S8, 21 ani). Prin intermediul platformelor online, informația este distribuită rapid. Astfel a fost popularizat acest tip de comportament: „Când aveam TikTok, mi-au apărut pe ForYou, am văzut foarte multe edit-uri cu Isabella Guzman, Ted Bundy, Ramirez” (S2, 21 ani). Romantizarea criminalilor este adusă în conștiința colectivă, iar impactul pe care îl are este vizibil în secțiunea de comentarii. Respondentele și-au amintit că au remarcat faptul că unele persoane care comentau erau îndrăgostite de aspectul fizic al criminalului și își împărtășeau fanteziile public sau le aduceau la cunoștință comunității: „YouTube (...) are foarte multe documentare de tip true crime, depinde foarte mult și la ce creator te uiți pentru că sunt... Am dat personal de o fată care cam făcea glume despre crima comisă sau încerca... Nu știu ce încerca să facă, dar nu mi-a plăcut deloc” (S8, 21 ani). Lipsa de respect față de victime a fost sesizată și în atitudinea creatorilor de conținut, în special a celor de pe platforma YouTube, care se folosesc de subiecte tragice pentru propriul interes financiar.

Intervievatele au remarcat că atât tinerii adulți, cât și adolescenții participă la romantizarea criminalilor în serie. Tinerii adulți au fost percepuți drept persoane ușor influențabile, lipsite de gândire critică. În schimb, adolescenții au fost descriși ca fiind mult mai vulnerabili în fața romantizării. Pentru majoritatea respondentelor, adolescența a reprezentat perioada de formare a personalității, iar generațiile actuale petrec majoritatea timpului liber în mediul online: „Ei se îndrăgostesc de ficționalizarea lui, nu de ce a făcut el” (S2, 21 ani). Lipsa de informare și absența unei experiențe directe îi pot face să nu considere romantizarea o problemă serioasă.

Respondentele au apreciat că în comunitatea *true crime* se regăsesc persoane pasionate de crime reale. Pentru unele respondente, apartenența la acea comunitate permite discuții despre cazuri care pot conduce la elaborarea de teorii proprii.

Intervievatele afirmă că aceste comunități *true crime* influențează în mod semnificativ percepția asupra criminalilor prin opiniile personale împărtășite publicului. Unele dintre ele consideră că persoanele care romantizează criminalii sunt o subgrupă a *True Crime Community* care s-a izolat de comunitate din cauza criticilor potențiale. A existat și o altă opinie conform căreia persoanele care romantizează criminalii în serie își creează propriile comunități și pot influența publicul prin distorsionarea imaginii criminalului, făcându-l mult mai atrăgător sau interesant. Participantele au fost de părere că oamenii care iau contact cu comunitățile idolatrizante pot accepta sau îngloba în personalitatea lor valorile transmise.

CONCLUZII

Scopul principal al acestui studiu a fost acela de a analiza fascinația oamenilor față de criminalii în serie și tendința de a îi romantiza, analizând posibile cauze și consecințe ale acestui fenomen. Totodată, a fost analizat modul în care produsele culturale contribuie la romantizarea criminalilor.

Au fost identificate trei motive posibile pentru care oamenii romantizează criminalii în serie: modalitatea de narare a poveștii de viață, complexitatea personajului bazat pe criminal și atractivitatea fizică percepută prin intermediul distribuirii unui actor considerat atrăgător de public. Fenomenul studiat a fost observat de respondente exclusiv în mediul online și astfel au fost dezvoltate, prin analiza asupra răspunsurilor oferite de participante, șase tipologii de consumatori de produse culturale din zona *true crime* care iau parte la romantizarea criminalilor în serie. În urma interviurilor au fost definite: victima oglindită, consumatorul neexperimentat, persoana atrasă de aparențe, femeia salvatoare, bărbatul alienat și admiratorul adolescent.

Consumul de producții audiovizuale (film/televiziune) devine o modalitate prin care spectatorii își pot explora sentimentele intense, precum frica, într-un spațiu sigur. Distanța pe care o creează consumul de produse culturale audiovizuale față de actele de violență extremă ale criminalilor în serie face ca frica de a nu deveni o potențială victimă să fie mult diminuată. Ficționalizarea poveștii are acest efect. Strategiile care conduc la această lectură în cheie atenuată sunt: alegerea unor actori considerați atractivi care beneficiază de o bază de fani și scenariul (narațiunea îmbogățită cu mărci ale ficționalizării) care contribuie la crearea unui personaj carismatic, care este umanizat, în timp ce gravitatea faptelor este minimalizată. Totodată, în filme și seriale are loc implicarea spectatorului în acțiune, din perspectiva criminalului. Prin această metodă este integrat punctul de vedere al spectatorilor într-o experiență care nu se regăsește în viața cotidiană.

Odată apărute, pe de o parte, platformele de distribuție (și ulterior de producție și distribuție) de conținuturi audiovizuale, și pe de altă parte rețelele de socializare, consumul de astfel de conținuturi (din gama *true crime*) s-a mutat în online, ducând la apariția unor comunități *true crime* specifice. Facțiuni din acestea au dezvoltat strategii personale de creștere a capitalului social online propriu prin implicarea în investigații personale, prin prezentarea în exclusivitate a unor informații și chiar prin crearea unor legături personale cu criminalii. Rețelele de socializare constituie vehiculul romantizării, diseminată și popularizată astfel. Însă vizibilitatea modalităților de glorificare a criminalilor poate conduce atât la dezinformare, cât și la o lipsă de respect față de victime.

Odată cu popularizarea genului *true crime*, au fost difuzate producții cinematografice care au abordat cazuri reale. Folosirea strategiilor din producțiile de ficțiune asupra unor cazuri reale, în care vocea personajului-criminal predomină și este privilegiată face să devină necesară impunerea unei limite clare între

portretizarea realistă și reprezentarea senzațională a criminalilor. În caz contrar, se ajunge la desensibilizarea publicului prin ambivalența morală indusă de firul narativ, iar gravitatea faptelor devine un aspect secundar. În plus, atunci când filmele și seriile devin principala sursă de informare pentru publicul consumator, în detrimentul știrilor, există riscul de dezinformare, deoarece aceste creații sunt bazate pe o perspectivă subiectivă și orientată spre profit. De aceea, este important ca înainte de vizionarea unui produs cultural de ficțiune, fie el film, serial sau, uneori, chiar documentar, spectatorul să aibă o bază de informare anterioară.

Prezentând în mod privilegiat criminalul, transformându-l într-un personaj atractiv și misterios, punând accentul pe stările sale emoționale, suferința victimelor se transformă într-un element marginal.

În final, una dintre posibilele direcții viitoare de cercetare a acestui fenomen ar fi mărirea eșantionului de participanți. Totodată, introducerea ca instrument de cercetare a analizei de conținut pentru a crea o comparație între declarațiile intervievaților și modul de prezentare a criminalilor în serie reali în producțiile cinematografice, reprezintă o altă posibilă direcție de cercetare.

BIBLIOGRAFIE

1. Andersen, M.M., Schjoedt, U., Price, H., Rosas, F.E., Scrivner, C. & Clasen, M. (2020). Playing with Fear: A Field Study in Recreational Horror. *Psychological Science*, 31(12), 1 498.
2. Barnes, N. (2015). Killer Fandoms Crime-Tripping & Identity in the True Crime Community. *All graduate Plan B and other Reports, Spring 1920 to Spring 202*, 726. <https://doi.org/10.26076/8595-814d>.
3. Berger, P.L., Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. United States: Penguin Books.
4. Best, J. (2020). *Social problems (Fourth edition)*. United States: W.W. Norton & Company.
5. Bonn, S. (2014). *Why we love serial killers: The curious appeal of the world's most savage murderers*. New York: Skyhorse.
6. Braudy, L. (1986). *The Frenzy of Renown: Fame and Its History*. New York: Oxford University Press.
7. Brophy, J. (1966). *The meaning of murder*. New York, NY: Ronal Whiting and Wheaton.
8. Cohen, S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics (First Edition)*. London: Routledge.
9. Dhaliwal, M. (2025). Constructions of serial killers and victims: Analysis of true crime docuseries. *Theses and Dissertations (Comprehensive)*, 2 722.
10. Fathallah, J. (2024). *Being a fangirl of a serial killer is not ok: gatekeeping Reddit's true crime community*. *New Media & Society*, 26(10), 5 638–5 657. <https://doi.org/10.1177/14614448221138768>.
11. Fathallah, J. (2023). *Killer Fandom Fan Studies and the Celebrity Serial Killer*. Bethlehem: Mediastudies press.
12. Fathallah, J. (2024). 'When it comes to the true crime community, Taylor is a legend': Social and symbolic capital among murderabilia fans. *International Journal of Cultural Studies*, 27(2), 256. <https://doi.org/10.1177/13678779231191810>.
13. Ferenczi, S. (Ed. 1988). *The clinical diary of Sándor Ferenczi*. Cambridge: Harvard University Press.

14. Forner, L., Lutz, S., Zheng, X. și Stein, J.-P. (2025). The Dark Side of Fandom: Exploring the Association between Parasocial Relationships with Celebrities and Aggression. *Media Psychology*. <https://doi.org/10.1080/15213269.2025.2562009>.
15. Foster, M.D., Tolbert, J.A. (2016). *The Folkloresque: Reframing Folklore in a Popular Culture World*. Colorado: University Press of Colorado.
16. Glitsos, L. și Deuze, M. (2025). Serial killer and the production of the uncanny in digital participatory culture. *New media & society*, 27(10), 5 693, 5699. <https://doi.org/10.1177/14614448241253764>.
17. Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. New Jersey: Englewood Cliffs.
18. Geier, V. și Mooney, R. (2026). Perceptions of True Crime Media Portrayals of Offenders and Victims. *The Journal Of Concurrent Disorders*, 9.
19. Haggerty, K.D. (2009). Modern serial killers. *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 5(2), 168–187. <https://doi.org/10.1177/1741659009335714>.
20. Isenberg, S. (2021) *Women Who Love Men Who Kill*. United States: Diversion Books.
21. Jimenez, B. (2023). The Impact of Serial Killer Media: A Content Analysis. *Purchase College*.
22. Johnson, E. (2020). The Romanticization of Violent Male Offenders: How Trauma and Internalized Sexism Can Explain Women's Fascination with Serial Killers. *CUNY John Jay College of Criminal Justice, Student Theses*, 161.
23. Jones, B. (2023). Forensic Fandom: True Crime, Citizen Investigation and Social Media. In Larke-Walsh G. S (editor), *True Crime in American Media* (pp. 163–179). London, England: Routledge.
24. Majer, E. (2023). *The Representation of Serial Killers in the Media*. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of English Language and Literature.
25. Maratea, R.J., Kavanaugh, P.R. (2012). Deviant identity in Online Contexts: New Directives in the Study of a Classic Concept. *Sociology Compass*, 6(2), 102–112. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00438>.
26. McCain, K.M. (2022). *You, Me, and the Rise of the American Serial Killer*. Accesat în data de 19 noiembrie 2025 de la: <https://mabel.wvu.edu/do/cd43300d-2b18-4783-9b9d-9a354679eaad/>
27. McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–182.
28. Milde, E. (2021). *The Changing Portrayals of Serial Killers in Popular Culture*. How 'My Friend Dahmer' and 'Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile' Invite to Sympathy for Serial Killers. *Universitetet i Oslo*.
29. Nield, M.N. (2020). Charming Child-Snatchers: Forming the Bogeyman in The Pied Piper, Peter Pan, and The Ted Bundy Tapes. *Brigham Young University*.
30. Nowak, J.K., Łukasiak, A. (2021). Romanticization of criminals by youth cybersubcultures: general introduction to the problem. *Issues in Childhood Care and Education*, 605(10), 3–16. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0015.6651>
31. Perchtold-Stefan, C., Rominger, C., Ceh, S., Sattler, K., Veit, S.-V. și Fink, A., (2025). Out of the dark – Psychological perspectives on people's fascination with true crime. *British Journal of Psychology*, 117(3), 900. <https://doi.org/10.1111/bjop.70038>
32. Qiu, M. (2012). "It's Not Her Fault!": Miley Cyrus, Fan Culture and the Neutralization of Deviance. *Yale Journal Of Sociology*, 9(53).
33. Smith, P., Cadenhead, C. și Broekaert, C. (2026, februarie). True Crime Community: Understanding the Depths of Digital Fandom and Performative Violence. *CTC Sentinel*, 19(2), 17.
34. Spsychaj, M. (2017). "Serial killers are interesting, they're not heroes": Moral boundaries, identity management, and emotional work within an online community. *Theses and Dissertations (Comprehensive)*.

35. Strutz, K., (2022). Extremely Insensitive, Shockingly Misleading and Dangerous: Exploring the Implications of Romanticizing Serial Killers in Film. *Texas State University*.
36. Thiem, A. (2024). True Crime Television as ‘Popular Legality’: Affect, Testimonial Injustice, and the Criminal (In)Justice System in Ava DuVernay’s *When They See Us*. *Law, Culture and the Humanities*, 20(2), 266. <https://doi.org/10.1177/17438721231179183>
37. Thornton, S. (1995). *Club cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity.
38. Treggia, E.V., Ioannou, M., Tzani, C., Lester, D., Rogers, L., Williams, T.J.V., Synott, J. și Drouin, M. (2025). Gen Z Hybristophilia: The Role of tiktok in Young Women’s Attraction to Deviant Men. *Deviant Behavior*, 6–7. <https://doi.org/10.1080/01639625.2025.2520587>.

