

порецица от предрасъдъци, които изграждат преграда пред общуването на деца от български и ромски произход.

От друга страна, образите от телевизията функционират сред децата като модели за подражание и съответно автоматично се възпроизвежда показаният там образ за ромите, който безвъпросно се възприема първо като легитимен, а после води и до автостигматизиране на ромската общност отвътре.

Ето, то не знам кой му е говорил, дали на улицата, то няма майка, то расте на улицата, но то е гледало телевизия, и е останало с впечатление, че ето, не са оценени циганите. То му се иска и то да има свой представител, да се идентифицира с някой циганин, който побеждава, който се приема от обществото, тогава то ще има модели, които да следва, а когато няма публични модели, когато има модели само на тези, които бъркат във кофите: Ами, и аз ще бъркам. И какво да прави (уч.25).

Нуждата от позитивен пример за ромите, показан в медиите, се налага като такава вече не само за да влияе за разчупване на предрасъдъците за малцинството, но и за да разчупи отвътре стигматизираната на няколко нива група на ромите. Първо, ромите се стигматизират през клишетата и предрасъдъците, през които „ние“ ги мислим, след това медиите правят легитимни тези клишета, а общността на ромите вътрешно се затваря, белязана като „чужда“ и имаща знание за „нашето знание“ за тях.

Как се създават и функционират клишетата за ромското малцинство в пространството на „нашето“

Социално конструираното знание, с което е натоварено клишетото „циганин“, се предава в **семеиството**, като детето се социализира от малко с негативния образ „циганин“, който се превръща в регулатор за поведението му. В процеса на възпитание думата „циганин“ започва да изпълнява магическата функция да удържа детето послушно. „Циганин“ се натоварва със значение, еквивалентно на лошия герой от приказките. В този смисъл значението на „циганин“ за детето се изгражда в опозицията – „добро“–„лошо“, става естествено