

*Dr Slaviša VUKOVIĆ,*  
*docent Kriminalističko-policijske*  
*akademije u Beogradu*

*Dr Biljana SIMEUNOVIĆ-PATIĆ,*  
*docent Kriminalističko-policijske akademije u Beogradu*

*UDK: 343.85 : 32.019.5 : 316.774*

*Primljeno: 28. februara 2011. god.*

#### **PREVENCIJA KRIMINALA I ULOGA MEDIJA\***

*Brojni međunarodni dokumenti ističu značajnu ulogu medija u prevenciji kriminala. Zbog toga su na početku rada prikazane odredbe pojedinih dokumenata Ujedinjenih nacija i Saveta Evrope i odredbe pojedinih konvencija tih organizacija iz kojih se vidi uloga medija u prevenciji kriminala, odnosno prevenciji njegovih pojedinih oblika. Nakon tog dela, posebna pažnja posvećena je oblicima učešća medija u prevenciji kriminala, odnosno analizi mogućnosti preventivnog delovanja medija kroz edukaciju javnosti, analizu doprinosa medija ispoljavanju nasilja, uz osvrt na posebne televizijske emisije u kojima se od građana traži pomoć u rasvetljavanju krivičnih dela i hvatanju njihovih učinilaca. Potom su istaknute mogućnosti preventivnog uticaja medija kroz dva šira pristupa. Prvi se odnosi na informisanje javnosti o kriminalu, a drugi na informisanje javnosti o kontroli kriminala. Drugi pristup, obuhvata informisanje o aktivnostima i rezultatima rada organa krivičnog pravosuđa (represivna komponenta), kao i medijske kampanje o preventivnim merama koje se preduzimaju u zajednici, a mogu biti usmerene ka potencijalnom učiniocu ili potencijalnoj žrtvi krivičnog dela.*

**Ključne reči: prevencija kriminala, mediji, medijske kampanje, strah od zločina.**

---

\* Članak predstavlja rezultat rada na projektu Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije koji se vodi pod brojem 179045.

## 1. Uvod

Brojna međunarodna dokumenta ukazuju na značaj učešća medija u prevenciji kriminala. U Direktivama za saradnju i tehničku pomoć u oblasti prevencije kriminala u gradovima, koje je usvojio Ekonomsko-socijalni savet UN 1995. godine, ukazano je na potrebu donošenja integrisanog plana akcije u prevenciji kriminala na lokalnom nivou. U tom planu treba, između ostalog, odrediti relevantne subjekte za suprotstavljanje kriminalu, kao i odgovornosti svakog od tih subjekata u sprovođenju preventivnih mera. Uz socijalne, obrazovne i zdravstvene ustanove, ustanove za stambena pitanja, subjekte krivičnog pravosuđa, zajednice i sektora ekonomije, u Direktivama se posebno navodi da bi trebalo razmotriti i mogućnost učešća medija u sprovođenju preventivnih mera. I u Preporuci 19 Komiteta ministara Saveta Evrope državama članicama o organizaciji prevencije kriminala iz 1987. godine vladama država članica se preporučuje osnivanje i podržavanje službi za prevenciju kriminala na nacionalnom i/ili regionalnom i lokalnom nivou koje bi, između ostalog, tražile podršku i saradnju masmedija. Uz to, Komitet ministara Saveta Evrope je u Preporuci 21 o partnerstvu u prevenciji kriminala iz 2003. godine preporučio vladama država članica da među političarima, službenicima, i praktičarima, u privatnom biznisu, javnosti i u medijima uspostave šire razumevanje za razne uzroke i posledice kriminala.

Direktno ili indirektno, značajna uloga medija istaknuta je i u brojnim međunarodnim konvencijama koje uređuju suprotstavljanje pojedinim oblicima kriminala. U Konvenciji Ujedinjenih Nacija protiv transnacionalnog organizovanog kriminala, koju je Savezna Republika Jugoslavija ratifikovala 27. juna 2001. godine, predviđena je obaveza država potpisnica da podižu nivo svesti javnosti o postojanju, uzrocima i težini transnacionalnog organizovanog kriminala. I u Konvenciji Ujedinjenih Nacija protiv korupcije, koja je usvojena 31. oktobra 2003. godine, u grupi preventivnih mera koje imaju za cilj aktivno podsticanje učešća društva, odnosno pojedinaca i grupa izvan javnog sektora (nevladine organizacije, organizacije lokalnih zajednica), predviđena je obaveza podizanja svesti javnosti o postojanju, uzrocima i ozbiljnosti korupcije i pretnji koju ona predstavlja. Mediji svakako imaju posebno značajnu ulogu u tom procesu, a naročito u jačanju transparentnosti rada javnih institucija i javnom informisanju s ciljem netolerisanja korupcije.

Slične odredbe o ulozi medija sadrži i Konvencija Saveta Evrope o zaštiti dece od seksualnog iskorišćavanja i seksualnog zlostavljanja, koja je sačinjena 2007. godine. U članu 8. kojim se uređuju preventivne mere za širu javnost, propisano je da će svaka strana potpisnica te Konvencije podsticati ili voditi kampanje za podizanje nivoa svesti koje su namenjene široj javnosti i u kojima se iznose informacije o pojavi seksualnog iskorišćavanja i seksualnog zlostavljanja dece i o preventivnim merama koje mogu biti preduzete. Takođe u članu 9. propisano je da će svaka strana potpisnica podsticati medije da pružaju odgovarajuće informacije u vezi sa svim aspektima seksualnog iskorišćavanja i seksualnog zlostavljanja dece,

uz posvećivanje dužne pažnje prema nezavisnosti medija i slobodi štampe. U Fakultativnom protokolu o prodaji dece, dečjoj prostituciji i dečjoj pornografiji, uz Konvenciju o pravima deteta, koji je usvojila Generalna skupština UN 2000. godine, u članu 9. propisano je da će države ugovornice usvojiti ili jačati, sprovođiti i širiti obaveštenost o zakonima, upravnim merama, socijalnoj politici i programima, kako bi sprečile dela pomenuta u tom Protokolu. U istom članu od država ugovornica se traži da jačaju svest javnosti u celini, uključujući i decu, kroz obaveštavanje pomoću svih odgovarajućih sredstava, obrazovanje i obuku, o preventivnim merama i štetnim posledicama dela pomenutih u ovom Protokolu. Pri ispunjavanju svojih obaveza iz ovog člana, države ugovornice će ohrabrivati učešće zajednice i posebno dece i dece žrtava, u takvom obaveštavanju i obrazovanju i obuci, uključujući na međunarodnom nivou.

Odredbe navedenih dokumenata i konvencija svakako jasno pokazuju da kreatori kriminalne politike jedan deo ukupnih napora u prevenciji kriminala i njegovih pojedinih oblika poveravaju medijima. Od medija se očekuje da zajedno sa drugim relevantnim subjektima usklađeno deluju u realizaciji preventivnih mera. Međutim, postavlja se pitanje na koji način bi mediji trebali da vrše obaveštavanje javnosti o posebnim oblicima kriminala? Čini se da je logična pretpostavka da mediji treba da uvažavaju činjenicu da informisanje javnosti o pojedinim oblicima kriminala treba da bude prilagođeno specifičnostima tih oblika kriminala, s jedne strane, kao i specifičnostima ciljane populacije kojoj su upućene te informacije, s druge strane. Da bi se stekla jasnija predstava o složenosti tog procesa i neophodnosti stručnog i sistematičnog postupanja u informisanju javnosti o kriminalu u nastavku će najpre biti reči o oblicima učešća medija u prevenciji kriminala koji su dominirali u proteklom periodu, kako bi se eventualno utvrdile prednosti i nedostaci u tom procesu, odnosno mogućnosti za njegovo unapređivanje. Pri tome će se pod pojmom mediji u radu prvenstveno podrazumevati sredstva javnog informisanja i drugi masmediji, preko kojih se javnost obaveštava o kriminalu i njegovoj kontroli, s obzirom da najveći informativni potencijal imaju štampa, radio, televizija i internet, mada ne treba zaboraviti na značajan potencijal knjiga, brošura, bilborda i sličnih sredstava.

## **2. Oblici učešća medija u prevenciji kriminala**

Mogućnosti učešća medija u prevenciji kriminala su veoma različite, ali se u osnovi mogu svrstati u određene oblike posredstvom kojih se mogu istraživati njihovi efekti na kriminal, odnosno njegovu kontrolu. Dennis Howitt ukazuje na tri vrste inicijativa kojima mediji doprinose prevenciji kriminala (1998: 183-191). U prvu grupu svrstane su inicijative za smanjivanje uticaja kriminala i nasilja u medijima na mlade, koje se generalno mogu posmatrati kao korisne bez obzira da li stvarno postoji veza između medija i nasilja ili ne. Veći broj istraživanja upućuje na opšti zaključak da takve medijske kampanje mogu biti neuspešne ako nisu podržane aktivnostima zajednice. U okviru medijskih kampanji svrstanih u ovu grupu često

se nalaze različiti edukativni programi koji imaju za cilj smanjivanje ksenofobije i drugih uzroka nasilja, odnosno povećanje tolerancije kroz promociju dijaloga i razumevanja između različitih društvenih grupa (političkih, etničkih, verskih, rasnih), kao i promovisanje uzajamnog poštovanja drugačijih političkih opredeljenja, kulturnih, običajnih i religioznih normi, vrednosti i uverenja. Preduslov za uspeh takvih edukativnih programa je da oni budu prilagođeni društvenim grupama kojima su namenjeni i to njihovom uzrastu, jeziku, nivou obrazovanja, interesovanjima, radnom vremenu, načinu na koji provode slobodno vreme ili nekim drugim karakteristikama od značaja za percepciju i razumevanje sadržaja koji se prenosi putem medija.

Na osnovu analize većeg broja istraživanja uloge medija, sadržaja koji se prenose medijima, karakteristika javnosti koja ih prati i efekata medija, Dennis Rosenbaum, Arthur Lurigio i Robert Davis (1998: 60-61) ukazuju da mediji mogu iskriviti sliku o kriminalu preteranim apostrofiranjem nasilnih delikata, učestalosti zločina, delimičnim i netačnim prikazivanjem informacija o žrtvama, učiniocima i krivičnim delima. Isti autori podsećaju da je još 1982. godine Nacionalni institut za mentalno zdravlje u SAD utvrdio, na osnovu pregleda istraživanja koja su sprovedena više od jedne decenije, da postoje jaki dokazi da nasilje na televiziji utiče na agresivno ponašanje dece, ali isto tako druga istraživanja su pokazala da postoji sve više dokaza da izlaganje prosocijalnim sadržajima putem medija može imati pozitivan uticaj na decu, odnosno da može ohrabriti prosocijalno ponašanje. To pokazuje i evaluacija kampanje „McGRUFF“ koja je u SAD pokrenuta 1979. godine radi informisanja javnosti o načinima na koje mogu zaštititi sebe i svoju imovinu, kao i načinima za obezbeđivanje uzajamne pomoći i uključivanje u aktivnosti susedstva. Evaluacija je sprovedena na početku kampanje, zatim 1981. godine, a potom i 1992. godine, kada je utvrđeno da su korisni efekti kampanje prošireni sa imovinskih krivičnih dela, na nasilnički i kriminal u vezi sa drogama (Resenbaum, Lurigio & Davis, 1998: 60-63). Ipak, isti autori navode i istraživanja u kojima je utvrđen mali efekat medija na ponašanje ispitanika ili takav uticaj nije utvrđen. Razlozi za to mogu biti, kako ističu Sacco i Trotman, nedovoljno emitovanje medijskih sadržaja, nedovoljan značaj teme po mišljenju javnosti, kontradiktornosti u izveštavanju od strane većeg broja izvora, neralni ciljevi kampanje, nedovoljna podrška kroz neformalne kanale komuniciranja i sl. (opširnije u: Resenbaum, Lurigio & Davis, 1998: 64).

Može se postaviti pitanje i objektivne mogućnosti medija da ispune tako ambiciozan zadatak kao što je smanjivanje ksenofobije i uspostavljanje razumevanja i tolerancije između sukobljenih društvenih grupa, odnosno pojedinaca koji pripadaju tim grupama. Mediji nisu jedini faktor koji može u potpunosti ostvariti taj zadatak, ali su svakako jedan od značajnijih faktora u tom procesu. Uzroci nasilja su mnogobrojni i da bi preventivna medijska kampanja bila uspešna, neophodno je u svakom konkretnom slučaju ispoljavanja nasilja sagledati faktore koji su doveli do njegovog ispoljavanja. Pored kriminogenih faktora koji su doveli do ispoljavanja nasilja u konkretnim slučajevima, neophodno je sagledati i kriminogene faktore koji

deluju u određenoj lokalnoj zajednici, odnosno široj društvenoj zajednici. Tek tada se može razmišljati o načinu na koji bi trebalo oblikovati medijsku kampanju, kao i o nivou (lokalni, regionalni ili nacionalni) na kojem treba angažovati medije.

Ako se izuzmu slučajevi nasilja za koja je malo verovatno da se na njih može uticati medijskim kampanjama u pravcu sprečavanja, kao što su nasilni delikti od strane lica koja nisu bila u stanju da racionalno donose odluke ili da upravljaju svojim postupcima, onda se može reći da je ispoljavanje nasilja u velikom broju slučajeva rezultat grešaka u procesu socijalizacije usled kojih je došlo do formiranja stavova i uverenja koji idu u prilog nasilnoj komunikaciji i nasilnom rešavanju konflikata. Te greške u procesu socijalizacije mogu učiniti roditelji direktno podsticanjem dece da krše opšteprihvaćena pravila društva bilo kroz upućivanje zahteva da čine prekršaje i krivična dela, pružanjem negativnih primera (nasilno ponašanje roditelja u porodici ili izvan porodice) ili pak omogućavanjem negativnog uticaja spolja. Taj spoljašnji negativni uticaj može dolaziti i putem medija ukoliko se deci dozvoljava praćenje medijskih sadržaja koji nisu preporučljivi za njihov uzrast, posebno ako obiluju scenama nasilja, ili ako se omogućava negativan uticaj vršnjaka u susedstvu ili školi, odnosno negativan uticaj drugih lica koja provode deo vremena sa detetom.

Mediji samo jednim delom doprinose ispoljavanju nasilja, pa zbog toga delimično mogu da doprinose njegovom sprečavanju. Kako je isticao naš akademik Milan Milutinović, uticaj literature, štampe i filma koji tretiraju kriminalne prizore ne može imati karakter uzroka delinkventnog ponašanja. Proces interakcije koji se odvija između lica koja uživaju sredstva masovne komunikacije i sadržaja negativnog karaktera koji se prenosi tim sredstvima, ne mora uvek imati za posledicu delinkventno ponašanje. Značajan faktor u tome procesu je sama ličnost, odnosno karakter lica koje je uspostavilo kontakt sa sadržinom koja se prenosi sredstvom komunikacije. Licima koja pokazuju crte društvene neprilagođenosti kriminalni prizori koji se prenose putem medija mogu pružiti adekvatne primere za svoju identifikaciju, odnosno mogu stimulisati njihove postojeće težnje i potrebe za delinkventnim ponašanjem. S druge strane, licima koja ne pokazuju crte društvene neprilagođenosti kriminalni prizori mogu poslužiti kao iskustvo za preventivne i uopšte antikriminalne akcije (Milutinović, 1985: 355). U tom smislu, Jewkes podseća da naučnici u Velikoj Britaniji godinama imaju otpor prema pokušajima da se uspostavi direktna kauzalna veza između medijskih slika i devijantnog ponašanja. Nemoguće je izolovati televiziju, film ili neki drugi medij kao varijablu i ignorisati sve druge faktore koji mogu uticati na ponašanje osobe, kao što su jedinstvene karakteristike i identitet primaoca informacije ili socijalni i kulturni kontekst u okviru kojeg se susreću medijska poruka i njen primalac (Jewkes, 2004: 11).

U Direktivama Ujedinjenih nacija za prevenciju maloletničke delinkvencije (tzv. Rijadskim smernicama) koje su usvojene 1990. godine, posebno se naglašava značaj uloge mas medija u procesu socijalizacije mladih. U tom smislu od mas medija se traži da ukazuju na pozitivne doprinose društvu koje daju mlade osobe,

da šire informacije o postojećim uslugama, objektima i mogućnostima za mlade u društvu, da minimiziraju nivo prikazivanja pornografije, droga i nasilja, da prikažu nasilje i eksploataciju nepoželjnim, kao i da na svim nivoima sprovode efektivne kampanje i emituju poruke kojima se podiže svest o opasnostima od droga (UNODC, 2006: 84). Detaljno opisivanje načina izvršenja krivičnih dela, glorifikovanje i atraktivno predstavljanje biografija ličnosti kriminalaca i njihovih kriminalnih poduhvata zarad povećanja gledanosti televizijskog programa ili tiraža pojedinih časopisa može imati veliki kriminogeni uticaj posebno kod pripadnika mlade populacije u periodu adolescencije kada su oni podložni procesu identifikacije sa negativnim i „atraktivnim” herojima (Krivokapić, 2002: 148)<sup>1</sup>.

U sprovođenju preventivnih medijskih kampanja, treba imati u vidu i objektivne teškoće vezane za realizaciju tehnika za smanjivanje agresivnog ponašanja, kroz kontrolu besa, redukciju stresa, kao i ovladavanje veštinama komunikacije neophodnim za izbegavanje nasilja kroz igre uloga. Takvi programi mogu se uspešno sprovesti u školama, ali i tada njihov uspeh u velikoj meri zavisi od podrške i saradnje sa roditeljima, vršnjacima i naravno širom zajednicom. Kako ukazuju Hawks i saradnici, nije utvrđeno da je isključivo korišćenje masmedija efektivan način za smanjivanje različitih tipova upotrebe psihoaktivnih supstanci, posebno u prisustvu drugih preovlađujućih uticaja. Ipak utvrđeno je da masmediji podižu nivo informisanosti i u tom smislu vode podršci merama koje se preduzimaju (EMCDDA, 2007: 28-29). U nekoliko izolovanih slučajeva učinjen je pomak od pristupa jačanja znanja (što je cilj najvećeg broja kampanja masmedija) ka obezbeđivanju socijalno-emocionalnog informisanja koje pokušava da promeni percepciju o korišćenju kanabisa (EMCDDA, 2007: 29).

U drugu grupu Dennis Howitt svrstava inicijative za jačanje uloge javnosti u smanjivanju kriminala i to prvenstveno one u kojima se građani podstiču da pomognu policiji u rasvetljavanju krivičnih dela. U pitanju su specijalne televizijske emisije u kojima se građanima prikazuju pojedina krivična dela i od njih traži da dostave korisne informacije kako bi policija rasvetlila i dokazala ta dela uz zagarantovanu anonimnost i stimulativnu novčanu nagradu. Iako su se takvi programi pokazali kao uspešni, činjenica je da su oni pokazali i niz negativnih karakteristika, kao što su povećanje straha od zločina kod građana i neosnovano hapšenje pogrešnih osoba. Pored toga, kao prigovori na račun tih televizijskih emisija navode se i prejudiciranje krivice osumnjičenog, stvaranje konfuzije kod svedoka, dekonspiracija operativnih veza, stvaranje nepoverenja između suseda i plaćanje građana za ono što je njihova moralna dužnost (Howitt, 1998: 188-189). Međutim, takve emisije imaju opravdanja u slučajevima kada je istraga i pored svih napora u dužem vremenskom periodu u ćorsokaku, pod uslovom da se iz njih izbaci svaki senza-

1 O ulozi informativnog faktora u prevenciji kriminaliteta i doprinosu sredstava masovnog komuniciranja u prevenciji kriminaliteta opširnije u udžbeniku Prevencija kriminaliteta profesora Vladimira Krivokapića (str. 147-152).



cionalizam i jeftina propaganda (Ignjatović, 2004: 90-92). U poslednjoj, trećoj grupi inicijativa nalaze se javne kampanje za podsticanje javnosti da izbegne viktimizaciju o kojima će nešto kasnije biti više reči.

### **3. Informisanje javnosti o kriminalu i njegovoj kontroli u funkciji prevencije**

Izvan navedene tri grupe inicijativa kroz koje mediji doprinose prevenciji kriminala, treba imati u vidu još dve šire vrste uticaja koje mediji ostvaruju, a od značaja su za prevenciju kriminala. Prva se odnosi na informisanje građana od strane medija o kriminalu, a druga se odnosi na informisanje građana o kontroli kriminala. U prvom slučaju, tačno i objektivno informisanje javnosti o kriminalu, njegovom obimu, vrstama i realnoj opasnosti utiče na kreiranje javnog mnjenja u pravcu koji je za društvo prihvatljiv, opravdan i poželjan. Za takvo informisanje javnosti neophodno je obezbediti sistematsko prikupljanje podataka o kriminalu i viktimizaciji, adekvatnu analizu i naučno tumačenje trendova kriminala. Na taj način može se u većoj meri izbeći stvaranje nerealnog straha od zločina kod građana, kao i preduzimanje neadekvatnih mera od strane društva u kontroli kriminala. Nažalost, kako ukazuje Jewkes, vesti u medijima često ne pokrivaju sistematično sve forme i pojave kriminala i viktimizacije, već uvećavaju i dramatišu relativno neuobičajene zločine, dok se ignorišu ili umanjuju zločini za koje je veća verovatnoća da se dogode „prosečnoj” osobi. U isto vreme u njima se izražavaju simpatije prema nekim žrtvama, dok se druge žrtve okrivljuju (Jewkes, 2004: 60-61). U preambuli Preporuke Komiteta ministara Saveta Evrope o partnerstvu u prevenciji kriminala iz 2003. godine istaknuto je da se posledice straha od zločina ogledaju u stvaranju osećaja nesigurnosti kod građana, što može dovesti do gubitka poverenja u političku vlast, zakone i institucije odgovorne za njihovu primenu, pa čak i povećanje netolerancije, isključivosti i ksenofobije (opširnije o strahu od zločina kod građana i mogućnostima njegovog smanjivanja u: Vuković, 2010: 97-101). S obzirom da veći strah od zločina manifestuju lica ranjivija na kriminal (stare osobe, žene, siromašni, manje obrazovani), kao i lica koja opažaju fizički ili socijalni nered u zajednici, medijske kampanje za smanjenje straha od zločina trebalo bi usmeriti ka tim kategorijama građana, odnosno stanovnicima područja u kojima je takav nered izražen.

Ukoliko je obim kriminala zabrinjavajuće visok u društvu mediji mogu odigrati značajnu ulogu informisanjem građana o merama zaštite, područjima posebno ugroženim vršenjem krivičnih dela, kao i uključivanjem svih zainteresovanih subjekata društva u napore za pronalaženje adekvatnog odgovora na kriminal. U suprotnom, u nedostatku pouzdanih podataka o kriminalu, veće su mogućnosti za zablude i formiranje iskrivljene predstave kod javnosti o opasnosti od kriminala, a samim tim i neracionalno postupanje u kontroli kriminala. Pfeiffer i saradnici (2005: 260-265) ukazuju da način izveštavanja medija o kriminalu utiče na politiku

suzbijanja kriminala. Istraživanje Kriminološkog instituta Donje Saksonije iz januara 2004. godine je pokazalo da građani smatraju da je kriminal u Nemačkoj u porastu iako je u periodu od 1993-2003. godine prema evidenciji policije kriminal opadao. Ispitanici su procenili da ima dva puta više ubistava, pet puta više krađa motornih vozila i skoro šest puta više ubistava sa silovanjem nego što je zvanično registrovano. Ispitanici smatraju da je za tih 10 godina broj stranaca osumnjičenih za izvršenje krivičnih dela porastao sa 26,7 na 36,5%, a zapravo je opao 19%. Žene više opažaju povećanje kriminala od muškaraca, posebno ubistva sa silovanjem, i ispitanici nižeg obrazovanja koji više prate televiziju. Uzroci tih stavova su, po mišljenju navedenih autora, način izveštavanja privatnih TV stanica o kriminalu (naročito od sredine 1980-tih kada je počelo širenje privatnih TV stanica koje se finansiraju reklamama), korišćenje tabloidnih elemenata u stilu i sadržaju izveštavanja (dramatizovano i personalizovano izveštavanje) i rastuća tendencija javnih TV stanica da usklade izveštavanje sa privatnim stanicama. Takav način izveštavanja utiče na formiranje stavova građana u prilog oštrijem kažnjavanju učinilaca krivičnih dela, dok je smanjeno konsultovanje naučnika prilikom reformi krivičnog zakonodavstva. Sve više, izveštaje eksperata zamenjuju istraživanja javnog mnjenja kako bi se utvrdilo šta javnost očekuje (Pfeiffer, Windzio & Kleimann, 2005: 266-281).

U Srbiji je, tokom novembra 2008. i oktobra 2009. godine, sprovedeno istraživanje javnog mnjenja o reformama policije, koje je, između ostalog, imalo za cilj da utvrdi glavne pretnje bezbednosti građana i poverenje u institucije (Istraživanje javnog mnjenja o reformama policije u Srbiji, 2009). Anketirani građani su najčešće ukazivali da su narkomanija, kriminal i korupcija problemi koji predstavljaju najveću opasnost za bezbednost građana Srbije. Znatno veći broj građana smatra da su se problemi bezbednosti pogoršali u poslednjih pet godina. čak 54% ispitanika izjavilo je da se problem narkomanije pogoršao, nasuprot 5% onih koji smatraju da se poboljšao, 51% smatra da se trgovina drogama i rasturanje droga pogoršalo, a 6% da je stanje u vezi tog problema bolje. Slično je i sa drugim problemima, kao što su saobraćajne nesreće (44% smatra da se pogoršao taj problem), nasilje na javnim mestima (42%), korupcija (42%), sitni kriminal (36%), privredni kriminal (33%), nasilje u porodici (32%) i organizovani kriminal (31%).

Sa stanovišta zvaničnih statističkih podataka o broju prijavljenih punoletnih učinilaca krivičnih dela u periodu od 2003-2007. godine ne može se reći da je broj tih lica sistematski rastao (Republički zavod za statistiku, 2008). Broj prijavljenih punoletnih lica kretao se od 95733 u 2003. godini do 98702 u 2007. godini, pa se može reći da se kriminal statistički gledano blago povećao<sup>2</sup>. S druge strane, moglo bi se reći da je kriminal 2007. godine smanjen ako bi se imala u vidu 2002. godina kada je broj prijavljenih bio 104061 (Republički zavod za statistiku, 2008). Međutim, ne može se zanemariti činjenica da je 2004. godine došlo do znatnog pada

2 U 2008. godini broj prijavljenih punoletnih lica porastao je na 101723, dok je 2009. godine prijavljeno 100026 punoletnih lica (Republički zavod za statistiku, 2010).



kriminala kada je bilo najmanje prijavljenih lica – 88453, kao i da je 2006. godine prijavljeno najviše učinilaca krivičnih dela, čak 105701, što je u odnosu na 2004. godinu povećanje za skoro 20%. Ako se pogleda broj prijavljenih učinilaca prema vrsti krivičnih dela vidi se da je do drastičnog povećanja za 20%, u 2006. godini u odnosu na 2004. godinu, došlo zbog značajno većeg broja prijavljenih lica za krivična dela protiv imovine (porast sa 43242 na 56050 lica) i „ostalih krivičnih dela” (sa 5314 na 11417) u kojima dominiraju krivična dela iz posebnih zakona, krivična dela protiv životne sredine (posebno šumska krađa) i krivična dela protiv državnih organa. S druge strane, interesantno je da je 2007. godine došlo do pada broja prijavljenih učinilaca krivičnih dela za 6,6% u odnosu na prethodnu 2006. godinu, a tom smanjivanju doprineo je manji broj prijavljenih lica za krivična dela protiv imovine (smanjenje sa 56050 na 48113 lica).

Navedeni podaci upućuju na zaključak da treba detaljnijim empirijskim istraživanjima utvrditi da li građani opažaju navedene varijacije kriminala ili smatraju da kriminal konstantno raste. Ukoliko bi se utvrdilo da građani ne opažaju te varijacije, onda bi trebalo utvrditi na koje načine se javnost informiše o kriminalu i kako formira stavove o kriminalu, posebno imajući u vidu ulogu mas medija u tom procesu. Takođe, trebalo bi utvrditi koji su to faktori doprineli naglom smanjenju kriminala 2004. godine. Jedan od razloga koji se mogu navesti jeste i akcija „Sablja” koja je sprovedena 2003. godine, a čiji su se efekti možda preneli i na 2004. godinu. Ta akcija bi mogla biti jedan od razloga za smanjenje broja prijavljenih učinilaca krivičnih dela sa 104061 u 2002. godini na 95733 u 2003. godini i 88453 u 2004. godini (opširnije o akciji „Sablja” u: Nedeljković, Vasić, 2003).

Drugi širi aspekt od značaja za ulogu medija u prevenciji kriminala odnosi se na informisanje javnosti o kontroli kriminala i to kako represivnom postupanju državnih organa, tako i o preventivnim aktivnostima koje se preduzimaju. Kada se govori o informisanju javnosti o represiji kriminala, onda treba imati u vidu širi kontekst takvih kampanja medija. Najpre, informisanje od strane medija u tom pravcu treba da obuhvati upoznavanje javnosti sa odredbama krivičnog zakonika, odnosno sa ponašanjima koja se smatraju krivičnim delima, kao i vrstom krivičnih sankcija zaprečenih za ta krivična dela. Na taj način mediji bi trebalo da potpomognu generalno preventivni uticaj propisanih krivičnih dela i sankcija za ta dela. Pored toga, mediji bi trebalo da obezbede informisanje građana o krivičnom gonjenju okrivljenih lica i što je posebno važno ishodu krivičnog postupka. Na taj način mediji bi mogli olakšati ostvarivanje opšte svrhe propisivanja i izricanja krivičnih sankcija koja se sastoji u suzbijanju dela kojima se povređuju ili ugrožavaju vrednosti zaštićene krivičnim zakonodavstvom (član 4. stav 2. važećeg Krivičnog zakonika Republike Srbije), kao i svrhe kažnjavanja koja se, osim u sprečavanju učinioaca da čini krivična dela i uticanje na njega da ubuduće ne čini krivična dela, sastoji i u uticaju na druge da ne čine krivična dela, izražavanju društvene osude za krivično delo, jačanju morala i učvršćivanju obaveze poštovanja

zakona (član 42. istog Zakonika). Međutim, jasno je da treba biti posebno obazriv prilikom objavljivanja takvih informacija. Da bi kazna ostvarivala generalno preventivni i specijalno preventivni uticaj, potrebno je da bude izvesna, dovoljno stroga i brza (Stojanović, 1991: 54). Za pozitivan uticaj medija u prevenciji kriminala posebno je značajna poslednja karakteristika – brzina kazne, jer informisanje javnosti o dugom trajanju predkrivičnih i krivičnih postupaka može imati negativan efekat.

Informisanje građana i drugih subjekata lokalne zajednice o aktivnostima koje se preduzimaju u prevenciji kriminala mogu ostvariti preventivni efekat, jer šalju poruku potencijalnim učiniocima da je povećan rizik od njihovog otkrivanja. Takav način informisanja javnosti može imati više osnova za uspeh za razliku od kampanja medija usmerenih ka čitavoj populaciji, bilo da se takve kampanje vode u vezi prevencije određenog oblika kriminala ili kriminala u celini. U tom smislu, u zavisnosti od ciljne grupe prema kojima su usmerene Emmanuel Barthe (2006: 5-11) razlikuje dve vrste kampanja publiciteta u prevenciji kriminala: 1) kampanje usmerene ka potencijalnim žrtvama krivičnih dela i 2) kampanje usmerene ka potencijalnim učiniocima krivičnih dela. Isti autor podseća da se u kampanjama usmerenim ka potencijalnim žrtvama krivičnih dela može ukazivati na tehnike za samozaštitu (npr. obeležavanje imovine), nove načine za prijavu krivičnih dela, lokacije policijskih objekata, opasna mesta, učinioce krivičnih dela koji žive u određenom području (npr. učinioci seksualnih delikata) i problemska krivična dela u susedstvu (o merama za prevenciju silovanja, krađa i drugih krivičnih dela opširnije u: Aleksić, Škulić, 2010). U kampanjama usmerenim ka potencijalnim učiniocima krivičnih dela mogu se emitovati tehnike rada policije, kazne ili rizici za hapšenje kod određenih krivičnih dela, rezultati ranijih policijskih akcija, znanja u vezi određenog ilegalnog tržišta ili trgovine drogom i promene u zakonodavstvu.

Barthe podseća da su efektivnije kampanje usmerene ka određenoj vrsti krivičnih dela na užem geografskom području za koje su lokalni stanovnici zabrinuti, nego kampanje o prevenciji kriminala uopšte, kao i da su efektivnije kampanje koje ukazuju na rizik od hapšenja nego kampanje o pravnim posledicama dela, odnosno one koje sadrže moralne apele. U takvim uslovima poruke se mogu emitovati na mestima i u vreme gde ih učinioci mogu videti, odnosno čuti, pa otuda imaju više mogućnosti za uspeh. Pogodnosti takvih kampanja publiciteta, kako zapaža Barthe jesu stalan efekat preventivnih mera, ali i njihov preuranjen efekat, jer omogućavaju da se pogodnosti primete pre nego što stvarno započne primena pojedinih preventivnih mera koje se reklamiraju, dok su problemi u vezi sa takvim kampanjama vezani za zabrinutost zajednice da te kampanje masmedija ne ugroze poslovanje firmi na području lokalne zajednice gde se sprovode preventivne mere, kao i da eventualno dovode do izmeštanja kriminala u susedna područja (Barthe, 2006: 13-31).

#### 4. Zaključna razmatranja

Kao što se može videti iz dosadašnjeg izlaganja mediji mogu doprineti prevenciji kriminala na brojne načine. Pre svega, treba imati u vidu mogućnost preventivnog uticaja medija kroz smanjivanje prikazivanja nasilja putem medija, jer takvi sadržaji mogu podstaći agresivno ponašanje kod dece. Takođe, treba imati u vidu mogućnost prevencije nasilja kroz emitovanje brojnih medijskih programa s ciljem uklanjanja stereotipa i predrasuda koji idu u prilog agresivnom ponašanju, posebno onim oblicima nasilja koji su usmereni ka pripadnicima drugih društvenih grupa (etničkim, rasnim, verskim, političkim i sl.). U tom smislu treba nastaviti sa istraživanjima mogućnosti prevencije nasilja putem medijskih kampanja u kojima se podstiče tolerancija i razumevanje između pripadnika navedenih društvenih grupa. U poseban oblik preventivnog delovanja medija treba svrstati i kampanje u kojima se građani edukuju koje preventivne mere treba da preduzmu u odnosu na određeni oblik kriminala, odnosno na koji način mogu da učestvuju u prevenciji kriminala. Pored tih kampanja posebno treba razmotriti sprovođenje medijskih kampanja usmerenih ka potencijalnim učiniocima i potencijalnim žrtvama krivičnih dela na području lokalne zajednice, jer te kampanje imaju više izgleda za uspeh, a osim toga njihova efektivnost se može preciznije utvrđivati. Uz te kampanje, treba imati u vidu mogućí doprinos medija u sprečavanju krivičnih dela emitovanjem specijalnim televizijskih emisija u kojima se od građana traži pomoć u rasvetljavanju i dokazivanju krivičnih dela, kao i hvatanju njihovih učinilaca, uz izbegavanje mogućih negativnih posledica takvih emisija, koje se tiču pre svega povećanja straha od zločina kod građana i hapšenja pogrešnih osoba.

Izveštavanje medija treba da uvaži zvanične statističke podatke o kriminalu, koji obično ne idu u prilog stvaranju atmosfere straha od zločina. Međutim, jasno je da zvanične evidencije državnih organa prikazuju deo stvarnog obima kriminala, pa iz tog razloga treba obratiti pažnju na rezultate istraživanja tamne brojke kriminala, posebno rezultate dobijene kroz studije viktimizacije. Pri tome, neophodno je da mediji uzmu u obzir rezultate istraživanja viktimizacije koja su obavljena na reprezentativnom uzorku građana. Na taj način mediji mogu doprineti izgradnji racionalne politike suprotstavljanja kriminalu, povezati zainteresovane strane i subjekte koji raspolažu resursima za sprovođenje takve politike i što je jednako važno omogućiti širenje znanja koje su mere efektivne u prevenciji kriminala i pod kojim uslovima. U međunarodnim dokumentima, koja su navedena na početku rada, jasno je istaknut značaj učešća medija u prevenciji pojedinih oblika kriminala. Preostaje ipak značajan deo posla da naučni radnici i praktičari utvrde najefektivnije pristupe u sprovođenju medijskih kampanja u odnosu na svaki od navedenih oblika kriminala. Neophodna su brojna empirijska istraživanja kako bi se utvrdili primeri najbolje prakse u sprovođenju preventivnih medijskih kampanji, koje treba veoma pažljivo planirati i realizovati uzimajući u obzir prvenstveno karakteristike populacije kojoj su namenjene.

## 5. Literatura

- Aleksić, Ž.; Škulić, M. (2010), *Kriminalistika* (sedmo izmenjeno i dopunjeno izdanje). Beograd, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Barthe, E. (2006), *Crime Prevention Publicity Campaigns*. Washington D.C.: U.S. Department of Justice, Office of Community Oriented Policing Services.
- EMCDDA (2007), *Annual report 2007 – The state of the drugs problem in Europe*. Lisbon: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction.
- Howitt, D. (1998), *Crime, the Media and the Law*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Ignjatović, Đ. (2004), *Mitologija zločina*. Arhiv za pravne i društvene nauke (1-2).
- Istraživanje javnog mnjenja o reformama policije u Srbiji. (2009). OSCE i Ipsos Strategic Marketing. Preuzeto 08.07.2010. godine sa: <http://www.mup.gov.rs/cms/resursi.nsf/OEBS-Istrazivanje.ppt>
- Jewkes, Y. (2004), *Media and Crime*. London: SAGE Publications.
- Krivokapić, V. (2002), *Prevencija kriminaliteta*, Beograd, Policijska akademija.
- Milutinović, M. (1985), *Kriminologija*, Beograd, Savremena administracija (peto dopunjeno i prerađeno izdanje).
- Nedeljković, M.; Vasić, T. (2003), *Prikaz aktivnosti po akciji „Sablja”*. Bezbednost – teorijsko stručni časopis Ministarstva unutrašnjih poslova Republike Srbije (3).
- Pfeiffer C., Windzio M., Kleimann M. (2005), *Media Use and its Impacts on Crime Perception, Sentencing Attitudes and Crime Policy*. *European Journal of Criminology* 2 (3): 259-285.
- Republički zavod za statistiku (2008), *Saopštenje broj 345 – Statistika pravosuđa – Punoletni učinioci krivičnih dela, 2003-2007*, Beograd, Republički zavod za statistiku.
- Republički zavod za statistiku (2008 a). *Saopštenje broj 47 – Statistika pravosuđa – Punoletni i maloletni učinioci krivičnih dela, 2002-2006.*. Beograd: Republički zavod za statistiku.
- Republički zavod za statistiku (2010), *Saopštenje broj 194 – Statistika pravosuđa – Punoletni učinioci krivičnih dela, 2005-2009*, Beograd, Republički zavod za statistiku.
- Rosenbaum P. D., Lurigio J. A. & Davis C. R. (1998), *The Prevention of Crime: Social and Situational Strategies*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Stojanović, Z. (1991), *Politika suzbijanja kriminaliteta*, Novi Sad, Pravni fakultet.
- Vuković, S. (2010), *Prevencija kriminala*, Beograd, Kriminalističko-policijska akademija.

**Dr Slaviša VUKOVIĆ,**  
**Docent, The Academy of Criminalistic and Police Studies, Belgrade**  
**akademije u Beogradu**  
**Dr Biljana SIMEUNOVIĆ-PATIĆ,**  
**Docent, The Academy of Criminalistic and Police Studies, Belgrade**

#### PREVENTION OF CRIME AND THE ROLE OF MEDIA

*Numerous international documents emphasize the important role of media in crime prevention. Therefore, the provisions of certain documents of the United Nations and the Council of Europe and the provisions of certain conventions of those organizations is showed at the beginning of the paper which indicate the role of media in crime prevention, and prevention some of its forms. After that part, particular attention was paying to the forms of media participation in crime prevention and analysis of prevention possibilities of the media through public education, an analysis of the contribution of media manifestation of violence, with special reference to the television show in which citizens are asking for help in solving crimes and apprehending their offenders. Then they noticed the possibility of preventive effect of the media through two broad approaches. The first relates to inform public about crime and other to inform the public about controlling crime. Another approach, includes information on activities and results of work of criminal justice (repressive component), and media campaigns about preventive measures taken in the community, which can be directed to the potential offender or potential victim of crime.*

**Key words:** *crime prevention, media, media campaign, fear of crime*