

ЖЕЉКО Ђ. БЈЕЛАЈАЦ*
Правни факултет за привреду и
правосуђе
Нови Сад
БОРО МЕРДОВИЋ**
МУП РС, ПУ Београд
Београд

УДК 316.77
Оригиналан научни рад
Примљен: 12.02.2018
Одобрен: 02.03.2018
Страна: 289-300

СЕНЗАЦИОНАЛИЗАМ У МЕДИЈИМА КАО УЗРОК ДЕСТАБИЛИЗАЦИЈЕ ПОЛИТИКЕ СУЗБИЈАЊА КРИМИНАЛИТЕТА

Сажетак: Утицај мас медија и медијских садржаја на конзументе, а пре свега на децу и младе, предмет је бројних криминолошких и социолошких истраживања. Млади све чешће усвајају оне моделе понашања који доминирају и који им се намећу кроз медије и медијске садржаје, а све мањи утицај на њихово понашање имају породица и школа. Извештавање о криминалитету и појединим кривичним делима, има значајан утицај на саму реакцију друштва са свим својим субјектима и органима на криминално понашање и креирање мера политике сузбијања криминалитета. Од начина на који јавно мњење прихвата и обрађује садржаје и информација о криминалитету, који се презентују преко медија, зависи и формирање слике о криминалитету као негативној друштвеној појави. Већина стереотипа и погрешних схватања о појединим аспектима криминалног феномена су добрим делом последица медијске слике и необјективног и сензационалистичког извештавања о појединим криминалним деликтима. Перцепција тих садржаја одређује и начин реакције друштва на криминалитет.

Кључне речи: мас медији, сензационализам политика сузбијања криминалитета, модел понашања, медијски садржаји

Увод

Криминалитет, као укупност кривичних дела у једном друштву, и криминално понашање уопште, је негативна друштвена појава која је заокупљала пажњу целокупног друштва, научника и стручњака из бројних научних дисциплина. Последице које криминалитет, посредно или непосредно, рефлектује на сваког појединца и друштво у целини су велике и често деградирајуће и по појединца и по друштво. Страх од криминалитета је присутан код већине грађана, што због саме чињенице да свако може постати жртва криминалног понашања, што због последица које такво понашање индиректно рефлектује на

* zdjbelajac@gmail.com

** boro.merdovic@gmail.com

све чланове друштва. Поред индивидуалних последица које изазива, криминалитет представља удар на основне вредности и добра једног друштва чиме урушава основни и општеприхваћен систем друштвених вредности и норми.¹ Држава и друштво настоје да пронађу најбоље механизме и мере којима ће се супротставити криминалитету и његовим појавним облицима. У почетку су се те мере односиле на кажњавање извршилаца кривичних дела чиме се настојало постићи застрашивање других да ако учине нешто слично да ће то држава казнити. То је био неки облик генералне превенције. Међутим, само деловање након учињеног дела не умањује последицу самог чина, јер је дело већ извршено. Због тога су новија стремљења у научној и стручној јавности, а све више и у практичном деловању, усмерена на превентивне активности којима би се спречило настајање криминалног деликта, а самим тим и предупредиле његове последице. У креирању мера којима се настоји спречити или ублажити последице криминалитета би требало да учествују сви субјекти једног друштва који на било који начин могу дати свој допринос. У криминолошкој литератури, као важни микросоцијални фактори криминалитета, истичу се средства масовних комуникација. Мас медији могу имати позитиван утицај на креирање мера политике сузбијања криминалита, али исто тако могу бити деградирајући фактор у реализацији бројних активности усмерених на сузбијање криминалитета.

Мас медији и сензационализам

Једно од најбољих објашњења и дефиниција масовних медија дао је Денис Маквејл (Denis McQuail). Његову дефиницију делимо у шест посебних ставки:

- разлучив скуп активности (стварање медијског садржаја)
- укључују посебне технолошке конфигурације (радио, телевизија, видеотекст, новине, књиге)
- везани су за формално конституисане институције или медијске канале (системи, станице, публикације)
- оперишу у складу са одређеним законима, правилима и схватањима (професионални кодекси и пракса, публика, друштвена очекивања и навике)
- продукт су лица које заузимају извесне улоге (власници, регулатори, продуценти, дистрибутери, оглашивачи, чланови публике)
- преносе информације, забаву, слике и симболе до масовне публике.

Дефиниција: Масовни медији су друштвене институције које функционишу унутар одређених стега, правила, права и политике које упошљавају карактеристичну мешавину квалификованог особља, који се држе одређених процедура у прикупљању информација, ради стварања грађе за визуелно, аудитивно или концептуално усмерене медије. Они су учесници у политичкој,

¹ Мердовић, Б. (2017), „Улога и значај ванкривичних субјеката у политици сузбијања криминалитета“, Докторска дисертација, Правни факултет за привреду и правосудје, Универзитет Привредна академија у Новом Саду, стр. 20

економској, социјалној и културној динамици друштвене моћи (<https://sr.wikipedia.org/wiki/Мас-медији>). Један број других теоретичара описује масовне медије чији је циљ да информишу, уверавају, забављају и продају. Али сва четири елемента ретко су присутна у оквиру једне приче, рекламе, текста или информације.²

Сензационализам у масовним медијима је врста пристрасног и контроверзног извештавања при којем се претерује у описима одређених догађаја и тема с циљем повећања гледаности или читаности. Сензационализам може укључивати извештавање о генерално безначајним темама и догађајима који уопште не утичу на шире друштво или презентацију релевантне теме на пристрасан, тривијалан или таблоидски начин (<https://sr.wikipedia.org/wiki/сензационализам> посећено дана 9.1.2018. године). Пуно је било и теоријских и идеолошких расправа на тему: зашто је сензационализам атрактивна и профитна медијска роба? Изгледа да је истина негде на средини - да и медији и публика жуде за сензацијама.³ Разлог извештавања и писања о појединим догађајима на овакав начин је најчешће профит, изазивање што веће пажње, задовољење интереса појединаца или интересних група и сл. Сензационализам у медијима је свакодневан и представља озбиљан проблем реалном и објективном информисању ширих друштвених структура. Медији попут новина или телевизије врше јак утицај на наша схватања и креирање јавног мњења уопште.⁴

Анализа садржаја у медијима омогућава да се препозна које теме доминирају у јавном дискурсу и ко има моћ да говори у штампаним и електронским медијима. Публика прима селекционисане информације и различито реагује на њих. Како ће појединац прихватити одређени садржај који му се презентује путем мас медија зависи од карактеристике личности, њеног искуства и специфичног својства социјалног окружења. Док количина информација континуирано расте, медијски актери се обраћају све софистициранијим и перфиднијим методама у циљу наметања жељених тема и планираних интерпретација пласираног садржаја.

Сензационалистичко извештавање о криминалним дешавањима доводи до повећања гледаности или читаности неког медија, бољег рејтинга и профита, али и до претеривања о природи и обиму злочина, што резултира афективним реакцијама конзумента информација, тј. узнемирењем грађана и страхом од криминала. Тежња публике за сензацијама последица је и испразности и досаде у животима многих људи.

Међутим, нису само медији кривци за такав тренд извештавања о појединим догађајима, само друштво и „публика“ тражи такве информације. То се огледа у интересовању за туђе животе, необразовању, беспослености и недостатку других узбуђења у животу. Све то представља погодан тло на које се лако примају сензације и преувеличавање. Извештавање о неком догађају ме-

² Brasch, W. M. (1981). *Black English and the Mass Media*. Amherst, Mass: University of Massachusetts Press, p.21

³ Југовић, А., (2010), *Масовни медији-произвођачи реалности и морални предузимачи*. У Систем вредности и психијатрија, уредник Бранко Ћорић, Београд, ФАСПЕР, стр. 49

⁴ Гиденс, Е., (2005), *Социологија*, Економски факултет, Београд, стр. 454

дији почињу насловима чији је циљ да привуку пажњу конзументата. Обично су те прве информације непроверене и нетачне, али начин на који се пласирају изазивају велику пажњу. Неколико пута поновљена неистина са насловима у новинама преко целе стране, неретко се заврши са демантима који се једва нађу на странама часописа. Последица тога је стигматизација и етикетирање некога за кога се касније испоставило да није извршио неко кривично дело, али сумња и етикета код ширег аудиторијума ипак остаје.

Утицај масовних медија на све сфере живота сваког појединца је несумњиво велики и значајан. У том контексту и утицај на криминалитет, као негативну друштвену појаву, је реалан и неспоран. Медији могу промовисати посредно или непосредно одређене негативне облике понашања, међу којима је и криминалитет, али исто тако могу бити покретачи бројних превентивних активности у циљу спречавања и сузбијања криминалитета. Масовни медији су свакако моћно оруђе које желе контролисати поједине интересне групе, политичке организације, криминалне организације или појединци са циљем наметања својих ставова и вредности, остваривањем одређеног утицаја и притиска на шире друштвене масе. Масовни медији имају сугестивно дејство на савременог човека и утичу између осталог на креирање различитих ставова људи, па и оних о криминалу. У датом контексту медији могу имати позитивну и негативну улогу. Позитивна улога би се огледала у томе да: масовни медији могу утицати на перцепцију јавности о криминалу као штетној друштвеној појави; масовни медији могу бити у функцији обезбеђивања и прикупљања информација у вези криминала; масовни медији могу утицати на убрзавање процесуирања кривичних предмета; масовни медији могу имати контролну улогу у истражним радњама полиције и уопште надзору рада субјеката за борбу против криминала; масовни медији могу потенцирати програме који едукују јавност о превенцији криминала и техникама за његово спречавање; масовни медији могу промовисати политику „одвраћања“ од криминалног понашања; масовни медији могу бити у функцији заштите жртве и превенцији виктимизације, идр. Масовни медији, са друге стране, веома често имају улогу „промотера“ криминала, која се огледа кроз: фокусирање на сензационалистичка извештавања која дају „искривљен“ поглед на злочин и жртву; промовисање насиља, наркоманије, сексуалног злостављања, алкохолизма, неморала и др.; афирмисање криминалаца као позитивних савремених јунака са којима се треба поистоветити; дистрибуцију филмова, игрица и других садржаја у којима доминира екстремни насилнички криминалитет; неселективна, шокантна извештавања о бруталним злочинима која могу деловати узнемиравајуће и унети панику и страх, итд.⁵

Сваки од медија има свој утицај на шире масе, а нарочито на најмлађе чланове друштва чији је психо-социјални развој на том нивоу да најлакше прима спољње утицаје и подложен је наметању ставова како позитивних тако и негативних.

Основна идеја и задатак медија је да информише, едукује и забавља широк аудиторијум. Међутим, тај утицај се често преобрати у комерцијализацију,

⁵ Бјелајац, Ж., (2017), *Безбедносна култура-умеће живљења*, Правни факултет за привреду и правосуђе, Нови Сад, стр. 666

дезинформисање и наметање утицаја. Кроз истраживања се испитује психолошки и социјални утицај телевизије и поред позитивних утицаја на осавременавање друштва, неретко се налазе студије о негативним утицајима. На децу и тинејџере снажно утиче оно што виде на телевизији и у медијима. Уколико су изложени утицају и гледају емисије у којима доминира насиље, велика је вероватноћа да ће и само дете почети агресивно да се понаша. Бројна истраживања показују да се пораст агресивног понашања и озбиљног насиља доводи у везу са филмовима и серијама и начинима на које се насиље приказује у њима. Истраживања Дагласа и сарадника показује нам постојање снажне везе између изложености насилним садржајима на телевизији у раном узрасту и каснијим испољавањем агресивног понашања код деце.⁶ Деца су подложна утицају медија још од раног детињства. Са годинама старости деце тај утицај је све обимнији и интензивнији. Медији се данас налазе на свим местима. У кући, у аутомобилу, на улици, у школи и свуда где се човек креће, налази, ради и учи. Зато је утицај медија на сваког појединца, а нарочито на младе веома значајан и битан. Некада нисмо свесни утицаја појединих садржаја који нам се пласирају путем средстава масовне комуникације и информисања. Данас је постало незамисливо да један дан прође без мобилних телефона, филмова, телевизије, интернета и сл. Оно што се нуди у тим садржајима је веома разнолико и, како бројна истраживања показују, доминирају сензационалистички и негативни обрасци који имају негативан утицај на младе, али и на старије чланове друштва. Развојем науке и технологије развијају се и средства масовне комуникације, а млади им све мање одолевају и све мање су имуни на њих. Тако данас све мањи број деце слободно време проводи у природи, бавећи се спортом и рекреацијом, у друштву вршњака, а све више њих за компјутером, на телефону, интернету у салонима забаве, играоницама, испред телевизора. На свим тим местима су изложени бројним садржајима који нису прилагођени њиховом узрасту и психо-социјалном нивоу развоја. Деца и млади покушавају да се прилагоде и прихвате то што им се сервира и нуди некритички и без икакве селекције и контроле одраслих. Деца преко ријалити програма увиђају одређене обрасце понашања личности и појединаца, који се путем медија представљају као „звезде“. Такве личности, које су најчешће и необразоване, са неморалним облицима понашања, промовишући гламур и богатство (најчешће нелегално стечено), постају идоли и хероји млађих генерација.⁷

Морална паника

Тешко да се може у новије време говорити о утицају медија на формирање друштвене свети и стварности, а да се не дотакнемо термина „морална паника“. Овај термин је релативно нов у стручној литератури, али је свакако заузео посебно место у истраживањима утицаја медија на криминалитет и

⁶ Douglas, A. G., David, A. W., Paul, R. E., Michelle, F., Jennifer, C., (2004). Media violence as a risk factor for children: A longitudinal study, Media Violence and Peer Relations 1, Paper presented at the American Psychological Society 16th Annual Convention, Chicago, Illinois, p. 86

⁷ Мердовић, Б. (2017), „Улога и значај ванкривичних субјеката у политици сузбијања криминалитета“, Докторска дисертација, Правни факултет за привреду и правосуђе, Универзитет Привредна академија у Новом Саду, стр.175

друштво. Утицај пропаганде и изазивање моралне панике је познат још из периода ратова где су се на перфидан начин водили и медијски и пропагандни ратови са циљем стварања пожељног става јавног мњења. Данас је утицај медија толико велики да се не може замислити готово ни један битнији догађај у друштву који није медијски испраћен и обрађен. Шире друштвене масе добијају информацију из „друге руке“ што даје простор медијима да манипулишу и обликују те информације на начин који само уредништво захтева или у интересу појединаца или интересних група. На тај начин медији могу допринети развијању моралне панике у друштву.

Криминалитет је постао значајан сегмент свакодневног извештавања у медијима и код обичних грађана се ствара слика да је криминалитет у сталном порасту, што изазива страх и панику у друштву. Говорећи и извештавајући о акцијама полиције где је заплењена дрога, затим хапшења криминалаца припадника различитих организованих криминалних група, акције на хапшењу педофила, сталним преувеличавањем у извештавању и сензационалистичким насловима, ствара се слика која не одговара реалном стању ствари, чиме се код грађана ствара осећај несигурности. У последње време, а нарочито после неколико тешких злочина чије су жртве биле деца, покреће се питање поновног увођења смртне казне. То су најчешће емотивне реакције појединаца и друштва које након неког од таквих злочина, позивају на линч, на смртну казну и на најбруталније начине кажњавања извршиоца тих кривичних дела.⁸ Последњих година у фокус јавности су доспеле поједине теме о којима се раније није толико причало. Преваасходно мислимо на теме као што су насиље у породици и вршњачко насиље. Свакако је добро да се о овим темама говори и да им се поклања пажња у медијима и стручној литератури. Међутим, медији често нереално, преувеличавајући, сензационалистички, не узимајући у обзир последице ни по учиниоца ни по жртву, објављују информације које изазивају претерану реакцију друштва и обичног грађанина. Могућност манипулације јавним простором и изазивање панике код људи коришћењем моћи од стране појединаца или група је нешто што се не може оценити као позитивна ствар. Корисно је посматрати моралну панику као драматичну форму конструисања појава односно као акутну манифестацију моралног огорчења које је хронично у савременом друштву.⁹

Морална паника представља један друштвени конструкт који настаје као последица опажања да су неке друштвене појаве или одређени девијантни чиновници посебно угрозили и ослабили морални поредак друштва.¹⁰ Морална паника настаје тако што се неко или нешто дефинише као претња вредностима или интересима коју затим медији приказују у лако препознатљивој форми и пласирају ширим друштвеним масама. Вредности или интереси морају бити

⁸ Мердовић, Б. (2017а), Актуелизација питања поновног увођења смртне казне у кривично законодавство, у „Право теорија и пракса“, Правни факултет за привреду и правосудје, Нови Сад, бр. 7-9, стр. 34

⁹ Young J.,(2011) Moral panics and the transgressive other, Crime Media Culture, London, 7(3), p.265

¹⁰ Југовић, А., (2008), Морална паника и друштвене девијације на селу, Социјална мисао, бр. 3, стр. 55

општи, јер морална паника настаје на колективном нивоу односно погађа оно што је заједничко већини људи. Претња је усмерена на општеприхваћене друштвене вредности. Та претња и њени узрочници код грађана буде осећај правичности. Као резултат таквог медијског приказивања долази до наглог пораста забринутости јавности, а то доводи до реакције власти или оних који утичу на стварање јавног мишљења. На крају процеса паника се повлачи или резултира друштвеним променама.¹¹ У стручној литератури срећемо бројна објашњења моралне панике. Стручњаци различитих профила покушавају да објасне сам настанак моралне панике, механизме деловања и последице које она изазива. На основу тога настале су и бројне теорије и теоријска објашњења моралне панике. Заједничко тим теоријама је постојање два основна елемента, а то је да мора постојати висок степен забринутости због понашања одређене групе људи и повећан ниво непријатељства према онима који се сматрају претњом.¹² Разлог стварања моралне панике може бити различит. У појединим случајевима медији предимензионирано и сензационалистички извештавају о појединим темама и догађајима како би скренули пажњу на поједина дешавања. Поједине интересне групе, невладин сектор, политичка позиција и опозиција сходно својим потребама преко „својих“ медија презентују одређене теме и на тај начин сходно својим интересима стварају услове за ширење моралне панике. Оно што посебно треба истаћи јесте да се неретко дешава да и поједини државни органи који се баве сузбијањем криминалитета намерно неку појаву предимензионирају у извештајима како би постигли одређени ефекат. Ефикасно сузбијање криминалитета подразумева добру сарадњу између свих органа формалне социјалне контроле, као и спровођење јединствене стратегије кроз мере политике сузбијања криминалитета које то омогућавају. Међутим, проблем настаје када неки други разлози преовладају у поступању појединих припадника органа формалне контроле што онда онемогућава адекватно супростављање криминалитету. Учешће органа формалне контроле у процесу стварања моралне панике није пожељно, али ни очекивано понашање. Учешће полиције у стварању моралне панике је некада очигледно. Користећи одређени актуелни догађај полиција често путем медија даје обавештења и извештаје који су предимензионирани, а најчешће са циљем да се поправи материјални положај полицијских службеника, набави додатна опрема и технички боље опреме полицијске јединице или да се иницира промена неког закона за који полицијски званичници сматрају да је неповољан. Слична ситуација је и са судовима, тужилаштвима и установама за извршење кривичних санкција.

Улога медија у креирању моралне панике у друштву је неизоставна и доминантна. Самим тим медији делају деградирајуће на напоре и тежње усмерене на сузбијање криминалитета, иако су као што смо навели некада инструкисани од самих чинилаца којима је у обавези борба против криминалитета, мада је таквих случајева веома мало.

¹¹ Томпсон, К. (2003), Морална паника (Moral Panics, 1998., преводилац Вранић И.), Београд, стр.16

¹² Томпсон, К. (2003), Морална паника (Moral Panics, 1998., преводилац Вранић И.), Београд, стр.18

Медијска осуда и повреда претпоставке невиности

Претпоставка невиности представља једно од основних начела кривично-процесног права чије поштовање је изузетно важно за остварење основне сврхе вођења кривичног поступка. С друге стране, јавност има право да буде обавештена о стању криминалитета у друштву и питањима која се тичу криминалитета. Медији су субјекти који својим извештавањем о учињеним кривичним делима и криминалитету омогућавају да се то право и остварује. Међутим, то право јавности мора бити донекле ограничено. Најзначајније ограничење у том смислу је обавеза коју медији имају у односу на поштовање претпоставке невиности која налаже да се свако сматра невиним, док се његова кривица за кривично дело не утврди правноснажном одлуком суда (чл. 34 ст. 3 Устава и чл. 3ст. 1 ЗКП-а). Потреба за сензационализмом медија не може бити изнад претпоставке невиности. То је прецизирано и у чл. 3, став 2. ЗКП-а у ком је установљена забрана јавног прејудицирања осуде према којој су сви државни и други органи и организације, средства јавног обавештавања, удружења и јавне личности, дужни да се придржавају претпоставке невиности и да својим јавним изјавама о окривљеном, кривичном делу и поступку неповређују права окривљеног.

Сведоци смо свакодневног кршења овог начела од стране медија и новинара који, да би привукли што већу пажњу конзументата, износе у јавност непроверене и паушалне информације о неком догађају и његовим учесницима. Појединци се често нађу на стубу срама јавности због изјава новинара или натписа у новинама иако се често испостави да је та особа невина. Посебну тежину у таквим извештавањима имају откривање идентитета малолетника и деце као и њихових породица и родитеља супротно законској забрани изношења података о малолетним лицима. Медији, поред тога што крше претпоставку невиности, често врше притисак на правосудне органе у појединим предметима. Негде се кроз чланке у новинама и извештаје у другим медијским средствима врши притисак на судије да донесу најстрожу казну у појединим случајевима, нарочито у тешким кривичним делима где су жртве деца и малолетници. Тада је осуда јавности и притисак на правосудне органе, која се додатно појачава сензационалистичким извештајима у медијима, толико велики да судије подлегну притиску и одреде кривичну санкцију која је несразмерно велика или несразмерно мала у односу на стварно и чињенично стање. И у једном и у другом случају и након пресуде се врши притисак на судије. Најчешће се кроз извештаје медија који паушалном оценом и жељом за сензационализмом и повећањем тиража и профита, на основу своје произвољне процене окривљује судија који је водио поступак за несавестан рад, корумпираност и сл. Такође се дешава да медији објаве име и презиме судије или тужиоца чијим радом нису задовољни појединци или поједине интересне групе чиме се угрожава безбедност тих судија и тужилаца и њихових породица. Поједини медији се не устручавају да на врло груб и бескурпулозан начин изнесу своје мишљење о разлозима за доношење одређене пресуде. Свим овим се гру-

бо крше правила аутономности и независности рада правосудних органа. У интересу је и јавности и судова остваривање боље комуникације између медија и судства,¹³ али та комуникација мора бити проткана обостраним поштовањем и поткрепљена чињеницама.

Неправедно медијски осуђено лице трпи последице негативног публициитета од самог почетка, тј. од када је постало интересантно медијима. Што је значајнији друштвени положај неког лица теже су и последице којима је изложен. Оне се могу огледати у губитку посла и самим тим упропашћеној каријери, као и губитку друштвеног угледа. Често се таква јавна осуда рефлектује и на брачни и породични живот стигматизираних лица. Судско питање невиности тада губи на значају, јер је јавна осуда та која доминира. Чак и након правоснажне ослобађајуће пресуде суда за неку особу медији настављају да га јавно етикетирају и стигматизирају и никакав другачији исход кривичног поступка неће променити већ формирано мишљење јавног мњења по том питању.

Ријалити програми

Тражећи начин за повећање гледаности, повећање рејтинга и профита, медији намећу поједине програмске садржаје који дубоко задиру у људску интиму прелазећи границе културног и примереног понашања. Сведоци смо праве поплаве ријалити програма код нас у последњих неколико година. Гледаност ових емисија је изузетно велика. Овај тренд је у нашу земљу дошао са запада (САД, Велика Британија) и представља озбиљну претњу за формирање здравих и традиционалних позитивних ставова и ситета вредности. Ове емисије промовишу и уништавају људску интимност и деинтимизацију људског живота. Младима су привлачне због авантуризма, али и могућности да се заради велики новац и то у времену када медији пропагирају да је живот естрада. Интересовање за оваквим емисијама је све веће и поред бројних критика научне и стручне јавности. Жеља за узбуђењима, забавом и интригама, завиривање у туђ живот и интиму, разбијање бројних табу тема (свађе, конфликти, сексуални односи), су основни покретачи заинтересованости за овакве емисије. Поред тога што се приказују на телевизији и интернету и штампани медији се укључују свакодневним чланцима и извештавањем шта се дешава у таквим програмима. Деградација позитивних система вредности и промоција „лагодног“ живота, стицање новца без рада и залагања, промоција неморала, сексуалне и порнографске алузије, су основне одлике оваквих програма. Актерима ових ријалити програма тзв. старлетама, спонзорушама, проституткама даје се огроман публицитет, који прати, за услове у којима живимо, значајна зарада (која у доброј мери премашује годишња примања, на пример професора универзитета или лекара). Девојчице, које још увек немају изграђене критичке судове о вредносним критеријумима, за идоле несвесно узимају такве

¹³ Barnhart B. (2012), Justice Stevens and the News Media: An Exercise in Exposition, Northwestern University Law Review, Vol. 106, No. 2, p. 659.

личности које испољавају антисоцијална понашања, која јесу најчешће у корелацији са појединим облицима криминала.¹⁴ Истраживање реализовано 2017. године којим су испитивани ставови стручњака запослених у ванкривичним субјектима, показало је да готово три четвртине свих испитаника (72,8%) исказује став да се апсолутно слаже са тврдњом да ријалити програми и слични садржаји негативно утичу на психо-социјални и морални развој младих.¹⁵ Овакви резултати добијају на значају, јер су добијени од стручњака из различитих институција и организација, који се баве овим феноменом, а не од обичних грађана и јавног мњења. Исто истраживање показало је да апсолутна већина (56%) целокупне популације испитаника исказује потпуно слагање са ставом да је приступ медија проблему криминалитета више сензационалистички него усмерен на превенцију и сузбијање криминалитета.¹⁶ Тај проценат је нарочито изражен код испитаника из невладиних организација, центара за социјални рад и школа.

Закључак

Криминалитет као негативна друштвена појава изискује координирану реакцију свих субјеката друштва како би се заштитиле основне друштвене вредности и поредак у друштву. С обзиром на укидање граница међу државама, лакши проток робе и људи усложњава се и ситуација са криминалитетом који је изузетно адаптилан на све друштвене промене. Криминалитет и његове последице нису више проблем само једне државе и једног друштва, већ је борба са организованим криминалитетом попримила међународни карактер. Свакодневно безбедносне службе већине европских и светских држава размењују податке о деловању организованих криминалних група. Разлог тога је несметан проток робе и људи преко државне границе што криминалне структуре користе за ширење свог деловања. У том циљу се предузимају бројне активности од стране међународних организација, удружења и институција, чија је сврха удруживање свих расположивих капацитета и ресурса како би се спречило ширење и ублажиле последице деловања криминалних организација и појединаца. Упоредо са активностима које држава предузима преко свог репресивног апарата (полиција, тужилаштво, суд, установе за извршење кривичних санкција) не треба занемарити улогу и потенцијале других субјеката у друштву чија је снага изузетно велика, али и занемарена.

Медији представљају посебан субјект у друштву и држави од чијег деловања и извештавања обично зависи и начин на који ће шире јавно мњење заузети став о неком криминалном догађају. У том циљу медији би требало да се

¹⁴ Бјелајац, Ж (2015), Политика сузбијања криминалитета, Правни факултет за привреду и правосуђе, Нови Сад, стр. 356

¹⁵ Мердовић, Б. (2017), „Улога и значај ванкривичних субјеката у политици сузбијања криминалитета“, Докторска дисертација, Правни факултет за привреду и правосуђе, Универзитет Привредна академија у Новом Саду, стр.201

¹⁶ *Ibid*, стр. 197

придржавају основних принципа новинарске етике, а који се тичу објективног, непристрасног и истинитог извештавања и пружања информација. Сваки други начин и облик информисања јавности о криминалитету и догађајима који изазивају велику пажњу јавности има контрапродуктиван утицај на мере сузбијања криминалитета. Све оно што одређени државни органи и субјекти, било да су кривични или ванкривични, ураде у циљу сузбијања криминалитета, сензационалистичко, пристрасно и необјективно извештавање медија може довести у питање и умањити ефикасност тих мера. Снага медија у време огромног технолошког напретка и доступности разним средствима комуникације свуда и на сваком месту, мора бити искоришћена у циљу: промоције програма превенције криминалитета; едукације ширег аудиторijума конзумента медијских садржаја о начину супротстављања криминалитету; промоције позитивних вредности; културно-образовном васпитању деце и младих; промоције успешних активности државних органа на сузбијању криминалитета; подизања нивоа безбедносне културе младих; превенције и сузбијања малолетничке делинквенције и сл.

Са друге стране треба тежити контроли уређивачке политике медија. Неопходно је наћи баланс између потреба медија за профитом, тиражом, рејтингом, маркетингом и бројем корисника са једне стране и потребом друштва за објективношћу, информисањем, промоцијом позитивних вредности, културно-образовним утицајем на младе и доприноса креирању ефикасних мера политике сузбијања криминалитета.

Литература:

1. Barnhart B. (2012), Justice Stevens and the News Media: An Exercise in Exposition, *Northwestern University Law Review*, Vol. 106, No. 2, p. 657-683.
2. Brasch, W. M. (1981). *Black English and the Mass Media*. Amherst, Mass: University of Massachusetts Press
3. Douglas, A. G., David, A. W., Paul, R. E., Michelle, F., Jennifer, C., (2004). Media violence as a risk factor for children: A longitudinal study, *Media Violence and Peer Relations 1*, Paper presented at the American Psychological Society 16th Annual Convention, Chicago, Illinois
4. <https://sr.wikipedia.org/wiki/Mas-mediji> посећено дана 11.1.2018. године
5. <https://sr.wikipedia.org/wiki/senzacionalizam> посећено дана 9.1.2018. године
6. McQuail, D. (1994) *Mass Communication Theory*, 3rd edn. London: Sage
7. Young J., (2011) *Moral panics and the transgressive other*, *Crime Media Culture*, London, 7(3), str.251.
8. Bjelajac, Ž., (2015), *Politika suzbijanja kriminaliteta*, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Novi Sad
9. Bjelajac, Ž., (2017), *Bezbednosna kultura-umeće življenja*, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Novi Sad
10. Gidens, E., (2005), *Sociologija*, Ekonomski fakultet, Beograd,
11. *Zakonik o krivičnom postupku*, *Sl. glasnik RS*", br. 72/2011, 101/2011, 121/2012, 32/2013, 45/2013 i 55/2014)
12. Jugović, A., (2008), *Moralna panika i društvene devijacije na selu*, *Socijalna misao*, br. 3, str. 41-57

13. Jugović, A., (2010), Masovni mediji-proizvođači realnosti i moralni preduzimači. U Sistem vrednosti i psihijatrija, urednik Branko Ćorić, Beograd, FASPER, str. 41-56
14. Konstantinović-Vilić, S., Nikolić-Ristanović, V., Kostić, M., (2009), *Kriminologija*, Pelikan Print, Niš
15. Merdović, B. (2017), „Uloga i značaj vankrivičnih subjekata u politici suzbijanja kriminaliteta“, Doktorska disertacija, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu,
16. Merdović, B. (2017a), Aktualizacija pitanja ponovnog uvođenja smrtne kazne u krivično zakonodavstvo, u „Pravo teorija i praksa“, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Novi Sad, br.7-9, str. 27-40
17. Tompson, K. (2003), *Moralna panika (Moral Panics, 1998., prevodilac Vranić I.)*, Beograd,
18. Ustav Republike Srbije, „Sl. Glasnik RS“, br. 98/2006

SENSATIONALISM IN MEDIA AS A CAUSE OF DESTABILIZATION OF CRIMINAL POLICY

Summary: The influence of mass media and media content on consumers, children and the youth in particular, is the subject of criminal and sociological research. Young people are more and more adopting those models of behaviour that are dominant and imposed on them through media content, while the impact that families and schools have on their behaviour keeps decreasing. Reporting on crime and certain criminal cases, with all its subjects and bodies, has a significant influence on the reaction of the society, as well as on the criminal behaviour and the implementation of measures for crime repression policy. The way in which criminal content and information presented by the media is accepted and processed by the public affects the view of criminality as a negative social phenomenon. The majority of stereotypes and false beliefs about particular aspects of crime are mostly a consequence of media image, sensationalism and subjective reporting on certain criminal acts. The perception of this content governs the public reaction to crime.

Key words: mass media, sensationalism, crime policy, behavior model, media content