УТИЦАЈ МЕДИЈА НА ФОРМИРАЊЕ СТАВОВА ЈАВНОСТИ О ПОЛИЦИЈИ

Др Иван Ђоровић*
Министарство унутрашњих послова Републике Србије –
дирекција полиције

* ivan.djorovic@mup.gov.rs

УТИЦАЈ МЕДИЈА НА ФОРМИРАЊЕ СТАВОВА ЈАВНОСТИ О ПОЛИЦИЈИ

Сажетак: Масовни медији имају важну улогу у изградњи става о криминалитету и кривично-правном систему. Став јавности према жртвама, криминалцима, девијантном понашању и званичницима задуженим за спровођење закона у великој мери зависи од њиховог приказивања у медијима. Да би медији могли обављати своју функцију потребан им је приступ информацијама на које они имају право сагласно прописима и правилима која владају у демократском друштву. Медији имају јасан циљ, а то је право на сазнање, што је између осталог њихова функција у име грађана којима би требало да служе. Студије испитивања медија и њиховог ефекта ка јавним ставовима према криминалу и кривичном правосудном систему су открили да је јавност у великој мери под утицајем медија. У једном спроведеном истраживању чак 35% испитаника заснива своје знање о полицији искључиво на основу медија. Полицијске организације признају да јавност формира своје мишљење о криминалу, страху од криминала, јавној безбедности, па чак и о полицији, из медија. Грађани полицију упознају непосредно, (у контакту са полицијским службеницима), и посредно, (медијски презентираним сликом). Информације које се презентују на телевизији, радију или у новинама представљају основни извор утицаја на јавност. Оне утичу на поверење грађана у полицију и, повратно, на информације које полиција добија од грађана. Од тог односа у великој мери зависи и ефикасност полиције у обављању својих свакодневних активности и њен положај у заједници у којој егзистира. Због тога и полиција и медији морају да воде рачуна о садржини својих односа како би на најбољи начин реализовали своју улогу у друштву а то је да, свака на свој начин, буде сервис грађана.

Кључне речи: полиција, медији, однос, јавност, утицај, информисање

Увод

Основа односа са јавношћу је, како примећује Богданић, симболичке, комуникативне природе. „Другим речима, односи са јавношћу су првенствено симболички, комуникативни феномен, а у савременом друштву, последично и медијски феномен (Богданић, 1994: 131).

Да ли полицијске организације своје активности називају јавним информисањем, односима у заједници, или јавним пословима, у полицијској литератури у протекле четири деценије указује се на то да су односи с јавношћу заједнички крајњи исход за све активности које се тичу комуникације. Осим тога, циљ односа с јавношћу се посматра као један од приоритета у полицијском послу. Комплетан рад полицијских организација се у великој мери ослања на јавну подршку па с тога односи са јавношћу не смеју да имају маргиналну улогу. То мора бити приоритет за полицијске организације и мора бити у првом плану напора (Motschall, Cao, 2000: 156).

Обавештавање јавности од стране полиције је од суштинског значаја за разумевање њене улоге и задатка у друштву. Значај обавештавања јавности најбоље одсликава пример Метрополитен полиције Лондона. Одмах након стварања Метрополитен полиције Лондона увидела се потреба да се придобије подршка шире јавности за пројекте организације полиције и да се одагна страх од последица централизовања полицијских снага. Важност јавног прихватања је схваћена као приоритет у односу полиције према најширој јавности јер је држава само тако могла да створи амбијент у коме ће полиција, уз најширу подршку, одговорити задатку који се пред њу поставља. Свест о потенцијалном негативном утицају на слику о полицији у јавности, била је у позадини односа полиције са медијима. Осим тога, у полицији се желело да сви чланови јавности желе да пријаве злочин, доставе информације, идентификују осумњиченог или помогну у његовом хватању. Да би се успоставила таква сарадња, полиција је морала да буде непристрасна, добронамерна и поуздана. Став полиције је био да утицај штампе усмери на преношење поруке да ће она бити таква и да не треба имати страх од полиције (Shrayer, 2010: 676). Да би се постигли жељени ефекти полиција је морала да информише јавност односно да успостави комуникацију са јавношћу. Пример који смо навели на најбољи начин одсликава потребу обавештавања јавности од стране полиције и, с друге стране, ефекте који произилазе из таквог односа полиције према јавности. Непристрасност, добронамерност и поузданост су услови које полиција мора да испуни како би придобила поверење јавности. Најбољи и најлакши начин за остварење тог циља је успостављање односа са медијима. Сарадњом са медијима полиција презентује свој рад стварајући реалну слику о себи. Тиме се демистификује улога полиције и она постаје приступачна медијима и грађанима (Boroves, 2009: 65). Потврду ових ставова налазимо и

у резултатима истраживања које су спровели Мастророко и Минале који указују да су веровања појединаца о криминалу важна тема за проучавање јер постоји збуњујућа неусклађеност између индивидуалних перцепција и стварних података када је у питању стопа криминала. Они дају пример такве неусклађености за Италију, где упркос смањењу, (или стабилном кретању тренда стварне стопе криминала у посматраном периоду), око 80% испитаника сматра да је криминал у порасту (Mastrorocco, Minale, 2018: 230).

Утицај медија на формирање ставова о криминалу је неспоран. Медији самим извештавањем о догађају и полицијским активностима врше утицај на ставове јавности. Често су те активности праћене сензационалистичким приступом при чему стварају ефекат који не одражава реално стање. И поред тога, такво деловање медија је реалност и њихов утицај на формирање става о реалности код грађана је веома велики.

Занимљиво је запажање исказано у ставовима теоретичара масовног комуницирања које је потпуно прихватљиво са становишта данашње садржине и динамике свакодневног живота људи: „масовни медији можда не успевају да нам наложе шта да мислимо, али нам изузетно успешно налажу о чему да мислимо.” (Радојковић, Милетић, 2007: 151).

Положај медија у односу према полицији (теоретска разматрања)

Због великог утицаја који савремени медији, од штампе преко стандардних аудио-визуелних средстава до најмодернијих видова дистрибуције текста, слике и тона, имају на различите сегменте јавности, с разлогом се сматра да ова активност највише доприноси остваривању високе препознатљивости имена и лика пошиљаоца поруке или неке организације (Рег, 1996: 22–23).

Пошто полиција настоји да максимизира своје способности према медијима и самим тим и јавности у истицању полицијских професионалних циљева, она види медије као ресурс за руковање ванредном ситуацијом, истрагама, и спречавању криминала, и тиме унапређује своје ресурсе. Медији такође служе полицији на нивоу формирања професионалне идеологије, помажући да се створи позитивна слика о полицији и тиме мобилише подршка јавности за њене активнос-

ти. Једна студија је показала да је полиција првенствено заокупљена медијима да би они дали позитиван приказ њене организационе и створили позитивну слику а не да би дали тачну информацију о њеним активностима против криминала (Eterno, Silverman, 2012: 150). Ова околност је само делимично тачна. Сматрамо да је полицији превасходно важно да пренесе тачну информацију. Стварање позитивне слике о полицији као превасходни циљ и по сваку цену може довести до лошије ситуације за полицију уколико се таквој околности да већи значај од потребе да се достави истинита информација. Ипак, треба имати у виду да, што се више користе информације које дистрибуирају масовни медији, вероватније је да јавност усваја перцепцију о злочинима и правди који одражавају медијски прикази којима је изложена. Немајући директно искуство са полицијом, велики део јавности формира свој став и разумевање тога шта је полиција, кроз приказ ове професије у вестима (Graziano, Gauthier, 2017: 594).

Најбитнији начин да јавност зна шта полиција ради а тиме и стиче осећај поверења, је путем медија. Те чињенице су свесни и представници медија, као и своје улоге у формирању става јавности о раду полиције. Може се рећи да је та улога медија пресудна за полицију. Приказивање полиције у негативном контексту у медијима игра важну улогу у процени полицијских активности и њеног легитимитета од стране грађана који информације о полицији добијају путем медија (Lisa, Jane: 593).

То представља директну потврду става да су односи полиције са медијима од суштинског значаја за њено успешно функционисање из чега јасно произилази потреба за сталним усавршавањем међусобних односа на обострано задовољство. Положај медија у односу према полицији је такође специфичан. Медијима су потребне информације и они до њих долазе користећи све расположиве изворе. Ипак, у свом раду морају водити рачуна да не угрозе однос са полицијом која је важан, ако не и најбитнији извор информација. Ослањање на непоуздане изворе информација и дистрибуирање вести по сваку цену, у циљу постизања брзине протока информација могу угрозити полицијску активност што представља реметилачки фактор у међусобним односима. О овој околности је потребно да медији воде рачуна како би се однос са полицијом одржао на нивоу који омогућава задовољење професионалних интереса новинара.

Потврду ових ставова налазимо и код Милосављевића који сматра да је намена медија вишеструка па, између осталог, могу послужити

за утицај и формирање ставова јавности о најразличитим питањима укључујући и питања у вези са положајем и активностима полиције (Милосављевић, 1997: 268). Медији упозоравају грађане на функционисање полиције, а грађани делују на те информације. Дакле, код анализе могућности провере, прва одговорност медија је да понуди адекватан опис процеса и институција. Користећи те информације, грађани могу да размотре и анализирају околности које их окружују и заузму став о томе каква би требало да буде њихова влада и полиција као служба унутар ње (Skolnick, McCoy, 1984: 535).

Поред изнетих ставова, треба истаћи да је извештавање о злочинима одувек привлачило велику пажњу јавности. Оно и данас заузима велики део медијског простора. Злочин као медијска тема треба да привуче публику, не само да информише већ и да забави. Стога се уместо стручних и компетентних дискусија на тему злочина у јавности говори сензационалистички, таблоидном реториком, епизодно, кроз персонализацију појединачних случајева (Соковић, 2012: 267). „Праг осетљивости јавности на проблеме криминалитета подиже се посебним интересом за насиље, сексуалне преступнике, криминалитет младих, повратнике, и антисоцијална понашања, као најочигледнија угрожавања, уз истовремено сензационалистичко саосећање и морално поистовећивање са жртвама... Наглашен ефективно – емоционални приступ са широком поруком о пропадању моралних вредности, осим што обезбеђује велику пажњу публике, генерише и страх од криминалитета стварајући слику о насиљу и безакоњу које прети да захвати друштво, о епидемији криминалитета, пред којом су неефикасна полиција и благи и попустљиви судови немоћни” (Соковић, 2012: 267). „У друштву ризика и несигурности уз помоћ медијске слике о злочину, проблеми криминалитета прелазе своје реалне оквире па злочин не представља само могућност наступања имовинске штете и личног повређивања, већ и материјализовану потврду пропадања социјалних и моралних норми, дезинтеграције грађанског реда и моралне кохезије друштва” (Соковић, 2012: 268).

Потребно је истаћи да представници медија, с друге стране, морају познавати и поштовати правила како своје, тако и полицијске професије (Лакићевић, 1988: 71). Такође, њихова обавеза је да са пажњом, објективно и потпуно пренесу информације до којих су дошли, што је околност која је и законом дефинисана (члан 3. Закона о јавном информисању).

Активности полиције у информисању јавности

Масовни медији имају важну улогу у изградњи става о криминалитету и кривично-правном систему. Став јавности према жртвама, криминалцима, девијантном понашању и званичницима задуженим за спровођење закона у великој мери зависи од њиховог приказивања у мас-медијима. Истраживања показују да већину сазнања о криминалу и правди јавност стиче из медија (Dowler, 2003: 109). Јавност жели да има информације о својој полицијској организацији, и шта она предузима као одговор на криминал и унапређење безбедности у друштву, а те информације добија преко масовних медија. У приказима криминала, девијантности, и полиције у вестима, полиција види медије као важан начин да директно општи са грађанима (Chermak, Weiss, 2005: 503).

Решавање конфликтних ситуација од стране полиције изазива мноштво моралних дилема при чему, с друге стране, природа полицијског посла захтева хитност у поступању и не оставља много простора за размишљање полицајцу у сваком конкретном случају. У оваквим случајевима репресивна улога полиције, (која често може бити у првом плану), је у супротности са жељом и тежњом полицијске организације да ужива подршку јавности. Долази до јасног изражаја двојна улога полиције и потпуна противречност у захтевима које полицији постављају друштво и његови делови у односу на потребу примене овлашћења у поступању (Кешетовић, 2000: 98). Ипак, као значајно, треба истаћи да медији често имају жељу да подрже поштовање закона и активности полиције усмерене у том правцу (Eterno, Silverman, 2012: 150). Управо због тога је битно да полиција буде ефикасна и о томе информише јавност путем медија.

Једна од проактивних стратегија које се примењују од стране полицијских организација у покушају да управљају спољним притиском који полиција трпи, је именовање службеника за информисање јавности. Њихова ефикасна комуникација значи да реагују проактивно, спрече стварање негативне слике у јавности и да утичу на стварање подршке за стратешке активности, као и пружање информација и података како би се задовољили медијски захтеви. Укратко, портпароли су задужени за представљање полицијске организације у јавности. Њихови напори су од кључног значаја за легитимност полицијске организације. Полицијски службеник за информисање јавности игра важну улогу у управљању јавном сликом полиције (Chermak, Weiss,

2005: 501). Сарадња полиције са медијима такође захтева правила која регулишу контакт са медијима и јасно дефинишу улогу полицијског представника за јавност и обуку полицајаца за контакт и рад са медијима (Савет Европе, Европски кодекс полицијске етике, §§ 19, 48, 49 и 103). Перцепција јавности о ефикасности полиције може се дефинисати као увид људи или њихово знање о томе да ли је полиција постигла свој циљ и да ли обавља своју функцију у друштву на одговарајући начин (Albrecht, Das, Oliver, Park, 2011: 571). Проактивно поступање полиције у односу са јавношћу мора да прати ефикасност у поступању што је од великог значаја за легитимност полицијске организације.

Повећање свести о томе да негативна медијска покривеност може подрити поверење јавности у полицију доводи до великог улагања у сачињавање стратегија ризика које су дизајниране да искористе могућности полиције у извештавању о критичним догађајима (Greer, McLaughlin, 2011: 24). Треба нагласити да је важно да извештавање медија буде објективно, без обзира да ли производи негативну или позитивну медијску покривеност. То је у интересу пре свега грађана али и полиције. Тешко је замислити чињеницу да је полиција успешна и ефикасна а да медији негативно извештавају о њој и њеним активностима, мада не искључујемо спорадично и ту могућност. Ефикасност полиције, посвећеност свом послу и укљученост у свакодневни живот заједнице је сигуран пут да се она избори и са негативним медијским извештавањима.

Резултати спроведеног истраживања

Резултати истраживања ставова припадника полиције, медија и грађана, које смо спровели, добијени су *delfi* техником, у циљу идентификовања средњег мишљења и креирања прогнозе будућих догађаја и тенденција. У емпиријском истраживању основни скуп су чинили: радници управе криминалистичке полиције, управе полиције и управе саобраћајне полиције Министарства унутрашњих послова као и представници писаних и електронских медија и грађани. У анкетирању је учествовало 1766 испитаника. Испитаници су подељени у три групе и то: 874 (49,5%) испитаника од случајно одабраних грађана, 261 (14,8%) испитаника из медија и 631 (35,7%) испитаника из редова полиције. Испитаници из све три групе су из 27 градова у Србији.

Став грађана у Србији о утицају медија на формирање њихових ставова према полицији у Србији указује да су медији важан али не и пресудан фактор. 26,63% грађана сматра да је утицај делимичан, 36,74% да он није посебно велики а 12,9% сматра да медији немају утицај на формирање ставова о полицији. Ови подаци указују да грађани сматрају да је њихова способност процене од превасходног значаја а да су медији средство за информисање, мада нису без значаја. Такође, лично искуство појединца у контакту са полицијом, искуства окружења у коме се сваки појединац креће, социјални статус и многи други фактори, такође утичу на формирање ставова грађана односно јавности према полицији и коригују утицај медија.

Графикон 1: Став грађана о утицају медија на њихове ставове о полицији

Ставови грађана до којих смо дошли у нашем истраживању подударају се са ставовима које налазимо у теорији. Јасно се уочава општеприхваћени став да су медији врло битан фактор у дефинисању ставова грађана према полицији али да нису пресудан фактор. Њихова информативна улога је важна али постоје и други фактори који утичу на ставове грађана. Пре свега, то је лично искуство сваког појединца.

Поред изнетих ставова грађана о утицају медија на њихове ставове о полицији потребно је истаћи резултат до кога се дошло у истраживању да грађани у Србији немају позитиван став о постојању слободе медија у извештавању о полицијским активностима. 34,02% грађана сматра да је слобода медија у Србији само делимична а 7,1% сматра да она не постоји спрам 33,9% грађана који сматрају да постоји слобода

медија у извештавању о полицијским активностима. 24,94% грађана није могло да се изјасни и одговори на ово питање и дало је одговор „не знам”. Ови резултати указују да медијски простор у Србији није до краја уређен и да постоји потреба да се ова област, која је од изузетног значаја за грађане, потпуно дефинише и уреди.

Графикон 2: Став грађана о постојању слободе медија у извештавању о активностима полиције

Ставови полицајаца у вези слободе медија су слични ставовима грађана. Став да је слобода медија у извештавању о полицијским активностима делимична или да не постоји заступљен је код 37% полицајаца према 41,1% грађана који исто мисле.

Графикон 3: Став полицајаца о постојању слободе медија у извештавању о активностима полиције

У директној вези са ставовима грађана о слободи медија у извештавању о полицијским активностима је став о степену објективности медија у извештавању јавности. 50,46% грађана сматра да је ниво објективности средњи, 16,20% да је тај ниво висок а 7,6% да је веома висок. Ипак, 25,7% грађана сматра да је ниво објективности низак или веома низак. Ово је чињеница о којој медији треба да воде рачуна, без обзира што већина грађана сматра да је објективност медија на средњем нивоу, јер постоји још увек знатан простор за унапређење деловања медија у правцу подизања нивоа објективности. На ту околност јасно указују резултати до којих смо дошли у истраживању.

Графикон 4: Ставови грађана о објективности медија у извештавању о раду полиције

Резултати, такође, потврђује став да су медији битан фактор у формирању ставова јавности према полицији јер је неспорно да одређени ниво објективности постоји и да грађани то препознају. То додатно актуелизује потребу партнерства, сарадње и дефинисања међусобних односа полиције и медија.

Ставови полицајаца су нешто другачији. Док приближно исти проценат полицајаца као и грађана сматра да је објективност у информисању на средњем нивоу, много мање њих сматра да је на високом или веома високом нивоу. У овој околности и сазнању потребно је тражити простор за побољшање међусобних односа које би довело до промене ставова у полицији о објективности медија у извештавању о њеном раду.

Графикон 5: Ставови полицајаца о објективности медија у извештавању о раду полиције

Сматрамо да ове ставове не треба генерализовати и да их треба формирати у сваком конкретном случају и према конкретним медијима. Интереси којима се руководе власници и финансијери медија су од великог утицаја на начин извештавања медија. Ти интереси су различити и разнородни. Због тога се може десити да различити медији на различит начин извештавају о полицији у истом догађају. У тој ситуацији је грађанима остављен избор медија којима ће веровати. Имајући то у виду, потврђујемо став да су медији само један од инструмената помоћу којег грађани формирају своје ставове о полицији и њеним активностима.

Савремена техничка достигнућа омогућавају грађанима да често, као очевици неког догађаја, тај догађај забележе техничким уређајима и учине га доступним јавности преко интернета. Ова чињеница је један од фактора који коригују слободу медија да извештавају на начин како они то желе јер је пут до истине у ери савремених технологија много краћи него што је то некада био. Објективност медија је обавеза, мада се може рећи и да је то идеал коме се треба тежити. Резултати нашег истраживања указују на ставове да у Србији постоји велики простор за медије како би ову своју битну особеност подigli на виши ниво.

С тим у вези је и став грађана везан за околност да медији, услед жеље за сензационализмом користе често непроверене изворе у информисању јавности о раду полиције. 43,35% грађана се у потпуности

слаже са том констатацијом, 27, 7% се углавном слаже а 24,39% се делимично слаже.

Овакав став грађана указује на потребу и очекивање грађана да медији са већим професионализмом приступају обради тема које су везане за полицију како би тиме допринели прецизном и објективном информисању грађана. Ови резултати потврђују ставове који се могу наћи у теорији када су у питању разлози због којих се медији користе непровереним информацијама у извештавању што је директан генератор сензационализма.

Графикон 6: Став грађана о сензационализму у извештавању медија о раду полиције коришћењем непроверених информација

Став полицијских службеника по питању сензационализма медија у извештавању о раду полиције је чак у одређеној мери блажи од става грађана иако би се могло очекивати да ова тврдња код полицајаца буде више изражена. 23,46% анкетираних полицајаца сматра да постоји веома значајан ниво сензационализма у извештавању, 29,45% сматра да је тај ниво значајан а 33,33% полицајаца сматра да је то делимично тачно.

Чињеница да је став полицајаца на тему сензационализма медија на овом нивоу добија на значају у поређењу са ставовима грађана, чиме добија своју пуну потврду.

Графикон 7: Став полицајаца о сензационализму у извештавању медија о раду полиције коришћењем непроверених информација

Веома је битно истаћи и став новинара на тему сензационализма новинара у начину извештавања о раду полиције. Ставови новинара нису умеренији када је ова тема у питању, чак се може рећи да су веома изражени што је битно обзиром да се ради о ставовима у вези своје струке. Може се закључити да су новинари веома критични према себи по овом питању. 36,95% новинара сматра да ниво сензационализма веома значајан, 22,89% да је значајан а 27,71% овој теми придаје средњи значај.

Графикон 8: Став представника медија о сензационализму у извештавању медија о раду полиције коришћењем непроверених информација

Резултати до којих смо дошли су веома значајни јер указују на високу свест представника медија о сопственим слабостима што је основни предуслов за реализацију активности у правцу поправљања стања и подизања професионализма у новинарству на највиши могући ниво. Све три групе испитаника препознају опасност од сензационализма у извештавању медија. До њега долази у жељи да се по сваку цену дистрибуира информација јавности без размишљања о могућим последицама.

Неправилности у раду полиције, о којима медији информишу јавност, могу се сврстати у неколико основних група како је то приказано на графикону. На скали оцена од 1 – 5 грађани су највећи број таквих поступања оценили оценом 4 према значају који оне имају на квалитет односа полиције и јавности а тиме и на њен положај.

Табела 1: Питања на која се односи следећи графикон

Питање
1-Опхођење полицајаца
2-Незаинтересованост полицајаца
3-Непрофесионално поступање
4-Бруталност
5-Грубост
6-Нетачно обавештавање јавности
7-Необавештавање јавности
8-Нереаговање
9-Корупција
10-Неповерење
11-Затвореност полиције

Графикон 9: Оцена значаја неправилности у раду полиције
за њен однос са јавношћу

У том контексту грађани препознају медије као важан фактор у спречавању злоупотреба које се у полицији могу десити. Ради се о важном корективном фактору који представља стално упозорење полиције да се злоупотребе не могу прикрити и да ће оне посредством медија допрети у јавност. Ову чињеницу у полицији треба схватити као врсту привилегије која се огледа у виду помоћи у контроли рада полиције која стоји на располагању грађанима али и самој полицији у жељи да њено поступање у сваком тренутку буде у интересу и функцији грађана.

Грађани препознају медије као фактор у праћењу и спречавању неправилности у раду полиције. Чак 52,93% грађана сматра да су медији важан фактор а 22,55% да су веома важан фактор праћења и спречавања неправилности.

Графикон 10: Ставови грађана о улози медија у праћењу и
спречавању неправилности у раду полиције

Представници медија сматрају да је њихова улога у праћењу и спречавању неправилности у раду полиције још већа. 59,85% новинара сматра да је та улога медија веома важна док 36,68% сматра да је она важна.

Графикон 11: Ставови новинара о значају медија у спречавању неправилности у раду полиције

Ови резултати јасно указују да су медији веома битан корективни фактор у раду полиције у смислу превентивног деловања на спречавању незаконитости у раду полиције. У полицији треба да буду свесни да постоје велики изгледи да информација о незаконитом поступању полиције дође до медија који ће то пренети јавности. Та околност може довести до већег или мањег утицаја на поверење јавности у полицију а уколико се она понавља, може трајно нарушити успостављени ниво поверења.

У директној вези са овим закључцима су и ставови грађана да медији имају велики утицај на квалитет рада и законитост у раду полиције. 63% грађана сматра да медији могу извршити утицај а 16% да веома много утичу на квалитет и законитост у раду полиције. Ови резултати указују на закључак да грађани препознају улогу медија у друштву и њихову моћ да својим деловањем изврше превентивни утицај на начин рада полиције. Може се рећи да је то и њихова жеља јер је законито поступање полиције у њиховом интересу.

Графикон 12: Ставови грађана о утицају медија на квалитет рада полиције

Ставови полицајаца о овој улози медија указују да су у полицији веома свесни те улоге, што доводи до закључка да полиција предузима мере у правцу подизања квалитета и законитости у раду на највиши могући ниво. 52,9% полицајаца сматра да су медији важан фактор а 13,8% да су веома важан фактор утицаја на законитост у раду и спречавање злоупотреба од стране полиције.

Графикон 13: Ставови полицајаца о утицају медија на квалитет рада полиције и законитост у поступању

Ова околност је добра за одговорну полицију која ће учинити напор да своје активности спроводи стриктно у складу са законима који уређују њен рад. У теорији наилазимо на ставове који указују на по-

тенцијал који медији носе у себи и потребу да полиција то препозна и искористи у свом раду.

У процени утицаја медија на ставове грађана о полицији, грађанима смо поставили питање доприноса медија борби против криминала што на индиректан начин указује на утицај који медији имају на јавност и њено формирање ставова о полицији. Ставови анкетираних грађана су следећи: наиме, 40,74% грађана се изјаснило да медији помажу у борби против криминала а 7,48% да изузетно помажу. Са друге стране, 27,62% се изјаснило да медији стварају потешкоће а 10,70% да медији ометају рад.

Графикон 14: Став грађана о доприносу медија борби против криминала

У теорији срећемо став да они који имају могућност да презентују медијске извештаје о криминалу свакако веома утичу на ставове јавности о криминалитету. Бучар износи став да у вези са овим питањем постоји одговорност и публике и јавности што је подједнако важно као и одговорност новинара и уредника. Он указује на потребу да грађани буду медијски писмени и да буду у могућности да формирају своје ставове о криминалу чиме стичу могућност да критички размишљају. То је битно за изградњу ставова о криминалу и начину праћења медијских извештаја о криминалу и поступању полиције у спречавању таквог девијантног понашања (Вићар, 2011: 37).

Утицајем на формирање ставова грађана медији доприносе борби против криминала јер могу, у одређеним ситуацијама, утицати на ангажовање читаве заједнице у решавању одређеног проблема. Са друге стране, они могу утицати и на начин да полиција у својим активнос-

тима не добије подршку заједнице што јој може веома отежати задатке који се пред њу постављају. Може се закључити да је ово важно питање и да ставове до који смо дошли у истраживању у полицији треба имати у виду како би полиција својим активностима створила услове за формирање позитивних ставова јавности и подршку за свој рад.

Закључак

Утицај медија на формирање ставова грађана о полицији постоји и он је веома значајан, али он није пресудан за грађане. Став грађана у Србији о утицају медија на формирање њихових ставова према полицији указује да су медији важан али не и пресудан фактор. Теоретски ставови на које наилазимо крећу се у распону од тврдње да је утицај медија пресудан до става да је он значајан али да постоје и многи други фактори који утичу на грађане приликом разматрања тема везаних за полицију. Наше истраживање потврђује ову констатацију. Резултати до којих смо дошли указују да грађани, у великој мери, сматрају да је њихова способност процене пресудна а да су медији само средство за информисање, мада нису без значаја. Можемо констатовати да постоји корелација утицаја медија са другим утицајима. Овде пре свега треба истаћи лично искуство сваког појединца. При томе, треба узети у обзир да је само један део грађана имао или ће имати лично искуство а да остали информације ипак добијају од медија. Резултати нашег истраживања у значајној мери потврђују став да је формирање става заједнице према полицији и њеним активностима у савременом свету условљено нивоом и квалитетом успостављених односа полиције са медијима.

Да би медији правовремено и тачно извештавали јавност о полицијским активностима потребно је да имају слободу у свом раду. Слобода медија је један од постулата сваког демократског друштва и она је критеријум за процену достигнутог нивоа демократије. Наше истраживање је показало да су ставови грађана и припадника полиције подељени по овом питању код обе групе испитаника, док новинари сматрају да је ниво слободе у њиховом раду висок. Различити ставови грађана и полицајаца са једне стране, и новинара са друге, представљају сигнал да у овој области постоји знатан простор за напредак. Резултате које смо добили и који се односе на слободу медија можемо довести у директну везу са ставовима грађана да је за њих пресудно

лично искуство. Може се закључити да таблоидизација традиционалних медија утиче на поверење грађана у њих а тиме и на извештавање о догађајима који утичу на положај полиције у јавности. Ипак, утицај постоји и он је неспоран. Медији имају моћ да утичу на ставове јавности према полицији, дефинишу те ставове и дају допринос грађењу поверења грађана и целокупне јавности у полицију. У супротном, лако би се могло десити да полицијски службеници остварују добре резултате у својим активностима (борба против криминала, очување стабилног јавног реда и мира и др.), а да однос јавности према полицији не буде благонаклон и да не постоји подршка у јавности за полицијске активности. Ову могућност не треба искључити (о чему говоре теоретски ставови које смо претходно изнели у раду), и о овој околности представници полиције за односе са медијима у сваком тренутку морају да воде рачуна.

Неправилности у раду полиције су тема која интересује јавност јер она очекује да полиција своје задатке обавља на професионалан и законит начин. Резултати нашег истраживања указују да су и медији и грађани веома заинтересовани за ову тему и да медији имају значајну улогу у овој области. У овој области јавност има малу могућност непосредног увида и формирања личног става и до сазнања може доћи најчешће путем медија. Од начина како медији извештавају о тим догађајима зависи и став јавности и њено поверење у полицију. Ако се зна да и мала неправилност полиције у раду у медијима може бити интонирана на начин да изазове пажњу па чак и узнемирење јавности (нпр. грубо и арогантно поступање полицијских службеника према оштећеној странци која је дошла у службене просторије да поднесе пријаву или достави полицији информацију за коју сматра да је битна у расветљавању неког догађаја, изазива незадовољство грађана поступањем полиције), а да „крупне” неправилности не привуку медијску пажњу, закључујемо да начин извештавања односно не извештавања медија у овим случајевима у великој мери може утицати на ставове јавности према полицији, и формирање ставова јавности у најширем смислу речи. У овом случају долази до изражаја права моћ медија да утичу на ставове јавности и обликују их.

Из ове констатације произилази улога медија као корективног фактора у поступању полиције и став да медији играју улогу у борби друштва против криминала, о чему су се изјасниле све три групе испитаника у нашем истраживању. Фокусирање медија на неки безбедоносни проблем у дужем временском периоду ће свакако изазвати па-

жњу јавности и довести полицију у ситуацију да буде под лупом јавности у предузимању мера за решење проблема. Што време буде више протицало а полиција не буде имала решење, повећаваће се незадовољство у јавности њеним радом и опадаће поверење да је полиција у могућности да реши проблем. Начином на који медији извештавају о догађају и полицијским активностима полиције у вези са тим догађајем, директно се утиче на став јавности према полицији који се може кретати од симпатија због труда који се улаже до потпуног незадовољства јер случај није решен. У таквој ситуацији до значаја долази квалитет односа који је полицијска организација успоставила са медијима у претходном периоду. Уколико су ти односи професионални, партнерски и засновани на поверењу, полиција, на основу начина на који медији извештавају о догађају, може уживати симпатије у јавности чак и ако случај не буде решен јер је „предузела све што је било потребно”. У супротном, полиција може трпети велике критике и притисак да одговори на изазов који је пред њу постављен.

Све изнето указује на потребу дефинисања партнерских и професионалних односа две стране који се заснива на међусобном поверењу. На тај начин грађани ће бити у прилици да добију тачну информацију од медија, а полиција могућност да у амбијенту који је позитиван за њу реализује активности од интереса за целу заједницу.

Литература

- Albrecht, F., J., Das, K., D. (2011). *Effective Crime Reduction Strategies, International Perspectives*. Boca Raton, London, New York: Taylor & Francis Group
- Bučar, R. A. (2011). Medijsko poročanje o kriminalitetu v Sloveniji. *Revija za kriminalistiko in kriminologijo*.
- Богданић, А. (1994). Кризне ситуације у односима са јавношћу. *Српска политичка мисао*, 1–4/1994.
- Borovec, K. (2009). Policija i mediji. *Polic. Sigur.* Broj. 1.
- Graziano, L., M., Gauthier, J., F. (2017). Media consumption and perceptions of police legitimacy. *Policing: An International Journal*, Vol. 41 Issue: 5.
- Greer, C., McLaughlin, E. (2011). Trial by media. *Policing, the 24–7 news mediasphere and the 'politics of outrage Theoretical Criminology*, 15(1).
- Dowler, K. (2003). Media Consumption and Public Attitudes Toward Crime and Justice: The Relationship Between Fear of Crime, Punitive Attitudes, and Perceived Police Effectiveness. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 10(2).
- Eterno, A. J., Silverman, B. E. (2012). *The Crime Numbers Game, Management by Manipulation*. Boca Raton, London, New York: CRC Press, Taylor & Francis Group.

- Jefferic, E., Butcher, F., Hanley, D. (2011). *Measuring perceptions of police use of force, Police Practice and Research*. Boca Raton, London, New York: Taylor & Francis Group.
- Кешетовић, Ж. (2000). *Однос полиције са јавношћу*. Београд.
- Лакићевић, Д. (1988). *Да ли средства јавног информисања могу да сметају организацијама унутрашњих послова у сузбијању криминалитета*, 13. Мај, 5/88, Београд.
- Mastorocco, N., Minale, L. (2018). News media and crime perceptions: Evidence from a natural experiment, *Journal of Public Economics* 165.
- Милосављевић, Б. (1997). *Наука о полицији*. Београд: Полицијска академија.
- Motschall, M., Cao, L. (2000). An Analysis of the Public Relations Role of the Police Public Information Officer. *Police Quarterly*, Vol. 5, No. 2.
- Радојковић, М., Милетић, М. (2007). *Комуницирање, медији и друштво*. Нови Сад: Стилос.
- Рег, Д. (1996). *Односи с медијима*. Београд: CLIO.
- Skolnick, H. J., McCoy, C. (1984). Police Accountability and the Media. *American Bar Foundation Research Journal*, Vol. 9, No. 3.
- Соковић, С. (2012). Савремени казнени популизам: узроци, одлике и последице. *Правна ријеч*, год. 9, бр. 33.
- Shpayer, M., H. (2010). From menace to celebrity: the English police detective and the press. *Historical Research*, vol. 83, no. 222.
- Chermak T. C., Weiss B. A. (2005). Maintaining legitimacy using external communication strategies: An analysis of police-media relations. *Journal of Criminal Justice* 33.
- Закон о јавном информисању Републике Србије, доступно на www.parlament.rs;
- Савет Европе, Европски кодекс полицијске етике, §§ 19, 48, 49 и 103., септембар 2001.

THE INFLUENCE OF MEDIA ON FORMATION OF PUBLIC ATTITUDES ABOUT THE POLICE

Ivan Đorović

The Ministry of Internal Affairs of the Republic of Serbia – Police Directorate

Summary

The mass media have an important role in creating an attitude toward crime and toward criminal justice system. Public attitude towards victims, criminals, deviant behavior and the officials in charge of law enforcement, largely depends on their representation in the media. In order for the media to perform their function, they need access to information to which they are

entitled in accordance with the rules and regulations that govern in a democratic society. The media have a clear objective, and that is the right to know, which is, *inter alia*, their function on behalf of the citizens they are supposed to serve. Studies that were performed in order to test the media and their effect to public attitudes toward crime and the criminal justice system, found that the public is largely influenced by the media. One of those studies showed that as many as 35% of respondents based their knowledge of the police solely on the basis of the media. Police organizations recognize that the public forms its opinion on crime, fear of crime, public safety, and even on the police, solely from the media. Citizens get to know the Police directly (in contact with police officers), and indirectly (on basis of the picture presented by the media). The information presented on television, radio or in newspapers is the primary source of influence on the public. They affect the citizens' trust in the police and, in return, on the information that the police receive from the public. The efficiency of the police in carrying out its daily activities and its position in the community in which the police exists, depends largely from this relationship. Therefore, the police, as well as the media, must take into account the content of their relationship in order to realize their role in society in the best way, and that role, for each of them in its own way, is to be a service of citizens.

Keywords: *police, media, relations, public, impact, informing*