



# DEFENDOLOGIJA

Teorijsko-stručni časopis za pitanja zaštite, bezbjednosti,  
odbrane, obrazovanja, obuke i osposobljavanja

Godina XXVI

Broj 51-52

Banja Luka 2022.

- **ORGANIZOVANI KRIMINAL I BEZBJEDNOST**
- **MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE I MARGINALIZOVANE GRUPE**
- **POLITIČKI MARKETING I BOSNA I HERCEGOVINA**
- **PRANJE NOVCA**



m:tel

imate prijatelje!



ISSN 1450-6157



9 771450 615007



# **DEFENDOLOGIJA**

TEORIJSKO-STRUČNI ČASOPIS ZA PITANJA ZAŠTITE, BEZBJEDNOSTI,  
ODBRANE, OBRAZOVANJA, OBUKE I OSPOSOBLJAVANJA  
GODINA XXVI, BROJ 51-52, 2022.

Banja Luka  
2022.

**Izdavač**

EVROPSKI DEFENDOLOGIJA CENTAR

za naučna, politička, ekonomska, socijalna, bezbjednosna, sociološka i kriminološka istraživanja, Banja Luka

**Za izdavača**

prof. dr Duško Vejnović, redovni profesor Univerziteta u Banjoj Luci

**Glavni i odgovorni urednik**

prof. dr Duško Vejnović, redovni profesor Univerziteta u Banjoj Luci

**Urednici**

doc. dr Velibor Lalić

Boris Trivanović, MA

Dušanka Slijepčević, MA

Petar Đukić, MA

**Redakcija časopisa**

prof. dr Duško Vejnović; prof. dr Neven Brandt (Slovenija); akademik prof. dr Miodrag Simović; akademik prof. dr Dragoljub Mirjanić; akademik prof. dr Nenad Vunjak (Srbija); prof. dr Nedžad Bašić (Kanada); prof. dr Mile Šikman; doc. dr Velibor Lalić; prof. dr Želimir Kešetović (Srbija); prof. dr Dilip Das (USA); prof. dr Laurence Armand French (USA); prof. dr Zoran Govedar

**Savjet časopisa**

akademik prof. dr Dragoljub Mirjanić – predsjednik; akademik prof. dr Drago Branković; akademik prof. dr Vitomir Popović; prof. dr Nikola Mojović; akademik prof. dr Esad Jakupović; prof. dr Vladimir Stojanović; prof. dr Jovanka Šaranović; Beograd, prof. dr Stanislav Stojanović; Beograd, prof. dr Vaso Bojanić; Ranko Preradović, književnik; prof. dr Braco Kovačević; prof. dr Ostoja Đukić; prof. dr Ivan Šijaković; prof. dr Petar Kunić; prof. dr Mile Dmičić; prof. dr Miomir Pavlović; prof. dr Sadrž Karović; Petar Đukić, MA; Boris Trivanović, MA; prof. dr Miloš Šolaja; prof. dr Dragomir Jovičić; prof. dr Mile Rakić (Srbija); prof. dr Boro Tramošljanin; prof. dr Miodrag Romić; prof. dr Zoran Govedar; dr Darko Matijašević; dr Denis Hadžović (Sarajevo); mr Slavko Milić (Nikšić - Crna Gora); Miodrag Serdar, profesor (Minhen); prof. dr Armin Kržalić (Sarajevo); dr Stevan Dakić; dr Borislav Đukić; prof. dr Mario Karadža; dr Goran Maksimović; dr Dragiša Jurišić; prof. dr Milan Gužvica; doc. dr Dalibor Savić; doc. dr Nevenko Vranješ; prof. dr Dragan Radišić; doc. dr Predrag Obrenović; prof. dr Mihajlo Mijanović; prof. dr Ostoja Barašin, doc. dr Slobodan Simić; prof. dr Zoran Đurđević (Beograd - Srbija); doc. dr Nenad Radović (Beograd - Srbija); prof. dr Ljubiša Mitrović (Niš - Srbija); prof. dr Zoran Milošević (Beograd - Srbija); prof. dr Tatjana Duronjić; prof. dr Nevzet Veladžić; prof. dr Radoja Radić; prof. dr Zoran Jerotijević (Srbija); prof. dr Petar Spalević (Srbija)

**Štampa**

Grafopapir, Banja Luka

**Za štampariju**

Petar Vukelić, dipl. inž.

**Uredništvo i administracija**

Srpska ulica 2/2, 78 000 Banja Luka, Republika Srpska - Bosna i Hercegovina

Telefon/faks: 051/309-470

Web stranica: [www.defendologija-banjaluka.com](http://www.defendologija-banjaluka.com)e-mail: [defendo1997@gmail.com](mailto:defendo1997@gmail.com)

Žiro račun: 562 099 0000236689

**Lektor**

prof. Tatjana Ponorac

**Korektor**

Tin Vejnović, MA

**Prevod**

prof. Tatjana Ponorac

**Tiraž**

500 primjeraka

**Godišnja pretplata**

za pravna lica 200 KM

za fizička lica 100 KM

Rješenjem Ministarstva informisanja Republike Srpske, broj 01-439/ 97. od 25. decembra 1997. godine, javno glasilo teorijsko-stručni časopis «Defendologija» upisan je u Registar javnih glasila pod brojem 249.

# UVODNIK

## POPULIZMI, AUTOKRATIJA, KONFLIKTI I KRIMINAL SVIJET VODE U NEIZVJESNOST

**P**red Vama, nama, je dvobroj 51-52 časopisa Defendologija, u čast uspješnog početka 26 godine plodnog rada i razvoja Defendologije kao nauke o zaštiti, odbrani i bezbjednosti, zasnovane na naučnom diskursu: **zaštita + odbrana = bezbjednost**. Iz naprijed navedenog se prepoznaje da Defendologija, kao naučno-istraživačka organizacija, utemeljeno i sigurno sprovodi **Treću misiju razvoja fakulteta i univerziteta (prva je obrazovanje, druga je istraživanje), a treća je angažovanje akademskih radnika u zajednici**. Časopis Defendologija, i u ovom dvobroju, 51-520, ostao je vjeran svojoj programskoj orijentaciji multidisciplinarnog karaktera, kroz teme kao što su: Organizovani kriminal sa težištem na trgovinu ljudima kao oblik ugrožavanja bezbjednosti u Bosni i Hercegovini, Neki aspekti medijskog izvještavanja o marginalizovanoj grupi, Politički marketing sa osvrtom na Bosnu i Hercegovinu i Neki aspekti pranja novca. Autori časopisa Defendologija i svih izdanja Defendologije dali su najveći doprinos u prethodnih 26 godina u utemeljenju, naučnom i obrazovnom oblikovanju Defendologije kao nauke o zaštiti, odbrani i bezbjednosti, ali isto tako promovisali su, kroz svoju viziju i misiju, treću misiju razvoja fakulteta i univerziteta, a tj. svestrano angažovanje u zajednici. Bezbjednost je jedna, nedjeljiva, previše ispolitizovana i nažalost iz tih razloga nije konstituisana kao nauka. Zato je tu prazninu nadomjestila Defendologija, kao nova paradigma u nauci. Opštepoznato je da je Defendologija postala brend Banja Luke, Republike Srpske i Bosne i Hercegovine, a prepoznatljiva je i u cijelom regionu, što se prepoznaje kroz javno djelovanje, a i citiranosti Defendologije od strane domaćih i inostranih autora, te njeno prisustvo na citatnim bazama koje su nacionalno, regionalno, evropski i svjetski priznate. Defendologija se održala i dalje se razvija depolitizovano, dezideologizovano, stručno i naučno autonomno, **bez političkog tračarenja**, a u interesu opšteg dobra za sve građane i narode, bez obzira na rasu, vjeru i naciju. Ništa narodu više nije sveto izuzev golog preživljavanja, koje se polako pretvara u kulturu potčinjavanja u kojoj se definitivno gube svaki trag i želja da se nešto promjeni, da se učini bar jedan korak bliže izlasku iz izabranog tunela

neimaštine, apatije, straha i neizvjesnosti. Kultura potčinjavanja i straha uzima poslednji danak zatvarajući svaki prostor za kulturu protesta i dijalog, otvarajući najširi prostor kulturi prezira i agresivnosti. Sa prosvjećenim narodom se ne može manipulirati. Nastupaju mračna vremena u kojima nije teško osluhnuti sve jasnije i bučnije korake populista postrojenih u kolone smrti kako se polako približavaju. **Da li će buđenje naroda biti kasno? Pravda i vrlina su suprotnost sili, a bezbjednost traži prisustvo pravde, morala i kulture.** Tek što smo izašli iz najtragičnije i najbesmislenije ratne havarije koja je uništila ekonomski i intelektualni potencijal ove zemlje i izbrisala njene narode sa mape civilizovanih zajednica, nova generacija mladih našla se pred novim suočavanjima i izazovima i to kako na tehnološkim, ekonomskim, ekološkim, tako i na političkim i moralnim platformama. Čovjek danas raspolaže s više moći nego ikad ranije, a osjeća se nesigurnije nego ikad prije. Taj nesklad između osjećaja moći i osjećaja nesigurnosti traži od nove mlade generacije novu filozofsku i kulturnu autentičnost, novu ideološku i političku viziju koja bi bila u stanju konkretno, **djelotvorno odgovoriti razornoj autoritarnoj populističkoj retorici** koja sve više prijeti da preraste u *mainstream* nadolazećih novih havarija i nesreća. Od toga da li će nova dolazeća generacija mladih ljudi biti sposobna **detektovati „novi tehnološki ključ“** razvoja s aplikacijom povezivanja visokih tehnologija, umjetne inteligencije, energetskog interneta (EI), interneta stvari (IoT), tražeći novi način upravljanja tehnologijama, inovacijama, pravima i slobodama čovjeka, ili od toga da li će prihvatiti dolazeću grubu retoriku mržnje i totalitarističkog nasilja kao inspiraciju, zavisit će u kom će pravcu krenuti **dijalog između države, društva i tržišta. Dakako između naroda BiH i regiona.** Od te grupne intelektualne manifestacije novih generacija ovisit će budućnost čovjeka, njegova sloboda ili pokornost.

Cilj nam je stvoriti uslove masovne nenasilne manifestacije slobodne, nezavisne, svjesne hrabrosti i odvažnosti novih generacija koje mogu mijenjati čovječanstvo u ovom milenijumu, pa tako i stanje u BiH nabolje, u interesu svih građana. Svaki čovjek, svaki narod ima pravo da u potpunosti raspolaže svojom budućnošću, da odredi pravac svoga razvitka, da sačuva i unapredi svoju kulturu i svoje vrijednosti. Idemo zajedno ka boljoj budućnosti... Smjelosti, smjelosti, više smjelosti...

**GLAVNI I ODGOVORNI UREDNIK**

# SADRŽAJ

UVODNIK .....	3
<b>ORGANIZOVANI KRIMINAL I BEZBJEDNOST .....</b>	<b>7</b>
Проф. др Душко Вејновић, доц. др Предраг Обреновић ОРГАНИЗОВАНИ КРИМИНАЛ-ТРГОВИНА ЉУДИМА КАО ОБЛИК УГРОЖАВАЊА БЕЗБЈЕДНОСТИ СА ОСВРТОМ НА БиХ .....	9
<b>MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE I MARGINALIZOVANE GRUPE .....</b>	<b>25</b>
Prof. dr Borka Vukajlović, doc. dr Dragan Vukajlović, prof. dr Ljubomir Zuber, prof. dr Gordana Budimir-Ninković NEKI ASPEKTI MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA O MARGINALIZOVANOJ GRUPI .....	27
<b>POLITIČKI MARKETING I BOSNA I HERCEGOVINA .....</b>	<b>43</b>
Doc. dr Borislav Bojić POLITIČKI MARKETING, SA OSVRTOM NA BiH .....	45
<b>PRANJE NOVCA .....</b>	<b>67</b>
Mr Jadranka Lalić Stojanović, doc. dr Suzana Ubiparipović PRANJE NOVCA .....	69



---

---

# **ORGANIZOVANI KRIMINAL I BEZBJEDNOST**

---

---



# ОРГАНИЗОВАНИ КРИМИНАЛ-ТРГОВИНА ЉУДИМА КАО ОБЛИК УТРОЖАВАЊА БЕЗБЈЕДНОСТИ СА ОСВРТОМ НА БиХ

ПРЕГЛЕДНИ РАД

УДК 343.122:343.9.02(497.6)

DOI 10.7251/DEFSR5122009V

COBISS.RS-ID 136159233

**Проф. др Душко Вејновић<sup>1</sup>**  
**Доц. др Предраг Обреновић<sup>2</sup>**

**Апстракт:** Поред локалних етно-вјерских сукоба, прве двије деценије XXI вијека обиљежиле су и појава неких нових облика угрожавања безбједности, како на глобалном, регионалном тако и на локалном-нивоу државе.

У савременој теорији како међународних односа, тако и у теорији безбједности наука дефинисани су бројни безбједносни ризици, изазови и пријетње. Управо ти ризици, изазови и пријетње су дефинисани као државни и недржавни чиниоци. Међу недржавне чиниоце у један од најзначајнијих по савременим теоретичарима међународних односа и безбједности свакако се убраја организовани криминал. Данас организовани криминал је постао толико софистициран, да борба против истог, увелико превазилази могућност и капацитете државе да се саме-појединачно боре против ове пошасте савременог друштва.

Трговина људима је једна од највећих и најпрофитабилнијих глобалних криминалних активности, заједно са трговином наркотицима, оружјем и прањем новца.

Због тога, циљ овог рада је да укаже на значај борбе против организованог криминала, посебно на значају борбе против трговине људима као једне од најзначајнијих и најпрофитабилнијих активности организованог криминала.

---

<sup>1</sup>Универзитет у Бањој Луци

<sup>2</sup>Независни Универзитет Бања Лука

Готово са сигурношћу можемо рећи да организовани криминал има своје активности у свим државама диљем „свјетског шара“, а он посебно долази до изражаја у земљама које се налази у транзицији. Зато, ћемо у овом раду, дати остврт на стање трговине људима у БиХ, као држави која се већ скоро пуне три деценије налази у периоду транзиције.

*Кључне ријечи: безбједност, организовани криминал, трговина људима, БиХ*

## УВОД

Организовани криминал данас представља један од најзначајнијих безбједносних ризика модерних држава, јер великим дјелом новац зарађен криминалним активностима попут трговине наркотицима, трговине људима, као и друге криминалне активности финансирају разне нелегалне активности које за последицу имају угрожавање безбједности диљем „свјетског шара“.

Као, што нам је већ свима добро познато, трговина људима представља један од назначајнијих облика финансирања организованог криминала. Због тога предмет овог рада је дескрипција трговине људима. Наравно, током писања овог рада користићемо методу дедукције.

Последњих неколико деценија тема трговине људима врло је актуелна у академским круговима, чему су, између осталог, допринјеле бројне крупне промјене у друштвено-економској и политичкој сфери на глобалном плану. Интересовање истраживача за трговину људима интензивирали су бројни друштвени процеси, посебно миграције, али и друштвене и политичке кризе које су услиједиле након хладног рата.

Резултати досадашњих истраживања упућују на чињеницу да је трговина људима глобални феномен који мање-више погађа све земље свијета. Доступни подаци који се тичу обима и распрострањености овог проблема упућују на закључак да су на трговину људима рањивији они људи који живе у неразвијеним земљама и државама које пролазе кроз друштвену и економску транзицију.

У раду су приказана теоријска промишљања о трговини људима, као и приказивање емпиријских података који указују на токове зарађеног новца трговином људима од разних криминалних организација, те употребу тог новца у инансирању разних радикалних и екстремистичких група. Наравно у раду посебну пажњу ћемо посветити трговини људима на простору БиХ као државе која се скоро више од двије деценије налази у процесу транзиције.

## 1. ТРГОВИНА ЉУДИМА

Трговина људима је сложен и мултидимензионални проблем који се изучава у различитим научним дисциплинама, те отуда и разноврсност приступа који настоје да објасне шта је у позадини трговине људима.

Трговина људима се сматра једним од највећих проблема који егзистира заједно са нама. Трговина људима, а посебно његов најчешћи облик трговина женама и дјецом у сврху сексуалног искоришћавања, растући је глобални проблем. Она је већ одавно свијету препозната као веома опасан облик организованог криминала, који на глобалном нивоу представља најуноснију и најпрофитабилнију криминалну активност. Она, као глобални феномен, пролази кроз више фаза у оквиру којих се жртва регрутује, транспортује и експлоатише, а свака од тих фаза има своје специфичности.

Трговина људима подразумјева продају и куповину тј. држање неког лица у циљу његове експлоатације, као и све друге радње које могу бити дио тог процеса, као што су превоз, чување, скривање и сл. У таквим случајевима је увјек присутна нечија експлоатација. Она се одржава употребом силе, преваре, пријетње, отмице или на други начин. Такође, она представља вид модерног ропства које се заснива на понуди и тражњи и представља врло уносан посао. Што се више развија технологија, много је лакше формирање криминалних организација које се баве трговином људима. Жртве се третирају као потрошни материјал и користе се без икаквог улагања док не постану неупотребљиве када се мењају новим жртвама. Трговина људима представља најгрубљи начин кршења људских права и једно од најтежих кривичних дијела против човјечности (Милановић,

Лајовић, Барјактаровић, Радосављевић, 2016) будући да подразумева експлоатацију једног човјека зарад стицања користи за другог.

Трговина људима као облик организованог криминала представља глобални проблем, који опстаје упркос координираној акцији на националном и међународном нивоу. Она погађа све државе, а исто тако свако лице лако може да постане жртва трговине људима. Заступљеност трговине људима у одређеним земљама је везана за политичку, економску и социјална ситуацију. Земље у којима се јавља неки облик трговине људима се могу поделити у три групе:

- а) земље поријекла,
- б) земље транзита и
- в) земље дестинације. ( Бритон, Маљевић 2010)

Земље поријекла и транзита су најчешће земље које су у политичкој и економској транзицији, земље у развоју и неразвијене земље, сиромашне, тзв. земље „трећег света“, земље у рату и пост-конфликтне земље. Због такве ситуације већина људи, који су жртве трговине људима, потичу управо из таквих земаља, а сам транзит жртава до дестинације много је лакше организовати кроз земље у којима је неууређен друштвени и правни систем.

Земље дестинације су земље које су економски развијеније и савим тим богатије. Зато најчешће земљу дестинације одређује земља поријекла, тачније њена развијеност у односу на њу. Наравно, апсолутно правило не постоји. То је само општа подјела која не мора да буде и правило. Свака од земаља на свијету може у неком тренутку бити земља поријекла, транзита или дестинације.

## 2. ТРГОВИНА ЉУДИМА НА ГЛОБАЛНОМ НИВОУ

Као што је већ у предходном дијелу рада наведено, трговина људима је глобални проблем, који није заобишао ни Европу. Међутим, за разлику од осталих дијелова свијета, Европа је посебно угрожена јер је ријеч о одредишту у које долазе жртве из великог броја земаља.

Према Извештају (UNODC Report, 2003), на глобалном нивоу, најчешћи облик трговине људима (79%) је сексуална експлоатација. Жртве сексуалне експлоатације су претежно жене и девојке.

Изненађујуће, у 30% земаља које су дале информације о полу трговача људима, чине жене. У неким дјеловима свијета трговина женама је норма.

Други најчешћи облик трговине људима је принудни рад (18%). Овај податак нас некада може навести на извођење погрешних закључака из простог разлогашто се принудни рад врло ријетко открива и пријављује од трговине људима ради сексуалне експлоатације. Широм свијета, скоро 20% свих жртава трговине су дјеца. Међутим, у неким деловима Африке и региона Меконга дјеца су већина, број се креће до 100% у дијеловима Западне Африке. Иако се чини да трговина људима подразумјева кретање људи преко континента, већина експлоатације се одвија у близини куће. Подаци показују да су трговина људима унутар региона и домаћа трговина главни облици трговине људима.

Протокол Уједињених нација против трговине људима – најважнији међународни споразум у овој области – ступио је на снагу 2003. године. Извештај показује да се у последњих неколико година број држава чланица које озбиљно примењују Протокол више него удвостручио (са 54 на 125) од 155 обухваћених држава. Међутим, још увек има много земаља које немају потребне правне инструменте или политичку вољу.

На слици испод, можемо видјети токове трговине људима дилџем свијета

■ Главна одређишта медрегионалних tokova i važna područja podrijetla, 2012. – 2014.



Слика 1: UNODC, „Global Report on Trafficking in Persons 2016”

Радећи припреме (истраживање) на изради овог рада могли смо се увјерити да је данас тешко, готово немогуће наћи прецизне податке о трговини људима на глобалном или регионалном нивоу. На основу процјена разних владиних и невладиних експерата из ове области можемо рећи, да је између 700,000 до два милиона жена и дјеце годишње прода у свјету као жртве трговине људима. То су само прелиминарне процјене које се односе на међународну трговину људима. У ову процјену није укључена интерна трговина људима у земљама попут Тајланда или Индије. Међународна организација за миграције процјењује да се 300,000 жена годишње прода у Европи. Међутим, ових дана је могу наћи разне процјене које указују да је Украину због ратних дејстава напустило око 3,5 милиона људи. Узимајући у обзир чињеницу да се ради о релативно сиромашном становништву, за очекивати је пораст броја жртава трговине људима на тлу Европе. Само према подацима Украјинског Министарства унутрашњих послова процјењује да је 400,000 жена продано ван земље у посљедњој деценији. Презентовани подаци указују да је трговина женама и дјецом у сврху проституције озбиљан глобални проблем, без обзира на чињеницу да доступни подаци који указују на трговину људима не заснивају се на реалним већ на основама процјена разних владиних и невладиних експерата и организација.

### 3. ТРГОВИНА ЉУДИМА У РЕГИОНУ ЈУГОИСТОЧНЕ ЕВРОПЕ

Прво у циљу што лакшег разумијевања појма Југоисточна Европа, прво ћемо овдје за потребе овог рада дефинисати наведени појам.

Под појмом Југоисточна Европа подразумевамо географски и геополитички појам који обухвата југоисточни дио Европе у захвату Јадранског, Егејског, Јонског, Мраморног и Црног мора, са сјеверном копненом границом која се у ужем географском смислу поклапа са линијом ријечних токова Саве и Дунава, док у геополитичком смислу понекад обухвата и непосредно суседне области које се налазе северно од поменуте линије.

Задњу деценију 20 вијека регион Југоисточне Европе обиљежили су етновјерски конфликти, који су истовремено дизајнирали

етнополитичку мапу региона. Регион је био војно, политички и економски подјељен, створене су нове државе, успостављене нове границе. Скоро све земље које се налазе на простору који обухвата Југоисточна Европа се налазе у неком периоду транзиције, те су управо због тога суочене су са проблемом организованог криминала и корупције, што представља главне обструктивне факторе развоја и регионалне стабилности. Због периода транзиције, владе држава Југоисточне Европечесто из разлога лимитираних економских ресурса нису у могућности да успоставе ефикасну контролу над токовима незаконите економије и разних других облика криминала, укључујући трговину женама у сврху проституције. Регион Југоисточне Европе је подручје дестинације, транзита, а у задњем периоду све више регион порјекла трговине жена и дјеце.

Организоване криминалне групе у региону Југоисточне Европе, безобзира на своје етничко и вјерско опредељење веома добро, скоро савршено функционишу, за разлику од влада њихових држава, те због тога у великој мјери успјешно експлоатишу недовољно контролисане државне границе, корупцију, правни вакуум као и непостојање регионалне сарадње на сузбијању организованог криминала. Географска близина земаља источне и централне Европе утицала је на стање трговине људима у региону Југоисточне Европе, пошто земље бившег источног блока у великом опсегу су обухваћене овим феноменом у пост совјетској периоду. ИОМ назива повећану тражњу за женама славенског поријекла “четвртим таласом жртава који укључује жене и дјецу из Централне и Источне Европе, укључујући Русију и Украјину, који јепочео раних 1990 тих, а наставља се до садашњег времена. Ранији таласи односили су се прво на жене са Тајланда и Филипина, други талас обухватао је жене из Доминиканске Републике и Колумбије, и трећи талас жене из Гане и Нигерије. Четврти талас трговине људима из источне и централне Европе је као лонгитудинални вал обухватио и земље Југоисточне Европе, првенствено због географске близине, сличне прошлости и проблема са којима се сусрећу пост социјалистичка друштва.

Најучесталије врсте криминала у региону Југоисточне Европе још увијек су кријумчарење дрога, оружја, цигарета као најunosније врсте криминала током 90тих, док је трговина

људима постала израженија крајем 1990 тих. Као међународни организовани криминал, трговини људима треба се супроставити кроз интегрални приступ на националном, регионалном и међународном нивоу. Потписивањем Министарске Декларације Пакта за Стабилност 2000 године у Палерму, и оснивањем радне групе за трговину људима (*Sability Pact Trafficking Task Force*, у даљем тексту, -*SPTF*), владе земаља југоисточне Европе сложиле су се да оне требају имају водећу улогу у анти-трафикинг аквностима. Систем регионалне кооперације, координисан од *SPTF* утицао је да свака земља изради унифициран, структуриран систем супростављања трговини људима у форми Националног акционог плана. Ти планови укључују сарадњу владиних, невладиних и међународних агенција, и представљају врло користан и ефикасан теоретски оквир супростављања трговини људима .

#### 4. ТРГОВИНА ЉУДИМА У БИХ

У БиХ се први случајеви трговине људима јављају крајем 1996. године. Међутим, то не значи да ових случајева није било и раније, али они нису били препознавани као један од опасних облика криминалитета. Такви случајеви су првенствено евидентирани као случајеви илегалне имиграције или појединачни случајеви који су се подводили под проституцију. Третирани су као прекршај, а лица која су пружала сексуалне услуге кажњавана су на основу законских одредби јавном реду и миру и о боравку и кретању странаца. Приступ овом проблему се значајно промијенио кад је он попримио шире размјере . У почетној фази препознавања трговине људима, као опасног облика организованог криминала, БиХ је оцијењена као земља транзита према западној Европи, али и земља дестинације за жртве трговине људима из земаља централне и југоисточне Европе. Међутим, у протеклих неколико година појавио се нови феномен – трговина женама и дјевојчицама које се врбују у ланце трговине људима на локалном нивоу, у циљу сексуалне експлоатације у другим дијеловима земље, док је број идентификованих страних жртава трговине људима у сталном опадању, а број БиХ жена (интерна трговина људима) које су идентификоване као жртве трговине у БиХ

до 2009. године је у сталном порасту. Повећањем интерне трговине људима унутар граница БиХ, агенције за спровођење закона су се сучиле са новим изазовима на пољу идентификације и истраживања злочина на пољу трговине људима.

У тренутно доступним публикацијама, научним и стручним радовима веома често се наводе неки од следећих узрока настанка трговине људима у БиХ.

#### *4.1. Слом друштвеног система - слом одговорности*

До 1991. године Босна и Херцеговина је била саставни дио СФРЈ. У априлу 1992. избија грађански рат који је завршен потписивањем Дејтонског мировног споразума у Охају, САД, у новембру 1995. Дејтонским мировним споразумом установљена БиХ која се састоји од два равноправна ентитета, Република Српска и Федерација БиХ. Дејтонским мировним споразумом установљена је међународна супервизија од стране канцеларије Високог представника (у даљем тексту *ОHR*), који је од стране међународне заједнице добио висока овлашћења у тумачењу цивилног дијела мировног споразума, са високим овлашћењима именовања и опозива БиХ званичника на свим нивоима власти, те доношења одлука и закона. Ратни сукоб на територији БиХ, који је имао примјесе територијалног, етновјерског довео је до слома друштвене и економске структуре у БиХ. То је довело до дезинтеграције друштвене структуре и легимности државе на дуг период. Конфликти у региону од почетка раних 1990-тих, резултирали су милионима избјеглица и расељених лица, који представљају рањиве категорије за трговце људима. Жене избјеглице често су биле без или одвојени од чланова породице, као резултат често су постајале мете за разне облике злоупотреба, укључујући и трговину људима. Немогућност да се интегришу у земљама које су их примиле или да се врате у своје земље поријекла, често води избјегле жене у трговину бијелим робљем.

У послијераном периоду БиХ је била изразито политички нестабилна. Безбједносне агенције у ентитетима, оптерећене етновјерским нетрпељивостима, уз истовремено веома низак ниво сарадње. Снаге за спровођење закона су надлежности ентитета, с ниским

нивом међу ентитеске и регионалне сарадње на сузбијању организованог криминала. Граница БиХбила је недовољноконтролисана, ина тај начин постала примамљива за организоване криминлане групе да експлоатишу слабости “меке” границе, кријумчареци наркотице, оружје и људе. Висок профит, минималан ризик откривања и минималне казне учинили су трговину људима у сврху проституције врло примамљивим у БиХ.

#### *4.2. Насљедство недозвољене трговине и кријумчарења - предност коју су трговци људима знали искористили*

Ратна и поратна илегална економија значајно су обликовале развој БиХ друштва у послератном периоду. Снабдијевање тржишта које се базирало углавном на кријумчарењу, развило је кријумчарску свијест, створило уходане кријумчарске мреже и канале. Овако дефинисани трговински токови, представљали су добру полазну логистичку основу за кријумчарење људима. Врста робе са којом се тргује није битна, вазан је профит који се тим активностима генерише. У научним и стручним чланицима који су се бавили стањем и последицама тако засноване трговине, веома често се наводе, да су велике пијаце који је у пост ратном периоду у свим дјеловима БиХ, (регионални принцип) биле су као „рајска острва“ за кријумчарење алкохола, цигарета на које порез није плаћен, дрога, крадена возила мада и оружје се могло наћи. Током тог периода према доступним процјенама институције у БиХ су губиле цца 30 милиона долара због непалћања пореза на робу која се прода на тим пијацама.

Профит остварен од илегалних активности је велик, те омогућава стварање финансијске моћи друштвеног утицаја организованих кријумчарских група. Штете које друштво трпи од црне економије су вишеструке; првенствено створене су добро уходане и организоване мреже кријумчара, способне да преко државне границе ефикасно кријумчаре разне врсте роба; експлоатишу слабости “меке” границе, такође, истовремено ове криминалне групе, експлоатишу висок ниво корупције и низак ниво одговорности службеника царинне или полиције.

Наредна посљедица ратне и после ратне илегалне економије видљива је у стварању добро организованих кријумчарских група са високим оперативним могућностима за спровођење илегалних активности. Криминалне групе имају ефикасан модус операнди, савремену техничку опрему и људство за контролу и праћење “пошиљки”, као и мрежу конаката и познанстава базираних на корупцији услучају да нешто “крене мимо планираних активности”. Методи кријумчарења људи преко државне границе углавном су слични са начинима кријумчарења других роба.

### *4.3. Међународне мировне снаге-растућа потреба за секс индустријом*

Потписивањем Дејтонског мировног споразума, у складу са Анексом 7 мировног споразума у БиХ рапоредило је 76000 припадника мировних снага, као и велик број припадника других међународних организација и агенција. Тај број временом је смањиван, како су се стварали стабилнији и сигурнији услови у БиХ, и смањивале могућности новог конфликта. У 2003 години број припадника мировних снага износио је 12.000 са тенденцијом даљнег смањивања у 2004 години, и преузимање мисије *SFOR-a* од стране Европске Уније крајем 2004 године данас износио нешто мање од 2000 . Долазак мировних снага, наручито у првим годинама после потписивања мировног споразума охрабрио је развој секс индустрије на просторима БиХ . Секс индустрија је изузетно добра зарада, наручито у земљи у којој је индустрија током рата уништена, или производња заустављена, у земљи која је поред бивше Југословенске Републике Македоније била једна од најнеразвијенијих република бивше Југославије. У првим годинама после рата било је битно одржати мир, и спријечити потенцијалне могућности избијања новог сукоба. Трговина људима полако је захватала БиХ друштво у свим сегментима, добијајући епидемичне пропорције. Ноћни барови, као најтипичнији облици где се проституција одвијала, ницали су свакодневно уз линије раграничења, уз друмове, у градовима и селима. Нов бизнис је створен, нове пословне могућности биле су на видiku у ратом разрушеној земљи, у којој су легалну економију замијенили снабдијевачи црног тржишта.

Ноћне барове отварају су и власници угоститељских објеката без криминалне прошлости, увидјевши добру зараду. У тим годинама обзиром на велико међународно присуство секс је био лако доступна на “роба” иностраној клијантели у БиХ.

#### *4.4. Сиромаштво као башта за регрутацију*

Висока стопа сиромаштва представља пријетњу да БиХ поста-не земља поријекла трговине људима у већем обиму. Сиромаштво у БиХ није ограничено на одређен број популације, него је епиде-мично. Стога представља једно од кључних питања у друштву, које у великој мјери утиче на економске, социјалне, политичке процесе у БиХ. На дан 31.1.2021. у Босни и Херцеговини је било 415.027 осо-бе на евиденцијама завода и служби запошљавања у Босни и Хер-цеговини. (Извјештај агенције за запошљавање БиХ). У односу на претходни мјесец број незапослених особа је већи за 1.400 особа или 0,34%. Од укупног броја особа које траже запослење, 236.245 или 56,92% су жене. У односу на исти период прошле године незапосле-ност у БиХ је већа за 8.860 особа или 2,18%.

Повећано сиромаштво представља ризик да се међу катего-ријама запослених регрутују потенцијалне жртве трговине људима. Материјална биједи јача импулс за излазом из гета сиромаштва, тиме јача жељу за емиграцијом, што може водити прихватању лажних по-словних понуда у иностранству и уласку у свијет трговине људима.

## **5. ОРГАНИЗОВАНИ КРИМИНАЛ КАО ФАКТОР УГРОЖАВАЊА БЕЗБЈЕДНОСТИ**

У предходном дијелу рада видјели смо да организовани кри-минал утиче на све дјелове једног друшта истовремено паралишући дјеловање државних институција, какав је случај и у БиХ. У таквим условима долази до пораста разних облика екстремизма као што је вјерски, национални, културни, итд.

У прошлости криминалне организације су се руководиле јед-ним мотивом, а он је био стицање профита као и увећавање истог, док данашњем свијету криминалци имају и неке друге аспирације.

Финансијска моћ, као и позиције у политичком, привредном и безбједносном сектору користе се за ваниституционалне и друге утицаје на државу, односно за заузимање положаја у друштву који се не могу остварити учествовањем у регуларним законски прописаним процесима. Нова „негативна енергија“ организованог криминала угрожава безбједност многих земаља, па и међународне заједнице.

Како организовани криминал утиче на глобалну, регионалну и локалну безбједност? Да би одговор на ово питање био поприлично релевантан, он у себи мора садржавати сљедеће премисе:

- Веза криминалних организација са политичком и економском елитом одређене државе, али и са новим центрима финансијске моћ (тзв. тајкуни или олигарси);
- Горе наведене везе се користе за легализацију нелегално стеченог новца (прање пара);
- Веза криминалних организација са разним невлдиним организацијама, такође, у циљу легализације новца уз истовремено утица на полуге цивилног друштва;
- Веза са безбједносним структурама - спрегу организованог криминала и безбједносних структура, становници простора Југоисточне Европе, можемо слободно рећи, осјећају и са истом живе још од пада Берлинског зида и почетка, фамозног процеса транзиције;
- У посљедње вријеме веома значајна појава је финансирање појединих медија од стране криминалних организација, те константан притисак на јавно мњење, на законодавне, извршне и судске органе, на супарнике из криминалног миљеа, на потенцијалне сведоке итд;
- Веза криминалних организација са разним обавјештајним службама других држава. Та веза се првенствено користи као ослонац и логистика дјеловања домаћим и страним обавештајним службама у обављању обавештајних задатака, као и извесних „прљавих“ послова.
- И на крају, у научним и стручним радовима, може се све више наћи теоретска разматрања везе криминалних организација и тероризма, односно, односно са организаторима и учесницима у оружаним побунама и другим облицима политичког криминала.

Читајући разна дјела савременика, у којима се чести истичу и разлике између организованог криминала и разних радикалних покрета, можемо извући закључак да, она традиционална разлика, коју су сви истицали, полако, али сигурно нестаје. Чак, поједине криминалне организације, користе разне радикалне методе у циљу застрашивања државних институција и појединаца у циљу остваривања својих зацртаних циљева. Такве методе, до сада су биле само кориштене од стране радикалних организација.

Као што смо већ навели, у последњим деценијама у научним и стручним радовима, све више се истичу везе и праве разне компарације на односе између организованог криминала и тероризма. Ове везе начелно постоје у сљедећим случајевима када:

- Организовани криминал својим илегално стеченим профитом финансира терористичке организације или групе, или преко „фасадних предузећа и оф-шор компанија“ посредује у финансијским трансакцијама терориста и финансијера;
- Организовани криминал кријумчари наоружање и опрему за потребе терористичких покрета и/или кријумчари стране плаћенике и терористе до земље у којој делује терористичка организација;
- Терористичке организације, самостално или у сарадњи са криминалним групама, предузимају извесне организоване криминалне активности, како би обезбедиле материјална и војна средстава за извођење терористичких аката;
- Организовани криминал, са израженим политичким аспирацијама, прибегава тероризму како би непосредно дошао или довео своју „политичку струју“ на власт (Милаковић, 2009).

На крају, организовани криминал, односно, трговина људима, као једна од најпрофитабилнији активности организованог криминала, постаје све значајнија и озбиљнија пријетња правној држави, демократији, владавини права, међународном миру и стабилности. Код свевећег броја земаља броба притив организованог криминала, постаје политички приоритет у многим државама свијета, посебно у државама које се налазе у процесу транзиције. Иако се, према неким схватањима, томе мора приступити примарно или искључиво

са аспекта националне безбједности и заштите националних интереса, нипошто се не смију занемарити интереси и врједности људске и међународне безбједности (Piccarelli, 2008).

## ЗАКЉУЧАК

Трговина људима, поред трговине оружјем и наркотицима, представља најunosнију грану организованог криминала и представља најгрубљи облик кршења људских права.

Трговина људима и организовани криминал уопште представљају скоро савршен облик организације која ниједан сегмент свог дјеловања не препушта случају, почев од одабира чланова па до коруптивних активности и метода легализовања прљаво стеченог капитала. Јако битна карактеристика организованог криминалитета, која му омогућава дуговечност и успешност, јесте брза способност прилагођавања новонасталим ситуацијама. За успешну борбу против трговине људима прије свега треба да сазри свест како појединца тако и заједнице.

Јако битна чињеница је сарадња на међународном нивоу. Та сарадња мора бити константна и добро усмјерена јасним проблемима. У тој сарадњи треба укључити како органе безбједности, владине канцеларије и невладине организације. Стална размјена информација може помоћи успешном превентивном раду и пресецању канала кријумчарења. Без сарадње и тимског рада супротстављање овом проблему је јако тешко.

Видјели смо да ниједна земља на свијету није поштеђена трговином људима, те се због тога свака земља може наћи у једној од три групе (земљи поијекла, земља транзиције и земља дестинације).

Најризичније државе су државе које се налазе у периоду транзиције, државе које се опорављају од ратних сукоба или државе на цијој територији бјесне ратни сукоби.

БиХ је држава у транзицији, држава која због неријешеног односа између три конститутивна народа, има вакум политичке моћи гдје три националне елите не желе сарађивати и елиминисати девијатне друштвене појаве. БиХ која је непосредно после крвавог сукоба

на својој територији била држава транзиције за трговину женама у циљу проституције, односно, секс индустрије, постала је држава са развиеном унутрашњом трговином женама у циљ проституције и развијене сец индустрије.

Када је у питању однос између тероризма и организованог криминалитета, јасно је видљиво да се они одликују високим степеном организованости и конспиративности те планским, смишљеним, организованим и дуготрајним поступањем. Кључ њиховог односа манифестује се у чињеници да се тероризам најчешће ослања на организовани криминалитет у циљу прибављања финансијских средстава пошто терористичке активности захтијевају велику количину новца и стабилне изворе финансирања. Поред њихове повезаности, постоји и кључна разлика између њих, која се огледа у крајњем циљу.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Доц. др Саша МИЈАЛКОВИЋ, (2009), *Часопис Безбедносћ*, Криминалистичко-полицијска академија, Београд,
2. Л. Милановић, Б. Лајовић, Д. Барјактаровић, Б. Радосављевић, (2016), *Приручник за образовни сисћем – зашћићића ученика од ићрћовине људима*, Београд.
3. R. Britton, А. Маљевић, (2010), *Трћовина људима & кријумчарење мићрананћића*, Београд.
4. Piccarelli, J. T., (2008), *Transnational Organized Crime, Security Studies – An Introduction (ed. Williams, P.)*, Routledge, London – New York.

## ИНТЕРНЕТ:

<https://www.unov.org/unov/en/unodc.html>

---

---

**MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE  
I MARGINALIZOVANE GRUPE**

---

---



# NEKI ASPEKTI MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA O MARGINALIZOVANOJ GRUPI

PREGLEDNI NAUČNI RAD

---

UDK 316.344.7:32.019.5

DOI 10.7251/DEF5R5122027V

COBISS.RS-ID 136160001

---

**Prof.dr Borka Vukajlović<sup>1</sup>**  
**Doc.dr Dragan Vukajlović<sup>2</sup>**  
**Prof.dr Ljubomir Zuber<sup>3</sup>**  
**Prof.dr Gordana Budimir-Ninković<sup>4</sup>**

**Apstrakt:** Brojne su definicije marginalizacije, diskriminacije i sličnih pojava koje u suštini ukazuju na proces/e isključivanja osoba, pa čak i grupa, koje su obuhvaćene definicijama. Zjedničko im je da je njihov marginalizovani položaj uzrokovan različitim faktorima, na koje ne mogu ili veoma malo mogu da utiču. Istovremeno su brojni primjeri i dokazi o veoma snažnoj ulozi svih oblika medijskih izvještavanja, koji mogu da utiču na oblik i intenzitet marginalizacije. Cilj ovoga rada je da ukažemo na oba procesa, kreiranje negativne, ali i pozitivne reakcije kod „medijskih konzumenata“ prema osobama koje su u fokusu. Način na koji opisujemo neku osobu, grupu, pojavu, ukazuje na odnos prema toj osobi, grupi ili pojavi, te je na taj način i snažna determinanta stava prema istoj.

**Ključne riječi:** stavovi, marginalizacija, mediji...

---

<sup>1</sup> NUBL Banja Luka

<sup>2</sup> JU CSR Banja Luka

<sup>3</sup> NUBL Banja Luka

<sup>4</sup> Alfa BH Univerzitet, Beograd

## TEORIJSKI OKVIR

### Marginalizacija

*Radi čega različit položaj pojedinaca u društvu, njegova pripadnost određenim slojevima, grupama i podgrupama "proizvodi" marginalizaciju?*

Naše viđenje odgovora usmjeravamo na početak akcije, vezane za osobu » koja je obilježena neukidivim predrasudama, preduvjerenjima i predmnijenjima koje strukturiraju njezin horizont razumijevanja«. <sup>5</sup>

Važnost pred-mnijenja jest u najmanju ruku jednaka važnosti tradicije, jer su te predrasude, pred-mnijenja, *conditio sine qua non* dijaloga s tradicijom, ali stoga »razumijevanje" svoju pravu mogućnost postiže tek kad pred-mnijenja kojima ono započinje, nisu proizvoljna, (Majić, 2008:758).

U osnovi riječ je o stavovima, kao prezentima ponašanja, o čemu se govori u različitim naukama, prvenstveno u socijalnoj psihologiji, sociologiji, antropologiji, defektologiji, kao i drugim društvenim naukama.

Jedan od razloga za tako mnogostruku upotrebu pojma, jeste njegova složenost, jer se tim pojmom može ukazivati na različite aspekte ponašanja ljudi u socijalnoj sredini (Krnet, 1998, prema: Vukajlović, 2003:13).

Organizovani su oko nekog središnjeg koncepta, čine vrijednosni sistem tog pojedinca, koji čini vlastitu organizaciju stavova.

Različiti su aspekti tog široko upotrebljavanog pojma, ali su razlike i dalje evidentne. I pored očiglednih razlika većina autora se najčešće slažu:

- Stav je stečen, tj. formiran je u socijalnoj interakciji;
- Ima dispozicioni karakter, tj. predstavlja spremnost da se reaguje na određeni način u socijalnoj situaciji;
- Ima vrijednosnu dimenziju, tj. odražava afektivan odnos između pojedinca i pojave, koja se može iskazati na kontinuumu prihvatanja i neprihvatanja;

---

<sup>5</sup> Prostor Gadamerova promišljanja, a tako i njegove hermeneutike, otvara pitanje »kako je moguće razumijevanje«? Majić, I. (2008). Gadamerova hermeneutika – od "filozofije slušanja" prema književno – teorijskoj praksi. Filozofska istraživanja III god. 28 (3),749–760.

- Povezan je sa ponašanjem, tj. neposredno ili posredno utiče na akcije pojedinca, usmjerene prema pojavi (Krneta, 1998, prema: Vukajlović, 2004: 15).

Priroda i obim veze između stavova i sistema vrijednosti imaju važne implikacije, ne samo na količinu presije koju je potrebno mobilisati da se oni promijene, nego i za tip sile koja će proizvesti promjenu...” (Katz i Stotland, 1959, prema: Vukajlović, B., 2004:15)<sup>6</sup>. U početku je pojačana afektivna (emocionalna) komponenta stava, posebno ako je povezana sa vrijednosnim sistemom, što prethodi ponašanju.

Postoje mnoga istraživanja o uslovima i načinu mijenjanja stavova. Uopšteno, stavovi se veoma teško mijenjaju. Tu pojavu Zvonarević (1989, prema Vukajlović, 2004:17) naziva petrificiranjem stavova. Navodi da je petrificiranje stavova pojava u kojoj se “stavovi koji su već jednom usvojeni nekako ukrućuju, okamenjuju i postaju otporni na sve pokušaje modifikacije i promjene”.

Iako se teško mijenjaju, to ne znači da su nepromjenjivi. *Mogu se promijeniti pod uticajem istih činilaca koji su uzrokovali njihovo nastajanje.*

Nejednakosti unutar jednog društva, uglavnom proizilaze u odnosu na rasu, pol, etničku ili nacionalnu pripadnost, godine starosti, invaliditet, polnu usmjerenost, u suštini u odnosu na neku “različitost”, nedovoljno poznat “objekat” i sl., što kod pojedinaca najčešće izaziva osjećaj straha,

<sup>6</sup> Krech i Cruchfild navode nekoliko činilaca koji uzrokuju oblikovanje stavova:

a. Promjene u pripadništvu grupi

Grupa pomaže osobi koja joj pripada da odredi svoje stavove. Promjenom grupe mijenjaju se i stavovi.

b. Situacijska promjena

Stavovi se često mijenjaju i zbog promjene situacije neke osobe.

c. Nametnute promjene u ponašanju

Pod utvrđenim uslovima čovjek mijenja negativan stav prema nekom objektu.

d. Dodir s objektom

Stav prema ljudima povoljniji je ako postoji više informacija i kontakata. Osoba s predrasudama na novi i drugačiji način opaža predmet svojih predrasuda i tada dolazi do promjena u stavovima.

e. Promjene na objektu

Putem nametnutih promjena u ponašanju može se promijeniti i sam objekat stava. Ako to opazi nosilac stava, izazivaju se promjene u njegovom stavu.

f. Uloga obavještanja

Važan izvor promjene stavova su i informacije o pojavama prema kojima postoji određeni stav (Krech & Cruchfild, 1976, navedeno prema: Vukajlović, 2004: 17).

odbojnosti, “ne daj Bože”, u blažem slučaju, “ne tiče me se”.

Najčešće se kao sinonimi za marginalizaciju upotrebljavaju termini siromaštvo i/ili isključenost, s tim da se ipak češće koristi pojam siromaštvo, koje u suštini i jeste »polazište prema marginalizaciji«. Danski sociolog Peter Abrahamson (1995, prema Šućur, 2004:3) smatra da je isključenost samo drugi izraz za siromaštvo (“staro vino u novim bocama”).

Razlog za takav stav nalazi u činjenici da u ovom vremenu uglavnom nosioci vlasti u razvijenim zemljama nerado koriste pojam siromaštva, jer je siromaštvo pokazatelj neuspješnosti njihove vlasti. Ujedno, koristeći termin socijalna isključenost, manje je optužujući nego pojam siromaštva, pa predstavlja jednu vrstu eufemizma za siromaštvo.

“Moglo bi se kazati da pristup socijalne isključenosti nije donio puno novoga u odnosu na pristup siromaštva. Njegov je značaj više u tome što je u znatno većoj mjeri nego pristup siromaštva stavio naglasak na neke aspekte socijalnih nejednakosti (npr. višedimenzionalnost, socijalna participacija, nematerijalni aspekti životnog standarda i sl.)” (Šućur, 2004:4).

Iako se vremenom mijenjala slika siromaštva, a staro je gotovo koliko i čovječanstvo, moguće je uočiti nekoliko evolucija u percepciji siromašnih i odnosa prema njima.

Slaganja su da su nezaposlenost i nizak nivo obrazovanja uglavnom glavni uzroci siromaštva. Stoga, kako danas biti zaposlen nije i sigurnost protiv egzistencijalnih teškoća, siromaštvo može da pogodi i zaposlene, ali koji imaju niske zarade<sup>7</sup>.

Odnos društva prema siromaštvu kroz istoriju se razlikuje, ali se istovremeno uočava i njihov negativan stav.

Smatralo se da pojedine socijalne grupe (npr. invalidi), nisu krive za svoj težak položaj, dok s druge strane se ukazuje na i tzv. *svojevoljno* siromašne, koji su siromaštvo odabrali kao stil života. Riječ je o beskućnicima, alkoholičarima i slično, iako je ovakve tvrdnje potrebno uzeti sa velikom rezervom (prethodno utvrditi razloge za takvo stanje).

---

<sup>7</sup> Uglavnom u analizama Svjetske banke, navodi se oko 18% siromašnih u BiH, s tim da se ukazuje na mogućnost porasta i 20% radi ostajanja bez prihoda mnogih domaćinstava radi pandemije COVID 19.

Najčešće se navodi osnovna podjela na tzv. apsolutno i relativno siromaštvo<sup>8</sup>. Zajedničko je ipak da su i jedni i drugi na marginama društva, marginalizovani.

Na globalnom nivou govorimo o marginalizovanim društvima, neke zajednice mogu biti marginalizovane iz dominantnog društvenog poretka, etničke grupe u pojedinim društvenim procesima, dok porodice ili pojedinci mogu biti marginalizovani i u okviru užeg prostora, lokaliteta.

Postoje primjeri da je "status" marginalizovanosti promjenjiv do određene mjere. Tako npr. pojedinci ili grupe u jednom trenutku mogu da uživaju visok socijalni status, ali kako se dešavaju promjene u društvu, oni gube svoj status i postaju marginalizovani (Kagan, C. et al., 2002:3).

Može se ipak reći da većina sociologa i ekonomista ne poistovjećuje siromaštvo i isključenost, već siromaštvo definišu kao jedan od oblika socijalne isključenosti<sup>9</sup>.

Slaganja su ipak da, *osobe koje su marginalizovane imaju relativno malu kontrolu nad svojim životom i resursima koji su im na raspolaganju.*

Tradicionalno govorimo o marginalizaciji tzv. manjinskih grupa<sup>10</sup>, što u suštini ukazuje na čin/činjenje, isključivanje, „stavljanje po strani“, nedovoljno ili pak neadekvatno prihvatanje, odbacivanje, odvajanje dijela od cjeline.

Etimološki, čin/činjenje označava radnju, akciju i ponašanje u čemu učestvuju najmanje dva aktera, onaj ko čini čin/činjenje i onaj prema kome je čin/činjenje usmjereno. Sami za sebe nemaju značaj i ulogu, ukoliko ne stupe u neki od oblika komunikacije, koju (teoretski) mogu jednakopravno da usmjeravaju i njome upravljaju. U praksi to ipak nije tako.

Biti *marginalizovan/a/ni*, samo po sebi upravo ukazuje na nemogućnost ili otežan pristup mehanizma za smanjenje ili eliminisanje („činjenja“) marginalizacije.

---

<sup>8</sup> Indikatori apsolutnog siromaštva su ekonomsko stanje, određeni nivo (ne)ostvarenog dohotka, uslovi stanovanja i sl., dok se pod relativnim siromaštvom podrazumijeva osiguranje prihvatljivog standarda u odnosu na vrijeme i prostor („famozna“ potrošačka korpa).

<sup>9</sup> Obuhvatnost koncepta isključenosti povezana je s problemima njegova definisanja. Za sada se ne može govoriti o usuglašenoj definiciji socijalne isključenosti.

<sup>10</sup> Česta je upotreba i naziva „manjinska grupa“, što dovodi u pitanje da li u siromašnom društvu je marginalizovan onaj ko je bogat?

Dakle, “put” prema de/marginalizaciji moguće je posmatrati na lni-ji: stav ↔ predrasuda ↔ stereotipi ↔ diskriminacija i/ili segregacija ↔ marginalizacija.

## MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE I MEDIJSKA KOMUNIKACIJA

Imanentna je ljudskoj prirodi i prisutna je od početka života<sup>11</sup>, komunikacija se razvija, prilagođava i mijenja u skladu sa biopsihosocijalnim uticajima.

U našem slučaju komunikaciju posmatramo kao proces kojim su obilježena društvena događanja, što je čini jednom od osnovnih pretpostavki djelovanja u društvu.

Slično je označava i Tubbs, koji ukazuje na zajedničko djelovanje, odnosno su-djelovanje, što podrazumijeva dijalog (Tubbs, 2012).

U pojedinom društvu, masovna komunikacija se percipira kao svojevrsan socijalni podsistem, koji objedinjuje sve one koje učestvuju u masovnoj komunikaciji, (Kagan, et al. 2002: 36).

Različiti mediji (svi oni pisani, fizički, elektronski, mehanički itd.) su sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija, oni su posrednici između nosioca vlasti i građana. Osnova uloga im je da informišu javnost o aktuelnim i bitnim temama za to društvo, a u cilju formiranja javnog mnjenja građana (moguće je, na žalost, govoriti i o sve češćem manipulisanju sa građanima).

Funkcija medija zavisi od društvenog, odnosno, političkog sistema u kojemu djeluju. Potvrđuje se to još od tzv. „autoritarne teorije o tisku”, izvedene iz državne filozofije apsolutizma, gdje je “istina” dozvoljena samo “mudracima”, koji imaju i vodeće funkcije u društvu.

Javljaju se teorije i razvijaju normativne predodžbe o tome kako masovni mediji funkcionišu u različitim društvima (Frederick et al., 2006: 38). McQuail ove teze dopunjava dvjema teorijama zasnovanim na

---

<sup>11</sup> Novorođenče radije sluša govor nego druge zvukove, te radije posmatra lice u odnosu na druge vidne podražaje. Djeca su od rođenja posebno usmjerena na druge ljude, uživaju u interakciji s njima, njihovom dodiru, mirisu, licu i glasu. Neurobiološka usmjerenost socijalnom svijetu je temelj i osnova razvoja komunikacije i socijalnog učenja. Pogledati više u: Ljubešić, M., Cepanec, M. (2012). Rana komunikacija: u čemu je tajna?, Logopedija, 3 (1), 35-45.

aktuelnom društvenom poretku i razvoju novih medija (McQuail, 1983).

Nas zanima pitanje medijskog pristupa etici, odnosno pristupa vlasnika medija etičkim standardima i njihovom poštovanju i primjeni u medijima.

Neka istraživanja pokazuju kako se koncept odgovornosti u novinarstvu u BiH uglavnom interpretira u kontekstu po/u/vezanosti vlasnika medija i elita, te kako je krajni cilj/ishod vlasnika medija profit, koji se ostvaruje u formi finansijske dobiti i/ili (političke i društvene) moći i uticaja (Turčilo i Buljubašić, 2020: 33).

“Istraživanje iz 2011. godine pokazalo je kako većina vlasnika medija, stavljajući u prvi plan profit, zanemaruje društvenu ulogu i odgovornost. U bespoštednoj borbi za privlačenje i zadržavanje pažnje publike i interesa oglašivača najprije stradaju etički standardi, a društvena uloga medija stavlja se u podređeni položaj u odnosu na njihovu biznis ulogu” (Turčilo i Vukojević, navedeno prema: Turčilo i Buljubašić, 2020:33).

Mogu mediji podstaći i uticati na određeno ponašanje, doprinijeti razvoju društva u cjelini, podsticati toleranciju, smanjivati razliku između društvenih slojeva, podsticati maštu i kreativnost, ali jednako snažno mogu uticati na razvoj negativnih oblika ponašanja (pogotovo kod djece), kao što su pretjeran konzumerizam, opsjednutost zabavom, jezičku nekulturu, pornografiju, diskriminaciju na osnovu pola (ali drugog osnova, kao npr.odnos prema migrantima,)<sup>12</sup>, pasivizaciju, nasilje, ali i jedno i drugo ponašanje zavise od njihove uloge u društvu, odnosno ciljeva aktuelne vlasti.

Ipak, najvažnije pozitivne strane medija su *informisanje, obrazovanje i zabava*.

Govoreći o uticanju medija, Tanta izdvaja “*manipulaciju* kao metodu kontrole ponašanja, radi sledećih činjenica:

a) Manipulacija je «bezbolno uvjeravanje» kojeg ni pojedinci ni javnost u cjelini nisu svjesni, jer ne osjećaju prinudu.

b) Manipulacija se zasniva na naučnom poznavanju čovjeka

---

<sup>12</sup> Pojedini mediji su stalnim ponavljanjem riječi migrant, koja se uglavnom spominje u izrazito negativnom ili viktimizacijskom kontekstu, dodatno ponizili ljude koji pokušavaju izgraditi sretniji život i od njih svjesno napravili izrazite negativce, kriminalce ili ljude koje isključivo treba žaliti, jer trenutno nemaju ni najosnovnija sredstva za život.

(psihologija, psihijatrija, sociologija, neurologija, neurolingvistika, semantika, sociolingvistika i sl.).

c) Proširene su dimenzije moći (masovni mediji - novine, televizija, radio, internet), savremene komunikacijske tehnologije (mobiteli, internet i intranet).

d) Ovisnost pojedinaca posredno ili grupe, odnosno javnosti kao cjeline direktno od moćnih organizacija i institucija koje imaju monopol na informacije - globalno ili lokalno.

e) Podjela rada i specijalizacija funkcija sprječavaju pojedince da steknu cjelovitu sliku o onome što se događa u društvu, pa su prisiljeni preuzeti informaciju od onih koji je nude.

f) Manipulacija nije institucionalizirani oblik moći i zato onaj ko ima tu moć, ne mora objašnjavati kada, kako, zašto i s kojim ciljem će je upotrijebiti, pa javnost ostaje zaklinuta za stvarnu namjeru koja ostaje tajna” (Tanta, 2007: 21).

“Manipulacija se, dakle, može objasniti kao smišljen, sistematičan i kontrolisan postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator, koristeći se simboličkim sredstvima, u za njega pogodnim psihosocijalnim uslovima, odašilje u javnost (masu) preko sredstava komunikacije (masovni kanali komunikacije) određene poruke s namjerom da utiče na uvjerenja, stajališta i ponašanje ljudi” (Tanta, 2007:22).

Pojam “javno mnijenje” slikovito je definisao novinar kolumnist Joseph Kraft koji je rekao: «Javno mnijenje je neznani bog kojemu moderni ljudi pale tamjan” (Kraft, navedeno prema: Tanta, 2007:15).

Činjenica da emocije snažno utiču na naš odnos prema “objektu”, “dvosjekli je mač komunikacije” (Tanta, 2007:15)<sup>13</sup>, kojom se mediji veoma uspješno služe. Mogućnost stvarne komunikacije javnosti u stvaranju javnog mnijenja unutar medijskih sistema koji se temelje na masovnoj komunikaciji, teško se uspostavlja.

Priklonjeni masi odbacujemo samoodgovornost i predajemo joj se s osjećajem olakšanja i nemamo potrebu samostalno rasuđivati, jer osjećaj

---

<sup>13</sup> Emocije su konstruktivna i moćna sila nagovaranja, odnosno stvaranja odnosa kad su iskrene i pozitivne, ali izazivaju sumnjičavost kad su negativne i neiskrene. Dobra komunikacija s javnošću počinje dobrom konverzijom, umijećem koje obuhvaća slušanje, reagiranje, zainteresiranost i uzajamno razumijevanje misli; međutim, nije uvijek tako. Pogledati u: (Tanta, 2007:15).

slobode ujedno donosi mogućnost rizika koji je povezan s vlastitim odlukama, nalaže zauzimanje stava i suprotstavljanje različitim tvrdnjama. *Predajemo se gotovim mnijenjima, jer ih je lakše usvojiti i jer se osjećamo komotno* (Gavranović, 2009:133).

Istraživanje medijskih učinaka Njemačkog udruženja za istraživanje (DFG, 1986:1), navodi da ipak još uvijek premalo znamo o vezi između masovnih komunikacija i društva, a i o zakonima učinka medija (Kunzlik & Zipfel, 2006:34).

## O ISTRAŽIVANJU SA DISKUSIJOM

Uočljiva rastuća prevalencija društvenih medija u svakodnevnom životu, koja uz mogućnost izbora i načina prezentovanja sadržaja, daje i mogućnost uticanja na kreiranje tzv. javnog mnijenja/mišljenja, predmetom je našeg interesovanja.

Upravo na pojmu mnijenja, pojam javno mnijenje stvara stereotipe na osnovi kojih je određen velik dio našeg života. Moguće je izvesti zaključak, da nije mišljenje to koje nas vodi i određuje, nego je to stereotip koji proizlazi iz mnijenja.

*Ulogu medija u odnosu na de/marginalizaciju posmatraćemo sa aspekta zainteresovanosti medija za našu ciljnu grupu (siromašni) i načina na koji izvještavaju o njima.*

U odnosu na prvi aspekt pokazatelji su zastupljenost u medijskom prostoru, a za drugi aspekt nudimo pokazatelje o načinu izvještavanja, korišćenje adekvatnih termina, selektivnost informacija.

*Postavljamo i opštu hipotezu i otvoramo diskusiju, usmjerenu na brojne primjere i dokaze o veoma snažnoj ulozi svih oblika medijskih izvještavanja, koji mogu da utiču na oblik i intenzitet stava o pojedincima, pripadnicima grupa, koje su obuhvaćene pojmom marginalizovani (ekonomsko siromaštvo).*

Rukovođeni podacima iz analize medijskih sadržaja posljednjih godina dana<sup>14</sup>, a za potrebe ovoga rada navodimo samo neke primjere, koji su, prema našem mišljenju, reprezentanti postavljene hipoteze.

---

<sup>14</sup> U narednom periodu planirano objavljivanje rezultata pomenutog istraživanja, autori.

Preliminarni podaci pokazuju da je najveći broj medijskih izvještavanja (novinski članci i tv emisije) usmjeren na predstavljanje porodica u kojima je uočljivo siromaštvo radi nedostatka materijalnih sredstava<sup>15</sup>.

Predstavljamo prvi primjer:

Nacionalna nagrada za dostojno izveštavanje o siromaštvu i socijalnoj isključenosti<sup>16</sup>

*Devojčica Kristina (prezime izostavljeno, iako je objavljeno na zvaničnoj internet stranici), svih svojih devet godina života je provela na polu srušenim salašima, bez struje i vode, bez kupatila, TV, kompjutera i igrice i svega onoga što čini lepo detinjstvo.*

.....  
*„Mama mi je rekla da treba dobro da učim da postanem neko pa sam ja to ozbiljno shvatila od početka. Učim uz sveću, koja kad se ugaasi ima čudan miris. Učiteljica kaže „samo nastavi tako“, bićeš „vukovac“.*

.....  
*Vuka je zahvalna na poklonu i nada se da još ima dobrih ljudi koji će pomoći oko sređivanja stana. Kristina jedva čeka da se preseli u nov stan, mada su deca koja su je ranije ponižavala sada prijateljski nastrojena prema njoj.*

Još jedna priča:<sup>17</sup>

*Porodica sa sedmoro djece, uzrasta od 16 godina do male bebe u naručju. Žive u maloj trošnoj kući, kojoj prijete da se sruši krov već od prvog snježnog pokrivača. „Srećni su“, jer su „djeca bogatstvo“. „Ruka spasa“ dovodi, manje – više poznate medijske ličnosti, koje se „uvijek odazivaju“ na takve akcije. Dječak od 12 godina okreće leđa, NE ŽELI da se slika, ali se vidi da mu se tresu ramena zbog plača.*

<sup>15</sup> Samo najgledanija: TVBN, Ruka spasa; TV HAJAT, Pruži mi ruku; TV PINK, Krov od ljubavi; RTV (preuzimale i druge TV) S Tamarom u akciji;

<sup>16</sup> 21. maj 2021.13.08 | Izvor: RTV (Nevena Vrtulek), [http://www.rtv.rs/sr\\_lat/vojvodina/nagrada-emisija-o-siromastvu-kristinina-nova-kuca-\(audio\)\\_1241015.html](http://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/nagrada-emisija-o-siromastvu-kristinina-nova-kuca-(audio)_1241015.html), posjećeno, 21.5.2021.

<sup>17</sup> Interesantna je činjenica da su poslednjih nekoliko godina u fokusu siromašne porodice, sa više članova porodičnog domaćinstva, gdje je siromaštvo osnovni uzrok socijalne isključenosti. O ostalim potrebama se ne raspravlja. Navedene su samo emisije u stalnim terminima, mada je u dnevnim, posebno informativnim emisijama ova tema najzastupljenija (u odnosu na druge marginalizovane grupe i pojedince).

U svim primjerima ( najčešće na TV, ali i drugim medijima ) u fokusu su porodice sa maloljetnom djecom, a često je i neko od djece sa teškoćama u razvoju. Postoji “šablon”: trošna kuća ili podstanarski status, uglavnom otac radi “na nadnicu”, porodica uglavnom brojna, “djeca su najveće bogatstvo”, redom dječica izgovaraju svoje želje koje se ne razlikuju od emisije do emisije.

Krov koji ne prokišnjava, soba u kojoj svijetli sijalica umjesto svijeće, frižider koji nije prazan, kupatilo sa toplom vodom, želje su djece 21. vijeka u zemlji koja je na putu ka “Evropskoj uniji” ( uglavnom želje izriču ona mlađa djeca ).

Pohvale idu na ime onih koji su dali, poklonili, kupili, koristi se svaka prilika “da se ne zaboravi”da su baš oni pomogli. Pohvala za takve pojedince ( ima i onih, koji ne žele ni da čuju priču, kod kojih se ljudske vrijednosti mjere sa veličinom skladišta, modelom BMW ispred kuće i sl.- primjer iz akcije Kuća od ljubavi, TV PINK, 6.8.2021.).

Na koji način smo “MI” (mediji i “medijski konzumenti”) doprinijeli smanjenju marginalizacije?

Gdje su Kristina i njenih još sedmoro braće i setara, majka Vuka? Gdje je Kristina, ona djevojčica što je dobila kuću, svoju sobu, koja sada ima i drugih igračaka, osim “malog plavog plišanog medu?”

Kristina djevojčica, kojoj je učiteljica kazala da vjeruje u nju da će biti “vukovac”, najbolja u školi, humanitarnom akcijom napokon dobija prijateljice iz škole i iz svoje okoline?

Dječak “kojemu se tresu ramena zbog plača” je dobio svoju sobu u kojoj svijetli sijalica, umjesto prigušene svijeće, ali ne znamo da li je dobio i “prijatelje”.

Na ovaj način izvještavati, ponovo se u praksi marginalizacija i socijalna isključenost poistovjećuju sa (materijalnim) siromaštvom.

Naravno iz takvih prikaza mogu proizaći i pozitivne posljedice, međutim takve prikaze najčešće prate osjećaji sažaljenja.

Sigurni smo da postoji slaganje da niko od nas ne želi biti u situaciji sažaljenja. Psiholozi emociju sažaljenja ubrajaju u neprijatne emocije, koja sadrži svijest o tome da je sažaljevano biće u bijednom i bezizlaznom položaju, u situaciji sa kojom nije sposobno da se nosi. Mi (koji sažaljevamo) smo u daleko povoljnijem položaju, zbog čega nam je možda samo malo neprijatno, a možda nas i grize savjest.

Sažaljenje oduzima ljudsko dostojanstvo sažaljevanom biću, ono dodaje energiju patnji. Sažaljenje je ustvari bježanje od pravog kontakta, jer se stavljate u položaj da više vrijedite i toj osobi ne dajete mogućnost da s njom ostvarite pravi kontakt. Taj kontakt se ostvaraje na temelju društvenih, klasnih podjela, koje nemaju veze s pravim stanjem unutar nas samih.

Veoma bitna komponenta kod izvještavanja o “našoj grupi” je i obaveza novinara da *krajnje obazrivo pokazuju i prikazuju djecu i maloljetnike*, te da u skladu sa Kodeksom za štampu Bosne i Hercegovine i Konvencijom o pravima djeteta, polaze od najboljeg interesa djeteta.

“Kada je riječ o direktnom učešću maloljetnika u audiovizuelnim medijskim uslugama, ono bi uvijek trebalo biti takvo da ne izaziva uznemirenost ili strah, ili narušava njihov fizički, duševni i emocionalni razvoj i dostojanstvo, bez obzira da li je maloljetnik sam, ili je njegov roditelj ili staratelj ili drugo zakonsko odgovorno lice dalo saglasnost. S obzirom na njihov uzrast, naivnost i podložnost uticaju, maloljetnici nikada ne bi trebalo da budu ispitivani o privatnim porodičnim stvarima ili o temama koje mogu da prevazilaze njihovo razumijevanje”, (Council of Europe, 2019: 23).

Razvoj opažanja socijalne okoline predmetom je brojnih istraživanja (među kojima i Mullen, Brown, Smith, 1992 ), koja pokazuju da se “socijalna kategorizacija” javlja već na uzrastu između treće i četvrte godine života djeteta.

Potreba za pripadnošću vršnjačkoj grupi i odnosi s vršnjacima su veoma bitan faktor u djetetovu razvoju i čine važan razvojni kontekst unutar kojeg djeca stiču velik broj ponašanja, vještina, stavova i iskustava.

Odbacivanje od strane vršnjaka je za dijete veoma težak i frustrirajući socijalni ishod, te su otuda moguće i reakcije odbačenog ( marginalizovanog) djeteta i adolescenta na veoma širokom kontinuumu, od apatije do agresije.

## ZAKLJUČCI I NEKE PREPORUKE

Zašto “nevidljivost” položaja marginalizovanih grupa?

Osnovni uzroci se mogu podijeliti u 5 grupa:

1. „Tradicionalna, patrijarhalna svijest stanovništva koja ( *siromaštvo*, dopuna autora teksta) invaliditet ne želi da „vidi“, pa sve do „sakrivanja“ na primjer, djece sa posebnim potrebama u porodične okvire, podsvjesno smatrajući to „sramotom“. Dio je toga i apatičnost javnosti na sve probleme u BiH društvu.

2. Medijske scene diktiraju političke partije, politike vlada na svim nivoima. U fokusu tih politika nisu ni opšti socijalni problem, a niti položaj i problemi marginalizovanih grupa. U informativnim programima medija, koji logično prate javne politike, tome se ne ostavlja prostora za stvarne socijalne probleme, sem kada su oni „incidentalnog“ karaktera kao što su štrajkovi, blokade saobraćajnica ili povremeni protesti boračke populacije. Međutim i to je vezano za javne politike tj. njihove slabosti.

3. U tom kontekstu poseban problem za medije je obimno praćenje nacionalno obojenih političkih konflikata koji dominiraju političkom scenom i koji nikad ne dodiruju socijalnu situaciju, a kamoli položaj marginalizovanih grupa.

4. Politički pritisci i uticaj na medije intenziviraju se posljednjih godinu dana namećući teme od interesa za političke partije i jačanje njihovih pozicija. To dodatno sputava, ne samo slobodu medija, već i mogućnost medijskih praćenja socijalnih problema i problema marginalizovanih grupa. Dio tog problema su i finansijski pritisci i destabilizacija finansiranja javnih TV i radio servisa.

5. Reformska agenda, u setu neophodnih reformi za završetak procesa tranzicije u BiH, ne posvećuje pažnju reformama u socijalnom sektoru, niti politikama za smanjenje siromaštva i unaprijeđenja položaja marginalizovanih grupa“ (Koalicija marginalizovanih grupa, 2018).

Aktivnim uključivanjem i izvještavanjem o problemima različitih vrsta marginalizacije, preporuke se naročito odnose na javne RTV servise, gdje se putem medija treba osvijestiti javnost o važnosti vaninstitucionalnih servisa podrške za sve građane Bosne i Hercegovine, ne samo pripadnike marginalizovanih grupa.

Polazimo od pretpostavke da postoji razumijevanje razvoja socijalnih odnosa, da postoji saglasnost o osnovnim obilježjima (indikatori) koji ukazuju na različitost između socijalnih grupa, da su opravdani razlozi za postojanje različitih stavova, pa i različitih sistema vrijednosti.

Koje su to informacije (indikatori) koje mediji mogu da “nam” ponude, kako humanitarnim akcijama ne/će dobitjati i “prijatelje/ice?”

Preporuka je da se raspravlja o razlozima koji neku porodicu dovede u stanje siromaštva, da se raspravlja o sistemima podrške, “strategijama” za smanjenje siromaštva, koje su još uvijek “mrtvo slovo na papiru”.

Način na koji opisujemo neku osobu, grupu, pojavu, ukazuje na odnos prema toj osobi, grupi ili pojavi, te je na taj način i snažna determinanta stava prema istoj.

Koliko god nastojali, pa i u ovom tekstu, da o siromaštvu govorimo izvan narativnog konteksta u kojemu, koristeći pridjeve i sintagme “jadni”, “gladni”, “bez krova nad glavom”, “često prljavi” i sl., koristimo afirmativnije iskaze, poput onih “vrijedni”, “ulažu napore”, “optimistični”, “tragaju za najboljim mogućnostima...”, nećemo učiniti gotovo ništa da eliminišemo ili bar umanjimo osjećaj marginalizovanosti.

Biti marginalizovan/a je osjećaj kojega trpi pojedinac ( ali i grupa ) radi stereotipa zasnovanih na nekim vanjskim, vidljivim, opažajnim pokazateljima, a koji su najčešće vidljiv dokaz neadekvatnog funkcionisanja sistema.

Tanka je linija između sažaljenja, saosjećanja i empatije. Stoga je pred medijima veliki izazov i umijeće kako nebi došli iz situacije želje za podrškom da pređu u proces kojim će dodatano ojačati osjećaj marginalizovanosti, ali i ne pokrenuti proces promjene negativnih stavova prema ovako definisanoj ciljnoj grupi.

Izvještavanje o porodicama (i posebno svakom članu te porodice) “klizav” je put ka marginalizaciji, jer sa stanovišta društvene osjetljivosti i solidarnosti prema marginalizovanim grupama, to stereotipno i senzacionalističko prikazivanje ih prikazuju kao jadnike, gubitnike, nebitne likove, isključene iz društva, zatvorene u unaprijed zadate uloge i slično.

“Pa su tako siromašni, invalidi ili stari prikazani kao jadnici za kojima valja pustiti koju suzu, a ne zapitati se: - zašto u ovom društvu ima toliko siromašnih ili - ko je odgovoran što su stari i bolesni prepušteni

sami sebi ili (isključivo) svojim porodicama ili - zašto se invalidima ne obezbijedi odgovarajući posao, pristup javnim objektima, adekvatno školovanje, itd.” (Dardić i Milojević, 2010:21).

U izvještavanju o marginalizovanim grupama krajnji cilj treba da bude, ako ste društveno odgovorni, uticaj na institucije da poboljšaju javne politike i prakse prema marginalizovanim grupama u svakom društvu<sup>18</sup>.

### Literatura:

1. Council of Europe (2019). *Regulatorni organi za medije i zaštita maloljetnika*. Podgorica: AP print.
2. Dardić, D., Milojević, M. (2010). *Priručnik za izvještavanje o marginalizovanim grupama*. Banja Luka: Helsinški parlament građana.
3. Gavranović, A. (2009). *Mediji: mitovi i stvarnost*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
4. Kagan C, Burns D, Burton M, Crespo I, Evans R, Knowles K, et al.(2002). Working with People who are marginalized by the social system: challenges for community psychological work *Psicología Comunitaria Europea: Comunidad, Poder, Ética y Valores/European Community Psychology: Community, Power, Ethics and Values:(Papers from the European Community Psychology Congress)*. Barcelona, pp. 400-412.
5. Koalicija marginalizovanih grupa (2018). *Analiza i monitoring stanja i prioriternih problema u oblasti ljudskih prava – marginalizovane grupe u BiH*. Sarajevo.
6. Kunszik, M., Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
7. Majić, I. (2008). Gadamerova hermeneutika – od “filozofije slušanja” prema književno – teorijskoj praksi. *Filozofska istraživanja*, 28 (3).
8. Ljubešić, M., Capanec, M. (2012). Rana komunikacija: u čemu je tajna? *Logopedija*, 3 (1), 35-45.

---

<sup>18</sup> Najmnogoljudnija zemlja na svijetu, Kina, smanjila je siromaštvo, 1981 stopa ekstremnog siromaštva je bila 88%, 2015. 0,7%, uvodeći osnovne mjere: jačanje ekonomije/industrije, očuvanjem ekologije i ulaganjem u obrazovanje, izvor: <https://balkans.aljazeera.net/program/al-jazeera-svijet/2020/12/27/al-jazeera-svijet-kina-pobijedila-siromastvo>

9. Šestak, N., Vlajić, M. (2020). Mladi delinkvent: ispitivanje nekih aspekata medijske konstrukcije identiteta. *CRIMEN*, 11 (1), 68–78.
10. Šućur, Z. (2001). *Siromaštvo: Povjest, teorije i koncepti siromaštva*. Zagreb: Pravni fakultet.
11. Tanta, I. (2007). Oblikovanje mnijenja ili nužnost manipulacije. *Me-diAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 1 (2), 13-32.
12. Turčilo, L., Buljubašić, B. (2020). *Medijska stvarnost: eseji o savremenom korištenju medija u BiH*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.
13. Vukajlović, B. (2004). *Inkluzivno obrazovanje*. Banja Luka: IP Grafid.

Zaprimljeno: 14.3.2022.

Prihvaćeno: 6.5.2022.

## SOME ASPECTS OF MEDIA REPORTING ON A MARGINALIZED GROUP

**Prof. dr Borka Vukajlović**  
**Doc. dr Dragan Vukajlović**  
**Prof. dr Ljubomir Zuber**  
**Prof. dr Gordana Budimir-Ninković**

**Abstract:** There are numerous definitions of marginalization, discrimination, and similar phenomena, which essentially indicate the process (s) of exclusion of certain persons, even groups, addressed by the definitions. What all of them have in common is that their marginalized position is caused by various factors that they have no or very little influence on. At the same time, there are numerous examples and evidence of the very strong role of all forms of media reporting, which can affect the form and intensity of demarginalization. The aim of this paper is to indicate both processes: creating a negative but also a positive reaction of “media consumers” towards people in focus. The way we describe a person, group, phenomenon, indicates the relationship to that person, a group, or phenomenon, and therefore is a strong determinant of the attitude towards it.

**Key words:** attitudes, marginalization, media

---

---

# **POLITIČKI MARKETING I BOSNA I HERCEGOVINA**

---

---



# POLITIČKI MARKETING, SA OSVRTOM NA BIH

PREGLEDNI NAUČNI RAD

---

UDK 32.019.5:316.774(497.6)

DOI 10.7251/DEF5R5122045B

COBISS.RS-ID 136160257

---

**Doc. dr Borislav Bojić<sup>1</sup>**

**Apstrakt:** Ukidanjem jednopartijskog sistema i uvođenjem višestranačkog političkog sistema, stvorile su se pretpostavke za nastanak političkog tržišta, na kojem dolazi do nadmetanja političkih stranaka, tj. svojevrsnom tržišnom utakmicom za osvajanje što većeg tržišnog političkog učešća. U takvim okolnostima javlja se i potreba za marketinškim pristupom u politici koji pomaže efikasnijoj i učinkovitoj "političkoj" prodaji. Političko tržište se sastoji od političkih aktera – kao elemenata na strani prodaje, a biračkog tijela – kao elementa na strani tražnje. Politika se, u takvim uslovima, služi postojećim, razvijenim metodama i tehnikama komercijalnog marketinga, tokom procesa "prodaje" političara i političkih stranaka na političkom tržištu. Vremenom se uvodi pojam političkog marketinga. Politički marketing je sveukupan sadržaj djelovanja političkih stranaka kroz aktivnosti, koje se manifestuju kroz potragu odgovora na pitanja: kako se birači opredjeljuju; šta utiče na njihovo opredjeljenje i kako se na biračko tijelo može djelovati. Primjena političkog marketinga u Bosni i Hercegovini još uvijek daleko ispod potrebnog nivoa, ali je evidentan porast primjene političkog marketinga.

**Ključne riječi:** politika, političko tržište, politički marketing, izbori, stranke...

---

<sup>1</sup> Univerzitet modernih znanosti, Mostar  
Kontakt: borislav.bojic@gmail.com

## UVOD

Politički marketing je nastao je kao posljedica shvatanja da se na političkom tržištu nalazi biračko tijelo čije povjerenje političke stranke ili političke ličnosti trebaju pridobiti za određeni politički program, odnosno za određeni politički subjekat. Politički marketing svoje aktivnosti ispoljava kroz interakciju sa društvom, koje zavise od prirode političkog sistema, izbornog modela, položaja, uloge i razvijenosti sredstava komuniciranja, tradicije i kulture, kao i ekonomskog razvoja.

## 1. POJAM POLITIČKOG MARKETINGA

Sa sve izraženijim i razvijenim društvenim slobodama, stepenom liberalizacije i demokratizacije odnosa, došlo je do potrebe, pojedinaca i interesnih grupa za sticanjem komparativne prednosti u odnosu na konkurente, tj. političke protivnike, što je dovelo do razvoja političkog marketinga. Razvojem sredstava masovnog komuniciranja stvoreni su novi, učinkovitiji, jeftiniji te korisnicima pristupačniji, informacijsko-komunikacijski sistemi koji su omogućili razvoj novih tehnika političkog marketinga sa ciljem oblikovanja javnog mnjenja. Pažljivo planiranom kampanjom i prilagođenom komunikacijom, političke stranke, interesne grupe i pojedinci, dolaze do ciljanih publika. Uticajem na stavove i mišljenja upravo tih ciljanih publika, pokušavaju osigurati pobjedu na izborima i/ili drugim oblicima političkog djelovanja.

Politički marketing skup je tehnika kojima je cilj pospešiti prihvatljivost (pojedine političke stranke, programa, interesne grupe, osobe) određenom izbornom potencijalu, približiti ga što većem broju birača, učiniti ih uočljivo drugačijim u odnosu na druge osobe, odnosno protivnike te s minimalnom količinom uloženi sredstava optimizovati broj dobijenih glasova (Bongrand, 1997).

Definicije političkog marketinga se uopšteno mogu podijeliti u dvije osnovne grupe, obzirom da teoretičari još uvijek nisu saglasni oko toga da li je politički marketing nauka ili vještina. Newman pripada grupi autora koja smatra da se marketinški principi iz komercijalnog marketinga prenose na političko tržište. Politički marketing se definiše kao primjena marketinških principa i procedura u političkim kampanjama od strane različitih individua i organizacija (Newman, 2000). Međutim, Shafferer

nudi dijametralno suprotnu definiciju koja se zasniva na pesimističnijem pogledu Lucka. On je smatrao da je bilo kakvo širenje marketinga u polja izvan poslovnih aktivnosti jednako „zlu“, jer je vjerovao da jedino poslovne kompanije prodaju proizvode (crkve ne prodaju religiju i političke partije ne prodaju specifične usluge) - (Shaffer, 2006).

Prema jednoj od Kotlerovih definicija, politički marketing se svodi na „umjetnost privlačenja“ glasova, pa se „politički marketing svodi na „nauku u akciji“ (Kotler, 1982). Ona se razvila umjetnošću ekletičkog spajanja principa naučnog marketinga (istraživanje, prodaja, marketing organizacije) koji je postao „privlačan“ političkom domenu. Slično gledašće zastupa i Henneberg koji kaže da „političke partije koriste marketinške instrumente kao dio njihovih izbornih aktivnosti,..., a pored političkih partija, iste tehnike koriste i organizacije unutar partije, grupe aktivista i izvršna vlast“ (Henneberg i O’Shaughnessy, 2007).

Dakle, ove definicije akcenat stavljaju na mišljenje da politički marketing nije posebna nauka, već vještina koja koristi načela i tehnike iz drugih nauka.

Slavujević svoje viđenje političkog marketinga postavlja na osnovu svog gledišta na političko komuniciranje i političku propagandu. Politički marketing može da se odredi kao komercijalizovana varijanta političke propagande usmjerena na konkretne političke ciljeve i na kraća vremenska dejstva, koja se, u uslovima političkog pluralizma i autonomije medija, realizuje publicitetom i plaćenim oglašavanjem (Slavujević, 2009). Slično gledište ima Harrop, jer smatra da politički marketing nije vezan samo za političko oglašavanje i političke govore, već pokriva cijeli dijapazon pozicioniranja na izbornom tržištu. Kako kaže Kavanagh, politički marketing je set strategija i alata kojima se prati i studira javno mnjenje prije i za vrijeme izborne kampanje, kako bi razvila komunikacijsku kampanju i procijenila njen uticaj (Menon, 2008).

Menon ističe da se politički marketing mora smatrati dijelom cjelokupne političke komunikacije, on je „metod političke komunikacije“. Slično Slavujeviću, ovaj autor se zalaže za analitički pristup konceptu političkog marketinga, te da se mora posmatrati kao skup tehnika koje partije i druge društvene grupe koriste kako bi povećali broj dobijenih glasova. Iako mnogi autori ne potenciraju dijelove koji se odnose na aspekte komunikacije koje pokriva ova „nauka u akciji“, Lock i Harris (1996) ističu

da je politički marketing zadužen za komuniciranje sa članstvom partije, medijima, izvorima finansiranja i glasačkim tijelom. Naime, politička tijela se služe političkim marketingom kao skupom metoda, a sve u nadi da će povećati tražnju za svojom političkom ponudom.

Elementi političkog marketinga se mogu objasniti i Kotlerovim procesom poslovnog marketinga, kojeg je Shaferer transponovao u politički marketing. Prema Kotlerovoj šemi (Kotler, 1972), kupci za novac kupuju proizvode i usluge od prodavca, a čitav proces je prožet informisanjem i komunikacijom. U slučaju političkog marketinga, proces ostaje isti, ali se mijenjaju elementi: birači „kupuju“ glasovima obećanja i usluge od političkih kandidata, uz konstantan proces informisanja i komunikacije.

Marketing koncepcija se upotrebljava na političkom tržištu radi postizanja ciljeva političkih institucija, pa je politički marketing samo vještina koja u pokret stavlja ono što se već upotrebljava u drugim specifičnim okolnostima.

## 2. POLITIČKA KAMPANJA

Politika se može definisati kao aktivnost odabrana između raspoloživih alternativa, a u cilju donošenja određenih odluka koje se tiču dijela ili cjeline javnosti nekog društva (Meler, 1994). Politika je otvoren, velikim dijelom nestrukturisan socijalni proces koji se odvija u specifičnom formalnom okviru, pod uslovima postojećeg poretka.

Kampanja dolazi od francuske riječi *campagne* što znači bitka ili vojni pohod, italijanske riječi *campagna* što znači niz ratnih operacija u okviru nekog strateškog cilja. Dakle, predizbornu bi kampanju mogli nazvati bitkom za glasače/ glasove, koje kandidati nastoje uvjeriti i pridobiti na razne načine. Izborne kampanje imaju temeljnu zadaću informisati birače o opcijama koje su im na raspolaganju te potaknuti izbornu participaciju građana (Norris et. al, 1999). Kampanja je „svaki planirani, koordinirani program postizanja određenih ciljnih rezultata. Svaka kampanja podrazumijeva plan, koordinaciju i menadžment (Novak, 1990).

U toku posljednjih nekoliko desetljeća, izborne kampanje doživljavaju velike promjene uzrokovane brzim razvojem tehnologija i tržišta masovnih medija te usponom političkog marketinga. Tako Norris (2004) predizborne kampanje dijeli na predmoderne, moderne i postmoderne.

Političke kampanje predstavljaju proces lobiranja od strane političkih stranaka ka glasačima. Cilj tog procesa je osvojiti glas, tj. motivisati glasača da izađe na izbore i svoj glas da upravo određenom političkom subjektu. Vrlo je važno marketinški nastupiti tokom političke kampanje, odnosno što više se diferencirati od konkurencije. Političke kampanje se, u najvećem stepenu, odvijaju kroz direktan dijalog sa glasačima i putem medijskih nastupa.

Nekoliko studija pokazuje da je direktan dijalog sa glasačima naveden kao jedan od glavnih motivacijskih faktora koji potiču političke stranke i političare na korištenje društvenih medija (Enli i Skogerbo, 2013). Baš kao što političke stranke i političari kao pojedinci koriste različite vrste medija da bi uticali na ponašanje glasača, odnosno da bi ih motivisali (Kalsens, 2016).

Prema Šiberu (Šiber, 1992) politički marketing u sklopu određene izborne kampanje može se definisati kao skup tehnika koje imaju za cilj povećanje prihvatljivosti jednog kandidata određenom izbornom potencijalu i približiti ga što većem broju birača. Nadalje, cilj je da kod svakog od tih birača istaknu uočljivu razliku u odnosu na druge kandidate ili protivnike te da sa minimalnim sredstvima povećaju broj glasova tokom kampanje.

Postupak lobiranja tokom političke kampanje se fokusira na svojevrsnu borbu za pažnju javnosti u okolini pretrpanoj porukama. Prvi zadatak je pridobijanje pažnje ciljane publike. Drugi zadatak je poticanje interesa za sadržaj poruke. Treći zadatak je osnažiti želju i namjeru da se reaguje u smislu poruke. Četvrti zadatak je usmjeriti postupke onih koji se ponašaju u skladu s porukom (Cutlip and all, 2006).

Istraživači sa Univerziteta u Zapadnoj Virdžiniji i George Mason Univerziteta Coyne i Leeson (2011) su sproveli istraživanje koje je pokazalo da se sve političke aktivnosti unutar političke kampanje mogu podijeliti na dvije sfere: ne-diskrecijsku i diskrecijsku:

- 1) U ne-diskrecijsku sferu ubrajaju se sve aktivnosti političkih subjekata koje bi se mogle nazvati i javnim aktivnostima: političari obavljaju poslove koji su od njih traženi tj. njihovi postupci su u ovoj domeni ograničeni voljom glasača. Ukoliko žele zadržati svoje pozicije, političari moraju odgovarati željama onih koji su ih izabrali.

- 2) U diskrecijskoj sferi nalaze se svi potezi i odluke koje političari povlače skriveni od očiju javnosti a zbog samo njima poznatih interesa. Ovaj domen bi se mogao nazvati i tajnom budući da mu je zadatak ne uzrokovati reperkusije kod glasača. Ovaj domen podrazumijeva rizične postupke posmatrano sa stanovišta posredne demokratije (Coyne i Leeson, 2008)

U političkom oglašavanju moguće je razlikovati dvije glavne vrste kampanja — pozitivnu i negativnu. Uopšteno, pozitivna kampanja smatra se prihvatljivijom, etički ispravnijom nego ona negativna. Iako i u pozitivnoj kampanji često ima pretjerivanja, neistina i mnoštva lažnih obećanja, ipak postoje jasne razlike u odnosu na negativnu. Za razliku od pozitivne koja ističe (stvarne ili izmišljene) prednosti stranke ili kandidata te ukazuje na rješenja problema koje stranka ili kandidat nudi, negativna kampanja usmjerena je na isticanje (stvarnih ili izmišljenih) negativnih osobina tj. nedostataka protivničkih stranaka ili kandidata.

### 3. DIGITALNI MARKETING U POLITICI

Digitalni marketing kao pojam širi je od Internet marketinga jer obuhvata različite forme obuhvata potencijalnih ciljnih grupa ne samo bazirano na korištenju interneta. Nove digitalne platforme za marketing i marketinški web servisi nastaju tj. kreiraju se praktično svakodnevno. Dosađnje društvene mreže redovno uvode nove mogućnosti i to u vrijeme dok su paralelno sve oči uprte u mobilni segment digitalnog marketinga, koji sve više postaje jedan od ključnih faktora daljnjega razvoja modernog poslovanja. Digitalni marketing obuhvata korištenje svih digitalnih komunikacijskih kanala – od digitalne televizije, interneta, mobilnih telefona do svih ostalih oblika digitalnih medija.

Neke od specifičnosti digitalnog marketinga koje se mogu uočiti su (Bush, 2016):

- 1) Digitalni marketing je jeftiniji u poređenju sa tradicionalnim - na primjer, izrada grafike za reklamu na društvenim mrežama i zakup „prostora“ na nekoj društvenoj mreži znatno je jeftiniji u odnosu na zakup sekundi na televiziji;
- 2) Efikasniji je u „pokretanju“ primaoca reklamnih poruka, za razliku od tradicionalnog, koji je efikasniji u prenošenju podsvjesnih poruka;

- 3) Brži je i efikasniji, s obzirom da je prilagodljiv promjenama koje su česte (fleksibilnost), dok je marketing na „uobičajenim“ kanalima komunikacije dosta sporiji i manje fleksibilan, posebno uslijed činjenice da se efekti kampanja i reklama koje se plasiraju na ovaj način mogu vidjeti tek kasnije, odnosno ne u realnom vremenu;
- 4) Bogatiji je uslijed mogućnosti izbora više različitih oblika prenošenja poruka – slika, video zapis, zvuk, tekst, odnosno kombinacija svega ili samo nekih elemenata;
- 5) „Mjerljiviji“ je, s obzirom na brojne alate koji omogućavaju precizno mjerenje dometa svake reklame i marketinškog pristupa, u realnom vremenu, što omogućava i brzo reagovanje na potencijalne probleme;
- 6) Omogućava pažljivo i detaljno građenje brenda i kampanja, korišćenjem različitih kanala, u realnom vremenu;
- 7) Vidljiviji je i „bezgraničan“, što znači da se jedna marketinška kampanja može vidjeti u cijelom svijetu, s obzirom da društvene mreže i internet sam po sebi ne poznaju granice – sa druge strane, tradicionalni kanali komunikacije ograničeni su frekvencijom i pokrivenošću tržišta (kao primjer može poslužiti plasiranje reklame na lokalnoj televiziji, koju će videti uzak krug ljudi, za razliku od plasiranja na nekoj društvenoj mreži sa koje se ta reklama može bezgranično dijeliti i širiti);
- 8) Omogućava veći stepen uključivanja od strane korisnika, kroz komentarisanje, dijeljenje iskustava, ocjenjivanje proizvoda/usluga;
- 9) Broj korisnika interneta je u stalnom rastu, što znači i da se konstantno širi internet tržište, uz minimalnu šansu da će doći do zasićenja, kao što se događa u tradicionalnim kanalima;
- 10) Omogućava izuzetno veliku preciznost pri oglašavanju, kroz detaljno određivanje ciljnih grupa po različitim kriterijumima (pol, godine, mjesto života, pripadnost određenim društvenim grupama, slična interesovanja, itd.).

Mrežni marketing može pružiti mnogo. Putem društvenih mreža može se poslati određena poruka velikoj grupi ljudi i to besplatno. To je samo mali dio onoga što nude društvene mreže. One transformišu i nadograđuju klasične pristupe marketingu. Te mreže su relativno novi

fenomen u internetskim sferama. Predstavljaju online zajednice koje uobičajno dijele zajedničke interese i aktivnosti, te osiguravaju različite tehnologije interakcije, blogove, instant poruke i slične stvari.

Što se tiče odnosa korisnika društvenih mreža i interneta odnosno njihove participacije, u politici, došlo je do značajnih promjena u odnosu na doba prethodno ovom digitalnom. U novije doba digitalna transformacija u savremenim tehnologijama i ekonomski trendovi unaprijeđuju tok prikaza, ideja, i narativa preko višestrukih medijskih kanala, zahtijevajući aktivnije modele nastupa (Parikh, 2012)

Kada je riječ o političkom tržištu u BiH, digitalni marketing se nedovoljno koristi. Međutim, pojedini političari, mlađe starosne dobi, veoma dobro koriste digitalne tehnologije i društvene mreže za sopstvenu promociju.

*Primjeri iz BiH:*

(<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/bosnia-and-herzegovina/society/politics>)

DF - 56 645

SDP - 53 477

Senad Šepić - 40 777

Fastest-Growing Politics Pages in Bosnia and Herzegovina

#### **4. POLITIČKA PARTICIPACIJA**

Pretpostavka za političku participaciju je zdrava demokratija koja osigurava i ističe značaj političke i građanske participacije, za razliku od elitističke, odnosno formalno-reprezentativne demokratije. S obzirom na interpretaciju demokratije kao vladavine naroda, jasno je da se od istih očekuje konstantno sudjelovanje u radu i kontroli vlasti, i to u obliku kritičkog razmišljanja, postavljanja zahtjeva, preduzimanja akcija i sudjelovanja u donošenju odluka od opšteg interesa (Vujčić, 2000).

Politička participacija za građane ima dvostruku ulogu. Njome građani prvenstveno dobijaju priliku da izraze svoje mišljenje i zahtjeve. Pored toga, u zemljama razvijene demokratije i političke participacije, građani uživaju slobodu izražavanja i djelovanja te utiču na poboljšanje sveukupnog kvaliteta života i rast političkog zadovoljstva. Pojedini autori

navode kako politička participacija — ostaje moćna socijalna snaga za povećavanje ili smanjivanje nejednakosti ljudi (Offe, 1999).

Kada se govori o participaciji u politici, razlikuju se sljedeći termini: političko uključivanje, političko djelovanje i politička participacija. Shodno pomenutom, autori *Verba*, *Nie* i *Kim* smatraju da zanimanje za politiku i razgovor o njoj ne podrazumijevaju političku participaciju, već političko uključivanje. Pomenuti autori tvrde da politička participacija uključuje one aktivnosti građana kojima se može uticati na izbor vladajućih i/ili na djelovanje vlasti (Vujčić, 2000).

Kada se govori o političkoj participaciji građana postoji nekoliko oblika političke aktivnosti. Različiti autori nude razne tipologizacije. Parry, Moyser i Day razlikuju: glasanje na izborima, stranačku kampanju, kontaktiranje političara ili službenika, grupne aktivnosti i protestovanje. Glasanje dalje dijele na opšte, lokalno i evropsko, stranačku kampanju na posjećivanje skupova i osnivanje fondova, a izražavanje protesta na potpisivanje peticija, posjećivanje protestnih skupova, organizovanje peticija, političke štrajkove, protestne marševe, političke bojkote, kontaktiranje medija, blokiranje prometa i fizičko nasilje. S obzirom na nivo legalnosti, autori razvrstavaju proteste na legalne aktivnosti, građansku neposlušnost i nasilje (Parry et al., 1992). Pod izbornom participacijom podrazumijeva se izbor pojedinca da izađe ili ne izađe na izbore, dok se izborna orijentacija odnosi na odluku birača da glasa za određenu političku partiju. Izučavanje političke participacije i apstinencije podrazumijeva postojanje četiri modela, kojima se ovaj fenomen može objasniti (Milošević, 1997).

Tipologiju političke participacije ponudili su i Kaase i Marsh (1979), koji su kombinovali konvencionalnu i nekonvencionalnu političku participaciju, odnosno protestovanje.

Nesudjelovanje građana sa biračkim pravom u glasanju (tj. neizlazak na glasanje), se nazivaju politička apstinencija, a takvi pojedinci apstinentima ili nebiračima. Apstinencija je složena politička pojava koju uzrokuju i potiču je brojni faktori.

Apstinencija može biti politički stav, a ne odsustvo stava, odnosno „svjesna politička odluka“ (Golubović, 2007) koja se zasniva na promišljenim razlozima i opravdanim nezadovoljstvima i da, kao socijalni fenomen, apstinencija može imati potenciju za demokratski preobražaj postojećeg političkog sistema. Apstinencija ne mora biti odbijanje da se

utiče na vlast, ona može biti forma protesta i način zagovaranja reformi (Hanna, 2009).

## 6. KARAKTERISTIKE POLITIČKOG TRŽIŠTA U BIH

Političko tržište u BiH se odlikuje negativnim kampanjama i percepcijom građana o značajnoj izbornoj korupciji, što rezultira malom izlaznošću na izborima

U tabeli 1 je prikazana stopa izlaznosti biračkog tijela na izbore, u BiH, u periodu 2002.-2018. Primjetan je opadajući trend, sa izraženijom razlikom u FBiH. Ukupan procenat izlaznosti ne dostiže 60% u posmatranom periodu, što nameće pomenuto pitanje legitimiteta jer ako se uzme u obzir da određena politička opcija osvoji maksimalno do polovine glasa, to je u stvari oko četvrtine biračkog tijela. Stoga je značajno za društvo djelovati u pravcu povećanja izlaznosti da bi se povećao integritet državnih institucija. Iz ovog razloga su neke zemlje uvele obavezan izlazak na izbore svih građana.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Zemlje u kojima je glasanje obavezno (uglavnom od 18. ili 21. godine života) su: Meksiko, Honduras, Kostarika, Ekvador, Peru, Bolivija, Paragvaj, Urugvaj, Argentina, Brazil, Panama, Dominikanska Republika, Belgija, Luksemburg, Grčka, Kipar, Libanon, Egipat, Kongo, Tajland, Singapur, Australija i Nauru (Izvor: CIA.gov The World Factbook). U Meksiku ne postoje službene sankcije za nedolazak na birališta, ali one koji ignoriraju izbore čeka svojevrsna društvena stigma. Australci koji se ne pojave na biralištima mogu se suočiti s kaznom od 20 do 55 dolara. To je dovelo rezultiralo time da u Australiji izlaznost na izbore iznosi oko 91 posto. Stanovnik Grčke koji odbija glasati može imati problema s dobijanjem vozačke dozvole ili pasoša. U Boliviji glasači moraju dobiti pečat u glasačku iskaznicu. Onaj ko ga nema može biti suočen sa izostankom plate do 3 mjeseca. Ukoliko u Belgiji ne izađete na izbore, suočit ćete se sa novčanom kaznom, ali ono što je još teže jeste podatak da, ukoliko u roku od 15 godina, ne sudjelujete u bar četiri izborna procesa, možete izgubiti pravo na glasanje u trajanju od 10 godina. Također, oni koji ne glasaju, teško mogu dobiti posao u javnom sektoru. Stoga ne iznenađuje podatak da je izlaznost u ovoj zemlji oko 90 posto.

Tabela 1: Izlasnost na izborima u BiH, u periodu 2002.-2018, %

Godina	Broj glasača RS	Izašlo glasača, %	Broj glasača FBiH	Izašlo glasača, %
2018.	1.261.645	57,7	2.093.784	51,8
2016.	1.189.430	59,5	1.925.276	50,6
2014.	1.222.266	56,9	2.013.826	53,0
2012.	1.199.179	59,2	1.866.169	54,8
2010.	1.194.622	56,19	1.916.906	56,7
2008.	1.110.280	58,3	1.833.639	53,3
2006.	1.036.731	57,1	1.697.556	54,2
2004.	959.437	48,6	1.310.214	45,0
2002.	1.018.051	52,9	1.324.090	57,4

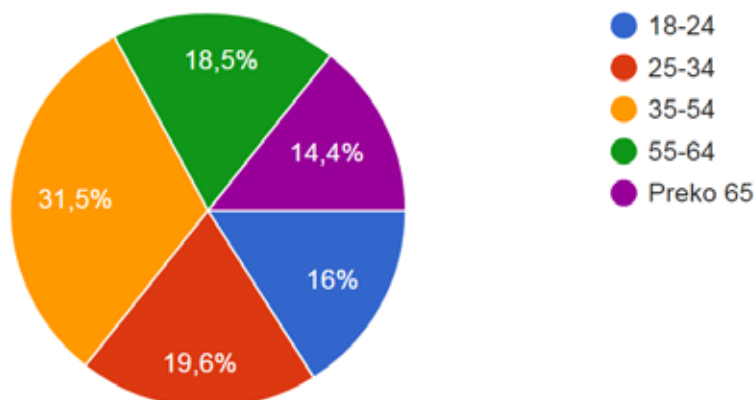
Izvor: kalkulacija autora prema podacima Centralne izborne komisije BiH

Za potrebe istraživačkog dijela ovog rada, anketirani politički apstinenti.

## REZULTATI

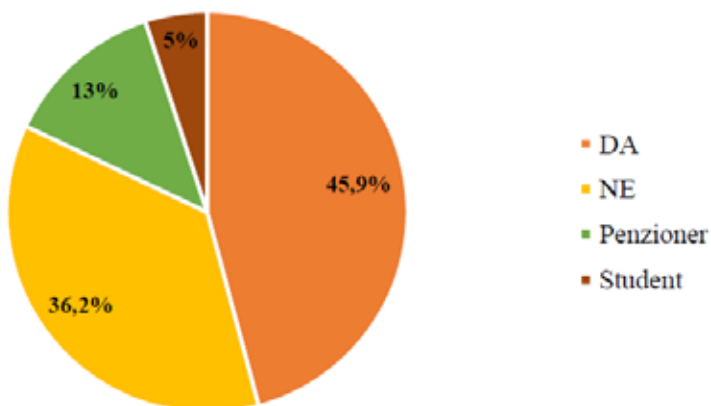
Po pitanju starosne dobi ispitanika, zastupljene su sve strukture. Očekivano je najveći procenat dobi 35-54 (31,5%), zatim dobi 25-34 (19,6%), slijedi starosna kategorija 55-64 (18,5%), mladih dobi 18-24 (16%) i najmanje je ispitanika dobi preko 65 godina (14,4%)

Starosna dob:



Prema (ne)zaposlenosti, najveći broj ispitanika je zaposlen (45,9%). Obzirom da BiH spada u zemlje sa najvećom stopom nezaposlenosti, stoga je kategorija ispitanika iz RS druga po veličini upravo nezaposlenih (36,2%), penzionera je 13% i studenata 5%.

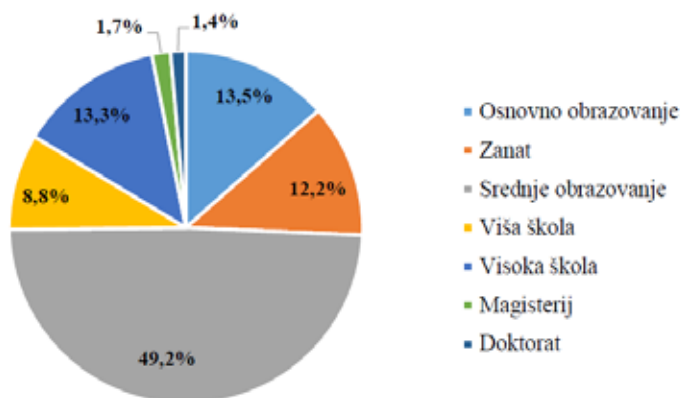
Da li ste zaposleni?



Prema stepenu obrazovanja najveća kategorija ispitanika je sa srednjom stručnom spremom (49,2%), dok su ostali nivoi obrazovanja značajno nižeg učešća, ali takvo stanje odgovara strukturi stanovništva.

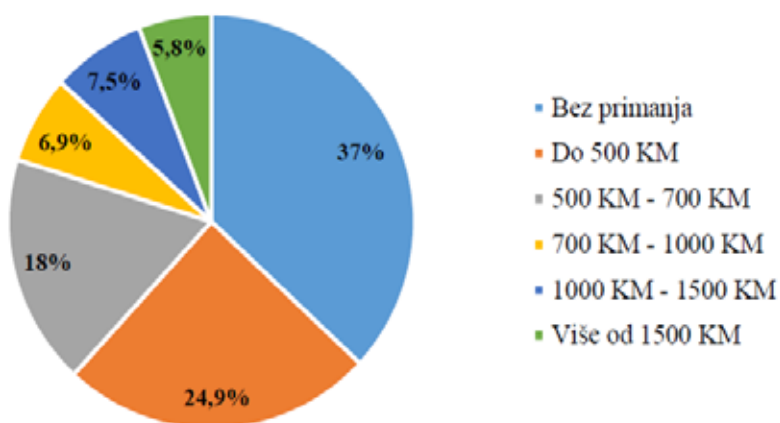
Slijedi kategorija osnovnog obrazovanja (13,5%), naznatno manja kategorija ispitanika sa visokom školom (13,3%), zanata (12,2%), ispitanici sa višom školom (8,8%) i minimano učešće ispitanika sa magisterijem (1,7%) i doktoratom (1,4%).

#### Stepen obrazovanja



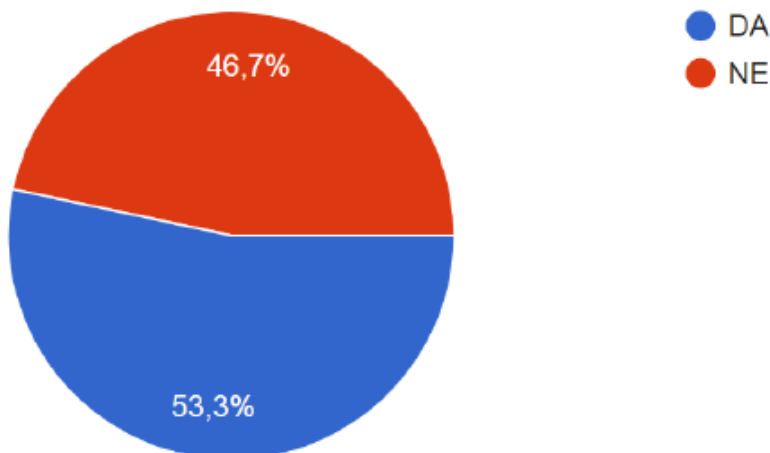
Ako se ispitanici posmatraju primanja na mjesečnom nivou, najveći procenat 37% ispitanik je nezaposleno. Slijede ispitanii, čija su primanja do 500 KM (24,9%), ispitanici, čija su primanja od 500 KM-700 KM (18%), a značajno manje učešće je ispitanika sa primanjima od 700 KM-1000 KM(6,9%), 1000 KM-1500 KM (7,5%) i više od 1500 KM 5,8%.

#### Mjesečna primanja:



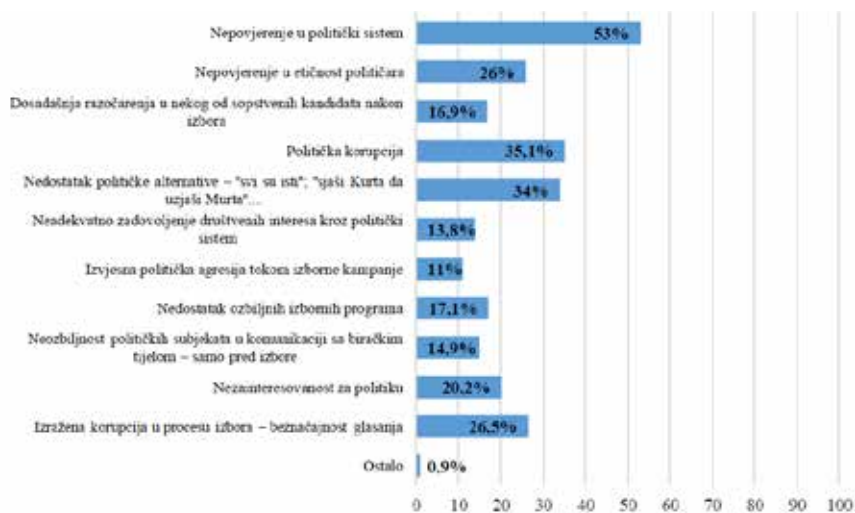
Iz sljedećeg grafikona se dolazi do zaključka da je kategorija apstinena u RS nekonzistentna, u određenom procentu. Naime, 53,3% ispitanika je odgovorilo da su bar jedanput izašli na izbore u poslednja 3 ciklusa, dok je 46,7% ispitanika konstantno u kategoriji apstinena.

Da li ste glasali bar jedanput tokom poslednja 3 izborna procesa?:



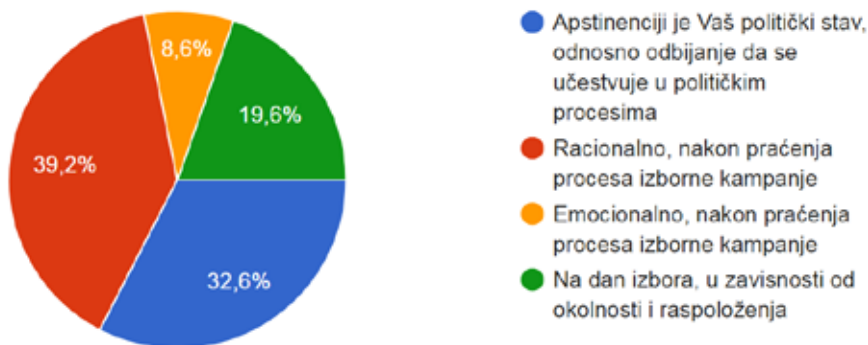
Politički apstinenti su nehomogena kategorija, jer postoji mnoštvo motiva za odluku o apstinenciji. Iz tabele 2ispod se uočavaju neki od motiva. Prema učestalosti, najveći procenat odgovora je nepovjerenje u politički sistem (53%); politička korupcija (35,1%); nedostatak političke alternative (34%); izražena korupcija u procesu izbora (26,5%); nezainteresovanost za politiku (20,2%); a u manjim procentima su sljedeći razlozi: nedostatak ozbiljnih izbornih programa, neadekvatno zadovoljenje društvenih interesa kroz politički sistem, izvjesna politička agresija tokom izborne kampanje i ostalo.

Tabela 2. Razlozi „neizlaska na izbore“ (mogućnost više odgovora):



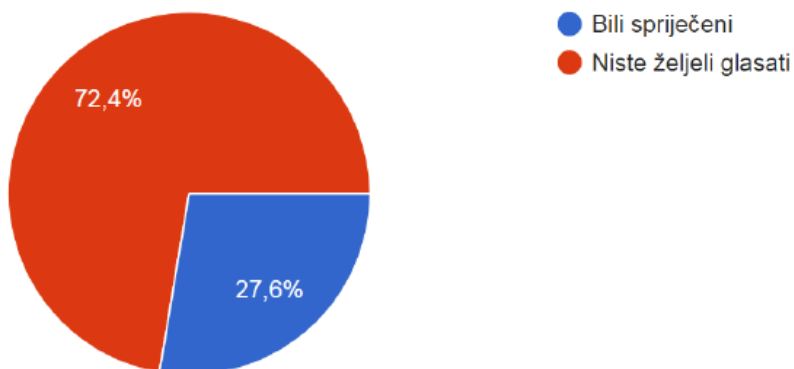
Način na kojem apstinenti donose odluku o (ne)glasanju je prikazan na grafikonu ispod. Uočava se da su permanentni apstinenti (to im je politički stav) zastupljeni sa 32,6%, a veći procenat ispitanika (39,2%) onih koji odluku donose racionalno, nakon praćenja izborne kampanje. U značajno manjem procentu su ispitanici, koji odluku donose na dan izbora, u zavisnosti od raspoloženja (19,6%) i najmanji procenat ispitanika je onih koji odluku o (ne)glasanju donose emocionalno.

Odluku o (ne)glasanju donosite:



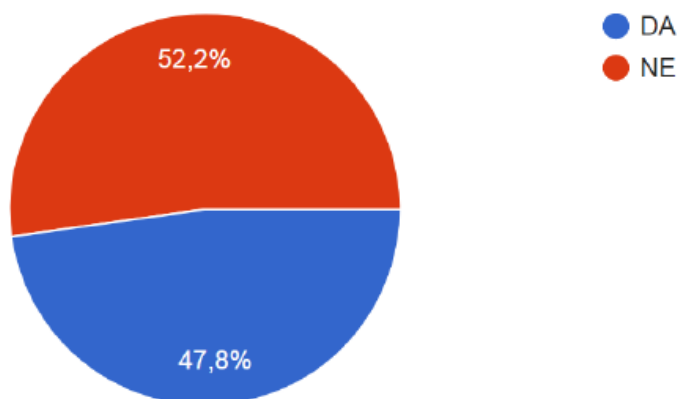
Iz narednog grafikona se uočava da je dominantno učešće ispitanika koji nisu željeli glasati (72,4%), a 27,6% je onih koji su bili spriječeni. Ako se ovo uporedi sa prethodnim rezultatima dolazi se do zaključka da se mijenjaju apstinenti od izbornog ciklusa do izbornog ciklusa.

U slučaju da niste glasali na poslednjim izborima da li ste:



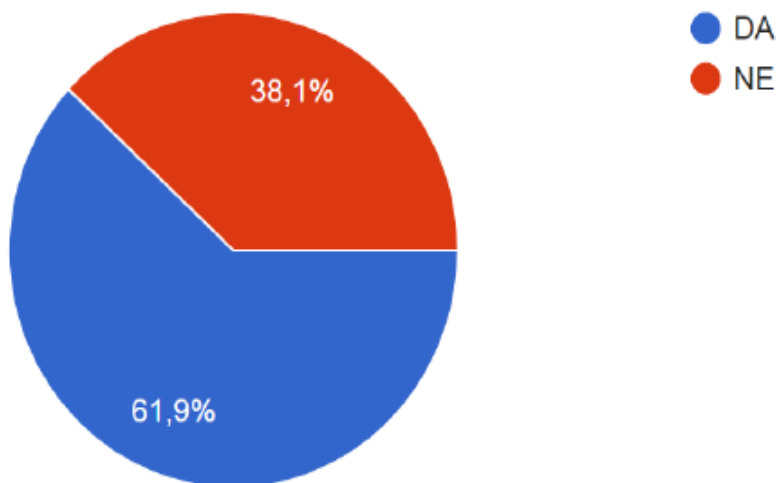
Odgovor na pitanje značaja konteksta i sadržaja političkih kampanja je na sljedećem grafikonu. Veći procenat ispitanika (52,2%) je dao negativan odgovor, dok je 47,8% ispitanika potvrdilo da im je to značajan faktor prilikom donošenja odluke o (ne)glasanju.

Da li je za vas kontekst i sadržaj političkih kampanja glavni faktor donošenja odluke o glasanju?



Izborna korupcija je veoma prisutna u BiH i RS, pa stoga ne iznenađuje odgovor 61,9% ispitanika, koji smatraju da njihov glas nije važan, dok 38,1% smatra da jeste.

Da li smatrate da Vaš glas nije važan?



Kao i u prethodnom upitniku slični odgovori su i kada je u pitanju kategorija ispitanika, koji su politički apstinenti. Loša ekonomsko-socijalna situacija u RS, koja je najviše izražena kroz visoku stopu nezaposlenosti, neadekvatna najniža primanja i relativno visoke cijene i iznos potrošačke korpe (preko 2000 KM za četveročlanu porodicu) je uzrok zašto je najveći procenat ispitanika (32,33%) odgovorio da bi svoj glas dali onom političkom subjektu koji bi ponudio više radnih mjesta, veća prava radnika, veće plate, penzije i socijalna davanja, kao i kvalitetniju socijalnu politiku. Dodatno nepotizam i stranačko zapošljavanje su nezaobilazni i gotovo je nemoguće zaposliti se bez pripadnosti nekoj političkoj opciji, pa je isti procenat odgovara bio i za nestranačko zapošljavanje. Druga po veličini grupa odgovora je onih koji nemaju mišljenje, a ostali odgovori su u značajno nižem procentu.

Tabela 3. Koje elemente bi trebao sadržavati program i politička kampanja neke Stranke da biste Vi dali svoj glas? U kratkim crtama iznesite svoje viđenje.

ODGOVORI	%
Više radnih mjesta i veća prava radnika; Veće plate, penzije i socijalna davanja; Kvalitetnija socijalna politika; Nestranačko zapošljavanje;	32,33% (117)
Zapošljavanje i zadržavanje mladih; Poštovanje stručnosti i obrazovanja	7,73% (28)
Vladavina prava; Suzbijanje korupcije; Oduzimanje nelegalno stečene imovine kroz Zakon o porijeklu imovine	5,25% (19)
Ekonomski i privredni razvoj; Privlačenje stranih investicija; Bolji životni standard	9,12% (33)
Razvoj poljoprivrede i veća podrška poljoprivrednicima; Razvoj ruralnih područja	1,66% (6)
Ispunjavanje predizbornih obećanja; Fer kampanja i konkretni prijedlozi; Bez laži	6,90% (25)
Promjene i nešto novo	4,97% (18)
Ne vjerujem u sadržaj političkih programa i smatram da su kampanje obična farsa i predstava za potencijalne glasače	1,93% (7)
Očuvanje Republike Srpske; Kvalitetni lideri kao nosioci političke kampanje	1,93% (7)
Nemam mišljenje	28,18% (102)

## ZAKLJUČAK

Kroz istoriju razvoja civilizacije, mijenjali su se društveni sistemi, nastajale društvene zajednice i razvijao se sistem upravljanja. U savremenim državama, dominira demokratski politički sistem, koji se odlikuje međusobnom tolerancijom, sklonošću ka kompromisu, dijalogu i civilizovanom rješavanju konflikata interesa.

Politički marketing je oblast u kojoj se koriste svi elementi marketinga, kao naučne discipline, primjenjenih na političkom tržištu, kroz paralelu prodaje usluge od strane političkih stranaka, na jednoj strani i glasača, kao segmentiranog ciljnog tržišta, tj. potrošača. U zavisnosti od primjene pomenutog koncepta zavisi i uspjeh određenog političkog subjekta na političkoj sceni.

Razvojem sredstava masovnog komuniciranja stvoreni su novi, učinkovitiji, jeftiniji te korisnicima pristupačniji, informacijsko-komunikacijski sistemi koji su omogućili razvoj novih tehnika političkog marketinga sa ciljem oblikovanja javnog mnjenja.

Političko tržište u BiH se odlikuje liderskim strankama, na šta ukazuje i formalno vezivanje stranaka za pojedinca i kao takvo je nedovoljno razvijeno, u komparaciji sa političkim tržištima razvijenih demokratskih sistema. Potrebno je uticati na izmjenu svijesti glasača, koji bi trebali, u perspektivi, da traže kvalitetne izborne programe, koji će donijeti bolje ekonomsko-socijalne prilike, kroz povećanje životnog standarda, veću stopu zaposlenosti i smanjenje odlaska mladih iz zemlje.

Nacionalna retorika bilježi značajan segment na strani ponude političkih subjekata, što omogućava političkim strankama da sa vrlo malo kvalitetnih programa osvajaju značajno učešće u izbornom rezultatu.

Prethodno prikazano istraživanje je pokazalo da je smanjena izlascnost na izbore u BiH, te da se nameće pitanje legitimiteta vlasti na svim nivoima, obzirom da u konačnici predstavljaju oko 20-25% biračkog tijela. Potrebna je reforma izbornog sistema i povećanje motivacije glasača u procesu izbora, jer na taj način dolazi i do kreiranja cjelokupnog društvenog ambijenta, koji ne treba da bude kreiran kroz izjašnjavanje tek polovine biračkog tijela.

Sumirajući rezultate na parlamentarnim izborima 2018.-te i načine vođenja političkih kampanja, kao i ukupnu atmosferu i okolnosti u

kojima su sprovedeni izbori, dolazi se do zaključka da je u BiH nužno potrebno promijeniti Izborni zakon jer se narušava izborna volja građana putem krađe izbornih rezultata, sa jedne strane, a sve manjim izlaskom na izbore onih kojima smatraju obesmišljen pomenuti proces, na ovaj način, sa druge strane.

Shodno pomenutom, karakteristika izbornog procesa je politička apstinencija kao vid političkog djelovanja, češće, nego sama nezainteresovanost za politička dešavanja. Jedno od pozitivnih rješenja bi moglo biti uvođenje obaveznog glasanja jer bi se na taj način spriječila korupcija tokom izbora, koja je značajno prisutna u BiH, sa jedne strane, a sa druge strane bi se dobila potpuno izabrana vlast.

Jedan od ključnih faktora uticaja na veliki procenat političkih apstinenata je široko rasprostranjen stav da je izborni proces korumpiran i da "ne vrijedi" izlaziti na izbore. Promjena ovakvog stava velikog broja glasača je moguća kroz više modela, od koji s najbrži, a sa velikom efikasnošću, uvođenje obaveznog glasanja i/ili uvođenje skenera na biračkim mjestima. U prvoj varijanti bi bila spriječena izborna korupcija, sa jedne strane, a dobio bi se puni legitimitet vlasti, sa druge strane.

## LITERATURA

1. Bongrand, M. (1997). *Politički marketing*. Beograd: Plato.
2. Bush, T. (2016). *How Does Online Marketing Differ From Traditional Marketing?* Dostupno na: <http://pestleanalysis.com/online-marketing-vs-traditional-marketing/>
3. Coyne J. C., Leeson T. P. (2008). *How do rulers choose - Dual Domains of Discretion in Political Decision Making*, Journal of Economic Issues, West Virginia University.
4. Coyne, C., Peter T., Leeson (2011). *Reviewed Work: Media, development and institutional change*, Public Choice, Vol. 148, No. ½.
5. Cutlip, S., Center, A., Broom, G. (2006). *Effective Public Relations*, 9th Edition, San Diego State University. Dostupno na: <http://pestleanalysis.com/online-marketing-vs-traditional-marketing/>
6. Enli, G.S., Skogerbo, E. (2013). *Personalized campaigns in party-centered politics*, Information, Communication and Society, 16 (2013), 757–774.

7. Karlsen, R. (2009). *Campaign Communication and the Internet: Party Strategy in the 2005 Norwegian campaign*, Journal of Elections, Public Opinion and Parties, 19 (2009), 183–202.
8. Golubović, Z. (2007). *Apstinencija kao mogući otpor kvazidemokratskoj tranziciji u Srbiji?*, Politika i svakodnevni život (treći dio): Probudene nade – izneverena očekivanja, str. 115-123.
9. Hanna, N. (2009). *An Argument for Voting Abstention*, Public Affairs Quarterly, 23, str. 279-286.
10. Henneberg, S.C., O’Shaughnessy, N. (2007). *Theory and Concept Development in Political Marketing: Issues and an Agenda*, Journal of Political Marketing, 6(2/3): 5–32.
11. Kaase, M., Marsh, A. (1979). Political Action Repertory, U: Kaase, M., Barnes, S.H. (1981). *On the Future of Protest Politics in Western Democracies*. European Journal of Political Research - Wiley Online Library, Volume 9, Issue 4.
12. Kalsens, B. (2016). *The Social Media Paradox Explained: Comparing Political Parties’ Facebook Strategy Versus Practice*, Social Media + Society, Oslo, str. 1–10.
13. Kotler, P. (1982). *Marketing for Nonprofit Organizations*, Prentice-Hall.
14. Kotler, P. (1972). *A generic Concept of marketing*. Journal of Marketing, Vol. 36., str. 46-54.
15. Lock, A., Harris, P. (1996). *Political marketing – vive ladifférence!*, European Journal of Marketing 30, 10/11, str. 14-24
16. Luck, D.J. (1969). *Broadening the Concept of Marketing Too Far*. Journal of Marketing, Vol. 33.
17. Meler, M. (1994). *Društveni marketing*, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
18. Menon, V. (2008). *Political Marketing: A Conceptual framework*, MPRA Paper No. 12547, 7. January 2009.
19. Milošević, J. (1997). *Osnovni pristupi u proučavanju izbornog ponašanja*, Psihologija, 3, str. 279–294.
20. Newman, B. (2000). *Commentary-Image-manufacturing in the USA: recent US Presidential Elections and beyond*, European Journal of Marketing, 2001/10/1.

21. Norris, P. (2004). *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*, McGuire Lecturer in Comparative Politics.
22. Norris, P., Curtice, J., Sanders, D., Scammell, M., Semetko, H.A. (1999). *On Message: Communicating the Campaign*. Sage Publications.
23. Novak B., (1990). *Politički marketing –Izborna kampanja kao sredstvo političkog marketinga*. Beograd.
24. Offe, C. (1999). *Sadašnje povijesne tranzicije i neke osnovne opcije oblikovanja društvenih institucija*, Politička misao, br. 4.
25. Parikh, K.E. (2012). *Political Fandom in the Age of Social Media: Case Study of Barack Obama's 2008 Presidential Campaign*, London: London School of Economics and Political Science.
26. Parry, G., Moyser, G., Day, N. (1992). *Political Participation and Democracy in Britain*, Cambridge: Cambridge University Press.
27. Schafferer, C. (2006). *Election Campaigning in East and Southeast Asia: Globalization of political Marketing*. Ashgate publishing.
28. Šiber I., (1992). *Politička propaganda i politički marketing*, Alinea: Zagreb.
29. Slavujević, Z. (2009). *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, Grafocard.
30. Vujčić, V. (2000). *Politička participacija*, Politička misao, Vol. 37, No. 1, str. 115—140.

Zaprimljeno:15.8.2021.

Prihvaćeno: 21.12.2021.

---

---

## **PRANJE NOVCA**

---

---



# PRANJE NOVCA

PRETHODNO SAOPŠTENJE

UDK 343.53:336.741.1(497.6RS)

DOI 10.7251/DEFSR5122069L

COBISS.RS-ID 136160769

**Mr Jadranka Lalić Stojanović<sup>1</sup>**  
**Doc. dr Suzana Ubiparipović<sup>2</sup>**

**Apstrakt:** Pranje novca je proces prebacivanja nelegalno stečenog novca u legalne finansijske tokove. Autori u radu analiziraju zakonsku inkriminaciju pranja novca u krivičnom zakonodavstvu Republike Srpske, faze pranja novca, kao i metode odnosno postupak pranja novca kod fizičkih i pravnih lica, ukazujući na značaj prevencije i suzbijanja ovog krivičnog djela. U radu se posebno ističe problem vršenja ovog djela od strane organizovanih kriminalnih grupa, što dodatno otežava proces procesuiranja izvršilaca pranja novca.

**Ključne riječi:** *pranje novca, krivično djelo, faze, metodi*

## UVOD

Sam pojam pranja novca potiče od engleske riječi „money laundering“, što znači legalizacija kapitala stečenog kriminalnom djelatnošću, odnosno finansijske transakcije radi prikrivanja stvarnog porijekla novca i drugih oblika kapitala na tržištu. Sastoji se u falsifikovanju finansijske dokumentacije i manipulacije u sistemu međubankarskih transakcija. Pranjem novca se ozbiljno narušava privredni i monetarni sistem svake

<sup>1</sup> master opšte bezbjednosti, [sjadranka70@gmail.com](mailto:sjadranka70@gmail.com)- autor, Pravni fakultet Slobomir P Univerzitet, odjeljenje Doboj.

<sup>2</sup> doktor pravnih nauka, [suzanamelesic@gmail.com](mailto:suzanamelesic@gmail.com) - koautor, Pravni fakultet Slobomir P Univerzitet, odjeljenje Doboj.

zemlje, pa ni Bosna i Hercegovina nije izuzetak. Ovo djelo vrši se u više faza te je obaveza svih organa koji učestvuju u tom procesu da rade na prevenciji i suzbijanju ovog djela.

Pranje novca predstavlja spoj između opšteg i privrednog kriminala i jedan je od bitnijih faktora organizovanog kriminala, što dodatno otežava otkrivanje i suzbijanje ovog krivičnog djela. Pranje novca možemo definisati kao vrstu imovinskog kriminala, čiji su ciljevi prikrivanje postojanja i porijekla nelegalno stečenih sredstava i to uključivanjem tih sredstava transformacijom, prebacivanjem, razmjenjivanjem, prikrivanjem namjene, mješanjem sa legalnim sredstvima ili na drugi način u legalne finansijske tokove, čime se osim porijekla nelegalno stečenih sredstava prikriva kriminalna djelatnost i ostvaruje krajnji cilj pranja novca, a to je nesmetano korišćenje prihoda od kriminalne djelatnosti i izbjegavanje kazne za izvršena krivična djela.

## **ELEMENTI KRIVIČNOG DJELA PRANJA NOVCA I VEZA SA ORGANIZOVANIM KRIMINALOM**

Krivično djelo pranja novca poznaju sva četiri krivična zakona u Bosni i Hercegovini. Propisivanjem ovog djela pruža se zaštita privrednom i monetarnom sistemu kao i stabilnosti svake zemlje. Radnja izvršenja je na skoro istovjetan način inkriminisana u svim krivičnim zakonima. Pažnju ćemo usmjeriti na krivično zakonodavstvo Republike Srpske. Naime, pranje novca u krivičnom zakoniku Republike Srpske (Krivični zakonik Republike Srpske, 2017.) inkriminisano je članom 263. i svrstano u grupu krivičnih djela protiv privrede i platnog prometa.

Osnovni oblik djela vrši onaj ko novac ili imovinu za koje zna da su pribavljeni izvršenjem krivičnog djela propisanog zakonima Republike Srpske primi, zamjeni, drži ili raspolaže njima, koristi u privrednom ili drugom poslovanju, vrši konverziju ili njihov prijenos ili na drugi način prikrije ili pokuša prikriti njihovu prirodu, izvor, lokaciju, raspolaganje, kretanje, vlasništvo ili drugo pravo. Za ovaj oblik propisana kazna je zatvora od jedne do pet godina i novčana kazna. Objekat zaštite je finansijski sistem, a objekt napada su novac i imovina koji su pribavljeni vršenjem krivičnog djela, bilo samo učinioca ili drugog lica (Jovašević i Kokolj, 2011).

Zakonodavac je predvidio tri teža oblika koja se razlikuju po kvalifikatornim okolnostima i kazni koja je predviđena. Prvi teži je predviđen kada je izvršilac osnovnog oblika djela istovremeno i izvršilac ili saučesnik u krivičnom djelu u kojem je pribavljen novac ili imovina iz stava 1. Za ovaj oblik propisana je kazna zatvora od jedne do osam godina i novčana kazna. Drugi kvalifikovani oblik postoji, ukoliko vrijednost novca ili imovinske koristi iz stava 1. i 2. ovog člana prelazi iznos 200.000 KM, za koji je zaprećena kazna zatvora od jedne do deset godina i novčana kazna. Vrijednost objekta na kome se vrši radnja krivičnog djela predstavlja kvalifikatornu okolnost (Jovašević i ostali, 2011). Ona se utvrđuje prema tržišnim uslovima u vrijeme preduzimanja radnje izvršenja.

Najteži oblik ovog krivičnog djela postoji ukoliko su prethodno navedena djela izvršena od strane više lica koja su se udružila radi vršenja pranja novca ili je pranje novca izvršeno u svrhu finansiranja terorizma (stav 4.). Za ovaj oblik propisana je kazna zatvora od tri do petnaest godina i novčana kazna. Učinilac ovog djela može biti bilo koje lice a u pogledu krivice potreban je umišljaj.

Zakonodavac je propisao i privilegovani oblik ovog krivičnog djela, ukoliko je pri izvršenju djela iz stava.1 i 2. izvršilac postupao nehatno u odnosu na okolnost da su novac ili imovinska korist pribavljeni krivičnim djelom. Propisana kazna za ovaj oblik je novčana kazna ili kazna zatvora do tri godine. Posljednjim stavom propisana je mjera bezbjednosti oduzimanje predmeta, odnosno oduzeće se novac, imovinska korist, prihod, profit ili druga korist nastala iz imovinske koristi ostvarene krivičnim djelom.

Treba napomenuti da se ovo djelo najčešće vezuje za djelovanje organizovanih kriminalnih grupa, gdje profit kao osnovni cilj organizovanog kriminala potiče od prikrivanja nezakonitog porijekla novca ili imovine stečenih kriminalom. U slučajevima kada je imovinska korist stečena izvršenjem krivičnog dela, kriminalac ili organizovana kriminalna grupa, traže način da koriste stečeni novac ili imovinu tako da svojim aktivnostima ne privlače pažnju nadležnih organa. Stoga vrše čitav niz transakcija sa krajnjim ciljem da se navedeni novac ili imovina prikažu kao zakonito stečeni. Novac u ovom procesu često mijenja svoj oblik i prebacuje sa jednog na drugo mjesto. Infiltracija protivpravno stečenog profita u finansijske i bankarske tokove zemlje može itekako uticati na njenu bezbjednost.

Pranje novca kao oblik djelovanja organizovanog kriminaliteta je globalni problem koji ima povratne efekte na ekonomske, političke, bezbjednosne i socijalne strukture zemlje. Naime, ovo djelo je tipično za organizovani kriminalitet i onda kada svoj profit u legalne finansijske tokove ubacuju trgovci drogom, krijumčari oružja, reketaši ili je on proistekao iz drugih aktivnosti organizovanog kriminaliteta (Ignjatović i Škulić, 2010). Najveći broj krivičnih djela sa elementima organizovanog kriminala izvršava se upravo i isključivo sa motivom sticanja imovinske koristi, pri čemu je pranje novca derivativan oblik kriminala, tj. prateće krivično djelo kod kojeg mjere prevencije i postupci otkrivanja zahtjevaju posebnu osposobljenost, stručnost, predanost, organizovanost i kordinaciju organa koji se bave njegovim suzbijanjem (Bjelajac, 2013).

## FAZE PRANJA NOVCA

Pranje novca je proces u kojem se prihodi kriminala transformišu u naizgled legitiman novac ili drugu imovinu (Duhaime, Christine, 2019). Ipak u brojnim pravnim i regulatornim sistemima, pojam pranja novca se nekad ne razlikuje od ostalih oblika finansijskog kriminala, a ponekad se generalnije koristi da označi i zloupotrebu finansijskog sistema (uključujući stvari poput vrjednosnih papira, digitalne valute, kreditnih kartica i tradicionalne valute), uključujući i finansijski terorizam, utaju poreza i izbjegavanje međunarodnih sankcija. Kako bi se postigao dojam “zakonitosti” nužno ga je ubaciti neposredno u legalni finansijski system ili indirektno preko nefinansijskog sistema, dodatno otežati otkrivanje njegovog vlasnika ili pravog izvora novca. Iz prethodno navedenog proizlazi da je pranje novca određeni proces i to vrlo kompleksan. Još godine 1991. u izvještaju Australian National Crime Authority taj se proces objašnjava kao “shema koja bi trebala obuhvaćati: čisti prihod od kriminalne djelatnosti koji je u posjedu kriminalca, čime će se manevrisati na način, da se zametne trag, odnosno izvor novca, nakon čega bi se novac trebao vratiti tom istom kriminalcu. Novac je sada “čist”, ima svoje podrijetlo i spreman je za daljnju upotrebu (FATF, 2004.).

**Faza polaganja (placement)** je prava faza pranja novca, odnosno stvaranja privida zakonitosti nezakonito stečenih sredstava i prikriivanja nezakonitog izvora. U ovoj se fazi sredstva (najčešće gotovina) iz

kriminalne djelatnosti ubacuju u financijski sistem ili pretvaraju u neku drugu vrstu imovine. U prvoj fazi pranja novca perači izlažu nezakonita sredstva ulaganjem u financijski, nefinancijski ili drugi alternativni sistem zbog čega je ova faza po mogućnosti detekcije prljavog novca krucijalna (Bejaković, 1997). „Virmanski način plaćanja, odnosno korišćenje instrumenata platnog prometa, zahtijeva otkrivanje i identifikaciju nalogodavca i primaoca, što kod gotovine nije slučaj, te sama priroda kriminalnih transakcija predstavlja nebrojene usitnjene iznose u gotovini (ulična prodaja droge) ili znatne iznose gotovine (naoružanje, korupcije, pljačke). Kako efektiva nije prikladna za daljnje korišćenje zbog izazivanja pažnje i sumnje, u ovoj se fazi nastoji što prije transformisati u drugi oblik, prikladniji za daljnju upotrebu“.Prepoznavanju prljavog novca posebno u korist idu i posebna lista indikatora za prepoznavanje sumnjivih i nelogičnih transakcija.

Tabela 1: Podjela indikatora

PODJELA INDIKATORA	
1. PREMA VRSTI	- indikatori koji se odnose na transakciju - indikatori koji se odnose na osobe
2. PREMA SADRŽAJU	- indikatori koji se odnose na finansijski sektor - indikatori za nefinansijski sektor -indikatori za samostalne profesije i struke

Izvor: (Izrada autora prema Cindori, 2010)

Raznovrsnost metoda i tehnika djelovanja koje uključuju protok novca kroz financijski i nefinancijski sektor, fazi polaganja daje prioritet te ističe značaj prevencije pranja novca i financiranja terorizma. S obzirom da je financijski sistem krvotok kriminala, subjekti i institucije uključene u pranje novca i finansiranje terorizma pokušavaju zloupotrijebiti upravo kretanje kapitala i pružanje finansijskih usluga, što predstavlja opasnost za stabilnost finansijskog sistema u cjelini.

**Faza oplemenjivanja (layering)** - U drugoj fazi perači nastoje brojnim transakcijama prikriti pravi izvor nezakonitih sredstava. Po svojoj veličini, učestalosti i složenosti, najčešće se obavljaju legitimne transakcije, sa ciljem odvajanja sredstava od nezakonitog izvora. Među glavne tehnike druge faze pranja novca spada: mijenjanje valute, krijumčarenje, poslovanje preko offshore zona, pretvaranje novca u druge oblike (čekove, mjenice, dionice ili bilo koji oblik vrijednosnih papira, kao i pretvaranje novca u materijalnu imovinu kao što su pokretnine i nekretnine), doznake sredstava, elektronsko prebacivanje novca (elektronsko bankarstvo), osnivanje shell kompanija, casina, korišćenje osiguravajućih društva, korišćenje boxoffice i rezidentne pošte, korištenje uvozno-izvoznih kompanija, manipulacije računima, manipulacije garancijama, obveznicama, vrijednosnicama, kao i falcifikovanje dokumentacije, odnosno papirnog traga novca (izvora, vlasništva, mjesta ili svrhe), (Bosanac, 2001).

U ovoj fazi pranja novca, sredstva koja su na bilo koji od navedenih načina uložena u finansijski, odnosno nefinansijski sistem ili krijumčarena preko granice, počinju svoj put prikrivanja traga pravom izvoru. U tom cilju, finansijski sistem je najpodatniji izvor brojnih mogućnosti daljnjeg procesa pranja novca. Najčešće se koristi u obliku polaganja gotovine na jedan ili više računa, iste ili različitih osoba, a sve u cilju usitnjavanja većih iznosa novca, usmjeravanja na različite fizička ili pravna lica, te promjene njegovog oblika, odnosno valute. Prijenos novca moguć je i krijumčarenjem, odnosno fizičkim prijenosom novca preko državne granice, (Richards, 1998). Prebacivanje sredstva s računa na račun, u zemlji i inostranstvu, transformisanje iz jednog oblika u drugi odvija se prvenstveno sa ciljem otežanog praćenja njihovog izvora. U tom svijetlu, kako bi se interkontinentalna transakcija povezala s cijelim lancem perača novca, često je potrebno i nekoliko mjeseci analitičkog rada i istrage finansijsko-obavještajne jedinice ili drugih nadležnih tijela.

**Faza integracije (integration)** - Treća faza pranja novca obuhvaća integraciju sredstava u ekonomiju i finansijski system, u kojem slučaju je najteže detektovati čin pranja novca i samog počinioca. Nezakoniska se sredstva transformišu u oblike koje je teže pratiti, ili se miješaju sa zakonitim sredstvima. Takvo postupanje prvenstveno otežava prikupljanje dokaza. Pranje novca će u trećoj fazi najčešće završiti kupnjom pokretnina i

nekretnina, vrijednosnica kao i trošenjem na luksuzna dobra (Mitisilegas, 2003). Nakon završetka treće faze teško će se vidjeti podrijetlo novca, što je posebno zanimljivo u slučaju da će takva sredstva poslužiti za početak novog, zakonskog poslovanja.

Zločin može biti uspješan samo ako se, finalno prikrrio pravi izvor nezakonskih sredstava. Međutim, završenim ciklusom pranja novca kriminalna aktivnost ne prestaje, već se nastavlja širiti, jer se „oprana“ sredstva vrlo često reinvestiraju u novi, zakonski posao. Osim što dilerima droge, teroristima, trgovcima oružjem i drugim kriminalcima pruža podršku prilikom provođenja nezakonitih aktivnosti, pranje novca potiče i daljnje djelovanje što na kraju ima i negativne socijalne posljedice. Vrlo često se proces pranja novca ne odvija samo na prostoru jedne zemlje odnosno unutar njenog financijskog sistema, već se širi i na nekoliko zemalja tokom čega mijenja svoj oblik. To je razumljivo s obzirom na napredak tehnologije, te na brzinu i jednostavnost obavljanja transakcija. Samim time, novi pojavni oblici pranja novca povezani su s elektronskim poslovanjem i transakcijama koje se realizuju putem korespondentnih računa, kreditnih kartica, Internet bankarstva, smart kartica i sl.

Međutim, sofisticiranost, inventivnost i maštovitost različitih oblika pranja novca, obuhvaća i usluge raznih finansijskih stručnjaka (poreznih savjetnika), brokera, investicijskih kuća, konzultanata i odvjetnika. Novac se obično nastoji transferisati iz zemlje podrijetla, putem plaćanja robe i usluga. Naknadno se uključuje u system međunarodnih plaćanja, te se nastoji u što većem broju transakcija prikriti njegov izvor. Nakon provedenog ciklusa pranja ponovno se vraća u zemlju podrijetla. Faze polaganja, oplemenjivanja i integracije predstavljaju idealni primjer procesa pranja novca. Međutim, u praksi se faze često preklapaju, zakonito stečeni novac u svim se fazama miješa s prljavim novcem, ponekad se pokoja faza preskače, a neke ponavljaju, ovisno o odabranom modusu djelovanja, količini „prljavog novca“ i postavljenoj legislativi.

U tom smislu Ketrin Oswald izlaže još nekoliko modela pranja novca:

a) dvofazni model – razlikuje pranje novca koji u prvoj fazi proizlazi neposredno iz nezakonite radnje, dok su za drugu fazu značajne srednjeročne i dugoročne radnje „legalizovanja“ opranog novca i uključivanja u finansijski sistem, sa svrhom ponovnog pranja,

- b) „kružno pranje“ – kompleksniji sistem koji obuhvaća devet faza pranja novca,
- c) model „četiri sektora“ – u kojem svaki sektor sadrži proces pranja novca,
- d) teleološki model – temelji se na različitim ciljevima pranja novca (npr. integraciji, investicijama, poreznoj utaji, financiranju organizovanog kriminala i sl.) - (Mitsilegas, 2003).

## METODOLOGIJA PRANJA NOVCA

Skladno definiciji pranja novca postoji različita metodologija koja se odnosi na metodologiju kod pravnih lica i privatnih lica. Modaliteti pranja novca razlikuju se ovisno o količini novca koja se želi oprati, zakonodavstvu, privredi i finansijskom tržištu, izabranom načinu djelovanja i samim fazama procesa pranja novca kroz koje novac prolazi. U posljednje vrijeme je uz problematiku pranja novca vrlo često vezano i pitanje sprečavanja finansiranja terorizma, za koje je također indikativan elektronski prijenos novca, djelovanje neprofitabilnih organizacija, društava za osiguranje i sl. kao i cijeli nefinancijski sektor (slobodne profesije i struke).

### *Tipologija kod pravnih lica*

Modus djelovanja pranja novca putem pravnih lica šireg je obima od djelovanja fizičkih lica, međutim, izdvojene metode najčešće se koriste u međunarodnom kontekstu: offshore zone, nerezidentni računi, fiktivni ugovori i ispisivanje fiktivnih računa, ulaganje gotovine u finansijski sistem, front ili shell društva, neke od njih ćemo obraditi u radu.

*Offshore* zone su vrlo često na prvom mjestu po jačini indicija za sumnju na pranje novca, s obzirom na učestalost transakcija i veličinu transfera. Radi se o područjima koja po definiciji imaju vrlo liberalno postavljenu legislativu u pogledu poslovanja i otvaranja banaka i kompanija, gdje je vrlo mali postotak poreznih obaveza, a vrlo izražena i jaka bankarska tajna. Glavna karakteristika offshore zona obuhvaća unos robe ili novca, kao i osnivanje preduzeća nerezidenata. Anonimnost finansijskih transakcija koje posljedično slijede posebno pogoduju nezakonitim aktivnostima kao što su pranje novca, finansiranje terorizma, utaja poreza, prevare i sl. Iskorištavanje finansijskih pogodnosti, offshore zona imaju daljnje negativne posljedice i na međunarodni finansijski sistem, ali i na

samu državu koja takve pogodnosti nudi. Zapravo se radi o, istorijski gledano, siromašnim državama koje su tek od 1950. prisutne na svjetskom finansijskom tržištu.

Ukratko, offshore zone nude prednosti po pitanju investicija, elektronskog bankarstva, međunarodne trgovine, zaštite vlasništva kao i povjerljivost podataka o bankovnom računu. Posebno je zanimljiva povjerljivost podataka o prometu na bankovnom računu, jer se za dostavu traženih podataka najčešće pronalaze razne zapreke, zahtjevi ili ograničenja. Značaj offshore zona, prvenstveno je, namjera izbjegavanja porezne obaveze. Jedan od načina zakonskog izbjegavanja plaćanja poreza na dobit, moguć je putem transfernih cijena kojima se dobit premješta u državu s povoljnijim poteznim tretmanom. Djelomično iz istih razloga, offshore zone su vrlo pogodne i za pranje novca (i to pranja novca od mnogobrojnih nelegalnih aktivnosti kao što je porezna utaja, trgovina oružjem, prodaja droge, prostitucija i dr.) uz prednosti stroge bankarske tajne, malobrojnih ograničenja u poslovanju s inozemstvom, teritorijalno pozicioniranje u blizini tranzitnih puteva droge i sl. Offshore zone imaju različite statuse, neke su u potpunosti transparentne, druge su samo porezna oaza, a najpopularnije i obavještajnim jedinicama nekritičnije su svakako one netransparentne u kojima je načelo anonimnosti glavno obilježje.

U skladu s Preporukama međunarodne zajednice (FATF – NCCT criteria), s početkom novog tisućljeća netransparentne zemlje našle su se na tzv. listi nekooperativnih država: CookIslands, Egipat, Grenada, Guatemala, Indonezija, Mynamar, Stavak Vincent i Grenadine, Nauru, Nigerija, Filipini i Ukrajina. Kako status nekooperativne države donosi negativan publicitet, odvlači stranke, a samim time i kapital, do 2006. je većina zemalja uskladila svoje zakonodavstvo čime je dokazala mogućnost i spremnost na suzbijanje pranja novca i financiranja terorizma. Posljednja s liste nekooperativnih zemalja 2006. je skinuta Nigerija (Klasens, 2006). Status nekooperativne države donosi samo negativne posljedice, smanjen je broj ulagača u te države, smanjen broj izravnih stranih investicija te smanjenje kapitala. Nasuprot negativnim mogućnostima koje offshore zone nude postoji i niz prednosti. Offshore zone posluju u velikoj mjeri u finansijskom svijetu pa tako razne evropske države uključujući i Bosnu i Hercegovinu posluju s njima preko svojih offshor podružnica, offshore kompanija kćeri i preko fondova.

Bez obzira na činjenicu da su određene offshore zone danas potpuno transparentne, neke su samo porezne oaze, dok su druge vrlo netransparentne, nekomunikativne i teško dostižne. Anonimnost kao osnovna karakteristika i prepreka sprječavanju pranja novca i nadalje predstavlja problem. Nastojanja i tragovi mogućeg rješenja mogu se nazrijeti kroz International Monetary Fund - Program procjene rizika i tehničke pomoći s ciljem unapređenja nadzornih standarda offshore zona.

Kako ipak offshore zone predstavljaju idealna mjesta za međunarodne transakcije pranja novca, međunarodna zajednica nastoji brojnim mjerama, instrumentima, konvencijama i političkim utjecajima djelovati na njihovo usklađivanje, putem Ujedinjenih Naroda (svjetski program protiv pranja novca - GPML), Vijeća Europe (poseban Odbor Moneyvala), Grupe za financijsku akciju razvijenih zemalja svijeta (FATF), Offshore grupe bankarskih kontrolora i Grupe za financijsku akciju karipskih zemalja (CATF). Naročito Egmont grupa, kao svjetsko udruženje financijskih obavještajnih jedinica, vrši stalni pritisak na offshore zone u smislu njihove veće kooperativnosti i približavanja svjetskim standardima razmjene podataka o strankama i transakcijama.

*Nerezidentni računi* - Još jedan od značajnih indikatora za sumnju na pranje novca, iako ne toliko indikativan kao offshore zone zbog toga što predstavlja prepoznatljiv, moderan i široko korišten način poslovanja savremenog bankarstva, zasigurno su nerezidentni računi. Nerezidentni računi su često u vrlo bliskoj vezi s offshore zonama jer se transakcije odvijaju preko otvorenih nerezidentnih računa offshore zona, u državama koje su pogodne radi blizine, razvijenih bankarskih sistema i ustaljenih kanala komunikacija. Slijedi vrlo jednostavan način transfera: kompanija offshore s otvorenim nerezidentnim računom u drugoj državi ispostavlja fakturu koja se legalno plaća preko domaćih banaka na navedeni račun, te se tako transferisana sredstva neometano koriste za lične potrebe, ubacuju u ponovni reprodukcijski ciklus kriminalne aktivnosti ili pokušavaju legalizovati (oprati) u obliku investicijskih sredstava namijenjenih za ulaganje u domaću privrtedu i infrastrukturu.

*Fiktivni ugovori i ispostavljanje fiktivnih računa* - Kao jedna od čestih javlja se kreiranje fiktivnih ugovora i po takvoj "pravnoj osnovi" ispostavljanje fiktivnih računa. Ovo područje se dijeli na dvije cjeline:

- ispostavljanje potpuno fiktivnih računa za uglavnom, usluge koje se ne mogu i neće izvršiti niti su izvršene (consulting, istraživanje tržišta, i sl., uglavnom većina nerobnih plaćanja) i

- ispostavljanje faktura sa većim ili manjim iznosima od stvarne (tzv. podfakturisanje i prefakturisanje) za robu ili manjim dijelom usluge.

Sklapanje fiktivnih ugovora ili ispostavljanje fiktivnih računa jedan je od „klasičnih“ načina pranja novca prilikom kojeg će osoba ili kompanija, osnovati kompaniju ili podružnicu u zemlji iz koje nezakoniti prihod dolazi, ili u koju se novac unosi i stavlja u promet. Ukoliko se doista provede kupoprodaja robe ili usluge, uplatit će se određeni iznos novca na račun kompanije, ali uvećan s obzirom na stvarnu vrijednost robe ili usluge. U ovom je slučaju razlika između stvarne vrijednosti robe ili usluga i uplaćenog iznosa na račun kompanije, zapravo iznos opranog novca.

Posebnu vrstu pranja novca predstavlja plaćanje na temelju potpuno lažnih faktura pri čemu, za razliku od podfakturisanja ili prefakturisanja, cijeli iznos uplaćenog novca obuhvaća oprani novac. Kako plaćanje robe na temelju lažnih faktura neizostavno zahtjeva papirnati trag prelaska državne granice i ostale evidencije o stvarnom postojanju robe i njezinoj prodaji, češće će se koristiti izloženi način pranja novca za obavljene usluge jer je vrlo teško procijeniti njihovu stvarnu vrijednost (npr. konzultantske usluge). (Masnjak, 2000).

*Ulaganje gotovine u financijski sistem* - Korišćenje platnog sistema u zemlji takođe, se pojavljuje kao jedan od oblika i načina pranja novca. Naime, kao četvrta tehnika pranja novca pojavljuje se ulaganje gotovine u financijski sistem, na žiro-račune trgovačkih društava, u vidu pozajmica svih vrsta, kreditnih odnosa između djelatnika i partnera trgovačkih društava, polaganja fiktivnog dnevnog pazara, kao i transakcije s računa pravnih lica na račune fizičkih lica i obrnuto.

Praksa pokazuje da je ovo „školski primjer“ provođenja prve faze procesa pranja novca, a to je faza polaganja prljavog novca u legalan financijski sustav, s ciljem prikrivanja njegovog nezakonitog izvora. I ovaj se način pranja novca može svrstati u klasične metode zbog toga što moderni načini pranja novca obuhvaćaju ulaganje u nefinancijski sektor, oslanjanje na modernu tehnologiju, elektronsko bankarstvo i investicijske fondove. Međutim, nije nemoguće da se ovi modusi pojavljuju i zajedno, povezani u jedan interaktivni proces pranja novca, uključujući brojne

tehnike pranja i različite vremenske periode.

„Front“ i „shell“ kompanije- Iako u terminima “front” ili “shell” postoje razlike jer „shell kompanije“ predstavljaju lažne kompanije koje služe prikrivanju sredstava pranja novca, dok “front kompanije” obavljaju legalne poslovne aktivnosti radi prikrivanja pranja novca, zajednička im je karakteristika obavljanje zakonskih poslova, a osnovna uloga paravan za protok novca na putu prikrivanja njegovog nezakonitog izvora. U ovoj se ulozi može naći bilo koja kompanija pogodna za „transport“ prljavog novca, bez obzira na veličinu: restorani, putničke agencije (Richards, 1998), društva za osiguranje, casina, mjenjačnice i sl. Uloga im može biti različita, ovisno o tome osnivaju li se u zemlji ili inostranstvu (npr. u offshore zoni), a pogodne su kako u fazi oplemenjivanja sredstava tako i u fazi integracije u legalni sistem (Gilmore, 2004). Iz sadržaja uloge koja proizlazi nakon provedenog ciklusa pranja novca, vidljive su njene prednosti nad klasičnim načinima pranja novca.

Značajno je to što ne privlači pažnju edukovanih službenika bankarskog i nebankarskog sektora, zbog čega se izlaže manjem riziku sumnje i otkrivanja. Svakako će se povremeni, manji iznosi gotovog novca lakše utopiti u redovno poslovanje kompanije kojoj se poslovanje gotovim novcem podrazumijeva, nego izlaganje prljavog novca u financijski ili nefinancijski sistem “bez pokrića”. Situacija se dodatno komplikuje ukoliko se nezakonito stečeni prihod unosi u offshore zonu u kojoj se nalazi “front” ili “shell” kompanija, bez obzira bavi li se ona zakonskim poslovanjem i na taj način prikriva nezakonsku aktivnost lica koja pere novac ili postoji isključivo za protok prljavog novca na ime npr. konsultantskih usluga. Moguća je i kombinovana uloga, odnosno osnivanje kompanije kojoj je osnovna djelatnost npr. kupoprodaja nekretnina, a zapravo kupuje nekretnine za pravog vlasnika nezakonito stečenih sredstava, sakrivenog iza nekoliko fizičkih ili pravnih lica (Masnjak, 2000).

Posljedica izložene metodologije pranja novca pravnih lica ogleda se u direktnoj šteti za financijski sistem zemlje radi umanjivanja ili potpunog izbjegavanja poreskih obaveza, dovođenja trgovačkih društava u stečaj i nezakonitog odljeva sredstava (devizne efektivne u inostranstvo). U slučaju finansijskih institucija evidentna je direktna šteta za štediša i komitente banaka i drugih institucija. Šire promatrajući, posljedice se osjećaju i na proračunskim stavkama. Svakako se ne smije zanemariti niti

priljev prljavog novca međunarodnog organizovanog kriminala i njegovo ubacivanje u domaći finansijski sistem, što za posljedicu ima uništavanje finansijskog sistema, finansijske stabilnosti i kredibiliteta zemlje u cjelini.

#### *Tipologija kod fizičkih lica*

Osim razvijenih metoda i tehnika pranja novca pravnih lica u praksi se nerijetko susreću i pojavni oblici pranja novca fizičkih lica, rezidenata i nerezidenata. Iako sama bit pranja novca najčešće sadržava „bezbrojne, najrazličitije, složene, tajanstvene“ (Gilmore, 2004) metode i tehnike pranja novca, perači imaju uvijek isti cilj: „prikriivanje pravog vlasništva ili izvora nezakonito stečenih sredstava, zadržavanje kontrole nad procesom pranja novca i potrebu za promjenom oblika nezakonitih sredstava koji su predmet pranja“.

Uz veliki broj raznovrsnih mogućnosti pranja novca od strane fizičkih lica, izdvojene su i obrađene samo najčešće metode i tehnike, kao i one koje se najčešće koriste, a to su: neuobičajeno veliki polozi gotovine, doznake iz inostranstva, mjenjački poslovi, korišćenje kreditne linije i krijumčarenje novca (Jovanović, 2016). Kao što je ranije spomenuto glavni cilj postupka pranja novca je skrivanje njegovog nezakonitog izvora te je takvo pranje novca putem fizičkih lica, ne toliko često kao pranje novca putem pravnih lica.

*Krijumčarenje novca* - Jedna od najstarijih i najjednostavnijih tehnika pranja novca je krijumčarenje novca. Javlja se na samom početku procesa pranja novca, čime se direktno prekida vidljiva veza između novca, vlasnika i nezakonitog izvora. S jedne se strane može reći da je najefikasnija jer za sobom ne ostavlja pisani trag, ali i najrizičnija, posebno za lice koje ga fizički prenosi preko državne granice. Nezakonito stečena sredstva najčešće se prenose: (1) u svežnjevima novčanica putem paklića, (2) istim putevima kao i droga (kamionom, vazduhoplovom, brodom) ili (3) promjenom gotovine u neki drugi vrijednosni papir na donosioca, (ček) (Richards, 1998). Nezakoniska sredstava se najčešće prenose u stranu zemlju koja ima stroge zakone o tajnosti bankovnih računa, ili u offshore zone zbog lakog kupovanja ili osnivanja kompanije, kupnje dionica i vrijednosnih papira, osnivanja banaka ili drugih načina manipulacije sredstvima.

Za usluge dugotrajnijeg pranja novca mogu poslužiti sredstva investirana u kompanije, turističke objekte ili casina. Ukoliko je ciklus pranja novca završen, novac će se vratiti najčešće putem korespondentnog

bankarstva u zemlju njihova podrijetla, skladno međunarodnom platnom prometu. Krijumčarenju novca posebno pogoduju offshore zone u koje se prenosi novac, razlog tome je što su one uveliko privlačne za otvaranje novih kompanija te za kupnju dionica ili vrijednosnih hartija.

*Transakcije gotovim novcem* - Iako je moderna tehnologija uzela maha i svakodnevno plasira na tržište nove tehnike prenosa novca, većina država osnove preventivne strategije vezane za problem pranja novca još uvijek temelji na gotovinskim transakcijama. U tom se svijetu obaveznom propisuje prijava redovnih i povezanih gotovinskih transakcija do zakonom propisanog ograničenja, čime se transakcijama gotovim novcem još uvijek priznaje njihova učestalost i važnost prilikom analitičke obrade za primljenih podataka o transakcijama i osobama.

*Neuobičajeno veliki polози gotovine* - kao tipologija pranja novca kod fizičkih lica, odnose se na pologe gotovine na račune svih vrsta, a odstupaju od standardnog prometa po računu stranke. Predstavljaju znatne stavke i nemaju pokrića u zakonskom poslovanju i dohodcima stranke. Većina transakcija ovog tipa nema logičan slijed, analizirajući privredne i ekonomske kriterijume.

Ova metoda pranja novca već samim imenom otkriva da se radi o gotovinskim položima, odnosno o gotovinskim transakcijama. Međutim, kako pojam „neuobičajeno“ (visoki iznosi) varira od stranke do stranke, a veže se uz poslovnu pozadinu, često se radi o sumnjivim ili nelogičnim transakcijama koje po svojoj prirodi ne dosežu zakonom postavljeni limit za gotovinske transakcije, a imaju karakter sumnjivosti. Za prepoznavanje ovog oblika sumnjivih transakcija važna je obučenost djelatnika finansijskih i nefinansijskih institucija, koji će uz indikatore za prepoznavanje sumnjivih transakcija i poznavanje poslovanja stranke moći razlučiti radi li se doista o nezakonitom poslovanju.

Za prepoznavanje pranja novca putem gotovinskih pologa većih iznosa značajna je odredba člana 8. Treće Direktive (Direktiva EU, 2015/848), koja insistira na provođenju dubinske analize stranke (što obuhvata prikupljanje informacija o svrsi i predviđenoj prirodi poslovnog odnosa te stalno praćenje poslovnog odnosa), kao podloge za donošenje utemeljenih razloga za sumnju na pranje novca. Za prepoznavanje pranja novca putem gotovinskih pologa važno je provođenje dubinske analize stranke što obuhvata prikupljanje informacija o namjeni i prirodi poslovnih odnosa.

*Povezane transakcije* -Neuobičajeni ili veliki polozi gotovine lako plijene pažnju službenika i otvaraju daljnje mogućnosti brze detekcije procesa pranja novca zbog čega se češće koriste tzv. „povezane transakcije“. Radi se o razbijanju većeg iznosa novca na nekoliko manjih iznosa (kako bi se izbjegao limit prijave gotovinskih transakcija) zbog toga što polozi manjih iznosa gotovine naizgled ostavljaju dojam izbora dobre tehnike pranja novca. Član 20., Treće Direktive obuhvata i ovu vrst transakcija. U skladu sa tim zahtijeva se posebna pažnja bilo kakvoj aktivnosti prilikom koje postoji vrlo velika vjerovatnoća da je povezana s pranjem novca ili financiranjem terorizma. Nadalje, upozorava posebno, na složene i neobično velike transakcije i sve neobične uzorke transakcija koje nemaju očitu privrednu ili vidljivu zakonsku svrhu.

Razbijanje transakcije na manje iznose i tvorenja „povezanih transakcija“, u svrhu izbjegavanja limita postavljenog zakonskim odredbama, u engleskoj se literaturi naziva „structuring“. Isti termin, u prijevodu „konstrukcija“, koristi i Heršak u smislu velike finansijske operacije koja se razbija u niz malih operacija s malim količinama novca (Haršak, 1993). Korisna je definicija istog termina koju nudi Richards: „osoba izgrađuje transakciju ukoliko, djelujući samostalno ili u zajedno s drugima ili u korist drugih osoba, provodi ili nastoji provesti jednu ili više transakcija u novcu, bilo kojeg iznosa, u jednoj ili više finansijskih institucija, u jednom ili više dana, na bilo koji način, a u svrhu izbjegavanja zahtjeva za izvještavanjem...“ (Richards, 1998). Ukoliko se na ovaj način definiše termin „structuring“, korisno je i indikatorima sumnjivih transakcija utemeljiti prepoznavanje jednog dijela povezanih transakcija koje su same po sebi elastično postavljene zbog kompleksne prirode provođenja i nemogućnosti strogo ograničenja zakonskim odredbama.

*Doznake iz inostranstva* - Vezano za doznake iz inostranstva kao indikatora sumnjivih transakcija (ZSPN BiH; 2016).zanimljive su one koje dolaze na račune rezidenata, a posebno u korist nerezidenata, doznake u velikim iznosima, iz offshore zona i one koje nemaju opravdanja, gledano prema prometu po računu ili po kreditnoj sposobnosti stranke. Izuzetak od navedenog su redovni mjesečni priljevi iz inostranstva na devizne račune domaćih fizičkih lica, koji potiču od penzija (mirovina) ostvarenih u inostranstvu, renti, plata pomoraca koji plove na stranim brodovima, plata radnika, domaćih pravnih lica koje izvode investicione radove u

inostranstvu (za dio plate u stranoj valuti), zbog toga što se radi o redovnim primanjima, istom uplatiocu i primaocu, često nepromijenjenog iznosa.

Međutim i u ovim slučajevima one mogu biti zanimljive ukoliko se radi o transakcijama koje po svom karakteru odstupaju od uobičajenih (dva ili više priljeva u istom mjesecu, dva ili više priljeva koji se uplaćuju na različite devizne račune istog fizičkog lica, nepoznati nalogodavac doznake i sl.) čime indikuju na provođenje nelogičnih aktivnosti ili jasnu sumnju pranja novca ili finansiranja terorizma.

*Mjenjački poslovi* - Zbog toga što su uključene u široku lepezu novčanih transakcija, djelatnost mjenjačnica u razvijenim zemljama predmetom je strože zakonodavne regulative. Naime, mjenjački se poslovi obilato koriste za prikrivanje traga prljavom novcu, posebno novcu od prodaje droge (koji je najčešće u malim apoenima i različitim valuta), kako u svijetu tako i u BiH. Isto kao i kod casina, postoji opasnost da se mjenjačnice ne koriste za pranje novca posrednim putem, kupoprodajom strane valute, već posredno. Osnivanjem mjenjačnice s nekoliko podružnica proces pranja novca će se odvijati u potpunosti i pod neposrednim, punim nadzorom kriminalnog miljea. Iz istog razloga većina zakonodavstva u svijetu zahtjeva licenciranje mjenjačnica i njihov budan nadzor.

U Republici Srpskoj na snazi je "Zakon o mjerama bezbjednosti u poslovanju gotovim novcem i drugim vrijednostima" ,sam nadzor nad mjenjačnicama sprovode ovlaštena službena lica Ministarstva unutrašnjih poslova RS, na osnovu člana 14. pomenutog Zakona (Zakon o mjerama bezbjednosti u poslovanju gotovim novcem i drugim vrijednostima, 2015).

*Korišćenje kreditne linije* - Posmatranjem kreditne linije, kao još jednog od brojnih načina pranja novca, bitno je napomenuti da postoji osnovna razlika između korišćenja postojeće kreditne linije za povrat nezakonito stečenih sredstava i, sasvim suprotno, podizanja kredita od kojeg će se sredstva plasirati u nezakonite svrhe. U prvom redu podizanje kredita, bez obzira na iznos i krajnji cilj njegovih sredstava, nije predmet indikatora za prepoznavanje sumnjivih transakcija zbog poznatog izvora novca. Druga je situacijau kojoj se postojeća otvorena kreditna linija koristi za povrat sredstava prije isteka ugovorenog roka. U tom se slučaju

nezakonito stećenim novcem vraća netom uzeti kredit prilikom čega je evidentno pretvaranje prljavog novca u prividno zakonit. Postiže se krajnji cilj, procesa pranja novca i osigurava potpuno legalna dokumentacija porijekla novca.

Povrat kredita prije ugovorenog roka, uz prethodni transfer sredstava između, banke matice i kćeri, modelom vraćanja kredita depozitom ili depozita kreditom, jedan je od mogućih načina pranja novca. Banka matica iz inostranstva odobrava kredite i depozite bankama kćeri u dugoj državi koji se kontinuirano vraćaju novim zaduživanjima. Svrha povlačenja novih kredita ili depozita je navodna povoljna ročnost kredita koja je po stvarnom stanju nerijetko samo tri mjeseca duža od prijevremeno otplaćenog kredita. Konačno, cijena kredita je zapravo identična cijeni depozita, što potvrđuje da transakcije nemaju ekonomski opravdan i logičan cilj. Navedene metode i tehnike pranja novca predstavljaju samo teorijski model jer praksa svakodnevno donosi nove moduse djelovanja, dok se postojeći vrlo često i isprepliću.

Iako izložene mogućnosti pranja novca mogu i pojedinačno ukazivati na pranje novca ili financiranje terorizma, sam pojam sumnjive transakcije zahtijeva i obrazloženje njegove suštine. Iz tog su razloga obaveznici dužni svaku prijavu sumnjive ili nelogične transakcije potkrijepiti obrazloženjem nezakonitosti obavljenih transakcija te transakcija koje nisu u skladu s djelatnošću pravnog lica uobičajenim poslovanjem stranke, odnosno nisu pravno ili ekonomsko logične i opravdane (Reuter, Truman. 2004. ). Ova tehnika pranja novca najefikasnija je jer se na najlakši način postiže krajnji cilj procesa pranja novca.

## ZAKLJUČAK

Bosna i Hercegovina je ispunila zahtjeve Evropske unije o poštovanju kriterijuma sprečavanju pranja novca te je stoga skinuta sa EU popisa trećih zemalja sa visokim rizikom za pranje novca. Veliki iskorak je postavljen usvajanjem krovnog zakona na nivou BiH Zakona o sprečavanju pranja novca i finansiranju terorističkih aktivnosti. Možemo reći da je pranje novca proces koji prolazi više faza poput faze polaganja, prikrivanja i integracije i postoji obaveza svih organa koji učestvuju u tom procesu na poštovanje zakonskih procedura. Razni su načini i modaliteti pranja

novca i razlikuju se kod fizičkih i pravnih lica.

Uz veliki broj raznovrsnih mogućnosti pranja novca od strane fizičkih osoba, izdvojene su one koje se najčešće koriste, a to su: neuobičajeno veliki polози gotovine, doznake iz inostranstva, mjenjački poslovi, korišćenje kreditne linije i krijumčarenje novca. Modus djelovanja pranja novca putem pravnih lica šireg je obima od djelovanja fizičkih lica, one koje se najčešće koriste u međunarodnom kontekstu su: offshore zone, nerezidentni računi, fiktivni ugovori i ispisivanje fiktivnih računa, ulaganje gotovine u finansijski sistem, front ili shell društva.

U cilju prevencije smatramo da je potrebna kontinuirana saradnja svih organa koji učestvuju u ovom procesu, te češće provjere porijekla novca.

## LITERATURA

1. Bosanac, N. (2001). *Organizirani kriminalitet s posebnim osvrtom na pojmovno određenje, pojavnost i normativno reguliranje pranja novca*, Hrvatska pravna revija 1.
2. Bjelacaj, Ž. (2013). *Organizovani kriminalitet, imperija zla*. Novi Sad: Univerzitet Privredna akademija, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe.
3. Direktiva Eu 2015/849 Europskog parlamenta i Vijeća od svibnja 2015 o sprečavanju korištenja finansijskog sustava u svrhu pranja novca ili finansiranja terorizma o izmjeni uredbe EU br. 648/2012 Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive 2005/60 Evropskog parlamenta i Vijeća i Direktiva Komisije 2006/70 EZ Tekst važi za EGP.
4. Duhaime, Christine. „*What is Money Laundering?* Duhaime’s Financial Crime and Ant-Money Laundering Law, <http://antymoneylaunderinglaw.com/aml-law-in-canada/what-is-money-laundering>. – pristupljeno: 12 March 2019.
5. Glimore, W., C. (2004). *Dirty Money: The Evolution of International Measures to Counter Money Laundering And the Financing of Terrorism*, Council of Europe.
6. Heršak, G. (1993). *Pranje novca i policija*, Policija i sigurnost – 2.

7. Ignjatović, Đ., Škulić, M. (2011). *Organizovani kriminalitet*. Beograd: Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.
8. Jovanović, M. (2016). *Pranje novca - ekonomija kriminaliteta, organizovani kriminalitet i korupcija*. Zbornik srpskog udruženja za KP, Kopaonik.
9. Jovašević, D., Kokolj, M. (2011). *Krivično pravo Republike Srpske*. Bijeljina: Univerzitet Sinergija.
10. Klasens, R. (2006). *Sprečavanje pranja novca* (prevela S. Raičević), Beograd: Udruženje bankara Srbije.
11. Krivični zakonik Republike Srpske, Službeni glasnik RS, br. 64/17 i 104/2018 odluka US.
12. Mitsilegas, V. (2003). *Money Laundering Counter-Measures in the European Union: A New Paradigm of Security Governance Versus Fundamental Legal Principles* (European Business Law and Practice).
13. Masnjak, B. (2000). *Metode i tehnike pranja novca*. Računovodstvo i financije 46 (2000), 10; Preuzeto iz International Narcotics Control Strategy Report, Washington, DC, US Department of State, 1988.
14. Mitsilegas, V. (2003). *Money Laundering Counter-Measures in the European Union: A New Paradigm of Security Governance Versus Fundamental Legal Principles* (European Business Law and Practice), Kluwer Law International, The Hague, Netherlands.
15. Pejaković, P. (1997). *Pranje novca*. Finansijcka praksa 21 (1997), 3.
16. Reuter, P., Truman E. M. (2004) *Chasing Dirty Money: Progress on Anti-Money Laundering*. Washington: Peterson Institute.
17. Richards, J. (1998). *Transnational Criminal Organizations, Cybercrime, and Money Laundering: A Handbook for Law Enforcement Officers, Auditors and Financial Investigators*, Florida: CRC Press LLC.
18. Zakon o mjerama bezbjednosti u poslovanju gotovim novcem i drugim vrijednostima“, Vlada RS, Banja Luka, april, 2015 g.
19. Zakon o sprečavanju pranja novca i finansiranju terorističkih aktivnosti, Službeni glasnik BiH 46/16.

Zaprimljeno: 21.9.2021.

Prihvaćeno: 14.2.2022.



**Дефендологија : теоријско стручни часопис  
за питања заштите, безбједности, одбране,  
образовања, обуке и оспособљавања  
Год. XXVI, бр. 51/52 (2022)**

**библиографија  
Стандард ISO 690**

1. BOJIĆ, Borislav. Political marketing, with reference to Bosnia and Herzegovina. *Дефендологија : теоријско стручни часопис за питања заштите, безбједности, одбране, образовања, обуке и оспособљавања*. 2022, vol. 26, no. 51/52, pp. 43-64. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEFEN5122043B>. [COBISS.RS-ID [136162305](#)]
2. BOJIĆ, Borislav. Politički marketing, sa osvrtom na BiH. *Дефендологија : теоријско стручни часопис за питања заштите, безбједности, одбране, образовања, обуке и оспособљавања*. 2022, год.. 26, бр. 51/52, стр. 45-66. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEF5R5122045B>. [COBISS.RS-ID [136160257](#)]
3. LALIĆ STOJANOVIĆ, Jadranka, UBIPARIPOVIĆ, Suzana. Money laundering. *Дефендологија : теоријско стручни часопис за питања заштите, безбједности, одбране, образовања, обуке и оспособљавања*. 2022, vol. 26, no. 51/52, pp. 67-86. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEFEN5122067L>. [COBISS.RS-ID [136162561](#)]
4. LALIĆ STOJANOVIĆ, Jadranka, UBIPARIPOVIĆ, Suzana. Pranje novca. *Дефендологија : теоријско стручни часопис за питања заштите, безбједности, одбране, образовања, обуке и оспособљавања*. 2022, год.. 26, бр. 51/52, стр. 69-87. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEF5R5122069L>. [COBISS.RS-ID [136160769](#)]
5. VEJNOVIĆ, Duško, OBRENOVIĆ, Predrag. Organized crime-human trafficking as a form of threats to security with reference to Bosnia and Herzegovina. *Дефендологија : теоријско стручни часопис за питања заштите, безбједности, одбране, образовања, обуке и оспособљавања*. 2022, vol. 26, no. 51/52, pp. 9-22. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEFEN5122009V>. [COBISS.RS-ID [136161281](#)]

6. VEJNOVIĆ, Duško, OBRENOVIĆ, Predrag. Organizovani kriminal-trgovina ljudima kao oblik ugrožavanja bezbjednosti sa osvrtom na BiH. *Дефендолоџија : теоријско стручни часопис за истражања заштитице, безбједности, одбране, образовања, обуке и осјосодљавања*. 2022, год.. 26, бр. 51/52, стр. 9-24. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEF5R5122009V>. [COBISS.RS-ID [136159233](#)]
7. VUKAJLOVIĆ, Borka, VUKAJLOVIĆ, Dragan, ZUBER, Ljubomir, BUDIMIR-NINKOVIĆ, Gordana. Neki aspekti medijskog izvještavanja o marginalizovanoj grupi. *Дефендолоџија : теоријско стручни часопис за истражања заштитице, безбједности, одбране, образовања, обуке и осјосодљавања*. 2022, год.. 26, бр. 51/52, стр. 27-42. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEF5R5122027V>. [COBISS.RS-ID [136160001](#)]
8. VUKAJLOVIĆ, Borka, VUKAJLOVIĆ, Dragan, ZUBER, Ljubomir, BUDIMIR-NINKOVIĆ, Gordana. Some aspects of media reporting on a marginalized group. *Дефендолоџија : теоријско стручни часопис за истражања заштитице, безбједности, одбране, образовања, обуке и осјосодљавања*. 2022, vol. 26, no. 51/52, pp. 25-39. ISSN 1450-6157. <http://dx.doi.org/10.7251/DEFEN5122025V>. [COBISS.RS-ID [136161793](#)]

## REGISTAR NASLOVA

Money laundering [3](#)

Neki aspekti medijskog izvještavanja o marginalizovanoj grupi [7](#)

Organized crime-human trafficking as a form of threats to security with reference to Bosnia and Herzegovina [5](#)

Organizovani kriminal-trgovina ljudima kao oblik ugrožavanja bezbjednosti sa osvrtom na BiH [6](#)

Political marketing, with reference to Bosnia and Herzegovina [1](#)

Politički marketing, sa osvrtom na BiH [2](#)

Pranje novca [4](#)

Some aspects of media reporting on a marginalized group [8](#)

## REGISTAR AUTORA

Bojić, Borislav (autor) [1](#), [2](#)

Budimir-Ninković, Gordana (autor) [7](#), [8](#)

Lalić Stojanović, Jadranka (autor) [3](#), [4](#)

Obrenović, Predrag (autor) [5](#), [6](#)

Ubiparipović, Suzana (autor) [3](#), [4](#)

Vejnović, Duško (autor) [5](#), [6](#)

Vukajlović, Borka (autor) [7](#), [8](#)

Vukajlović, Dragan (autor) [7](#), [8](#)

Zuber, Ljubomir (autor) [7](#), [8](#)

Izvor: lokalna baza podataka COBISS.RS/NUBRS, 17. 5. 2022

На основу члана 39. став 2. тачка 20. Закона о локалној самоуправи („Службени гласник Републике Српске“, бр. 97/16, 36/19 и 61/21), члана 38. Статута Града Бања Лука („Службени гласник Града Бања Лука“, бр. 14/18 и 9/19) и члана 15. Одлуке о наградама и признањима („Службени гласник Града Бања Лука“, бр. 12/00 и 15/21), Скупштина града Бања Лука је, на 12. сједници, одржаној 24.3.2022. године, донијела

**О Д Л У К У**  
**о додјели награде**

I – Поводом 22. априла – Дана града Бањалуке, Скупштина града Бањалука додјељује награду – „Плакета Града Бањалука“ - за изузетна остварења у области образовања и науке:

**Душку Вејновићу**

II – Ова одлука ступа на снагу са даном доношења, а биће објављена у Службеном гласнику Града Бањалука.

Број: 22-013-175/22.

  
ПРЕДСЈЕДНИК  
СКУПШТИНЕ ГРАДА  
Младен Илић, дипл.правник



*Град Бања Лука*

*Скупштина Града  
Бања Лука*

*додјељује*  
**Плакету**  
ГРАДА БАЊА ЛУКА  
**Душку Вејновићу**

*за изузетна остварења у области образовања и науке*

Бања Лука, 22.04.2022. године

Предсједник Скупштине Града  
Младен Илић