

Istraživanje percepcije javnog interesa u oblasti  
sprečavanja i borbe protiv korupcije i mesta i  
uloge Agencije za borbu protiv korupcije  
Ciljna grupa: mediji

April, 2012

AGENCIJA ZA BORBU PROTIV KORUPCIJE

REPUBLIKE SRBIJE

Sprovođenje ovog istraživanja finansijski je podržala Evropska unija kroz projekat „Borba protiv korupcije i uspostavljanje Agencije za borbu protiv korupcije.“ Stavovi sadržani u izveštaju su odgovornost Agencije za borbu protiv korupcije i ne odražavaju stav Evropske unije.

## SADRŽAJ

<b>CILJ ISTRAŽIVANJA.....</b>	<b>4</b>
<b>METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA.....</b>	<b>4</b>
<b>RAZUMEVANJE KORUPCIJE I JAVNOG INTERESA .....</b>	<b>5</b>
<b>METODE BORBE PROTIV KORUPCIJE.....</b>	<b>11</b>
<b>PERCEPCIJA AGENCIJE ZA BORBU PROTIV KORUPCIJE .....</b>	<b>14</b>
<b>ULOGA MEDIJA U PROCESU SPREČAVANJA I BORBE PROTIV KORUPCIJE .....</b>	<b>19</b>
<b>OSNOVNI NALAZI I ZAKLJUČCI ISTRAŽIVANJA.....</b>	<b>24</b>
RAZUMEVANJE KORUPCIJE I JAVNOG INTERESA .....	24
METODE BORBE PROTIV KORUPCIJE.....	24
PERCEPCIJA AGENCIJE ZA BORBU PROTIV KORUPCIJE .....	25
ULOGA MEDIJA U PROCESU SPREČAVANJA I BORBE PROTIV KORUPCIJE.....	26

## Cilj istraživanja

Istraživanje „Percepcija javnog interesa u oblasti sprečavanja i borbe protiv korupcije i mesta i uloge Agencije za borbu protiv korupcije“ sprovodi se sa ciljem uspostavljanja baze podataka i informacija neophodnih za izradu Strateškog plana Agencije za borbu protiv korupcije. Zakonom o Agenciji za borbu protiv korupcije, ovoj instituciji je poveren mandat da sprovodi širok spektar različitih antikoruptivnih politika i mehanizama za njihovu primenu, koji zahtevaju detaljniju razradu i planiranje kroz interni Strateški plan. Kako bi planiranje i sprovođenje nadležnosti Agencije kroz Strateški plan bilo delotvorno, neophodno je utvrditi stavove, mišljenja i očekivanja različitih ciljnih grupa javnosti o temi korupcije, generalno, kao i o mestu i ulozi Agencije u sprečavanju i borbi protiv korupcije. Istraživanje se sprovodi u ciljnim grupama predstavnika organa javne vlasti, medija, nevladinih organizacija, privatnog sektora i građanima, sa akcentom na utvrđivanju mesta i uloge svake od pomenutih ciljnih grupa u procesu sprečavanja i borbe protiv korupcije i saradnji sa Agencijom u toj oblasti. Za svaku od ciljnih grupa biće urađen poseban izveštaj, kao i zbirni izveštaj sa uporednim podacima o onim pitanjima koja su postavljena u svim ciljnim grupama.

## Metodologija istraživanja

Istraživanje percepcije javnog interesa u oblasti sprečavanja i borbe protiv korupcije i mesta i uloge Agencije za borbu protiv korupcije u tom procesu, u ciljnoj grupi predstavnika **medija** sprovedeno je u toku maja 2012. godine, na uzorku od 51 medija. Za potrebe uzorkovanja, kao i kontakata medija, korišćena je baza podataka Službe za odnose sa javnošću Agencije za borbu protiv korupcije. Uzorkom su obuhvaćeni elektronski i štampani mediji na teritoriji Beograda (mediji koji svojim emitovanjem, odnosno izdanjima pokrivaju teritoriju cele Srbije), kao i lokalni mediji na teritoriji gradova Smedereva, Aranđelovca, Aleksandrovca, Novog Pazara, Pirota, Zrenjanina, Čačka, Kraljeva i Sremske Mitrovice.

U svakom mediju popunjen je po jedan upitnik, sa glavnim i/ili odgovornim urednikom ili novinarom koji se u svom radu bavi izveštavanjem o temi korupcije. Podaci su prikupljeni kombinacijom direktnog intervjuisanja medija i popunjavanjem i slanjem elektronskih verzija upitnika.

Upitnik i prema njemu sačinjen izveštaj predstavljaju kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih podataka koji govore o percepciji koju mediji imaju prema korupciji, svom mestu i ulozi u sprečavanju i borbi protiv korupcije, kao i percepciji Agencije za borbu protiv korupcije i saradnje koju mediji imaju sa Agencijom.

## Razumevanje korupcije i javnog interesa

Bez obzira o kojoj društvenoj grupi da je reč, utvrđivanje razumevanja korupcije, kao i stepena (ne)tolerancije na različite pojavne oblike korupcije je važan preduslov za anticipiranje reakcija društva na ovu pojavu. Zbog čega je važno utvrditi šta predstavnici medija percipiraju kao korupciju? Mediji su najčešći (a veoma često i jedini) izvor informacija o većini društvenih pojava, a posebno onih koje se dešavaju na marginama društvenog života, odnosno u „sivim“ sferama, a korupcija je svakako jedna od takvih pojava. Usled nedostatka neposrednog iskustva i saznanja, opšta javnost o društvenoj realnosti često sudi samo na osnovu poruka koje prenose mediji i koji u te poruke ugrađuju i svoje vrednosne sudove i tumačenja. I ne samo to. Mediji su, prema određenim teorijama, glavni kreator sadržaja javnog diskursa – realnost je samo ono što je posredovano medijima i što mediji nametnu kao temu od javnog značaja (*agenda-setting role*). Zbog toga je veoma bitno utvrditi na koji način predstavnici medija razumeju temu korupcije, da li su i iz kojih razloga i motiva zainteresovani da korupciju postave na „dnevni red“ medijskog izveštavanja i kako u tom kontekstu vide svoju ulogu i ulogu Agencije za borbu protiv korupcije.

Za najveći broj testiranih situacija predstavnici medija smatraju da predstavljaju oblike neposredne ili posredne korupcije. Za svaku od tih situacija, više od 80% ispitanika u ovoj ciljnoj grupi smatra da predstavljaju korupciju, što je dobra polazna osnova za dalje tretiranje i izveštavanje o korupciji. Uslovno, od ovog nalaza u određenoj meri odstupa sukob interesa, odnosno nespojivost funkcija, korišćenje veza i poznanstava u institucijama i takozvano „čašćavanje“ službenika poklonima kako bi se nešto brže ili drugačije rešilo. Ipak, i za ove slučajeve, broj onih koji ne smatraju da su oni korupcija ne prelazi 17% (što je, inače, znatno manje nego u slučaju ciljne grupe predstavnika organa javne vlasti).

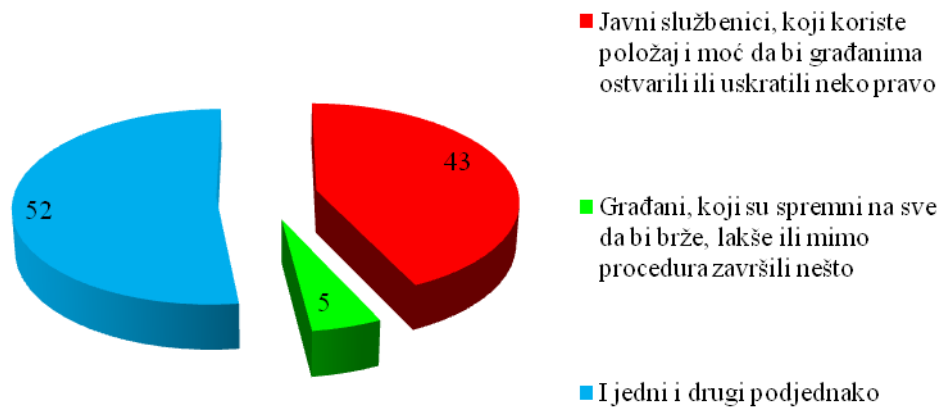
### Tabela 1. U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa tim da su navedeni oblici ponašanja korupcija?

(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „To nije korupcija“).

	To nije korupcija	To jeste korupcija	Ne zna, nema stav	Uk.
Istovremeno vršenje javne funkcije i bavljenje privatnim biznisom	17	83	0	100
Istovremeno vršenje više javnih funkcija	15	85	0	100
Korišćenje veza i poznanstava u institucijama da bi se nešto brže ili lakše završilo	15	83	2	100
Davanje poklona službeniku za nešto što bi on/ona inače trebalo da učini u okviru posla koji obavlja	12	88	0	100
Korišćenje položaja od strane službenika/funkcionera u institucijama da odlučuju o tome da li će, za koje vreme i koliko kvalitetno postupiti po zahtevu građana	10	90	0	100
Davanje novca službeniku za nešto što bi on/ona inače trebalo da učini u okviru posla koji obavlja	7	93	0	100
Činjenje neke usluge službeniku za nešto što bi on/ona inače trebalo da učini u okviru posla koji obavlja	7	90	3	100
Korišćenje položaja od strane službenika/funkcionera za zapošljavanje rođaka ili prijatelja mimo kriterijuma i procedura	5	95	0	100
Korišćenje javnih resursa od strane službenika koji njima upravljaju za ostvarivanje ličnog interesa i koristi	5	95	0	100
Korišćenje javnih resursa od strane službenika koji njima upravljaju za ostvarivanje interesa nekog pravnog lica (npr. političke stranke, privatne firme)	5	95	0	100

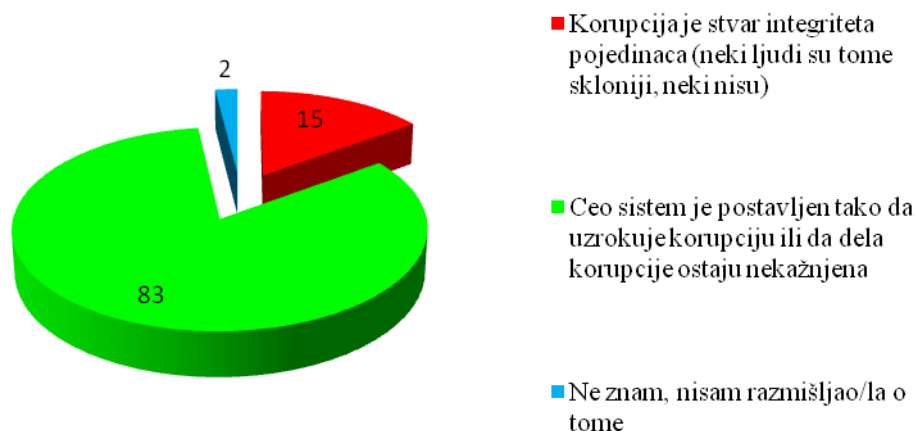
Predstavnici medija su znatno kritičniji prema predstavnicima organa javne vlasti nego prema građanima kada je u pitanju generisanje korupcije. Iako nešto više od polovine njih (52%) smatra obe strane podjednako “krivim”, čak 43% smatra da korupciju generišu isključivo javni funkcioneri i službenici, dok to za građane smatra samo 5%. Prema ovom nalazu, predstavnici medija su kritičniji prema javnom sektoru, koji je sebe samoprocenio znatno pozitivnije (samo 26% ispitaika iz organa javne vlasti smatra da su javni službenici glavni krivac za korupciju).

**Grafikon 1. Ko, prema Vašem mišljenju, u najvećoj meri doprinosi nastanku korupcije?**



Čak 83% predstavnika medija smatra da korupcija nastaje na nivou sistema, odnosno da njen uzrok nisu “iskvareni” pojedinci, već postojeća regulativa (ili njeno odsustvo) i na osnovu nje formirana praksa.

**Grafikon 2. Šta je, prema Vašem mišljenju, presudniji uzrok korupcije u Srbiji?**



Korupcija se među predstavnicima medija doživljava kao primarni problem, gotovo bez konkurencije – čak 97% ispitanika u medijima smatra korupciju najvećim društvenim problemom, a 74% njih se ne slaže sa suprotnom tvrdnjom – da je problem korupcije preuveličan.

Korupcija se, osim vrlo visoke percepcije njene prisutnosti, doživljava i kao vid društvene navike i političke kulture (77%), ali ne i kao vid zadovoljavanja osnovnih potreba (28%).

**Tabela 2. Da li se slažete ili ne sa sledećim tvrdnjama koje se odnose na korupciju?**  
(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „Slaže se“)

	Slaže se	Ne slaže se	Ne zna, nema stav	Uk.
Korupcija je u Srbiji trenutno najveći društveni problem	97	3	0	100
Korupcija je u Srbiji uobičajeni način ponašanja, stvar kulture i navike	77	23	0	100
Korupcija je u Srbiji način da ljudi zadovolje svoje osnovne potrebe	28	67	5	100
Korupcija je preuveličan problem, u Srbiji postoje mnogo veći problemi	26	74	0	100

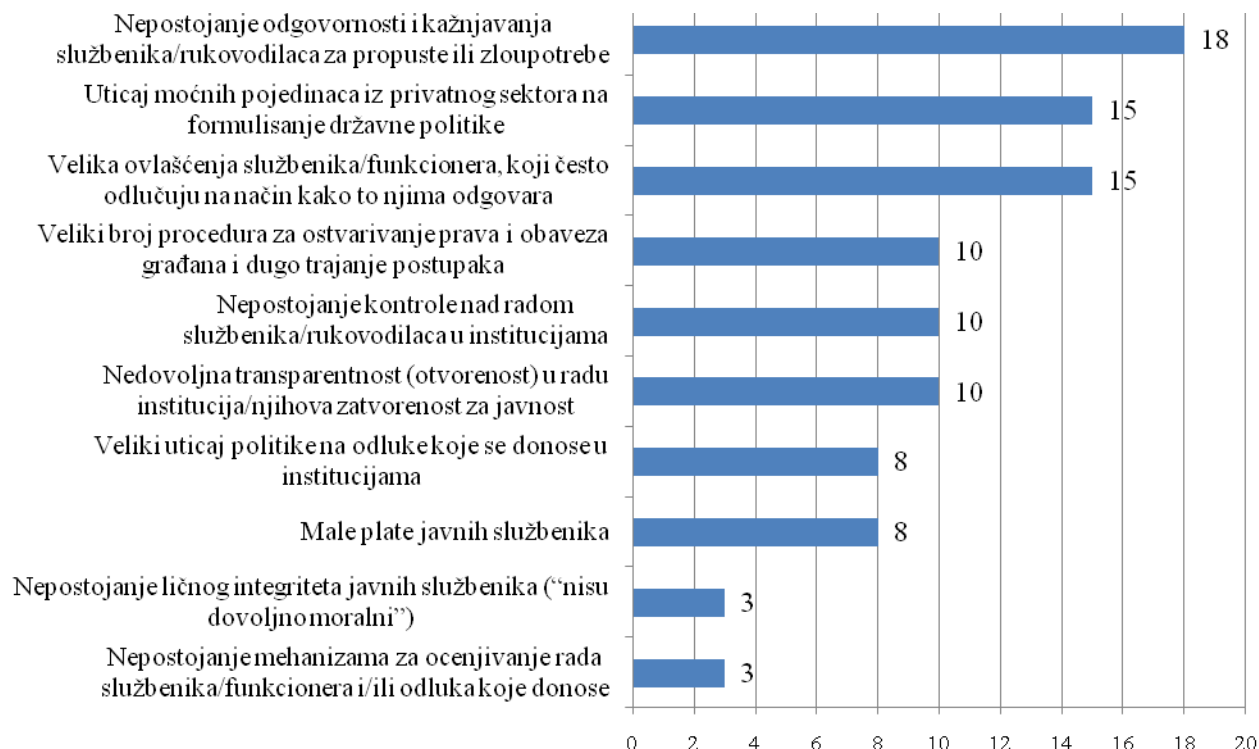
Važan segment istraživanja predstavlja utvrđivanje uzroka korupcije. To je učinjeno tako što je ispitanicima data mogućnost da za određene pojave, koje mogu uticati na nastanak korupcije, daju svoj sud o verovatnoći njenog nastanka. Mogući odgovori su bili da ta pojava ne utiče na nastanak korupcije uopšte, da ponekad može uzrokovati korupciju ili je to veoma čest uzrok korupcije. Osim u slučaju “malih plata službenika”, kod svih ostalih pojava među predstavnicima medija postoji konsenzus o tome da su te pojave uzročnik korupcije, samo je razlika u tome u kojoj meri. Tako, kao najčešći uzroci korupcije smatraju se politički uticaji i uticaji privatnog sektora na rad institucija. I za sve ostale potencijalne uzroke navedene u tabeli broj 3 važi to da one uzrokuju korupciju, s tim što se, kako se ide od vrha tabele na dole, smanjuje broj onih koji tvrde da je to veoma čest, a povećava broj onih koji smatraju da je pomenuta pojava povremeni uzročnik korupcije.

**Tabela 3. Koliko, prema Vašem mišljenju, sledeće pojave uzrokuju korupciju?**  
(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „To je veoma čest uzrok korupcije“)

	To je veoma čest uzrok	To ponekad može biti uzrok	To nije uzrok uopšte	Ne zna	Uk.
Uticaj moćnih pojedinaca iz privatnog sektora na formulisanje državne politike	83	13	2	2	100
Veliki uticaj politike na odluke koje se donose u institucijama	80	18	2	0	100
Nepostojanje kontrole nad radom službenika/rukovodilaca u institucijama	78	15	5	2	100
Nedovoljna transparentnost (otvorenost) u radu institucija/njihova zatvorenost za javnost	75	25	0	0	100
Veliki broj procedura za ostvarivanje prava i obaveza građana i dugo trajanje postupaka	75	20	3	2	100
Nepostojanje odgovornosti i kažnjavanja službenika/rukovodilaca za propuste ili zloupotrebe	70	25	5	0	100
Nepostojanje mehanizama za ocenjivanje rada službenika/funkcionera i/ili odluka koje donose	63	27	8	2	100
Velika ovlašćenja službenika/funkcionera, koji često odlučuju na način kako to njima odgovara	60	35	5	0	100
Nepostojanje ličnog integriteta javnih službenika (“nisu dovoljno moralni”)	43	50	7	0	100
Male plate javnih službenika	33	40	27	0	100

Nešto drugačiji “odnos snaga” se dobija kada se pred ispitanike postavi pitanje da izaberu samo jednu od ponuđenih pojava koju smatraju da u najvećoj meri izaziva korupciju. Prvo što se može primetiti u odgovoru predstavnika medija je da nema dominantnog uzroka, već su odgovori relativno ravnomerno distribuirani između različitih odgovora. Procentualno najveći udeo oneo je odgovor da je najveći uzrok korupcije “nepostojanje odgovornosti i sankcionisanja službenika/rukovodilaca za zloupotrebe”, što kasnije uzrokuje da se mnogi ponašaju neetički i koruptivno, baš zbog toga što znaju da neće doći do otkrivanja i kazne za takvo ponašanje.

**Grafikon 3. Koju od prethodnih pojava, prema Vašem mišljenju, treba prvo otkloniti kako bi se smanjila ili sprečila korupcija?**

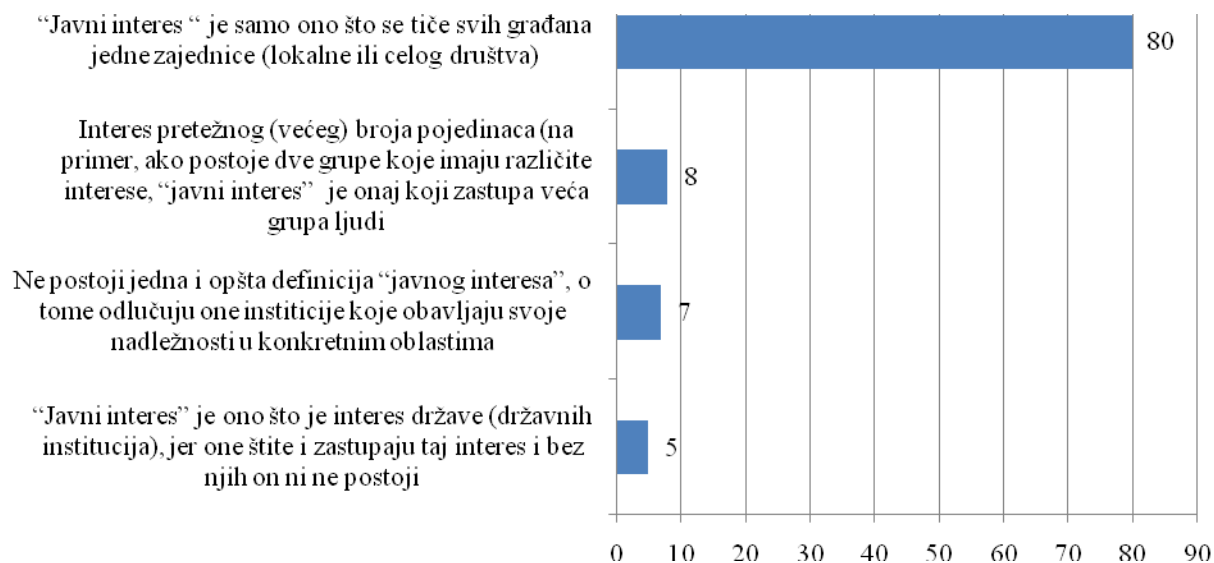


S obzirom na moć medija u kreiranju javnog mnjenja, generalno, veoma je važno utvrditi na koji način predstavnici medija percipiraju javni interes. Od percepcije javnog interesa zavisi i način na koji će mediji tretirati to pitanje, odnosno pravac u kom će usmeravati javno mnjenje kada je reč o toj temi.

Nema nikakve dileme šta je za predstavnike medija javni interes – za osam od deset ispitanika iz ove grupe, javni interes je ono što je interes svih članova jedne zajednice.

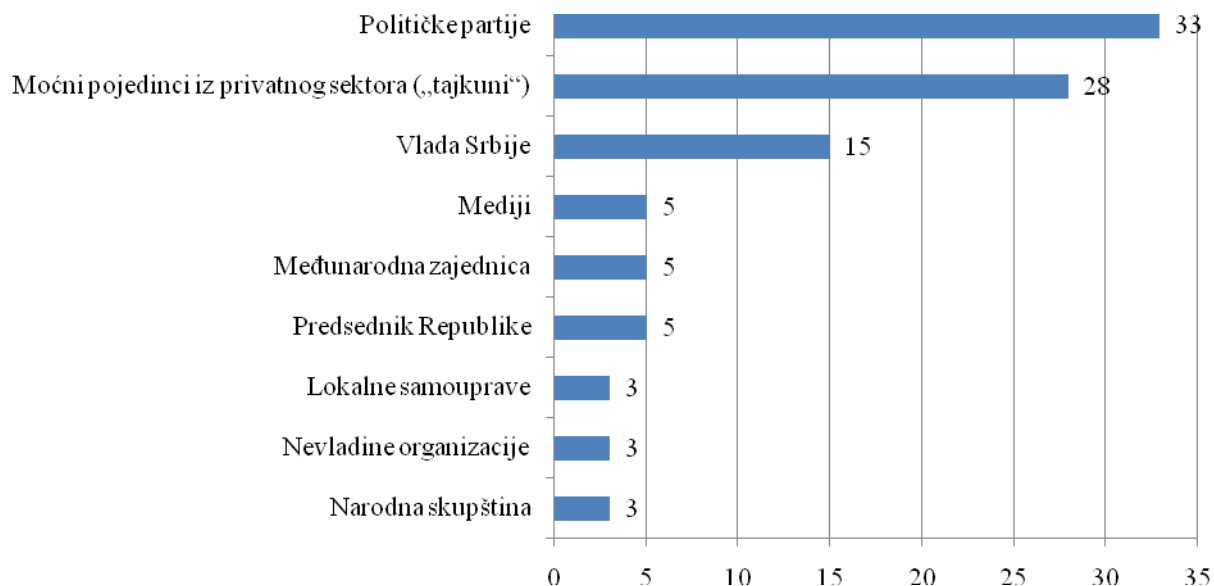


#### Grafikon 4. Šta je pretežno, prema Vašem mišljenju, “javni interes”?



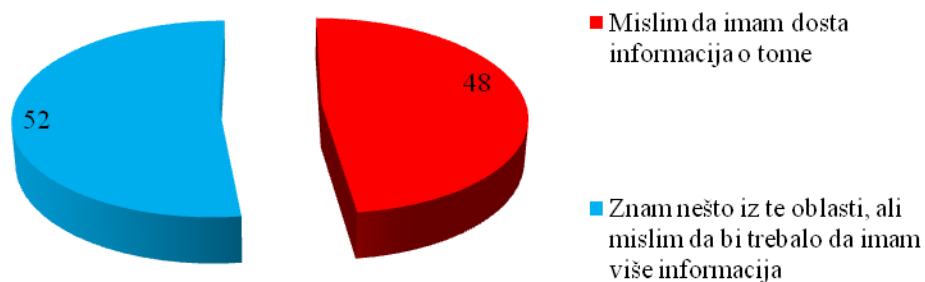
Kada je reč o percepciji preraspodele društvene moći u procesu artikulisanja tema od javnog interesa, trećina predstavnika medija smatra da su trenutno najmoćniji akter u Srbiji političke stranke, odnosno da su one subjekt koji određuje šta će biti definisano kao javni interes. Na drugom mestu se nalaze moćni pojedinci iz privatnog sektora, pa tek na trećem jedna državna institucija – Vlada. Sve ostale ponuđene institucije i organizacije su, u percepciji predstavnika medija, gotovo potpuno nemoćne sa stanovišta određivanja javnog interesa.

#### Grafikon 5. Ko, prema Vašem mišljenju, pretežno određuje šta je javni interes u Srbiji?



Važan podatak za buduće aktivnosti Agencije prema medijima je i taj da više od polovine ispitanika iz ove ciljne grupe (52%) smatra da treba da ima više informacija o temi korupcije. O konkretnim sadržajima, znanjima i informacijama koje su potrebne novinarima i urednicima, a odnose se na korupciju, biće više reči u nastavku izveštaja.

**Grafikon 6. Da li imate dovoljno informacija o načinima i situacijama koje dovode do korupcije i načinima na koje se ona sprečava?**

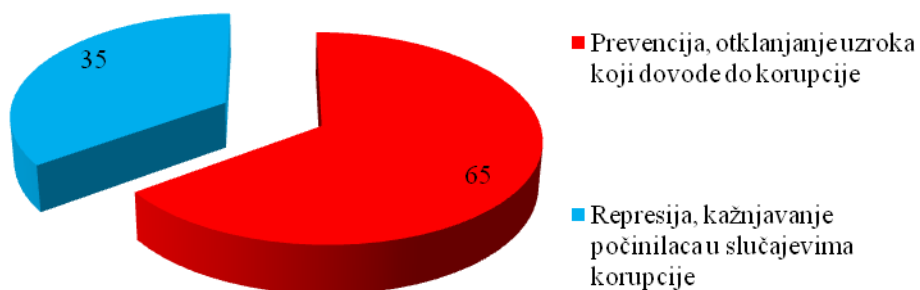


## Metode borbe protiv korupcije

Iako se prevencija i represija ne mogu posmatrati kao međusobno isključujuće metode borbe protiv korupcije, jer obe tretiraju različite aspekte ove pojave, u istraživanju je sa namerom postavljena dilema o tome koji je metod delotvorniji. Pitanje o delotvornosti je važno, jer od odgovora na njega može zavisiti stepen podrške i očekivanja koja različite društvene grupe imaju kada je reč o sprečavanju i/ili borbi protiv korupcije.

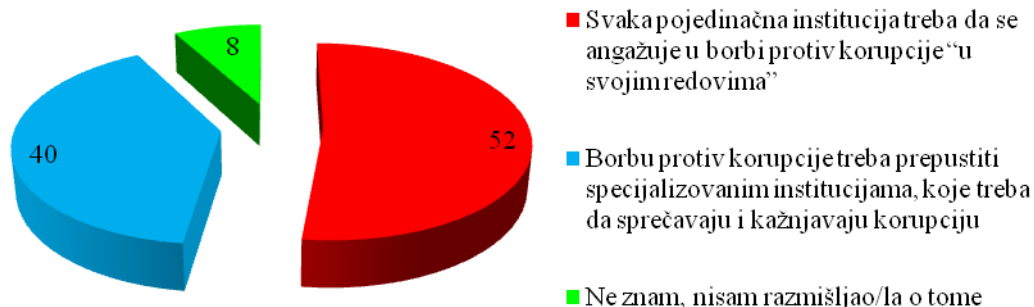
Dve trećine predstavnika medija (65%) smatra da je prevencija, odnosno uklanjanje uzroka korupcije, delotvornije i važnije od represije, odnosno kažnjavanja počinitelaca dela iz oblasti korupcije. Za represiju se odlučilo nešto više od jedne trećine ispitanika u ovoj grupi (35%).

### Grafikon 7. Prema Vašem mišljenju, šta je bolji metod za borbu protiv korupcije?



Iako nešto više od polovine predstavnika medija smatra da svaka institucija, pojedinačno i unutar sebe same, treba da se bavi sprečavanjem i borbom protiv korupcije (52%), nije zanemarljiv broj onih koji nemaju poverenja da se korupcija može interno rešavati i koji bi bavljenje tom pojavom radije prepustili specijalizovanim institucijama (40%). Mediji svakako imaju manje poverenja u pojedinačne institucije nego što to imaju institucije same u sebe (u slučaju istraživanja stavova predstavnika organa javne vlasti, broj onih koji smatraju da je svaka institucija sposobna da u svojim redovima deluje protiv korupcije je čak 71%).

**Grafikon 8. Prema Vašem mišljenju, šta je bolji način za borbu protiv korupcije kada je reč o angažovanju institucija?**



Nedostatak koordinacije i saradnje među institucijama i nedostatak volje kod predstavnika medija se vidi kao hronični problem u borbi protiv korupcije (tabela 4). Iako u dilemi *ili/ili* mediji u nešto većoj meri prednost daju ulozi svake pojedinačne institucije nego specijalizovanim institucijama (grafikon 8), to ne znači da se ova dva metoda, kada se ispituju pojedinačno, smatraju manje bitnim jedan od drugog. Nalaz iz grafikona 8 govori o tome da bi veću pažnju trebalo posvetiti angažovanju svake pojedinačne institucije da bude spremna da prepozna i delotvorno reaguje na slučajeve korupcije, što ne znači da to treba da isključi angažovanje policije, tužilaštava ili sudova. Relativno nepoverenje predstavnika medija u sistem prevencije, odnosno otklanjanja uzroka korupcije kao osnovnog metoda, vidljiv je i na osnovu podatka da se 59% ispitanika ne slaže da se "korupcija može iskoreniti samo otklanjanjem njenih uzroka".

**Tabela 4. Da li se slažete ili ne sa sledećim tvrdnjama koje se odnose na korupciju?**  
(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „Slaže se“)

	Slaže se	Ne slaže se	Ne zna, nema stav	Uk.
U borbi protiv korupcije nema dovoljno saradnje i koordinacije između institucija	97	0	3	100
U Srbiji ne postoji volja za pravim i efikasnim iskorenjivanjem korupcije	90	10	0	100
Svaka institucija podjednako treba da bude odgovorna za sprečavanje i borbu protiv korupcije "u svojim redovima"	90	10	0	100
Specijalizovane institucije (policija, pravosuđe, Agencija) treba da imaju "glavnu reč" u borbi protiv korupcije	90	10	0	100
Korupcija se može iskoreniti samo strogim kažnjavanjem počinitelaca ("kazna kao najbolja prevencija")	75	25	0	100
Korupcija se može iskoreniti samo otklanjanjem njenih uzroka (na primer, boljom kontrolom službenika)	41	59	0	100

Kada je reč o angažovanju institucija u borbi protiv korupcije, predstavnici medija najmanje poverenja imaju u sudove, a potom u svaku pojedinačnu instituciju – čak 30% njih smatra da ova dva aktera uopšte ne doprinose, a još 50% da samo delimično doprinose borbi protiv korupcije. Zanimljivo je i relativno visoko nepoverenje koje mediji imaju u nevladine organizacije, iako one uz medije čine deo društva koji se označava kao civilni sektor. Očekivano, predstavnici medija su najmanje kritični prema sami sebi, a potom i prema Agenciji za borbu protiv korupcije,

što treba tumačiti u kontekstu činjenice da se uvek pozitivnije ocenjuje onaj ko sprovodi istraživanje. U odnosu na druge institucije, mediji relativno visoko vrednuju rad policije.

**Tabela 5. Koliko sledeće institucije, prema Vašem mišljenju, doprinose borbi protiv korupcije?**

*(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „Uopšte ne doprinose“)*

	Uopšte ne doprinose	Samo delimično doprinose	Značajno doprinose	Ne znam, nemam stav	Ukupno
Sudovi	30	50	18	2	100
Svaka pojedinačna institucija	30	50	8	12	100
Nevladine organizacije	28	46	23	3	100
Javna tužilaštva	22	53	22	3	100
Policija	13	50	32	5	100
Mediji	13	51	33	3	100
Agencija za borbu protiv korupcije	3	45	47	5	100

U percepciji predstavnika medija, tri oblasti najvažnije za borbu protiv korupcije su kontrola finansiranja političkih stranaka, rešavanje pojedinačnih slučajeva korupcije, odnosno postupanje po predstavkama i prijavama, kao i sprovođenje Strategije i Akcionog plana za borbu protiv korupcije. Ovaj nalaz može govoriti i o tome za koje oblasti borbe protiv korupcije su mediji najviše zainteresovani i sa stanovišta njihovog praćenja i izveštavanja o njima.

Iako ni za jednu oblast mediji nisu naveli da je beznačajna sa stanovišta borbe protiv korupcije, sukob interesa, edukacije i kampanje smatraju ipak nešto manje bitnim oblastima od tri “prvoplasirane”.

**Tabela 6. Da li i u kojoj meri sledeće oblasti imaju uticaja na borbu protiv korupcije?**

*(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „Ima presudan uticaj“)*

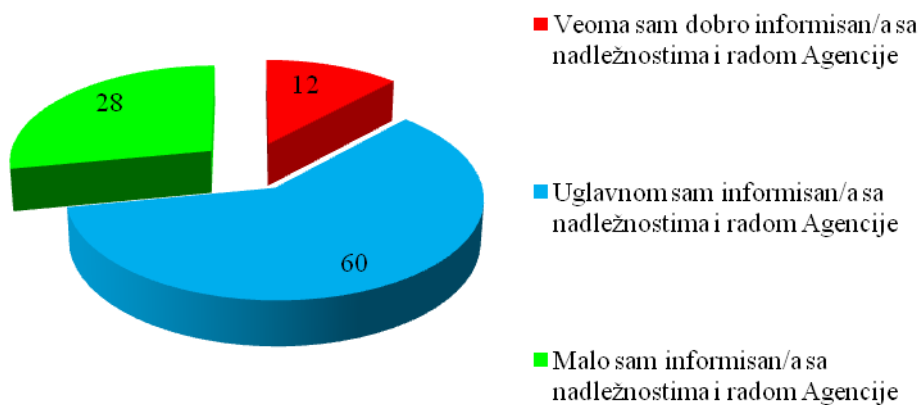
	Ima presudan uticaj	Ima značajan uticaj	Ima mali uticaj	Nema uticaj uopšte	Ne znam	Uk.
Kontrola finansiranja političkih stranaka	60	30	7	3	0	100
Postupanje po predstavkama i prijavama na korupciju	50	40	7	3	0	100
Sprovođenje Strategije i Akcionog plana za borbu protiv korupcije	40	40	15	5	0	100
Prijavljivanje i kontrola imovine funkcionera	35	45	20	0	0	100
Sprovođenje plana integriteta u institucijama	27	45	17	8	3	100
Sprečavanje sukoba interesa funkcionera	25	60	10	3	2	100
Sprovođenje edukacija o korupciji	25	53	17	5	0	100
Sprovođenje kampanja o značaju sprečavanja i borbe protiv korupcije	25	50	20	5	0	100

## Percepcija Agencije za borbu protiv korupcije

Deo istraživanja koji se odnosi na stav predstavnika medija prema Agenciji za borbu protiv korupcije započet je uvodnim pitanjem o samoproceni nivoa informisanja o radu Agencije. Ovaj podatak je važan, kako sa stanovišta činjenice da samo informisani novinari i urednici mogu na pravi način javnosti da prenesu poruke, tako i sa stanovišta poređenja ocene rada i informisanosti, odnosno analize da li su neke ocene rada relevantne ili ne u kontekstu informisanosti onih koji takve ocene daju.

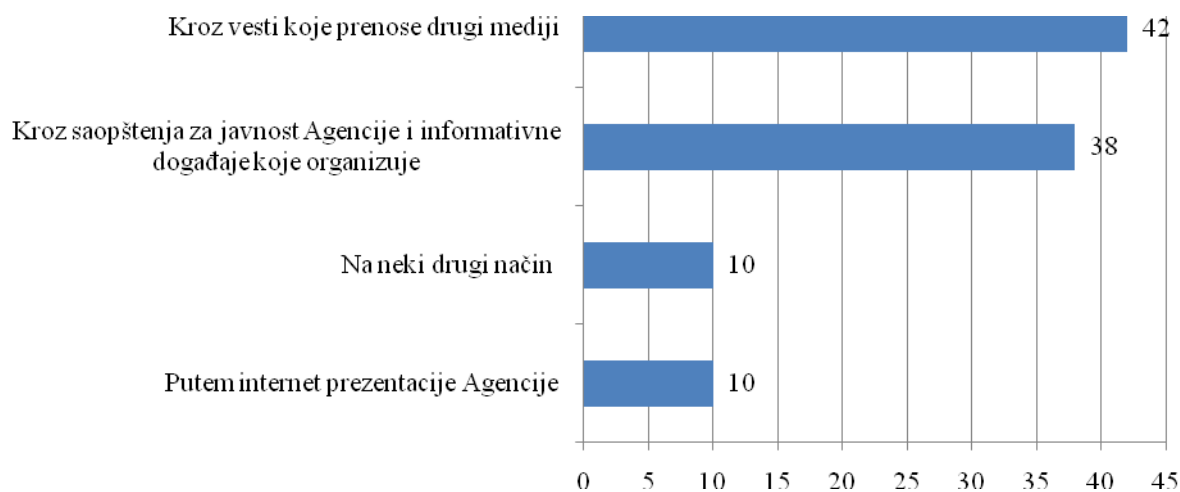
Istraživanje pokazuje da šest od deset ispitanih novinara/urednika smatra da su uglavnom dobro informisani o radu i nadležnostima Agencija. Odgovor “uglavnom dobro” podrazumeva da su oni informisani u onoj meri u kojoj je to neophodno sa stanovišta njihovog rada, odnosno potrebe za izveštavanjem o radu Agencije i onim pojavama kojima se ona bavi; 12% predstavnika medija smatra da su veoma dobro informisani, dok 28% priznaje da su malo informisani. Ovaj nalaz pokazuje da informisanje nije nešto što se apsolutno postiže i nakon čega se može reći da se sa tom aktivnošću može stati. Promene u radu Agencije, promene u društvenom okruženju, pa i u samim medijima nameću potrebu stalnog obaveštavanja javnosti (a posebno medija) o svemu onome što je sa stanovišta rada Agencije bitno.

### Grafikon 8. Kako procenjujete Vašu informisanost o radu Agencije za borbu protiv korupcije?



Zanimljivo je primetiti da mediji o radu Agencije najčešće saznaju iz drugih medija, odnosno od svojih kolega. Upravo zbog toga je još veća važnost dobre i dobro plasirane poruke, jer od toga na koji način jedan medij prenese neku informaciju o radu Agencije, vrlo je izvesno da će i drugi to učiniti na sličan način. Na drugom mestu kao izvor informisanja se nalaze saopštenja i događaji koje organizuje Agencije (neposredno informisanje), dok tek svaki deseti novinar o radu Agencije saznaje putem njene internet prezentacije. To je znatno manji broj od, na primer, predstavnika organa javne vlasti, u čijem slučaju njih 26% internet sajt Agencije koristi kao primarni izvor informisanja.

### Grafikon 9. Na koji način, prvenstveno, dolazite do informacija o radu Agencije?



Najveći broj intervjuisanih predstavnika medija (63%) je do sada komunicirao sa zaposlenima u Agenciji (konferencije za novinare, telefon, mail...). Oni koji su to do sada činili, upitani su i da ocene svoje ne/zadovoljstvo različitim elementima te komunikacije. Pokazuje se da je velika većina njih zadovoljna svim elementima koji su testirani. Ono na čemu bi se moglo dodatno raditi i unaprediti je brzina odgovora, odnosno brzina dostavljanja informacija novinarima, jer je u slučaju tog elementa nezadovoljstvo nešto veće od ostalih.

### Tabela 7. Koliko ste zadovoljni sledećim elementima komunikacije sa zaposlenima u Agenciji?

(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni "zadovoljan/na").

	Zadovoljan/na	Nezadovoljan/na	Ne zna/nema stav	Uk.
Stručnost (profesionalizam) zaposlenih u davanju odgovora	78	3	19	100
Ljubaznost zaposlenih	75	8	17	100
Brzina dolaska do potrebnih informacija	72	14	14	100
Kvalitet odgovora koje ste dobili (jasnost, preciznost)	72	9	19	100

Kod medija dominira poverenje u rad Agencije, njen profesionalizam i nastojanja da na pravi način sprovede svoje nadležnosti (tabela 8). Sa stanovišta rada medija, možda je i najvažniji podatak da čak 82% njih smatra da je "Agencija otvorena za javnost, pruža jasne informacije i poruke". Najveća dilema i sumnja u rad Agencije postoji u slučaju tvrdnje da je ona u stanju da sprovede svoje naležnosti i da primenjuje odluke koje donosi. Ovaj podatak ne mora nužno biti loš po Agenciju, jer sprovođenje nadležnosti i primena odluka nije nešto što je samo u rukama same Agencije, već u velikoj meri zavisi od konteksta, odnosno od okruženja u kom Agencija deluje.

**Tabela 8. Da li se slažete ili ne sa sledećim tvrdnjama?**

(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „Slaže se“)

	Slaže se	Ne slaže se	Ne zna, nema stav	Uk.
Agencija u svom radu zastupa i štiti javni interes	95	5	0	100
Agencija je u svom radu otvorena za javnost, pruža jasne informacije i poruke	82	18	0	100
U Agenciji rade stručni ljudi koji znaju da rade svoj posao	78	7	15	100
Agencija ume da identifikuje realne probleme i zastupa stavove šireg kruga različitih društvenih grupa	77	20	3	100
Osnivanje i rad Agencije je doveo do pozitivnih efekata u oblasti sprečavanja i borbe protiv korupcije	73	25	2	100
Agencija je nezavisna u svom radu i uspešno odoleva političkim uticajima	65	27	8	100
Agencija je u stanju da delotvorno sprovodi svoje nadležnosti i dosledno primenjuje odluke koje donosi	55	43	2	100

Predstavnici medija ne dovode u sumnju potrebu za osnivanjem i postojanjem Agencije za borbu protiv korupcije (92%).

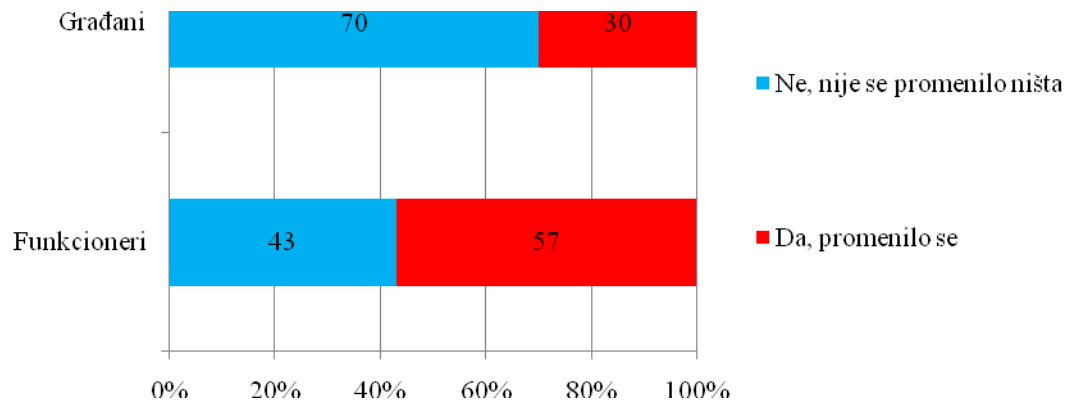
**Grafikon 10. Da li smatrate da je bilo potrebno osnivati Agenciju za borbu protiv korupcije?**



Intervjuisani predstavnici medija smatraju da je osnivanje i rad Agencije imao znatno više efekta na ponašanje i rad funkcionera i institucija, nego građana (grafikon 11); 57% ispitanika smatra da je došlo do određene promene u radu funkcionera, dok to za građane smatra samo 30%.



**Grafikon 11. Da li se nešto promenilo u ponašanju funkcionera/građana od kada je osnovana Agencija za borbu protiv korupcije?**

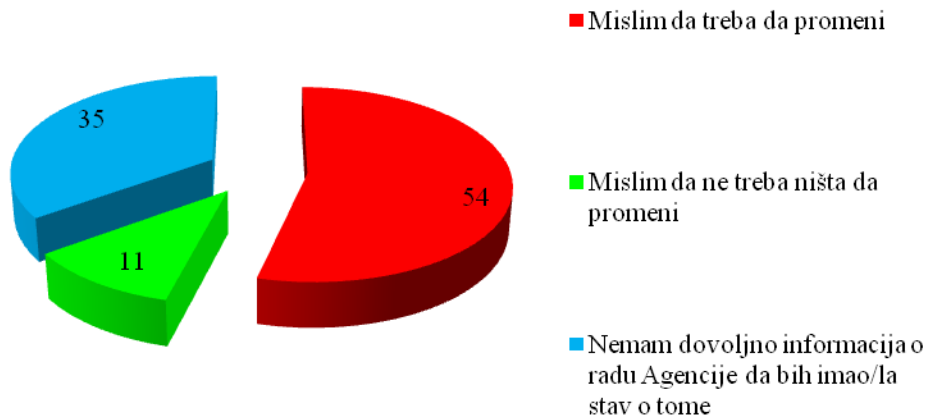


Iako više od polovine predstavnika medija smatra da je došlo do određene promene u ponašanju i radu funkcionera, na pitanje o tome u čemu se ogleda ta promena, veliki broj njih je konstatovao da su te promene male i nedovoljne. One se, prema mišljenju medija, ogledaju samo u ispunjavanju nekih formalnih obaveza (kao što je dostavljanje imovinskih karata), ali da nije najjasnije kako ta obaveza funkcionera, na primer, dovodi do smanjenja korupcije. Drugu grupu onih koji smatraju da je došlo do nekih promena čine oni ispitanici koji te promene vide u povećanju svesti funkcionera da neko, ipak, na neki način prati njihov rad i kontroliše ih.

Kao jedini doprinos i pomak u ponašanju građana od perioda od kada je Agencija započela svoj rad, mediji vide promenu svesti o tome da se još neko u Srbiji bavi ovom pojavom danas i da, eventualno, toj instituciji mogu prijaviti slučajeve korupcije sa kojima su se sreli.

Više od polovine predstavnika medija (54%) smatra da bi Agencija trebalo da promeni nešto u svom radu. Samo 11% njih to ne smatra, dok 35% njih nema dovoljno informacija da bi doneli ovakav sud.

**Grafikon 12. Da li smatrate da Agencija treba da menja nešto u svom radu i u kom pravcu?**



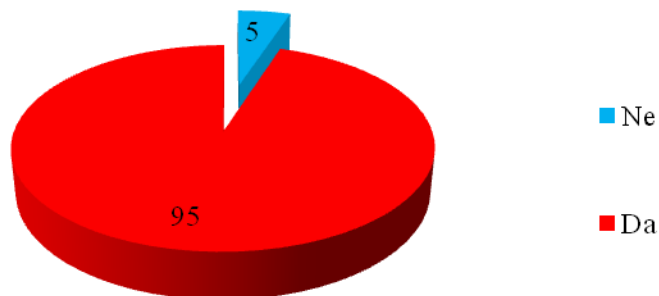
Sugestije koje se odnose na konkretne promene u radu, a koje je dalo nešto više od polovine ispitanika u ciljnoj grupi medija, mogu se klasifikovati u sledećih nekoliko grupa:

1. Agencija treba da jača svoju **nezavisnost**, odnosno treba da pokaže da zaista uspeva da odoli političkim uticajima, uticajima „tajkuna“ ili uticajima drugih državnih institucija. U toj grupi se nalaze i oni odgovor po kojima Agencija treba sa svima da postupa na isti način, bez obzira na to na kakvim političkim ili drugim položajima se pojedinci nalaze.
2. Agencija treba da bude „**agresivnija**“ u svom radu, odnosno treba da bude prisutna u javnosti u što većoj meri, sa podacima o svojim konkretnim aktivnostima i postupcima koje vodi.
3. Agencija bi u većoj meri trebalo da bude **okrenuta i dostupna građanima**, a ne samo funkcionerima, kao što je to sada slučaj, prema mišljenju pojedinih sagovornika.
4. Agencija treba da radi na tome da **proširi svoje nadležnosti** i postane respektabilna institucija koju bi svaka druga koja se bavi korupcijom u različitim aspektima, morala da konsultuje.

## Uloga medija u procesu sprečavanja i borbe protiv korupcije

Uloga medija u otkrivanju i borbi protiv korupcije je nesumnjivo velika. Brojni su primeri u kojima su mediji svojim izveštavanjem pokrenuli određene debate u javnosti, otkrili sumnju, pa i konkretne slučajeve korupcije i time inicirali rad državnih organa koji su dalje nastavili rad na tim slučajevima. Mediji su toga sasvim svesni, jer čak 95% njih smatra da mediji treba da imaju određenu ulogu u sprečavanju i borbi protiv korupcije.

### Grafikon 13. Da li mediji treba da imaju ulogu u sprečavanju i borbi protiv korupcije?

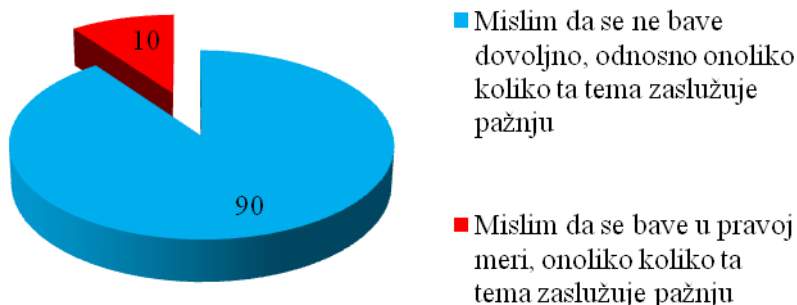


Kada je reč o konkretnoj ulozi, odgovori predstavnika medija se mogu svesti na sledeće grupe:

1. Mediji mogu i treba da imaju ulogu u **otkrivanju slučajeva korupcije, ali ne samo onih učinjenih, već i potencijalnih**. Na taj način, mediji bi, sa jedne strane, vršili pritisak na institucije da rade svoj posao i kažnjavaju učinjene slučajeve korupcije, dok bi sa druge strane, pomagali građanima, institucijama i javnosti, generalno, da prepoznaju okolnosti u kojima može doći do korupcije
2. Mediji u slučaju korupcije vide svoju ulogu i na polju **edukacije javnosti** o tome šta korupcija zaista jeste, koji su njeni oblici, kako ona nastaje, kako se može sprečiti i sankcionisati.
3. U odgovorima predstavnika medija mogao se naći i odgovor da ključna uloga medija treba da bude u **saradnji sa svim institucijama koje se bave sprečavanjem i borbom protiv korupcije**. Na taj način, mediji bi javnosti prenosili informacije o slučajevima korupcije kojima se bave institucije, ukazivali na to gde je i kako je moguće prijaviti korupciju, koje su sankcije za koruptivno ponašanje itd.

Da postoji ogroman prostor za unapređenje izveštavanja medija o korupciji potvrđuje i nalaz po kom čak 90% intervjuisanih predstavnika medija smatra da se mediji ne bave dovoljno ovom temom.

**Grafikon 14. Da li se, prema Vašem mišljenju, mediji u dovoljnoj meri bave temom sprečavanje i borbe protiv korupcije?**



Predstavnici medija temu korupcije i te kako vide aktuelnom sa stanovišta njenog društvenog značaja (tabela 9). Međutim, kao najvažnije razloge zbog kojih se mediji ne bave dovoljno ovom temom oni navode postojanje pritisaka, koji dolaze najviše iz javnog (59%), ali i iz privatnog sektora (51%). Nije zanemarljiv ni broj onih koji smatraju da su novinari skloni autocenzuri kada je u pitanju korupcija (41%), dok nešto više od trećine (36%) smatra da novinari nemaju dovoljno znanja i informacija da se bave ovom temom.

**Tabela 9. Zbog čega se, prema Vašem mišljenju, mediji ne bave dovoljno temom sprečavanja i borbe protiv korupcije?**

*(podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni potvrdnih odgovora)*

	Da	Ne	Ukupno
Zbog pritisaka koji dolaze od strane političara i/ili institucija	59	41	100
Zbog pritisaka koji dolaze iz privatnog sektora i/ili moćnih pojedinaca	51	49	100
Zbog autocenzure	41	59	100
Nemaju dovoljno znanja i iskustva u toj oblasti	36	64	100
Tema nije dovoljno atraktivna sa stanovišta rada medija	7	93	100

Predstavnici medija su bili vrlo samokritični u slučaju ocene kvaliteta izveštavanja o korupciji. Čak 87% ispitanika smatra da je izveštavanje selektivno, odnosno da se, prema određenim kriterijumima, bira o kojim slučajevima će se izveštavati, a o kojima ne. Više od tri četvrtine medija smatra izveštavanje o ovoj temi senzacionalističkim (77%), a 63% da je izveštavanje o korupciji uvek inicirano “sa strane”, a ne analizom društvene ili neke druge neophodnosti izveštavanja o ovoj temi.

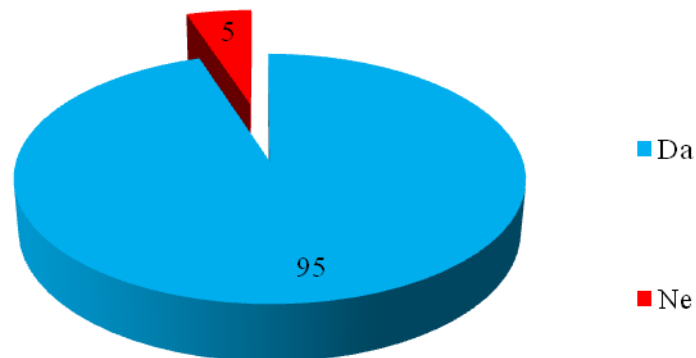
**Tabela 10. Da li se slažete ili ne sa sledećim tvrdnjama koje se odnose na karakter izveštavanja medija o korupciji? (podaci prikazani po opadajućim vrednostima prema koloni „Slaže se“)**

	Slaže se	Ne slaže se	Ne zna	Uk.
Izveštavanje medija o korupciji je selektivno (izveštava se samo o nekim slučajevima)	87	13	0	100
Izveštavanje medija o korupciji je senzacionalističko	77	20	3	100
Izveštavanje medija o korupciji je usmeravano i „dirigovano“ od strane različitih fizičkih i pravnih lica	63	33	4	100
Izveštavanje medija o korupciji je objektivno i nepristrasno	37	63	0	100

Koja vrsta znanja i veština je potrebna novinarima da bi se bavili temom sprečavanja i borbe protiv korupcije? Tri četvrtine predstavnika medija je izjavilo da ima potrebu za nekim znanjima i veštinama koje bi novinarima pomogle da bolje, sadržajnije i objektivnije izveštavaju o slučajevima korupcije. Najveći broj odgovora odnosio se na potrebu za **edukacijama u oblasti prepoznavanja, istraživanja i izveštavanja u oblasti sprečavanja i borbe protiv korupcije**. Nešto konkretnije, novinari su iskazali potrebu da se detaljnije upoznaju sa određenim zakonskim rešenjima koja sprečavaju ili omogućavaju korupciju, potom da steknu znanja o tome šta sve može uzrokovati korupciju, kao i na koji način se ona može otkriti.

Čak 95% ispitanih predstavnika medija smatra da mediji i Agencija za borbu protiv korupcije treba da saraduju.

**Grafikon 15. Prema Vašem mišljenju, da li bi Agencija za borbu protiv korupcije i mediji trebalo da saraduju u sprečavanju i borbi protiv korupcije?**

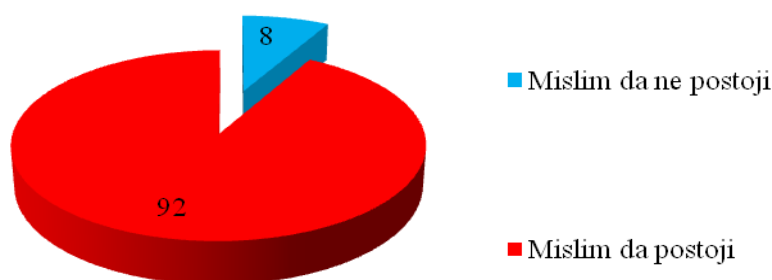


Osim pitanja o potrebi za saradnjom, predstavnici medija su upitani i šta treba da bude njen sadržaj.

1. Ključ saradnje Agencije sa medijima predstavlja ono za šta su oni najviše zainteresovani, a to su **informacije**. Mediji suštinski imaju potrebu za pravovremenim, zanimljivim, aktuelnim, preciznim i tačnim informacijama i svaku vrstu saradnje sa Agencijom vide kao način dobijanja takvih informacija.

2. Osim potrebe za informacijama, zanimljiva je i konstatacija nekih sagovornika koji medije i Agenciju vide kao “jednu stranu” u borbi protiv korupcije, koja najčešće nastaje u drugim državnim institucijama. Smatra se da bi saradnja između medija i Agencije mogla da bude ostvarena na polju vršenja pritisaka na funkcionere i organe javne vlasti da sprovode odluke Agencije, na primer, jer ona, često, nema druge mogućnosti uticaja.
3. Mediji očekuju i da se Agencija, između ostalog, bavi i korupcijom u samim medijima, kao i “zaštitom hrabrih novinara”, koji otkrivaju slučajeve korupcije i zbog toga često trpe snažne pritiske.

**Grafikon 16. Postoji li, prema Vašem mišljenju, potreba za organizovanjem tematskih susreta novinara sa predstavnicima Agencije na mesečnom/tromesečnom/polugodišnjem nivou?**



Odgovori sagovornika iz medija koji se odnose na poželjne teme periodičnih susreta sa predstavnicima medija mogu se grupisati u tri kategorije:

1. Primarni predmet interesovanja medija za periodične i redovne susrete sa predstavnicima Agencije su **rezultati rada Agencije**, odnosno promene koje taj rad donosi na polju suzbijanja i borbe protiv korupcije. Mediji su zainteresovani, pre svega, za pojedinačne slučajeve i predmete kojima se Agencija bavi i koje rešava, a koji mogu biti i jesu paradigmatični za opis pojave kao takve. Medijima su uglavnom interesantne „životne teme“, odnosno opisi i geneza pojedinačnih slučajeva, ali takvih slučajeva koji mogu ukazati na opšti trend u određenoj oblasti u kojoj korupcija nastaje i održava se.
2. Predstavnici medija su istakli da bi predmet redovnih susreta sa predstavnicima Agencije mogli biti i **objašnjenja načina izveštavanja o slučajevima korupcije** – naime, predstavnici medija smatraju da su slučajevi korupcije često veoma komplikovani, pa kod medija postoji stalni strah da usled te složenosti, a istovremeno i manjka znanja, informacije mogu biti (a često i jesu) pogrešno prenošene i interpretirane. U tom smislu, novinarima je potrebna i pomoć Agencije, kako bi sve ono što je predmet njenog rada bilo precizno objavljeno, odnosno kako ne bi ostavilo prostora za dvosmislena tumačenja, demantije, pa i prijave za klevetu.
3. Treću grupu preporuka o tome šta može biti predmet susreta Agencije i medija predstavljaju ideje da bi Agencija mogla da pomaže novinarima u **prepoznavanju i otkrivanju slučajeva korupcije**, a na osnovu iskustva koje Agencija ima. Na primer,

na osnovu analize i saznanja o određenim zakonskim nedostacima koje je Agencija utvrdila, a koji ostavljaju prostor da se korupcija desi, novinari mogu u konkretnim institucijama zahtevati podatke i informacije kako bi utvrdili da li je došlo do zloupotreba, nepravilnosti, pa i korupcije.

## Osnovni nalazi i zaključci istraživanja

### Razumevanje korupcije i javnog interesa

- a) Predstavnici medija su znatno kritičniji prema predstavnicima organa javne vlasti nego prema građanima kada je u pitanju generisanje korupcije. Iako nešto više od polovine njih (52%) smatra obe strane podjednako “krivim”, čak 43% smatra da korupciju generišu isključivo javni funkcioneri i službenici, dok to za građane smatra samo 5%. To pokazuje značajno prisustvo kritičke svesti medija prema javnom sektoru, makar na nivou stavova identifikovanih ovim istraživanjem; da li se i na koji način ti stavovi realizuju u praksi, odnosno u izveštavanju medija, pitanje je druge vrste analize, odnosno položaja i statusa medija u društvu;
- b) S obzirom na moć medija u kreiranju javnog mnjenja, generalno, veoma je važno utvrditi na koji način predstavnici medija percipiraju javni interes. Od percepcije javnog interesa zavisi i način na koji će mediji tretirati to pitanje, odnosno pravac u kom će usmeravati javno mnjenje kada je reč o toj temi. Nema nikakve dileme šta je za predstavnike medija javni interes – za osam od deset ispitanika iz ove grupe (80%), javni interes je ono što je interes svih članova jedne zajednice.
- c) Važan podatak za buduće aktivnosti Agencije prema medijima je i taj da više od polovine ispitanika iz ove ciljane grupe (52%) smatra da treba da ima više informacija o temi korupcije, što govori o potrebi rada sa medijima u kontinuitetu.

### Metode borbe protiv korupcije

- a) Dve trećine predstavnika medija (65%) smatra da je prevencija, odnosno uklanjanje uzroka korupcije, delotvornije i važnije od represije, odnosno kažnjavanja počinitelaca dela iz oblasti korupcije. Za represiju se odlučilo nešto više od jedne trećine ispitanika u ovoj grupi (35%).
- b) Kada je reč o angažovanju institucija u borbi protiv korupcije, predstavnici medija najmanje poverenja imaju u sudove, a potom u svaku pojedinačnu instituciju – čak 30% njih smatra da ova dva aktera uopšte ne doprinose, a još 50% da samo delimično doprinose borbi protiv korupcije.
- c) U percepciji predstavnika medija, tri oblasti najvažnije za borbu protiv korupcije su kontrola finansiranja političkih stranaka, rešavanje pojedinačnih slučajeva korupcije, odnosno postupanje po predstavkama i prijavama, kao i sprovođenje Strategije i Akcionog plana za borbu protiv korupcije. Ovaj nalaz može govoriti i o tome za koje oblasti borbe protiv korupcije su mediji najviše zainteresovani i sa stanovišta njihovog praćenja i izveštavanja o njima.



## Percepcija Agencije za borbu protiv korupcije

- a) Polovina javnih službenika se o radu Agencije najčešće informiše putem medija (49%), odnosno Istraživanje pokazuje da šest od deset ispitanih novinara/urednika smatra da su uglavnom dobro informisani o radu i nadležnostima Agencija. Odgovor “uglavnom dobro” podrazumeva da su oni informisani u onoj meri u kojoj je to neophodno sa stanovišta njihovog rada, odnosno potrebe za izveštavanjem o radu Agencije i onim pojavama kojima se ona bavi; 12% predstavnika medija smatra da su veoma dobro informisani, dok 28% priznaje da su malo informisani. Ovaj nalaz pokazuje da informisanje nije nešto što se apsolutno postiže i nakon čega se može reći da se sa tom aktivnošću može stati. Promene u radu Agencije, promene u društvenom okruženju, pa i u samim medijima nameću potrebu stalnog obaveštavanja javnosti (a posebno medija) o svemu onome što je sa stanovišta rada Agencije bitno.
- b) Najveći broj intervjuisanih predstavnika medija (63%) je do sada komunicirao sa zaposlenima u Agenciji (konferencije za novinare, telefon, mail...). Oni koji su to do sada činili, upitani su i da ocene svoje ne/zadovoljstvo različitim elementima te komunikacije. Pokazuje se da je velika većina njih zadovoljna svim elementima koji su testirani. Ono na čemu bi se moglo dodatno raditi i unaprediti je brzina odgovora, odnosno brzina dostavljanja informacija novinarima, jer je u slučaju tog elementa nezadovoljstvo nešto veće od ostalih.
- c) Više od polovine predstavnika medija (54%) smatra da bi Agencija trebalo da promeni nešto u svom radu. Samo 11% njih to ne smatra, dok 35% njih nema dovoljno informacija da bi doneli ovakav sud.

## **Uloga medija u procesu sprečavanja i borbe protiv korupcije**

- a) Uloga medija u otkrivanju i borbi protiv korupcije je nesumnjivo velika. Brojni su primeri u kojima su mediji svojim izveštavanjem pokrenuli određene debate u javnosti, otkrili sumnju, pa i konkretne slučajeve korupcije i time inicirali rad državnih organa koji su dalje nastavili rad na tim slučajevima. Mediji su toga sasvim svesni, jer čak 95% njih smatra da mediji treba da imaju određenu ulogu u sprečavanju i borbi protiv korupcije;
- b) Da postoji ogroman prostor za unapređenje izveštavanja medija o korupciji potvrđuje i nalaz po kom čak 90% intervjuisanih predstavnika medija smatra da se mediji ne bave dovoljno ovom temom;
- c) Predstavnici medija su bili vrlo samokritični u slučaju ocene kvaliteta izveštavanja o korupciji. Čak 87% ispitanika smatra da je izveštavanje selektivno, odnosno da se, prema određenim kriterijumima, bira o kojim slučajevima će se izveštavati, a o kojima ne. Više od tri četvrtine medija smatra izveštavanje o ovoj temi senzacionalističkim (77%), a 63% da je izveštavanje o korupciji uvek inicirano “sa strane”, a ne analizom društvene ili neke druge neophodnosti izveštavanja o ovoj temi;
- d) Čak 95% ispitanih predstavnika medija smatra da mediji i Agencija za borbu protiv korupcije treba da sarađuju