




Pojav korupcije med slovenskimi novinarji

Telefonska raziskava med splošno javnostjo in spletna raziskava med slovenskimi novinarji



Izvajalec: Ninamedia d.o.o.
Naročnik: Komisija za preprečevanje korupcije

Ljubljana, maj 2008



1. POVZETEK

Korupcija v Sloveniji

Raziskava je pokazala, da se korupcija v Sloveniji predstavlja kot problem, ki ga ne gre zanemariti. Kot najpomembnejši problem, ki se pojavlja v Sloveniji, so anketiranci na vzorcu splošne javnosti opredelili problem visokih cen in inflacije. Povprečna ocena velikosti problema korupcije na vzorcu splošne populacije znaša 5,69, na vzorcu populacije novinarjev pa 5,03. Da je korupcija neizbežen del slovenske družbe menita slabi dve tretjini anketirancev splošne javnosti in slabih 60 odstotkov anketiranih novinarjev. Da je korupcija neizbežen del svetovne družbe meni okoli 70 odstotkov tako splošne populacije kot novinarjev. Predstavniki obeh populacij se tudi strinjajo, da se korupcija najpogosteje pojavlja v gospodarstvu in med političnimi strankami, največ nepotizma pa je v politiki.

Korupcija v novinarstvu

Kot razlog, zakaj novinarji sploh sprejemajo podkupnine, so anketiranci splošne javnosti v najvišjem deležu navedli slabe plače novinarjev, anketirani novinarji pa menijo, da je razlog sprejemanja podkupnin predvsem v neprofesionalnosti nekaterih novinarjev. Splošna javnosti meni, da bi morala korupcijo v novinarstvu v prvi vrsti odkrivati Komisija za preprečevanje korupcije, novinarji pa so v najvišjem deležu navedli medije same. Če bi izvedeli za primer korupcije med novinarji, bi novinarji v prvi vrsti primer korupcije prijavili vodstvu medija, anketiranci splošne javnosti pa bi primer prijavili Komisiji za preprečevanje korupcije. Novinarjem, ki sprejmejo podkupnino bi anketirani novinarji v najvišjem deležu prepovedali nadaljnje novinarsko delo.



Koruptivnost medijev

Anketiranci splošne populacije se najpogosteje informirajo prek televizije, več kot polovica bolj zaupa javnim kot komercialnim medijem. Večina meni, da je za slovenske medije najbolj značilna verodostojnost, koruptivnost so navedli le trije odstotki. Na delo novinarjev po mnenju anketirancev splošne javnosti v najvišji meri vpliva politika. Skoraj polovica za pojav podkupovanja med novinarji še ni slišala, sicer pa so v najvišjem deležu anketirani navedli, da so za pojav podkupovanja med novinarji izvedeli iz medijev.

Koruptivnost med novinarji

Anketiranci novinarske populacije menijo, da višina plačila za delo še v največji meri vpliva na kakovost opravljanja novinarskega poklica in napredek. Dobra polovica meni, da so novinarske vsebine v njihovih medijih jasno ločene od oglaševalskih, tako je tudi dobra polovica navedla, da so v njihovi medijski hiši že sprejeli interni etični kodeks. Tri četrtine anketiranih novinarjev čutijo določene oblike pritiska pri svojem delu, ti pritiski so uredniške, ekonomske in politične narave. Sicer pa so novinarji bili najpogosteje deležni naslednjih spornih ponudb: manjše pozornosti, vstopnic za prireditve o katerih poročajo, poslovnih kosil, priložnostnih spominkov ter informacij. Polovica anketiranih novinarjev se je že znašla v situaciji, ko so jim ponudili darilo brez kakršnihkoli pogojev. Slaba desetina novinarjev je že kdaj poročala v prid izdelka ali osebe, ki jim je ponudila darilo, v večini so te osebe bile predstavniki podjetij. Po mnenju tretjine anketiranih novinarjev, lahko novinarji sprejmejo darilo do 10 EUR vrednosti, ne da bi to vplivalo na njihovo profesionalno delo.



KAZALO

1. POVZETEK	2
2. METODOLOGIJA	Napaka! Zaznamek ni definiran.
2.1. Telefonska raziskava na splošni javnosti	5
2.2. Spletna raziskava med slovenskimi novinarji	6
3. PREDSTAVITEV REZULTATOV	5
3.1. Telefonska raziskava na splošni javnosti	7
3.2. Spletna raziskava med slovenskimi novinarji	47
3.3 Primerjava rezultatov telefonske raziskave med splošno javnostjo in spletna raziskave med slovenskimi novinarji	91



2. METODOLOGIJA

2.1. TELEFONSKA RAZISKAVA NA SPLOŠNI JAVNOSTI

Raziskavo smo v agenciji Ninamedia izvedli med 11. in 30. januarjem 2008. Anketiranje je potekalo telefonsko, po metodi računalniško podprtega telefonskega anketiranja. Iz računalniškega seznama smo poklicali 8717 naključno izbranih telefonskih naročnikov, 1671 v času anketiranja ni bilo dosegljivih, 5428 ni želelo sodelovati v anketi, 618 pa ni ustrezalo vzorčnim določilom. Anketiranih je bilo 1000 oseb.

V raziskavi smo uporabili dvostopenjski naključni vzorec. Osnova vzorčenja je bil univerzalni telefonski imenik, iz katerega so bila naključno izbrana gospodinjstva (pri čemer smo upoštevali prostorsko razpršenost glede na slovenske telefonske regije) in znotraj njih naključno izbrani anketiranci po metodi zadnjega rojstnega dne. Vzorec je ponderiran na način, da so demografski podatki v vzorcu reprezentativni za slovensko populacijo.

Anketiranje smo izvajali v telefonskem studiu Ninamedie, po metodi CATI. Obdelava podatkov pa je bila izvedena na programski opremi SPSS, verzija 15.0.



2.2. SPLETNA RAZISKAVA MED SLOVENSKIMI NOVINARJI

Raziskavo med slovenskimi novinarji smo v agenciji Ninamedia izvajali med 28. januarjem in 21. aprilom 2008. V prvi fazi smo iz različnih, javno dostopnih virov informacij, zbirali podatke o medijih ter novinarjih v Sloveniji. V drugi fazi smo pripravili vzorčni okvir slovenskih novinarjev in sicer na način, da smo iz razpoložljivih podatkov novinarjev (ime, priimek, medij, pri katerem je redno ali honorarno zaposlen), pripravili elektronske naslove potencialnih anketirancev. V naslednji fazi smo na elektronske naslove novinarjev poslali vabilo k sodelovanju v spletni anketi. Po določenem času smo novinarje skušali tudi naključno pridobiti oz. vzpostaviti stik prek telefona ter jih ponovno povabiti k sodelovanju. Od 1978 novinarjev, ki so bili vključeni v spletno anketo, 282 ni bilo novinarjev, 576 je bilo napačnih naslovov, 767 ni sodelovalo v anketi. Tako smo realizirali 353 anket med slovenskimi novinarji.

Obdelava podatkov pa je bila izvedena na programski opremi SPSS, verzija 15.0.



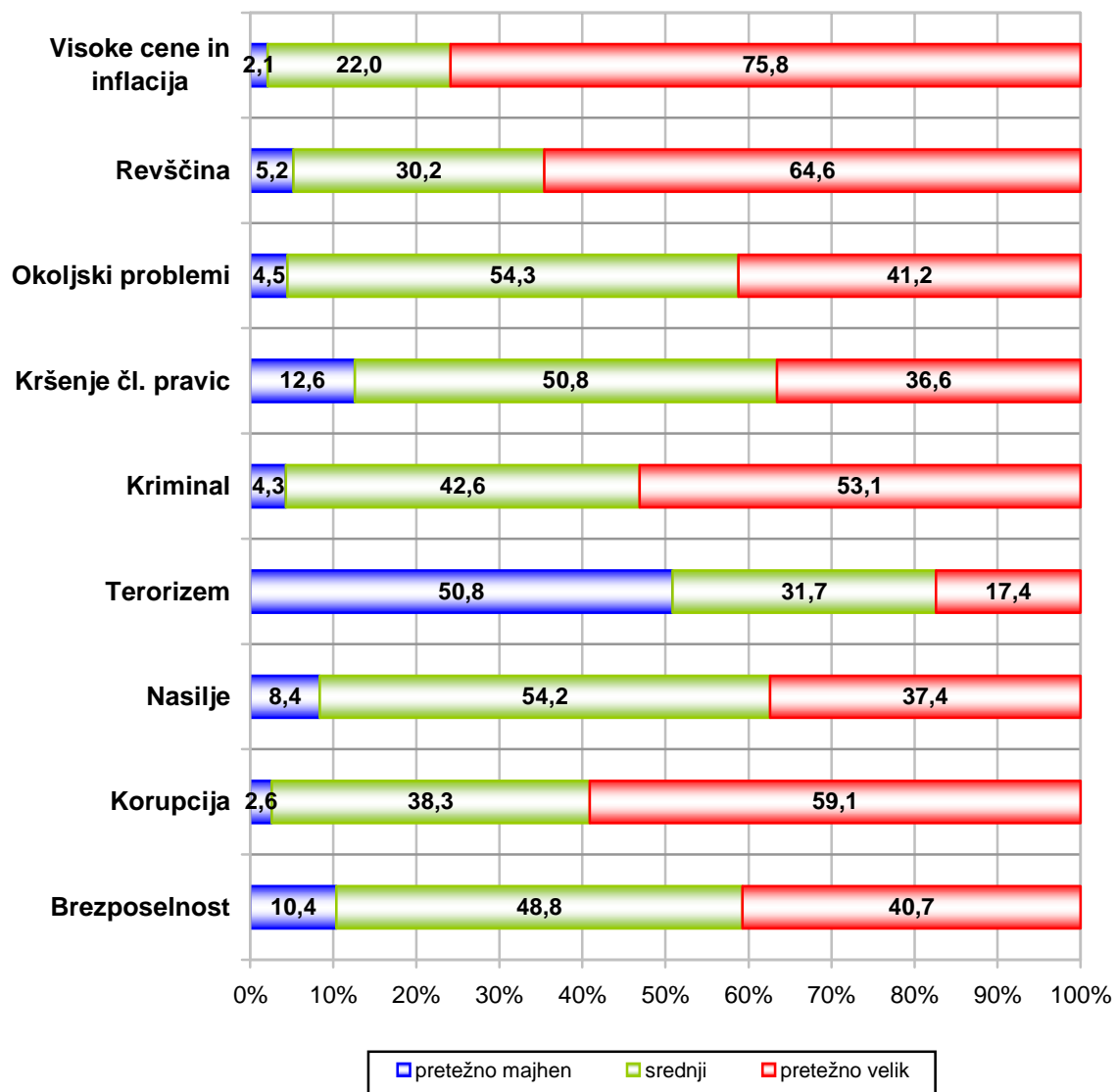
3. PREDSTAVITEV REZULTATOV

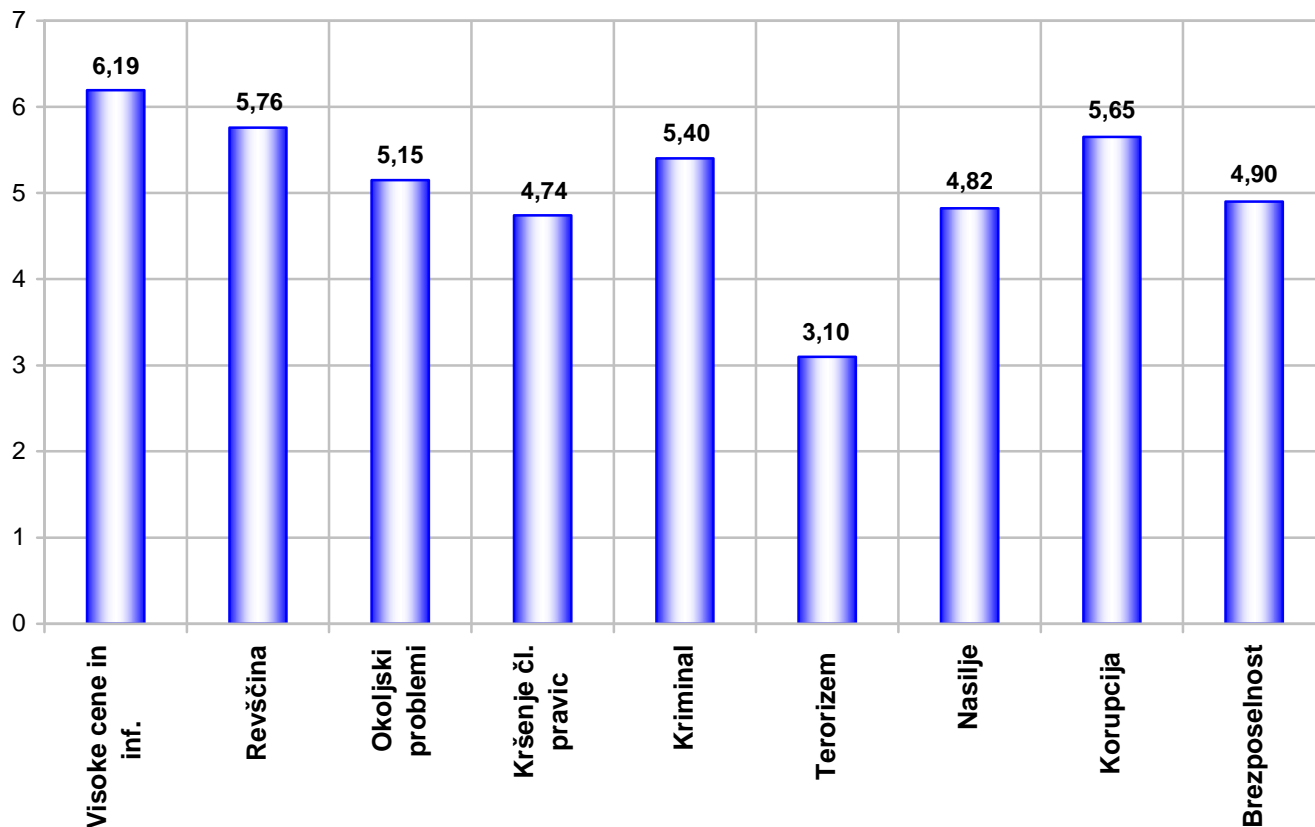
V nadaljevanju predstavljamo rezultate statistične analize podatkov iz ankete. Rezultate smo predstavili s tabelarno in grafično upodobitvijo frekvenčnih porazdelitev po posameznih vprašanjih ter povezanostjo posameznih vprašanj po sociodemografskih značilnostih anketirancev.

3.1. TELEFONSKA RAZISKAVA NA SPLOŠNI JAVNOSTI

V kolikšni meri so za vas pomembni naslednji problemi, ki se pojavljajo s Sloveniji?
Probleme ocenite na lestvici od 1 do 7, pri čemer 1 pomeni, da je problem zelo majhen,
7 pa, da je problem zelo velik. (n=1000)

Problem \ Ocena	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
Visoke cene in inflacija	1,3	0,8	4,1	4,7	13,2	12,3	63,5	0,1	6,19
Revščina	2,3	2,9	5,9	8,1	16,1	15,5	48,9	0,3	5,76
Okoljski problemi	1,5	2,9	9,3	13,9	30,5	19,6	21,1	1,2	5,15
Kršenje človekovih pravic	4,5	7,9	13,1	14,6	22,4	15,4	20,7	1,3	4,74
Kriminal	1,2	3,1	7,4	14,0	20,7	22,8	29,7	1,0	5,40
Terorizem	29,3	20,9	13,6	8,4	9,3	6,5	10,7	1,3	3,10
Nasilje	2,0	6,3	14,5	18,6	20,7	17,8	19,4	0,7	4,82
Korupcija	1,2	1,4	5,2	12,0	20,7	21,7	36,9	0,8	5,65
Brezposelnost	2,5	7,9	13,0	15,1	20,5	16,5	24,1	0,4	4,90

**Graf: Ocena velikosti problema**

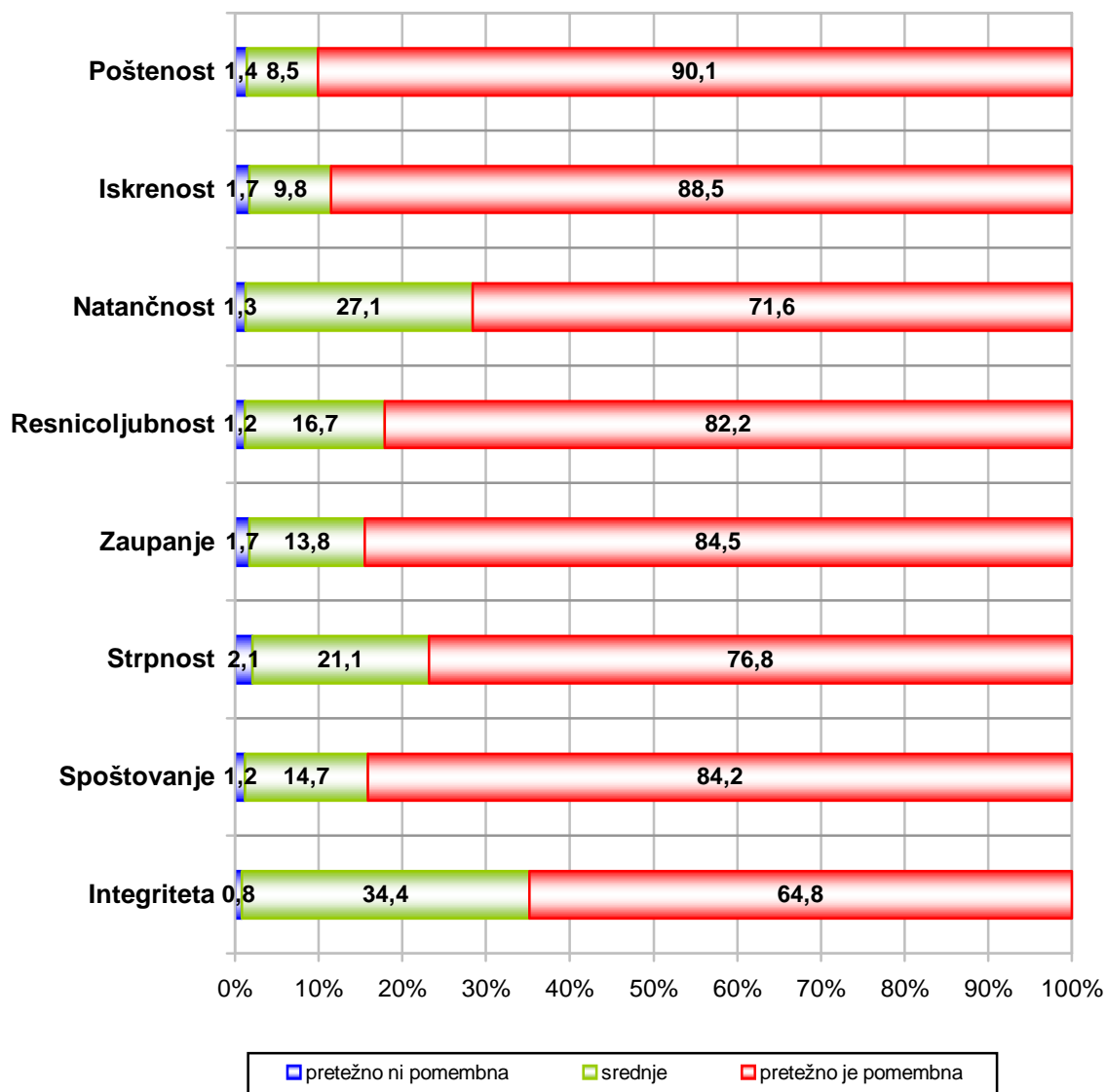
**Graf: Primerjava povprečnih ocen velikosti problema**

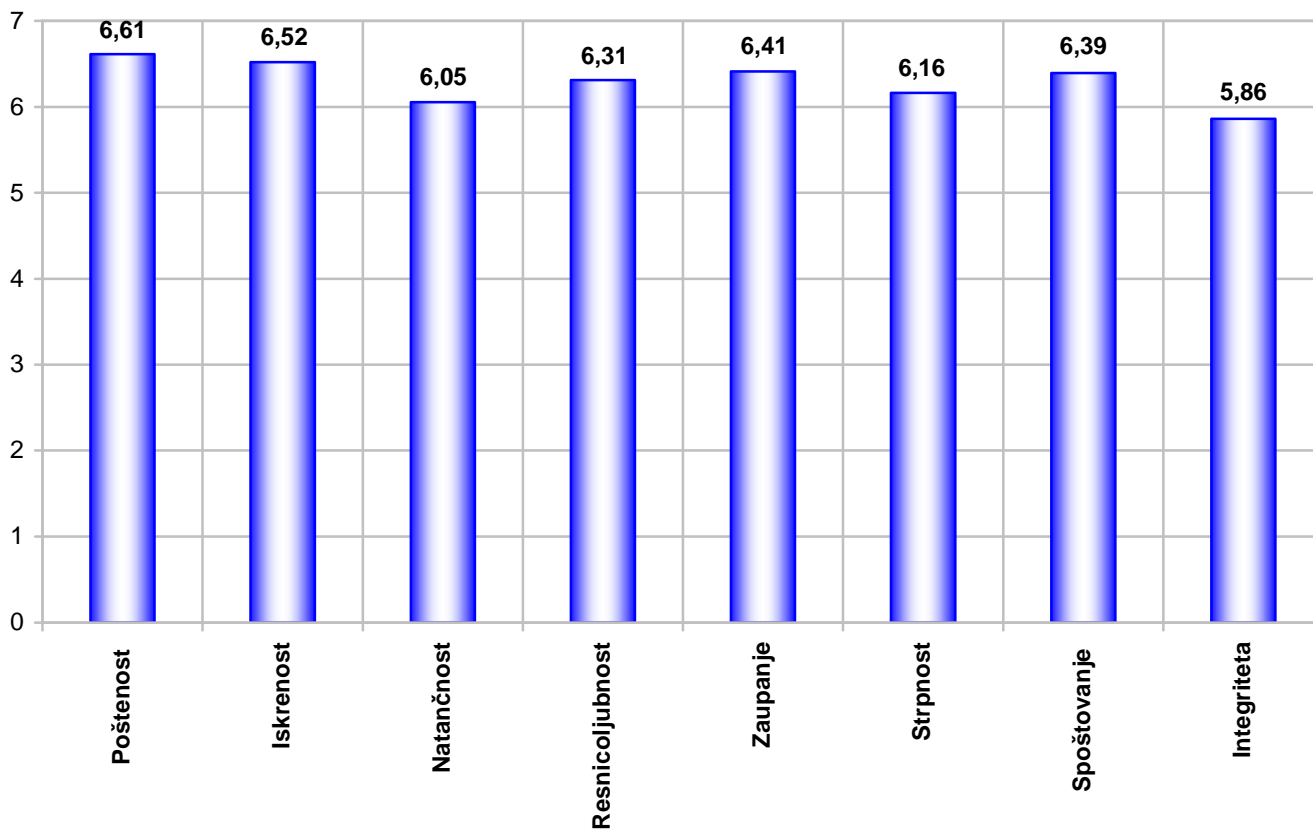
Med naštetimi problemi, ki se pojavljajo v Sloveniji, so anketiranci kot najpomembnejši problem ocenili problem visokih cen in inflacije (povprečna ocena znaša 6,19). Kot najmanjši problem v Sloveniji pa so anketiranci ocenili terorizem (3,10). Med bolj pereče probleme so anketiranci uvrstili tudi revščino (5,76), korupcijo (5,65) ter kriminal (5,40). Korupcijo kot pretežno velik problem ocenjuje slabih 60 % anketirancev. Med tistimi, ki korupcijo označujejo kot velik problem, je v povprečju nekoliko več žensk, starejših anketirancev, srednješolsko izobraženih, upokojencev, prebivalcev podeželja in Primorcev. Korupcijo kot velik problem nekoliko bolj izpostavljajo tudi anketiranci, ki večinoma spremljajo in zaupajo komercialnim TV in radijskim postajam.



V kolikšni meri so za vas pomembne naslednje vrednote. Ocenite na lestvici od 1 do 7, pri čemer 1 pomeni, da vrednota sploh ni pomembna, 7 pa, da je vrednota zelo pomembna. (n=1000)

Ocena	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
Vrednota									
Poštenost	0,8	0,6	1,4	2,5	4,5	9,1	81,0	-	6,61
Iskrenost	0,7	1,1	2,0	1,7	6,1	13,4	75,1	-	6,52
Natančnost	0,3	1,0	2,4	5,4	19,1	23,9	47,4	0,4	6,05
Resnicoljubnost	0,5	0,7	1,8	4,2	10,6	20,9	60,8	0,5	6,31
Zaupanje	0,9	0,8	2,1	2,5	9,2	15,1	69,4	-	6,41
Strpnost	0,8	1,3	2,6	4,4	14,0	20,8	55,9	0,1	6,16
Spoštovanje	0,6	0,6	1,2	3,7	9,8	19,4	64,7	-	6,39
Integriteta	0,2	0,6	2,7	9,1	21,2	24,5	37,8	3,9	5,86

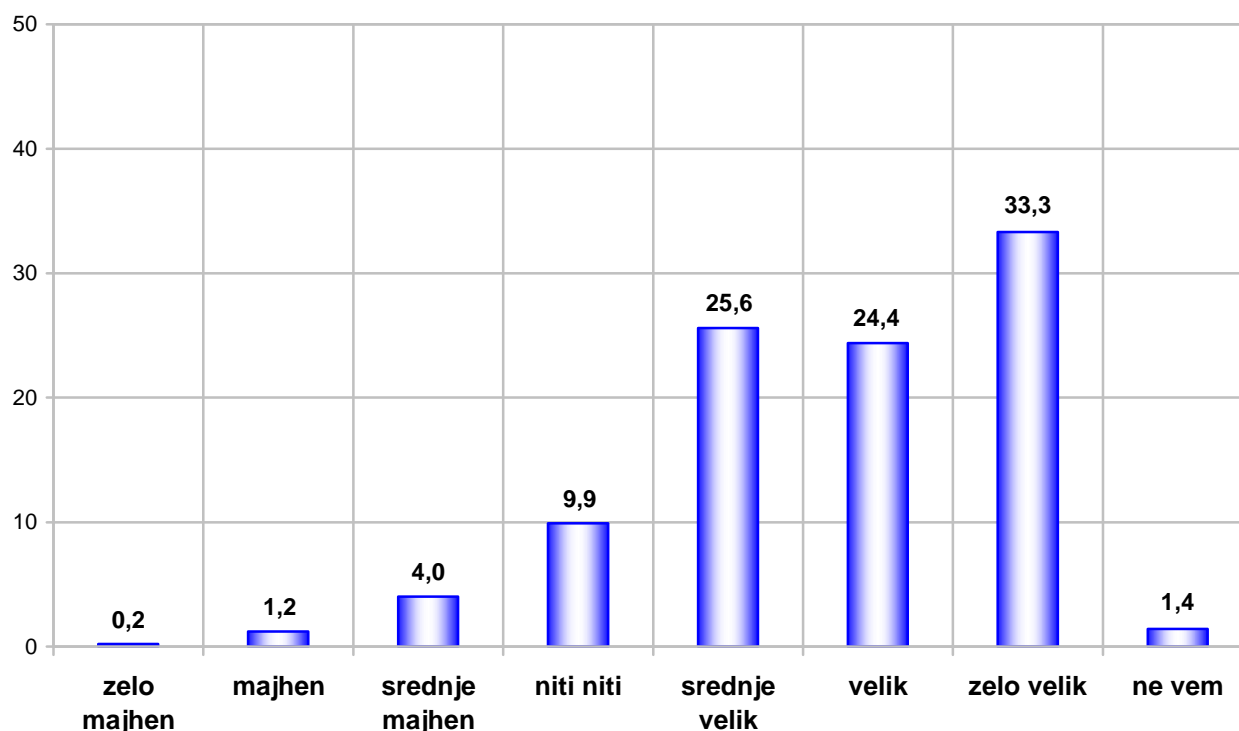
Graf: Ocena pomembnosti vrednote:

**Graf: Primerjava povprečnih ocen pomembnosti vrednote**

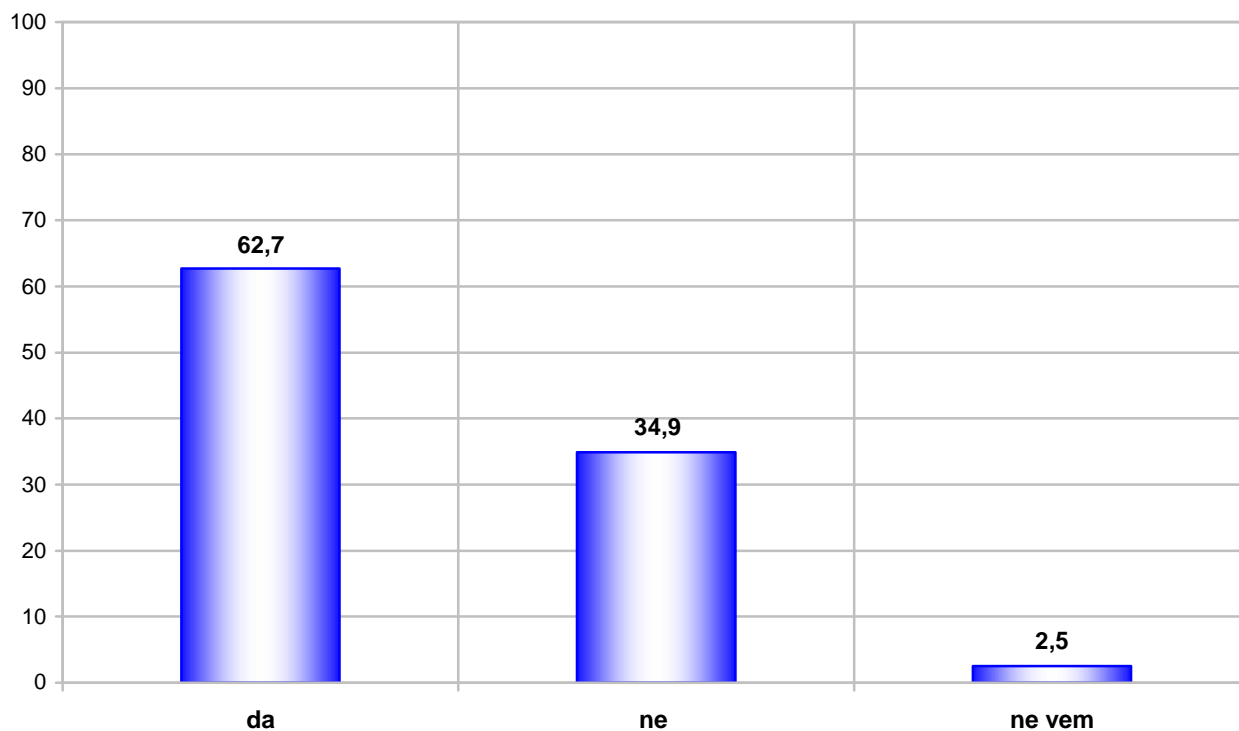
Vse našete vrednote so anketirancem zelo pomembne. V najvišji meri so anketiranci izpostavili poštenost (6,61) ter iskrenost (6,52). Anketiranci so v visoki meri izpostavili tudi zaupanje, spoštovanje in resnicoljubnost.



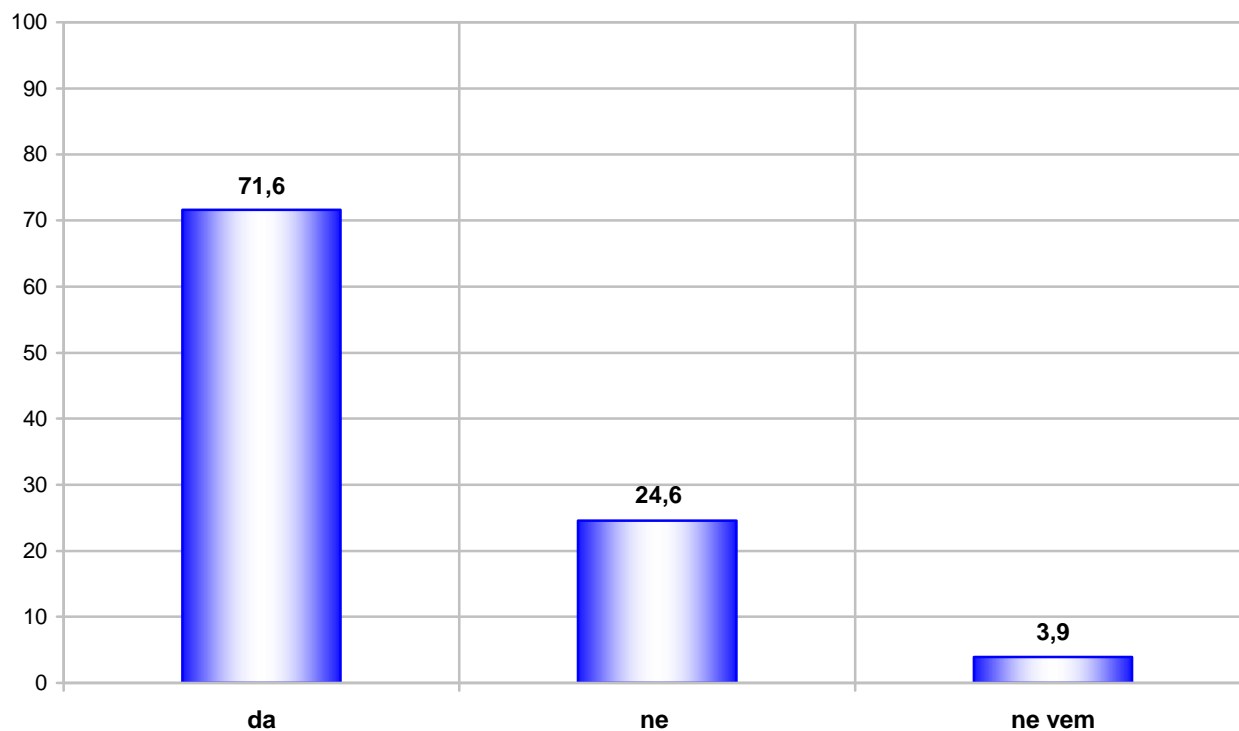
Prosimo, da na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da je problem zelo majhen, 7 pa, da je problem zelo velik) ocenite, kako velik problem je po vašem mnenju korupcija v Sloveniji. (n=1000)



Povprečna ocena velikosti problema korupcije znaša 5,69. Dobra polovica (57,7 %) anketiranih je korupcijo v Sloveniji ocenila kot velik ali zelo velik problem, 1,4 % anketiranih pa meni, da je korupcija zelo majhen ali majhen problem. Da je korupcija v Sloveniji pretežno velik problem, meni nekoliko več žensk, starejših anketirancev, srednješolsko izobraženih, brezposelnih, prebivalcev manjših krajev, prebivalcev dolenjske regije ter spremljevalcev komercialnih radijskih in televizijskih postaj.

**Ali menite, da je korupcija neizbežen del slovenske družbe? (n=1000)**

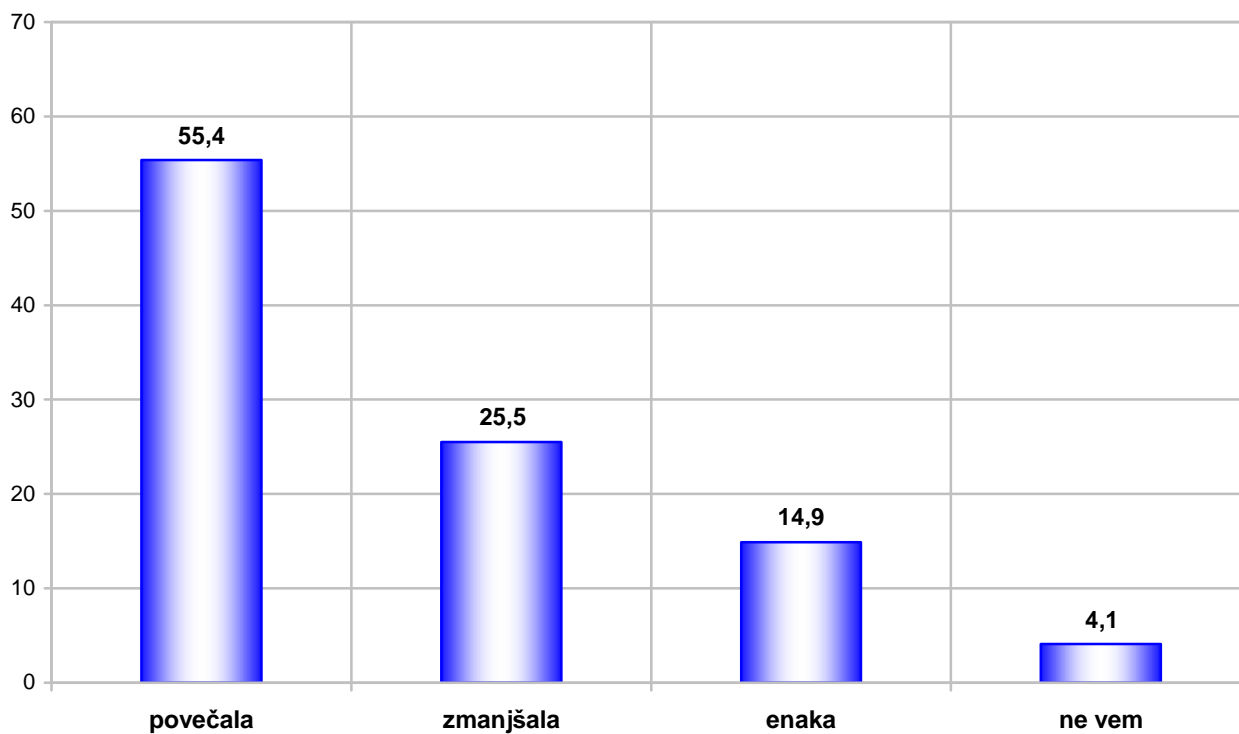
Da je korupcija neizbežen sestavni del slovenske družbe, menita slabi dve tretjini anketirancev (62,7 %). Med njimi je nekoliko več moških, najmlajših anketirancev, nižje izobraženih, brezposelnih, prebivalcev manjših krajev, prebivalcev podeželja ter prebivalcev mariborskega dela Štajerske.

**Ali menite, da je korupcija neizbežen del svetovne družbe? (n=1000)**

Da je korupcija neizbežen del svetovne družbe, meni 71,6 % anketirancev, med njimi od povprečja nekoliko bolj izstopajo moški, najmlajši anketiranci, nižje izobraženi, tisti, ki so zaposleni za določen čas, prebivalci manjših krajev ter prebivalci mariborskega dela Štajerske.



Ali menite, da se bo stopnja korupcije v Sloveniji v prihodnjih letih povečala ali zmanjšala? (n=1000)

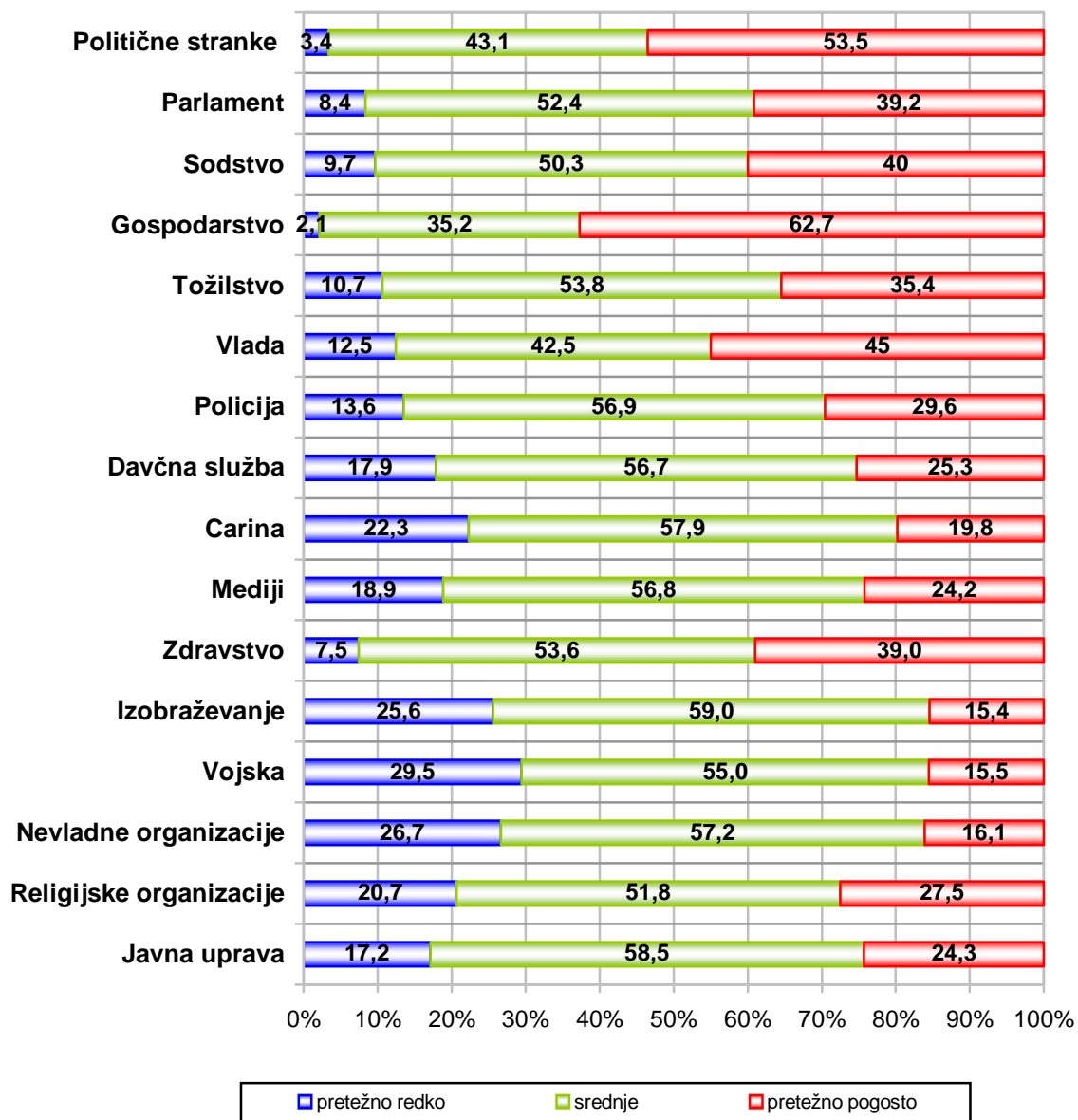


Dobra polovica anketirancev (55,4 %) meni, da se bo stopnja korupcije v Sloveniji v prihodnjih letih še povečala, četrtina (25,5 %) pa je nasprotnega mnenja. Da bo korupcija ostala enaka, meni 14,9 % anketiranih. Med tistimi, ki so navedli, da se bo stopnja korupcije povečevala, je nekoliko več žensk, najmlajših anketirancev, srednješolsko izobraženih, takšnih, ki so zaposleni za določen čas, prebivalcev podeželja ter Gorenjcev.



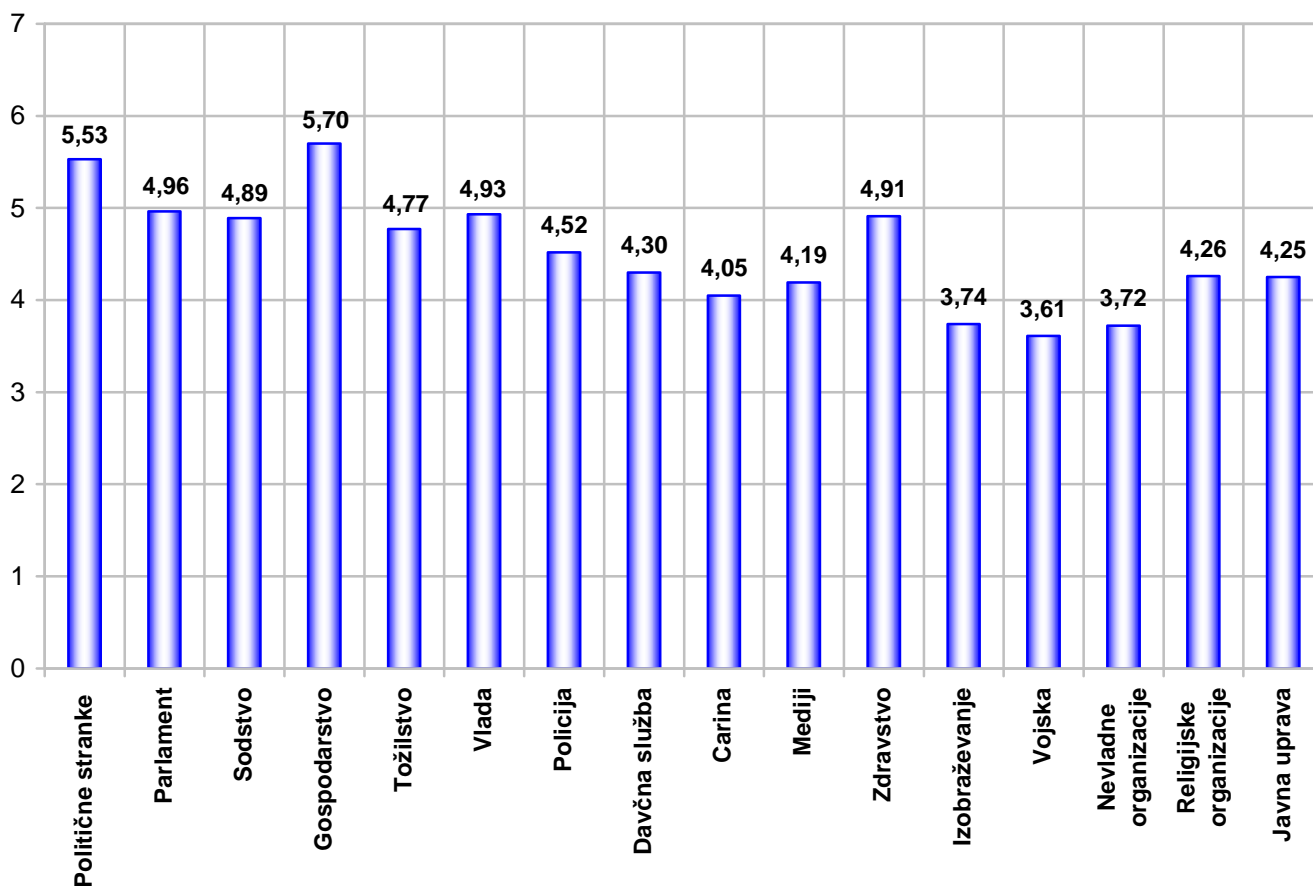
Kako pogosto se po vašem mnenju pojavlja korupcija med naslednjimi družbenimi akterji. Prosimo, da za vsakega akterja posebej ocenite pogostost pojavljanja korupcije na lestvici od 1 do 7. (n=1000)

Ocena Družbeni akter	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
Politične stranke	1,1	2,2	4,3	11,2	26,3	21,5	30,4	3,0	5,53
Parlament	3,0	5,1	10,4	14,0	26,2	17,3	20,5	3,5	4,96
Sodstvo	3,6	5,8	12,5	14,3	22,1	17,0	21,9	2,7	4,89
Gospodarstvo	0,1	2,0	5,1	10,6	19,0	27,6	34,2	1,4	5,70
Tožilstvo	3,3	6,9	11,0	17,0	23,3	16,1	17,6	4,8	4,77
Vlada	4,9	7,1	10,2	12,9	17,8	19,2	24,1	3,7	4,93
Policija	5,1	8,1	12,6	18,1	24,8	16,2	12,7	2,4	4,52
Davčna služba	6,6	10,4	14,1	16,6	22,9	11,5	12,4	5,5	4,30
Carina	6,5	13,2	14,2	15,8	21,0	9,2	8,2	11,8	4,05
Mediji	7,8	10,4	14,7	19,8	20,2	12,4	10,9	3,9	4,19
Zdravstvo	2,9	4,4	12,6	15,0	25,0	20,4	17,8	1,8	4,91
Izobraževanje	8,0	16,2	20,8	17,1	17,8	8,6	6,0	5,6	3,74
Vojska	10,2	15,6	18,6	15,7	13,8	8,3	5,4	12,4	3,61
Nevladne organizacije	11,4	13,3	19,0	16,3	17,3	8,0	6,8	7,9	3,72
Religijske organizacije	9,0	10,2	14,0	15,7	18,2	9,3	16,2	7,4	4,26
Javna uprava	5,4	11,0	15,9	18,8	21,2	13,2	10,0	4,5	4,25

Graf: Ocena pogostosti pojavljanja korupcije



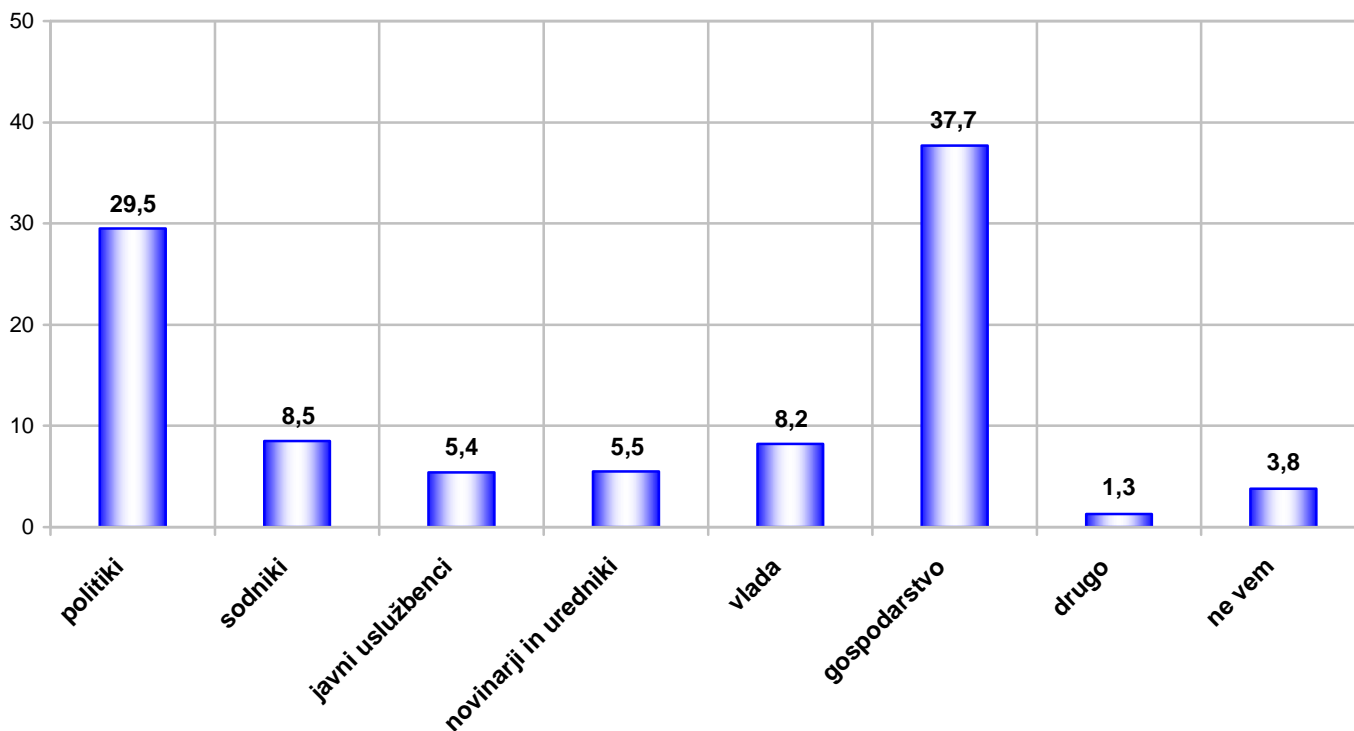
Graf: Primerjava povprečnih ocen pogostosti pojavljanja korupcije



Korupcija se, po mnenju anketirancev, najbolj pogosto pojavlja v gospodarstvu (povprečna ocena znaša 5,70) in med političnimi strankami (5,53), najredkeje pa v vojski (3,61), med nevladnimi organizacijami (3,72) in v izobraževanju (3,74). Opazen je tudi delež tistih, ki navajajo, da je korupcija pogost pojav v vladi, parlamentu, zdravstvu in sodstvu. Da je korupcija pogost pojav med političnimi strankami, meni nekoliko več žensk, mlajših anketirancev, najvišje izobraženih, takšnih, ki so zaposleni za določen čas in Gorenjcev.



Med katerimi izmed naštetih družbenih akterjev je po vašem mnenju največ korupcije?
(n=1000)

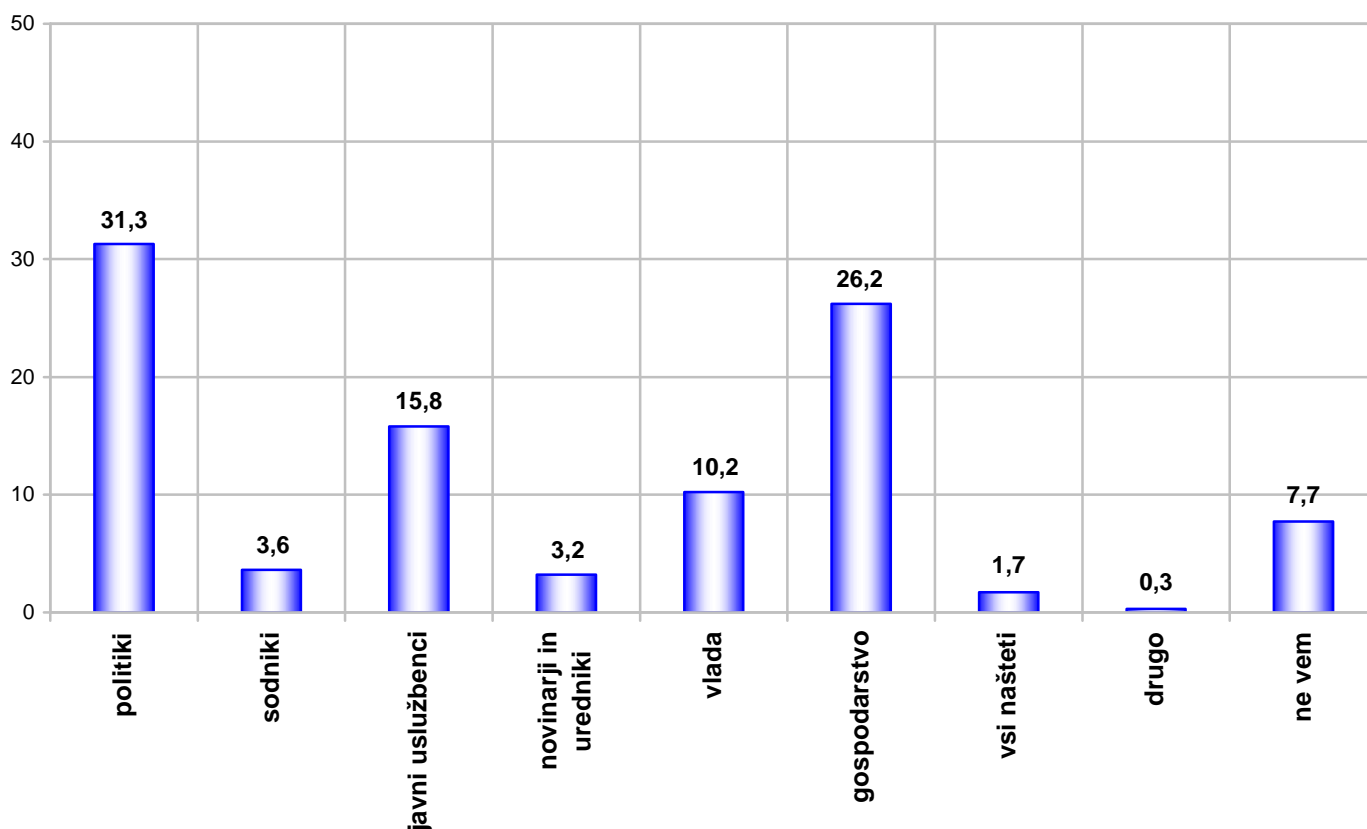


* Pod drugo so anketirani še navedli: zdravstvo (11x), religija (3x).

Najvišji delež anketirancev (37,7 %) meni, da se korupcija največkrat pojavlja v gospodarstvu, z nekoliko nižjim deležem (29,5 %) sledi korupcija med politiki. Precej nižji deleži anketirancev menijo, da je največ korupcije med sodniki (8,5 %), znotraj vlade (8,2 %), med novinarji in uredniki (5,5 %) ter med javnimi uslužbenci (5,4 %). Da je največ korupcije med politiki, meni nekoliko več najmlajših anketirancev, srednješolsko izobraženih, študentov, prebivalcev manjših krajev in Dolenjcev.



Med katerimi izmed naštetih družbenih akterjev je po vašem mnenju največ nepotizma (gre za dajanje dobrih služb ali družbenih položajev sorodnikom, prijateljem, znancem)? (n=1000)



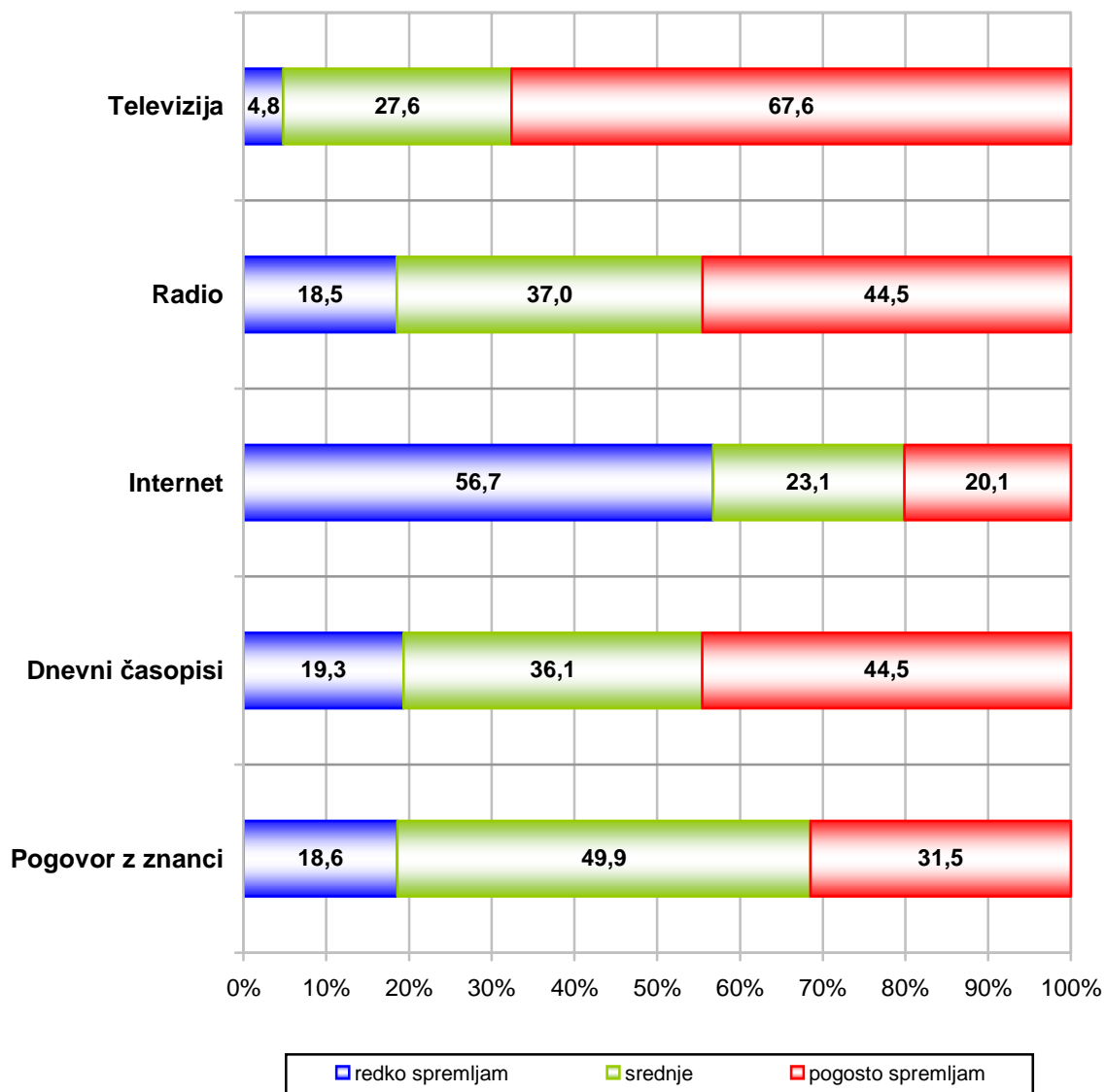
* Pod drugo so anketirani še navedli: nevladne organizacije, religija.

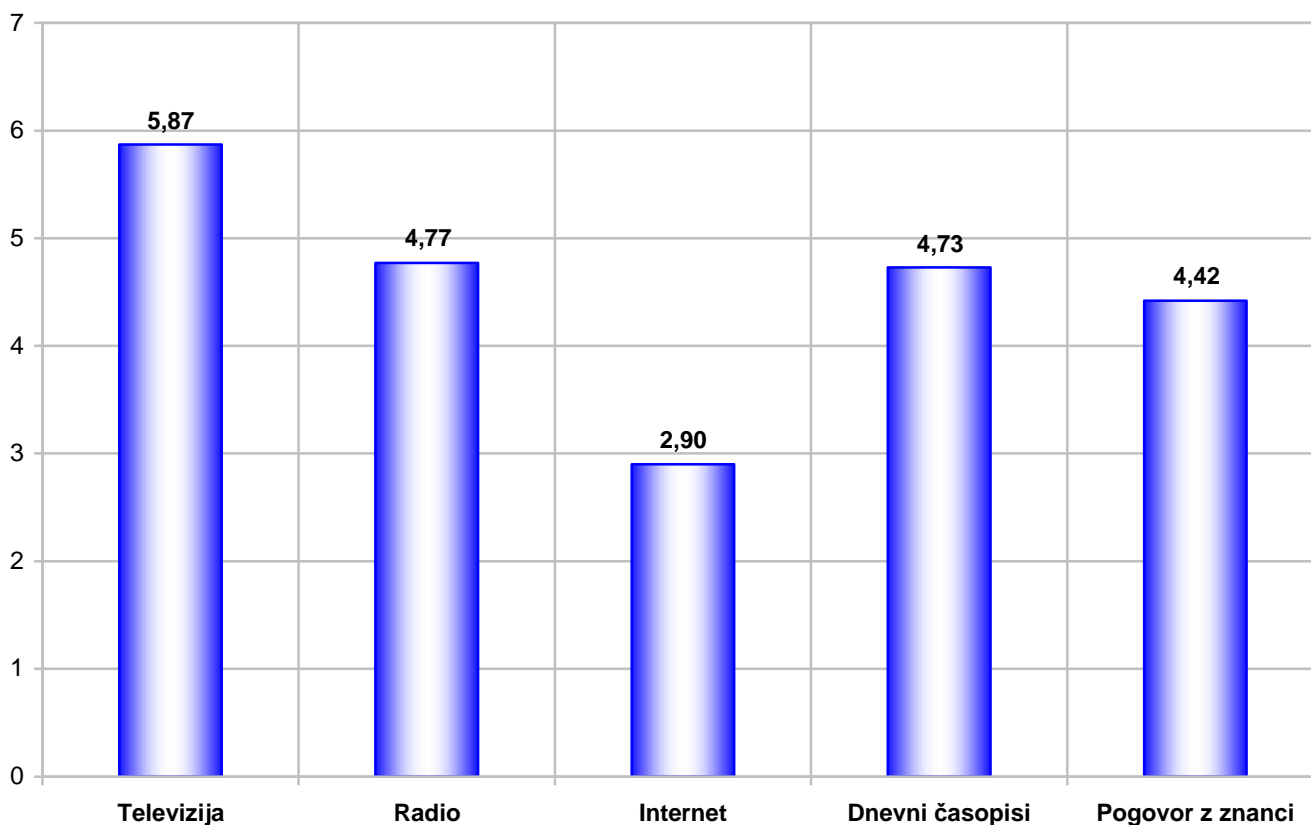
Anketiranci v najvišjem deležu menijo, da je največ nepotizma med politiki (31,3 %), sledi gospodarstvo (26,2 %). V najnižjih deležih pa anketiranci navajajo nepotizem med sodniki (3,6 %) ter novinarji in uredniki (3,2 %). Nepotizem med politiki je izpostavilo nekoliko več moških, najstarejših anketirancev, najnižje izobraženih, upokojencev, prebivalcev manjših krajev in prebivalcev celjskega dela Štajerske.



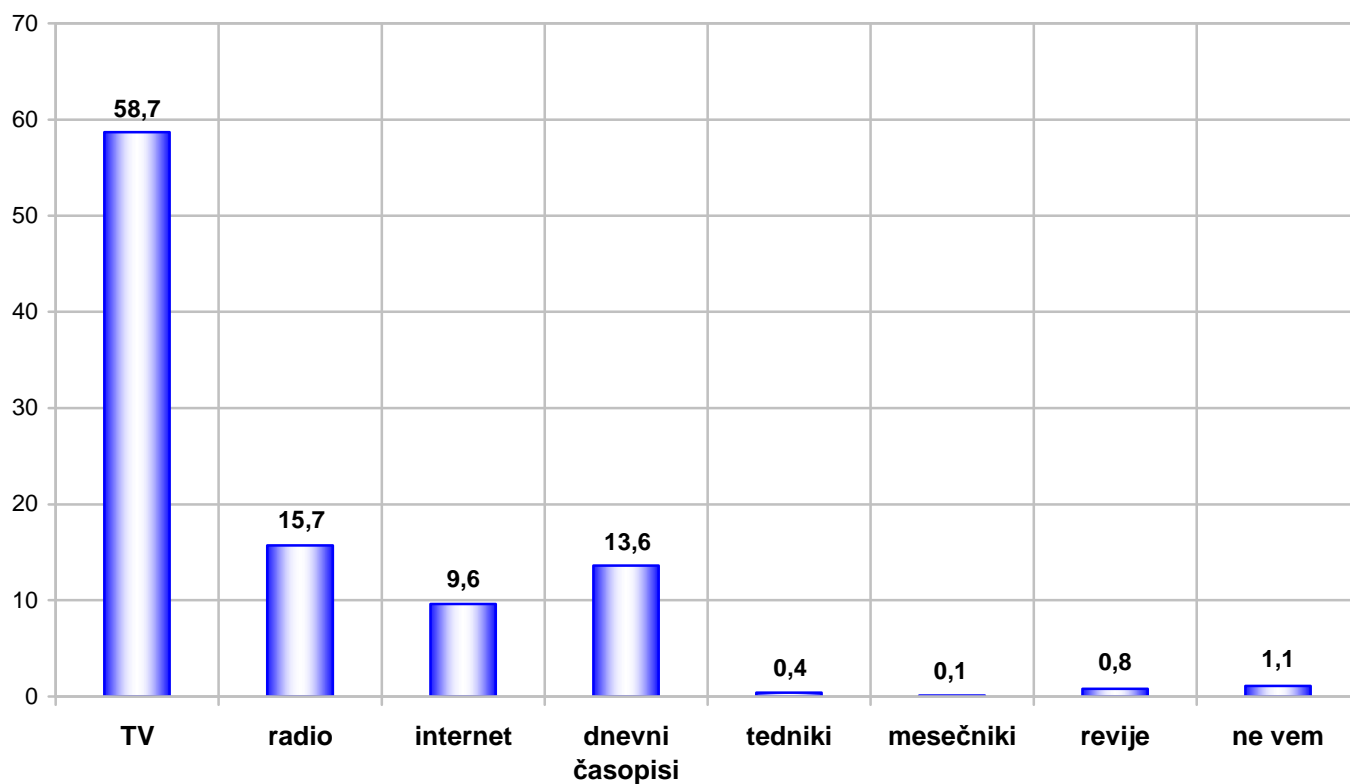
Preko kakšnih virov informacij se najpogosteje informirate? Ocenite na lestvici od 1 do 7, pri čemer 1 pomeni, da vir oziroma medij sploh ne spremljate, 7 pa, da vir oziroma medij spremljate večkrat na dan. (n=1000)

Vir informacij	Ocena							ne vem	povp. ocena
	1	2	3	4	5	6	7		
Televizija	2,0	2,8	3,4	6,5	17,7	18,5	49,2	-	5,87
Radio	9,1	9,3	11,1	10,0	15,9	15,5	29,0	0,1	4,77
Internet	49,9	6,2	7,6	7,3	7,3	6,6	13,3	1,2	2,90
Dnevni časopisi	11,6	7,7	11,0	9,2	15,9	14,9	29,6	0,2	4,73
Pogovor s sosedi, sorodniki, sodelavci ali znanci	6,4	12,1	14,4	15,9	19,4	13,6	17,8	0,4	4,42

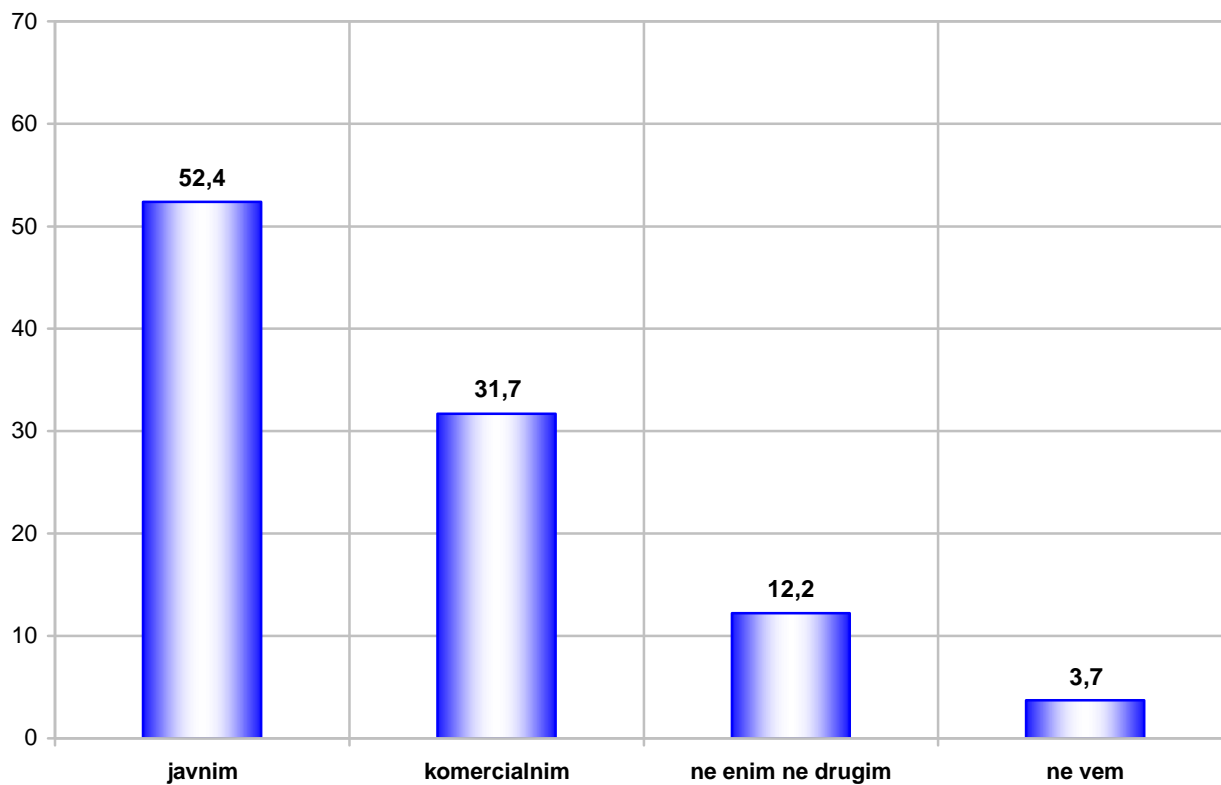
**Graf: Ocena informiranja prek različnih virov informacij:**

**Graf: Primerjava povprečnih ocen informiranja prek različnih virov informacij**

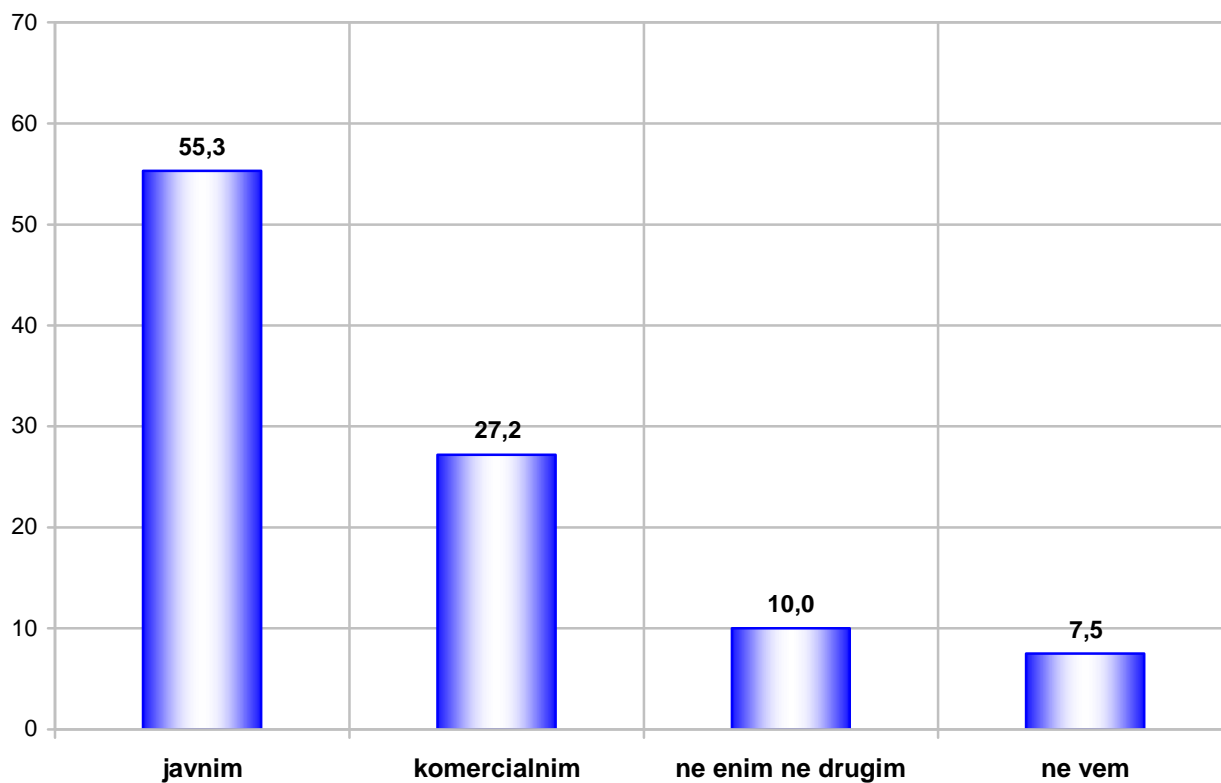
Anketiranci se najpogosteje informirajo prek televizije, pogosto ali redno jo spremlja skoraj 70 % anketirancev. Sledijo radio in dnevni časopisi, ki jih anketiranci pogosto ali redno spremljajo z enakim deležem (44,5 %). Pogovori s sosedi, sorodniki, sodelavci in znanci so pomemben vir informacij za slabo tretjino anketiranih, petina pa se v ta namen redno ali pogosto poslužuje tudi interneta. Prek interneta se informira nekoliko več najmlajših anketirancev, višje izobraženih, študentov, prebivalcev večjih mest in prebivalcev osrednje Slovenije.

**Katero vrsto medija spremljate najpogosteje? (n=1000)**

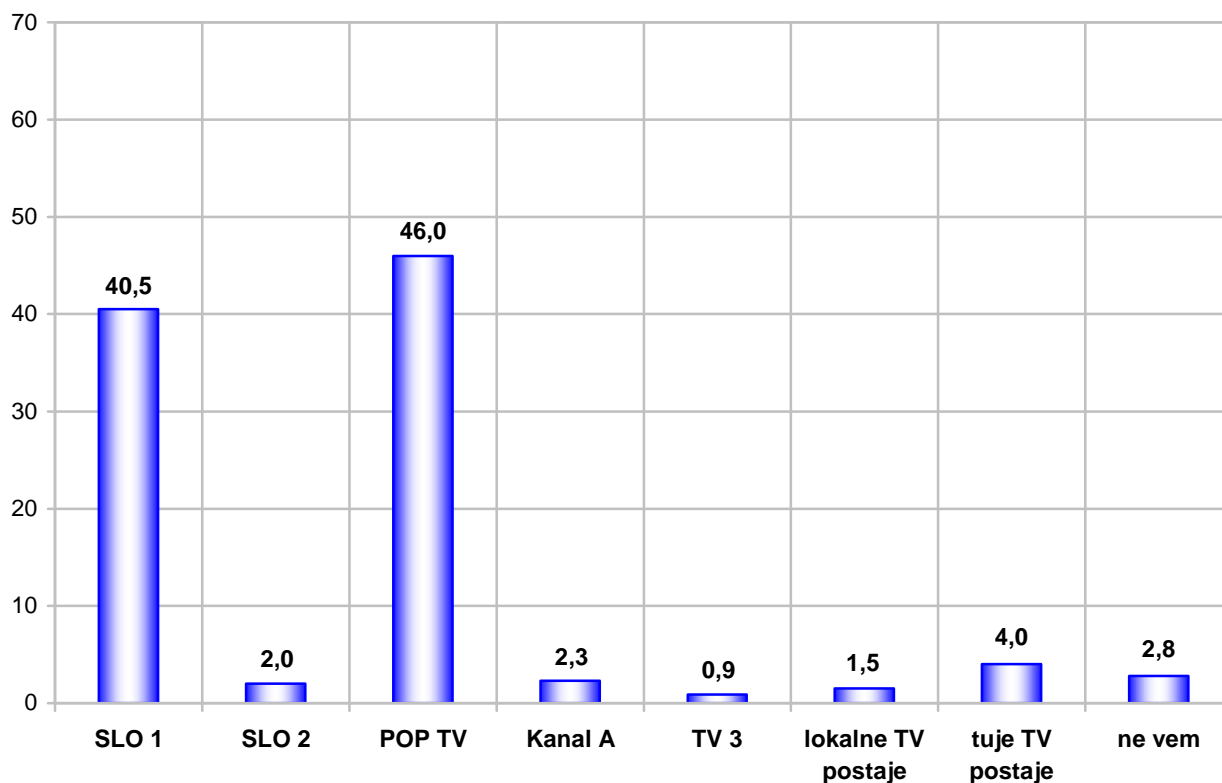
Absolutna večina anketirancev (58,7 %) najpogosteje spremlja televizijo, sledijo tisti, ki najpogosteje spremljajo radio (15,7 %) ter dnevne časopise (13,6 %). Slaba desetina najpogosteje spremlja internet (9,6 %). Med slednjimi nekoliko bolj prevladujejo moški, najmlajši anketiranci, univerzitetno izobraženi, študenti, prebivalci večjih mest in Primorci.

**Ali zaupate bolj javnim ali komercialnim televizijskim postajam? (n=1000)**

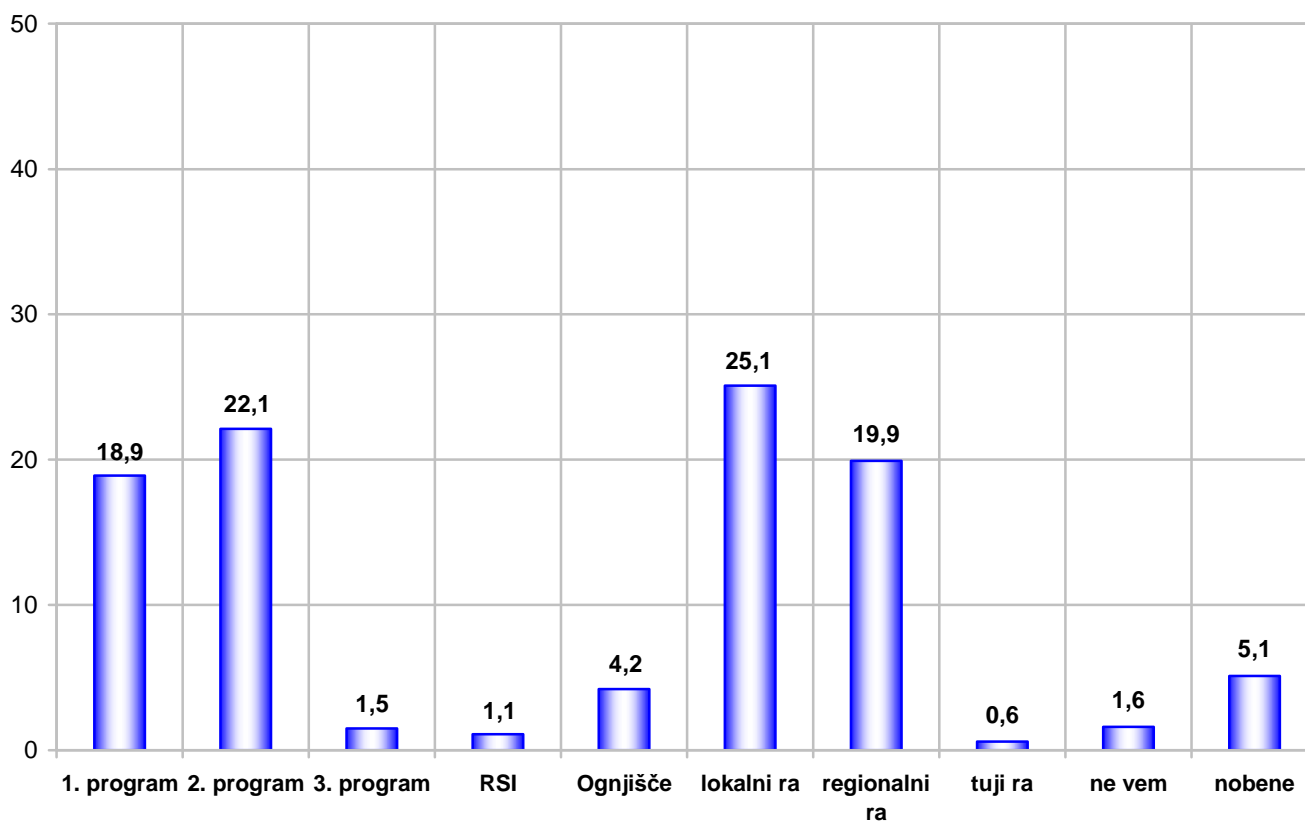
Dobra polovica anketirancev (52,1 %) zaupa bolj javnim televizijam, 31,7 % pa bolj zaupa komercialnim. Komercialnim medijem nekoliko bolj zaupajo ženske, pripadniki srednje generacije, srednješolsko izobraženi, prebivalci največjih mest in prebivalci osrednje Slovenije.

**Ali zaupate bolj javnim ali komercialnim radijskim postajam? (n=1000)**

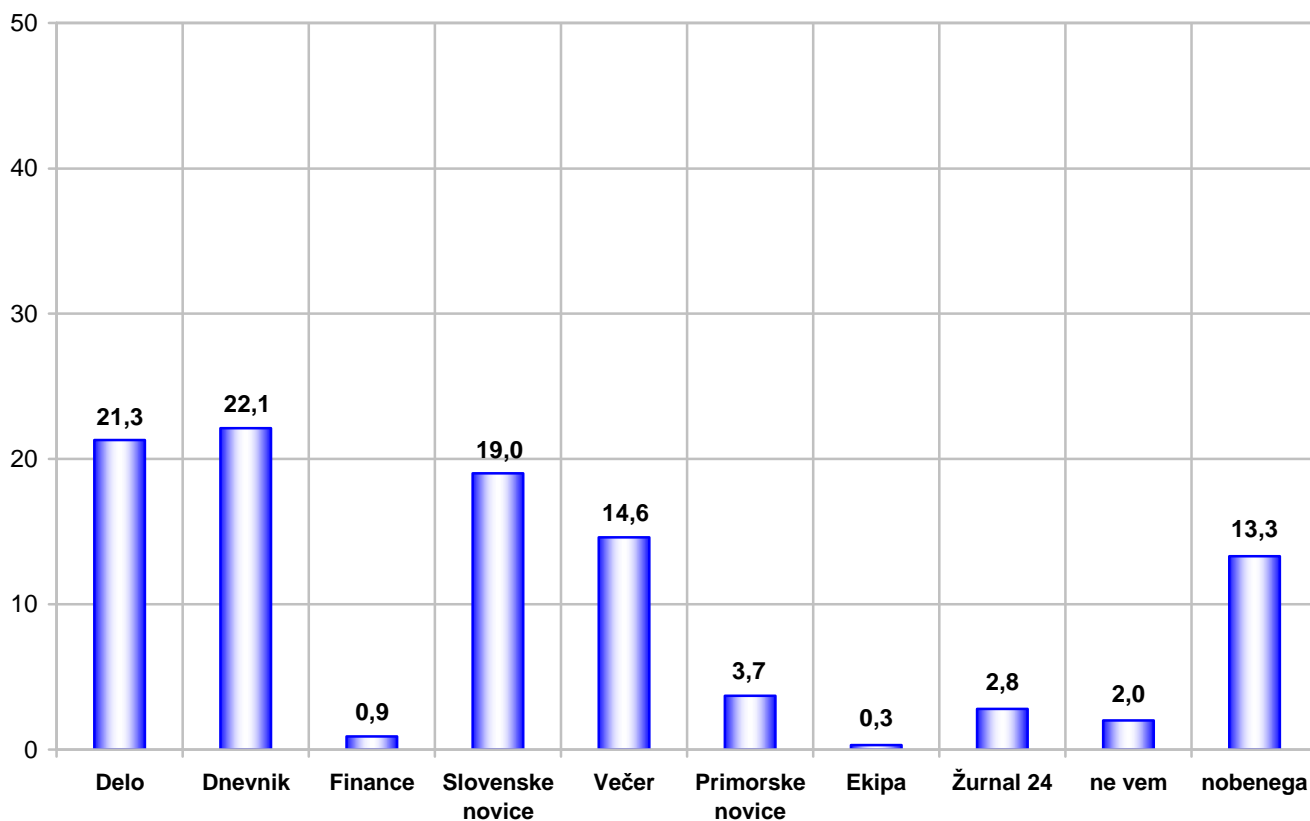
Tudi pri mediju kot je radio, dobra polovica (55,3 %) anketiranih zaupa bolj javnim radijskim postajam. Komercialnim radijskim postajam pa bolj zaupa dobra četrtnina (27,2 %) anketiranih. Med slednjimi nekoliko bolj prevladujejo moški, mlajši anketiranci, srednješolsko izobraženi, zaposleni za določen čas, prebivalci podeželja in prebivalci mariborskega dela Štajerske.

**Katero TV postajo najraje spremljate? (n=1000)**

Največ anketirancev najraje spremlja POP TV (46 %), sledi ji RTV SLO 1 (40,5 %), ostale televizijske postaje pa so zastopane s skromnimi deleži. POP TV nekoliko raje spremljajo predstavnice ženskega spola, predstavniki najmlajše generacije, srednješolsko izobraženi, študenti in Gorenjci. RTV SLO 1 pa raje spremljajo moški, najstarejši, najvišje izobraženi, upokojenci in Primorci.

**Katero radijsko postajo najraje spremljate? (n=1000)**

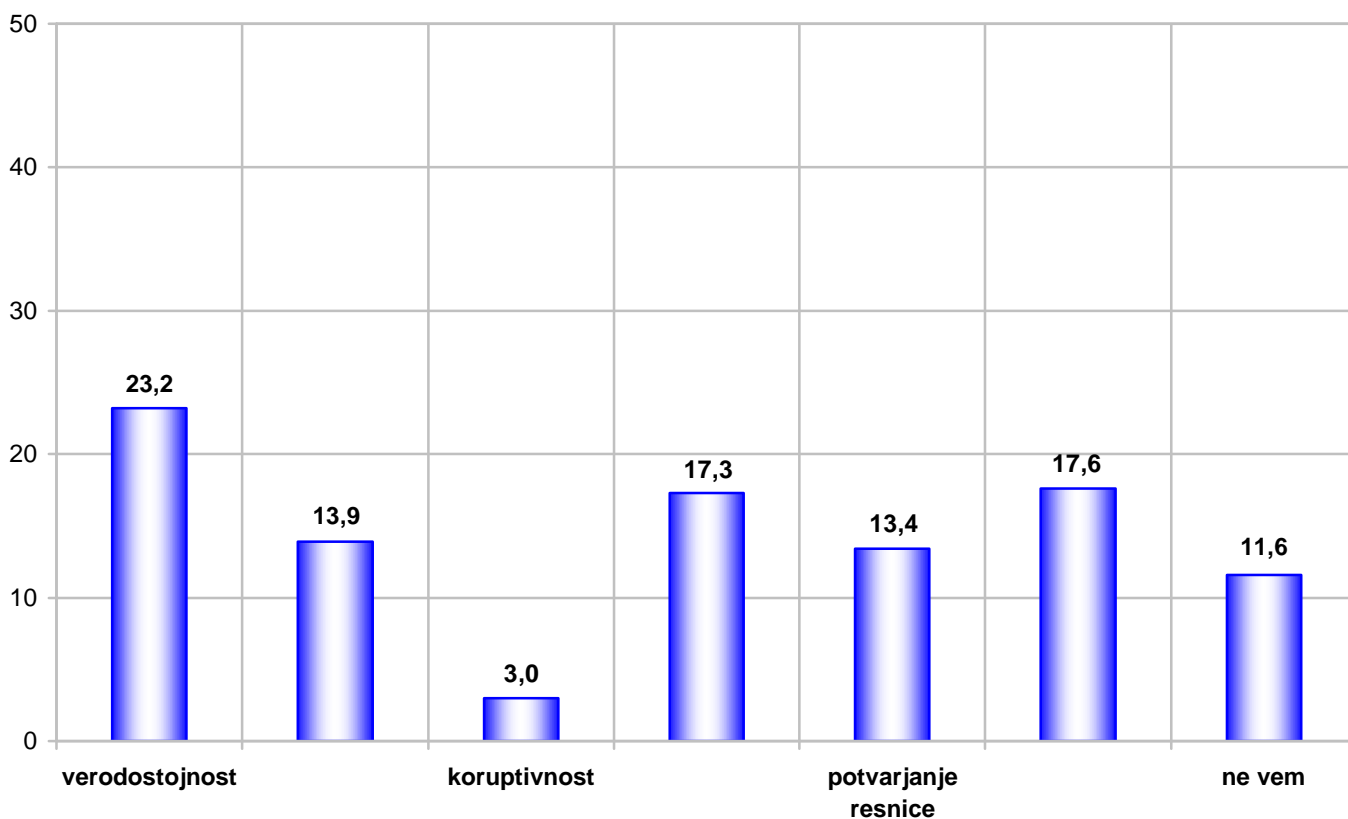
Med nacionalnimi radijskimi postajami anketiranci v najvišjem deležu najraje spremljajo Val 202 (22,1 %), sledi 1. program (18,9 %). Četrtnina (25,1 %) anketirancev najraje spremlja različne lokalne radijske postaje, regionalne pa petina (19,9 %).

**Kateri slovenski dnevni časopis najraje spremljate? (n=1000)**

Med dnevnimi časopisi 22,1 % anketirancev najraje spremlja Dnevnik, z zelo majhno razliko mu sledi Delo (21,3 %), na tretjem mestu pa so Slovenske novice (19 %).



Prosimo, da izmed navedenih lastnosti izberete tisto, ki po vašem mnenju najbolj predstavlja poročanje slovenskih medijev? (n=1000)



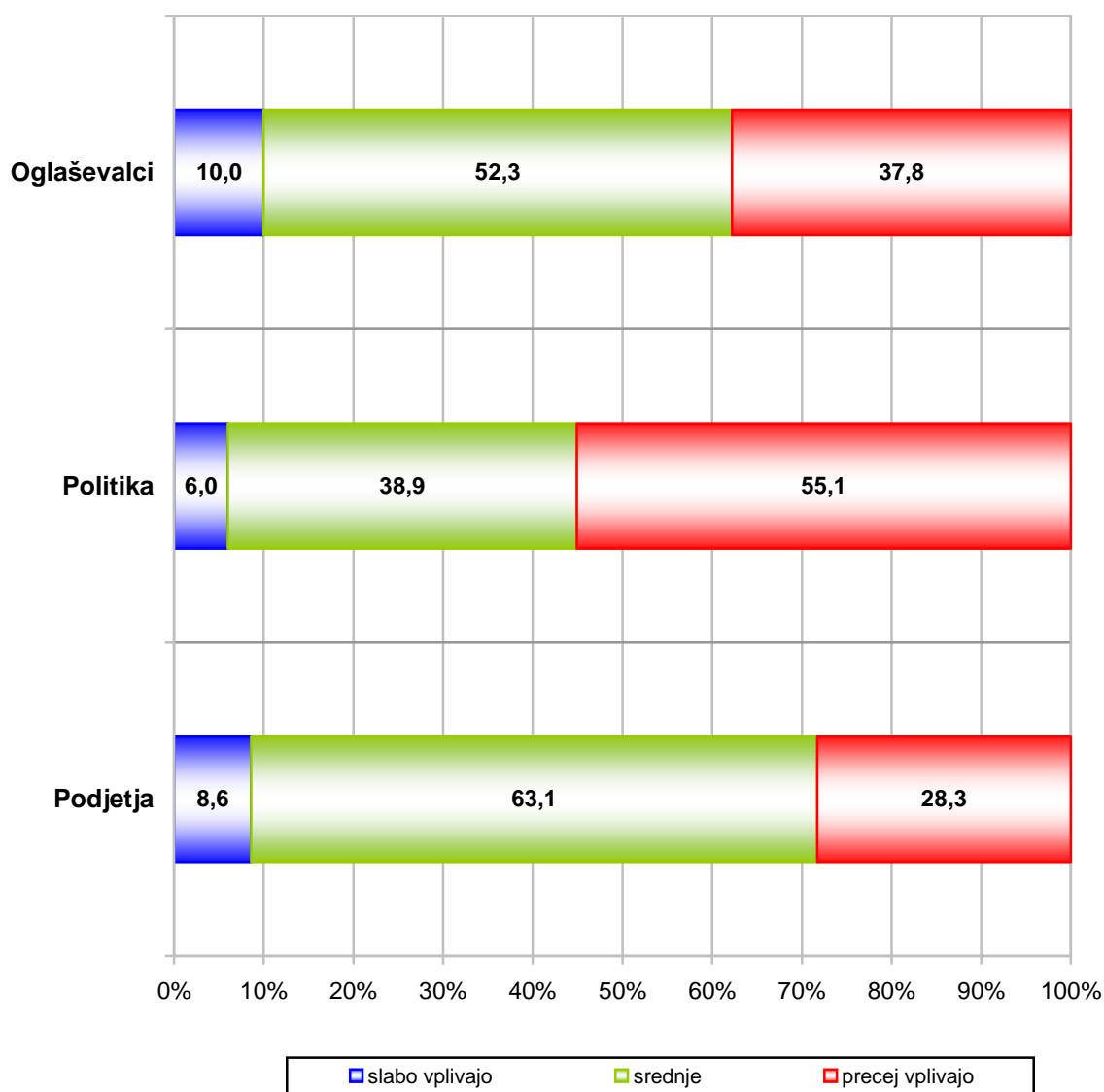
Za slovenske medije je po mnenju največjega dela anketirancev značilna verodostojnost (23,2 %), na drugem mestu pa zloraba moči (17,6 %). Sledijo poštenost (17,3 %), resnicoljubnost (13,9 %) ter potvarjanje resnice (13,4 %). Da je za slovenske medije značilna koruptivnost, menijo trije odstotki anketiranih. Negativne konotacije medijem v nekoliko večji meri pripisujejo moški, mlajši anketiranci, študenti, prebivalci večjih mest in prebivalci osrednje Slovenije.

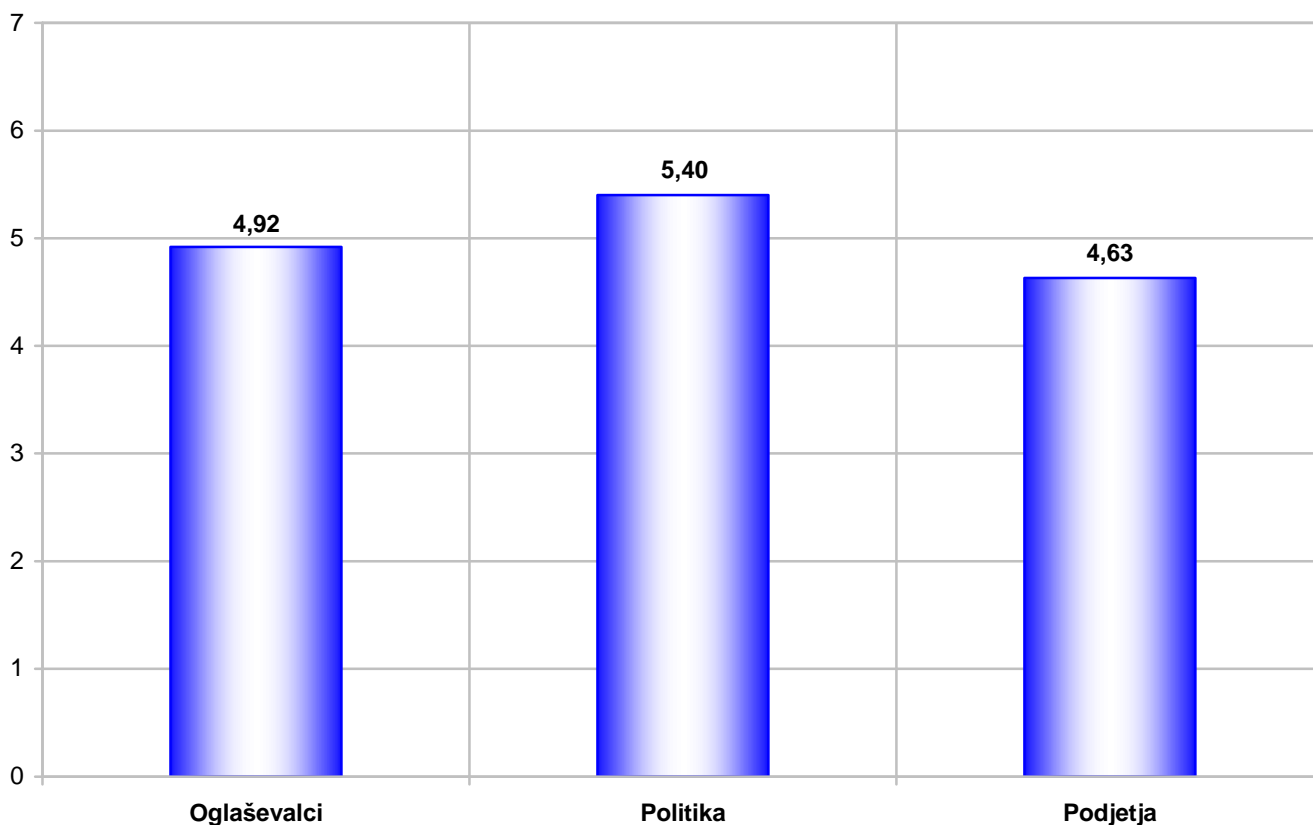


V kolikšni meri po vašem mnenju na delo in poročanje novinarjev vplivajo naslednji centri moči. Ocenite na lestvici od 1 do 7, pri čemer 1 pomeni, da sploh ne vplivajo, 7 pa da na medije zelo vplivajo. (n=1000)

Ocena	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
Center moči									
Oglaševalci	4,9	4,7	7,5	14,0	28,6	17,5	18,7	4,0	4,92
Politika	2,3	3,6	7,5	9,3	21,4	24,3	29,9	1,6	5,40
Podjetja	2,2	6,0	12,4	20,7	27,6	17,2	10,0	3,8	4,63

Graf: Ocena vpliva centrov moči:



**Graf: Primerjava povprečnih ocen vpliva centrov moči**

Na delo in poročanje novinarjev, po mnenju anketirancev najbolj vpliva politika (povprečna ocena vplivanja znaša 5,40), nekoliko manj, a dokaj močno vplivajo tudi oglaševalci (4,92) in podjetja (4,63). Več kot polovica anketirancev pripisuje politiki močan ali zelo močan vpliv na poročanje novinarjev, dobra tretjina podoben vpliv pripisuje oglaševalcem in dobra četrtnina podjetjem. Da politika vpliva na poročanje novinarjev, v nekoliko večji meri navajajo ženske, mlajši anketiranci, višje izobraženi, zaposleni za določen čas, prebivalci večjih mest in Primorci.

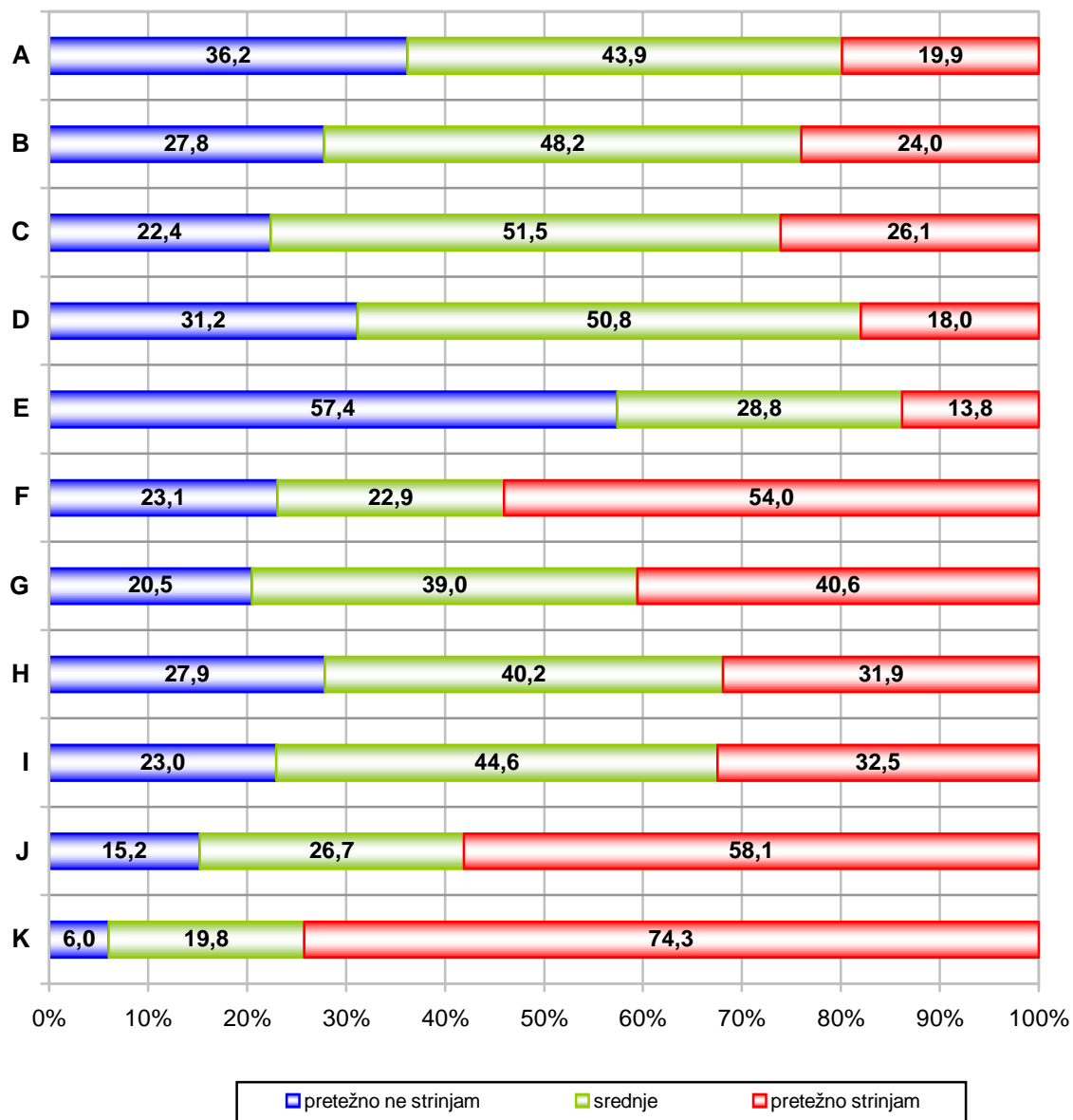


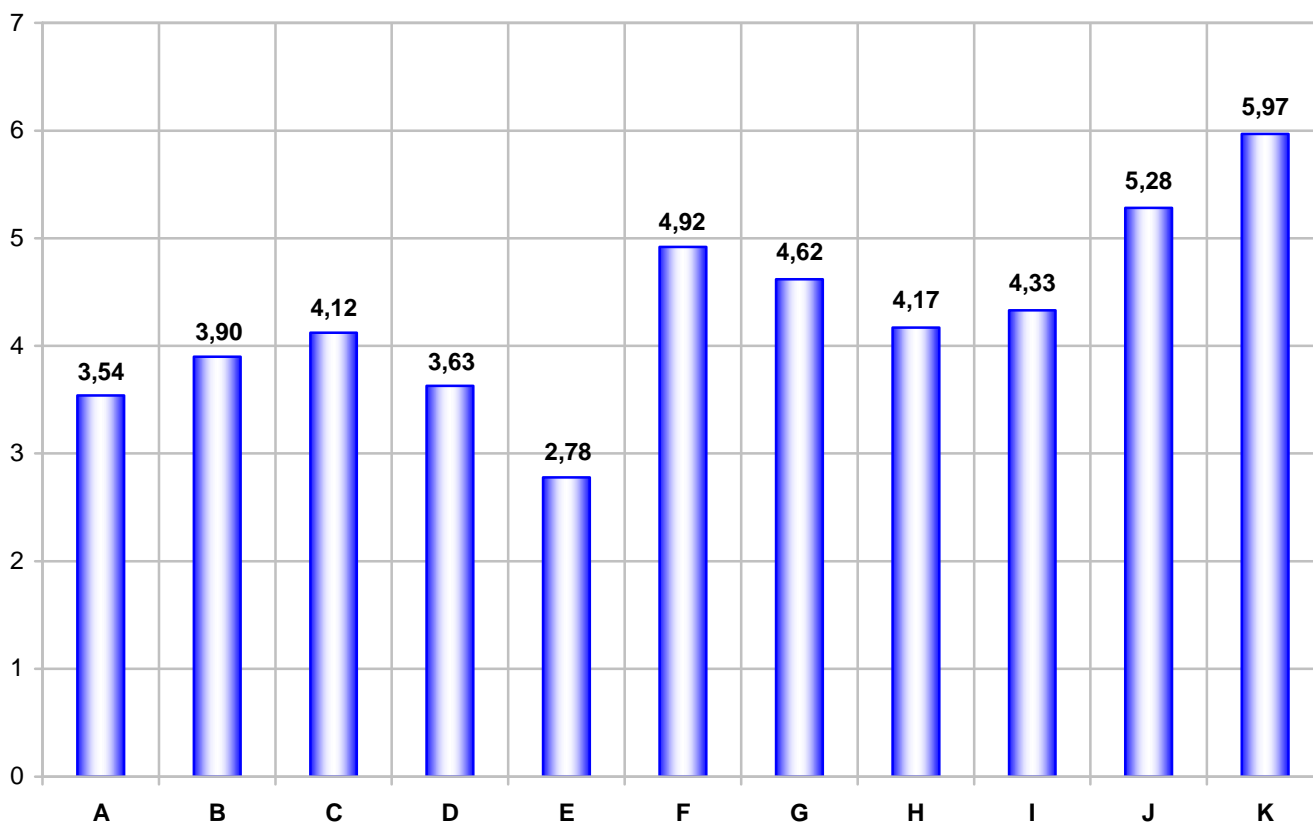
V nadaljevanju vam bomo našteli nekaj trditev. Prosim, da ocenite na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da se s trditvijo sploh ne strinjate, 7 pa, da se trditvijo popolnoma strinjate) vaše strinjanje s trditvami. (n=1000)

Trditve:

- A. Novinarjem politiki, uradniki, podjetja poslovneži, oglaševalci vedno ponudijo denar.
- B. Novinarjem politiki, uradniki, podjetja, poslovneži, oglaševalci vedno ponudijo darila.
- C. Novinarjem politiki, uradniki, podjetja, poslovneži, oglaševalci vedno ponudijo različne usluge- skrajšanje čakalnih vrst, službe po vezah, pridobitev dovoljenj prek vrste ipd, samo zato, ker so novinarji.
- D. Podkupovanje novinarjev je v Sloveniji zelo razširjeno.
- E. Novinar za svoje delo (pisanje, poročanje) lahko sprejme darilo, uslugo ali denar.
- F. Novinarji morajo zavrniti vsakršno darilo, uslugo ali denar.
- G. Ni nujno, da vsako darilo, usluga ali podkupnina vedno vpliva na verodostojnost novinarjevega poročanja.
- H. Sprejemanje denarja in daril, uslug vedno vpliva na verodostojnost novinarjevega poročanja.
- I. Med slovenskimi novinarji so tudi takšni, ki za svoje poročanje jemljejo denar ali nagrade.
- J. Novinarski prispevek ne sme biti povezan z oglasi.
- K. Če novinar za objektivno poročanje nujno potrebuje vzorce izdelkov, izposojo le-teh ali storitve ali usluge, naj jih porablja po določenih pravilih in jih po opravljenem delu takoj vrne.

Trditev \ Ocena	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
A	21,4	13,3	14,4	13,7	13,9	9,5	9,5	4,3	3,54
B	12,7	13,3	15,3	13,6	16,1	12,5	9,9	6,5	3,90
C	11,5	9,7	15,7	14,6	18,4	11,5	13,1	5,4	4,12
D	13,6	15,2	19,3	13,1	14,3	8,0	8,5	8,1	3,63
E	39,3	16,5	11,8	6,7	9,4	5,2	8,2	2,8	2,78
F	12,7	9,9	8,5	7,0	6,9	8,7	44,1	2,2	4,92
G	10,9	8,7	10,3	11,0	16,0	12,8	26,0	4,4	4,62
H	16,1	10,4	10,6	12,4	15,3	10,5	19,8	4,9	4,17
I	8,0	11,9	12,2	12,3	14,3	9,6	18,6	13,1	4,33
J	6,4	8,0	7,8	7,7	9,6	10,4	44,4	5,7	5,28
K	2,5	3,3	4,7	5,1	9,2	15,3	56,3	3,5	5,97

Graf: Ocena strinjanja s trditvijo

**Graf: Primerjava povprečnih ocen strinjanja s trditvijo**

Anketiranci se v najvišji meri strinjajo s trditvijo, da če novinar za objektivno poročanje nujno potrebuje vzorce izdelkov, izposojo le-teh ali storitve ali usluge, naj jih porablja po določenih pravilih in jih po opravljenem delu takoj vrne (povprečna ocena strinjanja s trditvijo znaša 5,97). Sledi strinjanje s trditvijo, da novinarski prispevek ne sme biti povezan z oglasi (povprečna ocena znaša 5,28). Anketiranci relativno visoko soglašajo tudi s trditvijo, da ni nujno, da vsako darilo, usluga ali podkupnina vedno vpliva na verodostojnost novinarjevega poročanja (4,92). Anketiranci pa se v najnižji meri strinjajo s trditvijo, da novinar za svoje delo (pisanje, poročanje) lahko sprejme darilo, uslugo ali denar (povprečna ocena strinjanja znaša 2,78).

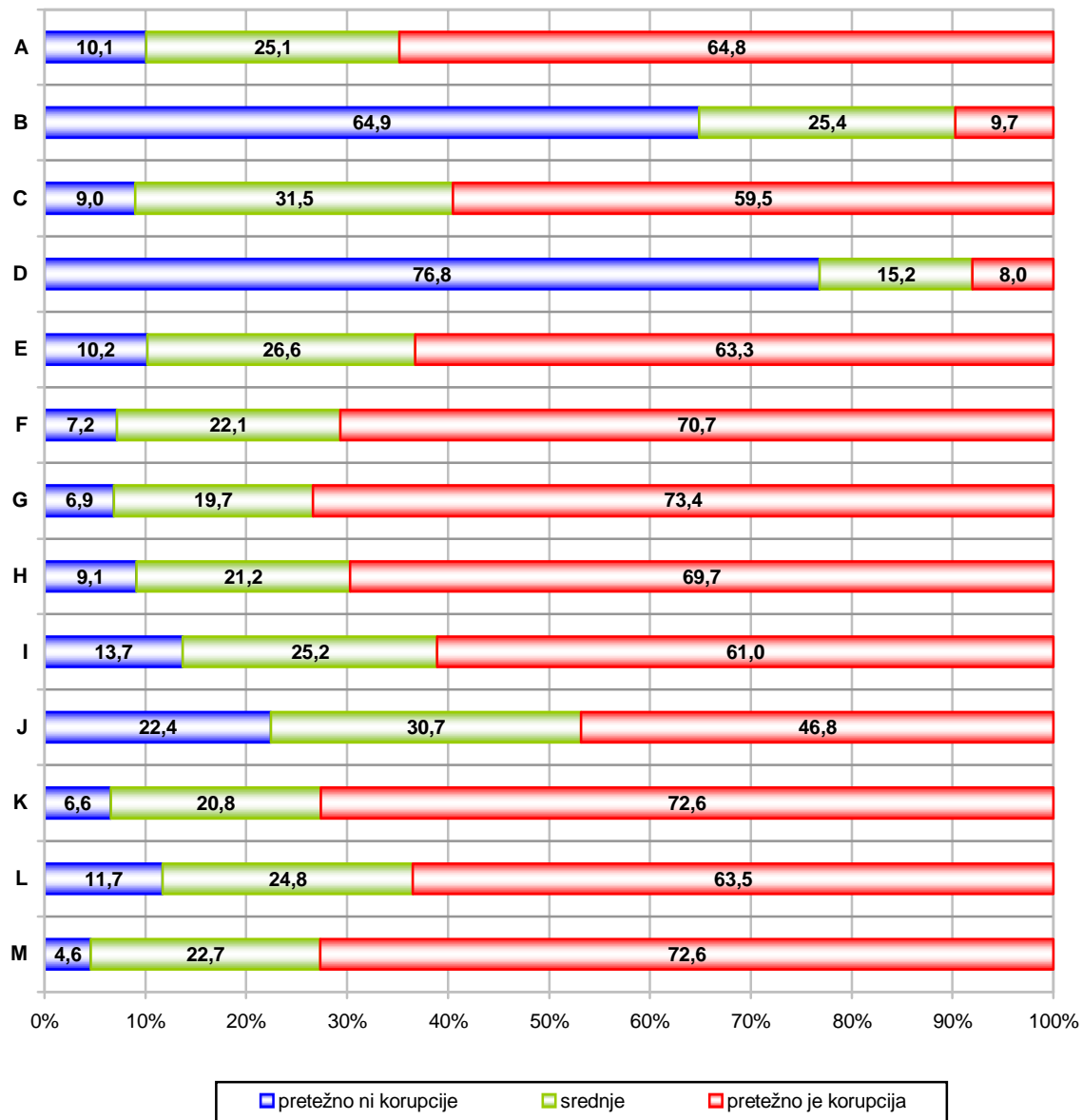


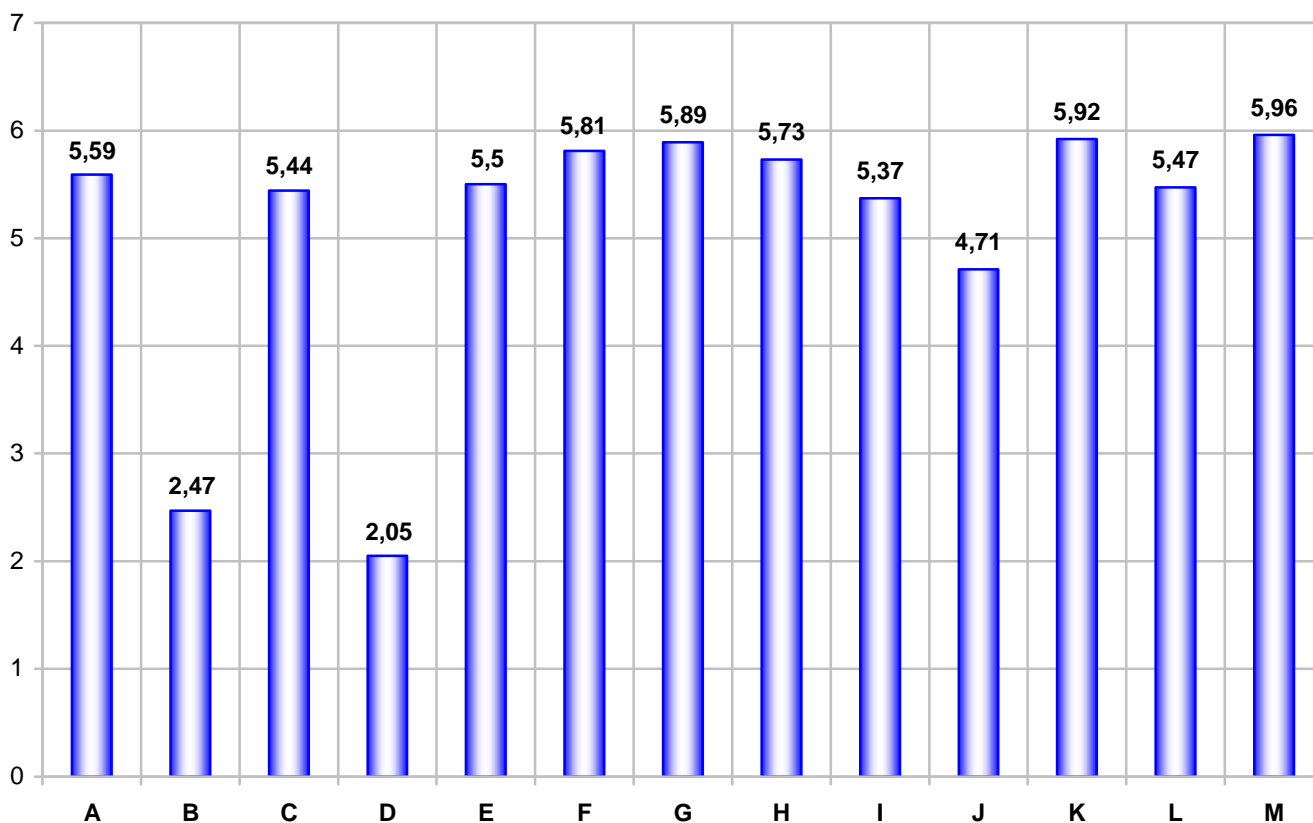
Podkupnine so prisotne tudi v medijih. Našteli vam bomo situacije, ki bi se lahko predstavljale kot dajanje podkupnine novinarjem. Prosimo, da za vsako situacijo posebej ocenite na lestvici od 1 do 7, v kolikšni meri bi bila lahko koruptivna situacija. 1 pomeni, da ni korupcije, 7 pa, da je korupcija. (n=1000)

Situacije:

- A. Direktor velikega podjetja, ki večinsko oglašuje v mediju, povabi novinarja in urednika na potovanje.
- B. Darila manjših vrednosti, ki jih podjetja razdelijo na novinarskih konferencah - priložnostna manjša darila (majice, podloga za miško, pisala).
- C. Darila večjih vrednosti, ki jih podjetja ponudijo novinarjem/kam (enciklopedije, knjige, računalniki, telefoni, računalniška oprema, paketi zavarovanja, potovanja, vstopnice za koncert in prireditve).
- D. Povabilo na kavo.
- E. Lastnik podjetja ponudi novinarju/ki brezplačno daljšo oziroma neomejeno uporabo njihovega proizvoda (avto, telefon, računalnik,...).
- F. Lastnik trgovine ponudi novinarju/ki visok popust pri nakupu blaga, ali storitve v zameno pa mu novinar/ka ali urednik/ca zagotovi objavo prispevka ali članka o trgovini, blagu ali storitvi.
- G. Lastnik smučišča ponudi novinarju/ki enoletno vstopnico za uporabo vseh kapacitet, tudi hotelskih.
- H. Edini proizvajalec avtomobilov v državi ponudi popust pri nakupu osebnega vozila vsem novinarjem/kam, ki poročajo o konfliktu med delavci v tem podjetju in vodstvom.
- I. Novinar/ka odpotuje na mednarodni seminar podjetja, vse stroške bivanja, hrane in dnevnice krije organizator in tega v prispevku ne omeni.
- J. Politik povabi novinarja/ko na neformalna družabna srečanja k sebi domov.
- K. Obljuba službe novinarju/ki ali članom njegove/ njene družine.
- L. Novinar/ka pride v avtosalon in zahteva testno vozilo za teden dni skupaj z gorivom.
- M. Funkcionar ponudi informacije v zameno za svoj pozitivni image v medijih tega novinarja.

Situacija \ Ocena	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
A	5,8	4,2	5,1	7,8	11,8	16,0	47,7	1,6	5,59
B	44,8	19,7	10,6	7,0	7,7	4,2	5,4	0,7	2,47
C	4,3	4,6	6,7	8,9	15,5	20,7	38,2	1,0	5,44
D	59,5	16,8	7,5	3,5	4,1	2,4	5,6	0,7	2,05
E	5,1	4,9	5,5	8,6	12,1	20,4	42,1	1,2	5,50
F	3,6	3,5	4,2	6,8	10,6	19,5	50,0	1,8	5,81
G	3,6	3,2	4,4	5,7	9,2	18,4	53,7	1,7	5,89
H	5,2	3,6	4,8	5,2	10,5	17,4	50,0	3,2	5,73
I	6,9	6,3	5,9	7,3	11,1	16,1	42,5	3,8	5,37
J	10,9	11,1	9,6	9,4	11,1	14,8	31,1	1,9	4,71
K	3,0	3,5	4,6	5,3	10,4	15,3	55,5	2,5	5,92
L	6,6	4,7	5,3	7,3	11,2	18,6	42,5	3,7	5,47
M	1,9	2,5	3,7	6,4	11,7	17,7	52,2	3,7	5,96

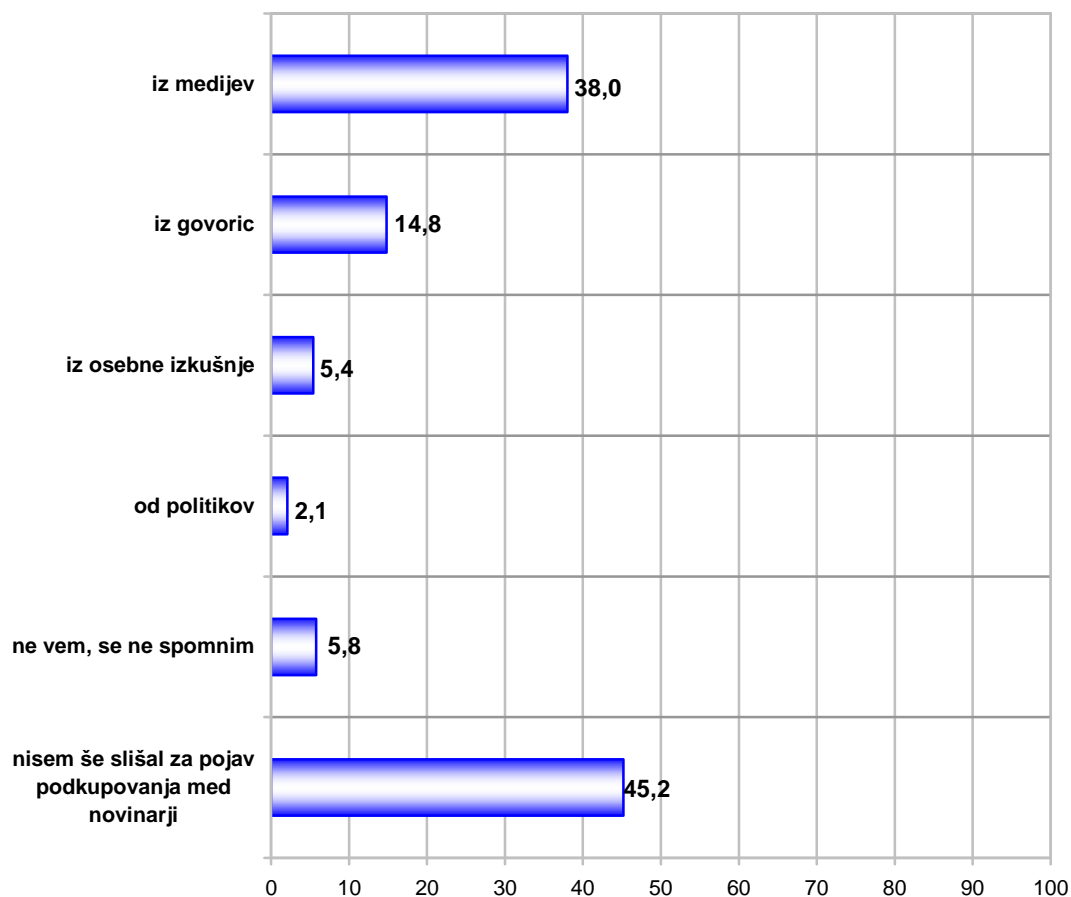
Graf: Ocena koruptivnosti situacije

**Graf: Primerjava povprečnih ocen koruptivnosti situacije**

Z izjemo situacije povabila na kavo (povprečna ocena koruptivnosti situacije znaša 2,05) in situacije prejemanja daril manjših vrednosti, ki jih podjetja razdelijo na novinarskih konferencah - priložnostna manjša darila (povprečna ocena znaša 2,47), so anketiranci vse ostale navedene situacije ocenili kot dokaj sporne glede koruptivnosti. Tako so kot najbolj koruptivno situacijo anketiranci ocenili situacijo, ko funkcionar ponudi informacije v zameno za svoj pozitivni image v mediju nekega novinarja (povprečna ocena znaša 5,96) ter situacijo obljube službe novinarju/ki ali članom njegove/njene družine (5,92).



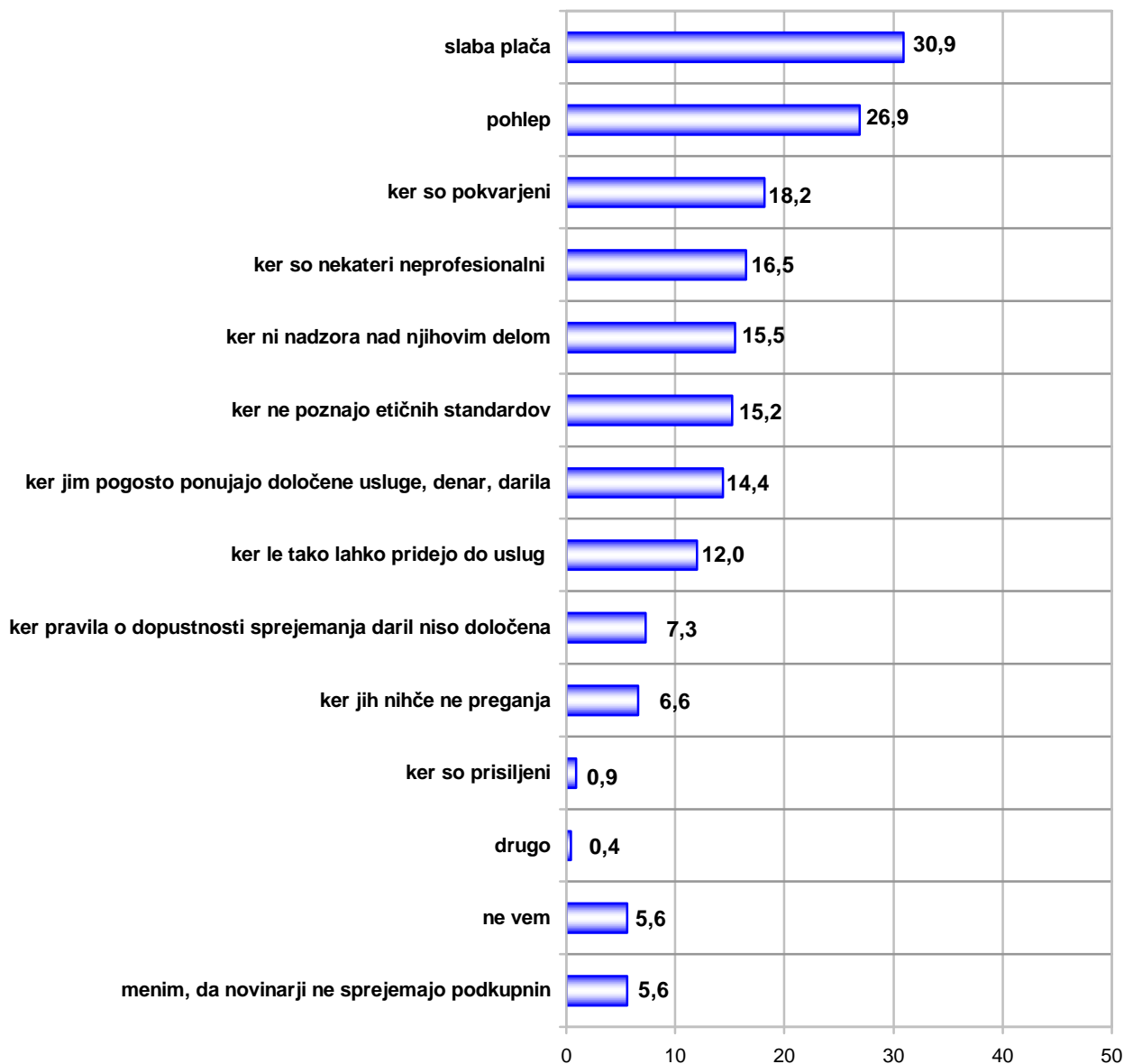
V primeru, da ste slišali oz. ste že sami imeli kakšno osebno izkušnjo s podkupovanjem novinarjev nam prosimo navedite, kje ste izvedeli za pojav podkupovanja med novinarji oziroma v medijih? (n=1000)



Skoraj polovica anketirancev (45,2 %) še ni slišala za pojav podkupovanja med novinarji, sicer pa so najvišji delež navedb (38 %) anketiranci pripisali medijem, 14,8 % govoricam, 5,4 % pa osebnim izkušnjam.



Zakaj menite, da novinarji v glavnem sploh sprejemajo podkupnine? (n=1000)

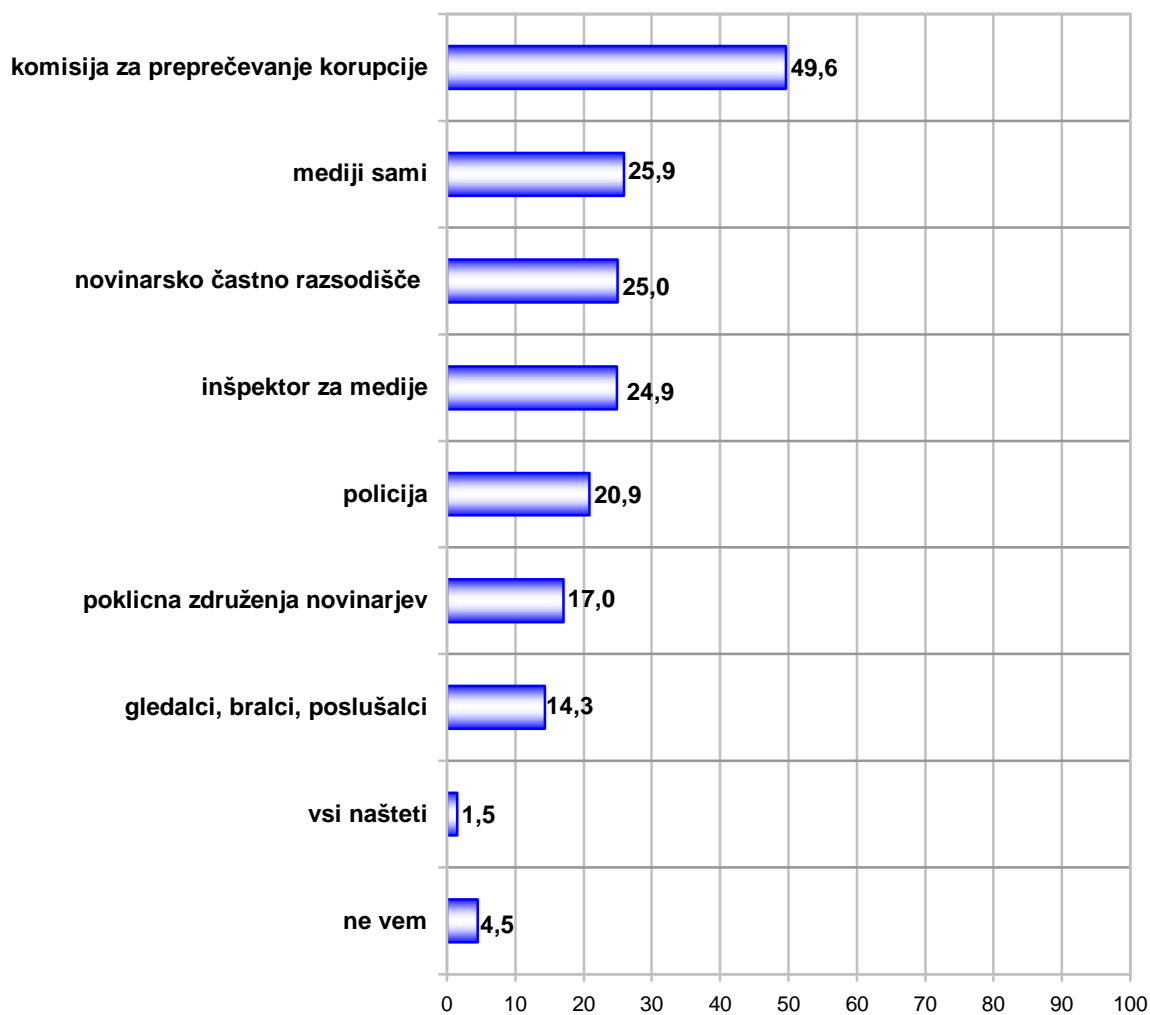


* Pod drugo so anketirani še navedli: lepo, da sprejmejo, ker se jim izmenjava daril ne zdi podkupnina, ker so tako vzgojeni, odvisno od narave človeka, so nadzorovani s strani vodstva.

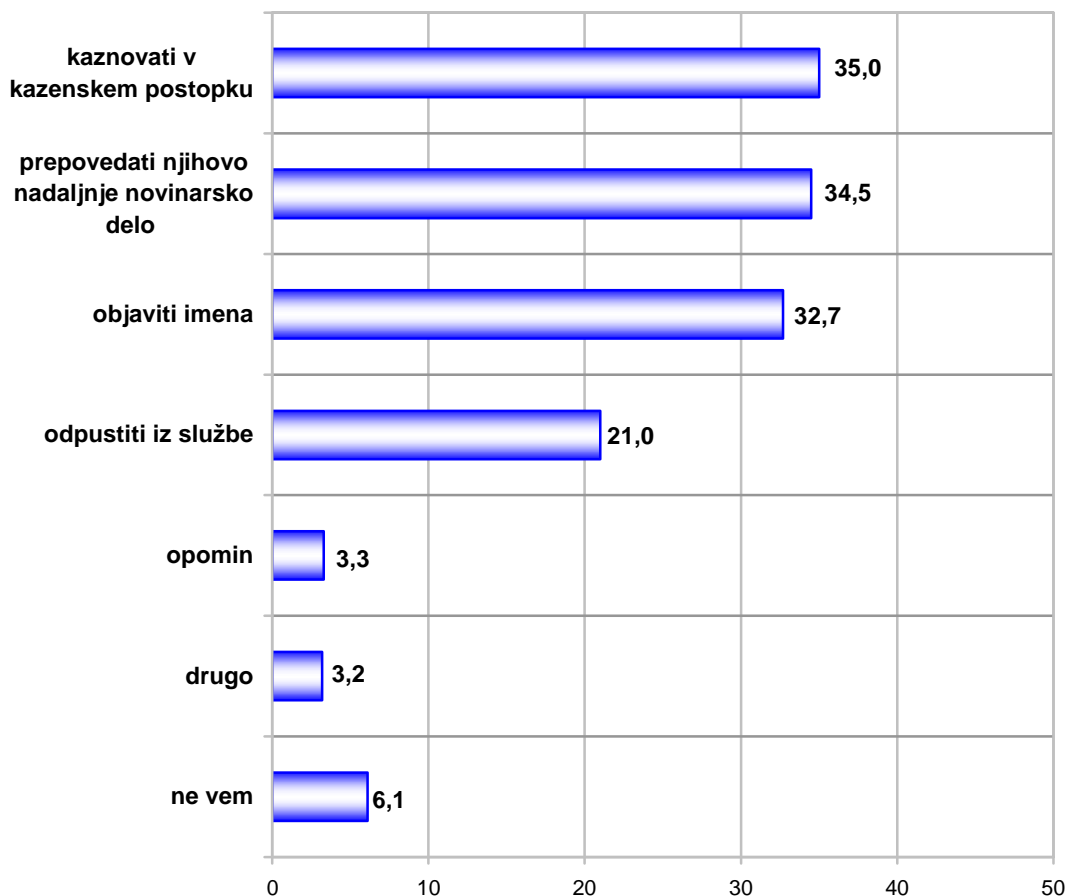
Razlogi, zakaj novinarji sploh prejemajo podkupnine, so po mnenju anketirancev v slabih plačah (30,9 % vseh navedb), pohlepu (26,9 %), njihovi pokvarjenosti (18,2 %), neprofesionalnosti (15, %), pomanjkanju nadzora nad njihovim delom (15,5 %), nepoznavanju etičnih standardov (15,2 %) ter dejstvu, da jim pogosto ponujajo določene usluge, darila ali denar (14,4 %).



Kdo bi moral po vašem mnenju odkrivati korupcijo oz. podkupovanje v medijih oz. novinarstvu? (n=1000)



Korupcijo oz. podkupovanje v medijih oz. novinarstvu bi morala po mnenju anketiranih v prvi vrsti odkrivati Komisija za preprečevanje korupcije (49,6 %), sledjo navedbe, da bi to morali početi mediji sami (25,9 %), Novinarsko častno razsodišče (25 %) ter inšpektor za medije (24,9 %).

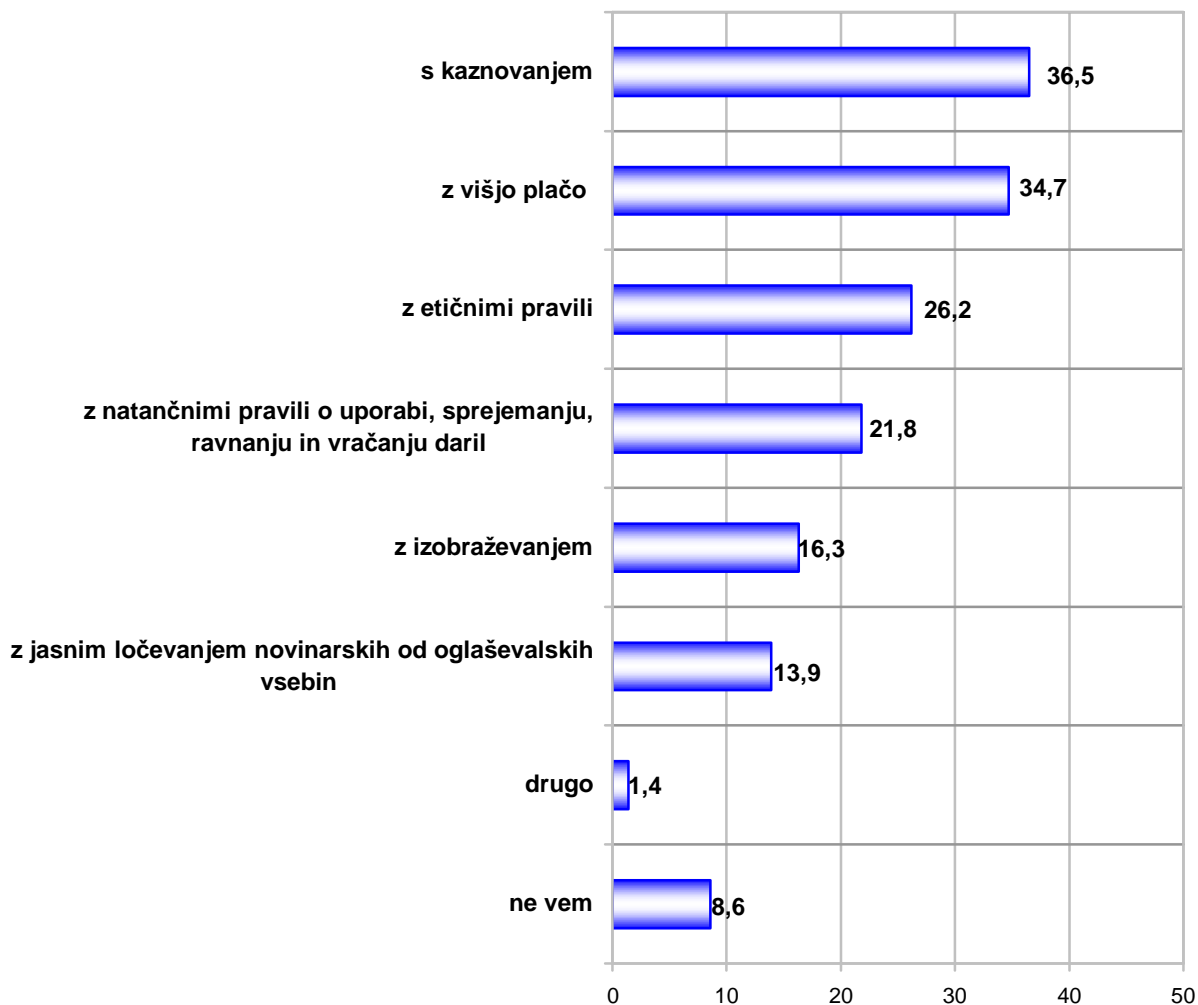
**Kaj bi morali po vašem mnenju storiti z novinarji, ki sprejemajo podkupnino? (n=1000)**

* Pod drugo so anketirani še navedli: odvisno od teže korupcije (7x); drugo delovno mesto (3x); znižanje plače (2x); bralci bi morali zaznati sami in ne bi smeli več spremljati teh medijev; dati jim možnost poboljšanja, vsak človek ima to pravico; etična odgovornost; izobraževanje; nagraditi; ne bi smeli dobivati finančnih dodatkov, znižati položaj; nič; nič, saj ne koristi; odgovarjati pred združenjem novinarjev; omejitev dela; opozoriti jih najprej; pod kontrolo dati; poplačati škodo, ki jo napravi; povišati plačo; prevzgoja; vse naštetu, odvisno od primera; vzgajati v poštenosti; začasno prepovedati delo v novinarstvu.

Anketiranci z najvišjim deležem navedb menijo, da bi morali novinarje, ki sprejmejo podkupnino kaznovati v kazenskem postopku (35 %), sledi prepoved nadaljnega novinarskega dela (34,5 %) ter objava njihova imena (32,7 %).



Na kakšen način bi lahko po vašem mnenju omejili ali preprečili podkupovanje novinarjev? (n=1000)

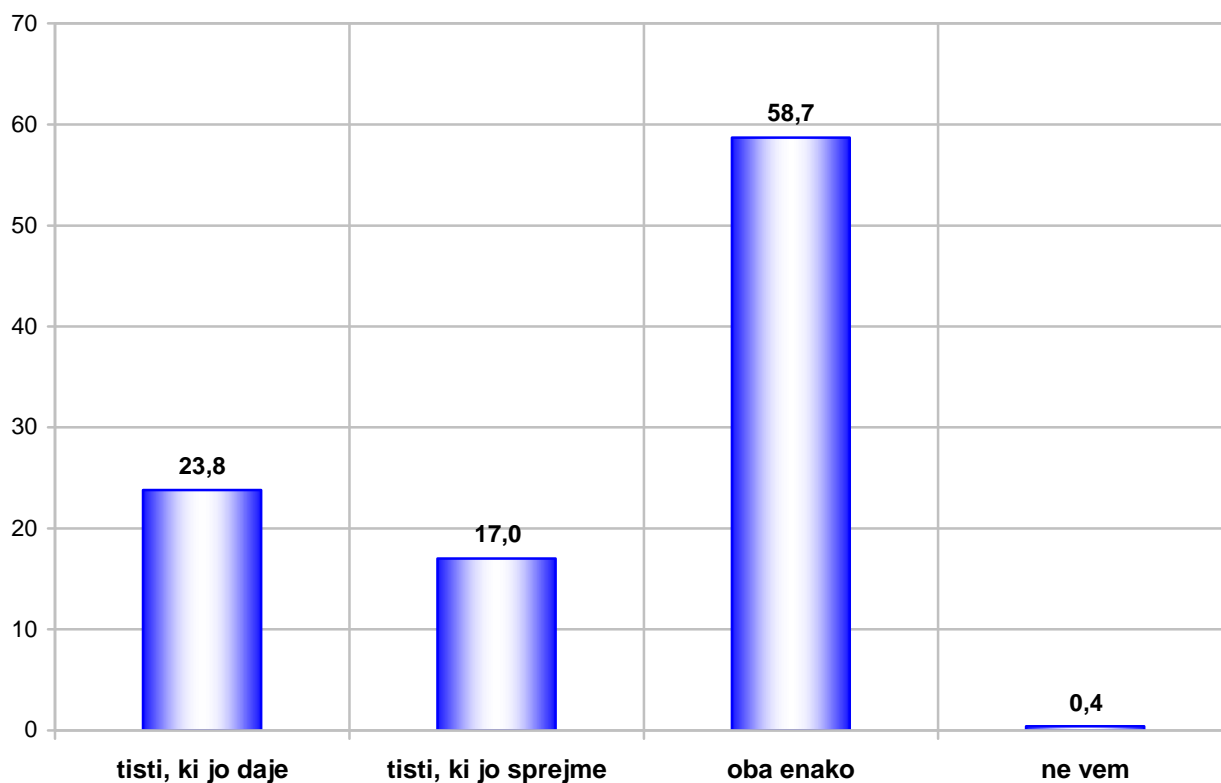


* Pod drugo so anketirani še navedli: ni mogoče preprečiti korupcije (5x); nadzor (2x); opozorila (2x); svoboda novinarjev (2x); boljši delovni pogoji; s prispevki; uravnotežiti medijski prostor.

Da bi lahko omejili ali preprečili podkupovanje novinarjev, so anketirani z najvišjim deležem navedb izbrali kaznovanje (36,4%), na drugem mestu pa predlagajo zvišanje plače novinarjem (34,7 %).



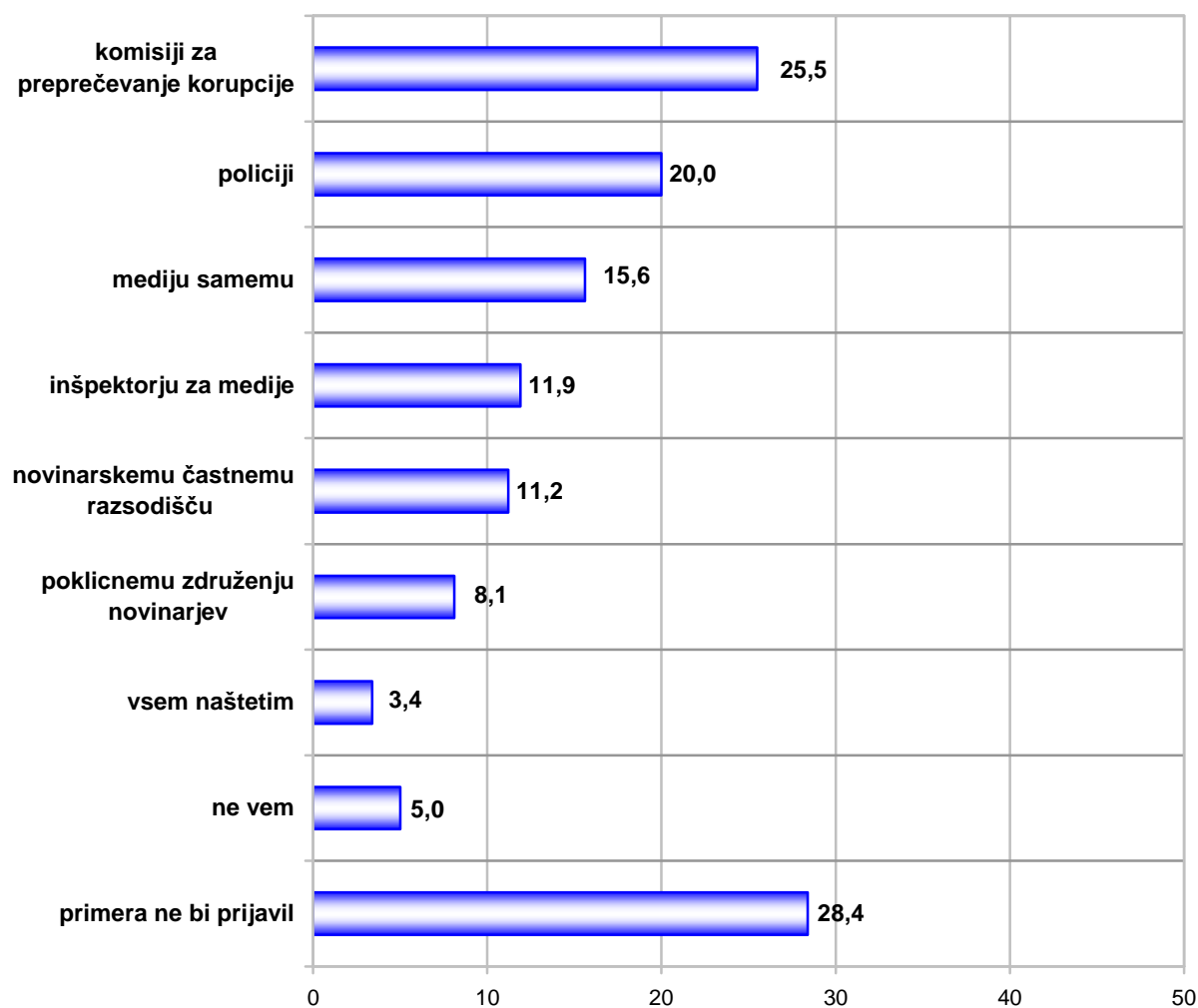
Kdo je po vašem mnenju bolj kriv: tisti, ki podkupnino daje ali tisti, ki podkupnino sprejme? (n=1000)



Največ anketirancev (58,7 %) meni, da sta za podkupovanje odgovorna tako tisti, ki podkupnino daje kot tisti, ki podkupnino sprejme. Slaba petina (23,8 %), se je opredelila, da je bolj odgovoren tisti, ki podkupnino daje, da je pa bolj odgovoren tisti, ki podkupnino sprejme, meni 17 % anketiranih.



Če bi izvedeli za primer korupcije oz. podkupovanja med novinarji, komu bi primer korupcije prijavili? (n=1000)

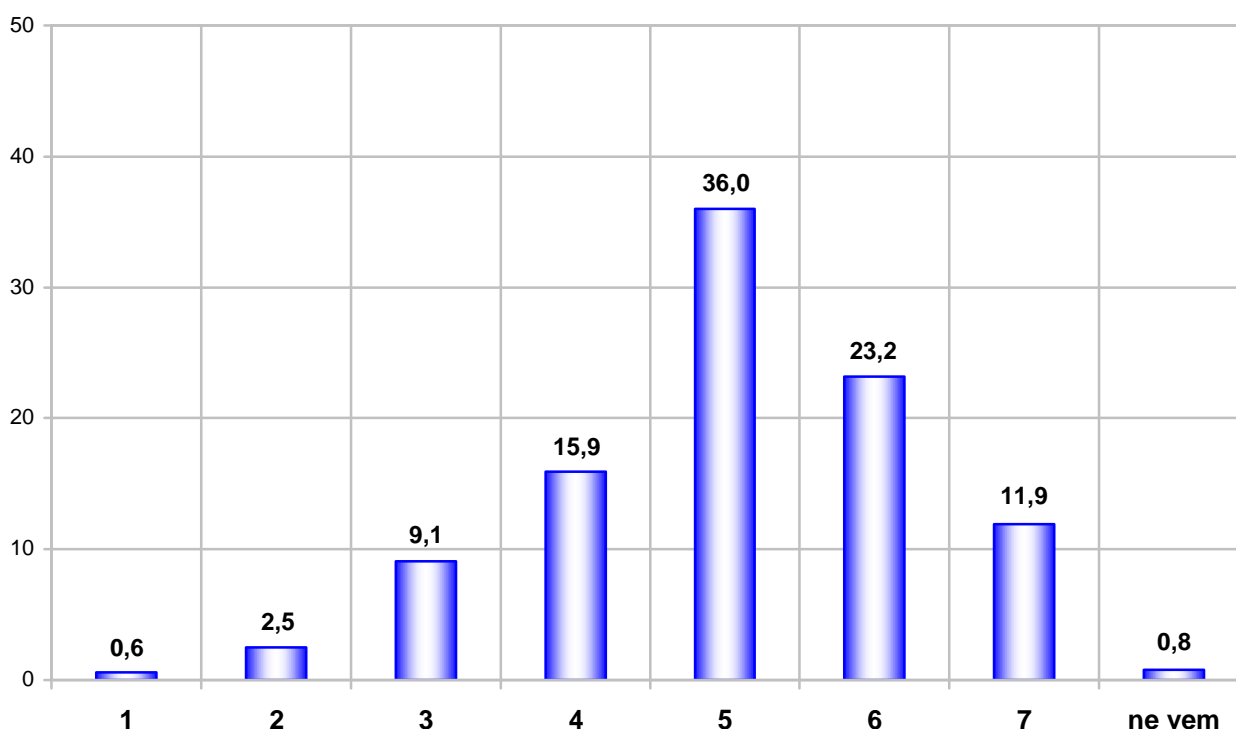


V primeru, da bi izvedeli za primer korupcije oz. podkupovanja med novinarji, bi anketiranci z najvišjim deležem navedb (25,5 %), primer prijavili Komisiji za preprečevanje korupcije, sledijo še prijava policiji (20 %) ter prijava mediju, v katerem deluje (15,6 %). Primera korupcije med novinarji sploh ne bi prijavilo 28,4 % anketirancev.

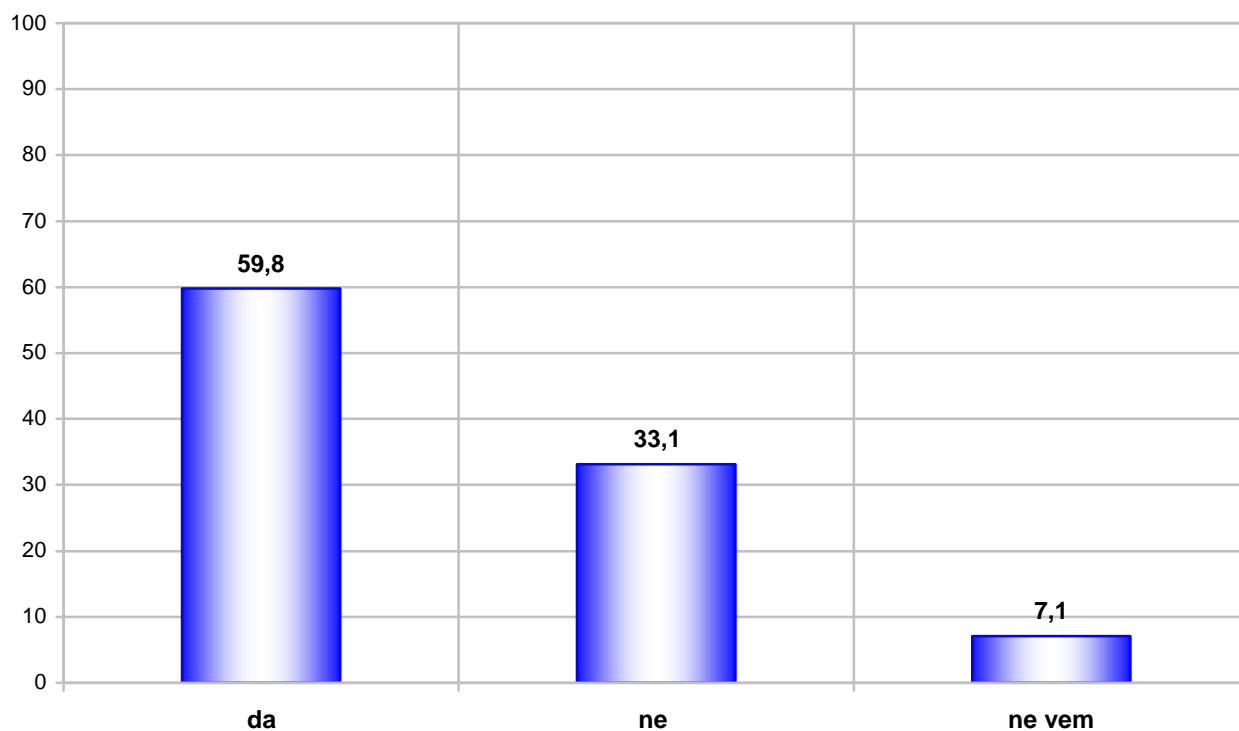


3.2. SPLETNA RAZISKAVA MED SLOVENSKIMI NOVINARJI

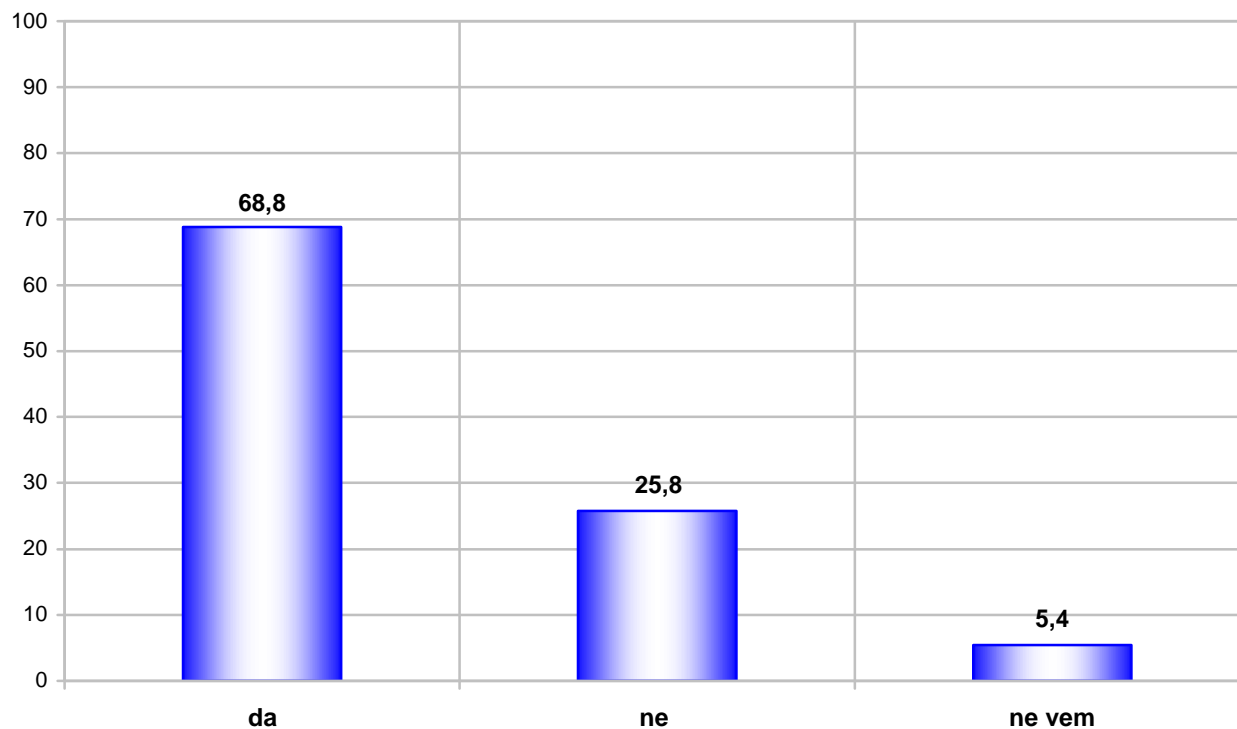
Prosimo, da na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da je problem zelo majhen, 7 pa, da je problem zelo velik) ocenite, kako velik problem je po vašem mnenju korupcija v Sloveniji. (n=353)



Povprečna ocena problema korupcije v Sloveniji znaša 5,03. Korupcija v Sloveniji je, po mnenju anketiranih novinarjev, relativno velik problem. Tako ga 3,1 % ocenjuje kot zelo majhen ali majhen ter dobra tretjina (35,1 %) kot velik ali zelo velik problem. Da je korupcija relativno velik problem, meni nekoliko več žensk, anketirancev v starostni skupini od 36 do 50 let, višje in visoko izobraženih, takšnih, ki opravljajo tako delo novinarja kot tudi urednika ter tistih, ki pri svojem pisanju pokrivajo področje kulture in prostega časa.

**Ali menite, da je korupcija neizbežen del slovenske družbe? (n=353)**

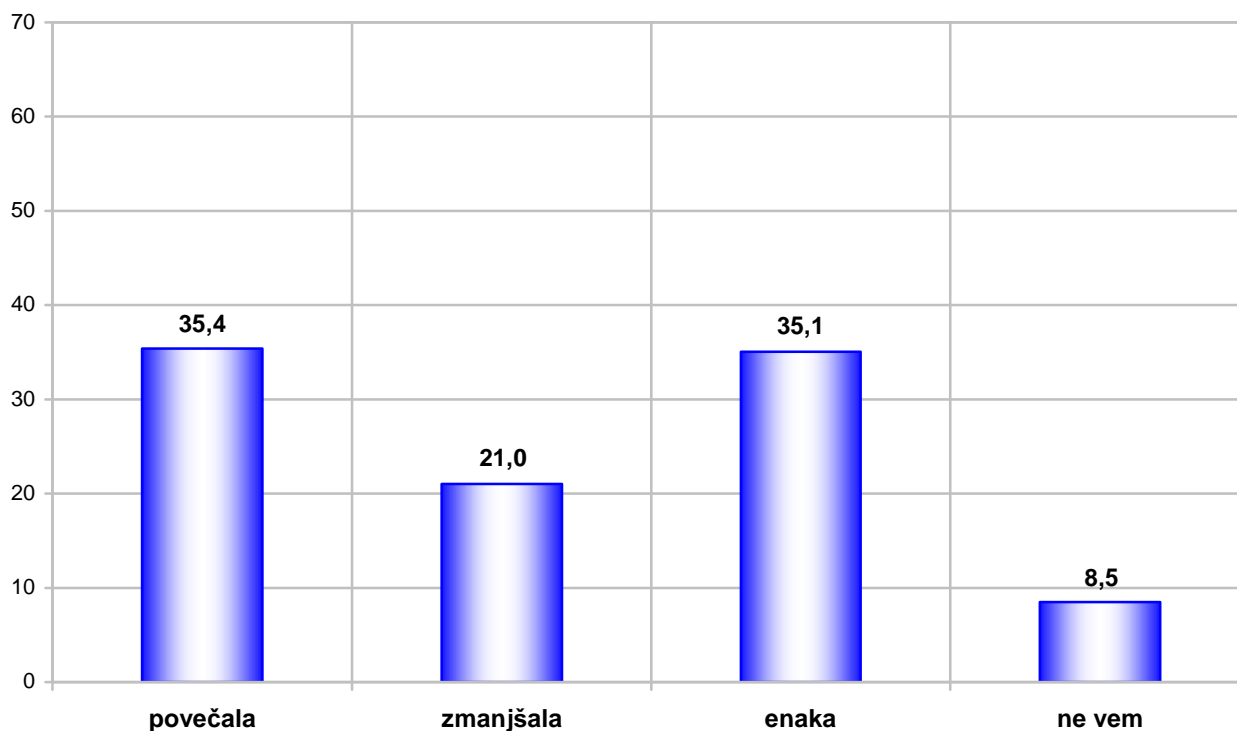
Da je korupcija neizbežen del slovenske družbe, je pritrdilno odgovorilo 59,8 % anketiranih. Med njimi nekoliko bolj izstopajo moški, pripadniki srednje generacije, višje in visoko izobraženi, ki opravljajo uredniško funkcijo, z delovno dobo 10 do 20 let ter tisti, ki delo opravljajo v večjem komercialnem mediju.

**Ali menite, da je korupcija neizbežen del svetovne družbe? (n=353)**

Da je korupcija neizbežen del svetovne družbe je pritrdilno odgovorilo 68,8 % anketiranih novinarjev. Med njimi je nekoliko višji delež pripadnikov srednje generacije, nižje izobraženih ter honorarno zaposlenih.



Ali menite, da se bo stopnja korupcije v Sloveniji v prihodnjih letih povečala ali zmanjšala? (n=353)

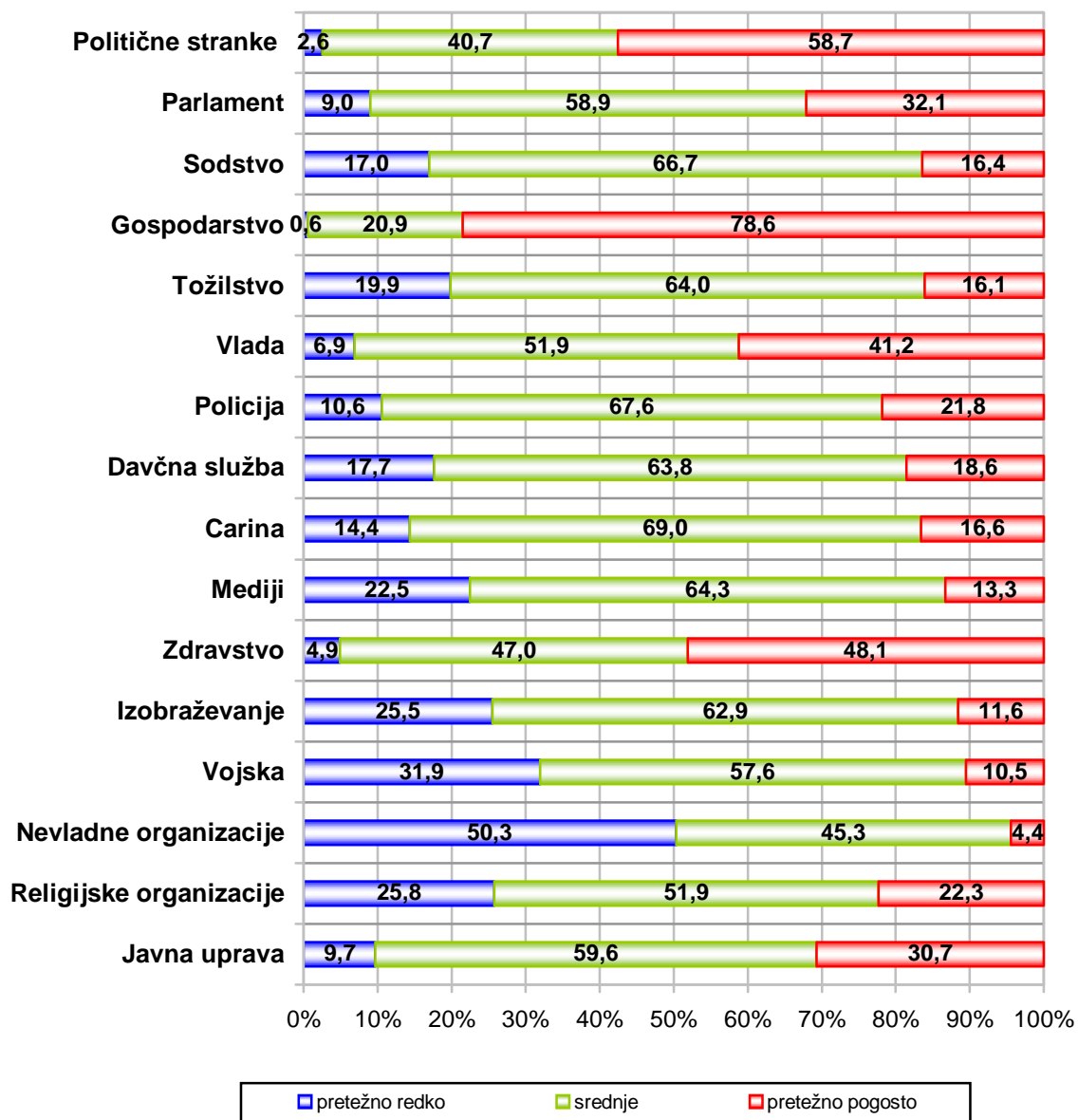


Dobra tretjina anketiranih (35,4 %) meni, da se bo stopnja korupcije v Sloveniji v prihodnjih letih povečala, dobra petina (21 %) je nasprotnega mnenja, 35,1 % pa meni, da bo stanje ostalo enako. Povečanje stopnje korupcije pričakuje nekoliko več žensk, novinarjev v starostni skupini nad 50 let, nižje izobraženih, tistih z najvišjimi prihodki, takšnih, ki opravljajo delo novinarja, imajo več kot 20 let delovne dobe in tistih, ki pri svojem pisanju pokrivajo področje notranje politike ter takšnih, ki delo opravljajo v manjšem javnem mediju.



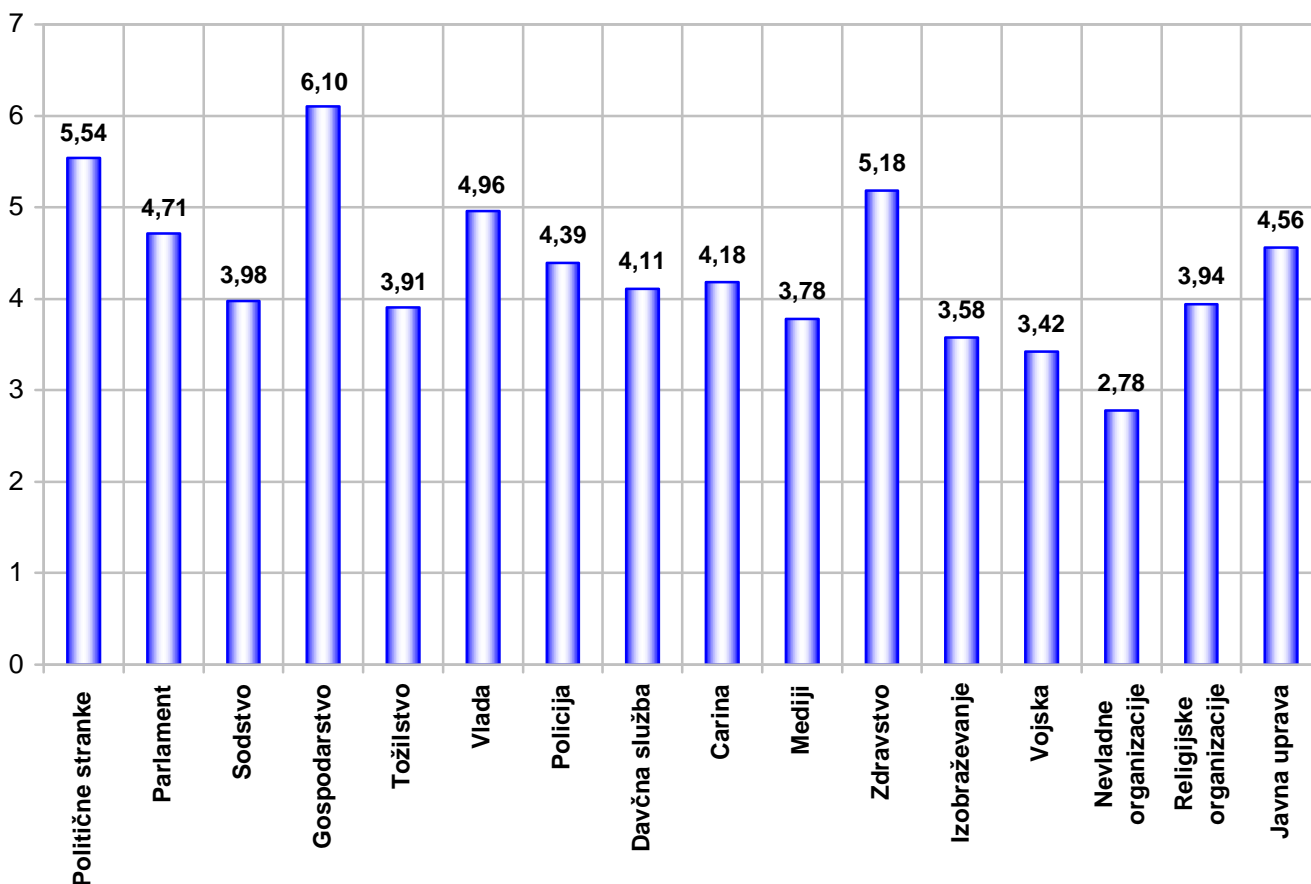
Kako pogosto se po vašem mnenju pojavlja korupcija med naslednjimi družbenimi akterji. Prosimo, da za vsakega akterja posebej ocenite pogostost pojavljanja korupcije na lestvici od 1 do 7. (n=353)

Ocena Družbeni akter	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
Politične stranke	-	2,5	5,4	9,1	25,8	31,4	24,6	1,1	5,54
Parlament	1,7	7,1	11,6	18,4	27,2	21,2	9,9	2,8	4,71
Sodstvo	2,3	14,2	24,1	20,1	20,4	10,5	5,4	3,1	3,98
Gospodarstvo	-	0,6	1,1	4,0	15,6	38,5	39,4	0,8	6,10
Tožilstvo	2,5	16,4	20,1	23,2	17,6	11,3	4,0	4,8	3,91
Vlada	2,0	4,8	11,6	17,0	22,4	22,1	18,4	1,7	4,96
Policija	1,1	9,1	16,7	21,8	26,3	13,6	7,4	4,0	4,39
Davčna služba	2,0	14,7	17,8	18,7	23,8	12,5	5,1	5,4	4,11
Carina	2,0	11,3	15,6	22,7	25,5	10,5	4,8	7,6	4,18
Mediji	3,7	18,4	21,5	22,9	18,7	10,2	2,8	1,7	3,78
Zdravstvo	0,6	4,2	8,5	16,1	21,8	29,2	18,4	1,1	5,18
Izobraževanje	5,4	19,0	24,1	21,8	14,2	8,8	2,3	4,5	3,58
Vojska	8,5	19,0	20,1	17,8	11,6	5,4	3,7	13,9	3,42
Nevladne organizacije	17,3	27,6	18,7	13,3	8,5	3,1	0,8	10,5	2,78
Religijske organizacije	7,6	15,6	17,0	14,4	15,3	9,6	10,5	9,9	3,94
Javna uprava	1,1	8,2	15,0	22,1	20,1	20,1	9,3	4,0	4,56

Graf: Ocena pogostosti pojavljanja korupcije



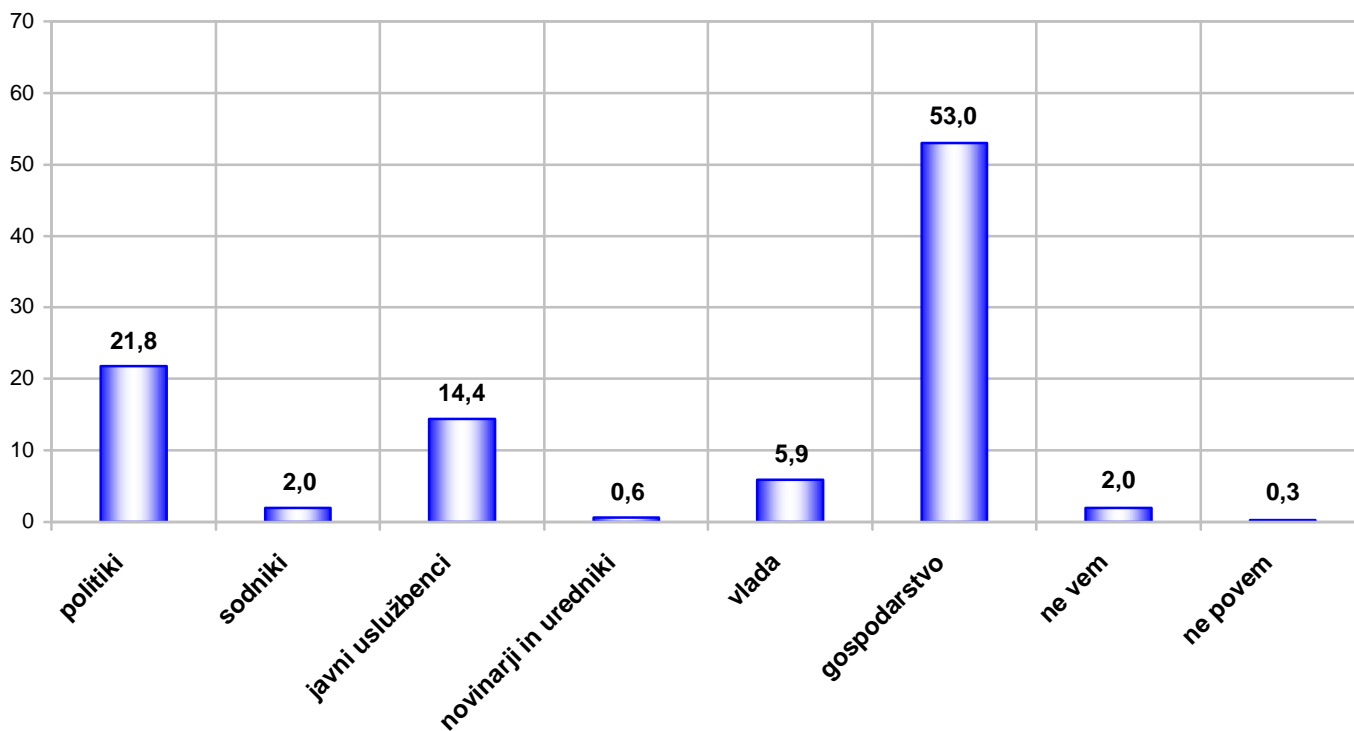
Graf: Primerjava povprečnih ocen pogostosti pojavljanja korupcije



Po mnenju anketiranih novinarjev, se korupcija najpogosteje pojavlja znotraj gospodarstva (povprečna ocena znaša 6,10), med političnimi strankami (5,54), v zdravstvu (5,18) ter v vladi (4,96). Najredkeje pa se pojavlja med nevladnimi organizacijami (2,78), v vojski (3,42) ter v medijih (3,78). Da je gospodarstvo koruptivno, meni nadpovprečen delež žensk, anketiranih v starostni skupini od 36 do 50 let, višje in visokošolsko izobraženih ter tistih, ki delujejo na področju notranje politike. Med tistimi, ki menijo, da je se korupcija pogosto pojavlja v medijih, nekoliko bolj prevladujejo starejši novinarji, višje in visokošolsko izobraženi, anketirani s prihodki od 500 do 1000 EUR, tisti, ki poleg novinarstva opravljajo tudi druge poklice ter tisti, ki so zaposleni v večji javni medijski hiši.



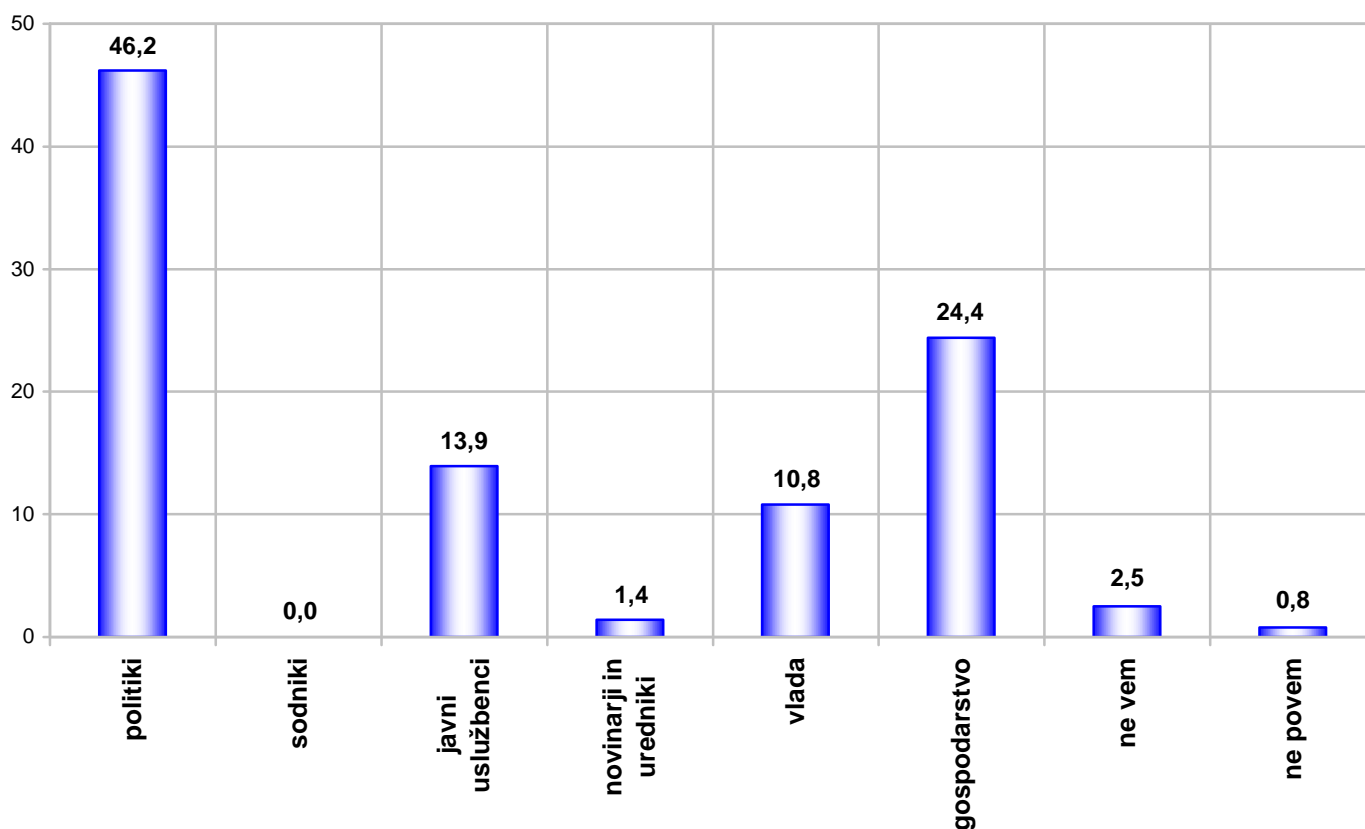
Med katerimi izmed naštetih družbenih akterjev je po vašem mnenju največ korupcije?
(n=353)



Najvišji delež anketiranih (53 %) novinarjev meni, da je največ korupcije v gospodarstvu, sledi korupcija med politiki (21,8 %), javnimi uslužbenci (14,4 %) ter v vladi (5,9 %). Novinarji in uredniki po mnenju anketiranih niso v ospredju koruptivnosti. Med tistimi, ki menijo, da je največ korupcije med politiki, je nekoliko več moških, anketiranih v starostnem razredu nad 50 let, srednješolsko izobraženih, anketirancev s prihodki od 500 do 1000 EUR in anketirancev s prihodki nad 2000 EUR, ter tistih, ki imajo več kot 20 let delovne dobe.



Med katerimi izmed naštetih družbenih akterjev je po vašem mnenju največ nepotizma (gre za dajanje dobrih služb ali družbenih položajev sorodnikom, prijateljem, znancem)? (n=353)



Med naštetimi družbenimi akterji je po mnenju anketirancev največ nepotizma med politiki (46,2 %), sledi gospodarstvo (24,4 %), javni uslužbenci (13,9 %) in vlada (10,8 %). Da je največ nepotizme med novinarji in uredniki, meni dober odstotek (1,4 %) anketiranih.

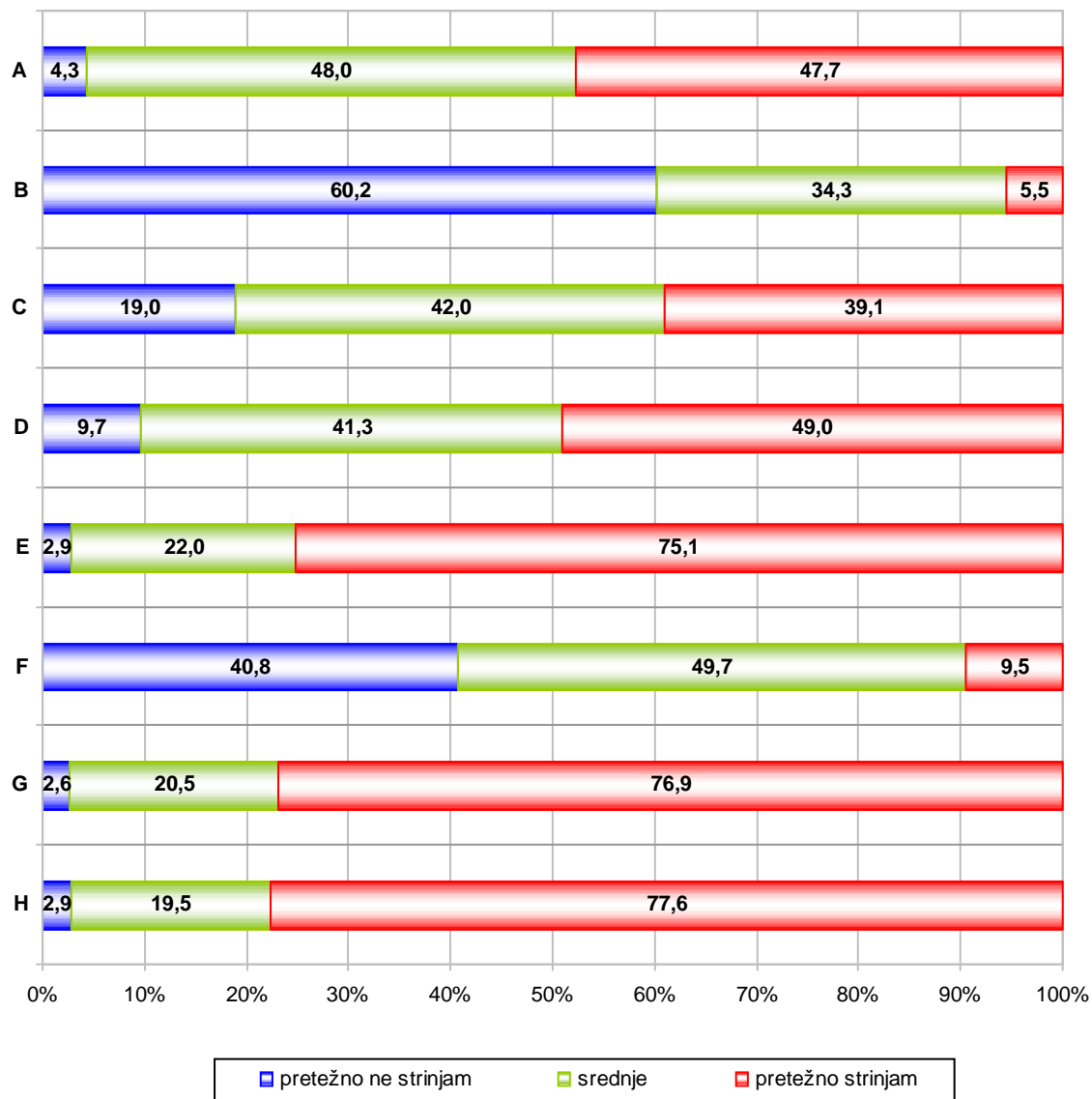


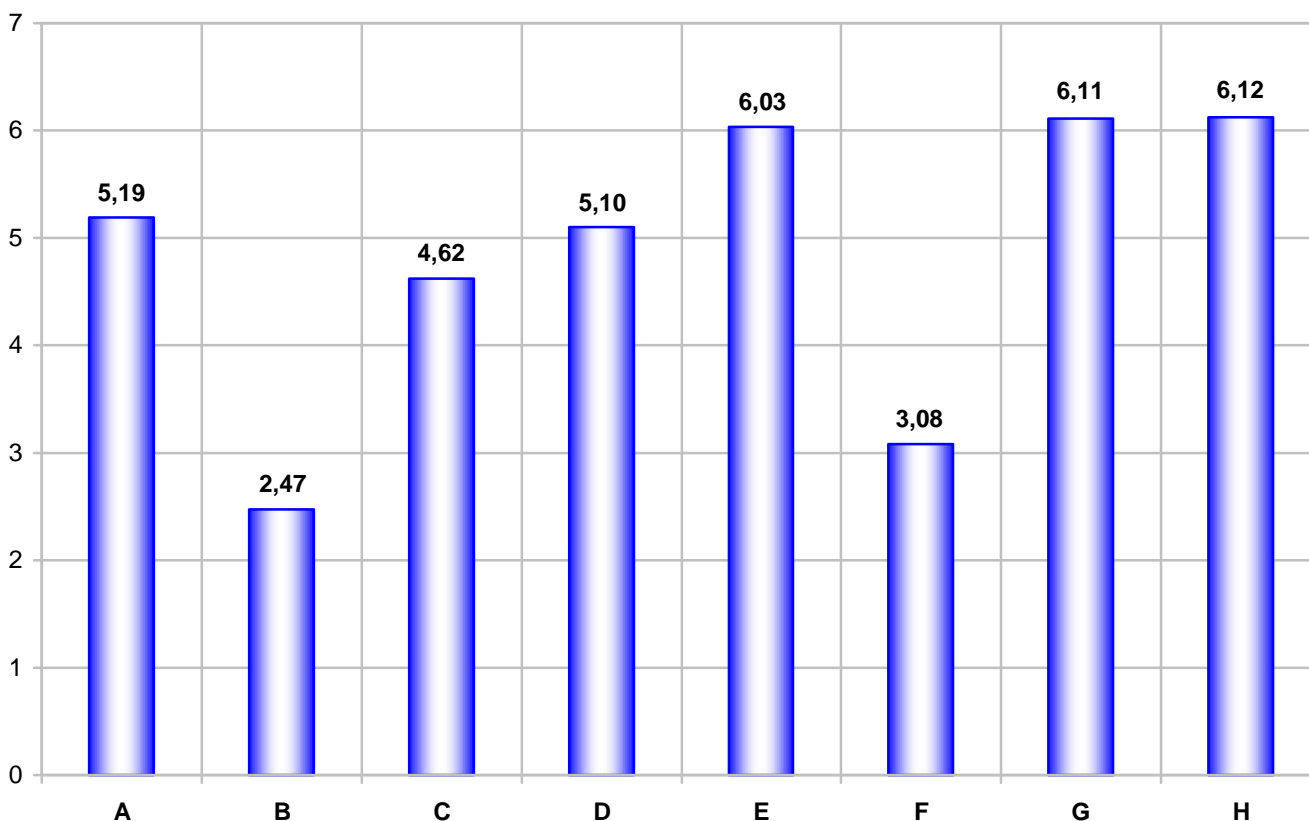
V nadaljevanju vam bomo naštel nekaj trditvev. Prosimo, da ocenite na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da se s trditvijo sploh ne strinjate, 7 pa, da se trditvijo popolnoma strinjate) vaše strinjanje s trditvami. (n=353)

Trditve:

- A. Razmere v slovenskem novinarstvu so slabe.
- B. Običajno se zgledujem po nadrejenih.
- C. Slišal sem že za pojav korupcije med novinarji.
- D. Novinarji smo podvrženi različnim vplivom (političnim, gospodarskim ipd..).
- E. Integriteto razumem kot skladnost med posameznikovimi moralnimi prepričanji in ravnanjem.
- F. Novinarji niso koruptivni.
- G. Za preprečevanje neetičnega ravnanja v organizaciji je pomembna visoka stopnja integritete urednikov in šefov.
- H. Visoka raven integritete prispeva k uspešnosti in učinkovitosti novinarskega dela.

Trditvev / Ocena	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
A	1,7	2,5	10,8	14,7	22,4	25,5	22,1	0,3	5,19
B	35,4	23,8	13,9	14,4	5,4	4,5	0,8	1,7	2,47
C	5,1	13,3	12,5	14,7	13,6	12,7	25,2	2,8	4,62
D	1,7	7,9	10,2	14,2	16,7	22,4	26,3	0,6	5,10
E	1,7	1,1	4,0	7,9	9,3	19,8	52,7	3,4	6,03
F	20,4	19,5	21,0	18,1	9,6	6,2	3,1	2,0	3,08
G	0,3	2,3	3,4	5,1	11,6	21,8	53,5	2,0	6,11
H	0,8	2,0	1,4	5,7	12,2	24,9	51,6	1,4	6,12

Graf: Ocena strinjanja s trditvami

**Graf: Primerjava povprečnih ocen strinjanja s trditvami**

Anketiranci se v visoki meri strinjajo s trditvami, da visoka raven integritete prispeva k uspešnosti in učinkovitosti novinarskega dela (6,12), da je za preprečevanje neetičnega ravnanja v organizaciji pomembna visoka stopnja integritete urednikov in šefov (6,11) in s trditvijo, da »integriteto razumem kot skladnost med posameznikovimi moralnimi prepričanji in ravnanjem« (6,03). Skromno strinjanje pa smo zabeležili pri trditvah »običajno se zgledujem po nadrejenih« (2,47) in »novinarji niso koruptivni« (3,08). S trditvijo, da so razmere v slovenskem novinarstvu slabe, se anketiranci razmeroma strinjajo (5,19), med njimi nekoliko bolj prevladujejo ženske ter novinarji, zaposleni na televizijskem mediju.

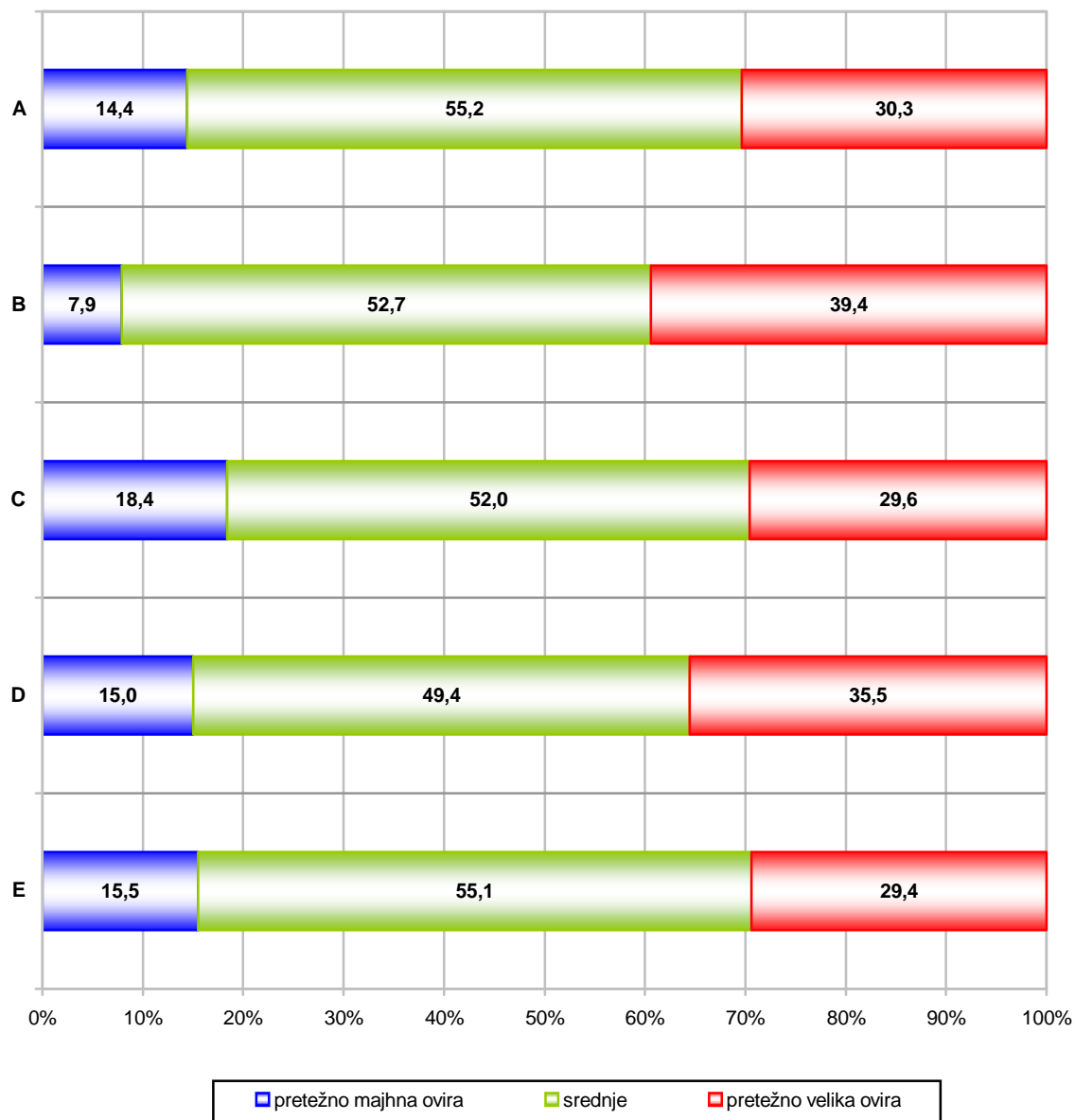


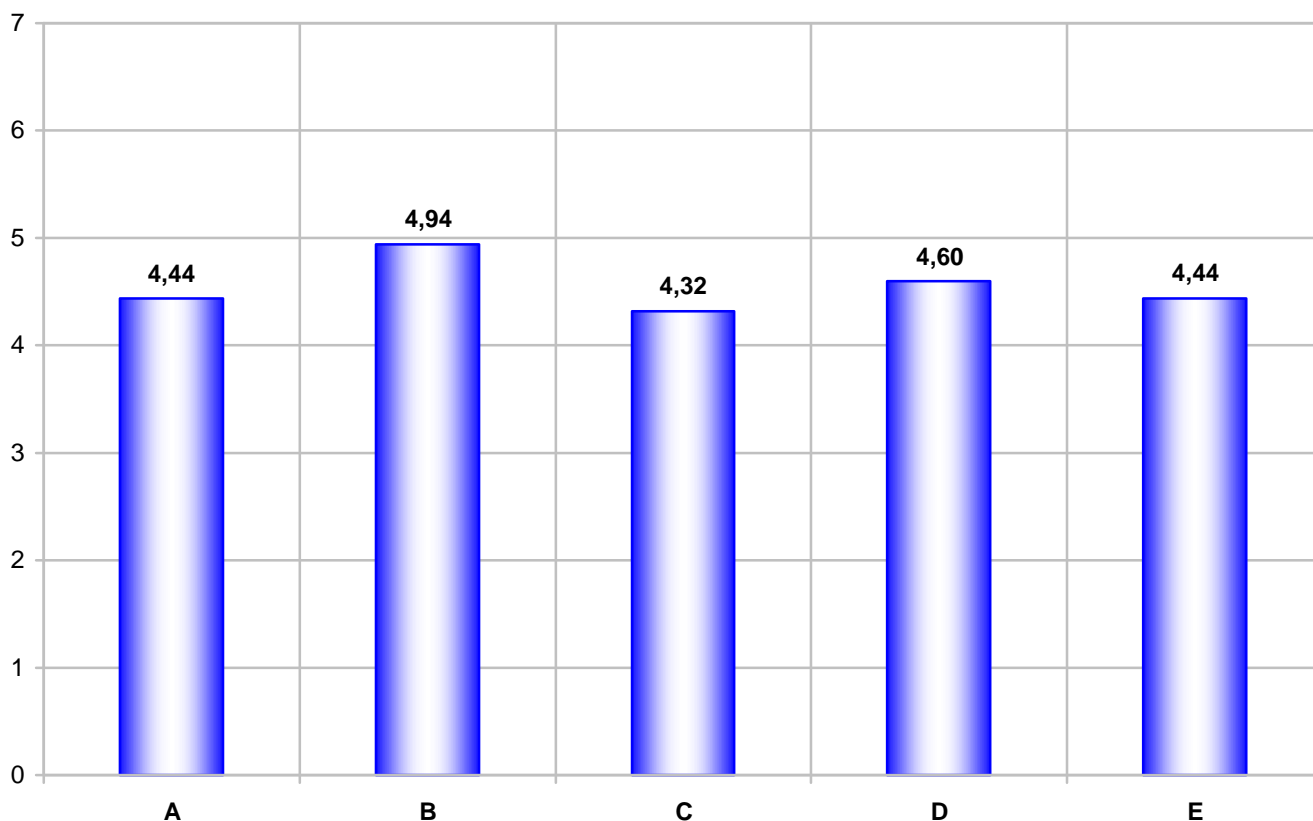
Prosimo, da na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da je problem zelo majhen, 7 pa, da je problem zelo velik), ocenite, kakšno raven ovire predstavljajo spodaj naštetih dejavniki za kvalitetno opravljanje vašega poklica in vaš napredek. (n=353)

Dejavniki:

- A. Pogoji dela in zagotavljanje infrastrukture
- B. Višina plačila za vaše delo
- C. Obstoječa dohodninska zakonodaja
- D. Obstoječa medijska zakonodaja
- E. Obstoječa zakonska in druga regulativa glede uveljavljanja vaših pravic (socialne pravice, pokojninska zakonodaja, pravica do izražanja, svoboda izražanja...)

Ocena Dejavnik	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
A	5,9	8,5	13,3	23,8	18,1	17,0	13,3	-	4,44
B	2,8	5,1	9,3	18,7	24,6	20,7	18,7	-	4,94
C	5,9	11,3	13,3	21,2	14,2	13,3	14,4	6,2	4,32
D	3,7	11,0	11,3	19,0	18,1	19,8	15,0	2,0	4,60
E	4,2	10,8	13,6	20,1	19,8	15,3	13,3	2,8	4,44

Graf: Ocena ravni ovire dejavnikov

**Graf: Primerjava povprečnih ocen ravni ovire dejavnikov**

Našteti dejavniki za kvalitetno opravljanje poklica in profesionalni napredek predstavljajo zmerno raven ovire za kvalitetno opravljanje novinarskega poklica in napredek. Med naštetimi dejavniki, anketiranci menijo, da višina plačila za delo še v največji meri vpliva na kakovost opravljanja novinarskega dela (povprečna ocena ravni ovire je 4,94), najmanj oviralna pa je obstoječa dohodninska zakonodaja (4,32).

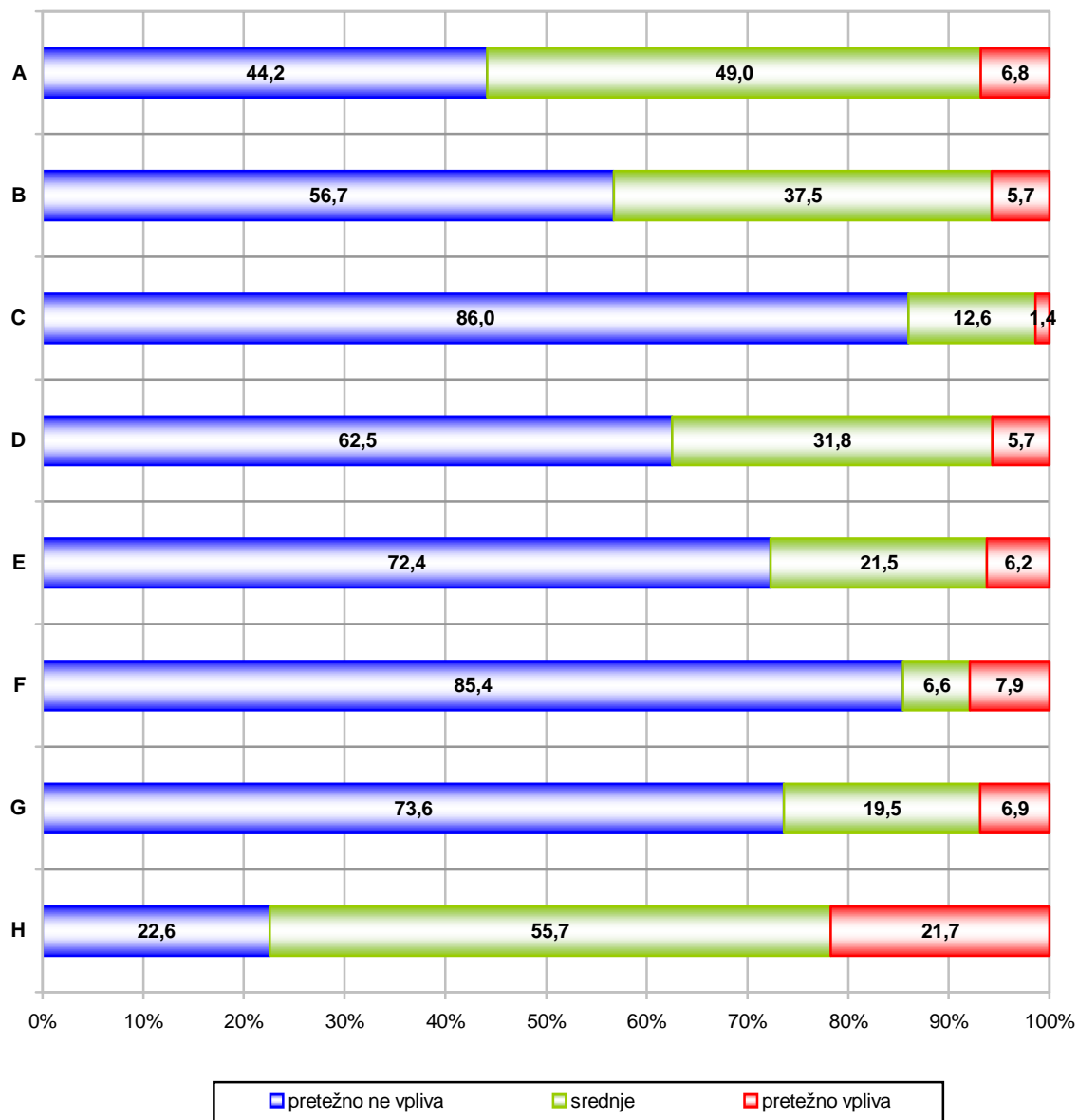


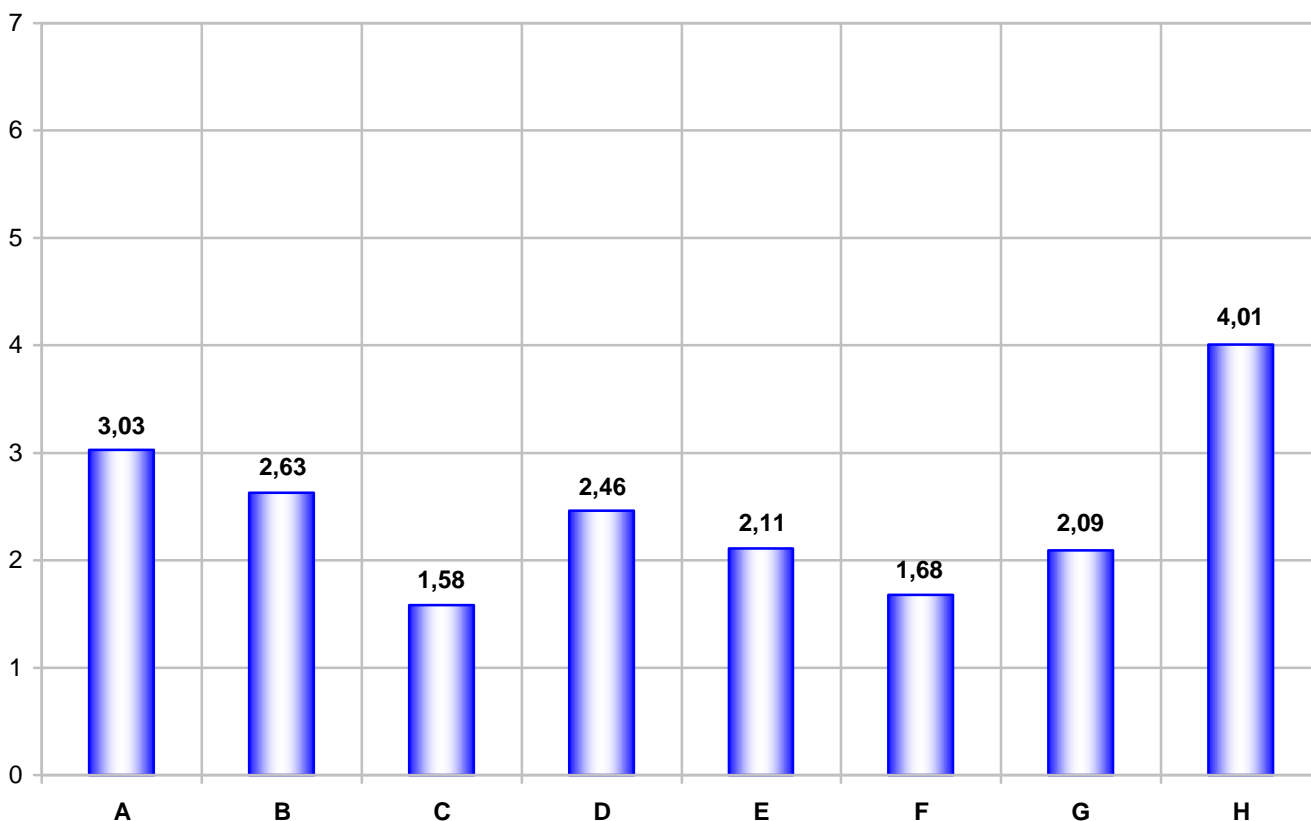
V kolikšni meri po vašem mnenju na vaše novinarsko delo vplivajo naslednji dejavniki. Ocenite na lestvici od 1 do 7, pri čemer 1 pomeni, da sploh ne vplivajo, 7 pa da zelo vplivajo. (n=353)

Dejavniki:

- A. Elektronska sporočila in telefonski klici predstavnika za odnose z javnostmi.
- B. Zasebna srečanja in druženje s predstavniki za odnose z javnostmi.
- C. Darila ob priložnostih in na novinarskih konferencah.
- D. Sorodstvene in prijateljske vezi.
- E. Organizirana potovanja za novinarje.
- F. Denarne podkupnine.
- G. Brezplačna uporaba vozil, računalniške opreme (testi) ali brezplačne vstopnice za različne prireditve.
- H. Neformalni pogovori.

Dejavnik \ Ocena	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
A	18,1	26,1	18,7	18,4	11,9	4,5	2,3	-	3,03
B	30,6	25,5	14,7	13,9	8,5	3,7	2,0	1,1	2,63
C	69,1	15,9	7,4	2,0	3,1	0,6	0,8	1,1	1,58
D	34,6	27,2	15,3	9,3	6,8	3,1	2,5	1,1	2,46
E	53,8	15,9	7,6	7,6	5,4	4,0	2,0	3,7	2,11
F	72,8	3,7	2,5	2,0	1,4	2,0	5,1	10,5	1,68
G	56,4	13	7,6	4,8	5,9	2,8	3,7	5,7	2,09
H	7,6	14,7	17,3	20,1	17,8	11,9	9,6	0,8	4,01

Graf: Ocena vpliva dejavnikov

**Graf: Primerjava povprečnih ocen vpliva dejavnikov**

Anketiranci so naštetih dejavnikov, ki bi lahko vplivali na njihovo novinarsko delo v splošnem ocenili, da slabo vplivajo. Med njimi so tako najvišji možen vpliv pripisali neformalnim pogovorom (povprečna ocena vpliva znaša 4,01). Izrazito nevplivna so darila ob priložnostih in na novinarskih konferencah (1,58), denarne podkupnine (1,68), brezplačna uporaba vozil, računalniške opreme (testi) ali brezplačne vstopnice za različne prireditve (2,09) in organizirana potovanja za novinarje (2,11).

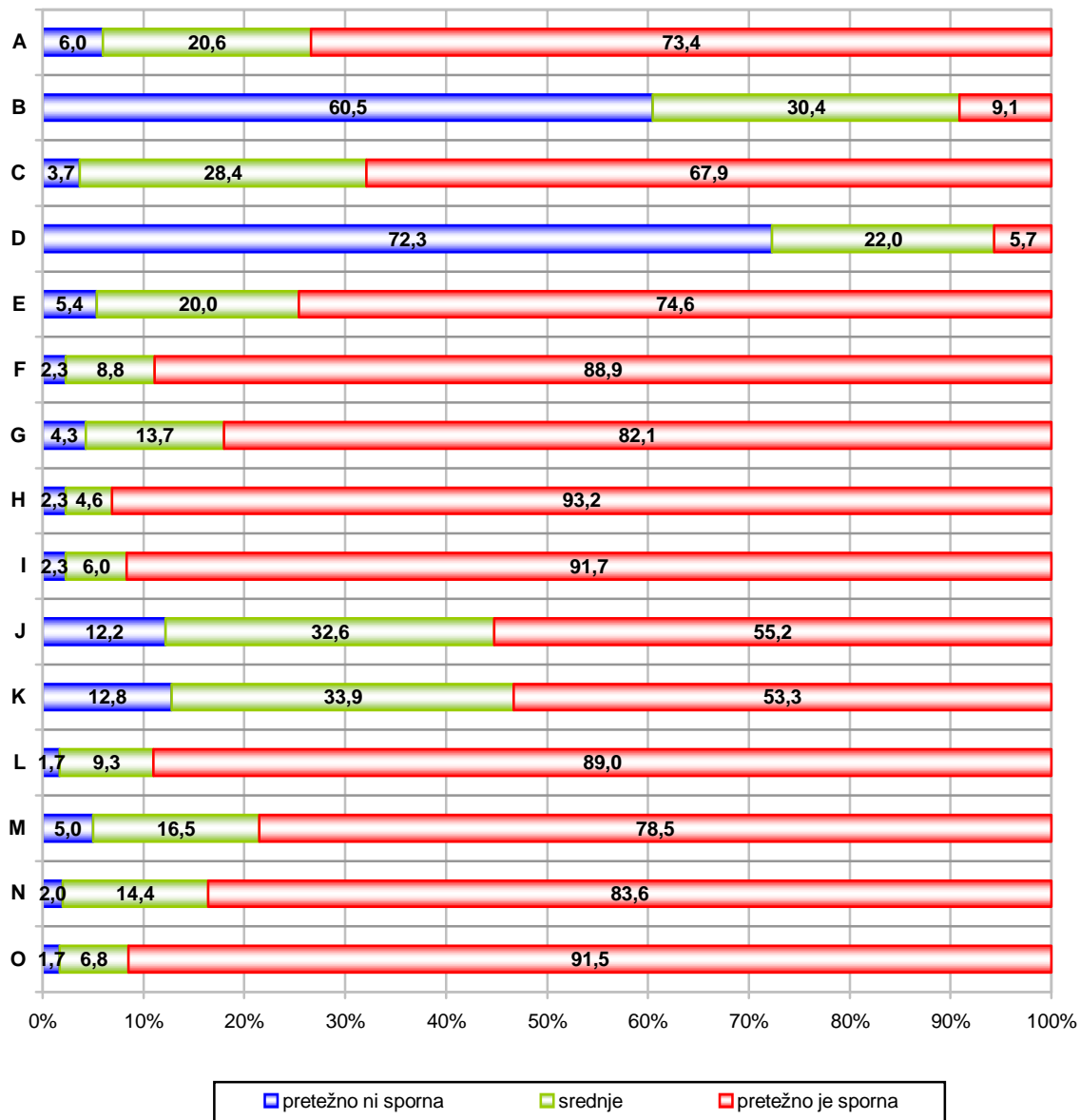


V nadaljevanju vam bomo našteali nekaj situacij. Prosimo, da nam na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da situacija sploh ni sporna, 7 pa, da je situacija zelo sporna) ocenite, v kolikšni meri se vam zdijo sporne našteje situacije? (n=353)

Situacije:

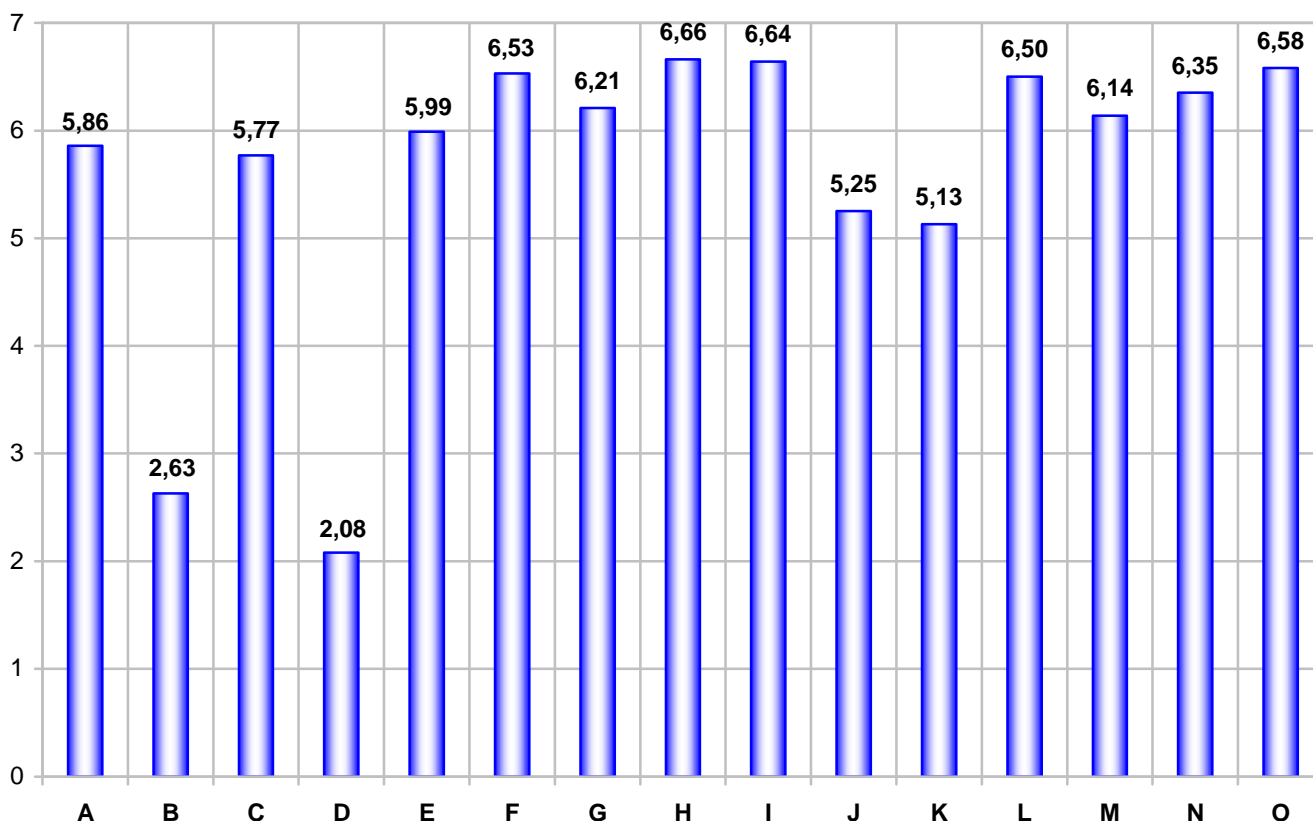
- A. Direktor velikega podjetja, ki večinsko oglašuje v mediju, povabi novinarja in urednika na potovanje.
- B. Darila manjših vrednosti, ki jih podjetja razdelijo na novinarskih konferencah - priložnostna manjša darila (majice, podloga za miško, pisala).
- C. Darila večjih vrednosti, ki jih podjetja ponudijo novinarjem/kam (enciklopedije, knjige, računalniki, telefoni, računalniška oprema, paketi zavarovanja, potovanja, vstopnice za koncert in prireditve).
- D. Povabilo na kavo.
- E. Lastnik podjetja ponudi novinarju/ki brezplačno daljšo oziroma neomejeno uporabo njihovega proizvoda (avto, telefon, računalnik,...).
- F. Lastnik trgovine ponudi novinarju/ki visok popust pri nakupu blaga, ali storitve v zameno pa mu novinar/ka ali urednik/ca zagotovi objavo prispevka ali članka o trgovini, blagu ali storitvi.
- G. Lastnik smučišča ponudi novinarju/ki enoletno vstopnico za uporabo vseh kapacitet, tudi hotelskih.
- H. Politik novinarju/ki vztrajno predstavlja delo in produkt podjetja nekega člana svoje stranke. Novinarju obljubi darilo, cenejšo storitev ali dobiček, če o produktu pripravi dobro zgodbo.
- I. Edini proizvajalec avtomobilov v državi ponudi popust pri nakupu osebnega vozila vsem novinarjem/kam, ki poročajo o konfliktu med delavci v tem podjetju in vodstvom.
- J. Novinar/ka odpotuje na mednarodni seminar podjetja, vse stroške bivanja, hrane in dnevnice krije organizator in tega v prispevku ne omeni.
- K. Politik povabi novinarja/ko na neformalna družabna srečanja k sebi domov.
- L. Obljuba službe novinarju/ki ali članom njegove/ njene družine.
- M. Novinar/ka pride v avtosalon in zahteva testno vozilo za teden dni skupaj z gorivom.
- N. Funkcionar ponudi informacije v zameno za svoj pozitivni image v medijih tega novinarja.
- O. Politik skuša novinarju/ki intenzivno predstaviti stališče svoje stranke in ob tem blati drugega politika ali stranko. Novinarju obljubi proti-uslugo, če bo poročal v prid stranke ali v prid njega oziroma proti drugemu.

Situacija	Ocena								povp. ocena
	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	
A	2,3	3,7	5,9	5,9	8,5	22,1	50,4	1,1	5,86
B	33,4	26,9	12,7	10,8	6,8	3,7	5,4	0,3	2,63
C	2,8	0,8	5,1	9,6	13,6	25,2	42,5	0,3	5,77
D	52,7	19,0	11,0	7,6	3,1	3,1	2,5	0,8	2,08
E	2,5	2,8	5,4	5,1	9,3	15,0	58,9	0,8	5,99
F	2,0	0,3	2,5	2,3	4,0	8,5	79,9	0,6	6,53
G	2,3	2,0	3,1	3,7	6,8	18,4	63,2	0,6	6,21
H	2,0	0,3	0,8	2,3	1,4	7,6	85,0	0,6	6,66
I	1,4	0,8	2,3	0,3	3,4	6,2	84,7	0,8	6,64
J	6,8	5,1	7,1	9,9	14,7	17,0	36,8	2,5	5,25
K	6,2	6,2	8,5	12,7	11,9	18,1	34,0	2,3	5,13
L	1,4	0,3	1,4	3,1	4,5	14,7	72,2	2,3	6,50
M	2,5	2,3	3,4	4,5	7,9	13,3	62,3	3,7	6,14
N	1,4	0,6	1,4	4,2	8,5	17,3	65,2	1,4	6,35
O	1,7		2,3	1,4	3,1	11,9	79,0	0,6	6,58

Graf: Ocena spornosti situacije



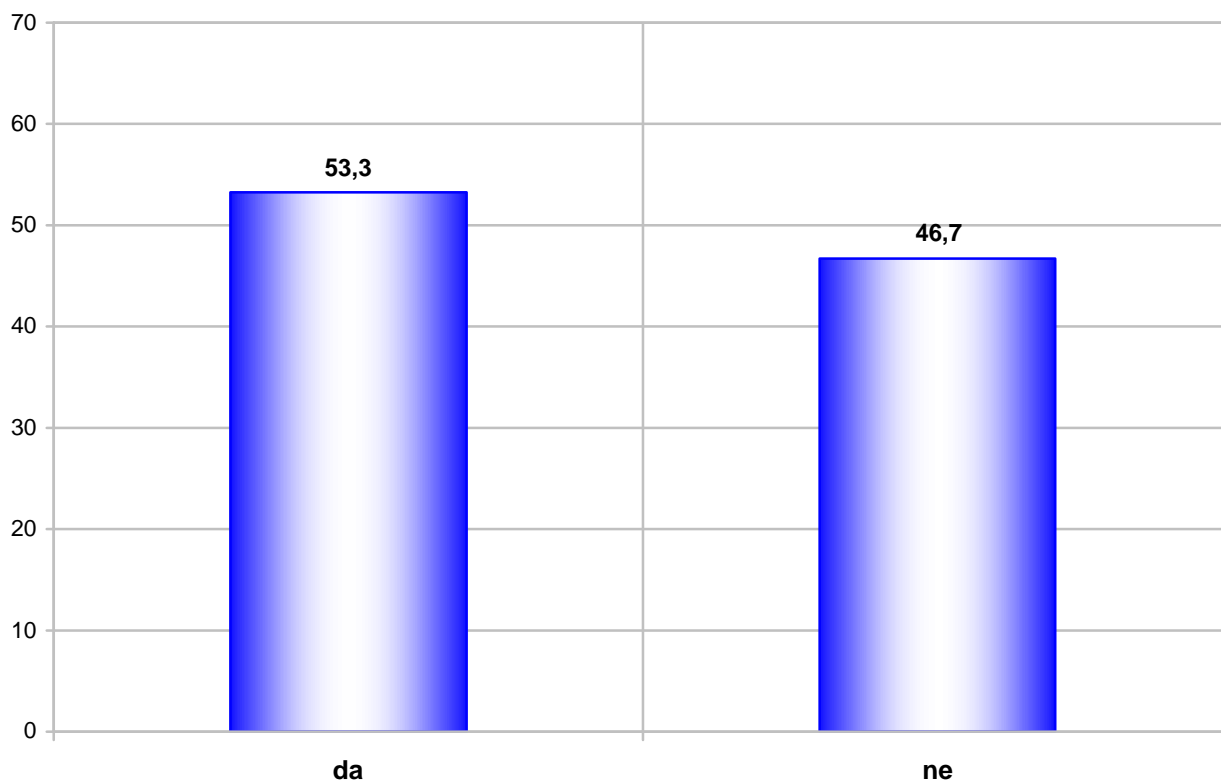
Graf: Primerjava povprečnih ocen spornosti situacije



Z izjemo dveh situacij, in sicer: daril manjših vrednosti, ki jih podjetja razdelijo na novinarskih konferencah - priložnostna manjša darila (povprečna ocena znaša 2,63) in povabila na kavo (2,08), so vse ostale navedene situacije anketiranci ocenili kot sporne. Anketiranci so sicer z najvišjo povprečno oceno kot najbolj sporno ocenili situacijo, ko politik novinarju/ki vztrajno predstavlja delo in produkt podjetja nekega člana svoje stranke in mu obljubi darilo, cenejšo storitev ali dobiček, če o produktu pripravi dobro zgodbo (povprečna ocena 6,66). Sledi ji situacija, ko edini proizvajalec avtomobilov v državi ponudi popust pri nakupu osebnega vozila vsem novinarjem/kam, ki poročajo o konfliktu med delavci v tem podjetju in vodstvom (povprečna ocena 6,64). Visoko sporne so tudi naslednje situacije: če politik skuša novinarju/ki intenzivno predstaviti stališče svoje stranke in ob tem blati drugega politika ali stranko ter mu obljubi proti-uslugo, če bo poročal v prid stranke ali v prid njega oziroma proti drugemu (6,58), če lastnik trgovine ponudi novinarju/ki visok popust pri nakupu blaga, ali storitve v zameno pa mu novinar/ka ali urednik/ca zagotovi objavo prispevka ali članka o trgovini, blagu ali storitvi (6,53) ter obljuba službe novinarju/ki ali članom njegove/ njene družine (6,50).



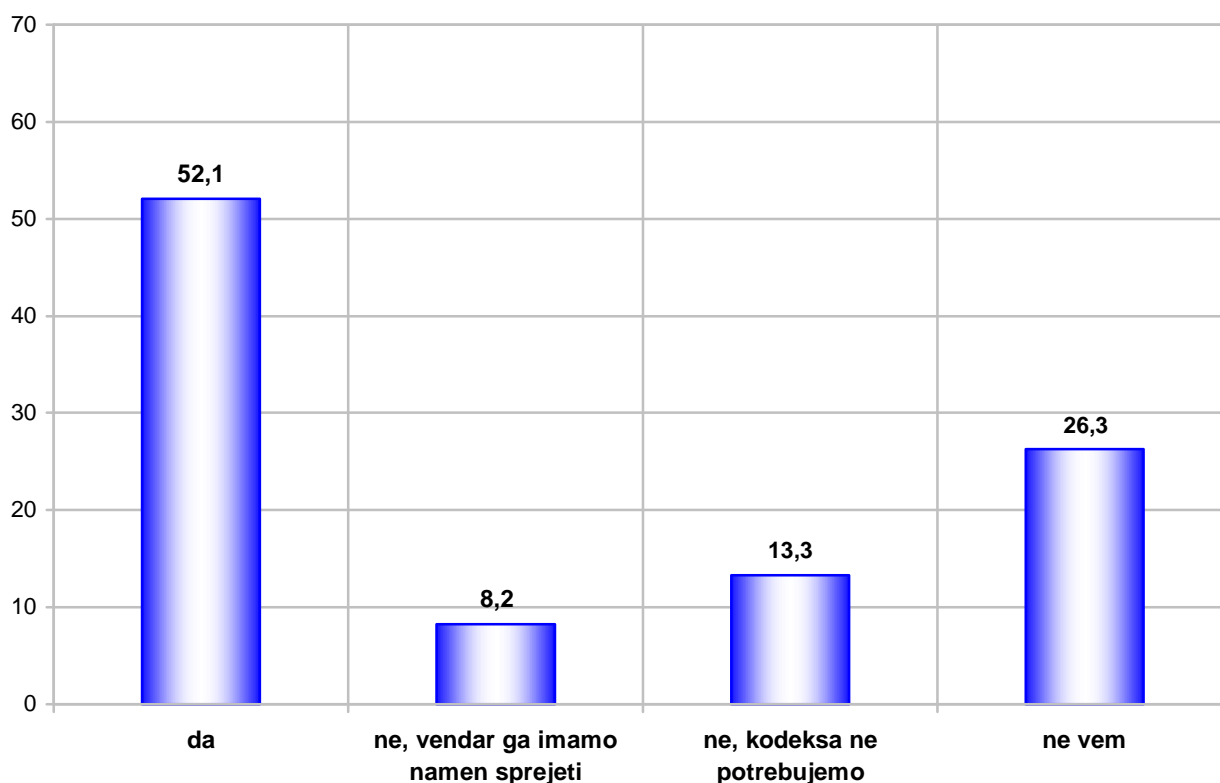
Ali menite, da so novinarske vsebine v vaših medijih jasno ločene od oglaševalskih?
(n=353)



Dobra polovica (53,3 %) anketirancev meni, da so novinarske vsebine v njihovih medijih jasno ločene od oglaševalskih, 46,7 % pa je nasprotnega mnenja. Med njimi je nekoliko več anketiranih v starostnem razredu nad 50 let, srednješolsko izobraženih, tistih, ki so v novinarstvu zaposleni več kot 20 let in takšnih, ki delajo v manjšem javnem mediju.



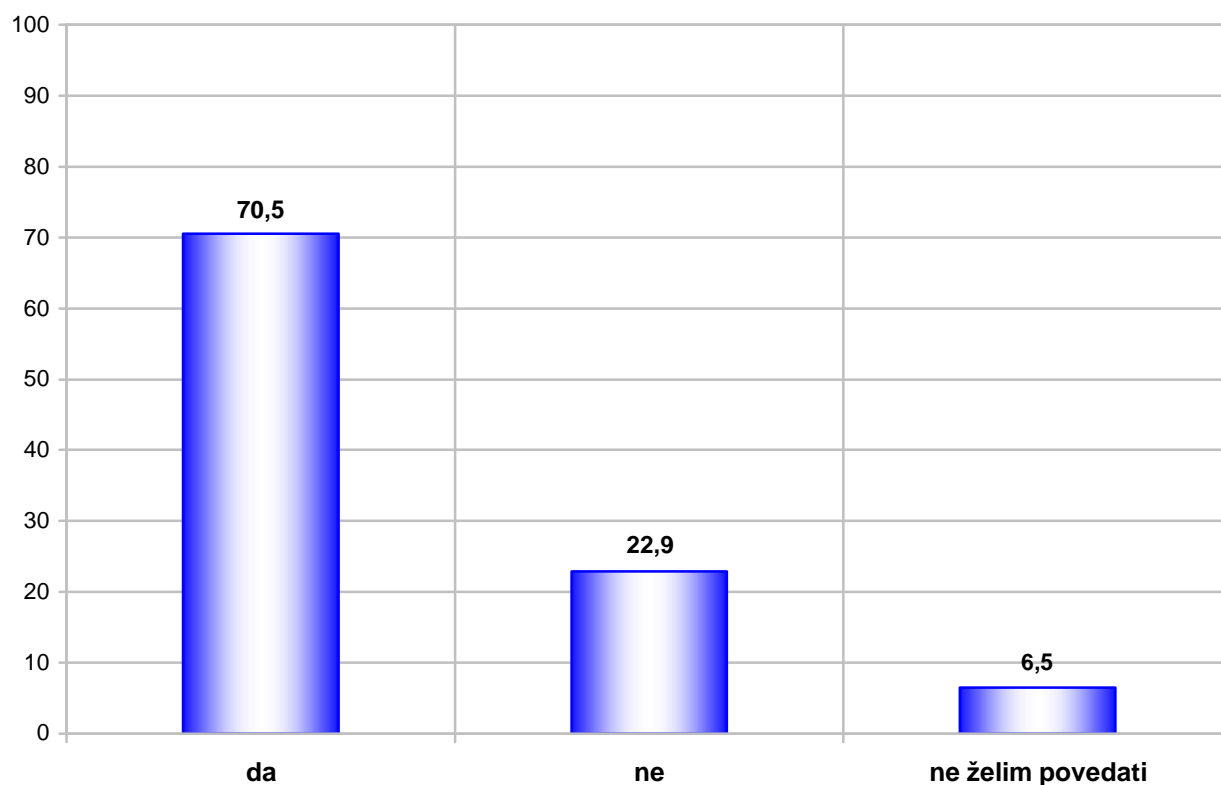
Ali ste v vašem mediju sprejeli interni etični kodeks oziroma merila etičnega obnašanja? (n=353)



Dobra polovica anketirancev (52,1 %) je odgovorila pritrdilno na vprašanje, ali so pri njih sprejeli interni etični kodeks oziroma merila etičnega obnašanja. Med njimi nekoliko bolj prevladujejo novinarji, zaposleni pri televizijski ali radijski medijski hiši. Slaba desetina (8,2 %) je odgovorila, da ga nameravajo sprejeti, dobra desetina (13,3 %) pa navaja, da etičnega kodeksa niso sprejeli in da ga ne potrebujejo.



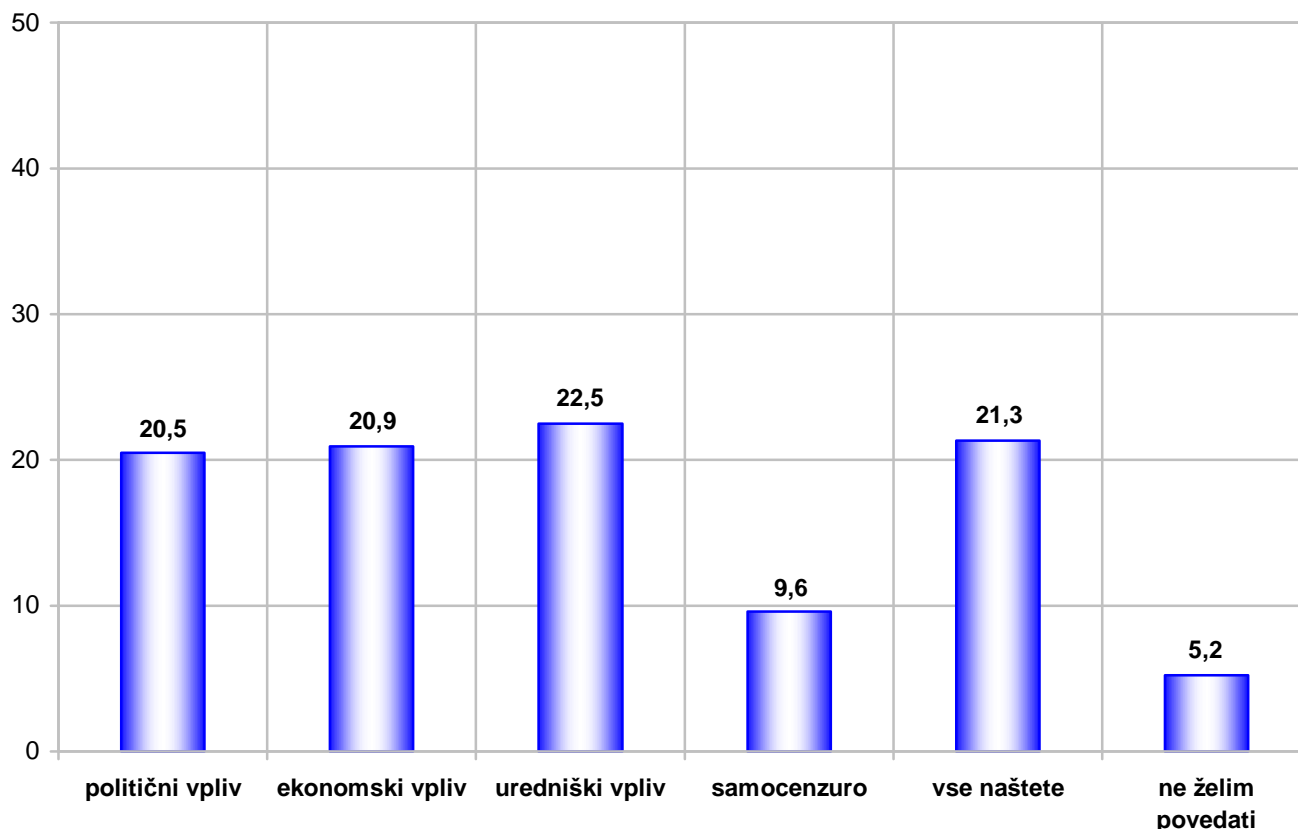
Ali slovenski novinarji kadarkoli čutite kakršnokoli obliko pritiska pri svojem delu?
(op. gre za samocenzuro, politične, ekonomske ali uredniške oblike pritiska) (n=353)



Da čutijo kakršnokoli obliko pritiska pri svojem delu, je navedlo 70,5 % anketiranih novinarjev. Med njimi nekoliko bolj prevladujejo moški, anketiranci v starostni skupini nad 50 let, najvišje izobraženi, redno zaposleni, takšni, ki so zaposleni na televizijskem mediju in anketiranci, ki svoje delo opravljajo v večjem javnem zavodu.

**Katero od naštetih oblik pritiska čutite najbolj? (n=249)**

Odgovarjajo tisti, ki čutijo določene oblike pritiska.



Anketirane novinarje, ki so pri prejšnjem vprašanju navedli, da pri svojem delu čutijo določene oblike pritiska, smo v nadaljevanju povprašali, katero od navedenih oblik pritiska čutijo najbolj. Med njimi so se deleži različnih oblik pritiska dokaj enakomerno porazdelili. Tako je nekoliko višji delež tistih, ki so se opredelili, da pri svojem delu najbolj čutijo uredniški vpliv (22,5 %). Z malimi razlikami pa sledita še ekonomski vpliv (20,9 %) in politični vpliv (20,5 %). Slaba desetina (9,6 %) je izbrala samocenzuro kot vpliv, ki ga najbolj čutijo, med slednjimi je nekoliko več žensk, srednješolsko izobraženih ter anketirancev, ki opravljajo delo urednika. Vse naštete vplive pa čuti dobra petina (21,3 %) anketiranih.

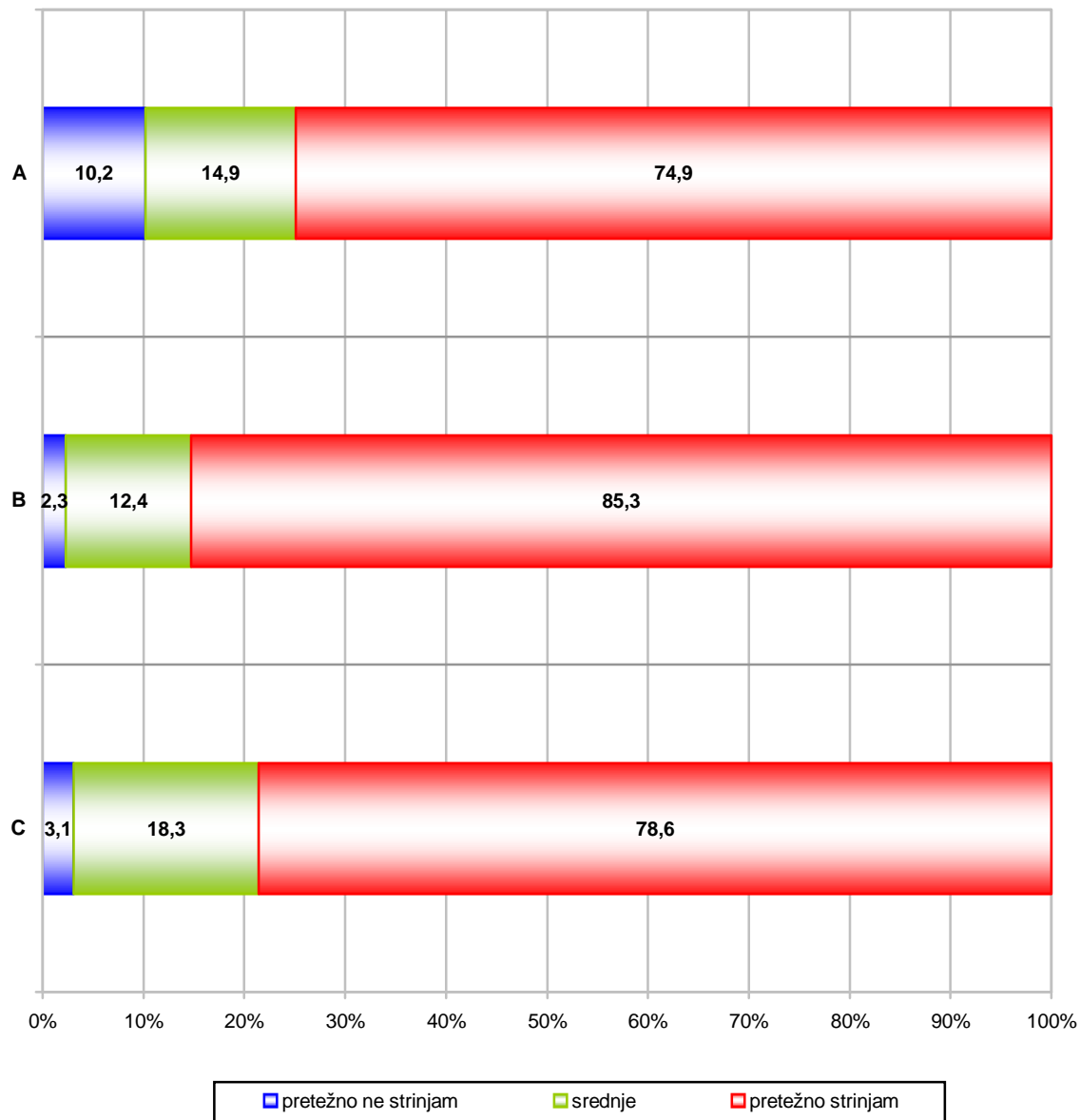


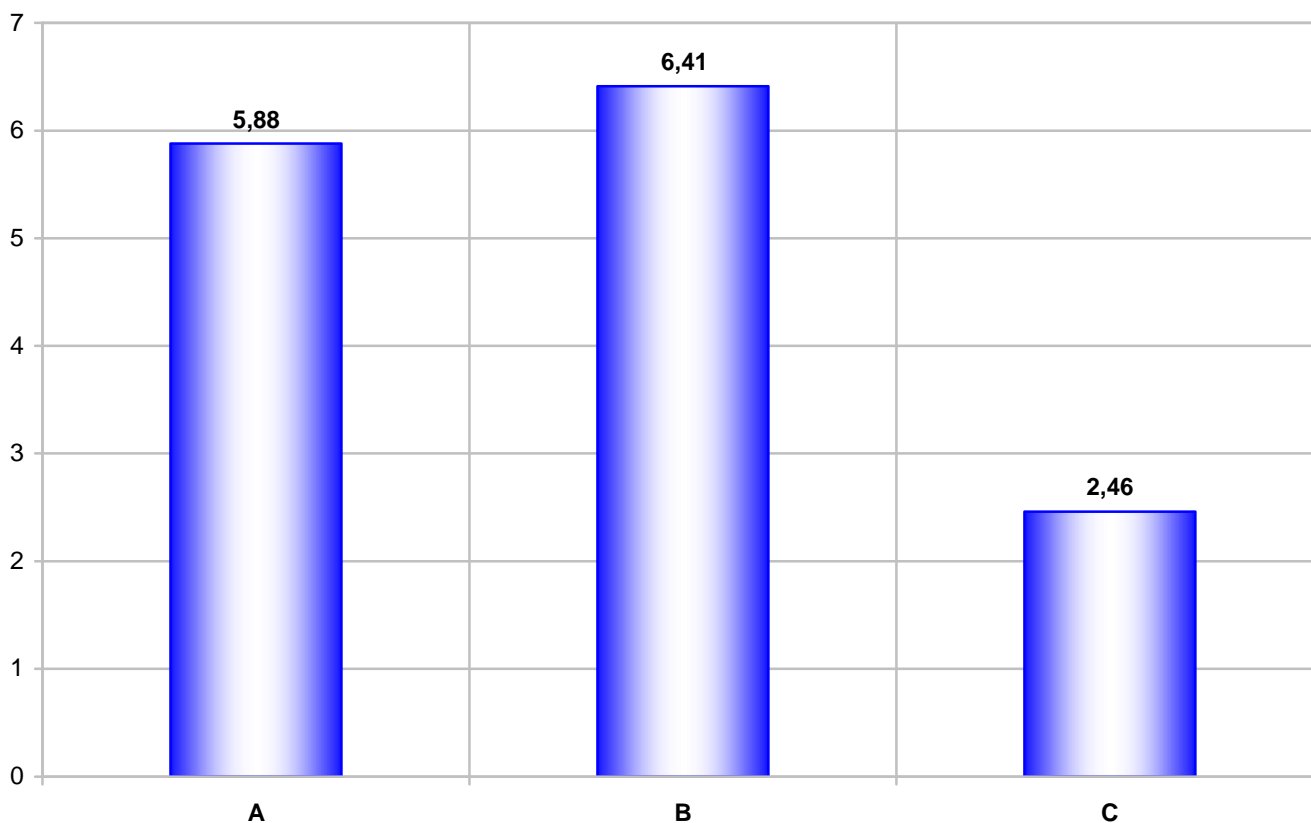
V nadaljevanju vam bomo našeli nekaj možnih načinov reševanja oz. preprečevanja podkupovanja novinarjev. Prosim, da na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da se z rešitvijo sploh ne strinjate, 7 pa, da se z rešitvijo popolnoma strinjate) ocenite, v kolikšni meri se vam zdijo smiselne posamezne rešitve. (n=353)

Rešitve:

- A. Novinarji in uredniki ne smejo predlagati, da bi se novinarski prispevek kakorkoli povezoval z oglasi ali čim podobnim.
- B. Če novinar za objektivno poročanje nujno potrebuje vzorce izdelkov, izposoje le-teh ali storitve ali usluge, je s pravili (novinar mora biti seznanjen z njimi) potrebno natančno določiti čas izposoje vnaprej, izposojene predmete pa mora novinar po opravljenem delu takoj vrniti.
- C. Izobraževanje novinarjev o etiki in osveščanje o posledicah in oblikah korupcije, profesionalizacija novinarskega poklica ter aktivno uvajanje etične klime v podjetjih.

Ocena \ Rešitev	1	2	3	4	5	6	7	ne vem	povp. ocena
A	7,4	2,5	4,0	5,1	5,4	9,9	62,9	2,8	5,88
B	1,7	0,6	2,5	3,1	6,5	12,5	71,1	2,0	6,41
C	35,0	27,5	15,5	9,5	6,9	3,2	2,6	-	2,46

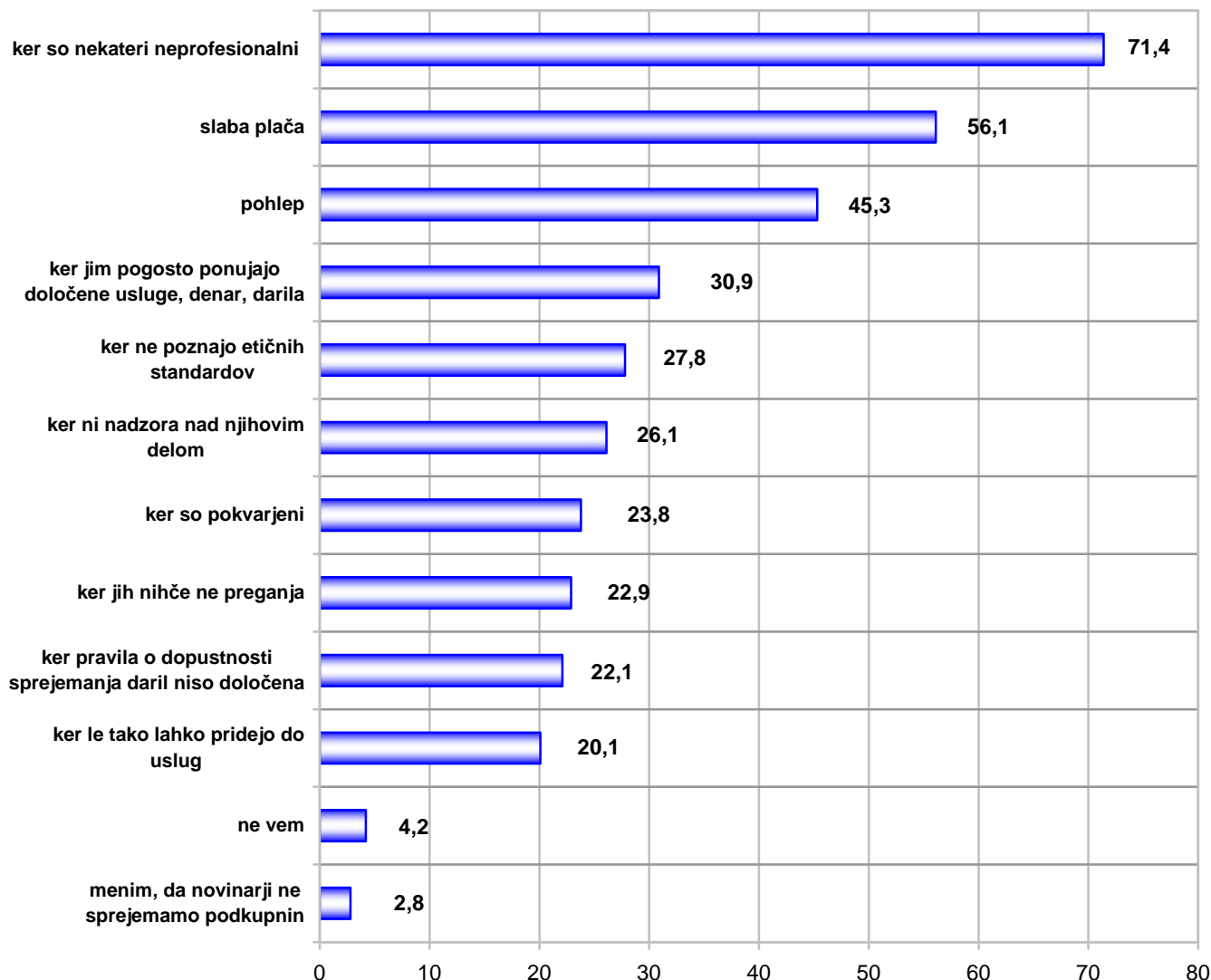
**Graf: Ocena strinjanja s predlaganimi rešitvami:**

**Graf: Primerjava povprečnih ocen strinjanja s predlaganimi rešitvami**

Med možnimi načini reševanja oz. preprečevanja podkupovanja novinarjev, so se anketiranci v najnižji meri strinjali z možno rešitvijo izobraževanja novinarjev o etiki in osveščanje o posledicah in oblikah korupcije, profesionalizacija novinarskega poklica ter aktivno uvajanje etične klime v podjetjih (povprečna ocena strinjanja znaša 2,46). Kot zelo smiseln način reševanja oz. podkupovanja pa anketiranci ocenjujejo predlog, da v primeru, če novinar za objektivno poročanje nujno potrebuje vzorce izdelkov, izposoje le-teh ali storitve ali usluge, treba s pravili natančno določiti čas izposoje vnaprej, izposojene predmete pa mora novinar po opravljenem delu takoj vrniti (povprečna ocena strinjanja znaša 6,41). Veliki večini anketirancev se zdi tudi zelo smiselno, da novinarji in uredniki ne smejo predlagati, da bi se novinarski prispevek kakorkoli povezoval z oglasi ali čim podobnim (povprečna ocena strinjanja znaša 5,88).



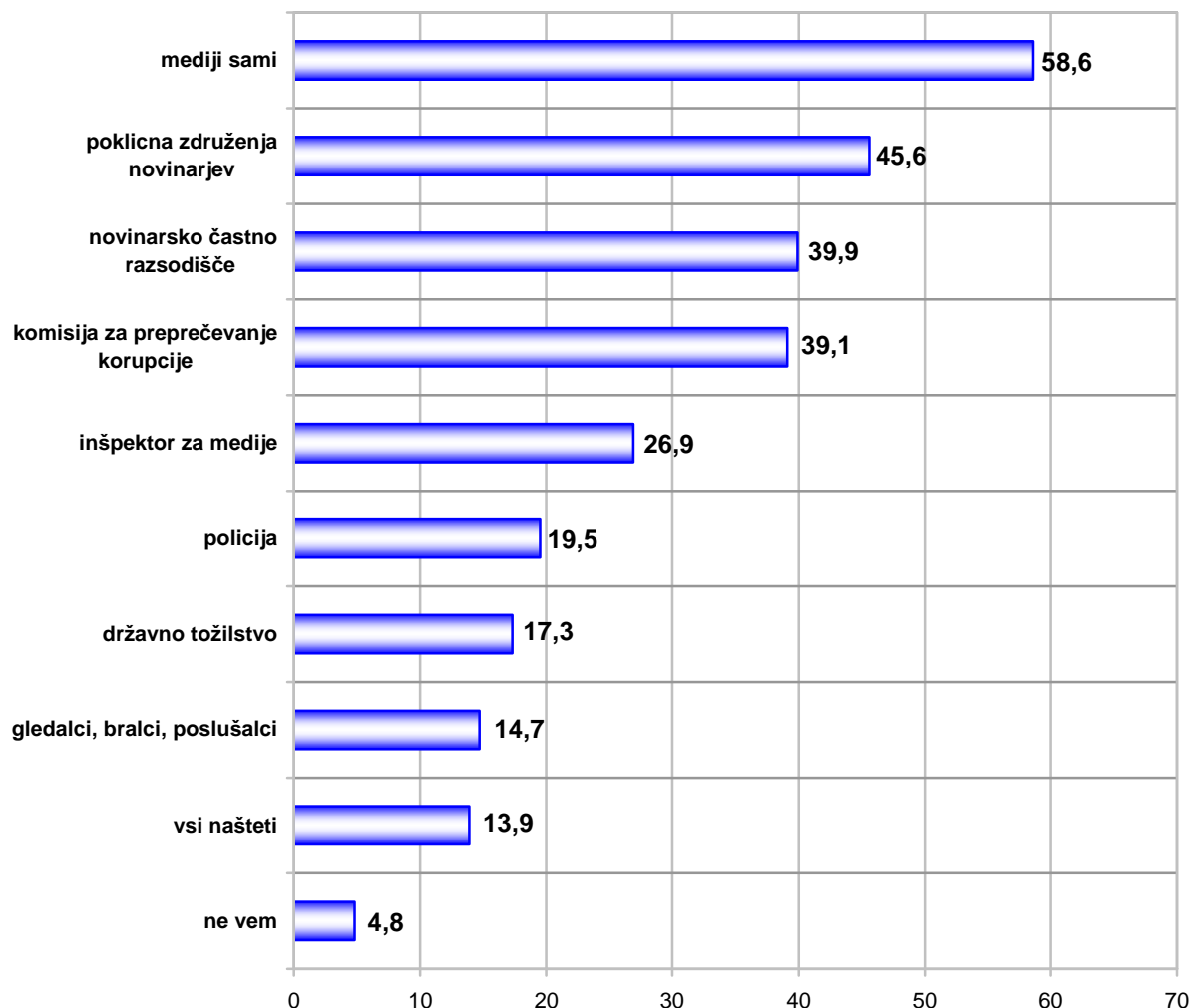
Zakaj menite, da novinarji v glavnem sploh sprejemajo podkupnine? (n=353)



Med razlogi, zaradi katerih novinarji sploh sprejemajo podkupnine, so anketirani novinarji z najvišjim deležem navedb kot glavni razlog izbrali neprofesionalnost nekaterih novinarjev (71,4 % vseh navedb). Sledijo navedbe, da so za sprejemanje podkupnin krive slabe plače (56,1 %), pohlep (45,3 %), pogosto ponujanje določenih uslug, denarja ali daril (30,9 %) nepoznavanje etičnih standardov (27,8 %) itn. Slabo plačo kot vzrok, da novinarji sploh sprejemajo podkupnine, je izpostavilo največ anketiranih s prejemki od 500 do 1000 €, z delovno dobo do 3 let, honorarno zaposlenih, anketirancev, ki so zaposleni na radijski in televizijski medijski hiši ter tisti, ki so zaposleni v večji javni medijski hiši.



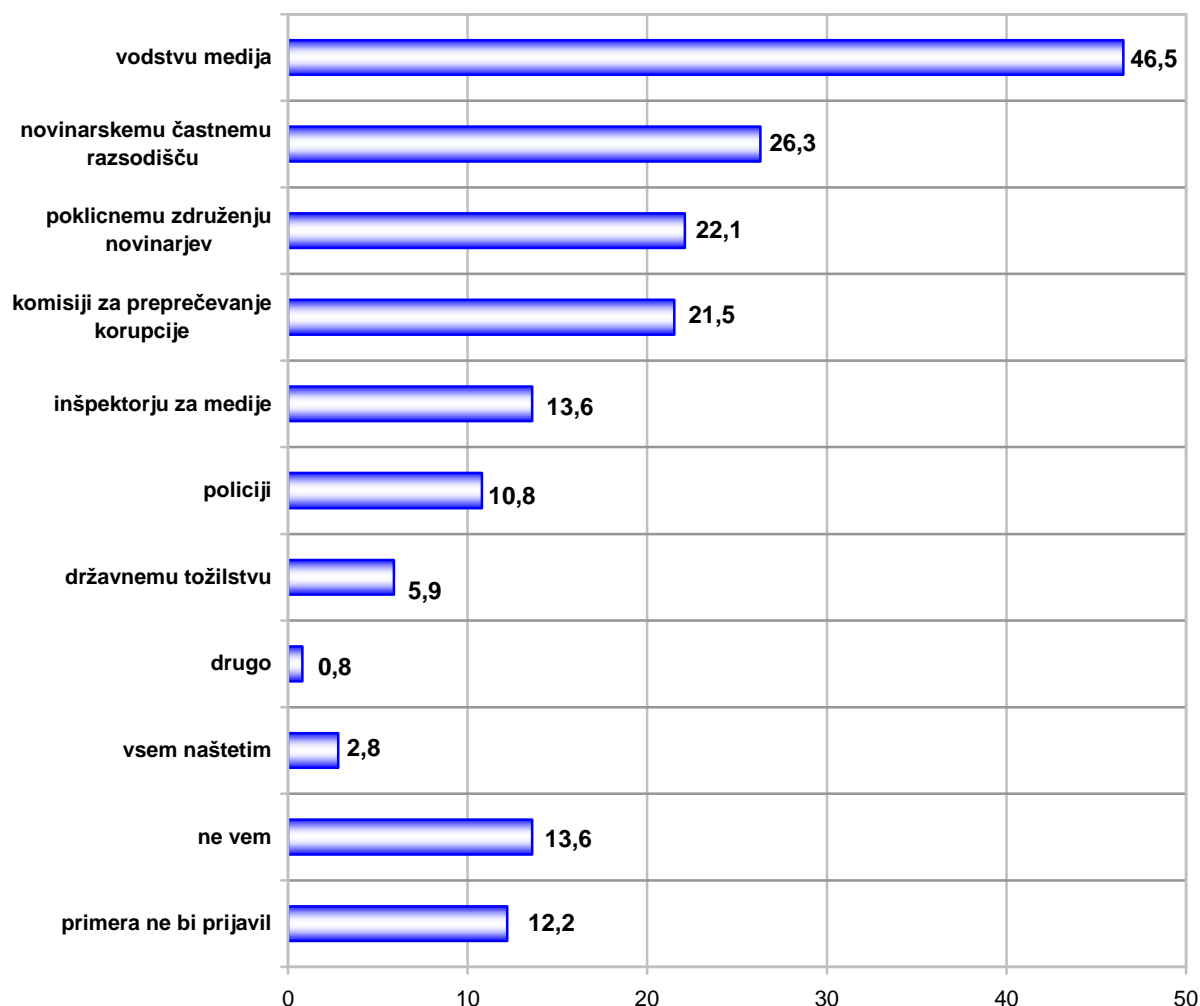
Kdo bi moral po vašem mnenju odkrivati korupcijo oz. podkupovanje v medijih oz. novinarstvu? (n=353)



Korupcijo oz. podkupovanje v medijih oz. novinarstvu bi morali po mnenju anketiranih novinarjev v največji meri odkrivati mediji sami (58,6 %), sledijo poklicna združenja novinarjev (45,6 %), novinarsko častno razsodišče (39,9 %) ter inšpektor za medije (26,9 %).

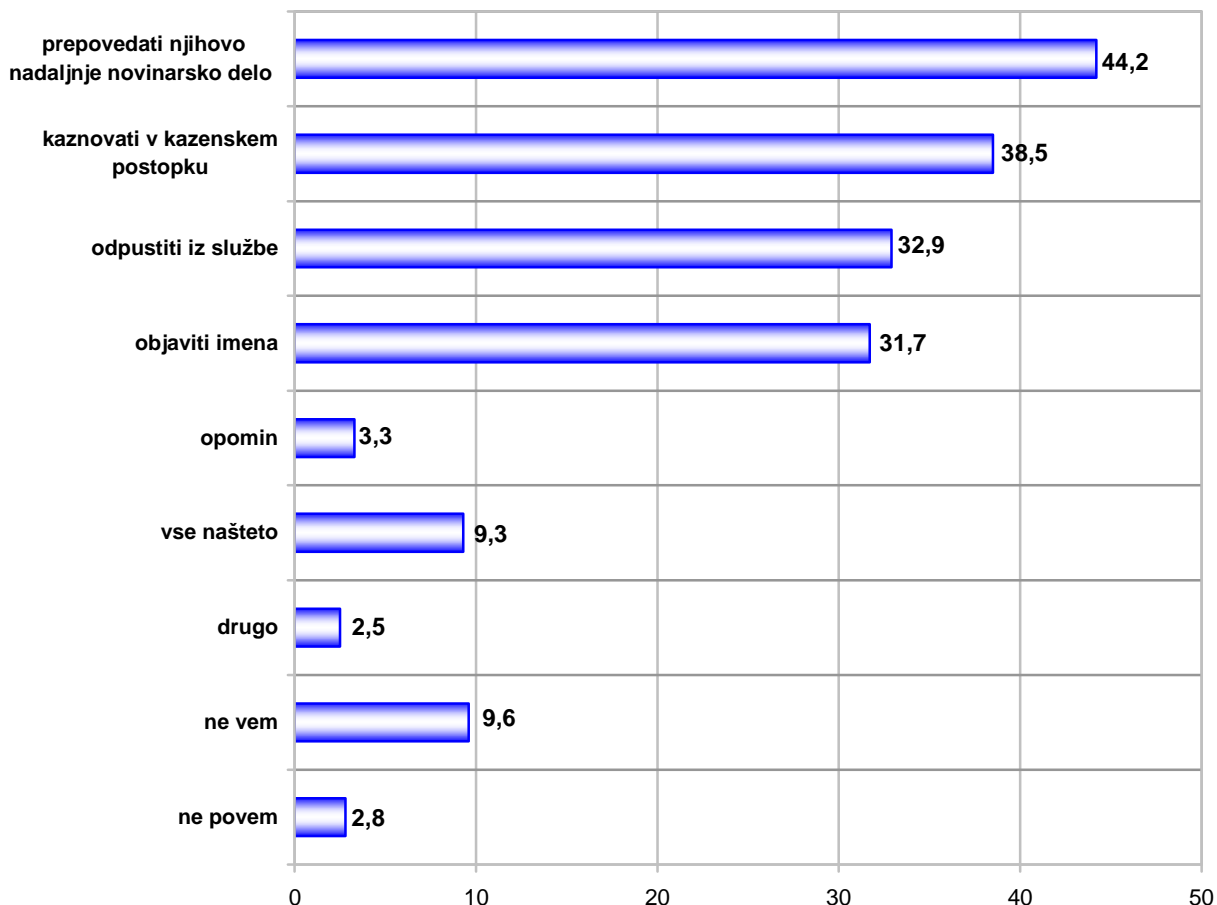


Če bi izvedeli za primer korupcije oz. podkupovanja med novinarji, komu bi primer korupcije prijavili? (n=353)



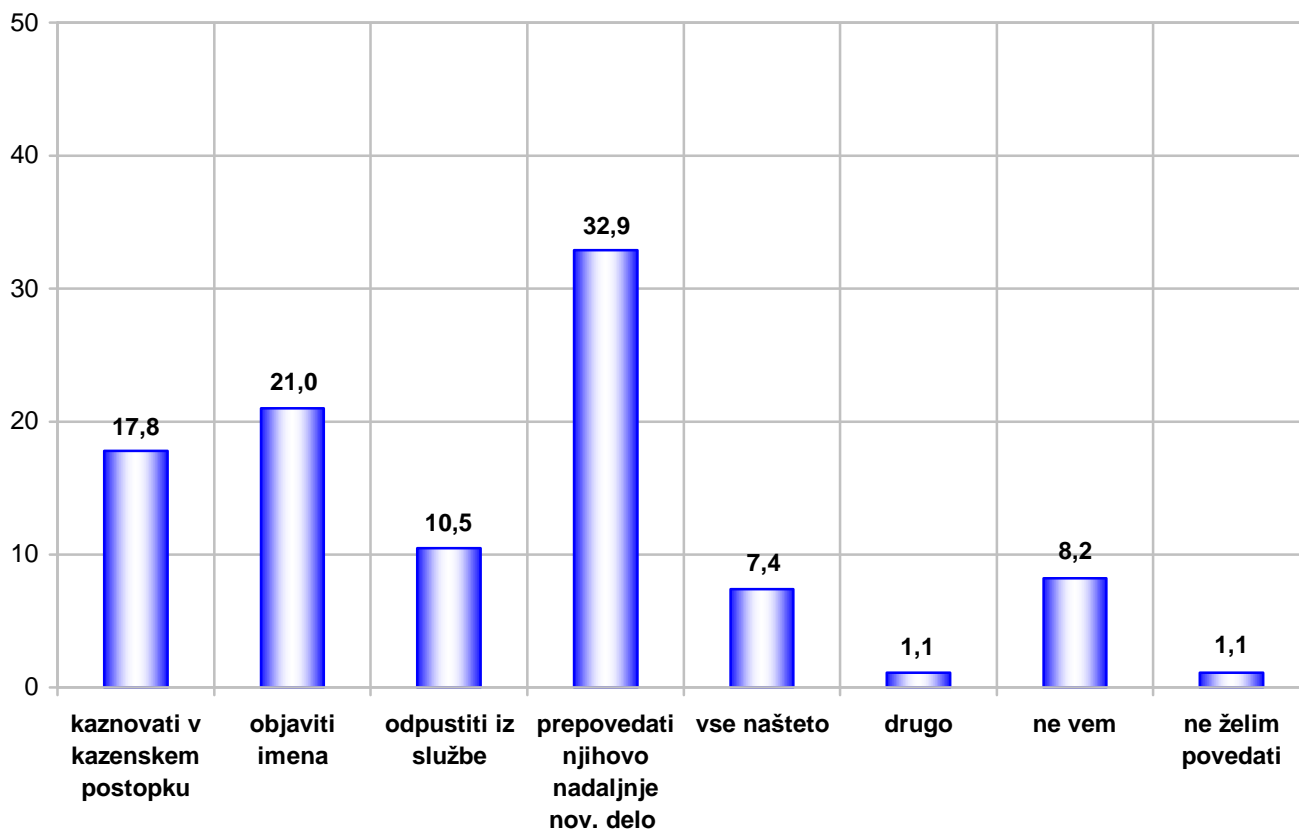
* Pod drugo so anketirani še navedli: o tem bi napisal članek (3x).

Če bi izvedeli za primer korupcije oz. podkupovanja med novinarji, bi anketirani v največji meri primer korupcije prijavili vodstvu medija (46,5 %), 26,3 % Novinarskemu častnemu razsodišču, 22,1 % poklicnemu združenju novinarjev, 21,5 % Komisiji za preprečevanje korupcije, 13,6 % inšpektorju za medije.

**Kaj bi morali po vašem mnenju storiti z novinarji, ki sprejemajo podkupnino? (n=353)**

* Pod drugo so anketirani še navedli: najprej opozoriti (4x), najprej pogovor z urednikom (3x), postaviti ultimatum, povečati honorarje, seznanitev z etičnim kodeksom.

Anketiranci so se z najvišjim deležem navedb (44,2 %) opredelili, da bi novinarjem, ki sprejemajo podkupnino, prepovedali nadaljnje novinarsko delo, 38,5 % bi jih kaznovalo v kazenskem postopku, 32,9 % bi jih odpustilo iz službe, 31,7 % pa bi objavilo njihova imena.

**Kateri izmed zgoraj naštetih ukrepov pa bi bil po vašem mnenju najbolj učinkovit?****(n=353)**

* Pod drugo so anketirani še navedli: kdo bo dokazal korupcijo?; problem je širši, kazni nimajo smisla, ker so honorarji bedni; suspenz.

Med možnimi ukrepi za sankcioniranje podkupovanja so kot najbolj učinkovitega anketiranci izpostavili prepoved nadaljnjega dela (32,9 %), sledita objava imena (21 %) in kaznovanje v kazenskem postopku (17,8 %).



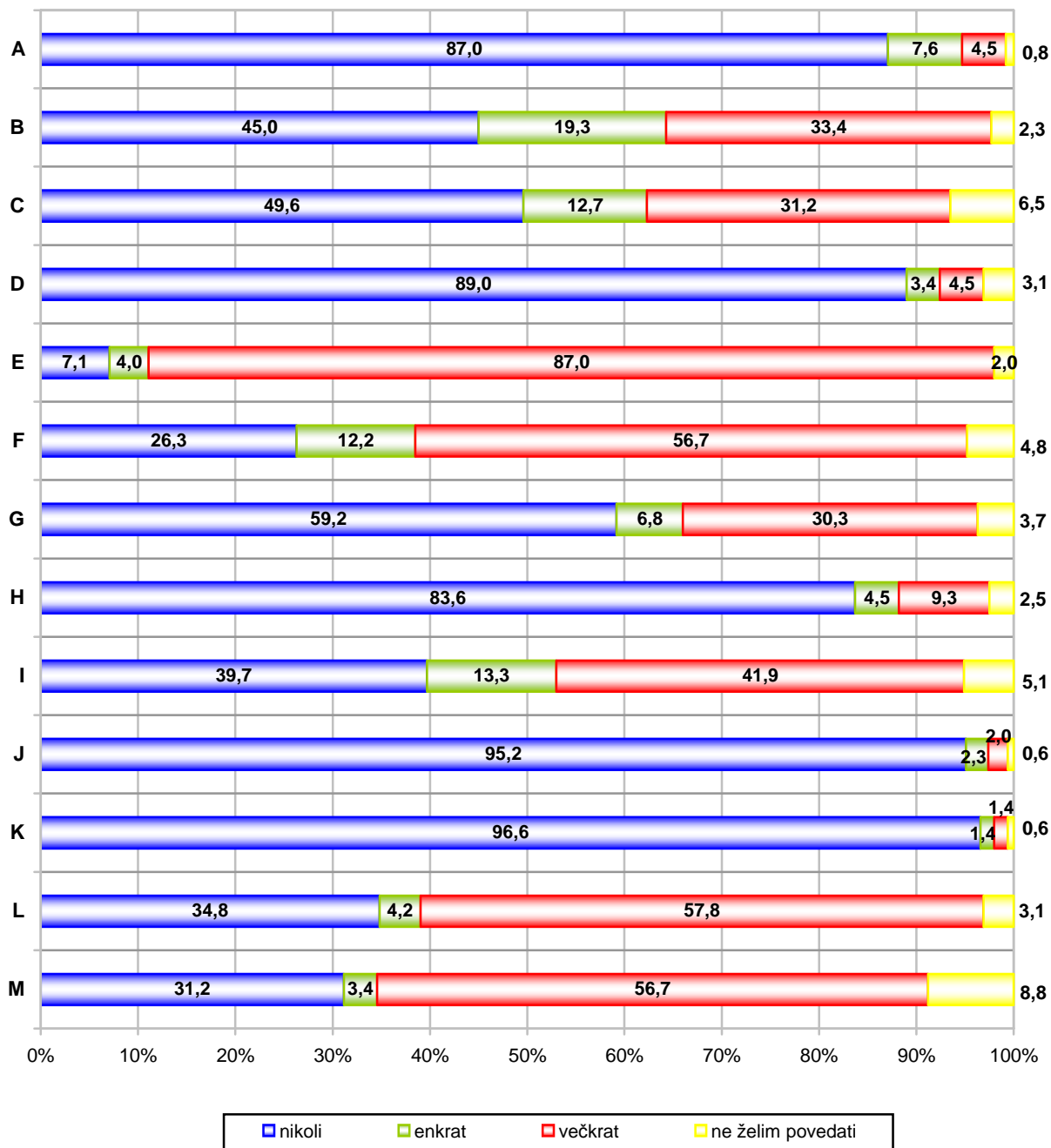
Našteli vam bomo nekaj stvari, ki sodijo med elemente podkupovanja in posledično možne korupcije. Nam lahko navedete, če in kolikokrat ste bili deležni ponudbe katerega izmed naštetih elementov: (n=353)

Elementi podkupovanja:

- A. Denar
- B. Plačilo stroškov potovanja o katerem poročate v mediju
- C. Popusti izključno za novinarje
- D. Cenejše storitve (plačilo naročnine na telefon)
- E. Manjše pozornosti (podloga za miško, majica, rokovnik, pisalo...)
- F. Poslovna kosila in priložnostni spominki
- G. Neformalna druženja (kosila in zabave pri politikih ali gospodarstvenikih)
- H. Formalna druženja in plačilo vseh stroškov (tudi za vašega partnerja/ko)
- I. Knjige na novinarski konferenci (tudi enciklopedije, dražji priročniki)
- J. Mobilni telefon ali telefon, ki ga potem predstavite v članku, prispevku, oddaji
- K. Računalnik, tiskalnik, oprema za računalnik o katerem pripravljate članek, prispevek, oddajo
- L. Vstopnice za prireditve, o katerih poročate
- M. Informacije



Graf: Izkušnje z elementi podkupovanja:





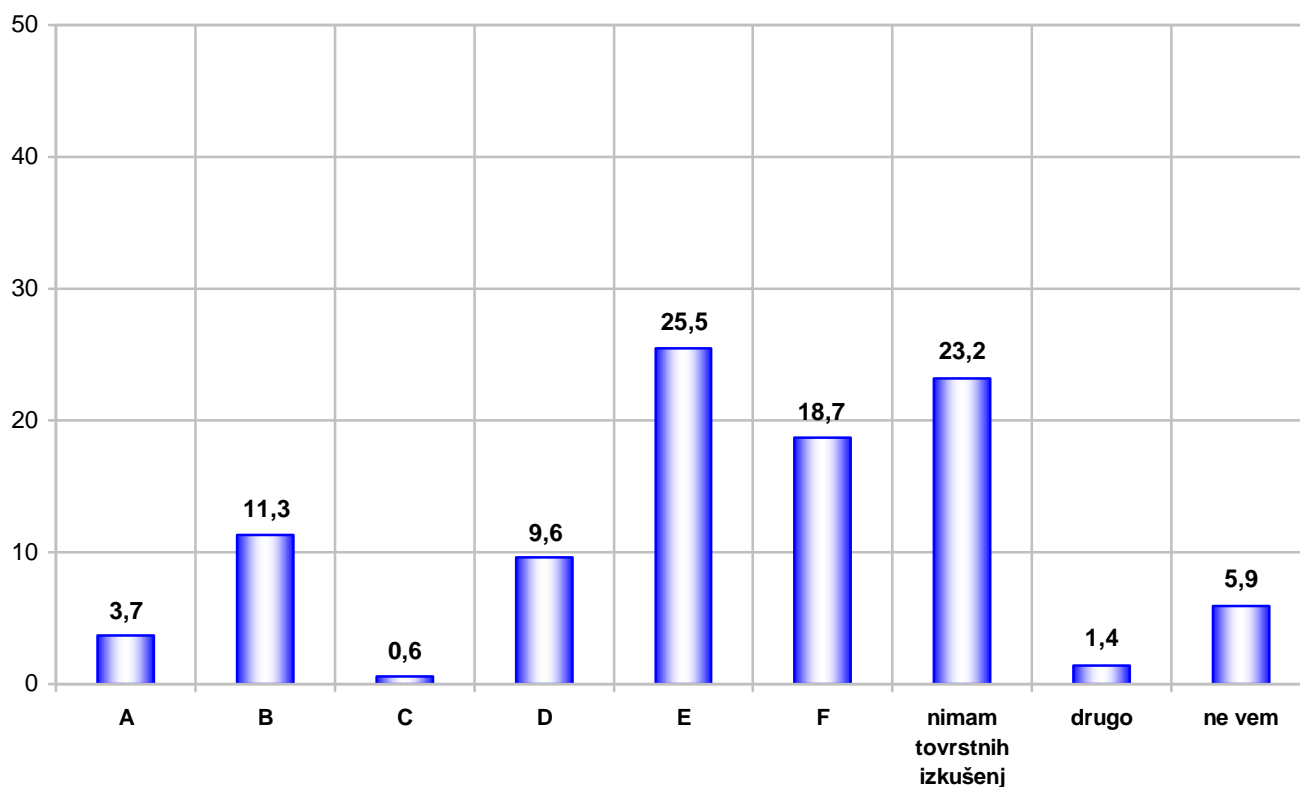
Anketirance smo v nadaljevanju povprašali, ali so kdaj bili deležni (enkrat ali večkrat) ponudbe katerega izmed naštetih elementov. Iz grafa lahko ugotovimo, da imajo anketiranci najredkejše izkušnje iz naslednjih elementov podkupovanja: računalnik, tiskalnik, oprema za računalnik o katerem so pripravljali prispevek (96,6 % anketiranih ni bilo nikoli deležnih tovrstne ponudbe), mobilni telefon ali telefon, ki so ga kasneje predstavili v prispevku (95,2 % nima teh izkušenj), cenejše storitve, npr. plačilo naročnine za telefon (89 % nima teh izkušenj) ter denar (87 % nima teh izkušenj). Anketiranci pa so bili najpogosteje deležni naslednjih ponudb: manjše pozornosti (87 % anketirancev je navedlo, da so imeli večkrat tovrstne izkušnje), vstopnice za prireditve o katerih poročajo (57,8 % z večkratnimi izkušnjami) poslovna kosila in priložnostni spominki (56,7 % z večkratnimi izkušnjami) ter informacije (tudi 56,7 % z večkratnimi izkušnjami).



S katero izmed naštetih situacij pa se po vašem mnenju novinarji srečujejo najpogosteje? (n=353)

Situacija:

- A. javni uslužbenec ali funkcionar ponudi, da bi za poročanje njemu v prid ali komu drugemu v škodo, dal plačilo, uslugo ali darilo
- B. podjetje vam je ponudilo plačilo, uslugo ali darilo, s pričakovanjem, da bi poročal/a njim v prid ali proti konkurenci
- C. vnaprej je jasno, da sem pričakoval darilo ali uslugo, zato so to storili, ne da bi prosil/a
- D. ponudili so mi darilo in namignili, da bi bilo primerno, da bi o dogodku, podjetju poročal pozitivno
- E. ponudili so mi darilo brez kakršnihkoli pogojev
- F. podjetje je v vabilu na novinarsko konferenco napisalo, da bomo novinarji dobili pogostitev in darilo, konkretni izdelek (telefon, knjiga, majica)



* Pod drugo so anketirani še navedli: »ekskluzivne« informacije (3x), priložnostne pozornosti (2x).

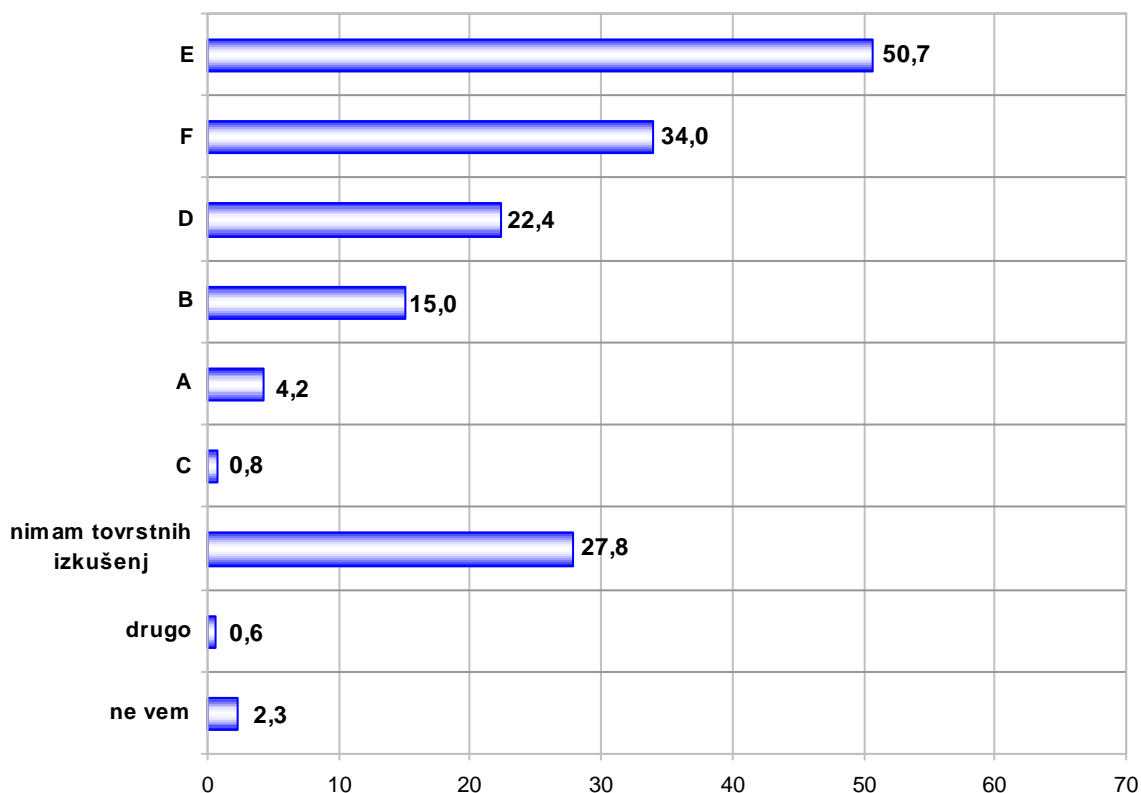
Po mnenju četrtnine (25,5 %) anketirancev, se novinarji najpogosteje srečujejo s situacijo, ko jim ponudijo darilo brez kakršnihkoli pogojev. Na drugem mestu je situacija, ko podjetje v vabilu na novinarsko konferenco napiše, da bodo novinarji dobili pogostitev in darilo ali konkretni izdelek (18,7 %), sledi situacija ko jim podjetje ponudi plačilo, uslugo ali darilo, s pričakovanjem, da bodo poročali njim v prid ali proti konkurenci (11,3 %). Slaba četrtnina anketiranih (23,2 %) nima tovrstnih izkušenj.



S katerimi izmed naštetih situacij ste se (enkrat ali večkrat) že srečali? (n=353)

Situacija:

- A. javni uslužbenec ali funkcionar ponudi, da bi za poročanje njemu v prid ali komu drugemu v škodo, dal plačilo, uslugo ali darilo
- B. podjetje vam je ponudilo plačilo, uslugo ali darilo, s pričakovanjem, da bi poročal/a njim v prid ali proti konkurenci
- C. vnaprej je jasno, da sem pričakoval darilo ali uslugo, zato so to storili, ne da bi prosil/a
- D. ponudili so mi darilo in namignili, da bi bilo primerno, da bi o dogodku, podjetju poročal pozitivno
- E. ponudili so mi darilo brez kakršnihkoli pogojev
- F. podjetje je v vabilu na novinarsko konferenco napisalo, da bomo novinarji dobili pogostitev in darilo, konkretni izdelek (telefon, knjiga, majica)

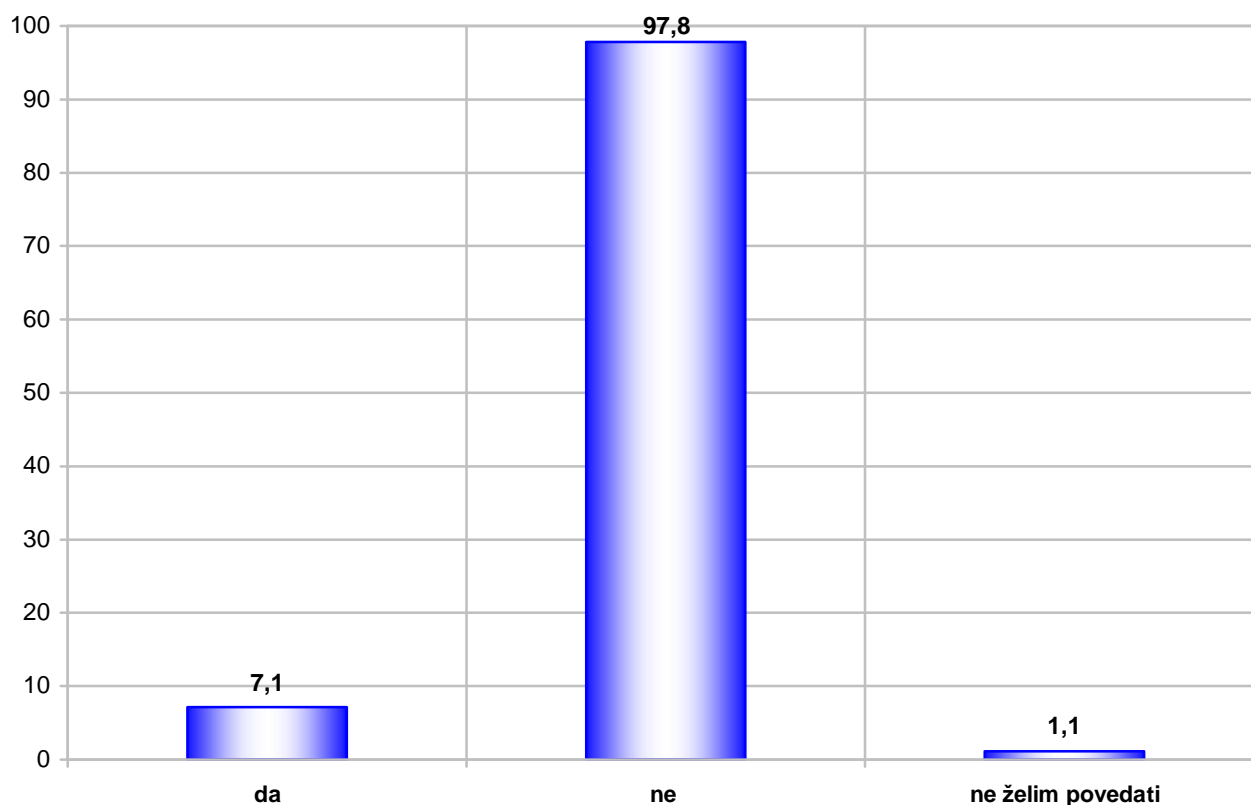


* Pod drugo so anketirani še navedli: priložnostne pozornosti, trgovanje z informacijami.

Anketirani so v najvišjem deležu navedli (50,7 %), da so enkrat ali večkrat že imeli izkušnjo, da so jim ponudili darilo brez kakršnihkoli pogojev. Sledi izkušnja, da je podjetje v vabilu na novinarsko konferenco napisalo, da bodo novinarji dobili pogostitev in darilo, konkretni izdelek (34 %), na tretjem mestu pa je izkušnja, da so jim ponudili darilo in namignili, da bi bilo primerno, da bi o dogodku, podjetju poročali pozitivno (22,4 %). 27,8 % anketiranih nima tovrstnih izkušenj.



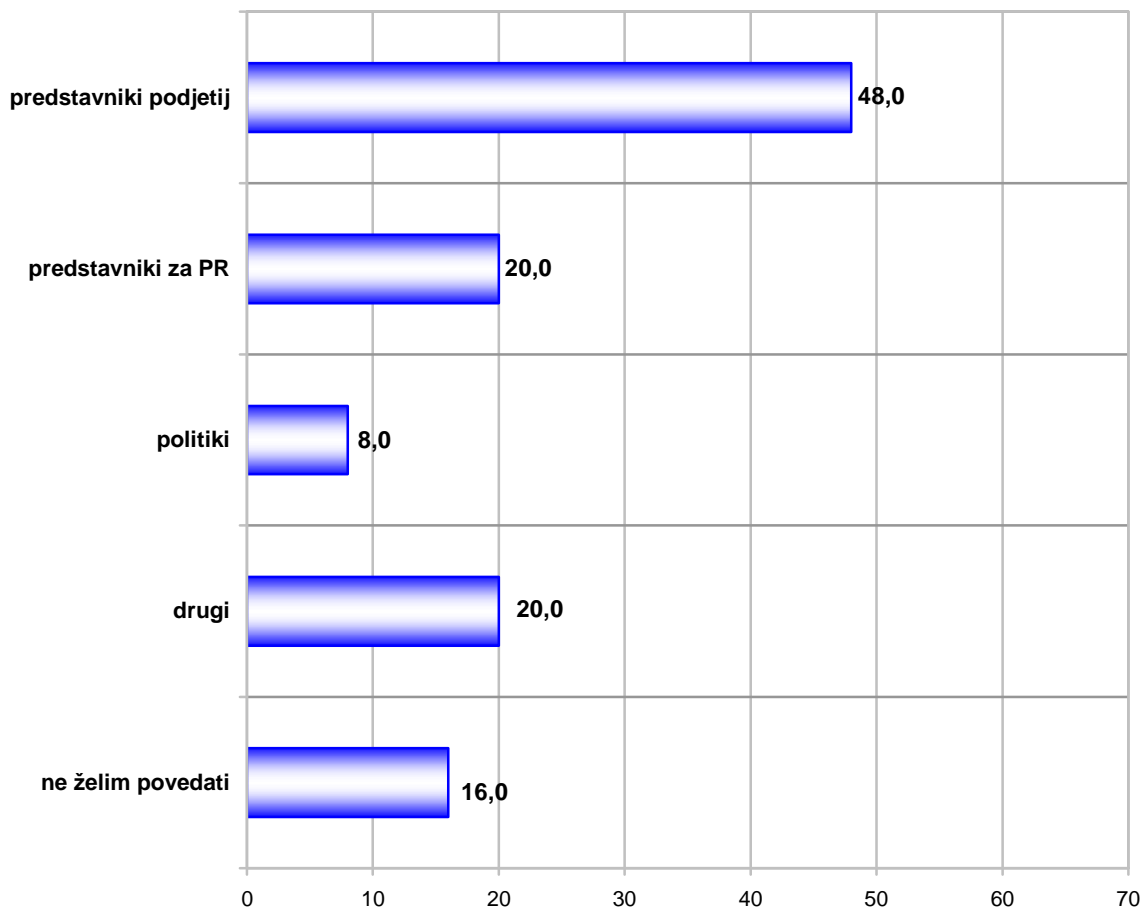
Ali ste že kdaj v zameno poročali v prid izdelka ali osebe, ki vam je ponudila darilo?
(n=353)



Skoraj vsi anketirani novinarji (97,8 %) navajajo, da nišo še nikdar poročali v prid izdelka ali osebe, ki jim je ponudila darilo, 7,1 % anketiranih pa je že imelo tovrstno izkušnjo. Med njimi rahlo izstopajo anketiranci, zaposleni v manjši komercialni medijski hiši.

**Kdo vam je ponudil darilo, uslugo ali denar? (n=25)**

Odgovarjajo tisti, ki so že kdaj v zameno poročali v prid izdelka ali osebe, ki jim je ponudila darilo.



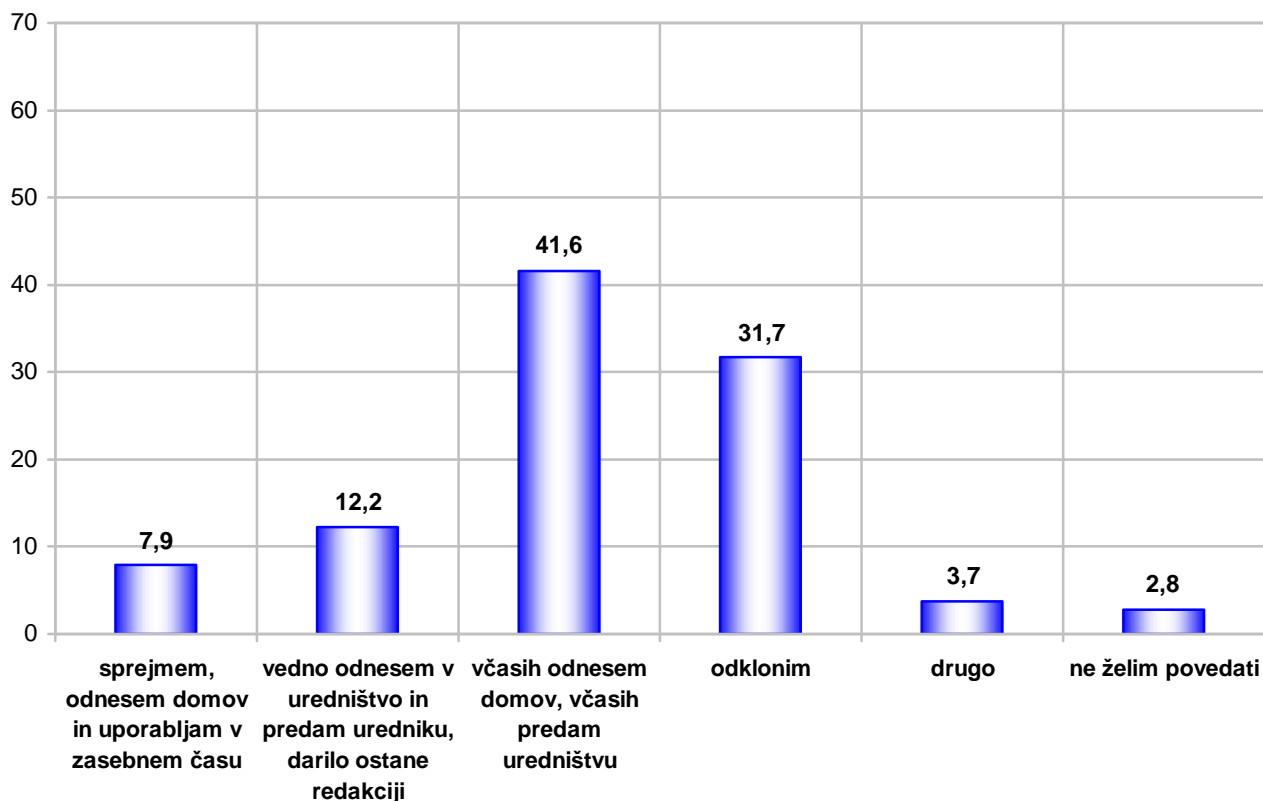
* Pod drugo so anketirani še navedli: urednik (2x), glasbeniki (2x), starši.

Anketirance, ki so pri prejšnjem vprašanju navedli, da so že imeli izkušnjo s poročanjem v prid izdelka ali osebe, ki jim je ponudila darilo, smo v nadaljevanju povprašali, če nam lahko zaupajo, kdo jim je ponudil darilo, uslugo ali denar. Med navedbami, ki so nam jih podali, so na prvem mestu predstavniki podjetij (48 %), na drugem predstavniki za PR (20 %) ter nazadnje politiki (8 %).



Kaj storite (ste ali bi storili) z izkazano pozornostjo, podarjenim izdelkom, denarijem?

(n=353)

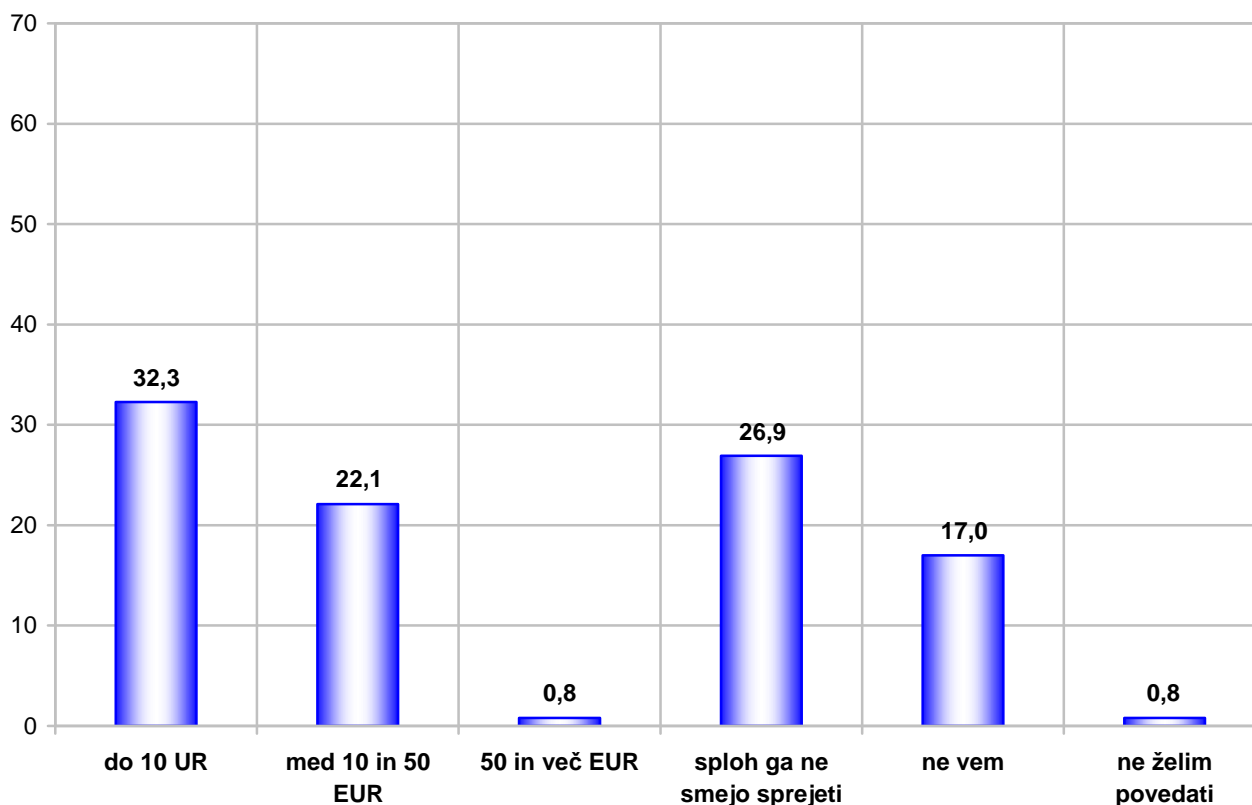


* Pod drugo so anketirani še navedli: če je manjše (kuli, miška) vzamem, drugače zavrnem; denarja, vrednega darila še nisem dobil; če gre za manj vredna darila (do 50 evrov) sprejem, ostala zavrnem; če izdelek potrebujem zaradi dela, ga vzamem, sicer ne; knjige na tiskovnih konferencah niso darilo, če o njih poročam; ko dobim majico, je ne odnesem v uredništvo, ko delijo krofe, jih dobijo sodelavci; malenkosti sprejem, velikih daril ne; manjše stvari tudi uporabim zasebno - majice, kulije itd.; nejasno vprašanje: ali je recenzijski izvod knjige darilo, ali je knjiga z vici o policajih darilo; odklonim ali sprejem izključno za redakcijo; odvisno od vrednosti: kuli ali majico odnesem domov, dražje stvari zavrnem!; podarim naprej; večje darilo odklonim.

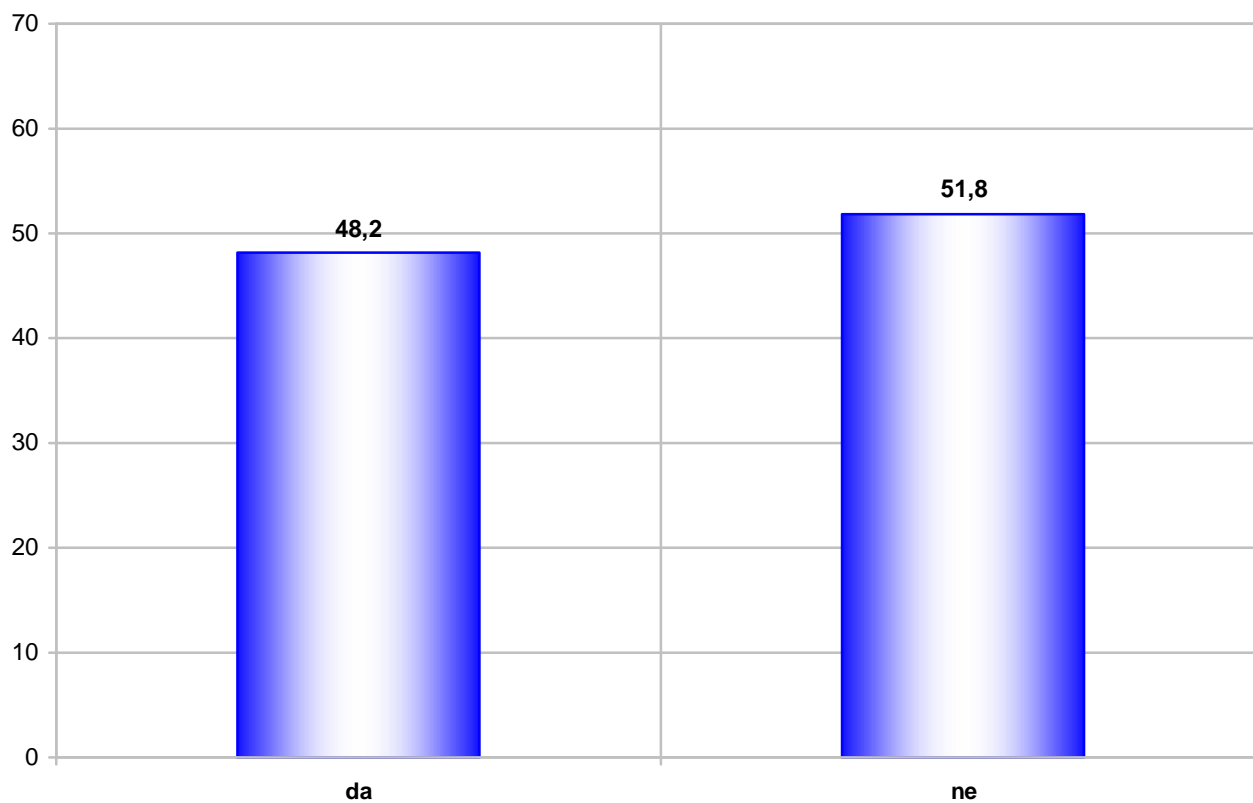
V primeru, da so ali da bi anketirani prejeli pozornost, podarjeni izdelek ali denar, je (ali bi) večina (41,6 %) podarjeni izdelek ali denar včasih odnesla domov, včasih predala uredništvu, slaba tretjina (31,7 %) je (ali bi) omenjeno pozornost odklonila, 12,2 % navaja, da pozornost vedno odnesejo v uredništvo in predajo uredniku ter 7,9 % pa je (ali bi) darilo odneslo domov zase.



Do kakšne vrednosti po vašem mnenju lahko novinarji sploh sprejmejo darilo, da ne vpliva na njih? (n=353)



Po mnenju 32,3 % anketiranih, novinarji lahko sprejmejo darilo do vrednosti 10 €, da ne vpliva na njih, 22,1 % meni, da je to lahko vrednost med 10 in 50 €, 26,9 % pa je proti prejemanju vsakega darila.

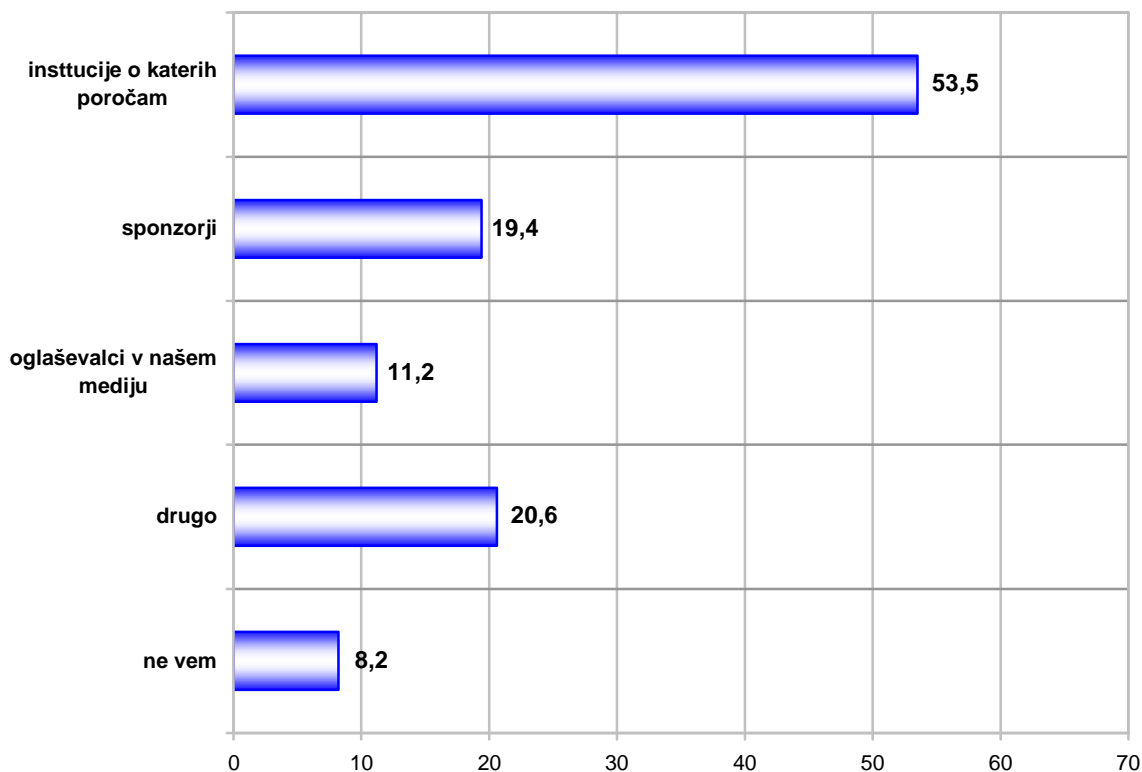
**Ali vam je kdaj potne stroške kril kdo drug kot vaš delodajalec? (n=353)**

Skoraj polovica anketiranih (48,2 %) je že imela izkušnje s tem, da jim je stroške kril nekdo drug, ki ni njihov delodajalec. Med njimi je nekoliko več žensk, univerzitetno izobraženih, anketirancev s plačo od 500 do 1000 €, honorarno zaposlenih, z delovno dobo do 3 leta in delajo na televizijskem mediju.



Nam lahko zaupate, kdo? (n=170)

Odgovarjajo tisti, ki jim je potne stroške kril kdo drug.



* Pod drugo so anketirani še navedli: ambasada;CNN; drugi (tuji) mediji; družba, ki ima redno letno objavo poslovnih rezultatov v tujini; ekipe; enkrat proizvajalec izdelka, o katerem sem potem pisal povsem objektivno; evropska komisija in cmeplus; farmacevtska firma, vendar ni bilo nobene obveze poročanja; farmacevtska podjetja; gledališče; gospodarska družba; gospodarstvo; institucija, ki nimajo s programsko vsebino nobene povezave; institucije, ki pa v zameno niso pričakovale pozitivnega poročanja; klubi; kulturna ustanova; marketinška kompenzacija; mednarodna nevladna organizacija; organizatorji prireditve; podjetje; podjetje, ki je odprlo tovarno v tujini; ponudniki turističnih storitev; slovenska izseljenska matica v okviru njene turneje med izseljenci; strokovno združenje; športne zveze, klubi; tuja filmska produkcijska hiša; tuje institucije & organizacije; tuje vlade; turistična agencija; velika tuja računalniška firma; vlada tuje države; WHO; založniška hiša; zasebnik s političnimi interesi; znanci iz PR.

Anketirance, katerim je potne stroške kril tudi nekdo drug, smo povprašali, ali nam zaupajo kdo. Tako so v največjem številu navedli institucije o katerih so poročali (53,5 %) ter sponzorje (19,4 %)



3.3. PRIMERJAVA REZULTATOV

V nadaljevanju predstavljamo primerjavo rezultatov statističnih analiz podatkov iz telefonske raziskave med splošno populacijo o pojavu korupcije med slovenskimi novinarji ter spletne raziskave med slovenskimi novinarji o pojavnosti korupcije med slovenskimi novinarji. Rezultate smo primerjali pri vseh tistih vprašanjih, kjer so tako formulacija vprašanja, kot tudi možni odgovori, med seboj popolnoma enaki.

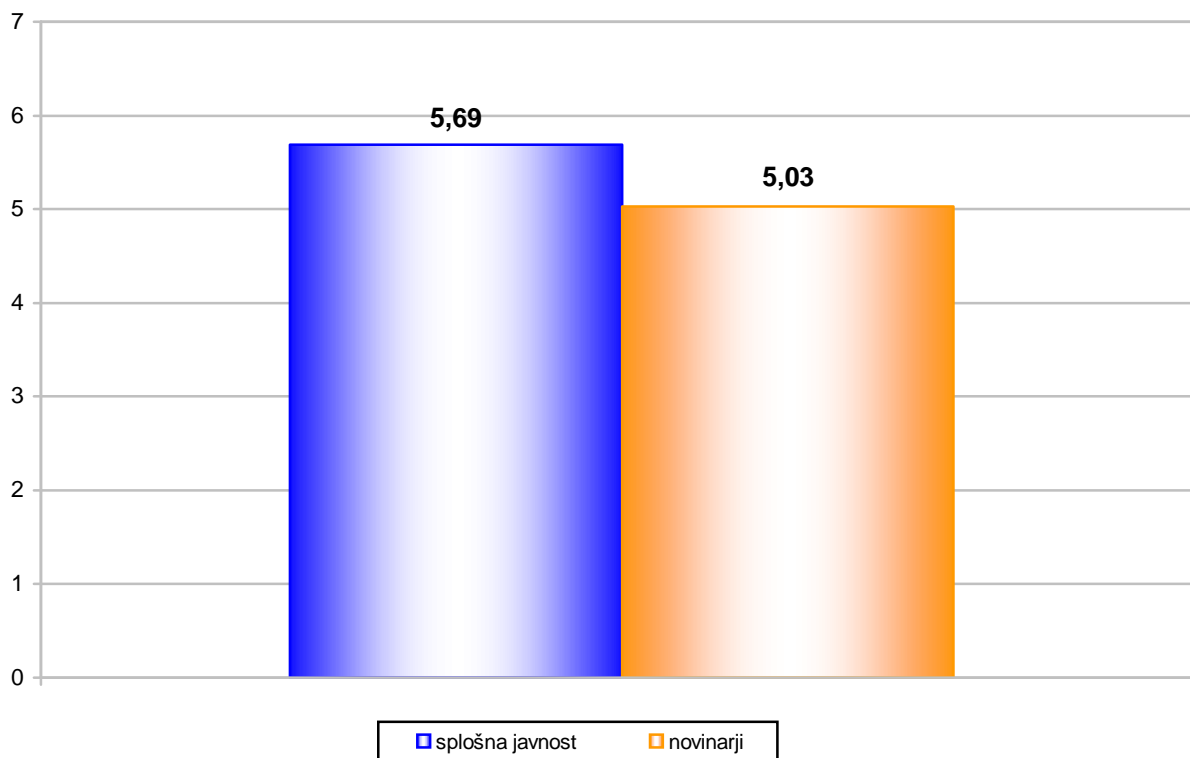
Rezultate predstavljamo s tabelarično in grafično upodobitvijo frekvenčnih porazdelitev po posameznih vprašanjih.



Prosimo, da na lestvici od 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da je problem zelo majhen, 7 pa, da je problem zelo velik) ocenite, kako velik problem je po vašem mnenju korupcija v Sloveniji.

	Splošna javnost (n=1000)	Novinarji (n=353)
	%	%
1. zelo majhen	0,2	0,6
2. majhen	1,2	2,5
3. srednje majhen	4,0	9,1
4. niti majhen niti velik	9,9	15,9
5. srednje velik	25,6	36,0
6. velik	24,4	23,2
7. zelo velik	33,3	11,9
ne vem, ne morem oceniti	1,4	0,8
povprečna ocena	5,69	5,03

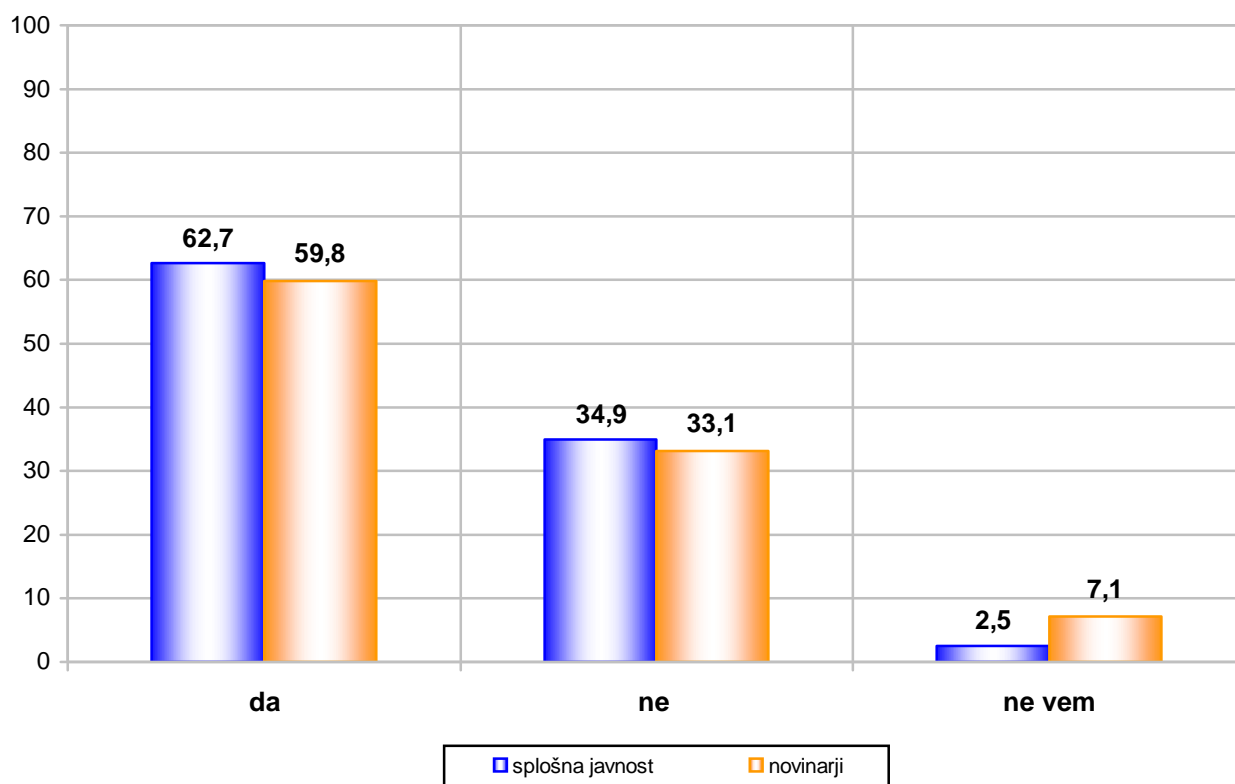
Graf: Primerjava povprečnih ocen velikosti problema korupcije



Iz primerjalnega grafa je razvidno, da je splošna javnost do problema korupcije nekoliko bolj kritična, kot so novinarji.

**Ali menite, da je korupcija neizbežen del slovenske družbe?**

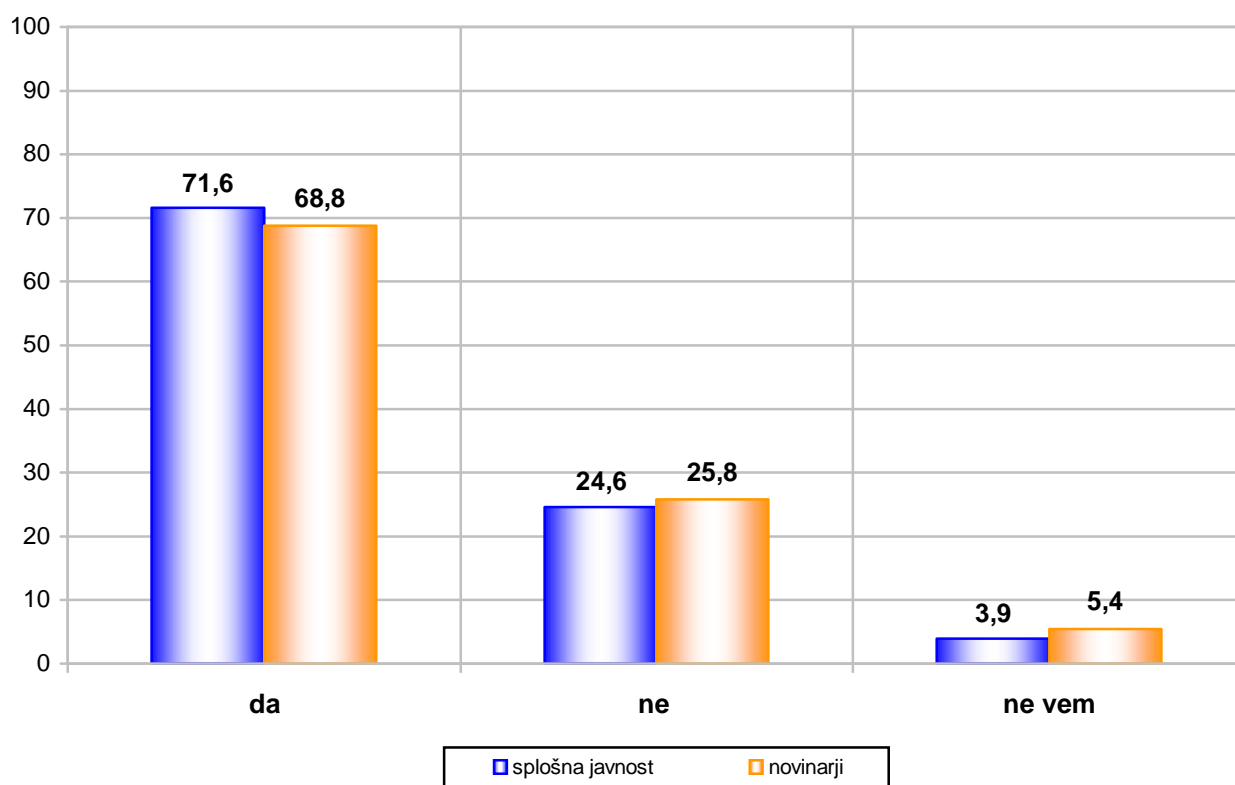
	Splošna javnost (n=1000)	Novinarji (n=353)
da	62,7	59,8
ne	34,9	33,1
ne vem	2,5	7,1



Tudi, ko gre za vprašanje, ali je korupcija neizbežen del slovenske družbe, je splošna populacija bolj kritična od novinarjev.

**Ali menite, da je korupcija neizbežen del svetovne družbe?**

	Splošna javnost (n=1000)	Novinarji (n=353)
da	71,6	68,8
ne	24,6	25,8
ne vem	3,9	5,4

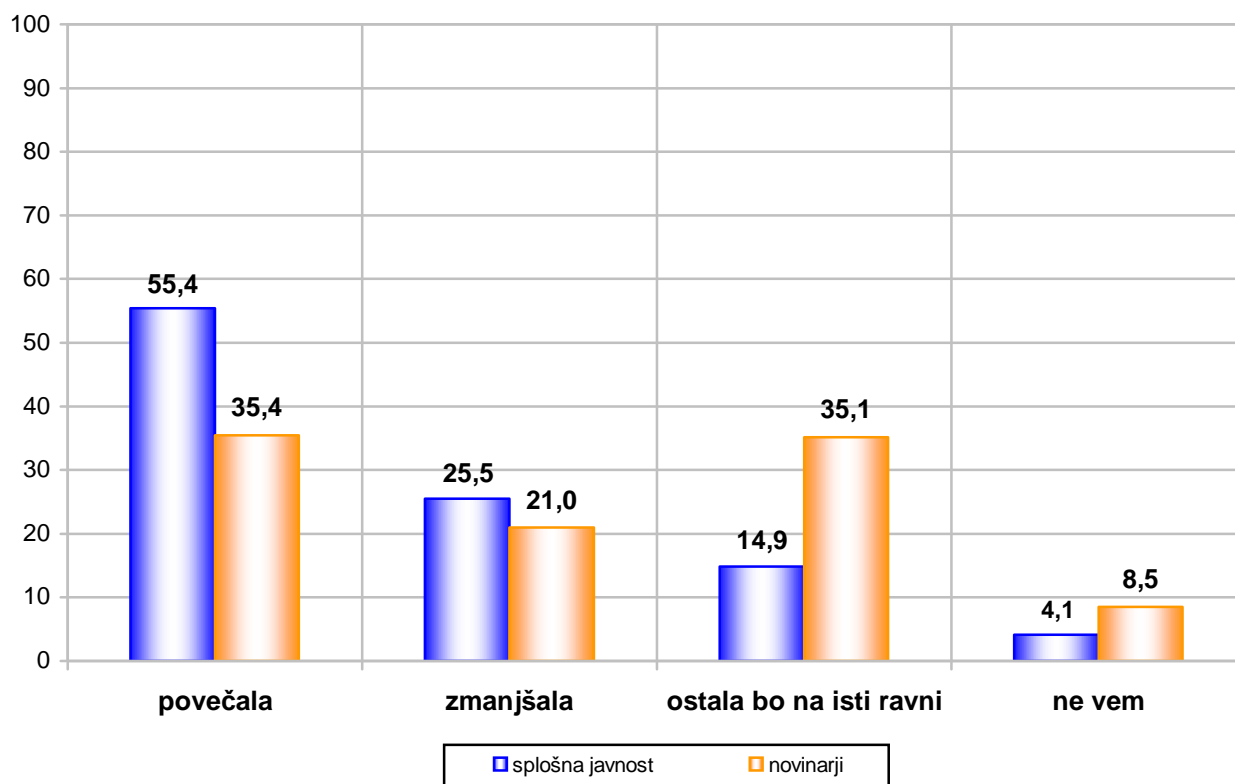


Pri vprašanju, ali je korupcija neizbežen del svetovne družbe, sta obe populaciji izrekli visoko strinjanje - splošna populacija pa je tudi tukaj bolj kritična od novinarjev.



Ali menite, da se bo stopnja korupcije v Sloveniji v prihodnjih letih povečala ali zmanjšala?

	Splošna javnost (n=1000)	Novinarji (n=353)
povečala	55,4	35,4
zmanjšala	25,5	21,0
ostala bo na isti ravni	14,9	35,1
ne vem	4,1	8,5



Ko gre za problem povečanja stopnje korupcije v zadnjem letu, je splošna populacija veliko bolj kritična od novinarjev.



Kako pogosto se po vašem mnenju pojavlja korupcija med naslednjimi družbenimi akterji. Prosimo, da za vsakega akterja posebej ocenite pogostost pojavljanja korupcije na lestvici od 1 do 7.

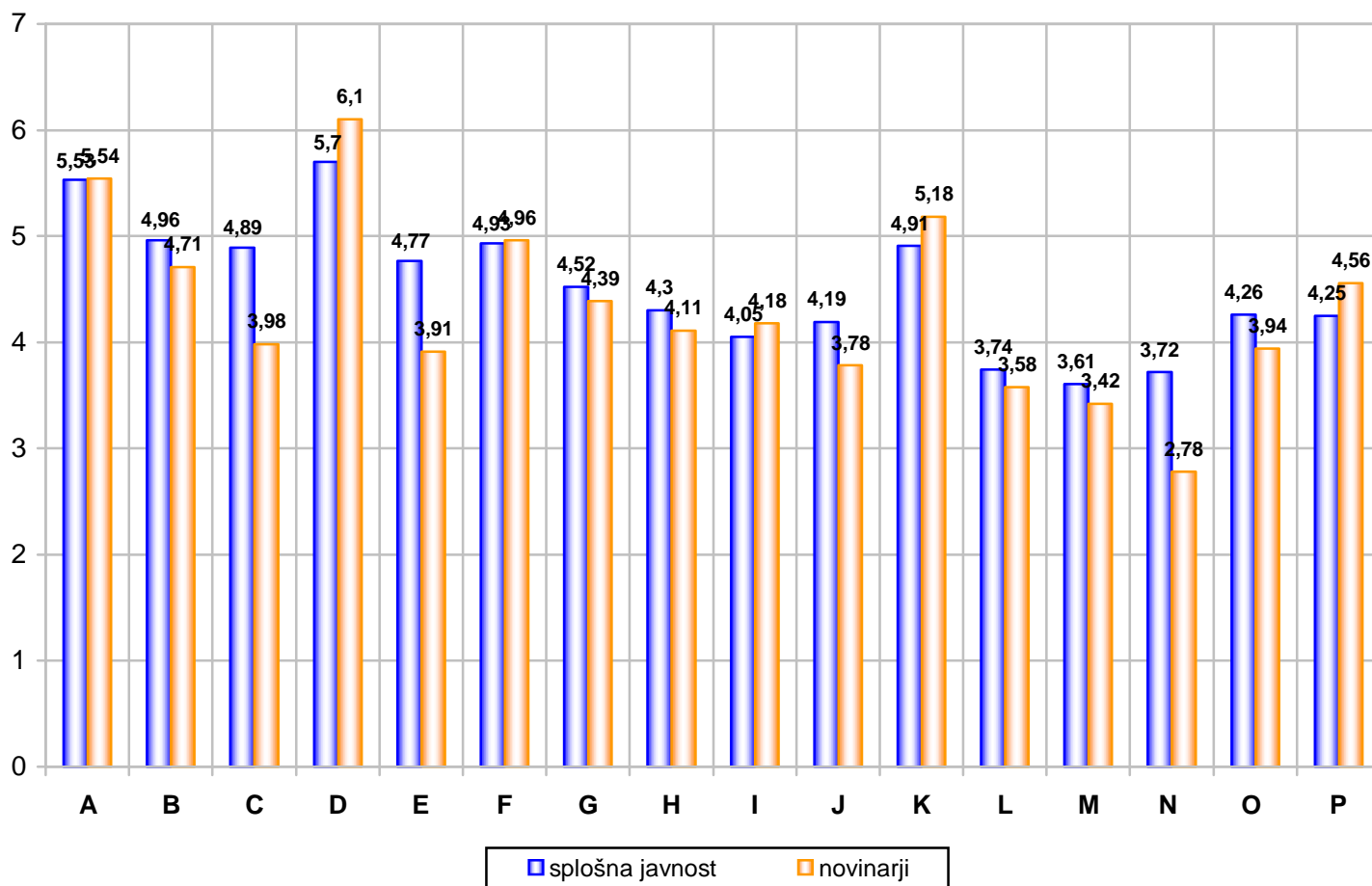
Družbeni akterji:

- A. Politične stranke
- B. Parlament
- C. Sodstvo
- D. Gospodarstvo
- E. Tožilstvo
- F. Vlada
- G. Policija
- H. Davčna služba
- I. Carina
- J. Mediji
- K. Zdravstvo
- L. Izobraževanje
- M. Vojska
- N. Nevladne organizacije
- O. Religijske organizacije
- P. Javna uprava

Družbeni akterji:	SPLOŠNA JAVNOST (n=1000)				NOVINARJI (n=353)			
	pretežno redko	srednje	pretežno pogosto	povp. ocena	pretežno redko	srednje	pretežno pogosto	povp. ocena
A	3,4	43,1	53,5	5,53	2,6	40,7	56,7	5,54
B	8,4	52,4	39,2	4,96	9,0	58,9	32,1	4,71
C	9,7	50,3	40,0	4,89	17,0	66,7	16,4	3,98
D	2,1	35,2	62,7	5,70	0,6	20,9	78,6	6,10
E	10,7	53,8	35,4	4,77	19,9	64,0	16,1	3,91
F	12,5	42,5	45,0	4,93	6,9	51,9	41,2	4,96
G	13,6	56,9	29,6	4,52	10,6	67,6	21,8	4,39
H	17,9	56,7	25,3	4,30	17,7	63,8	18,6	4,11
I	22,3	57,9	19,8	4,05	14,4	69,0	16,6	4,18
J	18,9	56,8	24,2	4,19	22,5	64,3	13,3	3,78
K	7,5	53,6	39,0	4,91	4,9	47,0	48,1	5,18
L	25,6	59,0	15,4	3,74	25,5	62,9	11,6	3,58
M	29,5	55,0	15,5	3,61	31,9	57,6	10,5	3,42
N	26,7	57,2	16,1	3,72	50,3	45,3	4,4	2,78
O	20,7	51,8	27,5	4,26	25,8	51,9	22,3	3,94
P	17,2	58,5	24,3	4,25	9,7	59,6	30,7	4,56



Graf: Primerjava povprečnih ocen pogostosti pojavljanja korupcije med družbenimi akterji

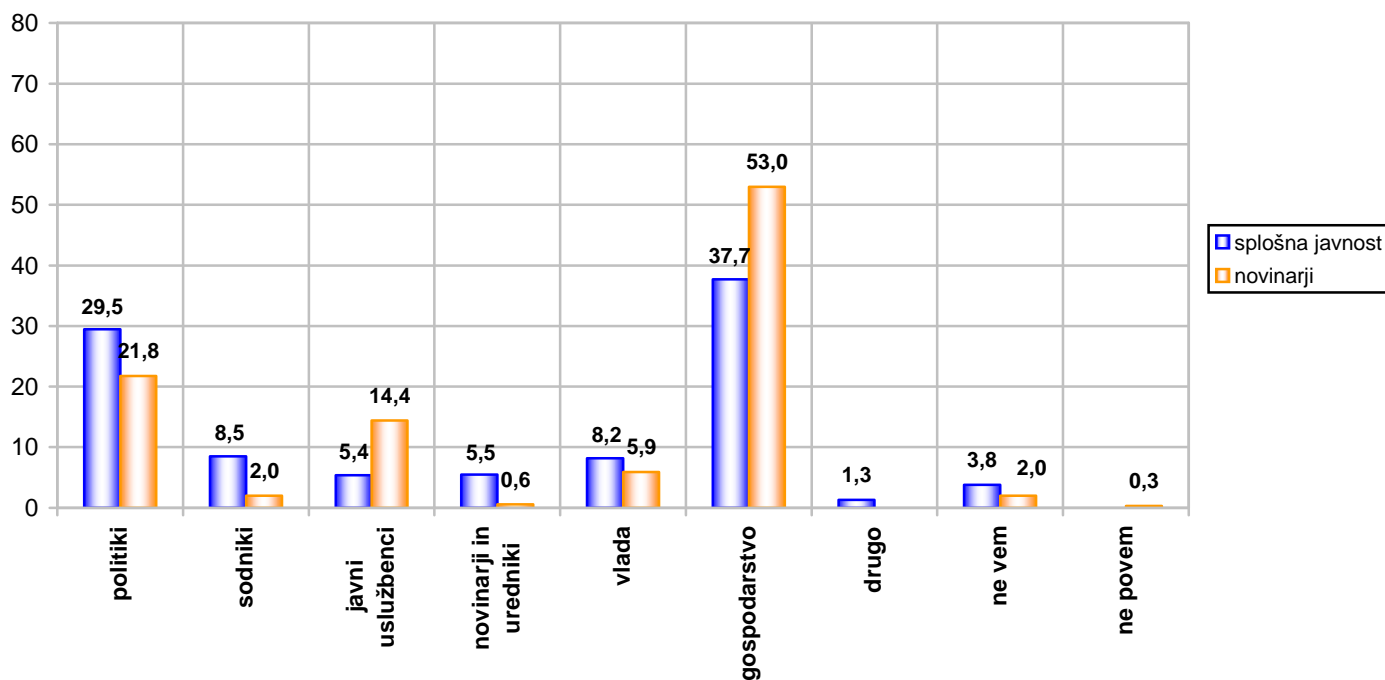


Pojavnost korupcije med različnimi družbenimi akterji obe populaciji ocenjujeta precej podobno, razen v primerih sodstva, tožilstva in nevladnih organizacij, kjer je splošna javnost veliko bolj kritična od novinarjev.



Med katerimi izmed naštetih družbenih akterjev je po vašem mnenju največ korupcije?

	Splošna javnost (n=1000)	Novinarji (n=353)
politiki	29,5	21,8
sodniki	8,5	2,0
javni uslužbenci	5,4	14,4
novinarji in uredniki	5,5	0,6
vlada	8,2	5,9
gospodarstvo	37,7	53,0
drugo	1,3	-
ne vem	3,8	2,0
ne želim povedati	-	0,3

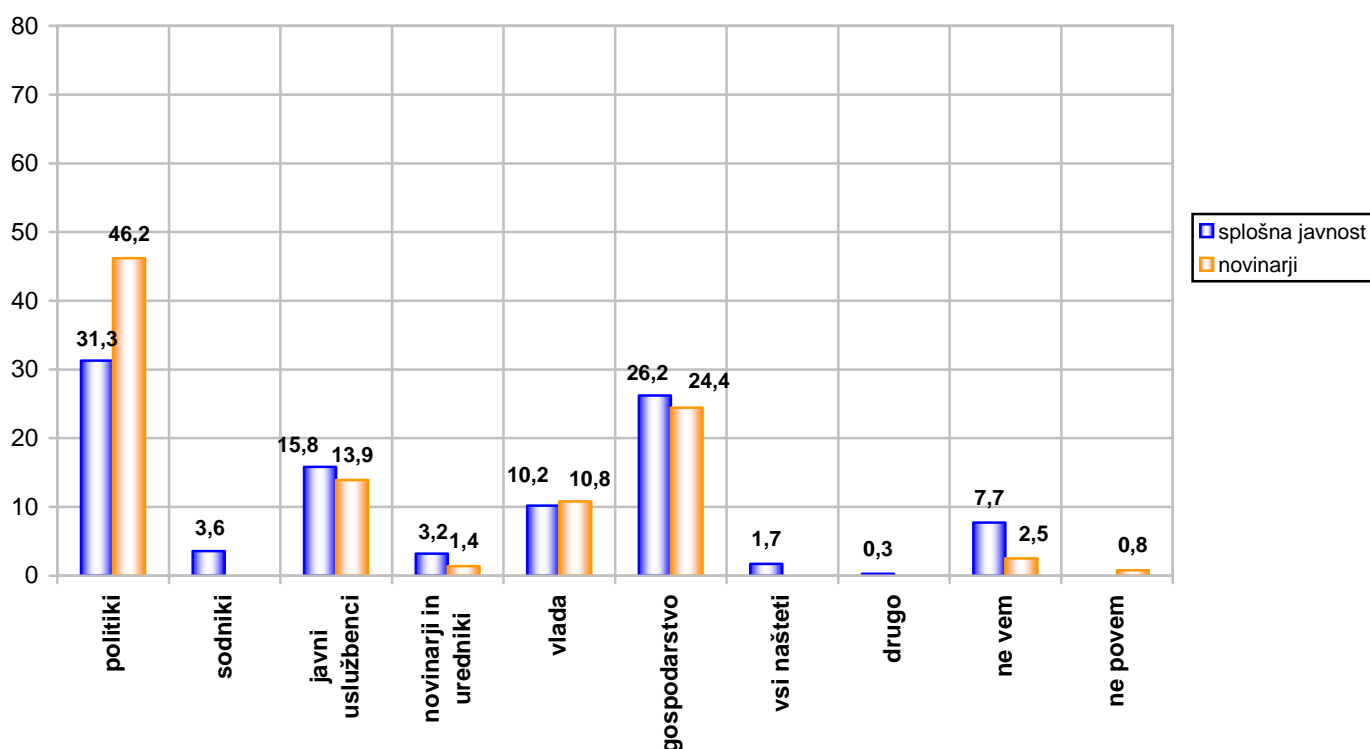


Novinarji so v veliko večjem deležu kot splošna javnost prepričani, da je največ korupcije v gospodarstvu in med javnimi uslužbenci, splošna javnost pa med politiki vidi veliko več korupcije kot jo zaznavajo novinarji.



Med katerimi izmed naštetih družbenih akterjev je po vašem mnenju največ nepotizma (gre za dajanje dobrih služb ali družbenih položajev sorodnikom, prijateljem, znancem)?

	Splošna javnost (n=1000)	Novinarji (n=353)
politiki	31,3	46,2
sodniki	3,6	-
javni uslužbenci	15,8	13,9
novinarji in uredniki	3,2	1,4
vlada	10,2	10,8
gospodarstvo	26,2	24,4
vsi naštet	1,7	-
drugo	0,3	-
ne vem	7,7	2,5
ne želim povedati		0,8



Le pri oceni stopnje nepotizma pri politikih se ocene splošne populacije in novinarjev bistveno razlikujejo.



Podkupnine so prisotne tudi v medijih. Našteli vam bomo situacije, ki bi se lahko predstavile kot dajanje podkupnine novinarjem. Prosimo, da za vsako situacijo posebej ocenite na lestvici od 1 do 7, v kolikšni meri bi bila lahko koruptivna situacija. 1 pomeni, da ni korupcije, 7 pa, da je korupcija. *

* Navedeno vprašanje smo postavili na splošni javnosti. Specifični javnosti novinarjev smo vprašanje formulirali drugače, in sicer: »V nadaljevanju vam bomo našteali nekaj situacij. Prosimo, da nam na lestvici do 1 do 7 (pri čemer 1 pomeni, da situacija ni sporna, 7 pa, da je situacija zelo sporna) ocenite, v kolikšni meri se vam zdijo sporne našteje situacije?«

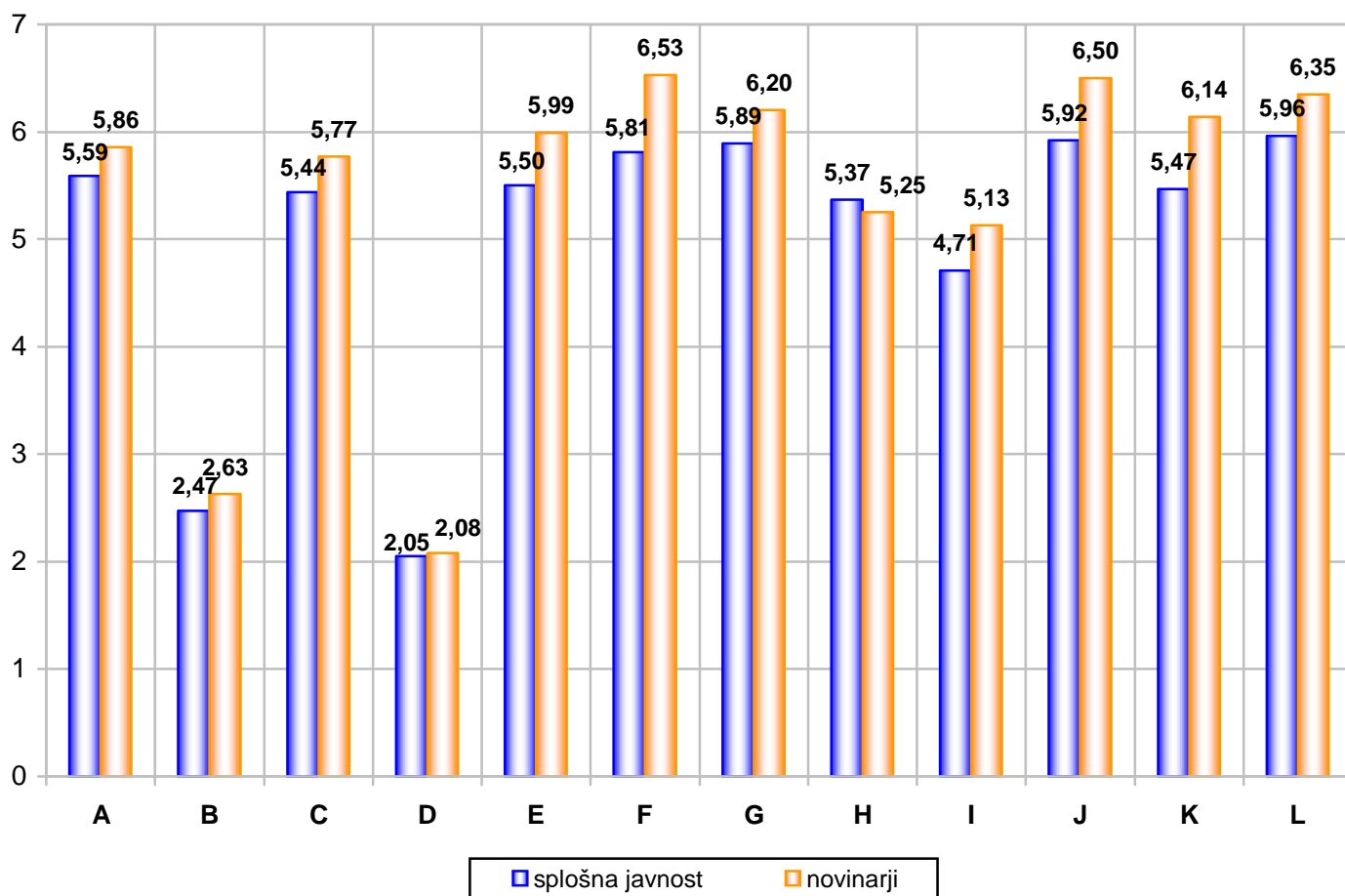
Situacije:

- P. Direktor velikega podjetja, ki večinsko oglašuje v mediju, povabi novinarja in urednika na potovanje.
- Q. Darila manjših vrednosti, ki jih podjetja razdelijo na novinarskih konferencah - priložnostna manjša darila (majice, podloga za miško, pisala).
- R. Darila večjih vrednosti, ki jih podjetja ponudijo novinarjem/kam (enciklopedije, knjige, računalniki, telefoni, računalniška oprema, paketi zavarovanja, potovanja, vstopnice za koncert in prireditve).
- S. Povabilo na kavo.
- T. Lastnik podjetja ponudi novinarju/ki brezplačno daljšo oziroma neomejeno uporabo njihovega proizvoda (avto, telefon, računalnik,...).
- U. Lastnik trgovine ponudi novinarju/ki visok popust pri nakupu blaga, ali storitve v zameno pa mu novinar/ka ali urednik/ca zagotovi objavo prispevka ali članka o trgovini, blagu ali storitvi.
- V. Lastnik smučišča ponudi novinarju/ki enoletno vstopnico za uporabo vseh kapacitet, tudi hotelskih.
- W. Novinar/ka odpotuje na mednarodni seminar podjetja, vse stroške bivanja, hrane in dnevnice krije organizator in tega v prispevku ne omeni.
- X. Politik povabi novinarja/ko na neformalna družabna srečanja k sebi domov.
- Y. Obljuba službe novinarju/ki ali članom njegove/ njene družine.
- Z. Novinar/ka pride v avtosalon in zahteva testno vozilo za teden dni skupaj z gorivom.
- AA. Funkcionar ponudi informacije v zameno za svoj pozitivni image v medijih tega novinarja.



Situacije:	SPLOŠNA JAVNOST (n=1000)				NOVINARJI (n=353)			
	pretežno ni korupcije	srednje	pretežno je korupcija	povp. ocena	pretežno ni sporna	srednje	pretežno je sporna	povp. ocena
A	10,1	25,1	64,8	5,59	6,0	20,6	73,4	5,86
B	64,9	25,4	9,7	2,47	60,5	30,4	9,1	2,63
C	9,0	31,5	59,5	5,44	3,7	28,4	67,9	5,77
D	76,8	15,2	8,0	2,05	72,3	22,0	5,7	2,08
E	10,2	26,6	63,3	5,50	5,4	20,0	74,6	5,99
F	7,2	22,1	70,7	5,81	2,3	8,8	88,9	6,53
G	6,9	19,7	73,4	5,89	4,3	13,7	82,1	6,20
H	13,7	25,2	61,0	5,37	12,2	32,6	55,2	5,25
I	22,4	30,7	46,8	4,71	12,8	33,9	53,3	5,13
J	6,6	20,8	72,6	5,92	1,7	9,3	89,0	6,50
K	11,7	24,8	63,5	5,47	5,0	16,5	78,5	6,14
L	4,6	22,7	72,6	5,96	2,0	14,4	83,6	6,35

Graf: Primerjava povprečnih ocen koruptivnosti situacij:





Pri dveh situacijah: ko lastnik trgovine ponudi novinarju/ki visok popust pri nakupu blaga ali storitve, v zameno pa mu novinar/ka ali urednik/ca zagotovi objavo prispevka ali članka o trgovini, blagu ali storitvi; ko politik povabi novinarja/ko na neformalna družabna srečanja k sebi domov in ko novinar/ka pride v avtosalon in zahteva testno vozilo za teden dni skupaj z gorivom, so novinarji veliko bolj kritični v oceni koruptivnosti kot anketiranci splošne javnosti.