



Podrška implementaciji antikorupcijskih strategija u Bosni i Hercegovini

Aktivnost 3.3:Delivery of trainings for communication on integrity, anticorruption, interaction with the media and awareness raising

Output: Priručnik za komunikaciju AKT, za obuku osoba zaduženih za komunikaciju unutar AKT ili za potrebe AKT

1. Manual for communication with media and public and for implementation of awareness raising activities for ACBs and institutions

Autori: Zlatko Minic, Key Expert 2

Sanela Tunović Bećirović, Non-Key Expert

oktobar-decembar2019.

Materijal je nastao u okviru projekta IPA "Support to implementing anti-corruption strategies in Bosnia and Herzegovina" (EuropeAid/139068/DH/SER/BA). Ovaj projekat finansira Evropska unija.

Sadržaj ove publikacije je odgovornost autora i konzorcijuma predvođenog ECG Summit i ne odražava stavove Evropske unije.

Sadržaj

Uvod	3
Specifičnost komunikacije antikorupcijskih tijela.....	4
Osnovni (anti)korupcijski pojmovi i nadležnosti AKT	5
Ilustrativni pregled pojmove i mogućih definicija:.....	8
Nadležnosti:	12
Tehnike obraćanja javnostima.....	16
AKT i društvene mreže	27
Pojavljivanje AKT u medijima.....	29
Praktičan rad.....	34

Uvod

Ovaj priručnik nastao je kao rezultat aktivnosti IPA projekta (Podrška implementaciji antikorupcijskih strategija u Bosni i Hercegovini - Institucionalna podrška antikorupciji), koji finansira Evropska unija. U okviru projekta predviđena je aktivnost "Provodenje treninga/obuke za interakciju antikorupcijskih tijela (AKT) sa javnošću i medijima". Ovaj trening održan je 11. i 12. septembra 2019. uz učešće predstavnika (većinom čelnih ljudi) antikorupcijskih tijela u BiH. Trening je zamišljen ne samo kao ad hoc obuka već i kao obuka trenera, odnosno trebalo bi da omogući obučenim predstavnicima AKT da svoja znanja prenesu dalje, ostalim članovima AKT, odnosno osobama koje za potrebe AKT komuniciraju ili počinju da komuniciraju sa javnošću i medijima. Ovaj priručnik trebalo bi da im u tome pomogne i da bude svojevrstan vodič za treninge koje bi samostalno organizovali. U okviru projekta predviđena je i izrada kurikuluma i modula za obuku u oblasti integriteta, antikorupcije, podizanja svijesti javnosti i interakcije sa medijima koji bi mogli biti uključeni u odgovarajuće programe obuke za državne službenike.

U istraživanjima koje je IPA projekat proveo u prethodnom periodu utvrđeno je da je Agencija za prevenciju korupcije i koordinaciju borbe protiv korupcije (APIK) jedino AKT koje ima stručnu savjetnicu za odnose s javnošću/glasnogovornicu, koja se bavi svim poslovima vezanim za komuniciranje u Agenciji. Ova osoba imala je uopštene obuke u vezi sa komunikacijama, ali ne i specifične za komuniciranje u oblastima kao što su korupcija, etika, integritet. Ostala AKT koriste usluge osoba zaduženih za odnose sa javnošću u nadležnim vladama ili ministarstvima, ili to rade sami predstavnici AKT koji nisu imali obuke iz oblasti komunikacije. Prema podacima iz Agencije za državnu službu BiH iz oktobra 2018. u prethodne tri godine sprovedeno je ukupno 59¹ obuka iz oblasti antikorupcije.

APIK je, naime, kreirao plan i program obuke za prevenciju korupcije i koordinaciju borbe protiv korupcije u svim javnim institucijama u BiH i predložio ADS BiH i ADS FBiH idejno rješenje plana i programa obuke za teme: Prevencija korupcije u BiH; Koordinacija borbe protiv korupcije u BiH; Sukob interesa u institucijama vlasti BiH; Zaštita lica koja prijavljuju korupciju u institucijama BiH; Planovi integriteta kao efikasno sredstvo za prevenciju korupcije (izrada i implementacija); Planovi borbe protiv korupcije (izrada i implementacija). Obje agencije su prihvatile idejno rješenje APIK-a. Među realizovanim obukama, kao ni u prijedlogu APIK-a, nema međutim obuka u vezi sa specifičnom temom - antikorupcijskom komunikacijom.

IPA je identifikovao i brojne obuke i treninge ADS-a BiH u vezi sa komunikacijom, ali nijedna ciljanonije bila posvećena antikorupcijskoj komunikaciji. Među temama su korišćenje interneta i društvenih medija, uvod u odnose s javnošću (PR), moderna poslovna komunikacija, napredne vještine komunikacije, strateška komunikacija u javnoj administraciji, interna komunikacija. U 2018. bila je planirana, ali ne i održana, obuka na temu "Intervjui za TV i izjave za TV".

Ovi podaci svjedoče o potrebi organizovanja obuke za specifičnu komunikaciju AKT, odnosno antikorupcijsku komunikaciju.

¹<http://www.apik.ba/izvjestaji/izvjestaji-agencije/default.aspx?id=1932&langTag=bs-BA>

Specifičnost komunikacije antikorupcijskih tijela

Šta je to specifično u vezi sa komunikacijom AKT? Kanali komunikacije, korišćena oruđa, pravila, ne razlikuju se bitno od komuniciranja bilo kog drugog tijela javnog sektora. Specifična je tema, interesovanje medija i javnosti za temu korupcije odnosno antikorupcije i, u vezi sa tim, izbor osoba ili osobe koja će komunicirati. Ovaj izbor je teorijski u rasponu od osobe koja je potpuno posvećena antikorupciji, koja je vrhunski stručnjak za tu oblast, poznaje ne samo nadležnosti i djelovanje AKT, već i ovu oblast u cjelini i može potpuno samostalno da govorи u ime AKT i komentariše druge (ant)korupcijske teme, ali ne posjeduje znanja, vještine i iskustva u oblasti komunikacije, pa do vrhunskog znalca u oblasti komunikacije, profesionalca u oblasti odnosa s javnošću, koja ne poznaje korupcijske i antikorupcijske teme generalno, nadležnosti AKT u čije ime govorи i koja može samo da prenese ono za šta je trenutno zadužena, ali ne i da pružи dodatna pojašnjenja ili da odgovara na pitanja koja izlaze iz okvira zadate teme.

U prvom slučaju rizik je da će komunikator podrazumjevati da novinari ili javnost posjeduju određena znanja i da će prenosi poruke koje su za njih, bez tih predznanja, nerazumljive, da će se fokusirati na oblasti koje kao zanimljive doživjava samo uzak dio stručne javnosti, da potencijalno zanimljive teme neće prilagoditi javnosti povezujući ih, na primjer, sa aktualnostima, kao i da će generalno nastup biti u neskladu sa nekim osnovnim pravilima i obrascima uspješne i kvalitetne komunikacije. Osnovno pitanje je, zapravo, govorи li stručnjak za antikorupciju "isti jezik" kao mediji novinari. Da li će on i oni na isti način identifikovati šta je (u komuniciranoj materiji) novo, šta je bitno, a šta sporedno. Hoće li stručnjak umjetи da uspostavi ravnotežu između informisanja i edukacije novinara. Kako se, s jedne strane, sačuvati od rizika da se kaže nešto što neće razumjeti neko ko ne prati dovoljno materiju, a kako od rizika da se preobimnim bekgraundom i objašnjenjima "uguši" osnovna informacija.

U drugom slučaju može se desiti da imamo dobru formu nastupa i prenošenje jedne poruke, pogodak pravo u temu i pravo u metu, ali da se čitava unaprijed pripremljena konstrukcija sruši nakon loših odgovora na dodatna pitanja ili da mediji i javnost ostanu razočarani jer uopšte nisu dobili odgovore na dodatna pitanja.

Stoga ovaj priručnik, kao i kurikulum i moduli koji se iz njega razvijaju, ukazuju na pravce obuke koja sadrži obje komponente - upoznavanje sa osnovnim (anti)korupcijskim pojmovima, nadležnostima AKT, kao i upoznavanje sa osnovnim pravilima komunikacije. Priručnik (kao i ranije održana obuka iz koje priručnik proizilazi) obuhvata i primjere za praktičan rad.

Osnovni (anti)korupcijski pojmovi i nadležnosti AKT

Cjeloviti sistem borbe protiv korupcije počiva na istodobnom djelovanju kroz represiju, prevenciju i edukaciju. Represiju čini otkrivanje, istraga i procesuiranje prekršaja i/ili krivičnih djela povezanih sa korupcijom kroz aktivnosti policije, tužilaštva i sudstva. Policija i tužilaštvo se ponekad predstavljaju kao organi gonjenja, a tužilaštvo i sud kao pravosudni organi. Krivična djela (pa i prekršaji) povezani sa korupcijom čine znatno širi krug od onoga što se u javnosti najčešće percepira kao korupcija - davanje i primanje mita. Teško je podvući crtlu koja sve krivična djela suštinski spadaju među krivična djela, a koja se statistički vode kao koruptivna. Visoko sudska tužilačko vijeće (VSTV) je na sjednici 13. i 14. maja 2015. usvojilo "Prijedlog liste koruptivnih kaznenih djela iz svih kaznenih zakona u BiH". Iako možemo naći na definicije, poput "korupcijska krivična djela predstavljaju nezakonita ponašanja kojima se zloupotrebo javnih ovlaštenja ostvaruje privatna korist²", u statistikama, izvještajima i javnom diskursu često se nailazi na podatke o otkrivanju ili procesuiranju koruptivnih krivičnih djela iako se među okrivljenima ne nalaze osobe sa javnim ovlaštenjima.

Pomenuta Analiza³ ukazuje da su "u BiH kroz četiri važeća krivična zakona inkriminisana ponašanja koja imaju obilježja koruptivnih krivičnih djela. Krivični zakoni u BiH ne sadrže jedinstvenu definiciju korupcije, niti su ta djela grupisana na jednom mjestu u zakonu. Isti je slučaj i u većini zakonodavstava drugih zemalja. Ovo je zbog toga što sva djela korupcije nemaju isti primarni objekt zaštite, a na osnovu kojeg se uobičajeno vrši klasifikacija krivičnih djela u zakonima. Tako su npr. u krivičnim zakonima djela klasifikovana na ona protiv: slobode i prava čovjeka i građanina, službene dužnosti, privrede, imovine, života i tijela i drugo. Kod krivičnih djela korupcije primarno se ugrožava "zakonito, savjesno i pravilno vršenje službene dužnosti i ovlašćenja", a tipični oblici korupcije u užem smislu su zloupotreba službenog položaja, nesavjestan rad u službi, prevara u službi, primanje mita, protivzakonito posredovanje ili trgovina uticajem. Stoga se ova krivična djela uglavnom nalaze u poglavljju krivičnih zakona posvećenom korupciji i povredama službene dužnosti. Međutim, korupcijska mogu biti i ona djela kojima se prvenstveno povređuju ili ugrožavaju druge vrijednosti kao što su lična prava čovjeka, imovina, funkcionisanje privrede i slično, pa tako u širem smislu u korupcijska krivična djela ili neprava krivična djela korupcije spada niz drugih krivičnih djela koja se možda na prvi pogled ne čine koruptivnim, poput povrede slobode izbora/opredjeljenja birača, odavanja tajnih podataka, trgovine ljudima, krijućarenja ljudi, zloupotrebe u postupku privatizacije, sklapanja štetnih ugovora, zloupotrebe u stečajnom postupku i dr. Radi se o nizu krivičnih djela čija je zaštita primarno usmjerena na neki drugi zaštitni objekat, ali ih mogu karakterisati određene okolnosti, način izvršenja i ponašanja učesnika u izvršenju, koji upućuju na zaključak da je djelo poprimilo koruptivna obilježja. Ova krivična djela rasuta su u različitim poglavljima krivičnih zakona, u zavisnosti od primarnih vrijednosti koje se njima štite. U tom smislu je veoma bitno napomenuti da je VSTV kroz Listu koruptivnih krivičnih djela, koju je usvojilo 2015. godine, na jednom mjestu nastojalo objediniti sva krivična djela koja se smatraju koruptivnim i u užem i u širem smislu, uz posebno izdvajanje i navođenje okolnosti koje neko djelo, koje se ne smatra primarno koruptivnim, svrstava na ovu listu".

Antikorupcijska prevencija je otkrivanje i otklanjanje slabosti u sistemu koje dovode ili mogu dovesti do korupcije Preventivno djelovanje na suzbijanju korupcije u nadležnosti je preventivnih organa, među koje spadaju AKT kojima je prvenstveno namjenjen ovaj priručnik.

² Analiza procesuiranja koruptivnih krivičnih djela u Bosni i Hercegovini kroz prikaz odabrane sudske prakse USAID-ovprojekat pravosuđa u BiH, decembar 2017.

³ Analiza procesuiranja koruptivnih krivičnih djela u Bosni i Hercegovini kroz prikaz odabrane sudske prakse USAID-ovprojekat pravosuđa u BiH, decembar 2017.

Prevencija, međutim, u širem smislu uključuje i preostala dva temelja za suzbijanje korupcije – represiju i edukaciju. Edukacijom se razvija svijest o štetnosti korupcije i pogubnim posljedicama koje donosi, dok se represijom potencijalni učesnici koruptivnih procesa odvraćaju od toga da se u njih upuste, kako i sami ne bi bili sankcionisani. Postoji još jedna tjesna veze represije i prevencije – ukoliko poslije represivne akcije (otkrivanja korumpiranih funkcionera, službenika ili bilo kojih drugih osoba, uključujući i one u privatnom sektoru) ne uslijedi preventivna aktivnost, ostavlja se veliki rizik da će mesta uklonjenih (uhapšenih, osuđenih) zauzeti novi ešalon osoba spremnih da se upuste u korupciju, koji vjeruju da će biti „spretniji” i da neće biti otkriveni. Korupcija će, možda, zbog prethodnog iskustva biti skuplja (iznos mita će se povećati zbog rizika), ali neće biti suzbijena. Da bi se to desilo, neophodno je istražiti mehanizme, propise, procedure, koji su omogućili da se slučaj korupcije desi i da se ti sistemski nedostaci otklone.

Ukratko, prevencija treba da spriječi da se stvore uslovi za lako izvršenje i teško otkrivanje krivičnih djela korupcije, da se generalno spriječi stvaranje uslova (iskušenja) koje može dovesti do korupcije (kao što je pozicija sukoba interesa koja sama po sebi ne predstavlja krivično djelo), kao i da u situacijama kada se korupcija već desi, stvari uslove da se ona ne ponovi na isti način. Svrha prevencije jeste sprječavanje da se funkcioner ili državni službenik nađe u situaciji da može da ostvari korist od korupcije, a da mu pri tome izazov i profit od tog „aranžmana” predstavljaju dovoljan podsticaj da prevaziđe strah da će biti otkriven i kažnen. Rizik od upuštanja u korupciju biće manji ako postoje slabosti u propisima i procedurama koje obezbeđuju odgovornost funkcionera i slabosti u načinima i metodama za otkrivanje korupcije.

Preventivne oblasti djelovanja mogu biti analiza propisa, inicijative za njihove izmjene, briga o planovima integriteta, rješavanje sukoba interesa, vođenje registra i/ili kontrola imovine i prihoda funkcionera itd. Pored pomenutih antikorupcijskih tijela (APIK, antikorupcijski timovi i tijela na nivou entiteta, Brčko Distrikt (BD), kantona) u preventivna antikorupcijska tijela spadaju i revizorske institucije, lokalni antikorupcijski timovi i/ili tijela, razna skupštinska antikorupcijska tijela i komisije, tijela u čijoj je nadležnosti praćenje finansiranja političkih stranaka i izbornih kampanja, tijela nadležna za praćenje/sprečavanje sukoba interesa, za zaštitu zviždača u pištaljku, za kontrolu državne pomoći, postupke javnih nabavki, javno-privatna partnerstva, zaštitu konkurenциje i za druge oblasti odnosno propise podložne korupcije odnosno u čijoj su nadležnosti radnje koje mogu spriječiti nastanak korupcije. Preventivna antikorupcijska tijela izrađuju i/ili prate sprovođenja antikorupcijskih strateških dokumenata i propisa. Ona mogu otkrivati uska grla u sistemu, inicirati izmjenu praksi ili propisa kako bi se uska grla otklonila (u nekim slučajevima i sama mogu mijenjati), a kroz djelovanje mogu otkrivati aktivnosti koje ukazuju na sumnju u nastanak krivičnih djela ili prekršaja u vezi sa korupcijom. O ovom ona izvještavaju (podnose prijave ili izvještaje) represivne organe, koji dalje preuzimaju poslove na rasvjjetljavanju, gonjenju, procesuiranju. U nadležnosti preventivnih antikorupcijskih tijela može biti i praćenje rada represivnih organa i predlaganje mjera za poboljšanje stanja i u toj oblasti. Stoga, iako represija nije u direktnoj nadležnosti preventivnih antikorupcijskih tijela, AKT se ne mogu unaprijed izuzeti od bilo kakvog dovođenja u vezu (kroz novinarska pitanja i interesovanje javnosti) od (anti)korupcijskih aktualnosti povezanih sa sumnjama u krivična djela.

Sistem antikorupcijske edukacije je najširi oslonac klasičnog antikorupcijskog "tronošca" (represija-prevencija-edukacija). Čine je ne samo ustanove iz sistema obrazovanja (školski sistem, od osnovnog do visokog školovanja, specijalističkih studija i sl), već i sve druge institucije, organizacije, udruženja, subjekti koji doprinose da se jasno predstavi kako funkcioniše sistem borbe protiv korupcije, sprečavanja korupcije, da se građanima pojasne nadležnosti, njihova prava, konkretni mehanizmi koji su im na raspolaganju, obaveze i mogućnosti organa represije i prevencije, da se pojasne koruptivni rizici u

propisima i antikorupcijski mehanizmi u njima, da se obuče ali i ohrabre oni koji će na korupciju ukazivati itd. AKT imaju posebno značajnu ulogu u ovom segmentu. I ona sama, odnosno njihovi uposlenici i zvaničnici treba kontinuirano da prolaze kroz edukacije, ali i da ih organizuju za druge organe i subjekte. U ovom segmentu kao izuzetno važe subjekte treba pomenuti nevladin sektor te medije, koji treba da doprinesu edukaciji javnosti, ali i sami imaju nesumnjivu potrebu da edukacijom novinara u ovoj oblasti.

Kao što je teško precizno definisati koja su to sve koruptivna krivična djela, teško je napraviti i listu, makar ilustrativnu, osnovnih pojmoveva sa kojima bi antikorupcijski komunikator (osoba koja komunicira u ime AKT) trebalo da vrlada. Spisak pojmoveva može se naći u uvodnim odredbama propisa, spisak postoji i na sajtu APIK-a⁴. Za mnoge (anti)korupcijske pojmove koriste se različite definicije, u teorijskim radovima, u propisima u BiH i u zemljama regionala, različite definicije koriste razne međunarodne institucije. Osoba koja komunicira u ime AKT ne mora da uči napamet definicije niti da pristupi analizi definicija sa akademskog stanovišta. Dovoljno je da prepoznaže suštinu, ali da vrlada nazivima pojedinih najčešće pominjanih definicija, kao što je slučaj, na primjer, sa pojmom "korupcija".

⁴ [www.apik.ba O nama > Ključni pojmovi <http://www.apik.ba/o-nama/default.aspx?id=43&langTag=bs-BA>](http://www.apik.ba/o-nama/default.aspx?id=43&langTag=bs-BA)

Ilustrativni pregled pojmove i mogućih definicija⁵:

Korupcija

- Neprikladno sticanje koristi na osnovu povjerenih ovlašćenja.
- Svjetska banka definiše je kao zloupotrebu javne funkcije radi ostvarivanja privatne koristi".
- Definicija prema Građanskopravnoj konvenciji o korupciji Vijeća Evrope podrazumijeva zahtijevanje, nuđenje, davanje ili prihvatanje, direktno ili indirektno, mita ili bilo koje druge nezakonite koristi ili mogućnosti stjecanja takve koristi, koja remeti pravilno izvršavanje neke dužnosti ili ponašanja koje se zahtijeva od primatelja mita, nezakonite koristi ili mogućnosti stjecanja takve koristi.
- Prema Zakonu o Agenciji za prevenciju korupcije i koordinaciju borbe protiv korupcije BiH, korupcija označava svaku zloupotrebu moći povjerene javnom službeniku ili licu na političkom položaju na državnom, entitetskom, kantonalnom nivou, nivou Brčko Distrikta Bosne i Hercegovine, gradskom ili općinskom nivou, koja može dovesti do privatne koristi. Korupcija posebno može uključivati direktno ili indirektno zahtijevanje, nuđenje, davanje ili prihvatanje mita ili neke druge nedopuštene prednosti ili njenu mogućnost, kojima se narušava odgovarajuće obavljanje bilo kakve dužnosti ili ponašanja očekivanih od primaoca mita.
- Klitgardova formula definiše korupciju (K) kao K=M+D-O, gde je M - monopol, D – diskrecija, a O - odgovornost. Dopunjena formula uvodi i transparentnost i integritet u jednačinu: K= (M+D)-(O+T+I).
- Zakon o zaštiti lica koja prijavljaju korupciju u institucijama BiH: Korupcija je svaka zloupotreba moći povjerene državnom službeniku, zaposleniku, savjetniku, izabranom ili imenovanom zvaničniku koja može dovesti do privatne koristi tog lica, domaćeg ili stranog fizičkog ili pravnog lica. Korupcija posebno može uključivati direktno ili indirektno zahtijevanje, nuđenje, davanje ili prihvatanje mita ili neke druge nedopuštene prednosti ili njenu mogućnost, čime se narušava odgovarajuće obavljanje bilo kakve dužnosti ili ponašanje očekivano od primaoca mita. Korupcija je i povreda zakona, drugog propisa, kao i nepravilnosti u radu i prevare koje ukazuju na postojanje korupcije
- Zakon o sprječavanju korupcije u Crnoj Gori: Korupcija je svaka zloupotreba službenog, poslovnog, odnosno društvenog položaja ili uticaja u cilju sticanja lične koristi ili koristi za drugog.
- Zakon o Agenciji za borbu protiv korupcije definiše korupciju u Srbiji kao odnos koji se zasniva zlouprebom službenog, odnosno društvenog položaja ili uticaja, u javnom ili privatnom sektoru, u cilju sticanja lične koristi ili koristi za drugoga.
- Prvi Nacionalni program za suzbijanje korupcije u Hrvatskoj (2002) korupciju je odredio kao "svaki oblik zlorabe ovlasti radi osobne ili skupne koristi, bilo da se radi o javnom ili privatnom sektoru".

Borba protiv korupcije

- Proces u kojem se određuju strategije i načini za zaustavljanje korupcije, onemogućavanje njenog daljeg širenja, kao i za njeno smanjenje na mjeru koja ne ugrožava sigurnost i stabilnost jednog društva i države.

⁵ Izvori: Prof. dr Čedomir Čupić, Zlatko Minić "Rečnik korupcije", ANEM 2014; [www.apik.ba O nama > Ključni pojmovi <http://www.apik.ba/o-nama/default.aspx?id=43&langTag=bs-BA>](http://www.apik.ba/o-nama/default.aspx?id=43&langTag=bs-BA) Adela Bejtović Janušić "Ključni problemi u procesuiranju korupcije u Bosni i Hercegovini", Analitika 2018, navedeni zakoni u BiH i zemljama regionalne

Imovinske karte

- Izveštaji o imovini i prihodima koje su funkcioneri dužni da podnose tokom trajanja funkcije i u određenom roku po njenom prestanku.

Integritet institucije

- Otpornost institucija na korupciju. Integritet označava cjelovitost, odnosno sveobuhvatnost ili potpunost. U psihološkom i etičkom značenju integritet je sveobuhvatnost i čvrsta povezanost karakternih osobina, odnosno dobar sklad između sposobnosti, vrijednosnih stavova, interesa, navika i motiva ličnosti. U moralnom shvatanju, integritet podrazumjeva poštenje, dosljednost, predvidljivost i odgovornost. Integritet u profesionalnom ponašanju podrazumjeva da u institucijama, organima i organizacijama postoje razrađena pravila koja regulišu primjenu standarda profesije. To se najbolje rješava planovima integriteta u kojima su precizirane obaveze, prava i odgovornosti zaposlenih. Integritet se reguliše i ojačava i etičkim kodeksima.

Javna rasprava

- Mechanizam za uključivanje građana i stručne javnosti u proces donošenja propisa i odluka koje su od opštег interesa. Učešće javnosti prilikom formulisanja i usvajanja propisa (bilo da je riječ o zakonima ili odlukama lokalnih vlasti), strategija, a naročito budžeta, osnova je demokratije. Građani, s jedne strane, biraju svoje predstavnike, ukazuju im povjerenje da odlučuju u njihovo ime i u ime javnog interesa, ali to ne znači da glas građana treba da se čuje samo na izborima.

Kumulacija funkcija

- Gomilanje funkcija koje ugrožava povjerenje javnosti u odgovorno vršenje vlasti.

Lobiranje

- Uticaj na proces odlučivanja, posebno u zakonodavnim tijelima. Ova oblast u BiH još nije zakonski regulisana.

Nelegalno bogaćenje

- Konvencija UN protiv korupcije (UNCAC) ostavlja mogućnost zemljama ugovornicama da razmotre mogućnost usvajanja zakonskih i drugih mjera koje mogu biti potrebne kako bi utvrdile kao krivično djelo nezakonito bogaćenje, odnosno znatno uvećanje imovine javnog funkcionera koje on ne može razumno objasniti s obzirom na njegova zakonita primanja. Ovaj pojam treba razlikovati od oduzimanja imovine stječene na nezakonit način, odnosno pomoći krivičnog djela.

Nepotizam i kronizam

- Korišćenje funkcije i položaja kako bi se obezbedile povlastice i funkcije rođacima (nepotizam) i prijateljima (kronizam). Najčešći, a možda i najopasniji oblik nepotizma i kronizma, svakako je zapošljavanje rođaka, prijatelja i kumova u organima javne vlasti, javnim preduzećima i institucijama.

Pantoflaža

- Prelazak funkcionera iz javnog u privatni sektor, njegovo zapošljavanje, odnosno poslovna saradnja sa privrednim subjektima ili međunarodnim organizacijama čija djelatnost je u vezi sa funkcijom koju je prethodno vršio.

Percepcija korupcije (i CPI)

- Viđenje, najčešće građana ili poslovnog sveta, o rasprostranjenosti korupcije u društvu. Istraživanja u kojima se istražuje percepcija daju sliku o tome koliko ispitanici vjeruju da u nekom društvu ima korupcije (za razliku od ispitivanja o osobnim iskustvima o korupciji). Ta slika ponekad odudara od stvarnosti. U društvu u kome je korupcija tabu tema, o njoj se neće mnogo pričati, pa će možda i percepcija biti manja. U državi u kojoj je počeo ozbiljan obračun sa korupcijom, ta tema će biti prisutna u medijima, pa će i građani možda imati osjećaj da korupcije ima više nego što je to slučaj u stvarnosti. Postoje i predrasude i neke specifične situacije koje dovode do porasta percepcije u odnosu na stvarno stanje. Tako će, na primjer, gotovo svako ko izgubi parnicu tvrditi da je sudija korumpiran. Ipak, istraživanja daju osnovnu sliku o stanju korupcije, ili barem okvir za sliku. Da bi slika bila potpuna, potrebno je podatke o „utisku“ uporediti sa stvarnim iskustvima i stavovima ispitanika o korupciji i sve to konačno uporediti sa mjerama koje se preduzimaju za suzbijanje korupcije – kako onim represivnim (koje značajno mogu da utiču na percepciju), tako i sa onim dugotrajnim preventivnim (koje se manje vide) i edukativnim (koje će djelovati na ispitanike kako bi bolje prepoznali korupciju i antikorupciju). Jedno od najznačajnijih globalnih istraživanja percepcije korupcije je ono koje svake godine predstavlja mreža Transparency International - Indeks percepcije korupcije CPI (Corruption Perception Index). Ovaj indeks se izračunava na osnovu raznovrsnih izvora čiji su ispitanici eksperti i poslovni svijet. U istraživanju predstavljenom u januaru 2019. (rezultat za 2018. godinu) BiH na skali od 0 (najlošije) do 100 (najbolje) ima indeks 38 i nalazi se na 89. mjestu, od ukupno 180 zemalja. Poredeći rezultate u posljednjih sedam godina, gdje se ocjene kreću od 42 za 2012. i 2013., do 38 za 2017. i 2018., vidljivo je da BiH bilježi nazadak.

Sukob interesa

- Sukob interesa sam po sebi nije korupcija u najužem smislu tog pojma, niti krivično djelo, ali širom otvara vrata zloupotrebi javnih resursa, zloupotrebi položaja, podmićivanju. Zakon o sukobu interesa u institucijama vlasti BiH definiše ga: "Sukob interesa postoji u situacijama u kojima izabrani zvaničnici, nosioci izvršnih funkcija i savjetnici imaju privatni interes koji utiče ili može uticati na zakonitost, otvorenost, objektivnost i nepristranost u obavljanju javnih funkcija". Zakon o Agenciji za prevenciju korupcije i koordinaciju borbe protiv korupcije BiH: Sukob interesa je pojava u kojoj izabrani zvaničnici, nosioci izvršnih dužnosti, savjetnici i/ili drugi

zvaničnici s javnim ovlaštenjima, imaju privatni interes koji utiče ili može uticati na zakonitost, transparentnost, objektivnost i nepristrasnost u obavljanju javnih dužnosti, odnosno u kojima privatni interes šteti ili može štetiti javnom interesu. Zakon o sprječavanju sukoba interesa Crne Gore: Sukob interesa postoji kad privatni interes javnog funkcionera utiče ili može uticati na nepristrasnost javnog funkcionera u vršenju javne funkcije. Zakon o Agenciji za borbu protiv korupcije Srbije: Sukob interesa je situacija u kojoj funkcioner ima privatni interes koji utiče, može da utiče ili izgleda kao da utiče na postupanje funkcionera u vršenju javne funkcije odnosno službene dužnosti, na način koji ugrožava javni interes.

Nadležnosti:

Nadležnosti antkorupcijskih tijela druga je oblast obuhvaćena ovim poglavljom. Poznavanje nadležnosti AKT, i to ne samo AKT u čije ime se osoba zadužena za kontakte sa medijima obraća novinarima i javnosti, već i drugih antkorupcijskih tijela, ali i organa i institucija⁶ (istražni organi - policija, tužilaštvo, zatim sudstvo, revizija i sl.) značajno je iz najmanje dva važna razloga:

1. Osoba zadužena za odnose sa medijima mora jasno da poznaje okvire nadležnosti, ne stoga kako bi izbjegla odgovor o (anti)korupcijskim aktuelnostima lakonskim "nije u našoj nadležnosti", već naprotiv, kako bi prepoznala kako dešavanje koje je izazvalo pažnju javnosti može da se poveže sa jasno propisanom nadležnošću AKT.
2. Uz eventualno indirektno povezivanje sa nadležnošću AKT, osoba zadužena za odnose sa medijima treba jasno da ukaže u čijoj se (direktnoj) nadležnosti nalaze pitanja za koja se javost/mediji interesuju i koje korake, u skladu sa tim propisanim nadležnostima ti organi, institucije ili tijela mogu da poduzmu.

Agencija za prevenciju korupcije i koordinaciju borbe protiv korupcije (APIK):

- izrada Strategije za borbu protiv korupcije, te izrada Akcionog plana za prevenciju korupcije;
- koordinacija i nadzor nad sprovodenjem Strategije i Akcionog plana, te davanje mišljenja i instrukcija o pitanju njihovog sprovodenja;
- koordiniranje rada javnih institucija u sprječavanju korupcije i sukoba interesa, te analiza pravosnažnih odluka nadležnih organa za procesuiranje sukoba interesa s ciljem sagledavanja pojava koruptivnog djelovanja, obavještavanje nadležnih institucija o zatečenom stanju, kao i preduzimanje ostalih neophodnih mjera u skladu sa zakonom;
- praćenje sukoba interesa, davanje preporuka za strategiju upravljanja sukobom interesa u pojedinačnim slučajevima, te izdavanje smjernica za politiku upravljanja sukobom interesa u institucijama vlasti;
- propisivanje jedinstvene metodologije za prikupljanje podataka o imovinskom stanju javnih službenika;
- u koordinaciji s nadležnim organima, analiziranje dostavljenih podataka s ciljem utvrđivanja pojava koruptivnog djelovanja, te preduzimanje neophodnih mjera u skladu sa zakonom;
- prikupljanje i analiziranje statističkih i drugih podataka, te informiranje svih relevantnih subjekata u Bosni i Hercegovini o rezultatima istraživanja;
- postupanje po zaprimljenim podnescima s indicijama koruptivnog ponašanja u skladu s važećim propisima;
- koordinacija rada institucija s javnim ovlaštenjima u suzbijanju korupcije;

⁶ Nadležnosti policije, sudstva, tužilaštva i drugih organa i institucija nisu elaborirane u ovom priručniku, ali mogu biti obuhvaćene obukom i/ili kurikulumom (naknandom dopunom) ukoliko polaznici obuke ne poznaju tu oblast.

- praćenje efekata sproveđenja zakona i podzakonskih akata čiji je cilj prevencija korupcije i davanje mišljenja i instrukcija o pitanju njihovog sproveđenja, iniciranje aktivnosti u vezi s izmjenama i dopunama postojećih zakonskih rješenja, i njihovo usklađivanje;
- saradnja s domaćim naučnim i stručnim organizacijama, medijima i nevladinim organizacijama po pitanju prevencije korupcije;
- saradnja s međunarodnim organizacijama, institucijama, inicijativama i tijelima;
- uspostavljanje i vođenje baze podataka prikupljenih u skladu s ovim zakonom;
- razvoj edukativnih programa po pitanju prevencije korupcije i borbe protiv korupcije, te nadzor nad njihovim sproveđenjem;
- javno publiciranje informacija o stanju korupcije;
- informiranje nadležnih institucija i javnosti o obavezama po osnovu međunarodnih pravnih akata, te davanje preporuka za njihovu realizaciju u vezi s prevencijom korupcije;
- propisivanje jedinstvene metodologije i smjernica za izradu planova integriteta i pružanje pomoći svim javnim institucijama u njihovoj realizaciji;
- i drugi poslovi u vezi s prevencijom korupcije.

Antikorupcioni tim Vlade Federacije BiH

- Utvrđivanje i preciziranje slabosti u otkrivanju koruptivnih krivičnih djela u dosadašnjem periodu, o čemu će izraditi analizu i dostaviti je APIK-u i nadležnim tužilaštvima u BiH.
- Priprema nacrtu zakona u vezi s borbom protiv korupcije, dokumentacije potrebne za potpisvanje sporazuma o direktoj saradnji s tužilaštvima i svim institucijama na nivou BiH.
- Procijena potreba za obukom za borbu protiv korupcije i unaprjeđenje odnosa s javnošću,
- Prikupljanje podataka o radnjama koje mogu imati elemente korupcije, o čemu će sačinjavati godišnje izvještaje za Vladu.
- Intenziviranje aktivnosti na svim internim kontrolama unutar Vlade FBiH s ciljem poštivanja zakonitosti i oticanja svih pojava koje nisu u skladu sa zakonom.
- Iniciranje izmjena određenih procedura koje uređuju primjenu predistražnih i istražnih radnji u krivičnom postupku sa aspekta efikasnosti i na taj način stvarati uslove da nadležni organi što direktnije dođu do potpunih saznanja o stanju u ovoj oblasti.
- Praćenje provedbe Startegije za borbu protiv korupcije i Akcionog plana.

Komisija za provođenje strategije za borbu protiv korupcije RS

- usmjeravanje aktivnosti i koordinacija subjekata nadležnih za sproveđenje Strategije,
- propisivanje sadržaja Smjernica za donošenje planova integriteta, kao i određivanje subjekata koji su obavezni da suvoje planove integriteta,
- prikupljanje izvještaja nosilaca aktivnosti iz Akcionog plana i njihova analitička obrada u svrhu pripreme izvještaja,

- izvještavanje prema Vladi dva puta godišnje o realizaciji mjera iz Akcionog plana, uz davanje inicijative i predlaganje mjera za veću efikasnost sproveđenja Strategije,
- pokretanje istraživanja i praćenje stanja u Republici Srbkoj u pogledu korupcije,
- dvogodišnja revizija Akcionog plana za sproveđenje Strategije, evaluacija prethodne i predlaganje nove Strategije na kraju strateškog ciklusa (svake četiri godine) i
- koordinacija aktivnosti i uspostavljanje saradnje sa nadležnim institucijama BiH i međunarodnim organizacijama na polju prevencije korupcije.

Komisija za prevenciju korupcije i koordinaciju aktivnosti na suzbijanju korupcije BD BiH

- Saradnja s APIK-om kao i entitetskim nadležnim tijelima, da bi se osiguralo pravovremeno i efikasno provođenje koordiniranih politika za borbu protiv korupcije
- Koordiniranje rada organa javne uprave, institucija, javnih preduzeća, javnih ustanova i drugih pravnih lica kojaje osnovao Distrikt u sprečavanju korupcije i obavještavanje nadležnih institucija o zatečenom stanju
- Koordinacija i nadzor nad provođenjem SBK i AP, te davanje mišljenja i instrukcija o pitanju njihovog provođenja
- Praćenje efekata provođenja zakona i podazkovskih akata čiji je cilj prevencija korupcije i davanje mišljenja i instrukcija o poticanju njihovog provođenja, iniciranje aktivnosti u vezi s izmjenama i dopunama postojećih zakonskih rješenja i njihovo usklađivanje
- Procjena potreba za provođenje obuka za BPK
- Drugi poslovi iz okvira nadležnosti komisije

Pregled nadležnosti kantonalnih antikorupcijskih tijela:

- Izrada strategije i/ili akcionog plana (AP)
- Davanje smjernica i preporuka za provedbu AP
- Prikupljanje podataka o realizaciji aktivnosti iz AP, njihovo objedinjavanje, sačinjavanje analiza i o tome polugodišnje izvještavanje Vlade
- Koordinacija između svih subjekata obuhvaćenim AP
- Realizacija i provođenje AP (praćenje realizacije)
- Implementacija aktivnosti predviđenih AP
- Koordinacija aktivnosti svih institucija i javnih službi u sprečavanju korupcije

- Kontrola i pružanje pomoći kantonalnim organima uprave, kantonalnim ustanovama, javnim ustanovama i dr.institucijama u izradi i provedbi akcionalih planova borbe protiv korupcije.
- Koordinacija sa APIK-om, ostalim pravnim subjektima, organima i organizacijama, koje su dužne da postupaju u oblasti borbe protiv orupcije i pravosudnim organima
- Obavljanje stručnih, operativnih i administrativno-tehničkih poslova u vezi sa:
 - a) aktivnostima na prevenciji korupcije, kao i prikupljanju podataka i prijavljivanju nadležnim uočenih koruptivnih aktivnosti
 - b) uspostavljanjem, provođenjem i kontrolom sistema upravljanja kvalitetom u organima uprave i službama Kantona.
- Prevencija korupcije, kao i prikupljanje podataka i prijavljivanje nadležnim uočenih koruptivnih aktivnosti:
 - a) prikupljanje podataka o realizaciji aktivnosti iz domena borbe protiv korupcije (utvrđenih propisima, akcionim planovima i drugim strateškim dokumentima i/ili aktima Vlade) od svih kantonalnih institucija;
 - b) objedinjavanje prikupljenih podataka, sačinjavanje analize i izveštavanje nadležnih;
 - c) postupanje po prijavama prema institucijama u svrhu provjere, prikupljanja podataka i prosljeđivanja istih prema nadležnim organima i institucijama;
 - d) uspostavljanje i upravljanje bazama podataka koje za cilj imaju prevenciju ili otkrivanje koruptivnih aktivnosti;
 - e) davanje preporuka i smjernica za provedbu propisa i strateških dokumenata iz domena borbe protiv korupcije;
 - f) koordinaciju između svih subjekata obuhvaćenih strateškim planovima borbe protiv korupcije kao i saradnju i koordinaciju sa Agencijom za prevenciju korupcije i koordinaciju borbe protiv korupcije i ostalim pravnim subjektima,organima i organizacijama koje su nadležne u postupanju u oblasti borbe protiv korupcije, kao i pravosudnim organima;
 - g) organizovanje aktivnosti u vezi sa prevencijom korupcije, kao i prijavljivanjem korupcije i koruptivnih aktivnosti;
 - h) organizovanje okruglih stolova, medijskih i drugih kampanja usmjerenih na preveniranje i suzbijanje koruptivnih aktivnosti;
 - i) predlaganje izmjena i dopuna propisa i strateških dokumenata Vlad, a koji se odnose na segment borbe protiv korupcije.

Tehnike obraćanja javnostima

U ovom poglavlju priručnika obrađene su praktične tehnike komunikacije sa javnošću, prvenstveno sa medijima. U prilogu priručnika nalazi se dokument - prezentacija korišćena prilikom treninga održanog 11. i 12. septembra 2019. Priložena prezentacija prati narativ u ovom poglavlju. Međutim, osobe koje organizuju obuku po ovom priručniku mogu prilagoditi prezentaciju (kao i sam priručnik) datim okolnostima, sopstvenim potrebama, znanjima, vještinama. U praksi to znači da jemoguće koristiti prezentaciju u cijelini, njene dijelove ili izraditi potpuno novu prezentaciju.

Ukoliko konkretni uslovi obuke to zahtjevaju moguće je koristiti i poglavlja iz Modela komunikacione strategije za antikorupcijska tijela u BiH⁷, posebno poglavlja "Odnosi sa medijima", "Tradicionalni mediji", "Digitalni mediji" kao uvod, ili za detaljniju elaboraciju pojedinih pitanja obrađenih u ovom priručniku.

Principi komunikacije sa medijima

U odnosima sa medijima potrebno je poštovati sljedeće principe:

- legalnost i proporcionalnost;
- nezavisnost i nepristrasnost;
- brzina odgovora i poštovanje procedure;
- dostupnost, publicitet i transparentnost;
- kontinuitet i mogućnost predviđanja;
- tačnost i pravna preciznost u porukama na razumljivom jeziku;
- etika, jednakost i nepristrasnost prema svim predstavnicima medija;
- poštovanje profesionalizma predstavnika medija.

Postoji nekoliko načina koji pomažu uspostavljanju jasnih internih i eksternih komunikacijskih praksi unutar organizacije.

- ***Medijske smjernice (Politika kontakata sa medijima)***
- Medijskim smjernicama (Politikom kontakata sa medijima) određuje se ko i na koji način daje intervjuje, koordinacija i odobravanje svih novinarskih upita, te organizacija intervjeta o čemu voditelj organizacije donosi konačnu odluku, potpisuje ovu politiku, a svi uposlenici organizacije treba da budu upoznati sa njom.

⁷<http://ipak.ba/bhs/clanci/analize-i-preporuke/model-komunikacione-strategije-za-antikorupcijska-tijela-u-bih>

- ***Konferencije za medije***

Konferencije za medije su ključne za stvaranje prisustva u medijima, bilo da se radi o nekom aktuelnom pitanju ili da širite dobre vijesti. Pobrinite se da budu pozvani razni mediji. Izbjegavajte očigledno favoriziranje onih za koje mislite da su za vas bolji, jer ćete time samo dodatno otuđiti one skeptične. Ne zaboravite da su u današnje vrijeme poznati blogeri ili tviteraši također potencijalno dobri informativni kanali.

- ***Brifing novinara***

Edukacijski brifinzi novinara zahtjevaju vrijeme kako bi se uradila dobra priprema. Ova vrsta brifinga je potrebna kako bi objasnili ili približili novinarima oblast u kojoj radite, na način da novinar ima više znanja i mogućnosti da temu prenese svojoj publici. Obično brifing održava samo jedan govornik (službenik za odnose sa javnošću, glasnogovornik, osoba koja je kompetentna da govori o određenoj temi). Osnovna karakteristika brifinga je kratko vremensko trajanje. Prezentiraju se: najnovije informacije o određenoj temi ili razvoj događaja od posljednjeg brifinga, informacije o specifičnom program ili implementaciji akcionog plana. Osoba koja održava brifing može odgovoriti samo na pitanja na koja već interno ima autorizaciju da odgovori.

- ***Individualni intervju sa novinarima***

Davanje intervjua za medije za većinu ljudi i dalje predstavlja zastrašujuće iskustvo, većinom zbog zablude o tome da novinar ima svu kontrolu nad završnim sadržajem, a o ugledu i da ne govorimo. Međutim, na kupoprodajnom strukturiranom tržištu informacija, intervjuirana osoba je ta koja ima moć, jer ona posjeduje znanje koje novinar koji vodi intervju traži. U osnovni uspješnog intervjua je priprema. Predvidite pitanja koja bi ste mogli dobiti, spremite odgovore i zadržite kontrolu tako što ćete se držati unutar onoga što ste već odlučili da želite reći.

Šta se mora poštovati u radu sa novinarima:

- Govorite istinu – UVIJEK.
- Budite iskreni i tačni. O tome ovise vaša vjerodostojnost i ugled.
- Ako ne znate odgovor na pitanje, priznajte svoje neznanje.
- Uočene pogreške ispravite odmah. Recite kako niste dali odgovarajući odgovor i sada biste htjeli razjasniti nesporazum.
- Izbjegavajte upotrebu žargona. Govorite jednostavnim jezikom.
- Prepostavite da će se sve što kažete smatrati službenom izjavom.
- Budite otvoreni s novinarima koliko je to moguće.

- Kada uočite pogrešku u nekom medijskom izvješću, obvezno nazovite novinara. Pristojno ukažite na pogrešku i potkrijepite to argumentima.
- Uvijek uzvratite telefonski poziv. Učinite to na vrijeme, kako bi novinar mogao obaviti svoju zadaću u zadanome roku.
- Potrudite se pribaviti informacije koje novinari traže, čak i kada to znači dodatan napor, odnosno ostajanje dokasna u uredu ili ličnu primopredaju željenih materijala.
- Njegujte svoj smisao za humor.

Šta se ne smije raditi u odnosu sa novinarima :

- Nemojte lagati – NIKADA.
- Nemojte reći „bez komentara“ – NIKADA.
- Nemojte improvizirati, nemojte špekulirati i nemojte nagađati. Dobri novinari podatke provjeravaju. Ako ste u krivu, vaša će vjerodostojnost biti uništena.
- Nemojte pokušavati proglašiti neku svoju izjavu neslužbenom, nakon što ste je već izgovorili.
- Nemojte biti nepristupačni.
- Nemojte tražiti publicitet prije no što dođete u posjed informacija koje ga zaslužuju. Nemojte objaviti vijest, a tek naknadno pripremati saopštenja za javnost i preglede podataka. Ako materijale pripremite prije početka konferencije za medije, vrijeme nakon najave možete utrošiti na njihovo tumačenje novinarima.

Priprema informacija za javnost

Odnosi s javnošću imaju tri publike:

- Oni koji prate medije – publika;
- Urednici;
- Organizacija.

Najvažnija publika su svakako urednici koji odabiru informacije koje će biti objavljene.

Prije nego napišete i objavite saopštenje za javnost ili najavu za medije, zapitajte se da li je ta vijest vrijedna objavljivanja i da li je o njoj potrebno izdati saopštenje. Vrlo često se institucije osjećaju obaveznima da izdaju saopštenja koristeći sadržaj koji nema informativnu vrijednost, a činjenica je da ako novinar/urednik ne smatra vijest vrijednom objavljivanja, ona neće ni biti objavljena. Vaš cilj je da ostvarite medijsku pokrivenost i podignite svijest vaše ciljne javnosti.

Bitno je znati da je „najava za medije“ u stvari pozivnica medijima da dođu na neki događaj, i obično je kraća od saopštenja za javnost. Sadržava osnovne informacije o mjestu i vremenu održavanja događaja, organizatoru, govornicima i razlogu organizacije događaja. „Saopštenje za javnost“ s druge strane može sadržavati više informacija, citat nekog od govornika, ali u svakom slučaju preporučuje se da saopštenje za javnost ne bude duže od stranicu i po (A4 format). U prosjeku dobro saopštenje za javnost može imati između 300 i 500 riječi. Jedna stranica. Pet sekundi novinara ili urednika.

Prilikom pripreme materijala koji će se distribuirati medijima trebate voditi računa da su tekstovi napisani što je moguće sličnije novinarskom stilu pisanja.

Struktura saopštenja za javnost

Idealno je koristiti strukturu obrnute piramide gdje se najvažnija informacija nalazi na vrhu. Nikada nemojte saopštenje pisati kao priču čija poenta dolazi na kraju. To se na engleskom naziva ‘burying the lead’ (sahranjivanje glavne teme).

Naslov

Ispod zaglavlja stavite naslov. Naslov treba privući pažnju i potaknuti novinare na dalje čitanje. Nemojte gubiti vrijeme na to kako će naslov izgledati u štampi, jer će većina novinara ili urednika svakako promijeniti naslov ukoliko budu koristili saopštenje.

Tekst se sastoji iz uvoda i tijela. Uvod članka se u novinarskom žargonu zove "lid" (iz engleskog "lead" = voditi). Neki ga još zovu prvi graf. Lid je prva rečenica u članku koja kratko i precizno opisuje šta se nalazi u tekstu. Ne smije imati više od 30 riječi, iako se izuzeci tolerišu. U njemu objašnjavate šta se dogodilo i zbog čega je vijest važna.

Lid mora da odgovori na šest ključnih pitanja:

Ko?

Šta?

Kada?

Gdje?

Zašto?

Kako?

Za početak može biti od pomoći da zapišete odgovore na ova pitanja. Zatim ih treba objediniti u kratke, efektne rečenice. To zvuči jednostavno, ali može biti prilično teško. Ako ne možete odmah pronaći prave riječi, nemojte odustajati. Većina saopštenja prođe kroz nekoliko verzija prije nego što se nađe prava. Najvažnije je da prenesete kakve će biti dobrobiti vaše vijesti.

Korisno je pregledati rubriku „kratke vijesti“ u novinama. Ako možete suštinu svoje priče ispričati u 50 riječi ili manje, kao što to rade u novinama, onda ste na pravom putu. Idealno bi bilo da u prvom pasusu imate najviše dvije rečenice od po 25 riječi ili manje. U prvom pasusu trebate prenijeti suštinu vaše priče.

Često nakon dobro napisanog prvog pasusa pisanjeostatka saopštenja ide lako sa više informacija i objašnjenja u svakom novom pasusu.

Ono što ste najavili u lidu, morate razraditi u ostaku teksta, gdje trebate objasniti značaj vijesti, staviti je u kontekst, dati pozadinu ili istorijat priče, razjasniti podatke date u lidu, dati citate izvora informacija, najaviti eventualne posljedice, i na kraju dodati detalje koji nisu imali mjesta u lidu.

Dužina

Izbjegavajte komplikovana i dugačka objašnjenja. Neka sadržaj bude što je moguće sažetiji. Saopštenje na tri stranice ili više je već članak. Dakle, sve informacije trebate staviti u prvi pasus. Uspješnost možete provjeriti time da li bi priča bila u cijelosti razumljiva kada bi se štampao samo prvi pasus. Drugi pasus proširuje informacije o prvom, navodeći više detalja. Često se u trećem pasusu navodi citat. U četvrtom pasusu se daju konačne informacije, kao što su web stranice, ili druge aktivnosti/projekti, na primjer.

Kraj

Označite završetak saopštenja riječju „kraj“ napisanom masnim slovima. Ispod toga napišite: „Za dodatne informacije molimo kontaktirajte“ i navedite svoje podatke ili podatke zadužene kontakt osobe. Stavite i broj mobitela kako bi vas novinari mogli kontaktirati izvan radnog vremena. Što ste dostupniji, to bolje.

Ako su potrebne dodatne informacije, možete ih staviti u „napomene za urednike“, ispod kontakt informacija. Tu se na primjer može navesti napomena o tome da su dostupne i fotografije. Korisno je taksativno navesti ove napomene, kako bi vaše saopštenje izgledalo što preglednije.

Kontaktiranje medija

Kontakt se obično obavlja e-mailom. Korisno je rubriku „predmet“ u e-mailu tretirati kao naslov, da se privuče pažnja novinara. Svako saopštenje poslano e-mailom treba kopirati u mail, a ne dodati kao prilog. Mnoge novinske i medijske organizacije imaju automatsku blokadu priloga. Također je preporučljivo izbjegavati bilo kakve logotipe u .jpeg formatu. Novinari su preplavljeni emailovima pa svakako nakon što pošaljete saopštenje e-mailom **provjerite** telefonom da li je ono uredno stiglo i dodatno prodajte svoju ideju.

Slike

Ako ima prostora za korištenje fotografija u vašoj priči, treba to iskoristiti. Ako u toku sedmice pregledate novine, uvidjet ćete da se mnoge priče pojavljuju samo kao fotografija sa komentarom. To je odličan način za prenošenje poruke, a može biti vrlo efektan. Međutim, izbjegavajte portrete, budite kreativniji.

Video saopštenja

Video saopštenja su u prošlosti često kvalifikovana kao propaganda, ali sa sve većim pristupom video tehnologiji, danas je prihvatljivo da organizacije dostavljaju informacije novinskim agencijama ili

emiterima putem video klipova u vlastitoj produkciji, koji često prate saopštenje za javnost. Zapravo se tradicionalna saopštenja za javnost sve više produciraju kao „objave za medije“ sa kapacitetima za različite digitalne medije, uključujući tekst, slike i video (kao i infografike, tehnike za vizualizaciju podataka, geomapiranje i audio). Međutim, agencije će video materijal iskoristiti samo ako je prihvatljive kvalitete. Evo nekoliko savjeta za video klipove:

Ostali oblici pisanja za medije

- Novosti/Vijesti
- Priče
- Nastupi
- Događaji
- Najava za medije
- Saopštenje za javnost
- Osnovne informacije
- Info materijali
- Materijali za medije
- Web stranica

Prilikom postavljanja okvira za pričanje priče trebate voditi računa o nekim činjenicama.

Vrlo je popularno navesti formulu profesora Alberta Mehrabiana, prema kojoj je struktura poruke slijedeća:

- **7% ukupnog uticaja poruke jeste verbalan (samo riječi);**
- **38% vokalan (ton glasa, promjena tona i ostali zvuci);**
- **55% neverbalan.**

Međutim, ovo se odnosi na strogo kontrolisane uslove u laboratoriju, i nije u svojoj absolutnosti primjenjivo na stvarni život. No, u isto vrijeme se ne treba zanemariti činjenica da sporedne stvari mogu odvući pažnju od poruke koju trebamo poslati.

Jednom kad imamo ko i šta, možemo razviti našu rečenicu za novinara. Vrlo je važno zapamtiti da je ovo ujedno i osnova vaše priče.

Šest pitanja (Ko?; Šta?; Kada?; Gdje?; Zašto?; Kako?) su elementi vaše priče. Priče trebaju heroje – o KOME je riječ u vašoj priči? Da li ste sigurni? O čemu još moze biti?

Šta vaš heroj radi? Šta je tačno vijest? – ovo je važna odluka u postavljanju okvira priče, zapitajte se koji je naslov.

Iz ugla vijesti, važno je zapamtiti da urednici vode posao, da vaša priča treba biti vijest.

A urednici traže:

- Vrijeme – SAD
- Blizina – OVDJE
- Konflikt
- Ljudski interest
- VIP
- Utjecaj

U svojoj komunikaciji prema medijima trebate pokušati uobličiti:

- Zašto vaš heroj radi ono što radi?
- Kako to radi (neka nova tehnika)?
- Zašto bi publika bila zainteresovana?
- Kako je to različito od ostalih? Kako je jedinstveno?
- Zašto će imati nekog utjecaja?
- Ovo će vam pomoći da izoštite priču posmatranu iz ugla vijesti.

Poruka

Najvažniji element pisanja su svakako prvi paragraf (lid); naslov i citati (sound bite).

Prvi paragraf/uvod

- Treba da sadrži:
- Osnovnu priču (ko i šta);
- Ugao vijesti (pa šta);
- Poruku;

- Razlog da nastavite čitati.

Zapamtite da urednici uglavnom čitaju samo prvi paragraf.

Kako razviti priču:

- Planirajte;
- Priprema je 90 % posla;
- Priče i anegdote za ilustraciju;
- Analogije koje mogu pojednostaviti poruku;
- Kraj – jaka poruka – ono što želite naglasiti.

Intervju

U osnovi uspješnog intervjeta je priprema. Predvidite pitanja koja bi vam mogli postaviti i zadržite kontrolu tako što ćete se držati unutar onoga što želite reći. Zapitajte se zašto dajete intervju. Ako je vaš odgovor na to pitanje „zbog toga što to traže od mene“, vratite se na početak i razmislite koji je uopšte cilj davanja tog intervjeta. Istražite osobu koja će vas intervjuisati, jer će i oni vas istražiti, koji je medij u pitanju, koliko vremena imate, koja je tema, koja vrsta intervjeta. Budite oprezni kod improviziranih intervjeta ili brzih izjava, radije zakažite novi termin kako biste imali vremena za pripremu. Vodite računa da li ste vi najbolja osoba za taj intervjet, možda bi neko drugi bio stručniji sagovornik na datu temu. Neposredno prije intervjeta razjasnite s novinarom o čemu možete govoriti, a koje teme prelaze granicu. Tokom intervjeta držite se poruka koje ste pripremili i oduprite se iskušenju da odlutate na druga pitanja.

Za vrijeme intervjeta će Vam možda pomoći sljedeći savjeti:

- Opustite se – dišite duboko;
- Zapamtite – novinar nije vaša publika;
- Razmišljanje – pozitivno;
- Imate poruke ispred sebe;
- Isključite telefone;
- Prije prvog pitanja... Potrebno je---- opuštanje – nemojte čitati svoje bilješke do zadnjeg momenta. Opustiti ćete se kako se intervjet bude odvijao, ali su prvi utisci važni;
- Vaš cilj su čitaoci ili gledaoci. Oni su vaša ciljna publika. Uloga novinara jeste važna posebno kada su u pitanju štampani mediji;

- Neki ljudi idu na intervju sa uvjerenjem da su mediji neprijatelji. Moguće je da vam nisu prijatelj ili da vas ne razumiju, ali većina njih će pokušati zadržati neutralnost mada se to vama neće tako činiti.

Taktike

- Uvijek ste „on the record“;
- Pažnja vam mora biti fokusirana na intervju;
- Slušajte pitanja;
- Budite pozitivni;
- Prvo recite ono najvažnije;
- Isti odgovor na isto pitanje;
- Istina... Čak i ako je bolna;
- Koncizni odgovori;
- Pojednostavite statistike;
- Zahvalite se novinaru;
- Taktike ne samo da pošaljete poruku već i da vas publika shvati sa više kredibilnosti;
- Često počnemo spremati naš odgovor bez da smo saslušali pitanje, ovo je posebno tačno ako se ne slažemo sa pitanjem ili stavom novinara. Saslušajte cijelo pitanje – napravite pauzu prije nego što odgovorite;
- Nakon što date svoju osnovnu poruku možete dodati ostale informacije ako ima vremena. Prvo poruka, pa ostali detalji.

Kontrola

- Vi kontrolišete ono sto VI govorite;
- Izbjegavajte poziciju u kojoj se morate braniti ili čak dovesti u konflikt sa novinarima;
- Koristite tehnike premoštavanja – izjave pomoću kojih ćete preći sa jedne teme na drugu.

Tehnike premoštavanja

- Dopustite da ponovim nešto što sam ranije rekao o....
- Kao što sam rekao...
- Još jedan primjer...

- Zbog toga je važno da ... (i onda ponovite akciju/poruku koju ste htjeli da publika čuje)
- Mislim da možemo otići korak dalje. Na primjer...

Naglašavanje poruke

- Pitanje koje trebate postaviti je...
- Stvarno pitanje ovdje je...
- Ključna stvar koju trebamo zapamtiti (imati na umu)...

Naglašavanje – varijacija

- Mislim da postoje dvije mogućnosti:...
- Nekoliko stvari je potrebno razmotriti:...
- Želim reći tri stvari:...
- Još jedna varijacija ove tehnike nagovještava publici da imate nešto važno za reći, a novinar Vas neće prekinuti dok ne čuje izjavu u potpunosti.
- Morate biti spremni ako vec nešto hoćete naglasiti da znate o čemu je riječ... Bolje je koristiti „nekoliko“ od tačnog broja jer u stresu možete zaboraviti sve da pobrojite.

PRAVILA

- Uvijek „on the record“
- Novinari nisu jedina i sva publika;
- Odmah ispravite netačnu informaciju;
- Izbjegavate greške koliko je to moguće i izvinite se;
- Izbjegavajte odgovore na brzinu;
- Sasvim je u redu reći „ne znam“;
- Ne uvodite i ne ponavljajte negativnosti;
- Odgovori na brzinu – najranjiviji za vrijeme telefonskih intervjuja... Kad vam pažnju odvuče email, mobitel ili neki spis;
- Odmah ispravite netačnu informaciju ukoliko je novinar plasira u razgovoru sa Vama. Ovo je krucijalno. Kažite: „Prije nego što odgovorim na Vaše pitanje, želio bih ispraviti nešto što ste rekli“.

- Nekad u razgovoru se zaboravimo i uvodimo negativnosti – poput riječi „katastrofalno” ili možda spomenete neki problem iz organizacije. Ako novinar koristi takve riječi izbjegavajte ih – odnosno ne ponavljajte ih da ne bi postale dio vašeg citata: „zašto imate toliko neriješenih predmeta? Ili zašto sporu radite?” trebate odgovoriti: „Svaki slučaj je jednako važan, radimo detaljno i iscrpno.”

Još pravila...

- Loše vijesti recite odmah...

Pokušajte izbjegavati sljedeće riječi u svojim izjavama:

- Vjerovatno (npr. Vjerovatno se desilo zato što...)
- Obično (npr. To se obično ne dešava...)
- Normalno (npr. Normalno je da pošaljemo nekoliko poziva...)
- Uopšteno (npr. Uopšteno naša politika je...)

AKT i društvene mreže

U vrijeme organizovanja treninga i izrade priručnika niti jedno AKT nije imalo svoj nalog na nekoj od najpopularnijih društvenih mreža i samo jedno je razmatralo mogućnost da otvorit nalog. APIK-ova komunikaciona strategija iz 2015. godine je predviđala otvaranje naloga na Facebook-u i Twitteru, ali to nije provedeno zbog nedostatka kapaciteta.

IPAK projekat je u preporukama u Modelu komunikacione strategije za AKT preporučio da AKT otvore svoje stranice/kanale/profile na društvenim mrežama, kao jednim od najefikasnijih kanala za direktnu komunikaciju sa širom javnošću. Izbor zavisi prvenstveno od kapaciteta. Ponekad je bolje nemati profil nego imati otvoren forme radi, a na njemu ne objavljivati ništa, ne odgovarati na poruke. Facebook je i dalje najpopularnija mreža, posebno među odraslim populacijom. Facebook može poslužiti za prenošenje informacija o radu, uz preusmjeravanje na sopstveni sajt, kao mjesto gdje se može pronaći detaljnija informacija. Facebook ne zahtjeva stalno angažovanje, otvaranje i uređenje stranice je jednostavno, potrebno je samo pažljivo pratiti komentare, direktne poruke, na njih odgovarati i spriječiti nepoželjne izraze i jezik u komentarima (vrijeđanje, govor mržnje i sl). Triter zahtjeva angažovaniji pristup. I kod jedne i kod druge mreže treba imati u vidu i odnos ličnih profila predstavnika AKT sa profilima, odnosno stranicama AKT. Naime, dio javnosti će ličnu stranicu predstavnika AKT prepoznavati kao dio "šireg profila AKT", čak i uz napomenu da je riječ isključivo o ličnim stavovima. Stoga na ličnom profilu ne treba komentarisati materiju iz direktne nadležnosti AKT (odnosno ono o čemu bi se moglo odlučivati u okviru rada AKT), ali to ne znači da se treba uzdržavati od komentarisanja antikorupcijskih tema u načelu, od "šerovanja" postova AKT. Kanal na Youtube-u može poslužiti za uštedu prostora na sopstvenom serveru. Video materijal se može postavljati na Youtube, a na sajtu i drugim društvenim mrežama dijeliti link ka tim snimcima. Na kanal se mogu postavljati i video snimci u vezi sa AKT iz medija, uz poštovanje (odnosno dogovor/pristanak medija) vlasnika autorskih prava.

Smrtni grijesi društvenih mreža

Proždrljivost – Društvene mreže ne znače da morate biti svugdje. Novi igrači na društvenim mrežama često upadaju u zamku neobuzdane želje za konzumacijom više sadržaja nego što je to potrebno. Do prevelike konzumacije može doći kod medijskih platformi, tвитова ili pratitelja. Pokušaj da se stvori ogromna baza pratitelja može dovesti do slabljenja intenziteta aktivnosti. Fokusirajte se i angažirajte na pravim platformama iz pravih razloga sa pravim ljudima, a ne samo da biste stekli obožavatelje ili pratitelje.

Lijenost – Bit društvenih mreža jeste konverzacija. Ovo može zvučati kao kliše, međutim razlog zbog kojeg su društvene mreže postale takav fenomen jeste njihova mogućnost da proizvedu dvosmjernu konverzaciju. Zahvaljujući društvenim mrežama, organizacije mogu lako uspostaviti ličnu, jedan na jedan, komunikaciju sa javnošću te predstaviti svoje pravo i ljudsko lice. Lako su društveni mediji platforme za odgovor u stvarnom vremenu, oni koji obitavaju na društvenim mrežama znaju da organizacija ne može biti stalno dostupna i odgovarati na njihove upite. Nemojte istupiti sa nečim i zaboraviti, niko ne voli neprijatnu šutnju.

Pohlepa – Organizacije/institucije su često dio šire koalicije ili djelatnosti. Moguće je da imaju konkurenčiju ili protivnike, ali saradnja sa drugima i raspodjela posla ipak može biti vrlo efikasna u ostvarivanju ciljeva. Pohlepa i nastojanje da se uvijek bude u centru pažnje može se pokazati kontraproduktivnim.

Bijes – Poslovna organizacija/institucija u svojim aktivnostima mora uvijek ostati smirena u komunikaciji na društvenim mrežama, čak i usred izliva negativnih stavova i glasina. Ono što se postavi na internet ostaje na internetu, zauvijek, a konflikt je materijal za vijesti. Kakav god bio vaš narativ ili priča, lako je može zasjeniti online ljutnja ili bijes. Dvaput razmislite, jednom odgovorite.

Požuda – U kontekstu društvenih mreža, požuda se može definirati kao snažna želja za slavom i popularnošću. Ova želja se manifestira u vidu prekomjernog plasiranja stavova ili sadržaja institucije. Društvene mreže, za razliku od tradicionalnih platformi objavljuvanja, predstavljaju dvosmjernu platformu, više nalik na telefon nego megafon. Ljubitelji društvenih mreža žele da učestvuju u zanimljivim konverzacijama i pričama koje se odnose na vaše sadržaje, ali ne vole da se njihovi feedovi spamuju. Napadno emitiranje sadržaja ostavlja utisak očajničke želje za pažnjom.

Zavist – Na društvenim mrežama je uglavnom prihvatljivo uspjeh drugih koristiti kao osnovu za vlastite ciljeve, međutim nikada nije dobro jednostavno kopirati čitavu kampanju neke organizacije/institucije ili joj se čak suprotstavljati. Često zavidimo drugima na njihovom uspjehu na društvenim mrežama, i to je razumljivo, ali zasnivanje angažmana na reakciji na nečiji uspjeh, umjesto na konkretnim ciljevima, može biti problematično.

Bahatost – Niste vi najvažniji. Zapravo, kod angažiranja na društvenim mrežama vaša ciljna grupa je jednako važna. Skromnost je divna osobina koja će vam otvoriti mnoga vrata u vašim aktivnostima na društvenim mrežama. Arogancijom i bahatošću će se prije podstaći konflikt nego uvesti red.

Pojavljivanje AKT u medijima

Antikorupcijsko tijelo trebalo bi da teži da održi prisustvo u javnosti, da predstavi rezultate svog rada, da promoviše pozitivne primjere antikorupcijskih aktivnosti i/ili politika, da ukaže na probleme i negativne primjere. Za određivanje kanala, odnosno načina probijanja u medije, potrebno je iskustvo, ali od velike koristi biće izgrađeni odnosi sa medijima i novinarima, posebno onima koji su specijalizirani za oblast korupcije i antikorupcije. Razlozi ili povodi za pojavljivanje u medijima mogu biti: predstavljanje sopstvenih rezultata (izađene analize, izvještaji, sprovedene akcije, pokrenute inicijative), predstavljanje informacija ili najava u vezi sa AKT (sastanci, izbor članova i sl), reagovanje na (anti)korupcijske aktuelnosti koje (naizgled) nisu direktno povezane sa aktivnostima tijela. Kao što je ukazano u prvom dijelu ovog priručnika, većina AKT ima širok obim nadležnosti, pa čak i u slučajevima kada je on ograničen na antikorupcijske strateške dokumente (strategiju i akcioni plan), ovi dokumenti najčešće obuhvataju aktivnosti koje mogu biti povezane sa gotovo svim (anti)korupcijskim aktuelnostima.

Odabir kanala za pojavljivanje u pojedinačnim slučajevima zavisiće od iskustva i znanja osoba koje su zadužene za komunikaciju, od medijske slike i eventualnih spoljnih ograničenja nametnutih AKT. Najčešće će se pojavljivanje realizovati kroz saopštenje, poslato direktno medijima, preko e-mailing liste, objavljeno na sajtu, na društvenim mrežama, uz dodatnu provjeru sa novinarima sa kojima je uspostavljena direktna komunikacija da li je do njih stigla informacija. Drugi izbor po učestalosti biće konferencija za novinare, dok je treći izbor prenošenje informacija određenim medijima i novinarima, zainteresovanim za temu. Do ovog oblika komunikacije može doći na inicijativu samih novinara ili AKT.

Za samoinicijativno osvajanje prostora u medijima, posebno kroz reagovanje na (anti)korupcijske teme, treba poznavati šta su to teme koje izazivaju posebnu pažnju javnosti, odnosno na koje su javnost i mediji posebno osjetljivi, koje teme interesuju medije i javnost⁸.

Tromjesečno svakodnevno praćenje press klipinga o korupcijskim i antikorupcijskim temama u BiH, za potrebe Modela komunikacione strategije za antikorupcijska tijela u BiH, u periodu februar-maj 2019. godine, rezultiralo je zaključcima koji ne predstavljaju iznenađenje. Korupcija je, iako percipirana od strane javnosti kao jedan od najvažnijih problema u BiH, prisutna u relativno malom obimu u medijima. Mali je broj informacija o represivnim aktivnostima (što bi mogao biti povod za analizu djelovanja represivnih organa ili njihovog komuniciranja antikorupcijskih tema), korupcija sporadično dospijeva u kliping kroz nazive organa koji sadrže kovanicu "organizovani kriminal i korupcija" iako u medijskim objavama nije riječ o korupcijskim krivičnim djelima, pojavljuje se u izjavama međunarodnih zvaničnika, diplomata ili u izvještajima međunarodnih organizacija i institucija, kao i u izjavama BiH političara sa raznih nivoa vlasti koji najavljuju antikorupcijske poteze i aktivnosti. Prevencija korupcije je prisutna kroz informacije (nevelik broj) posvećene konferencijama i okruglim stolovima i jedini značajniji proboj u ovoj oblasti u ovom periodu bio je niz vijesti u vezi sa novim zakonskim rješenjima i registrima uspostavljenim u Kantonu Sarajevo. U drugom dijelu 2019. godine pojavljuje se niz tekstova o uspostavljanju (ili najavama uspostavljanja) sličnih sistema. Pored svega pobrojanog, korupcija se u medijima pojavljuje u negativnom kontekstu, u tekstovima u kojima se kritikuje neučinkovitost nadležnih za njeno suzbijanje.

⁸ Detaljno o ovoj temi u analizi:

http://ipak.ba/documents/3.1_Output_Antikorupcijske_kampanje_i_kampanje_podizanja_svijesti_javnosti_o_korupciji1574592556.pdf

"Studija o mladima u Bosni i Hercegovini"⁹ pokazuje da je korupcija, odnosno nedovoljno efikasna borba protiv nje prepoznata kao "jako uz nemirujući" problem BiH društva od strane 52% ispitanika i nalazi se na četvrtom mjestu. Važno je, međutim, ukazati da su prva tri problema takođe povezani sa korupcijom, odnosno direktna su posljedica ili mogu biti direktna posljedica korupcije: nezaposlenost, porast siromaštva, nesigurnost radnog mjesta. Nova Studija o mladima u BiH objavljena je 2018/2019. godine¹⁰. Ona pokazuje relativno visoke procente onih koji odobravaju pojedine koruptivne mehanizme: "korištenje poznanstava i drugih vidova neformalnih veza za dobivanje posla (20,6 %) ili pristup uslugama kao što su zdravstvena zaštita, beneficije, itd. (26,8 %). S druge strane, kriminalizovane oblike neformalnih odnosa, poput poreskih prevara i korupcije, smatraju neprihvatljivima.

Za planiranje i osmišljavanje kako osvojiti medijski prostor za AKT u medijima od velike pomoći može biti analiza kako sama AKT vide svoje prisustvo u medijima, koja je urađena u okviru IPAK projekta¹¹. Analizirano je i šta AKT smatraju svojim najznačajnijim postignućima u prethodnom periodu, a šta smatraju antikorupcijskim temama koje mogu da privuku pažnju javnosti. Ukrštanjem ovih podataka dobija se slika neiskorištenog potencijala za poboljšanje komunikacije, izgradnju antikorupcijske komunikacijske kampanje ili za uključenje AKT u javni antikorupcijski diskurs.

AKT kao **sopstvene najvažnije rezultate rada** u prethodnom periodu (12 mjeseci) prepoznaju (predstavljeno je zbirno za sva AKT koja su učestvovala u anketi): uspostavljanje aplikacije za praćenje provođenja strateških antikorupcijskih dokumenata; uspostavljanje on-line obuke za izradu i provođenje planova integriteta; zaštita osoba koje prijavljuju korupciju u institucijama BiH; obuka kontakt tačaka vezano za primjenu aplikacije za proaktivno praćenje provođenja antikorupcijskih strategija i akcionih planova; saradnja na projektima vezanim za normativno regulisanje zaštite prijavitelja korupcije; koordinacijski sastanci sa antikorupcionim tijelima u BiH; donošenje Strategije za borbu protiv korupcije i Akcionog plana; uspostava Registra imenovanih lica i Registra zaposlenih u javnom sektoru; implementacija projekta uvođenja savremenih informacionih tehnologija u prevenciji i otkrivanju korupcije; primjena instituta supervizora u procesima zapošljavanja u javnom sektoru; edukacije na temu planova integriteta; početak izrade planovan integriteta u institucijama; promocija mehanizma prijave korupcije; prezentacija pravilnika za prevenciju korupcije u zdravstvenim ustanovama; sastanak sa predstavnicima lokalnih zajednica; monitoring provođenja aktivnosti iz Akcionog plana i objavljivanje Izvještaja o provedenim aktivnostima; izrada nacrta Zakona o zaštiti prijavitelja korupcije.

⁹ Autori Jusuf Žiga, Lejla Turčilo, Amer Osmić, Sanela Bašić, Nedžma Džananović Miračija, Damir Kapidžić i Jelena Brkić Šmigoc, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) 2015.

¹⁰ Autori Lejla Turčilo, Amer Osmić, Damir Kapidžić, Sanela Šadić, Jusuf Žiga i Anida Dudić, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) 2019.

¹¹ Detaljno u analizi:

http://ipak.ba/documents/3.2_Output_Analita_kapaciteta_i_postoje%C4%87ih_praksi_komunikacije_i_internog_toka_informacija_u_AKT1574592627.pdf

Ovo su **oblasti rada** odnosno **rezultati rada AKT** za koje predstavnici tijela u upitniku navode da su bile **medijski atraktivne** u proteklom periodu:

- Uspješna organizacija konferencije povodom obilježavanja 9. decembra – Međunarodnog dana borbe protiv korupcije, medijska prezentacija i predstavljanje rezultata
- Organizacija takmičenja za najbolje literarne i likovne radove na antikorupcijsku temu
- Antikorupcijska kampanja usmjerenica zaposlenim u institucijama BiH
- Usvajanje izvještaja o radu od strane Vlade
- Suorganizacija Konferencije o potrebi zaštite prijavitelja korupcije u FBiH
- Platforma multi-modularnog analitičkog softvera
- Primjena instituta supervizora u procesima zapošljavanja u javnom sektoru
- Uspostava Registra imenovanih lica
- Promocija prijave korupcije putem web portala
- Javna prezentacija Izvještaja o provedenim aktivnostima iz Akcionog plana za borbu protiv korupcije
- Priprema panel-diskusije sa studentima Univerziteta na temu “Prevencija korupcije u visokom obrazovanju”;

Ovo su **antikorupcijske teme** za koje su sva **AKT** navela da ih smatraju **medijski atraktivnim**, odnosno da je riječ o temama koje mogu da zainteresiraju javnost:

- Stvaranje efikasnih mehanizama za borbu protiv korupcije.
- Antikorupcijske kampanje
- Organizacija takmičenja na određene antikorupcijske teme uz prigodne nagrade
- Pružanje uvida u rad AKT svim građanima i rad na poboljšanju kanala komunikacije s njima,
- Veća transparentnost u radu državnih organa
- Sudsko procesuiranje optuženih za korupciju, odnosno pokretanje sudskih procesa na osnovu prijava korupcije, koje će rezultirati osudama.
- Broj prijava korupcije i rezultati postupanja po prijavama;
- Uvođenje novih instrumenata u radu javne uprave, poput supervizora i sl.
- Stvaranje prisupačnijih alata i mehanizama za prijavu korupcijskih radnji i omogućavanje zaštite ličnih podataka od strane osobe koja prijavljuje koruptivnu radnju.
- Promoviranje načina za zaštitu osoba koje prijavljuju korupciju

- Zapošljavanje u državnoj službii javnim ustanovama
- Javne nabavke
- Dodjele i ugovaranje javnih poslova
- Sukob interesa (izabranih zvaničnika)
- Netransparentno trošenje javnog budžetskog novca;
- Etički kodeksi ponašanja zaposlenih u javnom sektoru
- Generalno teme iz domena političke korupcije - Teme koje mogu da naruše povjerenje u institucije vlasti,
- "Negativne" priče o sveukupnoj zastupljenosti korupcije, često i bez argumenata.

IPAK je u okviru aktivnosti projekta pružio priliku predstavnicima AKT, medija i NVO procijene koliko su navedene teme medijski atraktivne. Ovo je tabela sa njihovim ocjenama, na skali od 1 (nije atraktivno) do 5 (izuzetno atraktivno)

Aktivnost	ocjena AKT	ocjena novinari i NVO
- Sudsko procesuiranje optuženih za korupciju, na osnovu prijava korupcije, koje će rezultirati osudama.	4,3	5
- Netransparentno trošenje javnog budžetskog novca;	3,9	4,7
- Broj prijava korupcije i rezultati postupanja po prijavama;	4,6	4,7
- Javne nabavke	4,4	4,5
- Sukob interesa (izabranih zvaničnika)	4,4	4,5
- Dodjele i ugovaranje javnih poslova	4,3	4,3
- Promoviranje načina za zaštitu osoba koje prijavljuju korupciju	3,5	4,3
- Organizacija konferencije o potrebi zaštite prijavitelja korupcije	3,3	3,6
- Zapošljavanje u državnoj službi i javnim ustanovama	3,8	4,3
- Primjena instituta supervizora u procesima zapošljavanja u javnom sektoru	3,3	3,5
- Uspostava Registra imenovanih lica	4,1	4,2
- Veća transparentnost u radu državnih organa	3,9	4
- Konferencija povodom Međunarodnog dana borbe protiv korupcije	3,4	3,7
- Promocija prijave korupcije putem web portala	3,3	3,7
- Etički kodeksi ponašanja zaposlenih u javnom sektoru	3,3	3,3
- Organizacija takmičenja na antikorupcijske teme uz prigodne nagrade	3	2,3
- Javna prezentacija izvještaja o provedenim aktivnostima iz Akc. plana za borbu protiv korupcije	2,9	3,2
- Izjava čelnika AKT o planovima i ciljevima AKT i predstavljanje rezultata	2,8	3,2
- Usvajanje izvještaja o radu antikorupcijskog tijela	2,7	2,3

Karakteristično za ove ocjene jeste da predstavnici AKT nisu precijenili sopstvene aktivnosti, ali su potcijenili dvije antikorupcijske/korupcijske teme - "Sudsko procesuiranje optuženih za korupciju" i "Netransparentno trošenje javnog budžetskog novca". Kao izuzetak moglo bi se izdvojiti "Usvajanje izvještaja o radu antikorupcijskog tijela", iako je ova aktivnost dobila prilično nisku ocjenu i od strane AKT i predstavnika medija i NVO. Jasno je da izvještaj, sam po sebi nije prepoznat kao atraktivna tema, ali je na predstavnicima AKT da iz izvještaja izvade relevantne, atraktivne detalje, povežu ih sa (korupcijskim) aktuelnostima i na taj način plasiraju medijima. Također, s obzirom na značaj dvije najatraktivnije teme (sa stanovišta medija i NVO), jasno je da tu leži značajan potencijal za nametanje prisustva u medijima kroz povezivanje tih tema sa aktivnostima AKT.

Praktičan rad

U okviru treninga organizovanog 11. i 12. septembra 2019. godine organizovan je praktičan rad sa predstavnicima AKT - osmišljavanje obraćanja javnosti, odnosno medijima, kroz fiktivnu situaciju.

Za realizaciju ovog dijela obuke potrebno je učesnike (u zavisnosti od brojnosti) podijeliti u grupe i dati svakoj od grupa da radi na nekoj od tema, te da na osnovu tehnika predstavljenih u priručniku osmisli ili izradi odgovarajuće aktivnosti - saopštenje za medije, izjavu, konferenciju za novinare.

Moguće teme su

Grupa I - Kampanja ohrabrvanja građana da prijave korupciju.

Potrebno je da grupa definiše:

- šta čini kampanju (koji kanali, kakve aktivnosti - naglasiti da kampanja ne znači samo medijske kampanja kroz oglase, video ili audio spotove i sl.)

- šta učiniti prije kampanje (ispitivanje javnosti ili prikupljanje podataka o odnosu javnosti prema temi, prikupljanje pisanja medija o temi)

- kako procjeniti da li je kampanja uspješna (procjena u toku kampanje, završna evaluacija)

- šta učiniti sa neuspješnom kampanjom (ukoliko se tokom kampanje uvidi da ne daje odgovarajuće rezultate - da li i kako prekinuti, izmeniti; ukoliko se na kraju kampanje utvrdi da nije dala rezultate - kakve se pouke izvlače za ubuduće (*Primjer za razmatranje - TIBiH kampanja 2016 - 2018 - obrađeno u dokumentu dostupnom na sajtu IPAK-a:*

http://ipak.ba/documents/3.1_Output_Antikorupcijske_kampanje_i_kampanje_podizanja_svijesti_javnosti_o_korupciji1574592556.pdf

- *Drugi primjer: Kampanja kojom se pozivaju građani da prijave korupciju - prethodna analiza - kako utvrditi šta građani misle o prijavljivanju korupcije (izvori informacija) da li postoje objektivne prepreke (izuzev nepovjerenja građana, neznanja kome da prijave, straha građana i sl) - na primjer - prethodna analiza pokazuje da postoji loš propis koji ne podstiče na prijavljivanje korupcije – strateški cilj u prvoj fazi kampanje – podstaći izmjenu propisa – (na primjer da se u krivični zakon unese oslobođanje odgovornosti za onoga ko je dao mito da bi dobio ono što mu po propisima pripada i to prijavio prije nego što je otkriven ili da se usvoji Zakono o zaštiti zviždača/uzbunjivača/prijavitelja korupcije) - potrebno je definisati stratešku poruku za prvu fazu kampanje, odvojeno od strateške poruke namenjene za drugu fazu (podsticanje da se prijavi nakon što se izmjeni propis, poboljša okruženje ili atmosfera) - potrebno je definisati prateće teme - primjere koji dokazuju/ilustruju ono što je cilj svake od faza, itd*

Grupa II - obilježavanje Međunarodnog dana borbe protiv korupcije

- kome se obraćamo (svima, uvijek istima, svake godine posebna ciljna grupa)

- kakvu poruku želimo da pošaljemo

- šta činimo (manifestacije, konferencije, saopštenja)

- sa kim se udružujemo/družimo

Grupa III - reagovanje na aktuelnost (za praktičan rad može se izabrati neka stvarna ali i fiktivna aktuelnost - na primjer - otkrivanje malverzacije sa javnim nabavkama u zdravstvenoj ustanovi X)

- jesmo li nadležni (da li je pomenuta tema ili sektor u kome se to desilo direktno ili indirektno povezana sa nadležnostima AKT – npr. - Strategija i Akcioni plan uključuju oblast zdravstva, oblast javnih nabavki; ako ne uključuju - ukazati da je neophodno nakon otkrivanja sprovesti i preventivne mjere kako bi se sprečilo ponavljanje, što može u daljem slijedu značiti npr analizu i izmjenu propisa ili praksi - da li je analiza propisa u nadležnosti AKT; ako nije, može li AKT da inicira analizu propisa i pravila iz ove oblasti; ako ne može formalno, može kroz izjavu ili saopštenje da pozove nadležne da to čine, da zatraži sastanak na kome bi se to razmatralo; ako ove oblasti nisu u S&AP, AKT može da inicira da se ove oblasti obuhvate narednom strategijom i AP, itd);

- pritajena pohvala i skrivena kritika (u reagovanju se može ukazati na dobre rezultate u drugim oblastima, direktno povezanim sa AKT - npr - u skladu sa S&AP uređena oblast javnih nabavki u nekoj drugoj oblasti i značajno smanjene mogućnosti za zloupotrebe; npr druga ustanova Y uredila tu oblast u skladu sa preporukama AKT ili S&SP; može se ukazati na probleme - da neko nije sproveo mjere koje bi spriječile da se ovako nešto desi; može se pozvati neki organ ili institucija da bude aktivnije, ažurniji, agilniji, kako bi se spriječile ovakve pojave, itd)

Primjer: *AKT pozvalo je obveznike S&AP da što prije ispune svoje obaveze u vezi sa uređenjem sistema javnih nabavki i na taj način umanje mogućnost za zloupotrebe u toj oblasti.*

Povodom otkrivanja slučaja X, AKT je ukazalo da je S&SP predviđeno niz mera koje treba da onemoguće zloupotrebu i korupciju, ali je provedeno samo x% (ili npr x od predviđenih y mera).

"Kada je riječ o korupciji u zdravstvu, u fokusu javnosti najčešće je primanje i davanje mita za zdravstvene usluge. Nabavke u zdravstvu imaju, međutim, veliki korupcionalni potencijal ali i predstavljaju gotovo jednak rizik po zdravlje građana. Riječ je naime o značajnim finansijskim sredstvima, a zbog eventualne nabavki nekvalitetnih sredstava, korisnici usluga mogu osjetiti posljedice", izjavio je X iz AKT.

AKT je saopštila da je sve mjeru iz S&AP koje treba da otežaju, spriječe ili onemoguće zloupotrebe sproveo X zdravstvenih ustanova (u kantonu, entitetu i sl), dok njih Y nije sproveo nijednu.

AKT će organizovati sastanak sa odgovornim u zdravstvenim ustanovama i njihovim osnivačima (Vladom, Ministarstvom, nadležnim za nadzor i sl) kako bi se mjeru sprovele ili utvrdila odgovornost i sankcije za njihovo nesprovođenje.

Grupa IV - predstavljanje godišnjeg izvještaja (o radu ili o sprovođenju strategije i akcionog plana)

- predstavljanje godišnjeg izvještaja (bilo da je o radu ili provođenju S&AP) jeste aktivnost koja završuje organizovanje konferencije za novinare

- potrebno je pažljivo osmisliti i dozirati ko će i šta predstaviti - učešće medijski atraktivnih zvanica povećaće odziv medija, ali prijeti da u drugi plan gurne ono što bi trebalo da je glavna tema - u takvoj situaciji potrebno je prezentovati osnovne podatke - glavni zaključak i par atraktivnih i ilustrativnih brojeva i primjera - detaljno izlaganje, pokušaj da se predstavi sve što je zanimljivo biće necjelishodno, jer mediji neće moći da apsorbuju podatke; zbog toga AKT ima mogućnost da nalaze plasira narednih dana ili sedmica, vezujući pojedine podatke za aktuelnosti ili ih plasirajući nezavisno od aktuelnosti. Npr - na kzn je moguće predstaviti osnovni podatak da je provođenje S&AP bolje nego

prethodne godine, ali da je i dalje daleko od zadovoljavajućeg. Da je provedeno X% mjera predviđenih za izvještajni period, da je najbolji obveznik X, a najlošiji obveznik Y. U narednom reagovanju (saopštenje, izjava za neki određeni medij, AKT se može fokusirati na neko oblast, saopštiti detaljnije podatek, dati ilustrativni primjer, itd)

- Čak i ako nema medijski atraktivnih zvanica koje bi odvukle pažnju medija, ne treba novinare zatrپavati podacima. Treba im, svakako omogućiti uvid u cjelokupni izvještaj, ali kratko izvod i izjavu treba ograničiti na najviše dvije teme. Ne treba sve što je atraktivno istrošiti odmah. I u ovom slučaju moguće je "zalihe" polako "krckati" u periodu koji slijedi.