

Németh Erzsébet – Körmendi Gábor – Kiss Beatrix

Korrupció és nyilvánosság

A média hatása a korrupcióra és annak társadalmi megítélésére

ÖSSZEFOGLALÓ: A tanulmány a korrupció és nyilvánosság témakörét vizsgálja. Megállapítja: 1. a nyilvánosság segítheti a korrupció feltárását, megelőzését és szankcionálását; 2. üzleti és politikai érdekek akadályozhatják a média hatékony fellépését a korrupció ellen; 3. a média képes befolyásolni a korrupció mértékének és gyakoriságának társadalmi megítélését. A tanulmány empirikus vizsgálattal igyekszik feltárni a korrupció mértékének, médiabeli prezentációjának és társadalmi percepciójának összefüggéseit. **Módszerek:** a szerzők két vezető politikai napilap 2009. és 2010. évi számaiban megjelenő (korrupció, megvesztegetés, kenőpénz, végkielégítés) kifejezések gyakoriságát vizsgálták, és a kapott adatokat összehasonlították a fél évvel később megjelenő Transparency International korrupciós érzékelési indexével, illetve az ez alapján készített korrupciórangsorral. **Eredmények:** 2009 és 2010 között növekedett a médiában megjelenő korrupcióval kapcsolatos tudósítások száma, illetve nőtt annak társadalmi percepciója. **Következtetések:** amennyiben a média feltárja és bemutatja a korrupciós eseteket – ezzel csökkentve azok megjelenésének valószínűségét –, úgy növekszik az érzékelt korrupció mértéke.

KULCSSZAVAK: korrupció, média, társas percepció

JEL-KÓD: D73, D71, L82

A NYILVÁNOSSÁG, MINT A KORRUPCIÓ ELLENI ORVOSSÁG

A nyilvánosság szerepét a korrupció elleni harcban hasonlóan ítéli meg a szakirodalom. Általában bizonyításra sem szoruló axiómaként fogadják el azt a tételt, miszerint a nyilvánosság egyaránt segíti a korrupció feltárását és megelőzését.

A nyílt, fejlett társadalmakban a média fegyver a korrupció ellen. Ha jól működik a média, akkor megelőzi a korrupciót az oknyomozó újságírás és társadalmi értékek meghatározása révén. A szólásszabadságra alapozva tölti be a „házőrző kutya” szerepét, megakadályozva és felfedve a társadalmi igazságtalanságokat. A korrupcióról szóló beszámolókkal a média betölti társadalmi szerepét, kielégítve az emberek információszükségletét (Utriainen, 1997).

A média képes kialakítani a demokratikus vita légkörét, segítve a jó kormányzást, írja Peters

(2003). A nyitott, demokratikus társadalom alapja a sajtószabadság. A demokrácia támogatásában munkájukkal központi szerepet játszottak az újságírók, életüket vagy szabadságukat áldozták az elszámoltatható, átlátható kormányzás és az együttműködő kormányzati magatartás érdekében. A szerző konkrét példákkal hívja fel a figyelmet a korrupció elleni harc újságírói áldozataira, mint írja: „2001-ben 68 meggyilkolt újságíróból 15-öt a korrupcióval kapcsolatos feltáró tevékenysége miatt öltek meg, ami egy veszélyesen magas szám”¹.

Suphachalasai (2005) szerint a szabad média csökkenti a korrupciót. Szintén ő fogalmazza meg azt a véleményét, hogy a korrupció problémája Olaszországban a francia szintre csökkenhetett volna, ha a médiaipar olyan szintre fejlődött volna, mint Angliában. Számos cikkben a szerzők egy-egy eset kapcsán mutatnak rá a média korrupció visszaszorításában ját-

szott szerepére (David, 2001; Brunetti & Weder, 2003). Olaszországnál maradvá *Giglioli* (1996) a Tangentopoli-ügyben a média szerepét vizsgálva kijelenti, hogy az 1992 februárjában – egy kisebb politikai korrupciós eset felfedezését követően – indult bírói testületi vizsgálat a negyven éve regnáló politikai rezsim összeomlásához vezetett.

Míg a nemzetközi közlések egyértelműen pozitívnak tekintik a nyilvánosság szerepét a korrupció elleni harcban, hazánkban ez csak általában van így. A sajtónak hatalmas szerep jut (na) a korrupciós ügyek leleplezésében, a legtöbb magas beosztású korrumpált/korrumpáló ugyanis jobban fél a nyilvános lebukástól, mint a konkrét büntetéstől (Szárny és teher, 2009).

Ahhoz képest, hogy az ÁSZ az „állam legfőbb pénzügyi ellenőrző szerve és hatásköre általános”, döntési jogkörrel nem rendelkezik. „Fegyvere” a nyilvánosság, jelentései hozzáférhetők, vizsgálati jogköre széles körű, javaslatokat fogalmazhat meg, kezdeményezheti a feltárt bűncselekmények szankcionálást, de érdemi eszközökkel lényegében nem rendelkezik (Somogyvári, 2009). *Papanek* (2003, 2005) arra hívja fel a figyelmet, hogy az elmúlt évek hazai tapasztalatai arra utalnak, hogy az átláthatóság és a nyilvánosság önmagukban nem elegendők. A cikkben javaslatot tesz arra, hogy készüljön nyilvános lista az interneten a korrupciós ügyekbe keveredett politikusokról, e megoldás ugyanis igen hatékonynak, jelentős visszatartó erejűnek bizonyult Argentínában.

Másfelől azonban a korrupció és nyilvánosság témájú hazai közleményekben megtalálható egy olyan motívum, amely nemzetközileg nem jellemző. A magyar szerzők felhívják a figyelmet arra, hogy a korrupció nyilvános taglalása befolyásolja annak társadalmi percepcióját (észlelés, érzékelés), s ezt a hatást negatívnak ítélik. *Petrétei József*² például egy helyütt azt írja: „Ugyanakkor tekintettel kell lenni arra a sajtósságra, hogy a korrupció elleni harc maga is

táplálhatja a korrupciót. A korrupcióval való megalapozatlan foglalkozás túlreagálást okozhat, mert általánosságának mítosza és félelme tovább ronthatja a közintézmények iránti társadalmi bizalmat, és akadályozhatja a korrupció elleni hatékony küzdelmet”. Hasonló gondolatot vet fel *Hankiss Elemér*: „Ha például a média – bár felületesen, de – minden nap foglalkozik a korrupcióval, ha tele van a korrupcióról szóló felületes, nem kellően megalapozott hírekkel, akkor az emberek olyannyira telítődhetnek, hogy úgy érzik, teljesen romlott és korrumpált országban élnek” (Hankiss, 2009). A Gallup Intézet egyenesen a média keltette korrupciós „neurózisról” ír. A média témakijelölő és társadalmi percepciót, megítélést befolyásoló hatásával kapcsolatban a cikk második részében bővebben foglalkozunk.

Bár a médiának a korrupció megelőzésében és szankcionálásban betöltött szerepét általában empirikus módszerekkel nem vizsgálták, magunk is elfogadjuk azt a feltételezést, amely szerint a média egyes korrupciós esetek leleplezésével és széles körű bemutatásával képes büntetni és megelőzni a korrupciót. Különösen igaz ez a politikai korrupcióra, hiszen nemzetközi példák mellett a 2010-es magyar választás is élesen rávilágít arra a tényre, hogy a korrupciós esetek nyilvános taglalása milyen következményekkel járhat egy-egy politikai erő megítélésére és választási szereplésére. A választást elsősorban a korrupciós ügyek nyilvánosságra kerülése miatt elvesztő politikai erő legközelebb kétszer is meggondolja, hogy ilyen ügyekbe keveredjen. A Szocialista Platform elemzésében az MSZP jelenlegi talán legnagyobb problémájának, a hitelesség elvesztésének okait keresi (Baja Ferenc). A Frankfurter Allgemeine Zeitung döntően a korrupcióban (BKV-ügyek, Zuschlag-ügy, belvárosi ingatlanpanama, Kaszinóváros – Sukoró) látja a magyar szocialisták vereségének legfontosabb okait. Ugyanakkor a korrupciós ügyek nyilvános taglalásának ilyen következményei vélhetőleg minden politikai

erő számára tanulsággal szolgálnak, s csökkentik a politikai korrupció megjelenésének valószínűségét.

LEPLEZI VAGY LELEPLEZI A MÉDIA A KORRUPCIÓT?

A korrupció és nyilvánosság témakörben megjelent írások gyakran mutatják be azokat a gazdasági és politikai tényezőket, amelyek a médiát akadályozzák történelmi szerepének betöltésében.

Ugyanakkor, bár a média szerepe vitathatatlan a korrupció megelőzésében, a kérdéskör nem teljesen problémamentes (Utriainen, 1997). Jó esetben a nyilvánosság és az etikus eljárás együtt jár, azonban sokszor konfliktus jelentkezik a média igényei és a tisztességes, objektív bűnügyi vizsgálat között (ártatlanság vélelme, családtagok jogai stb.). A médiában jelentkező verseny ellehetetleníti az alapos elemzéseket: sok esetben csak információtöredéket kapunk, a média sokszor a saját feje után megy, váratlan „mellékhatásokat” okozva. Addig, amíg nincs biztosítva a megfelelő bánásmód a korrupcióval gyanúsítottak felé, a médiának pozitív és negatív hatásai is vannak. A korrupciós vizsgálatokról szóló beszámolók kimondatlanul is hatást gyakorolnak a bíróságok döntéshozatali folyamatára. Peters (2003) viszont éppen azt tartja problematikusnak, hogy a médiának sok országban az információt elzáró szabályozással kell szembenéznie (például a rágalmozási ügyekben a bizonyítási teher az újságíróknak van, a közhivatalnokok megkülönböztetett védelemben részesülnek – például Kelet-Európa, Afrika, Ázsia, Dél-Amerika egyes részei. Gyakran tiltják az igazság nyilvánosságra hozatalát a közhivatalnok hírneve védelmében. A félelem gátolja az oknyomozó újságírást és a korrupció leleplezését).

*Utriainen*től szintén eltérő következtetést von le Suphachalasai (2005), aki a bürokrácia és

a tömegmédiá iparágának kapcsolatát és a korrupcióhoz fűződő viszonyukat vizsgálja. A kutatók által kifejlesztett „a korrupció bürokratikus modellje a tömegmédiával” szerint a „médiaszabadság” és a verseny különböző szintjei meghatározzák a médiavállalatok gyártásra és foglalkoztatásra vonatkozó döntéseit, amely kihatással van a korrupció ellenőrzésére, csakúgy, mint a médiapiaci verseny szintje. A szabad média szintén csökkenti a korrupciót. A médián belüli verseny ugyanakkor a szerzők szerint fontosabbnak tűnik a korrupció visszaszorítása szempontjából, mint a sajtószabadság.

A verseny fontosságát hangsúlyozza Peters is, szerinte a médiamoguloknál nem jelentek meg a korrupció gyakorlatát leleplező riportok. Néhány esetben a privát tulajdonosoknak is jelentős befolyásuk van arra, hogy a korrupciót leleplezik-e: a nagyobb bevétel fontosabb, mint a szabad tudósításhoz vagy az információhoz való jog. (AOL Time Warner és Rupert Murdoch News Corporation – megegyezés a kínai vezetéssel.) *Berlusconi* olasz miniszterelnök tulajdonában van a közmédia: bár elméletileg függetlenek az újságírók, azonban ha túlságosan kritikusak a kormányzattal szemben, elveszíthetik munkájukat. A médiavállalatok pénzügyi teljesítménye a reklámbevételektől függ, ami egyre nagyobb befolyásoló tényezőt jelent a szerkesztőségek munkájában. A korrupció megjelenik a médiaszervezetek struktúráján belül is, és úgy is, ahogyan egy adott témát feldolgoz az újságíró. Sokféle korrupciós gyakorlat alakult ki, a „csekkönyv-újságírástól” kezdve a hírek reklámozóhoz vagy kereskedelmi érdekekhez szabásáig.

Peters (2003) az újságírók szempontjából is megvizsgálja a kérdéskört. Szerinte az újságírók gyakran szembesülnek akadályokkal: cenzúrával, munkát korlátozó szabályokkal, de problémát okoz a hiányos képzés, az alacsony szakmai színvonal, valamint az oknyomozó újságírást alulfinanszírozottsága. Mindemellett az újságíróknak a média saját problémáival is meg

kell küzdeniük (a reklám szerepe, korrupt újságírás, tulajdonosi háttér befolyása). A korrupció feltárása veszélyes feladat. A demokrácia támogatásában munkájukkal központi szerepet játszottak az újságírók, életüket vagy szabadságukat áldozták az elszámoltatható, átlátható kormányzás érdekében. 2001-ben 68 meggyilkolt újságíróból 15-öt a korrupcióval kapcsolatos feltáró tevékenysége miatt öltek meg, írja a szerző.

A nyitott társadalom és a korrupció visszaszorítása érdekében a médiának kell ellenállnia a politikai és privát érdekekből fakadó nyomásnak. A szerkesztői függetlenség fontosságban közvetlenül az újságírói függetlenség mellett áll. Az újságíróknak és a média függetlenségéért küzdő csoportoknak közösen kell fellépniük annak érdekében, hogy a közérdeklődésre számot tartó (beleértve a korrupció felfedését is) hírek megjelenhessenek.

A különböző országokban egyrészt törvényekkel, másrészt saját etikai normákkal szabályozták a média működését. Később nemzetközi szervezetek szintén meghatározták az újságírói etikai normákat. Ezeket a legtöbb korrupciós ügynél alkalmazzák az újságírók, ha azonban nem, sérülhetnek az emberi jogok.

A MÉDIA HATÁSA A SZOCIÁLIS PERCEPCIÓRA

A média része a társadalmi struktúráknak és a körülöttünk lévő értékrendszereknek. A korrupció és a média kapcsolatáról megjelent írásokban sajnálatos módon nem találunk utalást azokra a médiakutatásokra, amelyek a média témakijelölő hatásával foglalkoznak, illetve azzal, hogy a média miképpen képes befolyásolni a korrupcióval kapcsolatos társadalmi percepciót, a korrupció társadalmi megítélését. Márpedig az emberek többsége a korrupcióról, különösen a közvetlenül nem tapasztalható politikai korrupcióról szinte kizárólag a média közvetí-

tésével értesül, a következőkben ezt a hiányt szeretnénk egy rövid összefoglalóval pótolni.

Miközben mindnyájan tapasztaljuk, hogy a média rendkívüli érdeklődést mutat a korrupcióval kapcsolatos hírek iránt, *Kovach, Rosenstiel és Mitchell* (2003) empirikus módszerekkel igazolták ezt a tényt. Tanulmányukból kiderül, hogy a politikai-közéleti után a rendőrségi hírekkel kapcsolatos tudósítások szerepelnek leggyakrabban a médiában. A médiában bemutatott minták jelentősen befolyásolják, miképpen érzékeljük a minket körülvevő világot. A médiafogyasztás, például a televízió nézés hossza és tartalma hat a nézők valóságról alkotott elképzeléseire, várakozásaira, vágyaira, attitűdjeire és viselkedésére (Potter, 1993; Potter és Chang, 1990).

A kutatási eredmények megoszlanak abban a tekintetben, hogy a média által sugallt véleményeket milyen mértékben fogadják el a fogyasztók, hiszen a személyes vélekedést erősen meghatározzák az egyéni tapasztalatok, a neveltetés, a beállítódás, az elköteleződés és a csoport-hovatartozás (Németh, 2006). Abban viszont nagy az egyetértés, hogy a média képes befolyásolni, miről gondolkodjanak, beszélgeszenek, alkossanak véleményt a befogadók. A kommunikáció kutatói régóta ismerik a kapcsolatot a média által taglalt ügyek és a közvélemény által fontosnak tartott témák között (McCombs és Shaw, 1972). Több kísérletben bizonyították, hogy a tv-t meglepően sokan tekintik a valóság hű tükreinek. *Gerbner*, a néhány éve elhunyt világhírű magyar származású médiakutató 1969 óta vizsgálta a televízió hatását a szociális valóság percepciójára. Az általa megalkotott kultivációs elmélet szerint a televízió nézéssel töltött idő hossza befolyásolja, miképpen ítélünk meg egyes társadalmi csoportokat (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli és Shanahan, 2002). *Gerbner* (2001) kimutatta például, hogy a médiában alulreprezentált csoportokról (öregék, kisebbségiek) a sokat tv-zők azt gondolják, hogy kevesebben vannak, mint valójában. *Gerbner* kultivációs elmélete

szerint továbbá azok az emberek, akik naponta legalább négy órát néznek tv-t, egyre inkább hasonlítani kezdenek egymásra, annak ellenére, hogy demográfiai adataik alapján (nem, kor, iskolai végzettség) tekintetében különbözniük kellene. Témánk szempontjából érdekes Gerbner azon kutatási eredménye, amely szerint a televíziót sokat néző emberek ellenségesebbnek, veszélyesebbnek látják a környezetüket, mint amilyen az valójában, és mint azok, akik kevesebbet néznek tv-t. Arra a kérdésre, mekkora a valószínűsége annak, hogy a közeli parkban támadás éri őket éjszaka, az átlagember tízszeres, a tv-t kultiváló százszoros valószínűséget jelöl meg a valódi gyakorisághoz képest. Meglepő továbbá, hogy a sokat tévézők között egyfajta világnézeti homogenizálódás is megfigyelhető. Az említett populáció hajlamos lesz mind a szélsőjobb (idegenellenesség például), mind a szélsőbal eszmékkel (az állami gondoskodás követelése) egyetérteni. A kultivációs hipotézis támogatói szerint számos attitűdöt befolyásol a tévénézés ideje, ilyen például a hagyományos szexualitás (Morgan, 1987), a szülői és házastársi kapcsolatok megítélése (Segrin és Nabi, 2002; Signorielli és Morgan, 2001), valamint például a környezetbarát viselkedésre vonatkozó hozzáállás (Shanahan, Morgan, és Stenbjerre, 1997).

Számos vizsgálat nem a televíziónézés hosszát, hanem a tv-nézési szokásokat vizsgálta. A kutatók abból indultak ki, hogy a személy műsorválasztásai, egyes műsortípusok nézésének gyakorisága összefügg az egyén lelki állapotával, személyiségével, attitűdjével. *Chory-Assad* (2005) kimutatta, hogy a magányos emberek inkább ragaszkodnak kedvenc műsorukhoz, mint a családban élők. *Shim* (2007) vizsgálatai szerint az extrovertáltak reality műsorokat, a neurotikusok a szappanoperákat és a talkshow-kat, a kismértékű pszichoticitás a hír, a nagyobb mértékű a krimik iránt teszi fogékonnyá a nézőket. A kutatásokból kiderül, hogy nem csupán a tv-nézéssel töltött idő hossza, de egyes

műsortípusok nézésének gyakorisága is jelentősen befolyásolja a befogadók valóságáról alkotott elképzeléseit és beállítódásait. Eredményeik támogatják a kultivációs hipotézis továbbfejlesztését szorgalmazó kutatók törekvéseit. Ilyen többek között *Shrum* (1995, 2001) módosított kultivációs hipotézise, amely mind a tv-nézés hosszát, mind az egyes tartalmak nézésének gyakoriságát figyelembe veszi.

Kutatási eredmények közzlése nélkül, de a média társas percepciót befolyásoló hatásaira hívja fel a figyelmet Petrét: az ilyen közvélekedés kialakulása mintegy önbeteljesítő jóslattá válik, mert az emberek elvesztik a reményt, hogy a korrupció megfékezhető, következésképpen kevésbé lesznek hajlandók és képesek arra, hogy küzdjenek a korrupció felszámolásáért. A szerző fontos szempontot vezet be a diskurzusba, amikor felhívja a figyelmet arra, mennyire fontos, hogy megkülönböztessék a korrupció tényeit és a korrupcióról mondott véleményeket. A korrupció tényei is többfélék, részben bizonyítottak, dokumentáltak, más részük azonban nem bizonyított, hanem csak tényállások tárgya. A vélemények is nagyon erősen különböznek aszerint, hogy a politika, a gazdaság szereplői részéről vagy a közemberek részéről fogalmazódnak meg, továbbá hogy tapasztalati tények szolgálnak-e alapul hozzájuk, vagy csak általános vélekedés fogalmazódik meg bennük.

A Gallup Intézet már idézett tanulmányai szerint a korrupció elleni harc is táplálhatja a korrupciót. Ha például a média – bár felszínesen de – mindennaposan foglalkozik a korrupcióval, ha az utca tele van a korrupcióról szóló híresztelésekkel, akkor az emberek olyannyira telítődhetnek ezekkel a hírekkel, hogy úgy érzik: egy velejéig romlott korrump országban élnek. Ha egy országban elburjánzik a korrupció, akkor az emberek jelentős hányada előbb-utóbb eltompul, közönyössé vagy – belekeveredve a korrupciós gyakorlatba – cinkossá válik.

Egyet kell értenünk azzal, hogy a média erősen befolyásolja a korrupcióról alkotott közvéleke-

dést, és a korrupcióról szóló híradások alapján kialakulhat egy negatív kép az emberekből. Mégis inkább Petrétei Józseffel értünk egyet, miszerint különbséget kell tennünk az egyes híradások között. Azok a híradások, amelyek konkrét eseteket, tényeket mutatnak be, valódi visszatartó erőként hathatnak. Az általános „vészharangkongatás” azonban ilyen hatással nem bír, viszont erősen ronthatja az ország korrupcióval fertőzöttségének külső és belső megítélését.

HIPOTÉZIS

Hipotézisünk szerint a médiában megjelenő, korrupcióval kapcsolatos tudósítások csökkentik a politikai korrupció mértékét, de növelik annak társadalmi percepcióját. Vagyis, amennyiben azt kérdezzük a lakosságtól, szakértőktől, miképpen ítélik meg a hazai politikai korrupció mértékét, úgy az éppen aktuális híradások száma és hangvétele alapján fognak nyilatkozni.

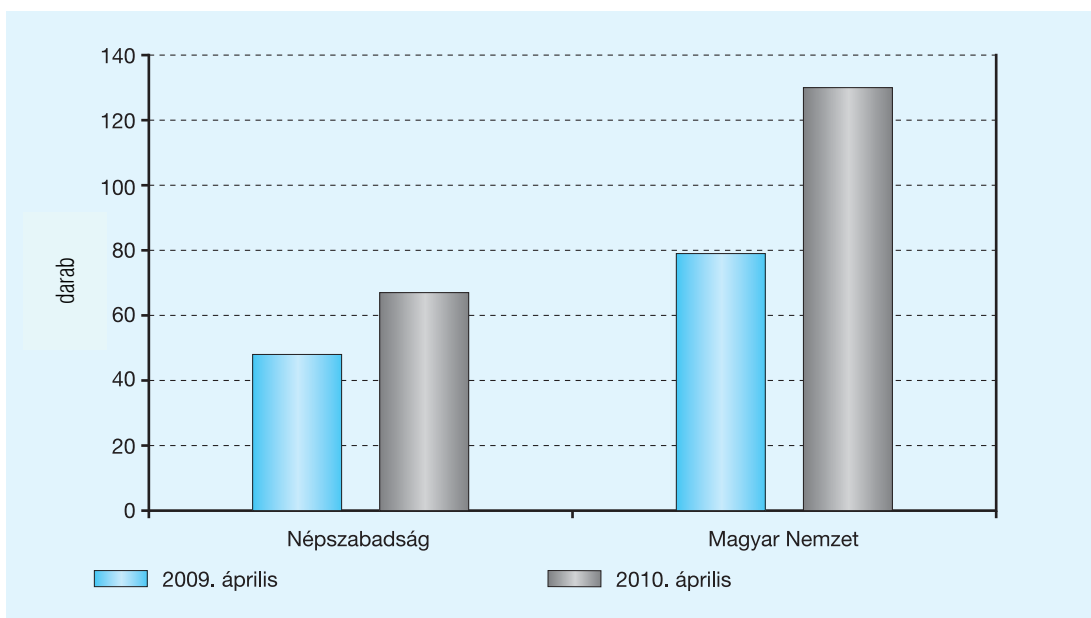
Egy rövid empirikus kutatással szeretnénk rámutatni arra, hogy a korrupció és annak társadalmi percepciója időben eltér egymástól, a korrupciós ügyek lelepleződése csökkenti azok számát, de növeli a Transparency International (TI) által mért korrupcióérzékelési indexet (Corruption Perception Index – CPI)

MÓDSZEREK

A két vezető politikai napilap (*Magyar Nemzet* és *Népszabadság*) 2009. és 2010. áprilisi számait tekintetük át. Az Observer Média Figyelő segítségével a következő kifejezések megjelenésének gyakoriságát vizsgáltuk: korrupció, megvesztegetés, kenőpénz, végkielégítés. A kapott adatokat összehasonlítottuk a fél évvel később megjelenő TI korrupcióérzékelési indexével, illetve az ez alapján készített korrupciórangsorral. (A fél éves csúszás az adatfelvétel és a publikáció közötti időkülönbség miatt szükséges.) (Lásd 1. ábra)

1. ábra

A KORRUPCIÓS TÉMÁK MEGJELENÉSE KÉT NAPILAPBAN



Megjegyzés: A korrupció, megvesztegetés, kenőpénz, végkielégítés szavak említése: 2009. április Népszabadság 47, Magyar Nemzet 64 darab, 2010. április Népszabadság 79, Magyar Nemzet 130 darab

EREDMÉNYEK

A korrupció érzékelésének alakulása

A következőkben a cég sajtóközleményei alapján ismertetjük a TI 2009. és 2010. évi CPI-jelentését.

A *korrupcióérzékelési index 2009³* című sajtóközlemény szerint Magyarország maradt a korrupciós lista középmezőnyében. Magyarországot az előző évvel azonos mértékben érzékelték korruptnak a megkérdezett elemzők és üzletemberek, a pontszámunk megmaradt: 5,1. A helyezést tekintve a 47. helyről a 46. helyre léptünk előre.

Magyarország a régiós átlag alá került – Mélyponton a korrupciós index. Strukturális kormányzati intézkedésekre van szükség címmel jelent meg 2010-ről a sajtóközlemény, amelyben a Transparency International nyilvánosságra hozta a korrupcióérzékelési index 2010-es eredményeit. Magyarország a régiós átlag alá

került,⁴ országunkban a korrupció megítélése rosszabb a régiós átlagnál; hazánk 4 helyet esett vissza a rangsorban, a nemzetközi korrupcióellenes szervezet globális felmérése alapján 4,7 ponttal az 50. helyre csúszott. (Lásd 2. ábra)

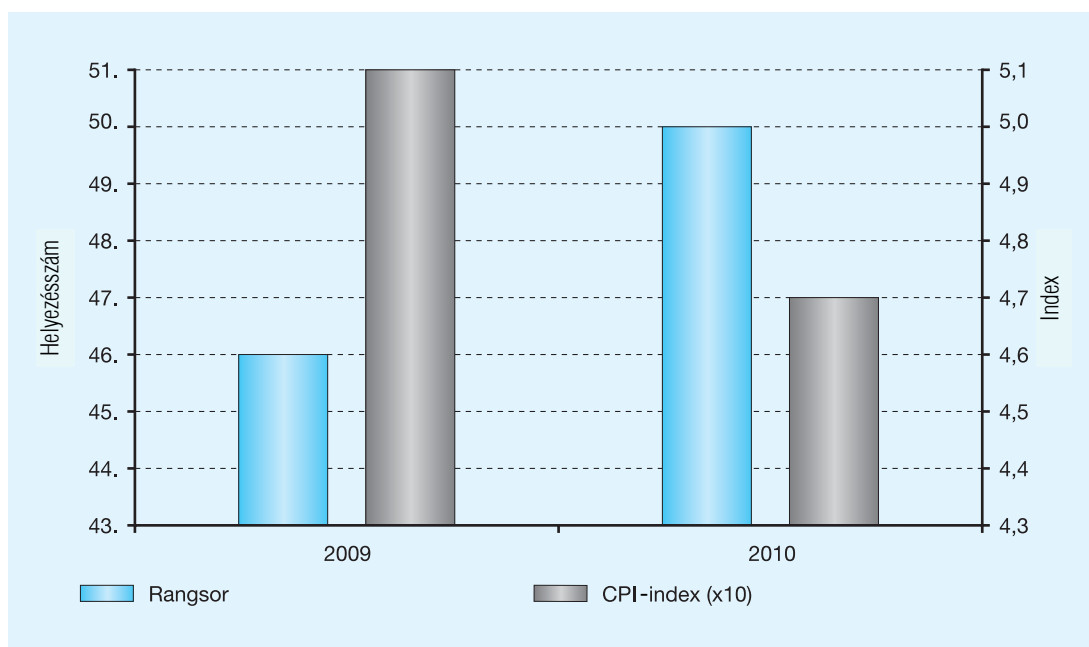
KÖVETKEZTETÉSEK

Rövid vizsgálatunk alátámasztja hipotézisünket, amely szerint a média, miközben társadalmi feladatának eleget téve feltárja és bemutatja a korrupciós eseteket, ezzel csökkenti azok megjelenésének valószínűségét, ezzel párhuzamosan növekszik a lakosság által érzékelt korrupció mértéke.

Alexa Noémi, a Transparency International Magyarország ügyvezető igazgatója a fentiekkel összhangban indokolta a visszaesést. „Az elmúlt időszak korrupciós botrányai és az elszámoltatások nyilvánossága miatt is érzékel-

2. ábra

MAGYARORSZÁG A KORRUPCIÓS LISTÁN



Megjegyzés: A korrupciós rangsorban 2009 és 2010 között hazánk 4 helyet rontott, a CPI-index 0,4 ponttal romlott.

hetőbbé vált a korrupció mértéke, és ez által a mutató is romlott.”⁵ Sajnos azonban a sajtóközlemény címe – *Magyarország a régiós átlag alá került – Mélyponton a korrupciós index. Strukturális kormányzati intézkedésekre van szükség* – éppen az ellenkezőjét sugallja, és ezt a szuggesziót vették át a hazai lapok is. „Egyre több pénz vesztegetésre”, írja a Metropol a címlapján, illetve a 6–7. oldalon. „Korrupció: tovább romlott a helyzet”, illetve „Korruptabbak lettünk” írja az Index, hogy csak a két talán legnagyobb olvasottságú médiumot említsük.

Mindez azt jelenti, hogy miközben Magyarország sikeresen küzd a korrupció ellen (a korábbi évek korrupciós ügyeinek leleplezése, szankcionálása), hazánk korrupcióval fertőzöttségének hazai és nemzetközi megítélése jelentősen romlik.

A helyzet kezelése érdekében fontos a korrekt tájékoztatás, amely nem keveri össze a korrupció érzékelésének romlását a korrupció mértékének romlásával. A korrupció kutatásával foglalkozóknak a feladata e különbség hangsúlyozása.

JEGYZETEK

¹ Peters, Bettina (2003) The media’s role: covering or covering up corruption? In: Global Corruption Report, p. 48

² Petrétai József (2007): A korrupció jellemzői és az ellene való küzdelem lehetőségei. Romániai Magyar Jogtudományi Közlöny, 29. oldal

³ A TI sajtóközleménye a 2009-es CPI-indexről (dátum nélkül)

⁴ A TI sajtóközleménye, Budapest, 2010. október 26.

⁵ A TI sajtóközleménye, Budapest, 2010. október 26.

IRODALOM

BRUNETTI, A. – WEDER, B. (2003): A free press is bad news for corruption. *Journal of Public Economics*. 7–8. pp. 1801–1824

CHORY-ASSAD, R. M (2005): Hopelessness and loneliness as predictors of older adults’ involvement with favorite television performers. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. June, pp. 18

GERBNER, G. – GROSS L. – MORGAN, M. (et al.) (1986): Living with television: the dynamics of the cultivation process. In: Bryen, J. – Zillmann, D. (ed.): Perspectives on media effects. Erlbaum: Hillsdale, NJ. pp. 17–40

GERBNER, G. – GROSS, L. – MORGAN, M. (et al.) (2002): Growing up with television: Cultivation processes. In: Bryant, J. – Zillman, D. (ed.): Media effects: Advances in theory and research. Erlbaum: Mahwah, NJ. pp. 43–68

GERBNER, G. (1969): Towards “cultural indicators”: The analysis of mass mediated message systems. *AV Communication Review*. 17. pp. 137–148

GERBNER, G. (2001): A kultivációs elmélet. In: Griffin, Em (szerk.) Bevezetés a kommunikáció elméletbe. Harmat Kiadó. Budapest

GIGLIOLI, P. P. (1996): Political Corruption and the Media: The Tangentopoli Affair. *International Social Science Journal*. 48. pp. 381–394

HANKISS E. (2009. január 05.): „Magyarország megálázott ország”. Interjú, (riporter) Kósa András. Online: www.hirszerzo.hu

MCCOMBS, M. – SHAW, D. (1972): The Agenda setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*. 2. pp. 176–187

MORGAN, M. (1987): Television, sex-role attitudes, and sex-role behaviour. *Journal of Early Adolescence*. 7. pp. 269–282

NÉMETH, E. (2006): *Közszereplés. A társadalmi szintű kommunikáció kézikönyve*. Osiris Kvk.: Budapest

- NÉMETH E. – MARTOS T. – LÁSZLÓ K. (et al.) (2008): A televízió, mint a fogyasztói társadalom értékrendjének közvetítője. In: Kopp Mária (szerk.): Esélyerősítés és életminőség a mai magyar társadalomban. Semmelweis K.: Budapest
- PAPANEK G. (2003): Nemzetközi tranzakciók monitoringjának problémái. In: Kopcsik K. (szerk.): Nemzetközi konferencia a tisztább közéletért. ENSZ–MEH: Budapest
- PAPANEK G. (2005): A korrupció Magyarországon. *Polgári Szemle*. 8. pp. 3–12
- PETERS, B. (2003): The media's role: covering or covering up corruption? *Global Corruption Report*. 27. Nov. pp. 44–53
- PETRÉTEI J. (2007): A korrupció jellemzői és az ellen való küzdelem lehetőségei. *Romániai Magyar Jogtudományi Közlöny*. 1. pp. 25–35
- POTTER, W. J. – CHANG, I. K. (1990): Television exposure measures and the cultivation hypothesis. *Journal of Applied Communication Research*. 27. pp. 258–284
- POTTER, W. J. (1993): Cultivation theory and research: A conceptual critique. *Human Communication Research*. 19. pp. 564–601
- SEGRIN, C. – NABI, R. L. (2002): Does television viewing cultivate unrealistic expectations about marriage? *Journal of Communication*. 52. pp. 247–263
- SHANAHAN, J. – MORGAN, M. – STENBJERRE, M. (1997): Green or brown? Television and the cultivation of environmental concern. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 41. pp. 305–323
- SHIM J. W. – BRYAN, P. (2007): Effects of personality types on the use of television genre. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 11 Sept. pp. 27
- SHRUM, L. J. (1995): Assessing the social influence of television: A social cognition perspective on cultivation effects. *Communication Research*. 22. pp. 402–429
- SHRUM, L. J. (2001): Processing strategy moderates the cultivation effect. *Human Communication Research*. 27. pp. 94–120
- SIGNORIELLI, N. – MORGAN, M. (2001): Television and the family: The cultivation perspective. In: Bryant, J. – J. A. Bryant (ed.): *Television and the American family*. Erlbaum: Mahwah, NJ. pp. 333–351
- SÓLYOM L. – CSERMELY P. – FODOR I. (et al.) (2009): *Szárny és teher: Ajánlás a nevelés oktatás rendszerének újjáépítésére és a korrupció megfékezésére*. Bölcsék Tanácsa Alapítvány: Budapest
- SOMOGYVÁRI I. (2009): A korrupciós kockázatokról és veszélyhelyzetekről az Állami Számvevőszék nézőpontjából. *Új Magyar közigazgatás*. 2. pp. 17–22
- STROMBERG, D. (2001): Mass media and public policy. *LICOS Discussion Papers*. 4–6. pp. 652–663
- SUPHACHALASAI, S. (2005): „Bureaucratic Corruption and Mass Media,” Environmental Economy and Policy Research Working Papers 05.2005, University of Cambridge, Department of Land Economics
- SUSÁNSZKY É. – SZÉKELY A. – SZABÓ G. (2007): A Hungarostudy Egészség Panel (HEP) felmérés módszertani leírása = Methodological description of the Hungarian Epidemiological Panel (HEP) Survey. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*. 4. pp. 259–276
- UTRIAINEN, T. (1997): *The Role of the Media in Preventing Corruption*. 8th International Anti-Corruption Conference. Conference Proceedings
- WINTERMANTEL I. (2003): Gallup-kutatások a korrupcióról. In: Kopcsik K. (szerk.): Nemzetközi konferencia a tisztább közéletért. ENSZ–MEH: Budapest
- Magyar Gallup Intézet (2000): Korrupció Magyarországon: Percepció magatartás stratégia. Online: www.gallup.hu