

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 NYILVÁNOSÁG, 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 „házörző 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”<sup>1</sup>.

*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*<sup>2</sup> 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 korrump 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 információtüredéket 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 televízió nézés 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 közlése 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.

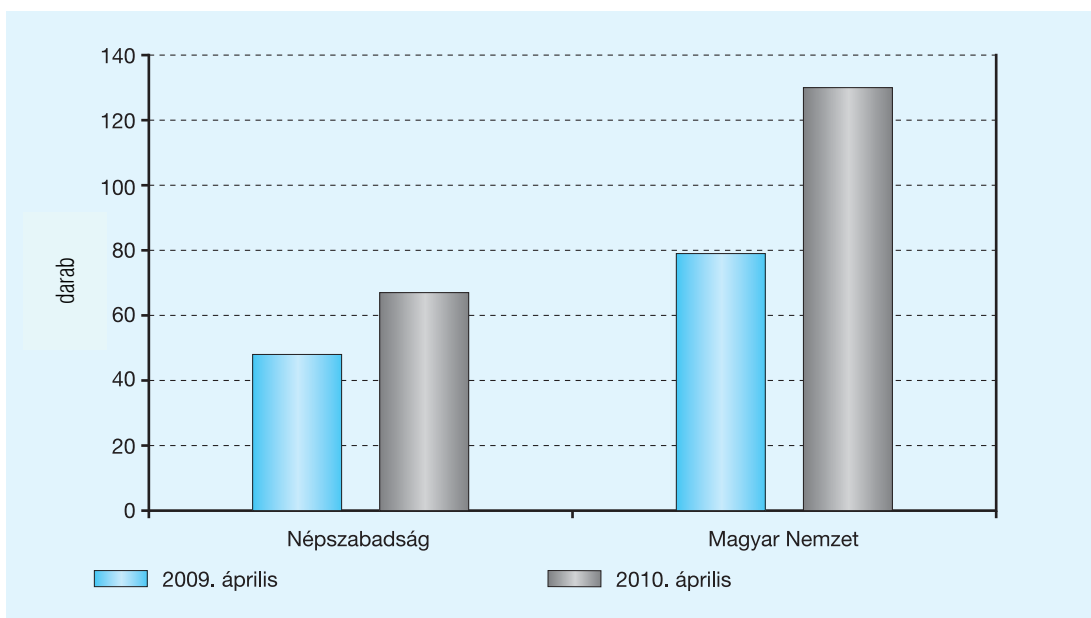
Egy rövid empirikus kutatással szeretnénk rámutatni arra, hogy a korrupció és annak társadalmi percepciója időben eltér egymástól, a korrupciós ügyek lelepleződése csökkenti azok számát, de növeli a Transparency International (TI) által mért korrupcióérzékelési indexet (Corruption Perception Index – 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 2009<sup>3</sup>* 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,<sup>4</sup> 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)

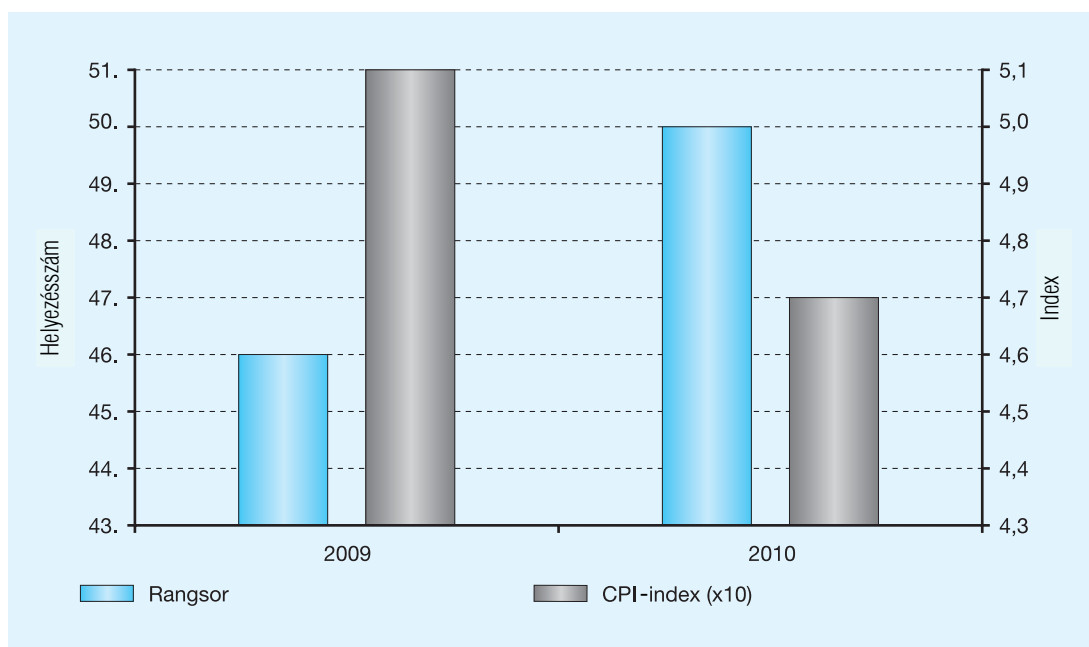
## KÖVETKEZTETÉSEK

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.”<sup>5</sup> 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

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

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

<sup>3</sup> A TI sajtóközleménye a 2009-es CPI-indexről ( dátum nélkül)

<sup>4</sup> A TI sajtóközleménye, Budapest, 2010. október 26.

<sup>5</sup> 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](http://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): *Közzereplés. 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](http://www.gallup.hu)