



KÖZIGAZGATÁSI ÉS IGAZSÁGÜGYI
MINISZTERIUM

**Kérdések és dilemmák
az antikorrupciós tájékoztatási kampány
tervezése során**

Budapest, 2013. március 19.

dr. Klotz Péter antikorrupciós szakértő
Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium
Közigazgatási Államtitkári Titkárság



Jogi keretek

1104/2012. (IV. 6.) korm. határozat:

„17. Egységes elveken alapuló, de célcsoportonként differenciált tájékoztató kampányokat kell indítani a **társadalom tagjai** korrupciós jelenségekkel, és az azokkal szemben alkalmazható magatartásformákkal és ellenlépésekkel kapcsolatos **ismereteinek és tudatosságának növelése érdekében.**”

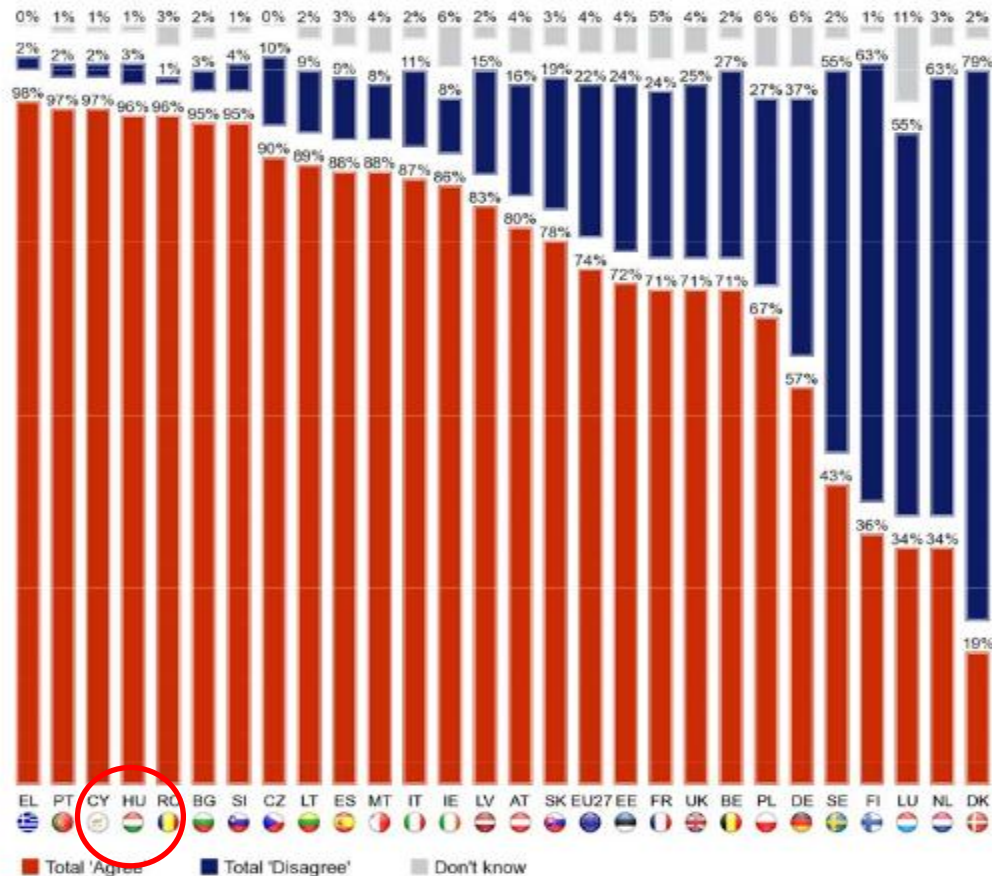
„19. A külföldi tisztviselők megvesztegetése elleni egyezmény gyakorlati végrehajtása érdekében tájékoztatási programot kell indítani **a magyar vállalkozások számára, a nemzetközi kapcsolatban elkövetett vesztegetéssel összefüggésben.**”



Társadalmi környezet I.

QC1.1. For each of the following statements, could you please tell me whether you totally agree, tend to agree, tend to disagree or totally disagree with it.

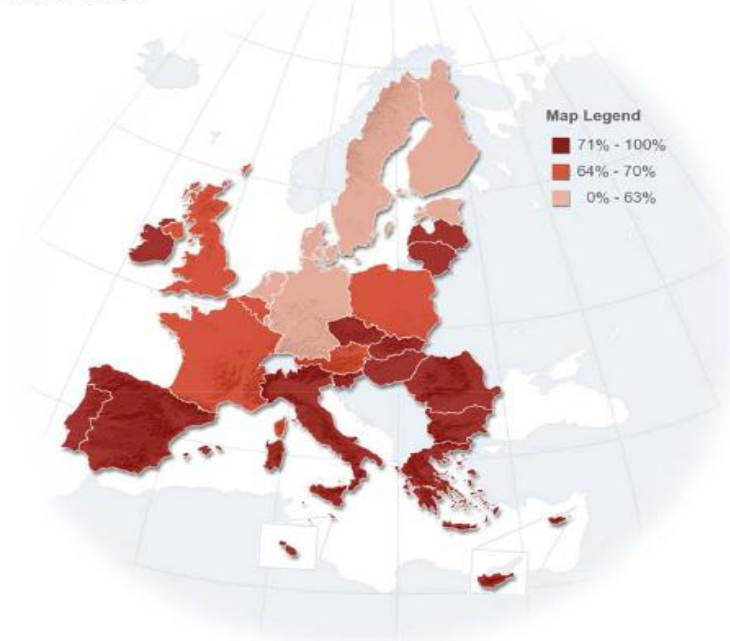
Corruption is a major problem in (OUR COUNTRY)



Question: QC1.6. For each of the following statements, could you please tell me whether you totally agree, tend to agree, tend to disagree or totally disagree with it.

Option: Corruption is part of the business culture in (OUR COUNTRY)

Answers: Total 'Agree'





Társadalmi környezet II.

TÁRKI-felmérés (2009)

- a magyar társadalom bizalomhiányos;
- nagyon kevésbé fogadja el az egyenlőtlenségeket;
- felemás viszonyban van a korrump magatartás megítélését illetően; és
- alulértékeli az állami szolgáltatások adóárát, ezáltal magasabb elvárásokat fogalmaz meg az állammal szemben, mint amilyeneket az teljesíteni tudna.

Mit tenne Ön és Ön szerint a többség, ha találnának egy pénztárcát az utcán? (%)

Mit tenne a kérdezett?	A kérdezett szerint mit tenne a többség?		
	Elténné	Nem tenné el	Összesen
Elténné	15	0	15
Nem tenné el	65	20	85
Összesen	80	20	100



Kihívások

1. Komplexitás

- Összetett kommunikációs kampány (célcsoportok, csatornák)
- Több szereplő koordinációja (KIM, közigazgatási szervek)
- Projekt keretek (arculat, felhasználás)

2. Fogalomhasználat

- Korrupció – negatív jelentésárnyalat
- Korrupció elleni harc – korrupciómegelőzés – antikorrupció
- Integritás jelentése

3. Eredményesség mérése

- Bűncselekmények száma – felderítések száma – attitűdváltás
- Társadalmi vita



Dilemmák I.

1. A kommunikáció célja

- A korrupció jelenségének felismerését vagy
- Aktív, cselekvő magatartást, vagy
- A program elemeinek ismeretét, vagy
- Szemléletváltást?

2. A kommunikáció célcsoportja

- A társadalom egésze vagy
- Egyes társadalmi csoportok (ügyfelek, fiatalok, közszolgálatban dolgozók)?

3. Az üzenet tartalma

- Konkrét információ vagy
- Cselekvésre ösztönzés vagy
- Pozitív példa megmutatása?





Dilemmák II.

4. Kommunikációs csatornák

- Televízió, rádió, vagy
- Írott sajtó, vagy
- Internet, vagy
- Közigazgatási szervek helyiségei?

5. A kampány hangvétele

- Tárgyilagos, vagy
- Figyelemfelhívó, vagy
- Pozitív?





Köszönöm a figyelmet!

E-mail: peter.klotz@kim.gov.hu