

Gyakorlat:

#FraudOff!

Ország:

Lettország

A gyakorlat kategóriája:

- Csalásellenes kultúra



Kapcsolat:

- A Lett Köztársaság Pénzügyminisztériuma
- <https://atkrapias.lv/en/>
- info@fm.gov.lv

Elhárított csalási kockázat(ok)

Ez a gyakorlat nem egy konkrét csalási kockázatra irányul, hanem inkább a csalásra irányuló országos figyelemfelkeltést célzó kezdeményezés.

Háttér és célkitűzés(ek)

A #FraudOff! (leszámolás a csalással) egy 2017-ben létrehozott csalásellenes mozgalom, amely közösségi tájékoztatási kampány segítségével hívja fel a figyelmet a csalásra. A kampány a megelőző intézkedésekre, többek között az árnyékgazdaság és a csalás közvéleményben való tudatosítására, valamint ezek egyéni szinten jelentkező és az egész ország prosperitására kiható negatív következményeire helyezi a hangsúlyt. A mozgalom hosszú távú célja, hogy a lett társadalom zéró toleranciát alkalmazzon a csalással szemben.

A kampány a közintézmények, az üzletemberek, a szociális partnerek és a társadalom minden tagja által a csalás elleni küzdelem érdekében tett közös erőfeszítéseken alapul. Valamennyi lett állampolgárt, vállalkozást és szervezetet felhívunk a csalásellenes mozgalomban való részvételre. A #FraudOff! kampány legfontosabb eszköze az, hogy a logóját a köz- és a magánjogi intézmények használják. A mozgalom támogatóit arra kéri, hogy a mindennapi kommunikáció során használják a kampány logóját.

A kampány az Európai Bizottság és az OLAF „csalás elleni küzdelem európai napjának” létrehozását felvető kezdeményezése nyomán jött létre, amely a lett pénzügyminisztériumot szélesebb körű, országos kommunikációs kampány indítására ösztönözte. A csalás felderítése és vizsgálata gyakran hosszadalmas és költséges folyamat, míg a megelőzésnek, a kommunikációnak és a figyelemfelkeltésnek nagyobb és hosszabb távú hatásai lehetnek, ugyanakkor kevésbé költségesek.

A gyakorlat ismertetése

A #FraudOff! az első ilyen jellegű kezdeményezés Lettországban. A kampány célja az volt, hogy közösségi média és más kommunikációs csatornák igénybevételével sok embert megszólítson. Az első évben a hangsúly a hamisított árukra került, ugyanis ezt a témát a társadalom tagjainak többsége érti, és az emberek könnyen odafigyelnek rá. 2018-ban a mozgalom kifejezetten a 16–24 éves korosztályt célozta meg, tájékoztatta őket a csalási kockázatokról, valamint arról, hogy mit mérlegeljenek munkaviszony létesítésekor. 2019-ben a kampány elsősorban a csalás bejelentésére összpontosított, ugyanis Lettországban ebben az évben fogadták el a visszaélések bejelentéséről szóló törvényt.

A Pénzügyminisztérium a kampány kezdetén egy arra vonatkozó felmérést készített, hogy az emberek hogyan ítélik meg a csalást. Az eredményekből az derült ki, hogy az emberek az országon belüli tisztességtelenség szintjét magasnak értékelték, míg a csalárd tevékenységek tekintetében gyakran elfogadták, hogy az megszokott jelenség. Ez egy elvi érv volt arra, hogy olyan kampányba investáljanak, amelynek célja, hogy az emberek hozzáállása úgy változzon meg, hogy aktívan elutasítsák a csalárd magatartást.

A minisztérium – a pénzügyminiszter támogatásával és 10 000 EUR összegű finanszírozással – egy PR-vállalatot szerződtetett a kampány kidolgozására, és a következő intézkedéseket hozta:

A „leszámolás a csalással” kifejezés meghatározása

Az #Atrāpies! (leszámolás a csalással) egy neologizmus, amely a „ne-” igekötő „at-” igekötővel való felváltásával jött létre; ez utóbbi igekötő azt jelzi, hogy a cselekvés vissza- vagy félreirányul. A felkiáltójel azt jelzi, hogy az ige felszólító alakú. Az „Atrāpies!” neologizmus felhívás a csalással szembeni ellenállásra és a csalás megakadályozására, és ezt a kifejezést választották a kampány elnevezésére.

Stratégia meghatározása

A #FraudOff! kampánnyal megbízott munkacsoport a Miniszteri Kabinettel szoros együttműködésben és a PR-vállalattal együtt kommunikációs stratégiát és négyéves tervet dolgozott ki.

Az elsődleges cél az volt, hogy egyszerű üzeneteket és az emberek számára életközeli példákat közvetítsenek, és lekössék a figyelmüket. A kampány a csalás definícióinak okítása helyett azt hangsúlyozta, hogy a csalás hatással van az egyénekre és az ország egészére.

Hálózat létrehozása

A minisztérium meglévő hálózatának igénybevételével a kampány rövid időn belül több mint 20 közintézményt és partnert meg tudott győzni arról, hogy csatlakozzanak a csalás elleni kampányhoz.

A kezdeményezés legfontosabb partnerei minisztériumok és állami hatóságok, például a következők:

- a Pénzügyminisztérium;
- a Belügyminisztérium;
- a Gazdasági Minisztérium;
- az Állami Adóhivatal;
- az Államrendőrség;
- a korrupció megelőzésével és a korrupció elleni küzdelemmel foglalkozó hivatal;
- a Versenytanács;
- a közbeszerzések nyomon követésével foglalkozó hivatal stb.; valamint
- a Transparency International lettországi kirendeltsége.

2018-ban a #FraudOff! kezdeményezést a lett bűnüldöző hatóságok is támogatták.

Sajtókonferencia

Annak érdekében, hogy a kampányt megkülönböztessék korábbi kormányzati projektektől, a #FraudOff! kampánnyal megbízott munkacsoport tartózkodott attól, hogy a kampányindító sajtókonferencia megrendezése előtt bármilyen információt közzétegyen a kezdeményezésről sajtóközlemény vagy cikk formájában. A sajtókonferencia a meglepetéstényező miatt sok figyelmet kapott, a szlogen provokatív használata pedig garantálta a széles körű médiavisszhangot.

Honlap

A #FraudOff! kampányhoz külön honlap készült, amely a kezdeményezés céljairól, valamint a lettországi csalás és korrupció mértékéről tartalmaz információkat. Ezenkívül gyakorlati tanácsokkal szolgál a mindennapi élet csalásra érzékeny területeiről, például a következők tekintetében:

- mi a tudnivaló, ha munkaszerződést létesítünk egy potenciális munkáltatóval;
- hogyan ellenőrizzük, hogy a munkáltatónk fizeti-e az adót;
- milyen munkahelyi biztonsági előírásokat kell figyelembe vennünk;

- hogyan ismerhetők fel a hamis márkajelzéssel ellátott termékek;
- hogyan ismerhető fel a hamis pénz;
- mit kell tudni az élelmiszerek címkézéséről.

A kampány ezenfelül elmagyarázza, hogy hogyan kell bejelenteni a csalást a megfelelő büntetőhatóságoknak, ha valaki csalárd tevékenységgel kapcsolatos konkrét esetet gyanít vagy ilyen esetről van tudomása. A csalást a #FraudOff! kampány honlapján is be lehet jelenteni.

Közösségi média és kommunikációs kampány

A figyelemfelkeltés és a lehető legtöbb ember elérése érdekében a #FraudOff! kampánnyal megbízott munkacsoport influenszereket szólított meg, akik beleegyeztek abba, hogy oly módon támogassák a kampányt, hogy közösségi média-fiókjukban, valamint a termékeket és a szlogent bemutató videókban beszélnek róla.

A letterszági „Divat hetében” különböző honi hírességeket kértek arra, hogy viseljenek hamisított termékeket és azokra a #FraudOff! logót tartalmazó matricák segítségével hívják fel a figyelmet a termékhamisítással kapcsolatos tájékozottság növelése érdekében.

Az állampolgárokat továbbá az #Atrāpies! és a #FraudOff!, valamint a #viltotaiszaķis (fordítása: #hamis elegancia) címkek használatára ösztönözték.

Más kommunikációs formák: „szuperhősöket” ábrázoló posztok, valamint szkennelés után a kampányvideóval összekapcsolt QR-kódok. A videót az Államrendőrség készítette azzal a céllal, hogy jobban felhívja a figyelmet arra a témára, hogy a rendőrség hogyan találja meg a hamisított árukat. A link ezenkívül egy online versenyre irányította át az embereket, ahol helyesen azonosítaniuk kellett hamis termékeket, és díjként a kampányból kaptak termékeket.

Magánvállalatok bevonása

A csalásellenes mozgalomba olyan magánszervezetek is bekapcsolódtak, amelyek zéró toleranciát tanúsítanak a csalással és a hamisított árukkal szemben. A mozgalom honlapjáról a kampánnyal kapcsolatos posztok, honlapokra és közösségi hálózatokra szánt vizuális anyagok tölthetők le, valamint speciális matrica kérhető, amely vállalatoknál, intézményeknél vagy üzleteknél az ajtóra helyezhető. A szervezők hangsúlyozzák, hogy a mozgalom logója nem minőségre utaló jelölés szerepét tölti be, hanem inkább azt fogja demonstrálni, hogy egy adott szervezet vagy egyén zéró toleranciát tanúsít a csalárd tevékenységekkel szemben. A kereskedők számára annak bizonyítására is lehetőséget teremt, hogy eredeti termékeket, nem pedig hamisított termékeket értékesítenek.

Részvétel nyilvános eseményeken

A #FraudOff! kampány jelen volt különböző nyilvános eseményeken (például a LAMPA elnevezésű demokrácia-fesztivál vagy az ifjúsági konferencia) információs pultjain azzal a céllal, hogy tájékoztassa az embereket a problémákról.

Részvétel oktatási kezdeményezésekben

A #FraudOff! kampány iskolákba és egyetemekre is eljutott, megjelent például egy iskolai kezdeményezésben, ahol a tanulók saját termékeket készítettek és adtak el, emellett a #FraudOff! kampánnyal megbízott munkacsoporttól is kaptak tájékoztatást a hamisított termékekről és általában a csalásról.

Egyedi jellemzők

- Közösségi média és influenszerek igénybevétele.
- Különböző állami és magánintézmények bevonása.
- Poszterek, matricák, kapucnis pulóverek stb. használatával folytatott kommunikációs kampány.

Kimenetek és eredmények

A #FraudOff! mozgalmat Lettországból és külföldön is sikerként könyvelték el. A mozgalom 2018-ban az IPRA Golden World Awards keretében a legjobb koncepcióért és kommunikációs kampányért kapott kitüntetést.

A #FraudOff! kampány sikeresen egyesítette a hatóságokat, a vállalkozókat, a szociális partnereket és a szélesebb társadalmat a csalás megértése és az ellene folytatott küzdelem során. Ezenkívül felhívta a közvélemény figyelmét az árnyékgazdaságra és a csalásra, valamint az árnyékgazdaság és a csalás egyénekre és általában véve a társadalomra kiható negatív következményeire.

Fő sikertényezők

- A pénzügyminisztertől kapott támogatás.
- A hálózat igénybevétele különböző közintézmények támogatásának megszerzéséhez.
- A kezdeményezés elindításához használt „meglepetés” sajtókonferencia.
- Influenszerek és hírességek által biztosított támogatás.

Felmerült kihívások és levont tanulságok

A kezdeményezés eleinte ellenállásba ütközött egyesek részéről, akik azt állították, hogy pénzkidobás. Összességében azonban nagyon pozitív volt a fogadtatása.

A sikeres indítást és az igen pozitív visszajelzéseket követően nehéznek bizonyult az emberek figyelmének fenntartása. Lendületének megőrzése érdekében a #FraudOff! kezdeményezés minden évben más kiemelt témát választott; előfordulhat, hogy a jövőben ritkábban kap nyilvánosságot, és inkább oktatási kezdeményezésekre helyezi a hangsúlyt.

Az egyik levont tanulság az, hogy egy sikeres kampány nem igényel jelentős költségvetést. Kulcsfontosságú tényező az üzenetek terjesztéséhez használt kommunikációs csatornák és hálózatok megválasztása, amelyek közül sok ingyenes vagy nagyon költséghatékony.

Az átadhatóság lehetősége

Hasonló kommunikációs kampány nagyon hatásos lehet, ha egy ország különböző hálózatok és a közösségi média igénybevételevel hasonló lefedettséget tud biztosítani.

Minden országnak először a kezelendő kérdések körét kell felmérnie. Célszerű lehet felmérést indítani annak érdekében, hogy egyértelműen meg lehessen határozni a célcsoportot, valamint kommunikációs szakértőket lehet bevonni a megfelelő kommunikációs eszköz kifejlesztésébe.