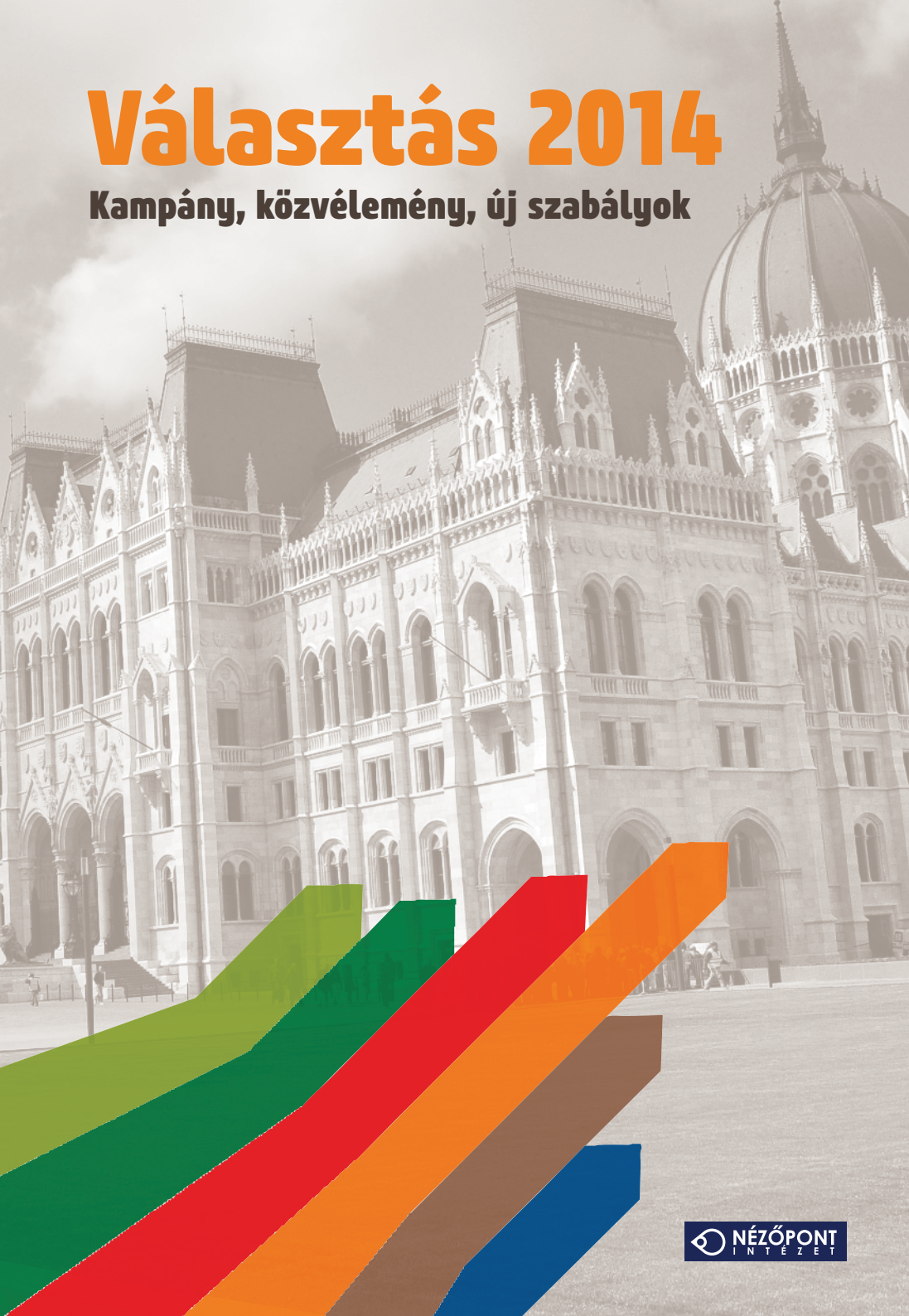


# Választás 2014

Kampány, közvélemény, új szabályok



# Választás 2014

Kampány, közvélemény,  
új szabályok



A Nézőpont Elemzőintézet Nonprofit Kft. kiadványa



Felelős kiadó: Nézőpont Elemzőintézet Nonprofit Kft.,  
**Fodor Csaba, ügyvezető**

Szerkesztő: **Szomszéd Orsolya**

Szerzők: **Kiss Dávid, Grócz Márton, Szolomayer Balázs, Szomszéd Orsolya, Törteli István, Antal Zsolt, Nagy Dániel, Kmetty Zoltán, Fodor Csaba**

© Kiadás éve: 2014

A kiadványban megjelenő tanulmányok lezárásának ideje:  
2014. május 9.

Nézőpont Elemzőintézet Nonprofit Kft.  
H-1054 Budapest, Alkotmány utca 15.  
+36-1-269-1843 | [info@nezopontintezet.hu](mailto:info@nezopontintezet.hu)



# TARTALOMJEGYZÉK

## **Kedves Olvasó!**

Mráz Ágoston Sámuel

4

## **Egység és stabilitás**

A Fidesz-KDNP országgyűlési választási kampánya

Kiss Dávid – Grócz Márton

5

## **2010 2.0**

A Kormányváltók országgyűlési választási kampánya

Szolomayer Balázs

15

## **Az üvegplafonon túl?**

A Jobbik országgyűlési választási kampánya

Szomszéd Orsolya

22

## **A baloldal alternatívája?**

Az LMP országgyűlési választási kampánya

Törteli István

30

## **Kampány a híradók tükrében**

Antal Zsolt – Törteli István

36

## **Ideológiai (?) törésvonalak Magyarországon**

A magyar társadalom politikai rétegződése

a 2014-es országgyűlési választások előtt

Nagy Dániel

42

## **Választási előrejelzések**

Kmetty Zoltán

51

## **Az új választási rendszer értékelése**

Fodor Csaba

59

# Kedves Olvasó!

Sokan tét nélkülinek gondolták és unalmasnak látták a 2014-es országgyűlési választási kampányt. S tény, hogy a parázs vita, a kiélezett verseny és a meglepetések sora hiányzott az idei év tavaszának politikai eseménysorozatából. Politológusként azonban mi a látszólagos unalomban is megtaláltuk az érdekeset, ahogy az elhivatott orvos is izgalmasnak tart egy rutinműtétet vagy a lelkes autószerelő is érdekesítőnek bármely négykerekűt. Tudni akartuk, hogyan is működött az új választási rendszer, tényleg egyoldalú volt-e a média hírszolgáltatása, mit csinált jól a Fidesz és mit rontott el a baloldal a kampányban, igaz-e a Jobbik professzionalizmusáról épülő mítosz, vagy csupán szerencséje volt a jobboldali szélsőségeseknek, s végül: a köz véleményét kutatták-e a közvélemény-kutatók. Ezért a friss emlékektől és kutatási adatokból kiindulva a Nézőpont Intézet elemzői gyors mérleget vontak, közvetlenül a választás után, a kampányról és a kampányolás körülményeiről. Az elsők büszkeségével, de nem a tévedhetetlenek nagyképűségével ajánljuk minden érdeklődőnek elemző munkánk eredményét!

**Mráz Ágoston Sámuel**

**Nézőpont Intézet**

# Egység és stabilitás

## A Fidesz-KDNP országgyűlési választási kampánya

Kiss Dávid – Grócz Márton

kiss.david@nezopontintezet.hu / grocz@nezopontintezet.hu

### BEVEZETÉS

Sokkal nehezebb kormányzati pozícióból kampányolni, mint ellenzékéből, állítják a politikatudományról szóló könyvek. Az ellenzéki pártoknak ugyanis mindig több lehetősége van a szabadabb (és gyakran felelőtlenebb) ígéretésre, mint a felelősen gondolkodó kormánypártoknak, amelyek mögött ráadásul mindig ott áll egy négyéves kormányzati ciklus a maga minden eredményével, kudarcával, konfliktusával együtt.

A Fidesz – és szövetségesei – második alkalommal vágtak neki kormányzati pozícióból egy parlamenti választási kampánynak. Ott lebeghetett a párt vezetőinek szeme előtt a 2002-es vereség rossz emléke, amikor is a választás előtti közvélemény-kutatások alapján győzelemre esélyes pozícióból kellett végül átadniuk a kormányzás lehetőségét a szocialista pártnak és az SZDSZ-nek. A közvélemény-kutatási eredmények alapján, 2014 tavaszán hasonló volt a helyzet (bár az ellenzék sokkal inkább megosztott volt az akkori állapothoz képest). A Fidesz-KDNP pártszövetség ráadásul 2006 augusztusa óta megszakítás nélkül vezette a felméréseket<sup>1</sup>.

A választási eredmények azt mutatják, hogy nem csak a baloldal válsága, de a Fidesz-KDNP kormányzati teljesítménye is nagyban hozzájárult a pártszövetség győzelméhez. A választók legitimálták az elmúlt négy év kormányzati politikáját, és a folytatásra szavaztak.

### ÜZENETEK

Ha egy szóban kellene összefoglalni a Fidesz és a KDNP legfőbb választási kampányüzeneteit, azt mondhatnánk: rezsicsökkentés. Ha háromban: Magyarország jobban teljesít. A pártszövetség emellett igyekezett tovább erősíteni az elmúlt években felépített „egyetlen kormányzóképes erő” képét is. A Fidesz-KDNP a választási kampány vége felé a mozgósítás mellett szimpatizánsai szavazatmegosztásának elkerülésére helyezte a hangsúlyt.

### Kormányzóképeség és egység

Orbán Viktor a 2009. szeptember 5-i kötcsei találkozáson fogalmazta meg először a „centrális erőter” elvét. Ennek a lényege, hogy – a Fidesz-KDNP 2006-os parlamenti választások utáni megerősödése, valamint a baloldal összeomlása és a Jobbik megjelenése

után – megszűnt a korábbi kétpártrendszer, a Fidesz-KDNP-nek így a centrumpozícióból kétpólusú (jobb- és baloldali) ellenzékkel kell megküzdenie a politikai versenytérben. A Fidesz-KDNP az elmúlt években éppen ebből a felállásból kiindulva igyekezett felépíteni azt a pozíciót – nem beszélve kormányzati teljesítményéről –, hogy a választók úgy gondolják, ténylegesen ő az egyetlen kormányzóképes erő Magyarországon. A baloldali ellenzék ugyanis már 2010 előtt elvesztette a hitelességét és még egymás között is óriási vitáik vannak, a Jobbik pedig túlságosan radikális erő ahhoz, hogy valódi megoldást találjon az ország problémáira.

Orbán Viktor négy éven keresztül – a parlamenti napirend előtti felszólalásoktól eltekintve – igyekezett felülemelkedni a napi politikai küzdelmeken, és sokkal inkább az ország miniszterelnökéként, semmint egy párt elnökeként kívánt politizálni. Ugyanígy volt ez a kampány időszakában is: Orbán Viktor többek között felújított kórházakat adott át, gyarakat avatott, alapkövetételeken vett részt, valódi kihívó híján viszont nem látta értelmét az ellenzéki pártvezetők (Schiffer András, Vona Gábor) által kezdeményezett miniszterelnök-jelölti vitameghívásnak. A miniszterelnök utóbbival kapcsolatban úgy fogalmazott<sup>2</sup>: „Úgy látom (...), hogy valójában nem is vitázni akarnak velem, hanem támadni akarnak engem, leginkább ócsárolni. Ehhez én nem kellek, ezt nélkülük is megtehetik”. A különböző felmérések alátámasztották a kormánypártok stratégiáját: a közvélemény-kutatások alapján a miniszterelnök számított magasan a legnépszerűbb miniszterelnök-jelöltnek az összes többi párt jelöltje közül<sup>3</sup>.

Sokat kritizálták a Fidesz-KDNP-t a kampányban amiatt, mert nem hirdetett a következő négy évre szóló kormányprogramot. Orbán Viktor minderre egy, illetve kétszavas választ adott: „folytatjuk”, illetve szerényebben megfogalmazva „folytatni szeretnénk”<sup>4</sup>. A miniszterelnök ennél konkrétabban is fogalmazott, amikor tízpontos gazdasági programot hirdetett a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara gazdasági évadnyitó rendezvényén még márciusban<sup>5</sup>. Ebben többek között hitet tett a teljes foglalkoztatottság, az újrapiarosítás politikája, valamint a vállalkozók számára is elérhető olcsó energia mellett. Orbán Viktor egy televízió műsorban arról is beszélt, hogy „az emberek láthatták, milyen az élet, ha a szocialisták kormányoznak, és milyen, ha a Fidesz-KDNP van kormányon, vagyis minden információ a választók rendelkezésére áll”<sup>6</sup>.

A kampány utolsó heteiben ismét napirendre került az újbóli kétharmados többség megszerzésének kérdése, hiszen a közvélemény-kutatási adatok alapján ez is reális forgatókönyvnek tűnt<sup>7</sup>. Orbán Viktor egy interjúban kifejtette, hogy „a gazdasági siker legfontosabb feltétele a politikai egység és az erős felhatalmazás”. Hozzátette: „a kétharmad Magyarország legfontosabb versenyelőnye” volt az elmúlt négy évben<sup>8</sup>.

Részben az újbóli kétharmad kérdéséhez kapcsolódik, hogy a kormánypártok a kampány utolsó heteiben kénytelenek voltak foglalkozni a szavazatomegosztás veszélyével is. A legutolsó felmérések a Jobbik erősödését mutatták, amely veszélybe sodorhatta volna a Fidesz-KDNP újbóli kétharmados többségét a következő parlamentben<sup>9</sup>. A miniszterelnök március 15-én fogalmazta meg először az „egység” üzenetét. Orbán Viktor a Hősök

terén tartott beszédében is óva intette szavazótáborát az elbizakodottságtól, mondván „az esélyesség még nem győzelem”<sup>10</sup>, továbbá újfent kérte választóit, hogy ne osszák meg szavazataikat a választáson („Aki megosztja a szavazatát, egységet bont.”<sup>11</sup>). Orbán Viktor egy interjúban megfogalmazta, hogy szerinte „az egység, az összetartás a legnagyobb ereje Magyarországnak”<sup>12</sup>. A Fidesz plakátjaira az utolsó héten felkerült a 2010-es választási kampányból már ismerős „Csak a Fidesz” szlogen, amely szintén a szavazat-megosztás ellen szólt. A miniszterelnök a Magyar Nemzetnek adott április 5-i interjúját is így zárta: „Csak a Fidesz. Mert egységben az erő”<sup>13</sup>.

## Rezsicsökkentés

2013. január 1-től a kormány és a Parlament döntéseinek megfelelően tíz százalékkal csökkent a villamos energia, a gáz és a távhő ára Magyarországon. A januári csökkentést júliusban és novemberben további hullámok követték, kiegészülve más szolgáltatások árának csökkentésével (pl. víz, szemétszállítás díja).

A rezsicsökkentés tudatos beillesztése a Fidesz kampányába jól látszik abból is, hogy a párt országos aláírásgyűjtést szervezett az intézkedés támogatottságának megerősítése mellett, melyet több mint 2,2 millió ember írt alá.<sup>14</sup> A petíciót online formában is szignálni lehetett a támogató alapadatainak megadása mellett.

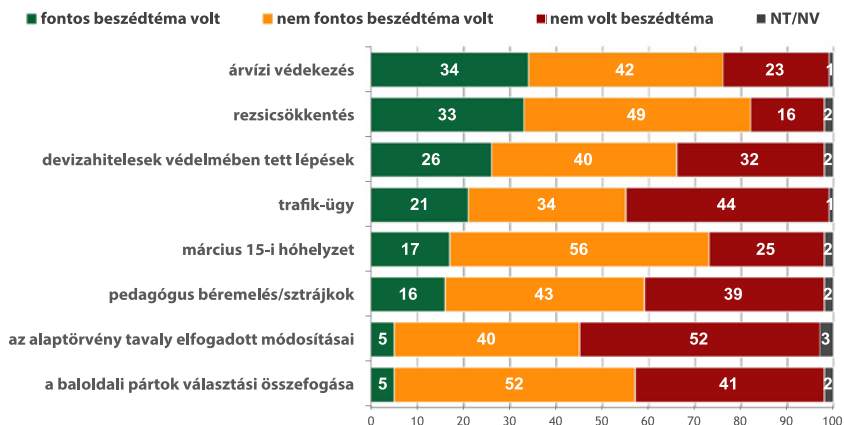
A választási kampány elején, január első napjaiban Orbán Viktor levélben kereste meg azokat a választópolgárokat, akik korábban aláírásukkal támogatták a rezsicsökkentést, és a Magyar Csapat megalakítására hívta meg őket. A 2013-as német parlamenti választási kampányban a CDU is megszervezte a „teAM Deutschland” elnevezésű támogatóhálózatát<sup>15</sup>. Január 15. és február 15. között a Fidesz ún. rezsifórumokat szervezett, melyek során a csökkentés részleteit, mértékét és hatását ismertette, népszerűsítette. Összesen 119 fórumot tartott országszerte a párt, amelyeken a Fidesz vezető politikusai és kormánytagok is részt vettek. A fórumok jó alkalmat nyújtottak az aktivistaborzásra, a szavazótábor egységben tartására, valamint a szimpatizánsok közvetlen elérésére is. A kormánypárti politikusok minden fórumon elhangzott beszédének fontos üzenete a rezsicsökkentés megvédése volt, hangsúlyozva az ellenzéki pártok „rezsicsökkentés-ellenességét”.

A rezsicsökkentés nyilvánosságban való prezentálása olyan erősen tematizálta a politikai közbeszédet, melyre korábban nem láttunk hasonló példát. Az egyes hullámok bejelentése, a csökkentés további lehetőségeinek keresése, az intézkedések törvénybe iktatása és a miniszterelnök által is következetesen használt „rezsiharcos” retorika eredményeként 2013 elejétől a választásokig folyamatosan napirenden tudta tartani a Fidesz az egyik fő kampányüzenetét. Ezt támasztja alá a Nézőpont Intézet napirendelemzése is, ami alapján 2013-ban vezető téma volt a rezsicsökkentés (az emberek 82 százaléka beszélt róla). A téma fontosságát jelzi, hogy csak az árvízi védekezés tudta megelőzni az adott ügyek közül.



## 1. ÁBRA: A 2013-AS ÉV TÉMÁI

A következőkben az előző 12 hónapról, a 2013-as év témáiról szeretném a véleményét kérni. Kérem mondja meg, hogy az alábbiak közül melyekről beszélgetett és melyekről nem barátaival, ismerőseivel? Az alábbi témák közül melyik volt Ön szerint a három legfontosabb?



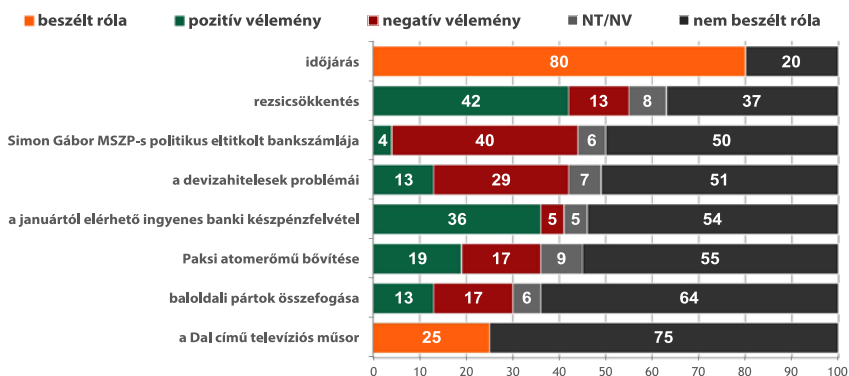
országos reprezentatív kutatás 2014. január 20-25. között | 1000 fő

Ahogy a kormányzati ciklus utolsó teljes évében végig, úgy a választási kampány alatt is a rezsicsökkentés dominálta a politikai napirendet. Az április eleji választás előtti időszak kutatása alapján jól látszik, hogy a kontrollkérdésnek számító „időjárás” után a politikailag releváns ügyek közül a rezi-téma vezet a listát. Az adott napirendi pontoknál fontos kérdés a kontextus-hatás is, ami alapján az intézkedésről kialakult vélekedés egyértelműen pozitív volt.

## 2. ÁBRA: POLITIKAI NAPIREND

A következőkben különböző közéleti témákat fogok felolvasni. Kérem mondja meg, hogy az elmúlt 2 hétben beszélgetett-e ezekről barátaival, ismerőseivel?

Amikor az adott témáról beszélt inkább pozitív, vagy inkább negatív volt a véleménye?



országos reprezentatív kutatás 2014. március 24-26. között | 1000 fő

## Magyarország jobban teljesít

Orbán Viktor 2013-as évértékelő beszédében használta először a kifejezést, miszerint „Magyarország jobban teljesít, de még nem elég jól”. A különböző statisztikák (bővülő gazdaság, növekvő foglalkoztatottság, csökkenő államadósság és munkanélküliség) és a választási eredmények utólagosan visszaigazolták az állítás valóságtartalmát.

A magyar kormány 2013. március 25-től november 10-ig folytatott tájékoztató kampányt „Magyarország jobban teljesít” címmel, különböző televíziós, rádiós, közterületi, nyomtatott és online felületeken. Mindez az első kísérlet volt arra, hogy kerettörténetbe foglalja a Fidesz-KDNP kormányzati ciklusát. A kormánypártok egy előadássorozatot is indítottak, amely során miniszterek és államtitkárok látogattak el az ország különböző pontjaira, hogy beszámoljanak az addigi kormányzati eredményekről.

Kampányidőszakban a kormány és a kormánypártok tevékenységét különösen nehéz elválasztani. Ez minden demokratikus országban így van, ez alól Magyarország sem volt kivétel az elmúlt 24 évben. 2014-ben a „Magyarország jobban teljesít” szlogen kapcsán voltak hasonló jellegű viták. A Miniszterelnökség ugyanis 2013 őszén 400 ezer forintért átengedte a szlogen használati jogát a Fidesz parlamenti frakciónak és magának a pártnak is. A kormány deklarálta, hogy „ugyanebben a formában mindenki számára, aki a kormányzati kommunikáció pozitív üzeneteit hordozza, hozzáférhetőek a fenti lehetőségek”<sup>16</sup>. Később a pártszövetség egyéni jelöltjeit bemutató plakátokon is szerepelt a szlogen, amely onnantól kezdve a választási kampány részévé vált.

## MOZGÓSÍTÁS

Mivel 2006-tól kezdve – így a 2014-es választást megelőző időszakban is – a közvélemény-kutatási adatok alapján a Fidesz-KDNP számított a legerősebb pártnak, kulcskérdés volt a saját szavazótábor mozgósítása. Egyrészt a pártszövetség vezetői joggal feltelelezhették, hogy a választási győzelemhez elegendő a saját törzsbázisának urnához „csábítása”, ugyanakkor veszélyt is jelenthetett volna a szimpatizánsok elkényelmese-dése. Éppen ezért fogalmazott Orbán Viktor a kampány utolsó heteiben úgy, hogy „bár a választás esélyese a kormányzó pártszövetség, az esélyesség még nem győzelem, azért dolgozni kell”<sup>17</sup>.

A Fidesz-KDNP 2013 decemberében döntötte el, kik lesznek a képviselőjelöltjei a 106 egyéni választókerületben<sup>18</sup>. (Ismert, a baloldali összefogás csak január végén nevezte meg végleges egyéni jelöltjeit.) A pártszövetség ugyanakkor már 2012 első felében kijelölte a választókerületi elnököket (akik egy-két kivételtől eltekintve lényegében meg-egyeztek a későbbi képviselőjelöltekkel), azután pedig rendszeresen tartottak nekik vá-  
lasztási felkészítőket többek között Orbán Viktor részvételével is<sup>19</sup>. Fontos szerepet kapott még a Fidesz hat regionális igazgatója, de a mozgósítás főleg a választókerületi elnökök feladata volt.

A kampányfőnök Gyürk András lett, aki már többször irányította a Fidesz választási kampányát, ő volt a felelős a 2009-es európai parlamenti, majd a 2010-es országgyűlési választási kampány megszervezéséért is. Fontos szereplő továbbá Kubatov Gábor, aki 2006 óta pártigazgató a Fideszben. 2012 végén nevezték ki Kocsis Mátét, Józsefváros polgármesterét a Fidesz kommunikációs igazgatójának. (A pártkommunikáció még hatékonyabbá tétele érdekében 2013 áprilisától Selmeczi Gabriella mellett két új pártszóvivőt is kineveztek Zsigó Róbert és Hoppál Péter személyében.) Szintén 2012 végén nevezték ki Hidvéghi Balázst, a Fidesz stratégiai igazgatóhelyettesének, akinek fő feladata a határon túli magyarsággal való kapcsolattartás a párton belül. 2013 szeptemberében kezdte meg működését a Fidesz Társadalmi Kapcsolatokért Felelős Igazgatósága Nyitrai Zsolt vezetésével. Az Igazgatóság fő céljaként a kormányzati és a közösségi kapcsolatok hatékony kezelését és a nemzeti összefogás további erősítését jelölte meg. Ismert, fogyatékkal élő honfitársaink a mostani választás alkalmával kaptak először intézményes segítséget az államtól választójoguk gyakorlása érdekében.

A Fidesz-KDNP kiterjedt aktivista-hálózattal rendelkezett, amely segítségére volt a mozgósításban. Nyitrai Zsolt elmondása szerint a Magyar Csapatnak – mely ötletet Németországból „importálta” a pártszövetség – több mint százezer tagja volt<sup>20</sup>. Mutatja a Fidesz-KDNP szervezeti fölényét, hogy Szigetvári Viktor egy korábbi interjúban arról beszélt, hogy a baloldali összefogást negyvenezer aktivista segítette<sup>21</sup>.

A plakátok szintén mozgósító szerepet játszanak a mindenkori választási kampányokban. A 2014-es parlamenti kampány során a Fidesz-KDNP háromfajta üzenettel szerepelt a plakáthelyeken. Először a pártszövetség egyéni képviselőjelöltjeit népszerűsítő plakátok jelentek meg (hiszen az új választási rendszerben a korábbinál nagyobb jelentősége volt az egyéni választókerületekben elért eredményeknek<sup>22</sup>). Majd pedig a kormány fontosabb intézkedéseiről – rezsicsökkentés, családi adókedvezmény, munkahelyteremtés, nyugdíjemelés – szóló hirdetések. Mindkettőn a Fideszre jellemző narancssárga színek domináltak, a „Magyarország jobban teljesít” kampányból ismert felfelé mutató nyilakkal.

A kampány utolsó heteiben a Fidesz-KDNP plakátjain Orbán Viktor szerepelt, nemzeti színű zászlókkal a háttérben, „Magyarország miniszterelnöke” felirattal. Hasonló felépítésű plakátjai voltak Angela Merkelnek is a 2013-as német parlamenti választási kampányban. Orbán Viktor miniszterelnök a közvélemény-kutatási felmérések szerint akkoriban a második legnépszerűbb politikusnak számított<sup>23</sup> (Áder János köztársasági elnök mögött), így személye mozgósító erővel bírt a szavazótáborra.

A célegyenesbe fordulva a pártszövetség a választás előtti utolsó hétvégére, szombatra nagygyűlést hirdetett a Hősök terére (amelyhez a Civil Összefogás Fórum által szervezett Békemenet is becsatlakozott), ahol beszédet mondott Orbán Viktor is. A miniszterelnök „még négy évet kért” a választóktól, emellett keretbe foglalta a rendszerváltás óta eltelt 24 évet is<sup>24</sup>. A miniszterelnök a kampány utolsó hetében hat vidéki városban tartott választási nagygyűlést (hétfőtől szombatig sorrendben Baján, Dombóváron, Mezőkövesden, Győrött, Szegeden, végül pedig Debrecenben). Ezek a helyszínek vagy „billegő”, kétesélyes körzet-

nek számítottak az előzetes felmérések szerint, vagy olyan kormánypárti jelöltek indultak itt, akik kevésbé voltak ismertek a választókerületükben<sup>25</sup>.

A mozgósítás kapcsán érdemes megemlíteni, hogy a baloldali ellenzéki összefogás januári bejelentése után a Civil Összefogás Fórum (CÖF) plakátkampányt indított, amelyen Mesterházy Attila, Bajnai Gordon és Gyurcsány Ferenc bűnözőként beállítva szerepeltek. A CÖF már 2012-ben is szervezett egy plakátkampányt, amellyel Gyurcsány Ferenc és Bajnai Gordon képével üzenték: „együtt tették tönkre az országot”. A szocialisták 2002 és 2010 közötti kormányzásának megítélése a 2010-es után a 2014-es kampányban is erős üzenet maradt.

A szervezetet sok kritika érte azért, hogy támogatja a kormánypártok kampányát, ám azt érdemes megjegyezni, hogy az ellenzéki pártoknak is ugyanúgy lett volna lehetősége az egyébként az Egyesült Államokból kiinduló kampánytechnikára. (A tengerentúlon az ún. Super PAC-ek olyan civil szervezetek, amelyek nyíltan támogatják valamely politika erő kampányát.)

A határon túli, kettős állampolgársággal rendelkező magyar szavazókra is kiemelt figyelmet fordított a Fidesz-KDNP kampánya. 2010-ben az új Országgyűlés egyik első intézkedése volt a kettős állampolgárságról szóló törvény elfogadása, de a pártszövetség már korábban is prioritásként kezelte a nemzetpolitikai területet. A 2014-es kampányban, a Fideszben külön igazgatóság foglalkozott ezzel a területtel, Hidvéghi Balázs vezetésével. Orbán Viktor számos határon túli magyar vezetővel találkozott a kampányidőszakban<sup>26</sup>, sőt a miniszterelnök leplezte le március 28-án, Szabadkán Kosztolányi Dezső egészalakos szobrát is. A Fidesz-KDNP március végi, Hősök terén tartott nagygyűlésén Pásztor István, a Vajdasági Magyarok Szövetségének elnöke is felszólalt.

## ORBÁN VIKTOR SZEREPE A KAMPÁNYBAN

A miniszterelnök személye kulcsfontosságú volt mind az ellenzék, mind a Fidesz-KDNP kampányában. A baloldal rá építette fel negatív kampányát, míg a Fidesz-KDNP az ő személyes megjelenésével (plakátokon, választási nagygyűléseken) próbálta meg mozgósítani a híveit.

A parlamenti választási kampány február 15-én indult hivatalosan, Orbán Viktor pedig február 16-án tartotta meg tizenhatodik évértékelő beszédét a Millenárison. A miniszterelnök többek között emlékeztetett a szocialista kormányok által 2010-ben hagyott „örökségre”<sup>27</sup>, és tágabb kontextusba helyezve kétfajta utat vázolt fel az ország előtt<sup>28</sup>. A beszéd megpróbálta keretbe foglalni az elmúlt négy év kormányzati politikáját is.

Orbán Viktor hivatalos Facebook-oldalán februártól kezdve számottevően gyakoribbá váltak a tartalomfeltöltések. Míg a korábbi hónapokban kevesebb, mint húsz tartalmat töltöttek fel az oldalra, addig februárban 27, márciusban 45, április első hat napjában pedig 26 bejegyzést tettek közzé az oldal szerkesztői<sup>29</sup>. Orbán Viktor hivatalos

Facebook-oldala a legnépszerűbb más vezető magyar politikusok hasonló oldalai közül, az április elsejei állapot szerint több mint háromszázezer követővel rendelkezett.

Orbán Viktor igazán aktívan március 15-i ünnepi beszédével kapcsolódott be a kampányba. Itt fogalmazta meg először az „egység” üzenetét és itt folytatódott az elmúlt négy év kormányzati politikájának keretbe foglalása is. A miniszterelnök beszédében többek között kifejtette: „megmutattuk, hogy megvédjük a magyar családokat az uzso-rától, a monopóliumoktól, a kartellektől, a nemzetek fölé magasodni akaró birodalmi bürokratáktól. Megmutattuk, hogy meg lehet védeni a munkahelyeket, és százezer szám tudunk újakat teremteni”. Azt is megmutatták – folytatta –, hogyan lehet „fel-feszíteni az adósságcsapda ajtáját”<sup>30</sup>.

A miniszterelnök a kampányidőszak vége felé aktívan szerepelt az országos médiumokban is. Orbán Viktor a kampány utolsó két hetében – a korábbi években megszokott pén-tek reggeli Kossuth Rádiós interjú mellett – nyolc országos médiumnak is interjút adott<sup>31</sup>.

Az Orbán Viktort megjelenítő, „Magyarország miniszterelnöke” feliratú plakátok a kampány utolsó három hetében jelentek meg a plakáthelyeken, a miniszterelnök pedig a választás előtti napokban hat választási nagygyűlést is tartott az előzetesen kétesélyesnek gondolt választókerületekben. Érdemes még megemlíteni, hogy a választás előtti utolsó pár héten a miniszterelnök külön figyelmet szentelt budapesti nagyberuházások átadásá-ra is (4-es metró átadása, Kossuth tér, Várkert Bazár, Ludovika felújítása). Emlékezetes, hogy az első Orbán-kormányt sok kritika érte állítólagos Budapest-ellenes politikája miatt, a 2002-es parlamenti választási eredmények azt mutatják, hogy nem volt sikertelen ez a fajta kampány az akkori szocialista-liberális ellenzék részéről<sup>32</sup>. A 4-es metró választás előtti héten történő átadásával ez a kérdés is nyugvópontra került.

## ÖSSZEZÉS

A Fidesz-KDNP a 2014-es parlamenti választás előtt kockázatminimalizáló kampányt folytatott és a hagyományos üzenetek (rezsicsökkentés, Magyarország jobban teljesít) közvetítésén túl igyekezett tovább erősíteni az „egyetlen kormányzóképes erő” képét. Mint a felmérések alapján legnépszerűbb pártszövetség, igyekeztek elsősorban a saját szavazótáborukat összetartani, bízva abban, hogy mindez elegendő lesz a választási győzelemhez. A kampány vége felé a pártszövetség éppen ezért a mozgósításra helyezte a legnagyobb hangsúlyt, egyúttal igyekezett elkerülni azt, hogy választói megosszák (egyéni jelöltre és pártlistára) leadandó szavazataikat. A Fidesz-KDNP legnagyobb előnye versenytársaival szemben a szervezettség volt, és a pártszövetség volt a legsikeresebb választók közvetlen elérésében is (főleg a rezsicsökkentéssel kapcsolatos akcióknak köszönhetően).

A 2014-es választások végeredménye azt mutatja, hogy az elmúlt négy év konfliktu-sai ellenére a választók legitimálták Orbán Viktor kormányzati politikáját, és a folyta-tásra szavaztak.

## JEGYZETEK

- 1 Mno.hu: 91 hónapja vezet a Fidesz, de még semmi nem dőlt el, 2014.03.10.  
[http://mno.hu/parlamenti\\_valasztas\\_2014/91-honapja-vezet-a-fidesz-de-meg-semmi-sem-dolt-el-1215033](http://mno.hu/parlamenti_valasztas_2014/91-honapja-vezet-a-fidesz-de-meg-semmi-sem-dolt-el-1215033)
- 2 Mandiner.hu: Orbán: Ócsárolni miniszterelnök-jelölti vita nélkül is lehet, 2014.03.27.  
[http://mandiner.hu/cikk/20140327\\_orban\\_ocsarolni\\_miniszterelnok\\_jelolti\\_vita\\_nelkul\\_is\\_lehet](http://mandiner.hu/cikk/20140327_orban_ocsarolni_miniszterelnok_jelolti_vita_nelkul_is_lehet)
- 3 Medián: Se nem hozott, se nem vitt, 2014.02.04.  
<http://www.median.hu/object.d30af761-8a4d-46b6-a13c-e030e1ce7ab4.ivy>
- 4 Orbán Viktor beszéde a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara gazdasági évadnyitóján, 2014.03.19.
- 5 uo.
- 6 Orbán Viktor, m1 Az Este, 2014.03.26.
- 7 Forrás: kozvelemenykutatok.hu
- 8 Orbán Viktor, Napi Gazdaság, 2014.03.21.
- 9 Forrás: kozvelemenykutatok.hu
- 10 Kormany.hu: Orbán Viktor: megmutattuk, hogy lehet összefogással történelmet írni, 2014.03.31.  
<http://www.kormany.hu/hu/miniszterelnokseg/miniszterelnok/beszedek-publikaciok-intertjuk/orban-viktor-megmutattuk-hogy-lehet-osszefogással-tortenelmet-irni>
- 11 uo.
- 12 Orbán Viktor, Magyar Hírlap, 2013. 03.29.
- 13 Orbán Viktor, Magyar Nemzet, 2013.04.05.
- 14 Kormany.hu: Sikeres a rezsicsökkentés melletti aláírásgyűjtés, 2013.09.26.  
<http://www.kormany.hu/hu/belugyminiszterium/onkormanyzati-allamtitkarsag/hirek/siker-es-a-rezsicsokkent-es-melletti-alairasgyujtes>
- 15 <http://www.team.cdu.de/>
- 16 A Kormányzati Információs Központ közleménye, 2014.02.07.  
<http://www.kormany.hu/hu/miniszterelnokseg/hirek/a-kormanyzati-informacios-kozpont-kozlemeny-20140207>
- 17 Orbán Viktor beszéde a Hősök terén, 2014.03.29.
- 18 Fidesz.hu: Végleges a Fidesz-KDNP egyéni képviselőjelöltjeinek névsora, 2013.12.09.  
[http://www.fidesz.hu/hirek/2013-12-09/vegleges-a-fidesz-kdnp-egyeni-kepviseljeloltjeinek-nevsora/?utm\\_source=mandiner&utm\\_medium=link&utm\\_campaign=mandiner\\_201404](http://www.fidesz.hu/hirek/2013-12-09/vegleges-a-fidesz-kdnp-egyeni-kepviseljeloltjeinek-nevsora/?utm_source=mandiner&utm_medium=link&utm_campaign=mandiner_201404)
- 19 Index: Megvolt az első összetartás a Fidesz-jelölteknek, 2013.03.05.  
[http://index.hu/belfold/2013/03/05/a\\_balatonon\\_treningeznek\\_a\\_fidesz\\_jeloltjei/](http://index.hu/belfold/2013/03/05/a_balatonon_treningeznek_a_fidesz_jeloltjei/)
- 20 Nyitraizsolt.hu: 100 ezer önkéntes segíti a Fideszt, 2014.02.15.  
<http://nyitraizsolt.hu/munkam/100-ezer-onkentes-segiti-a-fideszt/>

- 21 Hír24.hu: Szigetvári Viktor: Ha nem vagyunk totál hülyék, mind tanulunk az elmúlt ciklusból, 2014.03.06.  
<http://www.hir24.hu/nagyinterju/2014/03/06/szigetvari-viktor-ha-nem-vagyunk-total-hulyek-mind-tanulunk-az-elmult-ciklusbol%281%29/>
- 22 Míg a korábbi választási rendszerben 386 mandátumból 176 (az összes mandátum 45 százaléka), addig az új választási rendszerben 199 mandátumból 106 (az összes mandátum 53 százaléka) sorsa dőlt el az egyéni választókerületekben.
- 23 Ipsos-mérések a politikusok népszerűségéről, <http://www.ipsos.hu/site/graph?type=2>
- 24 „Húsz év után, amikor mindenkinek elege lett a széthúzásból, elege lett a régi elvtársakból, akkor összefogtunk, és 2010 áprilisában csináltunk egy forradalmat, egy alkotmányos forradalmat.” (Orbán Viktor beszéde a Hősök terén, 2014. március 29-én)
- 25 Origo: Itt a kulcs az Orbán-offenzíva rejtélyéhez, 2014.03.13.  
<http://www.origo.hu/archivum/20140312-beindult-orban-viktor-videki-kampanykorutja.html>
- 26 Orbán Viktor február 18-án Kelemen Hunorral, a Romániai Magyar Demokraták Szövetsége elnökével, február 20-án Berényi Józseffel, a szlovákiai Magyar Koalíció Pártjának vezetőjével, március 26-án pedig Brenzovics Lászlóval, a Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség alelnökével tárgyalt.
- 27 „Kevés volt a munka, egyre nőtt azoknak a száma, akik nem a gyerekeikért, hanem a gyerekeikből éltek, a nyugdíjak zsugorodtak, a rezsi nőtt, százazrek rekedtek hitelcsapdában.” (Orbán Viktor évvértékelő beszéde, 2014.02.16.)
- 28 „Két út áll az ország előtt: a jövőépítés vagy a posztkommunista restauráció.” (Orbán Viktor évvértékelő beszéde, 2014.02.16.)
- 29 Orbán Viktor hivatalos Facebook-oldala, <https://www.facebook.com/orbanviktor?fref=ts>
- 30 Kormany.hu: Mi vagyunk a legegységesebb ország Európában, 2014.03.15.  
<http://www.kormany.hu/hu/ministerelnokseg/hirek/elo-kozvetites-marcius-15-unnepi-beszedet-mond-orban-viktor>
- 31 A nyomtatott sajtótermékek közül március 21-én a Napi Gazdaságnak, március 28-án a Világgazdaságnak, március 29-én a Magyar Hírlapnak, április 5-én pedig a Magyar Nemzetnek nyilatkozott a miniszterelnök. A rádió-televízió műsorok közül március 26-án az m1 Az Este, március 28-án a Kossuth Rádió 180 perc és az Echo TV Napi Aktuális, március 30-án a HírTV Versus, április 5-én pedig szintén a HírTV P8 című műsorának adott interjút Orbán Viktor.
- 32 A Fidesz-MDF a 2002-es parlamenti választáson a 32 budapesti egyéni választókerületből mindösszesen 4-et tudott megnyerni, ami alapvetően befolyásolta a választások végeredményét.

# 2010 2.0

## A Kormányváltók országgyűlési választási kampánya

Szolomayer Balázs

szolomayer@nezopontintezet.hu

### BEVEZETÉS

A baloldal 2010-ben történelmi vereséget szenvedett az országgyűlési és az önkormányzati választásokon – 1990 óta a leggyengébb eredményt érték el. A választási kudarc nagyságát mutatja, hogy az MSZP csupán egyetlen választókerületben volt képes nyerni, míg a szocialisták koalíciós partnere teljesen felmorzsolódott – két nagy rendszerváltó párt semmisült meg 2010-ben, az MDF és az SZDSZ. Az 1990-es választással összehasonlítva is lényegesen rosszabb helyzetben volt az MSZP, mivel nem csak társadalmi támogatottságát veszítette el, hanem morális válságba került, és a holdudvarához tartozó média jelentékeny része is szembefordult a szocialistákkal. Több baloldali médium esetében is komoly finanszírozási gondok mutatkoztak, míg a szocialista párt jelentős mértékben eladósodott<sup>1</sup>.

Bajnai Gordon miniszterelnöksége sem tudta megmenteni a balliberális táborát a kudarctól. Ugyanakkor kormányzása alkalmasnak mutatkozott arra, hogy személyéhez szakértői mítosz társuljon, elsősorban a liberális értelmiség körében. Mesterházy Attila hasonló politikai renométtel képtelen volt felmutatni, holott elsősorban neki köszönhető, hogy a szocialista párt képes volt visszaszerezni 2012-re a váltópárti státusz látszatát, de nem tudta megőrizni annak baloldali monopóliumát. Az MSZP azonban nem tudott profitálni a Fidesz népszerűségvesztéséből: a szocialisták ciklus elején mért támogatottsága két év alatt szinte nem változott. Mesterházy Attila képtelen volt egyben tartani a pártot, Gyurcsány Ferenc először önálló platformot hozott létre a szocialista párton belül, majd abból kiválva önálló baloldali-liberális párttá szervezte a Demokratikus Koalíciót (DK). A rendszerváltás utáni magyar demokrácia történetében először találták szemben magukat a szocialisták komoly versenytárral a saját térfelükön. 2012-ben Bajnai Gordon visszatért a politikába, mely alapjaiban teremtett új helyzetet, ugyanis több olyan szerveződést is maga mögé tudott állítani (a Szolidaritást és a Millát), amelyek az MSZP vagy az LMP potenciális bázisát vagy szövetségesét jelenthették volna. Továbbá bár sikertelenül próbálkozott azzal, hogy az LMP-t bevonja szövetségébe – így nem volt képes egy komoly legitimációs potenciált adni mozgalmának –, a zöld párt megosztásával úgy tűnt, egy versenytárról megszabadult a baloldal. Az LMP a továbbiakban alkalmatlannak mutatkozott arra, hogy a 2010-es várakozásokhoz mérten a baloldal alternatívájaként tűnjön fel.



## ÖSSZEFOGÁS

2011-ben a parlament új választási törvényt fogadott el, az új rendszer a korábbi kétfordulós választást egyfordulósá tette. Megváltozott az a szisztéma, miszerint a koalícióra törekvő pártoknak elég volt a két forduló között visszalépniük egymás támogatására. Ennélfogva már a választás előtt szövetséget kellett kötniük ahhoz, hogy ne veszítsenek szavazatokat. Ez kényszerpályára állította a baloldali pártjait, mivel önmagában egyik sem bizonyult elég erősnek ahhoz, hogy leváltsa az Orbán-kormányt.

Az első számú és az elmúlt négy évet folyamatosan végigkísérő dilemma mely a baloldali pártok pozícióját és tevékenységét meghatározta, az a saját nyolc éves kormányzásukhoz és annak első számú vezetőjéhez Gyurcsány Ferenchez való viszony volt. Meszterházy Attila bár többször meglehetne volna, egyértelműen egyszer sem szállt szembe a volt miniszterelnökkel és felvállalta a nyolc éves kormányzás örökségét. Míg Bajnai Gordon a „korszakváltás” jegyében szállt síkra, esetében kulcskérdés volt a Demokratikus Koalíciótól való nagyobb távolságtartás. Ugyanakkor meglehetősen nehézkes volt elmagyarázni nem hogy a választópolgároknak, de a baloldali törzstábornak is azt, hogy míg a nyolc éves kormányzást mind a két párt többségében vállalhatónak tartotta, addig Gyurcsány Ferenc személyét miért nem.

Ennél fogva téves volt a koordinált indulás koncepciója is. Kommunikációs és gyakorlati szempontból egyaránt. Ugyanis, egy választókerületben nehéz feloldani azt a problémát, hogy míg az aktivistáknak helyben közösen kell kampányolniuk, addig listán saját pártjaik támogatására kérik a választókat. Ehhez azt is el kell magyarázni a szavazóknak, hogy miért ne a másik párt jelöltjét támogassák, mely óhatatlanul konfliktusokhoz vezet, valamint erőket oszt meg. Továbbá felvetődik az kérdés is, hogy egy aktivista miért kampányoljon a másik jelöltje mellett.

Amíg az „összefogás” üzenetével az MSZP-Együtt azt kommunikálta, hogy csakis a teljes egységgel lehet legyőzni a Fideszt, felmerül ugyanakkor a kérdés, hogy miért maradt ki a DK-Liberálisok-Moma stb. pártok?! A másik szempont, hogy míg az MSZP-Együtt szövetség az összefogás és egység mellett tette le a garast, addig a koordinált indulással váltatták azt is, hogy további versenyhelyzetben lesznek. Mely azt eredményezte, hogy nem egyedül a Fidesz a potenciális ellenfél, hanem tovább vívják a küzdelmet a miniszterelnöki tisztségért – mely visszatetszést váltott ki a szavazópolgárok között, mivel egyszerű pozícióharccá silányult szemükben. A teljesen új helyzet egyben eltért a baloldal hagyományaitól – verseny a baloldali térfélen –, melyet Gyurcsány Ferenc érzett meg a legjobban, aki az áldozat szerepét öltötte magára. Valamint jogosan tette fel azt a kérdést, hogy miért nincs teljes egység, miért osztják meg erőiket. Ennél fogva lépésről lépésre morzsolta fel az Együtt támogatottságát és bomlasztotta fel ezzel a kétpárti szövetséget, melyet a felek kénytelenek voltak újratárgyalni és kibővíteni.

A politikai szövetségkötés végső formájára több mint két év után került pont, amikor létrejött az MSZP-Együtt-Párbeszéd Magyarországért-Liberálisok néven az Összefogás. Ez

azonban azt eredményezte, hogy több szempontból jelentős hátrányba kerültek a kormányváltásra készülő erők a Fidesszel, de még a Jobbikkal szemben is.

## MOZGÓSÍTÁS

A kampány a sokszereplős összefogásnak köszönhetően koordinátatlan lett. Az országjárásokat úgy osztották fel egymás között, hogy minden héten más párt prominense járta a vidéki településeket. Ez azt jelentette, hogy a kampány kezdetén Gyurcsány Ferenc, a közepén Bajnai Gordon, míg végül Mesterházy Attila vitte el az Összefogás üzenetét a választókhöz. Így nem maradt kellő idő arra, hogy minden helyre eljussanak. Ezt jól mutatja, hogy a kisebb településeken egyáltalán nem jártak baloldali vezető politikusok, de a legtöbb esetben még helyi jelöltek sem. Ez annak tudható be, hogy a jelöltek személye januárig többször változott, amelynek következménye a kistelepülések elvesztése lett a baloldal számára. Mesterházy Attila miniszterelnök-jelölti kampányát jelentősen behatárolta továbbá a Simon-ügy, amely miatt többször késleltetni kényszerült az MSZP a pártelnök személyes kampánykörútját<sup>2</sup>.

A mozgósítás kizárólag a nagyvárosokban volt sikeres. Hasonlóan az 1998-as SZDSZ-hez, a baloldal is túlnyomó többségben elveszítette a vidéket. Ez önmagában egy sor kérdést vet fel azzal kapcsolatban, hogy valóban olyan erős-e még az MSZP társadalmi beágyazottsága, mint ahogy azt a szocialista párt prominensei állították. Valamint hogy sikerült-e minden választókerületben a legjobb jelöltet megtalálni, helyes volt-e a közös indulás koncepciója, illetve megfelelőek-e a személycserék az MSZP-ben. Ezek a kérdések mind az aktivista-hálózatának állapotát érintik, ugyanis a gyenge mozgósítási eredmények mögött több tényező állhat: 1. a különböző pártok helyi segítői nem dolgoztak szívesen más baloldali párt jelöltjének, 2. a tapasztaltabb MSZP-aktivisták nem segítettek eléggé az újdonsült szocialista jelölteket, 3. az Együtt-PM helyi beágyazottsága rendkívül gyenge volt. Ezen túlmenően az Együtt-PM-re rendkívül demoralizálóan hatott az év elején elszenvedett térszűrés, és hogy emiatt Gyurcsány Ferenc és pártja az Összefogás részévé vált. Ezáltal végleg kénytelenek voltak lemondani a „korszakváltás” politikai üzenetéről. Ugyanakkor a Szolidaritás sokkal közelebbinek érezte magához Gyurcsány Ferenc üzeneteit, mint a mérsékeltnek mondható Együtt-PM-ét. Nem voltak megelégedve a Szolidaritás Együtt-PM-en belüli szerepével sem, mivel a tagság részéről úgy érezték, hogy erejükhöz képest alulreprezentáltak a pártszövetségben belül.

További fontos szempont, hogy az Összefogásnak nem volt meg a megfelelő mennyiségű embere a kampányhoz. A megváltozott kampányszabályoknak köszönhetően ugyanis lényegében nem volt kampánycsend. A kellő mennyiségű aktivista hiánya azonban azt eredményezte, hogy a baloldali szövetségnek döntenie kellett: vagy a szavazókörökbe küld delegáltakat, vagy mozgósít. Az eredmények tekintetében többségében a delegálást választották, de mindkét opcióra kizárólag a nagyvárosokban nyílt lehetőségük.

## ÜZENETEK

### Ellentétes üzenetek

A kampány során minden baloldali párt a saját legfontosabb témáját vitte, melynek tartalma nem feltétlen egyezett a többi tömörülésével. Eredetileg az MSZP-Együtt összefogás úgy egyeztetette programját, hogy a vitás pontok megtárgyalását a választások utánra halasztották. A DK bevétele azonban azt jelentette, hogy teljes káosz alakult ki az üzenetek és programok terén. Mivel elsősorban a DK jelenítette meg a legmarkánsabb különbséget a baloldali szövetség egyes tagjai között – a DK a kampányban is támogatta a meglegházasság bevezetését, valamint nem mondott le arról sem, hogy a kettős állampolgársággal automatikusan ne járjon szavazati jog. Így a médiában folyamatosan azzal találkoztak az Összefogás politikusai, hogy saját álláspontjukat először nem a Fideszével szemben kellett megvédeniük, hanem saját szövetségeik korábbi álláspontjával kerültek összeütközésbe. A választópolgár ennél fogva képtelen volt kiigazodni, hogy az Összefogás valójában mit gondol egyes kérdésekről, ami a kormányzóképeségüket erősen megkérdőjelezte. A kialakult helyzeten a „8 pontos” javaslatcsomag sem segített érdemben – a kampányban teljesen elsikkadt a konszenzusos 8 pont, bejelentésének helyszíne (szombathelyi lakossági fórum) és időpontja (egybeesett a harmadik rezsicsökkentéssel) egyaránt elhibázott volt.

A baloldali pártok tévesen határozták meg kampányuk fő üzeneteit. Olyan témákat céloztak meg, amelyekben vagy hitelességi hátrányban voltak a jobboldallal szemben, vagy a választópolgárok problémáira azok az ügyek egyszerűen nem reflektáltak.

A hitelességi problémát tovább súlyosbította a Fidesz stratégiája, amely erősen épített az őszi beszéd nyilvánosságra hozott titkosszolgálati jegyzőkönyvére. Az ügy önmagában nem tűnhetett jelentősnek, azonban ismét előtérbe került a baloldal morális válsága, valamint Gyurcsány Ferenc személye, aki kiváltója volt mindennek. Újranyitott két vitát: 1. hasznos volt-e bevenni Gyurcsányt és pártját a szövetségbe, 2. sikerült-e megújítani a baloldalt. A fókusz Mesterházy Attiláról, az Összefogás miniszterelnök-jelöltjéről ismét a volt kormányfőre helyeződött át.

A hitelességi problémát azonban legsúlyosabban a Simon-ügy jelenítette meg. Az eset kirobbanását követően az MSZP képtelen volt lerázni magáról a korrupció kérdéskörét. Ám a Simon-ügy nem csak, hogy érzékenyen érintette az MSZP-t, de saját szövetségeit is szembeállította vele. Az MSZP elnökhelyettesének eltitkolt bankszámlái jelentős mértékben kihatottak Mesterházy Attila személyes reputációjára is. Az említett krízist tetézte Zuschlag János új könyvének megjelenése, melynek fő üzenete szerint – Hagyó Miklós Nokiás dobozaihoz hasonlóan – a volt szocialista politikus nejlonzacskóban vitte ki a korrupciós összegeket a Gyermek- Ifjúsági és Sportminisztériumból Gyurcsány Ferenc minisztersége és Mesterházy Attila államtitkársága alatt.

A baloldali szövetség nehézségeit jól szimbolizálta a névváltoztatások problémája. Bajnai Gordon „Együtt 2014” néven bontott zászlót 2012 októberében. Terveivel ellentétben

azonban pártrá kellett alakulniuk. Az új pártszövetséget „Együtt 2014 Választási Szövetség Párt – Párbeszéd Magyarországért Párt Választási Szövetség” néven kívánták bejegyezni, azonban mivel ebben már megelőzték őket, így végül az Együtt - a Korszakváltók Pártja lett a befutó név. Ám az „Együtt 2014” is elindult a választásokon, ami egy teljesen más formáció volt.<sup>3</sup> Hasonlóan komikus helyzetet teremtett, amikor egy évvel később felvette az MSZP-Együtt szövetség az Összefogás nevet és csak 2014 januárjában tudatosult vezető politikusaikban, hogy ilyen névvel 2009 óta már létezik egy párt, mely szintén indul a választáson tavasszal. Így a kampány véghajrájában kénytelenek voltak a nevüket Kormányváltókra változtatni, és megannyi szóróanyagot és plakátot újranyomtatni.

## **Szimbolikus kérdések**

Az MSZP már a 2010-es országgyűlési választások két fordulója között megnyitotta a demokrácia-probléma kérdéskörét. A fordulók közötti kommunikáció azt célozta, hogy a választópolgárok ne adjanak kétharmados felhatalmazást a következő Fidesz-KDNP-kormánynak. Ez előrevetítette, hogy az egyik legfontosabb téma a baloldal számára a négy év során a jogállamiság és a demokrácia-deficit körüli kérdéskör lesz. Minden fontosabb kormányzati intézkedést úgy mutattak be a baloldali erők, mint a hatalommal való visszaélést. Egy ideig úgy tűnt, mindez komoly tömegek megmozgatására alkalmas esz-köz. Ennek legfontosabb bizonyítéka az Egymillióan a Magyar Sajtószabadságért Facebook-csoport (Milla) létrejötte és felfutása volt. Nem számoltak azonban azzal, hogy a médiatörvény körül kialakult hangulatot képtelenek lesznek négy éven keresztül fenntartani. Ahogy azzal sem, hogy fontos vitás ügyekben a kormány kész a korrekcióra – a választási regisztráció, a felsőoktatási keretszámok, vagy akár Schmitt Pál államfő lemondásának ügyében. A kormányzati döntés módosítása azt eredményezte például, hogy megszűntek a 2012-es év végi diáktüntetések – ezzel a Hallgatói Hálózat (HaHa) politikai szerepe –, és megkérdőjeleződött a kormányváltó hangulat léte, amely a 2013-as év végére, a teljes összefogás időpontjára már más képet mutatott.<sup>4</sup>

A szimbolikus kérdések túlnyomó többsége egyértelműen azt célozta, hogy – 2002-höz hasonlóan – a választást Orbán Viktorról szóló népszavazással tegyék. A miniszterelnököt ezért Viktor Janukovicshoz hasonló kelet-európai diktátorként próbálták megjeleníteni, ezzel karaktergyilkosságot elkövetni a miniszterelnök ellen. A történet elmesélését – „Nyugat vagy Kelet” – látszólag segítette, hogy Orbán Viktor Oroszországgal kötött szerződést a paksi atomerőmű bővítéséről. Azonban az erőmű bővítését illetően sem voltak egységesek a Kormányváltók pártjai. Árnyalta a képet, hogy a beruházás előkészítését az MSZP-SZDSZ kormány alatt kezdték meg és azt a Fidesz korábban nem támadta. Amikor – már a jobboldali kormány időszaka alatt – Mesterházy Attila nem támogatta a beruházást, a paksi szocialisták közleményben tiltakoztak a pártvezér szavai ellen<sup>5</sup>. Míg az MSZP-Együtt-DK az erőműépítés finanszírozása körül látott problémát, addig a PM magát az atomerőmű koncepcióját támadta, megbontva ezzel az egységes álláspontot. Tovább rombolta az összképet, hogy kiderült: több baloldali vezető politikus cége is dolgozott korábban az atomerőmű-

vel kapcsolatosan, valamint az, hogy Mesterházy Attila francia céggel tárgyalt a bővítésről<sup>6</sup>. Paks 2-t összességében képtelenek voltak a Kormányváltók emberközeli problémaként bemutatni a választóknak. Míg az ukrán válság – hasonlóan más külpolitikai témákhoz – nem érintette a miniszterelnök támogatottságát/alkalmasságát. Orbán Viktor a legnépszerűbb pártpolitikusként vitte végig a kampányt.<sup>7</sup>

## **Nem valós problémákra reflektáltak**

A Kormányváltók képtelenek voltak azt a képet sugározni magukról, hogy értik a választópolgárok mindennapi gondjait. A legjobban mindezt a közmunkaprogram folyamatos támadása jelenítette meg. Míg a szocialisták megalázzónak és pótcselekvésnek mutatták be a közmunkások foglalkoztatását, addig a programban résztvevők pozitívan értékelték azt. Ugyanis nem csak hogy eredményesnek látták a közmunkát, hanem azt is pozitívként értékelték, hogy a segély dupláját vihették haza termelő munkával. De a közmunkaprogram csak az egyik olyan alapvetően baloldalinak mondható intézkedés, amelyet a Kormányváltók támadás alá vontak. Sikertelenül kommunikálták a bank- és multinacionális vállalatokra kivetett különadók kérdését, valamint a rezsicsökkentést is. A rezsicsökkentésre ismét kétféle választ adtak a baloldalon. Míg a szocialisták a jómódúaktól megvonták volna, addig az Együtt-PM kategorikusan meg kívánta szüntetni az intézkedést. Így nem mutattak egyéges képet, valamint igazolták a Fidesz által sugallt képet a „rezsiharcról”.

A már említett hitelességi deficit miatt volt sikertelen az állami földosztás körüli esetleges korrupció feltárása. A baloldali pártok jelentős lépéshátrányban voltak a kisteleplüléseken, amelyet elsősorban nyolcéves kormányzásokkal összefüggésben lehet értelmezni, valamint ide vezethető vissza beágyazottságuk hiánya is. Nyolc kormányzati évük során ugyanis pont ezeket a településeket érintették olyan ügyek, mint a kisposták bezárása, a vasúti szárnyvonalak felszámolása, az iskolabezárások, valamint az EU-s földtámogatások állami kiegészítésének visszatartása.

A baloldali kampányban nem jelent meg hangsúlyosan a devizahitelek problémája, ami hitelességi kérdésként is feltűnethető, mivel a szocialista kormányok alatt harapódzott el jelentős mértékben a hitelezés. Ugyanakkor a kormány nem tudott minden társadalmi rétegnek segíteni az árfolyamgát és végtörlesztés intézményével és pont a baloldal potenciális bázisa, az alsóbb társadalmi rétegek között nyílhatott volna tér a Kormányváltók előtt.

A jobboldal tehát nem kis részben köszönheti annak a sikert, hogy kihúzódott balra, elszívva a baloldal témáit, amellyel azt érte el, hogy az ellene irányuló potenciális protest szavazók vagy otthon maradtak, vagy a Jobbikot támogatták voksaikkal.

## **ÖSSZEGRÉS**

A 2014-es országgyűlési választási kampány jelentős hasonlatosságot mutatott a 2010-es kampánnyal a baloldal szempontjából. A Kormányváltók nem tudták átütően növelni

támogatottságukat, megerősíteni bázisukat. Elsősorban a korábbi nyolcéves kormányzásukkal összefüggő ügyekkel és személyi hátrányokkal kellett megküzdeniük. Ugyanakkor képtelennek bizonyultak arra, hogy adekváтан alkalmazkodjanak az új választási rendszerhez és annak sajátosságaihoz. A Fidesz folyamatosan tematizálni tudta a napirendet, dominálta a választási kampányt és alapvetően a kormányoldal szándéka szerint zajlottak a politikai folyamatok, váratlan eseményre, fordulatokra nem került sor.

## JEGYZETEK

- 1 Kósa András - M. László Ferenc: Gyurcsány milliárdos adósságát nyögi a zsugorodó MSZP. hvg.hu. 2014. 04. 22. Internetes forrás: [http://hvg.hu/itthon/20140422\\_MSZP\\_18\\_milliard\\_adossag](http://hvg.hu/itthon/20140422_MSZP_18_milliard_adossag)
- 2 Spirk József: Mesterházyt kivonták a forgalomból Simon miatt. index.hu. 2014. 02. 19. Internetes forrás: [http://index.hu/belfold/2014/02/19/mesterhazyt\\_kivontak\\_a\\_forgalombol\\_simon\\_miatt/](http://index.hu/belfold/2014/02/19/mesterhazyt_kivontak_a_forgalombol_simon_miatt/)
- 3 Szily László: Meg sem kell tartani a következő választást, máris győzött az E2VSZP-PMP-VSZ. 2013. 03. 08. Internetes forrás: <http://cink.hu/meg-sem-kell-tartani-a-kovetkezo-valasztast-maris-gyoz-451563836>
- 4 Nézőpont: Nincs kormányváltó hangulat. mno.hu. 2013. 12. 14. Internetes forrás: [http://mno.hu/magyar\\_nemzet\\_belfoldi\\_hirei/nezopont-nincs-kormanyvalto-hangulat-1200563](http://mno.hu/magyar_nemzet_belfoldi_hirei/nezopont-nincs-kormanyvalto-hangulat-1200563)
- 5 Egymásnak estek a szocialisták az atomerőmű miatt. index.hu. 2011. 12. 20. Internetes forrás: [http://index.hu/belfold/2011/12/20/szocialista\\_vita\\_a\\_paksi\\_eromu\\_bovitesi\\_korul/](http://index.hu/belfold/2011/12/20/szocialista_vita_a_paksi_eromu_bovitesi_korul/)
- 6 Paksról tárgyalt titokban Mesterházy az atomóriással. mno.hu. 2014. 02. 20. Internetes forrás: <http://mno.hu/belfold/paksrol-targyalt-titokban-mesterhazy-az-atomoriassal-1211806>
- 7 Medián: Fidesz-főlény, Orbán a második legnépszerűbb. mandiner.hu. 2014. 02 04. Internetes forrás: [http://mandiner.hu/cikk/20140204\\_median\\_folenyesen\\_vezet\\_a\\_fidesz\\_orban\\_a\\_masodik\\_legnepszerubb](http://mandiner.hu/cikk/20140204_median_folenyesen_vezet_a_fidesz_orban_a_masodik_legnepszerubb)

# Az üvegplafonon túl?

## A Jobbik országgyűlési választási kampánya

Szomszéd Orsolya

szomszed@nezopontintezet.hu

### BEVEZETÉS

A mögöttünk hagyott parlamenti ciklus egyik fő kérdése a Jobbik pártrendszerben betöltött szerepéhez kapcsolódott: enyhül-e a szélsőjobboldali párt radikalizmusa a parlamentben, képes-e tovább erősödni a Jobbik, vagy elérte növekedése határát, azt a bizonyos üvegplafont? A 2010-es választás után mind a lengyel mintájú, két nagy jobboldali párt versenyére épülő pártrendszer kialakulása, mind a Jobbik szerepét zárójelbe tévő, a korábbi két nagy blokk rendszerének visszatérését vizionáló forgatókönyv megvalósulása reális alternatívának látszott. Ugyan még két hasonló irányba mutató választás után sem tudunk végleges ítéletet mondani ebben a kérdésben, de a 2014-es választással egyelőre a hárompólusúvá váló pártrendszer nyert megerősítést, a Jobbik önálló pólust alkotó pozíciója megszilárdult. Ebben pedig jelentős szerepe volt a radikális párt kampánystratégiájának is.

Az elmúlt négy évben a Jobbik támogatottsága leginkább stagnált és többnyire a 10 százalékos sáv körül mozgott,<sup>1</sup> ám idén április 6-án mégis jobban szerepelt, mint a 2010-es választáson, és 160 ezerrel<sup>2</sup> növelte szavazóinak számát. Azaz a végeredményt tekintve elmondhatjuk, hogy sikeres volt a radikális párt választási kampánya, amit azonban a kitűzött célokhoz képest is szükséges értékelni. A Jobbik kampánystratégiáját ezért a *célmeghatározás – pozicionálás – tematika* hármas szempontrendszer mentén érdemes elemezni, rátérve a stratégiához választott kampányeszközök tárgyalására.

### RADIKALIZMUSBÓL A KORMÁNYZÓKÉPESSÉG FELÉ. A JOBBIK KAMPÁNYSTRATÉGIÁJA.

#### A cél a kormányzás

A Jobbik politikájának legfontosabb eleme a választás szempontjából kétségtelenül annak a stratégiai döntésnek a meghozatala volt, miszerint radikális pártból kormányzóképes alternatívává kíván válni. Számos korábbi példa mutatta, hogy komoly politikai sikert hozhat egy párt újrapozicionálása, ideológiai fordulata, vagy csak átmárkázása, brandf-rissítése. Persze ebben az esetben is kérdés, mennyiben beszélhetünk valódi tartalmi változásról, vagy csupán imázs váltásról van szó. Vona Gábor pártelnök egyértelműen stílusváltásról beszélt a Jobbik kapcsán,<sup>3</sup> ami jelzi a döntés nehézségét, hogy igyekeztek

egyfajta kompromisszumot kötni. A radikális és mérsékelt irány közötti dilemma végigkísérte a Jobbik négy évét, belső viták feszítették a pártot, majd a kampányban a látványos fordulatot a hangnem és a stílus finomodása jelentette. Ám akár követi ezt a jövőben gyökeresebb tartalmi változás is a Jobbik politikájában, akár nem, kétségtelen, hogy kampányuk egy nagyon tudatos és határozott stratégia mentén haladt.

A kormányzati pozíció megszerzésének célként való deklarálásával igen magasra helyezte a léceket a Jobbik saját maga számára. Ugyan már a 2010-es választások előtt is hangoztatták, hogy kormányra kerülnek, ám akkor ehhez még nem társult a kormányzóképes alternatívát építő stratégia. Fontos, hogy egy politikai erő reális politikai célokat tűzzön ki maga elé, így korántsem szokatlan, ha egy ellenzéki párt, amelynek egyedül nincs esélye a választási győzelemre, és nem koalícióképes egyik irányba sem, olyan elérhető célokat fogalmaz meg, mint például egy választói csoport parlamenti képviselője, vagy egy ügy, egy téma becsatornázása a politikába. Ettől függetlenül még beszélhet arról az adott párt, mit tenne kormányon az ország érdekében, a jövőbe helyezve kormányzati elképzeléseit. A Jobbik azonban olyan kijelentéseket tett, amelyek azt a reményt kelthették a szavazóikban, hogy elérhető cél a parlamenti többség megszerzése a 2014-es választáson. Ennek elmaradása joggal kelthetett csalódottságot a Jobbik táborán belül – ahogy ez a csalódottság megmutatkozott a pártvezetésen is a választás estéjén –, ám az ambiciózus cél kijelölése lehetőséget teremt egy hosszabb távú politikai tervezésre.

Amennyiben ugyanis a Jobbikban nem generál belső feszültséget a stratégiai fordulat, akkor jó esélye van arra, hogy továbbra is önálló pólushévíz erőként építse magát, radikális identitással, ám pacifikáló retorikával. A Jobbik koalícióképességének hiánya, az ideológiai távolság, a programok különbözősége és a Fidesz egysége okán a két párt közötti szövetség nem reális elképzelés, ám a két jobboldali párt versenyének megvalósulása a baloldal elhúzóó válsága esetén reális forgatókönyv marad.

## **„Új erő” újratöltve**

A 2009-es európai parlamenti választási kampányban a Jobbik az MSZP-t és a Fideszt egyaránt kritizáló „új erőként” pozícionálta magát, amely komoly szerepet játszott akkori és egy évvel későbbi sikerében. A 2010-es választás egyik legjelentősebb fejleménye kétségkívül a politikai paletta változása, a pártrendszer átalakulása volt. Az okok között volt a magyar politikai kultúrában gyökerező attitűdök érvényesülése, a társadalomban meglévő apolitikus hozzáállás és a cigányellenesség szerepe, amit az új bekerülők (előbbit az LMP, utóbbit a Jobbik) lovagoltak meg. A kormányzati teljesítmény megítélése ugyancsak erősen számított a pártválasztásban, és az újak preferálásában, hiszen az EP-választás tapasztalatai nyomán a választók elhitték, rájuk szavazva is büntethetik a kormányt voksuk elpazarolása nélkül. 2006-hoz képest eltérő jelenség volt továbbá, hogy személyek közötti küzdelemre nem került sor, Orbán Viktor komoly rivális nélkül maradt, és az aszimmetrikus helyzetben érvényesülhettek az újonnan érkezők. Összességében azonban kijelenthetjük, hogy a változásra, az innovációra való igény, a 2010 előtti politika elutasítása jelentős szerepet játszott



akkor a választói motivációkban. A régiek és az újak ellentéte, avagy az establishment / anti-establishment törésvonal határozta meg a pártválasztást, parlamentbe juttatva a Jobbikot és az LMP-t, megbontva a korábbi két nagy blokk rendszerét.

A 2014-es választásra készülve négy parlamentben töltött év után továbbra is a fennálló ellittel szemben határozta meg magát a Jobbik, arra alapozva öndefinícióját, hogy még nem töltött be kormányzati pozíciót. Olyan elsöprő erejű kiábrándultság és politikaellenesség, ami 2010-ben befolyásolta a választók magatartását, ugyan kevésbé volt tetten érhető, hiszen a kormányzó Fidesz-KDNP magabiztos fölénnyel vezetett a támogatottsági versenyben, ám a protest érzelmekre ezúttal is építhetett a Jobbik. A „van-e kormányváltó hangulat?” kérdésében bár megoszlottak a vélemények a kutatók, elemzők között<sup>4</sup> – elsősorban a baloldali ellenzék kampányolt azzal, hogy bár vezet a Fidesz, az emberek többsége kormányváltást akar –, ám valódi kormányzóképes alternatíva híján ez jóformán teoretikus kérdés maradt. Ugyanakkor a „valami ellen szavazás” ezúttal is érvényesülhetett, a baloldal válsága, botrányai és sokat bírált kampánya miatt az ellenzéki érzelmű szavazók egy része számára a Jobbik kínálhatott alternatív választási lehetőséget, mint protest párt.

### Régi témák áthangszerelve

Komoly előnynek számított a kampányban a baloldallal szemben, hogy a Jobbik képes volt saját témáival szerepelni a napirenden, és ezeket egyértelműen a párthoz kapcsolhatták a választók. Erre azért is volt lehetősége a radikális pártnak, mert nem fűződtek botrányok a nevéhez – ellentétben az MSZP-vel. A Jobbik tudatosan egy programközpontú, pozitív üzeneteket megfogalmazó kampányra törekedett, amely során elsősorban nem ellenfeleivel, hanem saját témáival foglalkozott, ami kampánya egyik fő erőssége volt.

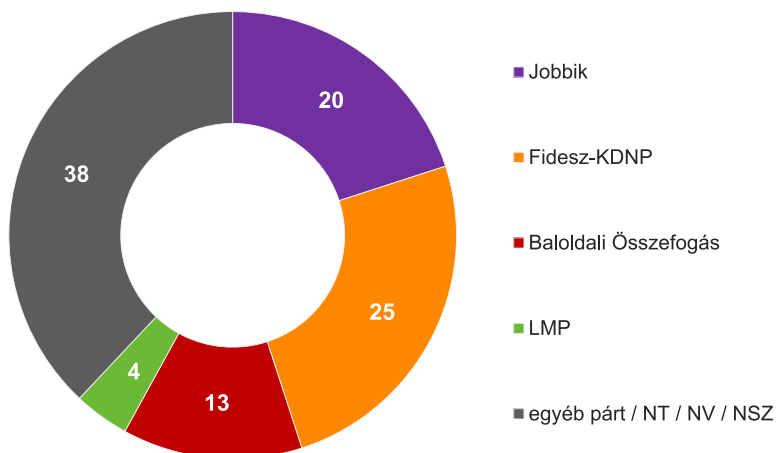
A témaválasztás tekintetében a Jobbik nem váltott, csak elhagyott egy korábban hangsúlyos elemet központi kampányából. Azaz a Jobbikos tematikában nem az volt elsősorban újszerű, amit magában foglalt, hanem, ami látványosan hiányozott belőle: a cigánybűnözés jelszava, amellyel a radikális párt anno az áttörést elérte. A témák stratégiai döntésnek megfelelő hangsúlyozása szorosan összefügg a Magyar Gárda háttérbe szorulásával.<sup>5</sup>

A Jobbik választási programja a rend – szociális biztonság – elszámoltatás korábbról már ismert hármására épült, vagyis legfeljebb a hangsúlyok változtak és szalonképebb lett a megfogalmazás. Vona Gábor február 15-én a Jobbik hivatalos kampánynyitó rendezvényén megélhetést, rendet és elszámoltatást ígért azoknak, akik „valódi változást” szeretnének az országban.<sup>6</sup> A *Kimondjuk, megoldjuk* címet viselő több mint 80 oldalas dokumentum<sup>7</sup> elején szerepel a Jobbik munkahelyteremtő elképzelése Hét vezér terv néven, majd következik a 60 lépés program a legsürgősebb megoldandó feladatokról (földvédelem, devizaválság, népességfogyás, fenntartható rezsicsökkentés, magyar-cigány együttélés, államadósság), végül az ágazati programok zárják a sort. Részletes programelemzésre jelen tanulmány nem vállalkozik, de az megállapítható, hogy a Jobbik értelemszerűen igyekezett minden területre kiterjedő cselekvési tervvel előállni, ezzel is kormányzóképeségét bizonyítandó, ám egyes ígérek megvalósíthatóságával kapcsolatban felmerülnek kérdések, ami épp az előbbi cél el-

érését gyengíti. Ilyen kevésbé reális programpont például a 18 éven aluliak számára ingyenes tömegközlekedés ötlete, de kivitelezhetetlennek tűnnek az áfacsökkenésre tett javaslatok, és az adóssághenyhítést célzó radikális eszközök sem életszerűek. Azaz az új szlogen második fele, miszerint „megoldják” a problémákat, a gyakorlatban még hogy kívánnivalót maga után.

Hagyományosnak számító témái mellett a Jobbik kampánytémává tette saját, a fiatalok körében mért népszerűségét is a trendivé válás jegyében. A Jobbik támogatottsága valóban sokkal magasabb a 18-29 éves korosztályban, mint a 60 év felettek körében.<sup>8</sup> Ugyanakkor a Magyar Ifjúság 2012 kutatás keretében feltett azon kérdésre, hogy „Melyik párt listájára szavazna?”, a megkérdezett fiatalok 66%-a nem válaszolt, ami egyértelműen jelzi: a fiatalok körében a pártpolitikából való kiábrándultság a domináns attitűd. A pártpreferenciáját bevalló, rendkívül szűk, de politikailag aktív rétegen belül viszont a Fidesz magasán az első helyen végzett, 10 százalékkal megelőzve a Jobbikot, majd az MSZP, az LMP és a DK következett. Ez a sorrend tükrözi a teljes lakosságban mért adatokat, ugyanakkor az arányok tekintetében jóval magasabb a korosztálon belül a Jobbik támogatottsága, mint a teljes lakosság körében. Azt azonban nem igazolják az adatok, amit a Jobbik hangoztatott a kampányban, miszerint a legnépszerűbb párt a fiatalok körében. Habár kétségtelenül a Jobbik tábora a legfiatalabb összetételű (szimpatizánsainak több mint fele negyven év alatti), de a huszonévesek körében legfeljebb a második legnagyobb erő, a Fidesz-KDNP mögött.<sup>9</sup>

### 1. ÁBRA: PÁRTPREFERENCIA A 18 ÉS 29 ÉV KÖZÖTTIEK KÖRÉBEN



az adatok forrása a Nézőpont Intézet 2014 március és április havi reprezentatív kutatásainak kumulált, 5000 fős adatbázisa

A pártok Európai Unióhoz való viszonya is témává tudott válni a kampányban – ami összefügg az európai parlamenti választások közelségével – miután a Jobbik az uniós tagságot „feszégető” népszavazást kezdeményezett.<sup>10</sup> A Jobbik korábbi radikális

EU-ellenes álláspontja mára retorikailag mérséklődött, de továbbra is az egyetlen eu-roszkeptikus parlamenti erő, ezzel határozottan megkülönbözteti magát a többiektől. A 2004-ben még listát sem állító, csatlakozást ellenző párt az elmúlt négy év során is megkérdőjelezte az EU létének értelmét,<sup>11</sup> ám – nyilvánvalóan mérséklődő politikájával összefüggésben – mára elsősorban az uniós intézményrendszert kritizálja a magyar föld ügyének exponálásán keresztül.

## RÉGI ARCOK, ÚJ ARCULAT. A JOBBIK KAMPÁNYESZKÖZEI

### **Professzionizálódás, perszonalizáció**

A Jobbik a kormányzóképes alternatíva építését szolgáló stratégiai fordulatnak rendelte alá kampánya formai elemeit, az üzenetek megjelenítését. Komoly kihívást jelentett a *Kimondjuk, megoldjuk* jelszavával kampányoló, magát továbbra is új erőként pozicionáló párt számára, hogy korábbi radikális mondanivalóját úgy csomagolja, hogy a választók szélesebb körben azonosulhassanak vele, de közben mégse tűnjön túl puhának a Jobbikra ideológiai alapon szavazók számára.

A fordulat gyakorlati megvalósításának egyik módja nyilvánvalóan az, ha azt szervezeti értelemben is végrehajta az adott párt, centralizációval, személyi változásokkal, stb. Az induláskor még erősen mozgalmi jegyeket magán viselő, legfeljebb csak kívülről egységes<sup>12</sup> Jobbik lényegesen professzionálisabb párttá vált, ami a 2014-es jelöltállításnál is megmutatkozott. 2010-ben a média sokat foglalkozott<sup>13</sup> a Jobbik jelöltlistájának „sokszínűségével”, a jelöltek múltjával, ügyeivel, míg idén ez kevésbé kapott teret és inkább az egyéni jelöltek kicserélődésén volt a hangsúly. A személyi változtatásokat persze önmagában az is indokolta, hogy kevesebb, 106 egyéni választókerületi indulót kellett csatasorba állítani, de mindenképpen sokatmondó, hogy közülük 52 új jelölt volt. Ennek bár számos oka lehet, akár belső hatalmi harcok is eredményezhették, látható volt a konszolidációra való törekvés a jelöltállításnál, ami centralizáltabb működésre utal. Azaz bár a Jobbik vezetése nem változott – megfogytakozott parlamenti képviselőcsoportjában is csak egy új arc van<sup>14</sup> –, a helyi kampányokban főszerepet játszó egyéni jelöltek jelentősen kicserélődtek.

Egy új parlamenti pártnál persze egyáltalán nem szokatlan a személyi fluktuáció, a Jobbik frakciójából, illetve a pártból a mérsékelt és a radikális irányvonal közti ellentét okán többen távoztak a ciklus során. Sőt a párt esetleges szakadásáról is többször felröppentek hírek, ám ez nem következett be, a pártelnök vezető szerepe sem kérdőjeleződött meg. Vona Gábor pozíciója megerősödött,<sup>15</sup> személye középpontba került a kampányban. A pártelnök nemcsak a plakátok főszereplője volt, de álhúhás országjárás keretében hétköznapi emberek bőrébe bújva közvetlenül kampányolt, az „egy közületek” üzenetet közvetítve.<sup>16</sup> A fiatalos stílus mellett tehát a Jobbik nem nélkülözte kampányából a populista elemeket sem. Emellett Vona Gábor a legnépszerűbb ellenzéki politikusként pozicionálta magát, amit közvélemény-kutatással is alátámaszthatott.<sup>17</sup> A pártpreferencia adatok szerint a radikális párt nem vált második erővé

a ciklus végére, de Vona Gábor mint a Jobbik miniszterelnök-jelöltje versenyképes kihívóként igyekezett megjelenni, ennek érdekében hívta ki nyilvános vitára Orbán Viktor kormányfőt is.

## **Bulvárosodás, néppárti törekvések**

A ciklus közben a választók számára szinte teljesen láthatatlan Jobbik a kampányidőszakban látványos plakátokkal, erős utcai aktivista-jelenléttel, és a közösségi média intenzív használatával hívta fel magára a figyelmet. Míg a baloldali pártok csak nagyon későn állapotok meg arról, hogy egyáltalán milyen konstrukcióban vágnak neki a választásnak, a Jobbik kampánya korán elstartolt. Mind a fiataloknak szóló „A jövőt nem lehet megállítani!” elnevezésű plakátkampány, mind Vona Gábor álrühás országjárása 2013 őszén indult.<sup>18</sup>

Ahogy az már említésre került, a Jobbik mérsékelt fordulata kampánya technikai eszközein keresztül, azon belül is a plakátokon, kampányfilmekben érvényesült a leglátványosabban. A célközönség megválasztása is rendkívül tudatos és professzionális volt: a fiatalok után a családokat állította fókuszba a Jobbik, akik a hozzájuk szóló üzenetekkel könnyen azonosulhattak – ahogy az a köztudatba bevonult – a „Benetton-reklámos” stílusnak köszönhetően.<sup>19</sup> A korábban Jobbikhoz kapcsolódó radikális, militáns megjelenési forma helyett a párt világos, egyszerű üzeneteit népi motívumok és rendkívül színes, fiatalos, modern fotók kíséretében közvetítette a plakátokon. A Jobbik is felfedezte a személyes hangvételt és a „szerethetőség”, vagy másképp fogalmazva a bulváros stílus fontosságát, ezt mutatják a kisállatokat szerepeltető reklámfilmek, fotók. Vona Gábor egyre többször hangoztatta a Jobbik néppárti jellegét, szoros összefüggésben a kormányzóképeséssel.<sup>20</sup> Ez a változás azonban főleg az országos kampányban volt szembeötlő, hiszen helyi szinten, a vidéki fórumokon visszaköszöntek a Jobbik politikájának régi elemei is.<sup>21</sup> Vagyis a konszolidáció mellett a Jobbik-tábor radikális magjának szélsőséges megnyilvánulásai továbbra is megjelentek a vidéki kampányokban. Általában egyfajta kettősség jellemezte a párt kampányát: a Jobbik vezetése a régi arcokból áll, míg egyéni jelöltjei jelentősen kicserélődtek, üzenetei, plakátjai új szavazókat kívántak megszólítani, de a nagygyűlések törzsközönsége a korábbi időket idézte.

Változatlanul erősen épített a Jobbik a közösségi médiára, a pártok közül a legtöbb követővel a Jobbik rendelkezik a Facebook-on, míg Vona Gábornak van a második legtöbb lájkolója.<sup>22</sup> Ez persze összefügg azzal, hogy elsősorban a fiatalok használják aktívan az internetet, ami továbbra is fontos mobilizációs eszköze a radikális pártoknak. Emellett azonban komoly hangsúlyt fektettek a hagyományos mozgósításra is, az utcai aláírásgyűjtések alkalmával számos fiatal aktivistát lehetett látni a párt mellett.

## **ÖSSZEGRÉS**

A Jobbik parlamenti aránya ugyan csökkent, a mandátumok elosztását tekintve rosszabbul járt, mint négy évvel ezelőtt, a radikális pártra leadott szavatok száma azonban 160 ezerrel nőtt, és 4 százalékponttal jobb eredménnyel végzett listán, mint 2010-ben. Deklarált célját bár nem érte el, a „Győzzön a Jobbik” szlogen nem realizálódott, és a baloldal

legyőzése, a második erővé válás sem sikerült (ami belső elvárás lehetett), a közéleti diskurzusok mégis a Jobbik erősödéséről, a szélsőjobb sikeréről szóltak. Ez pedig nagyrészt hatásos kampányának köszönhető, amely a kormányzati alternatívát építő, mérsékelt fordulat megvalósítását szolgálta.

Ennek a kampánynak egyik erőssége volt a korai indulás, a saját témák exponálása és a botrány típusú ügyek hiánya. A Jobbiknak kedvezett a baloldal válsága és a Fidesz magabiztos fölénye, hiszen választható alternatívát kínált az ellenzéki érzelmű szavazóknak, de a csalódott jobboldaliak is szavazhattak rá, anélkül, hogy a kormányváltást kockáztatták volna. A Jobbikot segíthette az is, hogy a választás időpontjához közeledve a közvélemény-kutatók<sup>23</sup> a radikális párt erősödéséről számoltak be, ami felbátoríthatta a rejtőzködő szimpatizánsokat, illetve maga az erősödés részben a párt mérséklődésének volt köszönhető.

Hátrányban volt viszont a Jobbik abból a szempontból, hogy továbbra is kevesebb szereplési lehetőséget kapott a médiában.<sup>24</sup> Ebben azonban változást hozhat a Jobbik 20 százalékos választási eredménye. A baloldal egy része (saját kudarcát is mérlegre téve) felhagyott a Jobbikkal szembeni bojkottpolitikával és a nyilvános vita szükségességét hangoztatta.<sup>25</sup> Ez lehetőség és kockázat is egyben a Jobbik számára, attól függően, hogyan szerepel a vitákon és hogyan fogadja azt a közvélemény. Ahogy az EP-választás is lendületet adhat a pártnak, ha megismétli korábbi eredményét, illetve megelőzi a baloldali pártokat, ellenkező esetben azonban a Jobbik stratégiai fordulata léket kaphat, és az üvegplafon áttörése újra a távolba kerül.

## JEGYZETEK

1 [http://kozvelemenykutatok.hu/wp-content/uploads/2014/01/jobbik\\_osszes.png](http://kozvelemenykutatok.hu/wp-content/uploads/2014/01/jobbik_osszes.png)

2 A Jobbik országos listájára 1 017 550 hazai szavazat érkezett, míg 2010-ben 855 436 listás szavazatot kapott. Forrás: [valasztas.hu](http://valasztas.hu)

3 „... a Jobbiknak a tartalmi radikalizmusát meg kell őrizni, de stílusváltásra van szükség. Ugyanis nem az a baj az üzeneteinkkel, hogy ne lennének azokra fogékonyak az emberek, hanem az a baj velük, hogy sokszor nem tudjuk őket olyan stílusban előadni, képviselni, amely befogadhatóvá tenné őket. Egyszerűen stílusbeli akadályokon kell átrágnunk magunkat, hogy a programunk, a tartalmi mondanivalónk eljusson az emberekhez. Ha megnézi az elmúlt fél évnék a történetét, az bizonyos értelemben erről a stílusváltásról szól.” – mondta Vona Gábor egy interjújában az Origónak. (<http://www.origo.hu/valasztas2014/20140403-valasztas-2014-interju-vona-gaborral-a-jobbik-elnokevel.html>)

4 A Nézőpont Intézet márciusi kutatásában mindössze 27 százalék szerette volna, hogy a 2014-es választásokon Orbán Viktor kormánya megbukjon, és 53 százalék nem támogatta ezt a forgatókönyvet. (Heti Válasz, XIV. évfolyam, 14. szám, 2014. április 3.) A Medián márciusban publikált kutatása szerint minden második válaszadó szerette volna, ha az áprilisi országgyűlési választás kormányváltást hoz. (<http://www.origo.hu/itthon/20140306-median-minden-masodik-valaszto-kormanyvaltast-szeretne.html>)

- 5 A 2009-ben betiltott Magyar Gárda utódszervei eljelentéktelenedtek, látszólag eltávolodtak a Jobbiktól.
- 6 <http://jobbik.hu/hireink/aki-valtozast-akar-az-jobbikos>
- 7 [http://jobbik.hu/sites/default/files/cikkcsatolmany/kimondjukmegoldjuk2014\\_netre.pdf](http://jobbik.hu/sites/default/files/cikkcsatolmany/kimondjukmegoldjuk2014_netre.pdf)
- 8 Oross Dániel: Társadalmi közérzet, politikához való viszony. In: Magyar Ifjúság 2012 tanulmánykötet (Székely szerk.)
- 9 Molnár Csaba Gábor: Nem a Jobbik a legnépszerűbb a fiatalok körében  
[http://mandiner.hu/cikk/20131007\\_molnar\\_csaba\\_gabor\\_nem\\_a\\_jobbik\\_a\\_legnepszerubb\\_a\\_fiatalok\\_koreben](http://mandiner.hu/cikk/20131007_molnar_csaba_gabor_nem_a_jobbik_a_legnepszerubb_a_fiatalok_koreben)
- 10 [http://www.valasztas.hu/hu/ovb/734/734\\_0.html](http://www.valasztas.hu/hu/ovb/734/734_0.html)
- 11 Vona Gábor 2011-es parlamenti felszólalásában kijelentette, hogy „az Európai Unió megmenthetetlen” és szerinte népszavazásra lenne szükség arról, hogy van-e még helye Magyarországnak az Unióban.  
[http://jobbik.hu/rovatok/jobbik\\_aktu%C3%A1llis/vona\\_g%C3%A1bor\\_n%C3%A9pszavaz%C3%A1st\\_kell\\_tartani\\_magyarorsz%C3%A1g\\_eu\\_tags%C3%A1g%C3%A1r%C3%B3l](http://jobbik.hu/rovatok/jobbik_aktu%C3%A1llis/vona_g%C3%A1bor_n%C3%A9pszavaz%C3%A1st_kell_tartani_magyarorsz%C3%A1g_eu_tags%C3%A1g%C3%A1r%C3%B3l)
- 12 <http://nezopontintezet.hu/aktualis/a-jobbik-kilenc-toresvonala/>
- 13 <http://hetivalasz.hu/itthon/a-jobbik-enjei-26787/>
- 14 A Jobbik 23 parlamenti képviselője közül egyedül Ander Balázs nem volt tagja korábban az Országgyűlésnek.
- 15 [http://index.hu/belfold/2012/05/19/vona\\_maradt\\_a\\_jobbik\\_elnoke/](http://index.hu/belfold/2012/05/19/vona_maradt_a_jobbik_elnoke/)
- 16 A Jobbik elnöke többek közt betegszállítóként, pincéerként, bolti eladóként és közmunkásként is dolgozott áruház országjárása során különböző településeken.
- 17 <http://vonagabor.hu/content/vona-g%C3%A1bor-legn%C3%A9pszer%C5%B1bb-el-lenz%C3%A9ki-politikus>
- 18 A jövőt nem lehet megállítani című kampány kisfilmje: <http://www.youtube.com/watch?v=NsgMVuzvJl>
- 19 <http://jobbik.hu/hireink/csaladosokat-szolitja-meg-jobbik-januari-kampanya>
- 20 [http://mandiner.hu/cikk/20140320\\_vona\\_szerint\\_egyre\\_neppartosabb\\_a\\_jobbik](http://mandiner.hu/cikk/20140320_vona_szerint_egyre_neppartosabb_a_jobbik)
- 21 <http://jobbik.hu/hireink/doni-attoresre-emlekezett-jobbik-es-az-umgm-pakozdon>
- 22 A Közösségi kalandozások nevű online tévé és a MediaQ közös kutatása: <http://www.hirado.hu/2014/04/03/orban-viktornak-es-a-jobbiknak-van-a-legtobb-kovetoje-a-facebookon/>
- 23 <http://kozvelemenykutatok.hu/erosodott-a-fidesz-a-jobbik-es-az-lmp-ipsos/>
- 24 A TV2 és az ATV hírműsoraiban alulreprezentált volt a Jobbik, a többi csatornán is az LMP-hez hasonló megjelenésszámokat produkált. (Az ATV EP-választási műsorában már szerepeltette a Jobbikot.)  
[http://nezopontintezet.hu/files/2014/04/Nezopont\\_Intezet\\_hiradoelemzes.pdf](http://nezopontintezet.hu/files/2014/04/Nezopont_Intezet_hiradoelemzes.pdf)
- 25 Az Együtt-PM a Jobbikot is meghívta az általa kezdeményezett EP-vitára. <http://parbeszed-magyarorszagert.hu/hir/ep-vitat-kezdemenyez-az-egyutt-pm>

# A baloldal alternatívája?

## Az LMP országgyűlési választási kampánya

Törteli István

torteli@nezopontintezet.hu

### BEVEZETÉS

A 2010-es választások során új belépőként helyet kapott az Országgyűlésben a Lehet Más a Politika (LMP) is, ugyanakkor már négy éve is kérdéses volt, hogy képes lesz-e a párt a következő választáson is megugrani a léctet, vagy csupán egy egyciklusos történetről van szó.

Az LMP az egész ciklus során a bejutási küszöb körül ingadozott<sup>1</sup>, pedig 2012-ben Schiffer András már úgy nyilatkozott, hogy „nem az a kérdés 2014-ben, hogy benn tudunk-e maradni a parlamentben, hanem hogy megnyerjük-e a választást”<sup>2</sup>. A kampányban azonban ismét az 5 százalékos küszöb megugrása lett a kimondott cél, amely kórét a párt felépítette stratégiáját.

### AZ LMP HELYZETE

Ha a szervezeti szintet vizsgáljuk, biztosan kijelenthetjük, hogy az LMP volt az a parlamenti formáció, amely a legnehezebb helyzetből vágott neki az országgyűlési kampánynak. 2013 januárjában kettészakadt a párt, 8 képviselő kivált, akik miatt ideiglenesen<sup>3</sup> meg is szűnt a frakció. A szakadással együtt nem csak több, országosan is ismert politikus távozott, hanem a tagok és aktivisták közül is sokan elhagyták addigi pártjukat.

Az LMP szempontjából tovább bonyolította a helyzetet, hogy a pártszakadással együtt megalakult a Párbeszéd Magyarországért Párt (PM) is, amelyben a korábbi politikusaik hasonló értéket képviseltek, mint az LMP, viszont szövetségre léptek Bajnai Gordon pártjával, azon keresztül pedig a választás előtt az MSZP-vel, a Demokratikus Koalícióval, és a Magyar Liberális Párttal. Ennek nyomán versenyhelyzet alakult ki, egy másik szereplő is hasonló „termékkel” kívánt betörni ugyanarra a piacra, ugyanakkor teljesen más volt a pártstruktúrában elfoglalt helyzete. Az értelmezési versenyben a zöld szempontokat korábban az LMP jelenítette meg, míg a PM színrelépésével már ők is megpróbálták magukhoz kötni e témákat.

Az LMP országosan ismert távozói (Szabó Tímea, Jávor Benedek, Karácsony Gergely) mellett a maradó politikusok közül szintén többen hátráléptek a választás előtt. Különböző okoknál fogva nem vett részt a választáson sem Ertsey Katalin, sem Osztyokán Ágnes, sem

pedig Vágó Gábor. A szervezeti oldalról fakadó nehézségeket csak tetőzte, hogy az LMP-t megalakulása óta irányítási nehézségek is jellemezték<sup>4</sup>, a bázisdemokrácia operatív ügyekben nehézkes vezetéshez vezetett.

Sok tekintetben ugyanakkor jóval kedvezőbb volt a párt helyzete, mint a korábbi választás alkalmával. Parlamenti pártként jóval nagyobb médiafelületet kaptak a párt politikusai a teljes ciklus és a kampány során is, anyagi helyzetük stabilabb lett, köszönhetően a 2010-es eredménynek, amelyek miatt párttámogatásra lettek jogosultak.

A legfontosabb különbség azonban, hogy az LMP nem új kihívóként indult el a választáson, nem az ismeretlenségből tört elő. A Lehet Más a Politika „márkát” már nem kellett bevezetni a piacra, és jelentős átpozicionálásra sem volt szükségük, azonban vezető politikusaik és programjuk alig volt látható a nyilvánosság számára.

Összességében tehát bizonyos szempontok alapján az LMP jobb helyzetből vágott neki a 2014-es választási kampánynak, de mindazok mellett számos olyan tényező is megjelent, amely jelentősen megnehezítette a zöldpárt számára a kampányt. E feltételek mellett kellett olyan stratégiát alkotni, amely alkalmas lehet arra, hogy bejuttassa a pártot az Országgyűlésbe. E stratégia azonban nem a kampányidőszakban született meg, gyökerei már a párt alapításának időszakában is megjelentek.

## AZ LMP STRATÉGIÁJA

Az LMP kampányának alapját három fő sajátosság határozta meg, három elem, amelyre tudatosan építettek, és minden bizonnyal a jövőben is építeni fognak. Ezek a tényezők szorosan összefonódnak egymással, a párt több éve tartó következetes arculatépítését és pozicionálását mutatják. A következő három pillérre épült a kampány, ezeket viheti tovább a 2014-ben induló ciklusban is:

1. **Zöldpártiság.** A párt megalakulása óta következetesen viseli a zöldpárti arculatot, és szándékosan foglalta el a magyar pártrendszer-struktúrában ezt a korábban betöltetlen helyet. Ez a jellemző egyértelműen az LMP-kampány egyik erőssége volt, hiszen a „zöld” mint fogalom, és mint szín is teljesen az LMP-hez kapcsolódott, annak ellenére, hogy a Párbeszéd Magyarországért szintén igyekezett magához kötni az ilyen jellegű témákat, például a paksi bővítés kapcsán.

A „zöld” ugyanakkor nemcsak a környezetvédelmi szempontokat jelenti a párt számára, hanem egy annál komplexebb ideológiai keretet, amely a fenntarthatóságra épül. Ahogy a későbbiekben látható, kampányuk első szakasza az ebből fakadó főbb célok és üzenetek kommunikálásáról szólt, hiszen széles választóközönség számára kellett bemutatni, miért dolgozik a párt, hiszen programjuk szinte teljesen ismeretlen a választók előtt.

A zöldpártiság a kampányban hangsúlyosan visszaköszönt mind a megfogalmazott üzenetek és szlogenek, mind pedig a vizuális megjelenés tekintetében. Egyik vezető kam-



pányszlogenjük „A jövő zöld” üzenet volt, amely egyszerre jelenti az új értékek és szempontok fontosságát, de ezzel párhuzamosan utal magára a pártra is.

2. **Anti-establishment jelleg:** Az „Új az irány” üzenet utal a párt anti-establishment vonására is. A 2010-es jó szereplés egyik magyarázata volt, hogy az LMP – hasonlóan a Jobbikhoz – nem csak egy-egy párttal, hanem a teljes akkori elittel szemben lépett fel. A párt a 2014-es kampányban is újra visszanyúlt ehhez az üzenethez, továbbra is a politikai elittel szemben határozta meg önmagát. Ugyanezt a gondolatot jeleníti meg a „tisza erő” kifejezés is.

Emellett erősen építi a párt a korrupcióellenes erő arculatát, amely megnyilvánult a ciklus során képviselt témákban, akciókban is.

Az elittel szembeni önmeghatározás ugyanakkor nemcsak a kormánypártokkal szembeni alapállást jelent, hanem egyúttal a többi ellenzéki párttól is elhatárolódott Schiffer András pártja. Egyértelműen a kampány és az azt megelőző időszak legfontosabb stratégiai döntése volt a zöldpárt részéről, hogy nemet mondott bármilyen formában a baloldali összefogásban történő részvételre, ezzel biztosítva önállóságát, valamint alternatívát kínálva azon baloldali szavazóknak, akik különböző okoknál fogva nem akarták támogatni a létrejött szövetséget. E döntéssel az LMP egy olyan pályára állt, amelyből hosszútávon is tud építkezni, ugyanakkor azt is magával hozta, hogy az összefogásban részt vevő szereplők számára az LMP az egyik legjelentősebb ellenfélle vált.<sup>5</sup>

Az ökopárt hosszú távú stratégiája szerint nem csak a kormánypártok kihívója akar lenni, hanem egyúttal a jelenlegi baloldali pártok alternatíváját is meg akarja jeleníteni.

3. **Ellenzéki szerep:** Az LMP volt a parlamenti pártok közül az egyetlen, amelyik nem a kormányra kerülés ígéretével és célkitűzésével vágott neki a '14-es választásnak, hanem egyértelműen ellenzéki szerepre készült. Például a választási kampányvideójukban<sup>6</sup> fő üzenetként jelent meg, hogy csak az LMP biztosíthatja a kontrollt 2014 után, csak az LMP a „tudatos” ellenzék. Ezzel a hozzáállással függ össze az is, hogy a pártnak nem volt miniszterelnök-jelöltje.

Parlamenti pártként tudatosan az ellenzéki szereppel kampányolni sok esetben rendkívül kockázatos taktika, hiszen elriaszthatja azokat a potenciális szavazókat, akik azért szavaznának az pártra, mert valamilyen formában kormányon akarják látni őket. Ugyanakkor, ha egy párt irreális célkitűzéseket fogalmaz meg, majd a választások során a várakozásokkal szemben rosszabb eredmény születik, az könnyen visszaüthet. Erről az oldalról közelítve meg ésszerű döntés volt az LMP részéről ellenzéki szereppel kampányolni, valódi piaci igényt elégítettek ki.

## AZ LMP KAMPÁNYÁNAK SZAKASZAI ÉS JELLEMZŐI

Az LMP kampányát két részre bonthatjuk: a január-februári időszak a párt bemutatásának és ismertségük növelésének időszaka volt, amelyet összefoglalóan arculati kampánynak,

imázsépítésnek nevezhetünk, míg március hónap a párt további népszerűsítésének időszak, és a mozgósítás volt.

## **I. szakasz: az imázsépítés**

Ugyan a fentiekből kiderült, a párt egyik jelentős előnye volt, hogy parlamenti pártként vágott neki a választásoknak: az LMP – mint párt – többé-kevésbé ismert volt a választók előtt. Ez azonban nem azt jelenti, hogy programja vagy jelöltjei is országosan ismertek lettek volna, főképp azok után, hogy több, a nyilvánosság előtt sokat szereplő politikusuk nem indult a választásokon.

Ennek nyomán az LMP kampányának első szakaszában a jelöltjeinek és üzeneteinek bemutatására koncentrált.

Az egyik megoldandó feladat az volt, hogy találjanak olyan jelölteket, támogatókat, akik országosan is ismertek, akik arca és neve összeforrhat a zöldpárttal, képesek áttörni a média ingerküszöbét is, valamint tovább erősíthetik a párt karakterét a választók előtt. Január közepén derült ki, hogy a párt színeiben indul képviselőjelöltként Hadházy Ákos, volt fideszes önkormányzati képviselő, aki a trafikpályázatok bírálójaként szerzett ismertséget, illetve Nagy Bandó András humorista is, így segítve a párt országos támogatottságának javulását. Az országosan ismert egyéni jelöltek bemutatása nem elsősorban a helyi szavazók miatt volt fontos – hiszen várható volt, hogy nem fognak egyéni mandátumot szerezni –, hanem az országos listás voksok miatt, mivel az utolsó pillanatig kérdéses volt, elérje-e az LMP az 5 százalékos küszöböt.

A jelöltek mellett a párt szempontjából a legfőbb probléma, hogy a társadalom kevésé volt tisztában a zöldpártiság mibenlétével, pontos programjukkal.

A párt kampányának első szakasza tehát nemcsak a jelöltek bemutatásáról szólt, hanem főbb célkitűzéseik világossá tételéről is. Ennek legfontosabb eszköze az „Ezért dolgozik Magyarország zöld pártja” plakátsorozat volt. A plakátok egyszerű, egy-két szavas formában fogalmazták meg, melyek azok a célok, amelyeket a párt képviselni kíván. Szerepelt a plakátokon például a korrupcióüldözés, a vállalkozások támogatása, de az energiakérdés is.

Azonban ezek az üzenetek nem konkrét programpontok, túl általánosak, nem jelentenek markáns eltérést a többi párt üzenetéhez képest, vagyis a választók ezekből rendkívül keveset tudhattak meg az ökopárt célkitűzéseiről. Másrészt vizuális megjelenésük miatt is nehezen voltak értelmezhetőek ezek a plakátok.

## **II. szakasz: Mobilizációs szakasz**

A második szakasznak a márciusban utcára került plakátokat tekinthetjük, amelyek már nem célkitűzéseket fogalmaztak meg, hanem az LMP szlogenjeit jelenítették meg: ekkor került az utcára a „A jövő zöld” plakát Szél Bernadettel, illetve a „Megbízható, tiszta erő” feliratú, amelyen a szlogenen túl csak az LMP logója és a zöldalma kapott helyet.

Ezek a plakátok elsődleges célja nem az ismertség növelése volt, hanem az, hogy a szavazók számára kifejezzék: valós alternatíva az LMP, vagyis mozgósítsák potenciális választóikat.

Ebben a szakaszban jelent meg a zöldalma, mint az LMP új szimbóluma, amely központi helyen szerepelt a plakátokon és a párt kampányvideójában is. A zöldalma jól illeszkedik az ökopárt arculatához, illetve egy állandó jelképet jelenthet a párt számára, amely alapján a választók az LMP-re asszociálhatnak.

Egy másik fontos „újjítást” kell itt megjegyezni. Ekkor tűnt fel Szél Bernadett a plakátokon, de nem mint miniszterelnök-jelölt, hanem mint társelnök. A politikusnő szerepeltetése mögött két szempont húzódnak meg: egyrészt ezzel is segítik országos ismertségének növekedését, másrészt pedig azokat a szavazókat szólíthatja meg, akik több női politikust szeretnének az Országgyűlésbe. E taktika némiképp a többi vezető párttól is megkülönbözteti az LMP-t, hiszen más pártok kampányára nem volt jellemző, hogy női politikusok jelentek volna meg vezetőként. Ez alól Szabó Tímea, a PM politikusa jelent kivételt. Összességében az LMP így tudta áthidalni azt az ellentétet, ami a perszonalizáció fontossága és aközött feszült, hogy nem nevezett meg miniszterelnök-jelöltet.

## ÖSSZEFOGLALÁS

A fentiekben összefoglaltuk, milyen volt az LMP helyzete a választások előtt és alatt, melyek voltak stratégiájának alapjai és kampányának főbb jellemzői.

Egyértelműen kirajzolódott a folytonosság a 2009/2010-es és a 2014-es kampány üzenetei esetében, amely jellemző abból fakadt, hogy a párt kitartott korábbi politikája mellett, hasonló stratégiával vágott neki az idej választásnak is.

A pártrendszer alakulása választút elé állította az LMP-t: bekapcsolódnak valamilyen baloldali összefogásba, vagy önállóan indulnak el a '14-es választáson. A párt az önállóság mellett döntött, amellyel meghozta eddigi pályafutása legfontosabb stratégiai döntését, ami az elkövetkezendő éveket is meghatározza. A párt ennek nyomán tudatosan helyezkedett szembe mind a kormánypártokkal, mind pedig a többi baloldali párttal. A 2014-es kampány legfontosabb hozadéka ennek a szembenállásnak az „intézményesítése”.

A célok oldaláról közelítve meg az LMP kampánya sikeresnek mondható: ugyan az optimista 8-10 százalékos eredmény elmaradt<sup>7</sup>, de az alapvető elvárásuk teljesült, sikerült újra megugrani a parlamenti küszöböt, „átmenni a tú fokán”<sup>8</sup>. Az 5,34 százalékos eredmény ugyanakkor rosszabb, mint a 2010-es 7,48 százalék, miközben a baloldali összefogás listán több szavazatot kapott, mint 2010-ben az MSZP. Vagyis nem indokolatlan elgondolkozni azon a felvetésen, lehetett volna-e jobb az LMP eredménye? Természetesen sosem tudjuk meg a választ, azonban egy másik kérdéshez elvezet: ki

tudja-e használni a következő választásig hátralévő időt az építkezésre? Egy biztos: a jövő alapját a választott stratégia lerakta, az irány adott, attól nehéz lesz eltérni.

## JEGYZETEK

- 1 Részletes adatokért lásd: [kozvelemenykutatok.hu](http://kozvelemenykutatok.hu)
- 2 hvg.hu: Schiffer: az a kérdés, megnyeri-e az LMP a 2014-es választást, 2012.04.25. [www.hvg.hu/itthon/20120425\\_lmp\\_schiffer\\_program](http://www.hvg.hu/itthon/20120425_lmp_schiffer_program)
- 3 2013. szeptember 1-én alakult újjá az LMP parlamenti frakciója.
- 4 Schiffer András: „2008 óta hurcolunk magunkkal egy olyan szerkezetet, ami a bázisdemokrácia teljes félreértésén alapul. A politikai mondanivaló megfogalmazásánál van helye a bázisdemokráciának, de mondjuk pénzügyi, szervezeti működtetési kérdésekben ez eléggé mókás. Nincsenek megoldva a hatékony irányítás kérdései, ezt rövidek kell zárni”. [origo.hu](http://origo.hu): Mostantól vagy mi ellenőrizzük a kormányt, vagy senki - interjú Schiffer Andrással, 2014.04.05. [www.origo.hu/valasztas2014/20140402-interju-schiffer-andrassal-az-lmp-tar-selnokevel.html](http://www.origo.hu/valasztas2014/20140402-interju-schiffer-andrassal-az-lmp-tar-selnokevel.html)
- 5 Például Bajnai Gordon: „Az LMP nem csatlakozott ehhez a kormányváltáshoz, és most ilyen értelemben ezen a választáson elválík a búza az ocsútól. Aki a kormányváltáshoz csatlakozott, a megoldás része, megoldást kínál a választók problémájára, az összes többi párt az a probléma része”. [mno.hu](http://mno.hu): Bajnai: Az LMP az ocsú része, 2014.04.03. [www.mno.hu/ahirtvhirei/bajnai-az-lmp-az-ocsu-resze-1219527](http://www.mno.hu/ahirtvhirei/bajnai-az-lmp-az-ocsu-resze-1219527)
- 6 Elérhető: <http://www.youtube.com/watch?v=TO6S4kYhouQ>
- 7 Például Meszerics Tamás a kampányzáró rendezvényen: „A legfontosabb kérdés csak az, hogy 8, 9 vagy 10 százalékkal kerül be a parlamentbe az LMP”. [hvg.hu](http://hvg.hu): „Ha majd a Fidesznek is kitelik az ideje” - már 2018-ra készül az LMP, 2014.04.04. [www.hvg.hu/itthon/20140404\\_lmp\\_kampanyzaro\\_schiffer](http://www.hvg.hu/itthon/20140404_lmp_kampanyzaro_schiffer)
- 8 Schiffer András a választások éjszakáján. [hirado.hu](http://hirado.hu): Végül átment a tű fókán az LMP, 2014.04.07. [www.hirado.hu/2014/04/07/vegul-atment-a-tu-fokan-az-lmp/](http://www.hirado.hu/2014/04/07/vegul-atment-a-tu-fokan-az-lmp/)

# Kampány a híradók tükrében

**Antal Zsolt – Törteli István**

torteli@nezopontintezet.hu / antal@nezopontintezet.hu

## BEVEZETÉS

Az egyes pártok kampánystratégiája és –eszközei mellett érdemes megvizsgálni, hogyan alakult a média napirendje a választási kampányidőszakban. Kutatásunkban arra kerestük a választ, sikerült-e valamelyik pártnak tematizálnia a közbeszédet, vagy esetleg a politikai szereplőktől független események alakították a témákat.

Előzetesen tisztázásra szorult, hogy a hazai médiakínálatból melyik információs forrást elemezzük. A választ a Nézőpont Intézet 2013. októberi kutatása<sup>1</sup> adta meg, mely szerint a felnőtt hazai lakosság 62 százaléka naponta néz vagy hallgat hírműsorokat. A híradók kiemelkedő fontosságát jelzi, hogy a választók több mint 80 százaléka rádióból és televízióból értesül először az új információkról. A hazai lakosság napi átlagosan öt órás televíziózásra fordított szabadidejét is figyelembe véve egyértelművé vált, hogy a 2014-es választási kampányban a televíziós hírműsorok tekinthetők meghatározó tájékoztatói forrásnak.<sup>2</sup> Az adatok ismeretében hangsúlyos kérdés, milyen tudósításokkal találkoztak a választópolgárok a televíziós híradókban, és melyek voltak azok a témák, ügyek, amelyek meghatározták a kampányidőszak hírműsorait.

A napirendvizsgálatot végül hat országos televíziós csatorna (TV2, RTL Klub, M1, Duna Televízió, HírTV, ATV) esti főműsoridőben sugárzott híradóinak körében, február 17. és április 6-a között, vagyis a hivatalos kampányidőszak alatt végeztük. Kutatásunk során elsősorban arra fókuszáltunk, hogy megvizsgáljuk a híradók által alakított napirend jellemzőit<sup>3</sup>.

## POLITIKAI TUDÓSÍTÁSOK A HÍRADÓKBAN

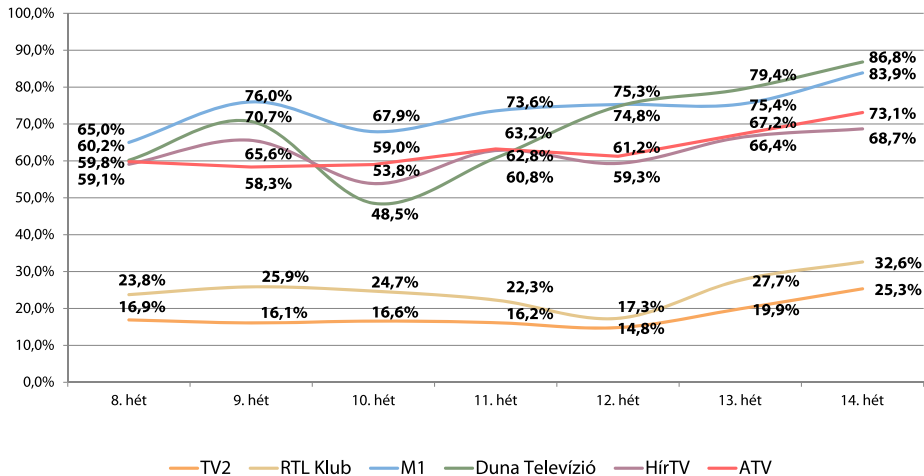
A vizsgált időszakban a hat televíziós csatorna esti híradóiban összesen 6475 tudósítás hangzott el. Ebből 3105 (48 százalék) magyar politikai jellegű<sup>4</sup>. Az összehasonlíthatóság érdekében fontos látni, hogy az év kampányt megelőző időszakában ugyanez az arány még 37,1 százalékon állt, ami a fokozatos emelkedését jelzi.

A politikai tudósítások legnagyobb arányban a közszolgálati csatornákon jelentek meg. A közmédián belül is kiemelkedett az M1 74,2 százalékkal, míg a Duna Televízióban 69,5 százalék volt ez a mutató. A hírtelevíziók közül az ATV-ben elhangzott tudósítások 63,3 százaléka volt magyar politikai vonatkozású, míg a HírTV esti híradójában ez az arány 62 százalék volt.

Az összképet árnyalja a két vizsgált kereskedelmi televízió és az elemzésben szereplő többi médium között a hírérzékenységben kimutatható jelentős különbség. A vizsgálati intervallumban a TV2 magyar vonatkozású politikai híreinek aránya 18 százalék, az RTL Klub esetében pedig 24,9 százalék volt. Korábbi híradóelemzéseink is bizonyítják, hogy a vizsgált televíziós csatornák közül a legnagyobb közönségaránnyal és nézettséggel rendelkező TV2 és az RTL Klub hírműsorai szűk korlátok közé szorítják a közélet és a belpolitika megjelenéseit. A bajtematika (baleset-bűnügy-katasztrófa) és a bulvár hírműsorokban tapasztalható túlsúlya az országgyűlési választási kampány időszakában is változatlan maradt.

A kereskedelmi média közéleti témákkal szembeni távolságtartása már az elmúlt évtized második felétől megfigyelhető Magyarországon. A probléma hátterében a brit médiahatóság (Ofcom) által „állampolgár vagy fogyasztó dichotómiának” elnevezett felfogás elterjedése áll. Az Ofcom szóhasználata azt a jelenleg uralkodó nézetet tükrözi, amely előbbre valónak tekinti a fogyasztást, mint a közérdeket. A fogyasztói szemlélet és a nemzeti érdekek, illetve a demokratikus működés közötti feszültségre Charles E. Lindbloom „Politika és piacok” című munkájában már 1977-ben felhívta a figyelmet. Az amerikai politológus elméletének magyar viszonyokra jelenleg is érvényes adaptációja szerint a közélet és a pártpolitika a kereskedelmi médiában már nem rendelkezik önálló cselekvési térrel, mert megjelenését a csatornák gazdasági-pénzügyi érdekei korlátozzák.<sup>5</sup>

### 1. ÁBRA: A POLITIKAI HÍREK ARÁNYÁNAK ALAKULÁSA AZ EGYES VIZSGÁLT CSATORNÁK ESTI HÍRADÓIBAN (SZÁZALÉK)



Az 1. számú ábra a politikai hírek megjelenésének intenzitását mutatja be csatornánkénti bontásban. A grafikonon szereplő adatsorok két végpontja között minden televízió esetében kimutatható az emelkedés. Ugyanakkor az is látszik, hogy a kereskedelmi csatornákon az emelkedés csak az utolsó két hétre volt jellemző, addig inkább stagnán-

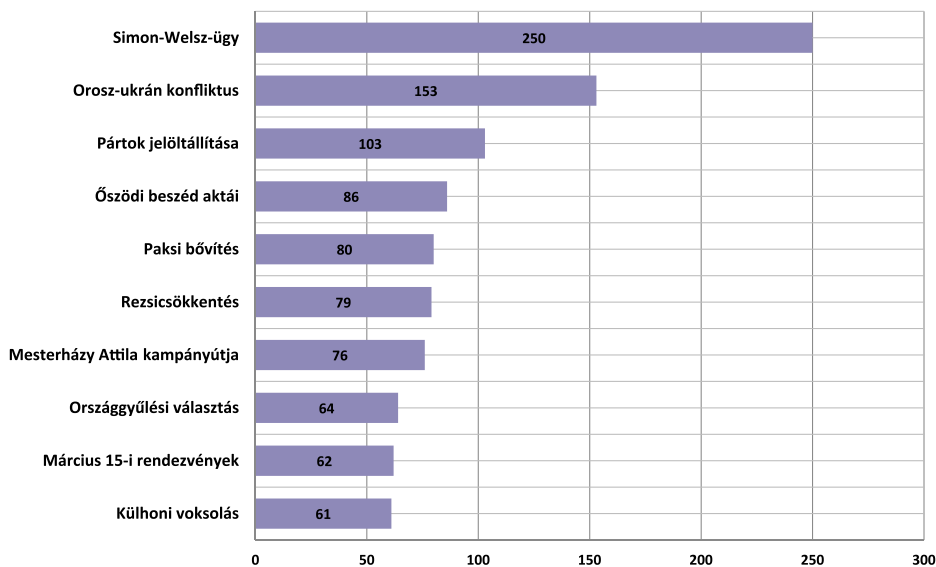
lás és csökkenés volt látható. Vagyis a TV2 és az RTL Klub esetében csak a kampányidőszak legvégére emelkedett jelentősen a magyar vonatkozású politikai hírek aránya, míg a többi csatorna esetében már a teljes kampányidőszakban magasabb volt az átlagosnál ez az arány. A két kereskedelmi csatorna esetében az emelkedés hátterében az áll, hogy a választás napjának közeledésével egyre több választási eseményről számoltak be, illetve az április 6-i híradójukban is számos kapcsolódó hírt közöltek.

Megállapítható, hogy az egyes csatornák esetében hasonlóan alakult e mutató trendvonala; az együttmozgás pedig azt jelenti, hogy a napirend hasonlóan csapódott le a hírműsorok szerkesztésében is.

## VEZETŐ TÉMÁK A KAMPÁNYIDŐSZAKBAN

A kampányidőszak híradóvizsgálatának legfontosabb kérdése, hogy melyek voltak azok a témák, amelyek elsősorban meghatározták a közbeszédet. A 2. számú ábrán összeítettük a kampányidőszak tíz vezető témáját. Összességében a top 10-es lista tette ki a megjelenések több mint 32 százalékát, vagyis a kampány során minden harmadik belpolitikai hír ezek közül került ki.

**2. ÁBRA: A TÍZ VEZETŐ POLITIKAI TÉMA A KAMPÁNYIDŐSZAK ALATT (CSATORNÁNKÉNTI ÖSSZESÍTÉS, DARAB)**



A tíz vezető téma közül<sup>6</sup> kiemelkedik a Simon-Welsz-ügy<sup>7</sup>, egyértelműen uralva a hírműsorok napirendjét. A kampányidőszak alatt a hat vizsgált csatornán összesen 250 olyan tudósítás jelent meg, amely ezzel a témával foglalkozott. Különösen feltűnő ennek az ügynek a domináns médiaajelenléte a top 10-es lista többi helyezettjéhez képest. Ezt bizonyítja, hogy az ukrán helyzettel kapcsolatos magyar politikai hírek<sup>8</sup> száma a vizsgált időszakban 153 volt, jóval elmaradva az elsőtől. Az első két témára irányuló rendkívül intenzív médiafigyelem következményeiben különös helyzethez vezetett.

Az első két téma jól mutatja, hogy a választási kampány alakulását sok esetben külső tényezők befolyásolják, olyanok, amelyek reagáló helyzetbe kényszeríthetik az egyes szereplőket, így gátolva, hogy saját témáikat emeljék fókuszba. Azzal, hogy a két vezető téma dominált, kevesebb tér jutott más, a pártokhoz szorosabban kötődő témák megjelenésére. Az egyes szereplők mozgásteret tehát némiképp szűkebb lett, de a lehetőségeket minden szereplő megpróbálta kihasználni. Például a Simon-Welsz-ügy a kormánypártok számára politikailag kedvező téma volt, míg az Együtt-PM törekedett arra, hogy az ukrán helyzet kapcsán saját álláspontjával jelenjen meg a nyilvánosságban.

A tízes lista harmadik helyén – az utolsó, amely 100 feletti megjelenést generált a kampányidőszak alatt – a pártok jelöltállításával kapcsolatos hírek szerepeltek. Ez azt jelenti, hogy csak a harmadik helyre fért fel először olyan téma, amely a kampány szempontjából „klasszikusnak” tekinthető.

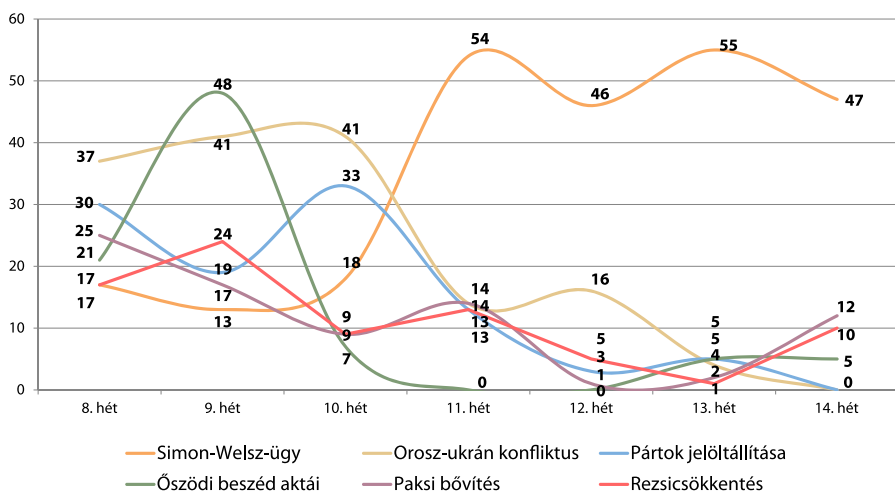
A tíz vezető téma között szerepelt még az őszi beszéd aktáinak nyilvánosságra hozatala (86 megjelenés), a paksi atomerőmű bővítése (80 megjelenés), a rezsicsökkentés (79 megjelenés), valamint Mesterházy Attila kampánykörútja (76 megjelenés). Ezek már azok a témák, amelyek szorosan az egyes politikai szereplőkhöz, pártokhoz kapcsolódnak, azok szándéka szerint jelenhettek meg a politikai napirenden.

Az adatok szerint a tíz vezető téma minden vizsgált csatornán hasonló arányban jelent meg a magyar vonatkozású politikai hírek között, ugyanakkor ez csak az arányok szintjén van így, hiszen a nominális megjelenésszámokat tekintve jelentős eltérések mutatkoznak az egyes csatornák között. A HírTV esti hírműsorában elhangzott hírek 39,8 százaléka tartozott a top 10 témához, míg az M1 esetében ez az arány 29,5 százalék volt.

Ugyan a vizsgált csatornák híradói esetében az egyes témák aránya eltért egymástól, azonban sokat elárul a 2014-es választási kampányról, hogy kivétel nélkül mind a hat televíziós csatorna esetében a Simon-Welsz-ügy volt a vezető téma. A téma erősségét a 3. számú grafikon ábrázolja a legegyszerűbben. Az ábrán kirajzolódik, hogy ez az ügy folyamatosan a média napirendjének csúcán helyezkedett el, meghatározva a közbeszédet. Míg a többi témánál erőteljes ingadozás látható, addig a Simon-Welsz-ügy esetében egyszer sem tapasztalható annak „lecsengése”. Ahogyan újabb és újabb fejlemények derültek ki az ügy kapcsán, úgy nőtt a megjelenésszám, és szorította ki az addig vezető, ukrán helyzettel kapcsolatos tudósításokat a hírműsorokból.



### 3. ÁBRA: VEZETŐ TÉMÁK MEGJELENÉSSZÁMA A VIZSGÁLT IDŐSZAKBAN (CSATORNÁNKÉNTI ÖSSZEÍTÉS, DARAB)



A top 10 lista elemzése mellett fontos azt is megvizsgálni, hogy a televíziók mennyire kezelték intenzíven az egyes témákat. Ahogy fentebb már említettük, a Simon-Welsz-ügy minden csatornán az első helyen végzett. Fontos azonban kiemelni, hogy a TV2, a HírTV és az ATV esetében ez az ügy jelentősen „elhúzott” a második helyezettől, míg a többi csatormán sokkal kisebb volt ez a különbség. A top 10-es rangsor folytatását tekintve az egyes ügyek helyezése és a témaválasztás tekintetében megszűnt a látszólagos egység, egyre nagyobb eltéréseket eredményezve a különböző híradók napirendje között.

Jellemző, hogy míg a kereskedelmi csatornákon a politikai hírek általánosabb témákkal foglalkoztak (a választáshoz kapcsolódó kérdések, jelöltállítás, kampányrendezvények), a többi csatormán – összefüggésben azzal, hogy arányaiban és számszerűen is jóval több magyar vonatkozású politikai hírt közöltek – részletesebben foglalkoztak a pártok programjaival. Ebben a tekintetben a közmédia járt az élen: az M1 híradójában és a Duna Televízió műsorában is a top 10 téma közé került Mesterházy Attila kampánykörútja, a Jobbik, az LMP, és Szili Katalin pártjának programismertetése is.

## ÖSSZEFOGLALÁS

Napirendelemzésünk célja az volt, hogy bemutassuk, milyen témák és ügycsoportok jelentek meg a vizsgált csatornák esti hírműsoraiban az országgyűlési választási kampány alatt. A bemutatott adatok és összefüggések segítségével árnyaltabb képet kívántunk adni a választási időszakot meghatározó közbeszéd alakulásáról és az egyes pártok kampányá-

nak médiareprezentációjáról. A legfontosabb megállapításunk ez utóbbival kapcsolatosan éppen az, hogy a pártok önálló témáikkal csupán kis mértékben tudták meghatározni a kampány médianapirendjét. Megjelentek ugyan saját témákkal, a televíziók beszámoltak rendezvényeikről, de a legfontosabb ügyek mégis kívül estek a közvetlen politikai befolyáson. Az ukrán-orosz konfliktus magyar vonatkozású hírei és a Simon-Welsz-ügy határozta meg elsősorban a hírműsorokat. Ezekben az ügyekben az egyes szereplők reaktív, illetve esetenként passzív helyzetbe kerültek, így nem érvényesült a pártok napi-rendformáló ereje. A híradók médianapirendje olyannyira megszabta a közbeszéd vezető témáit, hogy az jelentősen korlátozta a pártok üzeneteinek célba juttatását.

A kutatás során az is tisztázódott, hogy a negyedévente publikált híradóelemzéseinkből ismert híradó-szerkesztési sajátosságok a kampányidőszakban is változatlanok maradtak. Ez egyrészt azt jelenti, hogy a TV2 és az RTL Klub a politikai hírek iránti érzékenysége jóval alatta volt a többi televízióénak. Másrészt e két csatorna esetében a vezető politikai hírek is másképp alakultak, mint a többi híradóban: a két hírcsatornán és a közmédia két vizsgált felületén jóval több olyan politikai tudósítás jelent meg, amelynek közép-pontjában a pártok programja állt. A pártprogramok bemutatása elsősorban a közmédia csatornáira volt jellemző, ami azt bizonyítja, hogy az állami-közszolgálati televízió eleget tett a választási kampány során jelentkező többletfeladatok ellátásának.

## JEGYZETEK

- 1 <http://nezopontintezet.hu/aktualis/hiradora-hangolva-az-informacio-elsodleges-forrasa-a-hirado/>
- 2 [http://www.agbnielsen.net/Uploads/Hungary/Honlap\\_havi\\_statist\\_201403.pdf](http://www.agbnielsen.net/Uploads/Hungary/Honlap_havi_statist_201403.pdf)
- 3 A kampányidőszak híradóiról további információval szolgálhatnak egyéb elemzéseink is: <http://nezopontintezet.hu/aktualis/a-kereskedelmi-csatornak-nem-politicalnak-esti-hiradok-a-kampanyban/>  
<http://nezopontintezet.hu/aktualis/i-negyedev-es-hiradoelemzes/>
- 4 Részletes módszertanunk a negyedéves híradóelemzéseink mellékletében található.
- 5 vö. Charles Edward Lindblom, *Politics and Markets – The World’s Political-Economic Systems*, New York, Basic Books 1977.
- 6 Az országgyűlési választás témaköre konkrétan a választás napjához kapcsolódó híreket öleli fel.
- 7 Az olyan politikai vonatkozással rendelkező hírek tartoztak ebbe a csoportba, melyek Simon Gábor volt MSZP-s elnökhelyettes eltitkolt vagyonával, illetve annak politikai következményeivel, valamint amelyek Welsz Tamás ügyeivel foglalkoztak. A kampányidőszak alatt megjelent tudósításokban jelentős átfedések voltak a két ügyben, ez indokolta a közös kategóriában történő kezelésüket.
- 8 Fontos hangsúlyozni, e témakörhöz csak azok a beszámolók tartoznak, amelyek egyértelmű magyar vonatkozással rendelkeztek.

# Ideológiai (?) törésvonalak Magyarországon

## A magyar társadalom politikai rétegződése a 2014-es országgyűlési választások előtt

Nagy Dániel

nagy.daniel@nezopontintezet.hu

### BEVEZETÉS

A magyar pártrendszer újabb fordulójához érkezett a 2014-es választáskor. A korábban megszilárdulni látszó kétpólusú rendszert egyértelműen felváltotta egy alapvetően három pólust magába foglaló szerkezet. Ennek lokális szinten Kelet-Magyarország egyes területein már 2010-ben is voltak jelei. A korábbi választásokat domináló baloldali-jobboldali versenybe bekerült még egy jobboldali szereplő, így a kormánypárt látszólag egy középső pozíciót tudott elfoglalni<sup>1</sup>. A Fidesz-KDNP-t így mind bal-, mind jobboldalról körülveszi egy méretét tekintve középpártnak tekinthető formáció<sup>2</sup>, kiegészülve egy ezen a skálán önmagát még nem egyértelműen meghatározó kis párttal, az LMP-vel. A Jobbik radikalizmusával, valamint rendszerellenességével új törésvonalakat alakított ki, de amellett, hogy a jobb- és baloldal viszonyát alapvetően átstrukturálta, a konzervatív-liberális tengelyen nem tudott egyértelmű pozíciót felvenni.

Tanulmányomban a magyar társadalom mögöttes struktúráját vizsgálom, különös tekintettel az ideológiai önbesorolás alapján kialakult törésvonalakra. Kísérletet teszek egy olyan modell kialakítására, amellyel leírható, hogy milyen ideológiai csoportosulások domináltak közvetlenül a 2014-es választások előtt Magyarországon. Ebben segítségemre a három klasszikus önbesoroláson alapuló kérdésből (baloldali-jobboldali, liberális-konzervatív, mérsékelt-radikális), K-középpontú klaszterelemzéssel létrehozott ideológiai csoportok lesznek. Az így kialakult klaszterek megmutatják, hogy milyen ideológiailag kvázi-homogén csoportosulásokból áll a magyar társadalom, valamint ezek a csoportok mekkora részét teszik ki a választókorú lakosságnak.

A tanulmányom részét képezi e rétegek különböző szempontok szerinti (demográfiai illetve szocio-demográfiai), keresztátlákkal történő vizsgálata, majd kitérek a kialakult rétegek pártpreferenciával való összefüggéseire is, amit korrespondencia-analízis segítségével elemzek.

## AZ IDEOLÓGIAILAG JÓL KÖRÜLHATÁROLHATÓ CSOPORTOK

A tanulmány célja, hogy a társadalomban jelenlévő ideológiai beállítódás mentén elkülönülő rétegek meghatározása után feltérképezze azt, hogy ezen csoportok milyen demográfiai összetétellel rendelkeznek, valamint milyen szocio-demográfiai jellegzetességekkel bírnak egyes klaszterek. Az ideológiai behatárolás a három önbesoroláson alapuló, a társadalomtudomány területén széles körben használt kérdéscsoport<sup>3</sup>. A baloldali-jobboldali, a liberális-konzervatív és a mérsékelt-liberális skálákon 11 érték állt rendelkezésre a válaszoló pozíciójának az elhelyezésére, de lehetőség volt a nem tudja/nem akar válaszolni opció választására is. A válaszmegtagadás kezelésére kétféle lehetőség volt: az egyik egy utólagos, manuális közép-re sorolás lett volna, a másik pedig a válaszmegtagadók külön klaszterbe sorolása. Az első koncepció elhagyása és az utóbbi választása mellett több érv is felsorakoztatható. Egyrészt, mint utólag kiderült helyesen, azzal a feltételezéssel éltem, hogy azon személyek, akik közép-re sorolják magukat az ideológiai skálán, több szempontból is különbözhetnek azoktól, akik nem tudják, illetve nem akarják megtenni azt. Másrészt a „középmezőny” felduzzasztásával torzultak volna az ideológiai skálán szereplők részarányai, amely torzító hatással lett volna a klaszteranalízis eredményére is. Emellett szerepet játszott még a döntésemben az is, hogy így az amúgy is terjedelmes méretű közép-re pozícionált népesség nem nőtt még tovább. Az így létrejövő személyek csoportját, akik a népesség harmadát (34 százalékát) teszik ki, tehát nem szerepeltettem a klaszteranalízis futtatása során, hanem külön csoportként kezeltem őket, a továbbiakban „ideológiailag semlegesként” hivatkozom rájuk.

A második lépés a csoportok kialakításakor, azok számának meghatározása volt. Itt a terjedelem korlátossága miatt, a végső struktúra kialakításához szükséges klaszterszám melletti legfontosabb érveket tömören mutatom be. Az ideológiai csoportosulás ebben a formában történő vizsgálata részéről nem a választásokat megelőző adatfelvételek idején kezdődött, korábbi adatfelvételeken is egy ezzel majdnem egybevágó csoportosulási mintázat volt felfedezhető a társadalmon belül. A robosztus modell elérésének igénye így abban az esetben teljesült leginkább, amikor öt klaszterbe sorolta a módszer a válaszolókat. A túl kevés klaszterközéppontot alkalmazó modell nem elegendő mértékben differenciált a választók között, a túl sok csoportba való sorolás pedig kis méretű és marginális jelentőségű, egyes csoportoktól csak enyhén eltérő jelleget mutató klaszter létrehozását eredményezte. Végül, de nem utolsósorban az öt klaszterbe sorolt struktúra volt a legtisztábban értelmezhető, ebben különültek el legélesebben a különböző csoportok. Az imént felvázolt érvek hatására tehát az öt klaszterbe sorolás mellett döntöttem. A létrejött csoportok, valamint azok részarányai a mintában a következők<sup>4</sup>:

- jobboldali-konzervatív (15 százalék)
- konzervatív-mérsékelt baloldali (8 százalék)
- középre húzó (23 százalék)
- jobboldali-radikális (11 százalék)
- baloldali-mérsékelt-liberális (10 százalék)

Az elemzésem során a 2014. április 6-án tartott országgyűlési választások előtt a Nézőpont Intézet által végzett közvélemény-kutatások adataira támaszkodtam<sup>5</sup>. Az így felhasználhatóvá vált 5087 eset elégséges méretnek számít annak érdekében, hogy kellő bontások után is érvényes megállapításokra juthassunk.

## DEMOGRÁFIAI ÉS SZOCIO-DEMOGRÁFIAI ELTÉRÉSEK VIZSGÁLATA

A következők során azt vizsgálom meg, hogy a létrejött ideológiai klaszterek mely demográfiai, illetve szocio-demográfiai kategóriákban vannak felül- illetve alulreprezentálva. Ennek eldöntésére a standardizált reziduálisok (adjusted standardized residuals) vizsgálata ad lehetőséget. Amelyik esetben a reziduális értéke meghaladja az 1,98-ot, abban az esetben mondható az, hogy a kategóriában statisztikailag többen vannak a vártnál az adott csoport tagjai. Ugyanilyen logika mentén elmondható az is, hogy ha az érték kevesebb, mint -1,98, akkor pedig kevesebben tartoznak a csoportba a függetlenség esetén várt elméleti arányokhoz képest. Az eredmények értelmezésének megkönnyítése érdekében zölddel az imént ismertetett logika alapján statisztikailag gyakoribb, pirossal pedig a ritkább kategóriákat emeltem ki.

### 1. TÁBLÁZAT: DEMOGRÁFIAI KATEGÓRIÁKON BELÜLI SZIGNIFIKÁNS ELTÉRÉSEK

	baloldali- méréskelt- konzervatív	baloldali- méréskelt- liberális	középre húzó	ideológiai- lag semleges	jobboldali- konzervatív	jobboldali- radikális
Férfi	0,3	-0,1	2,2	-9,3	5,1	5,3
Nő	-0,3	0,1	-2,2	9,3	-5,1	-5,3
18-29	-3,2	-3,2	8,0	-4,2	-3,3	5,3
30-39	-3,2	-0,9	3,7	-1,0	0,5	-0,4
40-49	-1,0	-1,6	-1,6	-1,6	2,9	3,7
50-59	2,4	0,0	-1,5	-0,5	0,4	0,1
60+	4,4	4,9	-7,7	6,3	-0,2	-7,5
Alapfokú	-3,2	-2,7	-5,6	14,2	-6,4	-1,4
Középfokú	2,8	-1,0	4,5	-7,5	1,0	2,7
Felsőfokú	0,8	4,8	1,9	-9,5	7,0	-1,5
Budapest	2,4	5,3	2,3	-7,6	1,3	-0,1
Megyei jogú város	1,5	1,9	2,0	-3,7	0,1	-0,3
Egyéb város	-2,1	-1,9	-0,8	3,7	0,3	-1,2
Község	-1,3	-4,2	-2,8	6,0	-1,5	1,6

Az 1. táblázatban azt láthatjuk, hogy az alapvető demográfiai változókon belül (nem, kor, iskolai végzettség és településtípus), mely kategóriákban vannak felül- illetve alulreprezentálva egyes ideológiailag jól körülhatárolható csoportok. A nem, a baloldali érzelmű személyeket kivéve mindenhol meghatározó törésvonalnak volt tekinthető. Leginkább az ideológiailag semleges személyeknél volt nagy az eltérés, itt arányaikat tekintve többségben voltak a nők. A jobboldaliak között, mind a radikális, mind a konzervatív réteg esetében egy maskulin jelleg figyelhető meg, valamint szintén a férfiak túlsúlyát mutatja a közép-re húzók csoportja is.

Az életkor esetében a legfiatalabb és a legidősebb kategóriákon belül (18-29 illetve 60 évnél idősebbek) volt a legdifferenciáltabb az ideológiai csoportosulás. A legfiatalabbak között a közép-re húzók, valamint a jobboldali-radikálisok voltak felülreprezentálva, az összes többi csoport pedig arányait tekintve statisztikailag kisebb létszámban képviseltette magát itt, mint a társadalomban. Az eredmények komplementer jelleget mutatnak a 60 évnél idősebbek között, annyi különbséggel, hogy a jobboldali-konzervatív csoport tagjai nem ebben a korosztályban vannak felülreprezentálva, hanem a középkorúak, a 40-49 év közöttiek körében. A közép-re húzók fiatal összetételét az is mutatja, hogy a 30-39 évesek között is többen vannak létszámarányukhoz képest.

Az iskolai végzettség az ideológiailag semlegesek között a leginkább differenciáló tényező, annak növekedésével fokozatosan csökken a részarányuk. Egy ellentétes irányú trend rajzolódik ki viszont a jobboldali-konzervatívok és a baloldali-mérsékelt-liberálisok között, akikre inkább a magasabb kvalifikáltság a jellemző. A baloldali-mérsékelt-konzervatívok, a közép-re húzók és a jobboldali-radikálisok a középfokú végzettséggel rendelkezők között vannak felülreprezentálva, azonban az utolsó két csoport esetében, fiatal összetételük miatt, lehet ennek oka az éppen folyamatban lévő felsőfokú tanulmány is.

A településtípus a leginkább az ideológiailag semlegesek között differenciált, méghozzá úgy, hogy egyértelmű iránya is van ennek a hatásnak, a kisebb településeken élők nagyobb valószínűséggel nem sorolták be magukat az ideológiai skálákon. A két baloldali csoport és a közép-re húzók Budapest-központúsága mellett megemlítendő még az, hogy a két jobboldali érzelmű csoport a településtípusokon az országos átlaggal megegyező arányban oszlik meg.

## 2. TÁBLÁZAT: SZOCIO-DEMOGRÁFIAI KATEGÓRIÁKON BELÜLI SZIGNIFIKÁNS ELTÉRÉSEK

	baloldali- mérésékelt- konzervatív	baloldali- mérésékelt- liberális	középre húzó	ideológiai- lag semleges	jobboldali- konzervatív	jobboldali- radikális
Nethasználó	0,9	-0,6	9,0	-14,6	1,8	7,8
Nem nethasználó	0,9	0,6	-9,0	14,6	-1,8	-7,8
Hajadon/nőtlen	-2,1	1,3	5,6	-7,2	-0,8	4,7
Párkapcsolatban él, de nem házas	0,2	-1,6	3,8	-0,8	-5,9	4,2
Házas	0,2	0,7	-3,2	-0,6	5,5	-1,9
Elváltt	1,0	-0,5	-1,6	0,6	1,4	-0,9
Özvegy	0,9	-0,6	-3,7	9,5	-3,6	-5,5
Gondok nélkül élnék	-1,9	1,3	0,4	-4,0	3,0	2,6
Beosztással jól kijönnek	1,0	-0,3	0,8	-5,6	5,5	0,6
Éppen, hogy kijönnek a havi jövedelmükből	1,6	0,0	-0,7	2,4	-3,5	0,0
Hónapról-hónapra anyagi gondjaik vannak	-1,0	-1,1	1,0	4,2	-3,2	-2,2

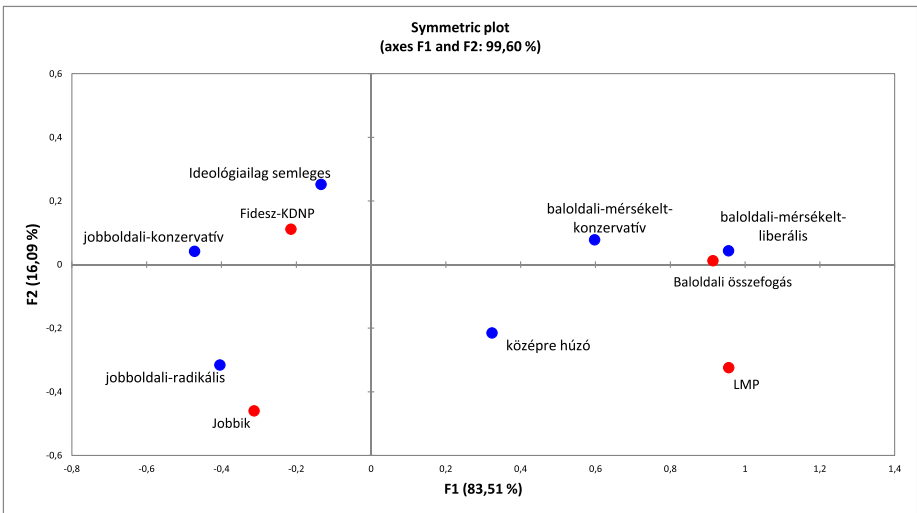
A demográfiai változók után érdemes megnézni, hogy egyes szocio-demográfiai kategóriák esetében van-e túlsúlyban, illetve kisebbségben az általunk vizsgált ideológiai csoportok valamelyike. Első ránézésre is egyértelművé válik a 2. táblázatból, hogy a baloldalhoz köthető ideológiai csoportosulások azok, amelyek az internethasználat, a családi állapot és a szubjektív anyagi helyzet alapján egyáltalán nem térnek el a társadalomban tapasztalt arányoktól.<sup>6</sup> Feltűnő, hogy az internethasználat mennyire elkülöníti egymástól azon személyeket, akik inkább középre helyezik el magukat az ideológiai skálán, azoktól, akik el sem helyezik magukat ott. A középre húzók csoportjához hasonlóan a jobboldali-radikálisok között is felül vannak reprezentálva az internethasználók. A családi állapot tekintetében az ideológiai csoportok között valószínűleg az életkorbeli eltérések már egy alapvető törésvonalat jelentenek. Ezt mutatja, hogy a két legfiatalabb klaszterbe (középre húzók és jobboldali-radikálisok) tartozók vannak felülreprezentálva a családdal még nem rendelkezők (hajadon/nőtlen/párkapcsolatban élő) között. A jobboldali-konzervatívokra jellemző leginkább a házasság, mint családi állapot, az özvegyek között viszont az ideológiaiilag semlegesek vannak túlsúlyban.

A szubjektív anyagi helyzet esetében két egyértelmű trend körvonalazódik, miként a jobboldali-konzervatívok életkörülményeiket tekintve pozitívan nyilatkoztak, míg az ideológiaiilag semlegesek negatívan. Összefüggés látszik ezeken felül a jobboldali-radikálisok esetében is, akik jobb anyagi helyzetűnek gondolják magukat az átlagnál.

## PÁRTOK ÉS IDEOLÓGIAI CSOPORTOK KAPCSOLATA

A pártpreferencia és az ideológiai önbesorolás alapján készített csoportosítás közötti összefüggés vizsgálatára a korrespondencia-analízis módszerét használtam<sup>7</sup>. Ennek segítségével alkalom nyílik arra, hogy két nominális változó kategóriáinak együttjárás gyakoriságát vizualizáljuk. A két tengely közül a vízszintes az, amely inkább differenciál a válaszolók között (F1: 83,51% - F2: 16,09%), így elmondható, hogy az LMP és a Baloldali Összefogás ideológiailag jobban különbözik a Jobbiktól és a Fidesz-KDNP-től, mint egymástól. Az ideológiai kategóriák közül a baloldali-mérsékelt-liberálisok állnak legtávolabb a jobboldali-konzervatívoktól illetve a jobboldali-radikálisoktól. Míg a vízszintes tengely a már említett kvázi jobboldal-baloldal elkülönítést ábrázolja, addig a függőleges tengelyen inkább egy generációs különbségtételezést fedezhetünk fel.

### 1. ÁBRA: PÁRTPREFERENCIA ÉS AZ IDEOLÓGIAI TÖRÉSVONALAK



A három nagyobb politikai tömörülésnek kivehetőek tisztán az ideológiai bázisai<sup>8</sup>. A Fidesz-KDNP szavozótáborában a jobboldali-konzervatívok és az ideológiailag semlegesek, tehát az önmagukat besorolni egyes esetekben nem kívánók voltak felülreprezentálva. A Jobbik a jobboldali-radikális csoport tagjai között népszerűbb az átlagosnál, a Baloldali összefogás szimpatizánsai pedig a baloldali-mérsékelt-liberális, valamint a baloldali-mérsékelt-konzervatív csoportban képviseltették magukat a vártnál magasabb arányban. Az LMP szavazói tértek el leginkább az átlagostól, amiben közrejátszik



az is, hogy egy kis pártról van szó, így karakterüket jelentve is alapvetően egy sajátos réteget képviselnek. Ettől függetlenül látszik az, hogy alapvetően egy negyedik pólust alkotva, ők inkább az ideológiailag önmagukat besorolni ugyan hajlandó, azonban azt megtenni az adott skálákon kevésbé tudók között voltak felülreprezentálva, de nem estek messze a baloldali érzelműektől sem.

## ÖSSZEFOGLALÁS

A három önbesoroláson alapuló ideológiai dimenzióból képzett csoportok demográfiai, szocio-demográfiai és pártpreferencia alapján végzett vizsgálata alapján több, a közbeszédben már elterjedt, azonban tudományosan még nem minden részletében kutatott (többek között: Jelenfi-Kmetty-Tóth 2010 és Schmitt-Scheuer 2011) állítás megerősítése mellett néhány kifejezetten újdonságként ható megállapítást is lehet tenni.

Az ideológiai csoportok közül demográfiailag leginkább – a mintában szereplő magas elemszám miatt is – behatárolható az ideológiailag semlegesek klasztere. Ők jellemzően idős, alacsony végzettségű, rossz anyagi helyzetben lévő nők. Pártpreferenciájukat tekintve a Fidesz-KDNP-hez állnak a legközelebb. Ennek ellenére mégsem lehet azt mondani, hogy ők adják a kormányzó párt szavazóbázisát, mivel megjelenik a kormánypárt támogatói körében egy magas iskolai végzettségű, jellemzően jómódban élő, házas, jellemzően férfiakból álló réteg is. Így tehát elmondható, hogy egy erőteljes kettősség jellemzi a Fidesz-KDNP táborának összetételét. Megtalálható benne a néppárti jelleghez elengedhetetlen tömeg az ideológiailag semleges csoport által, azonban egy valószínűleg véleményvezéreként funkcionáló, kvalifikált, jómódú csoport is szerves részét képezi a szavazótábornak.

A Baloldali összefogás szavazóbázisáról, a választási eredmény tükrében nem meglepő módon elmondható, hogy az általa integrált két csoport mindegyike jellemzően Budapest-centrikus. Emellett, a baloldali tábor előregedését támasztja alá az, hogy mind a baloldali-mérsékelt-liberálisok, mind a baloldali-mérsékelt-konzervatívok jellemzően az idősebb korosztály tagjaiból kerülnek ki. Mindenféleképpen érdekes tapasztalat, hogy a kettő közül egyik ideológiai réteg sem tér el összetételében a társadalmi arányoktól a szocio-demográfiai változók mentén, ami különösen az internethasználat és a szubjektív anyagi helyzet esetében figyelemreméltó.

A Jobbik tábora alapvetően a jobboldali-radikális társadalmi rétegre épül. A csoport összetételének jellemzésére, az általánosságban megjelenő és itt is beigazolódó leírás mellett, mint az internethasználó fiatalok köre, a szintén népszerű sztereotípiá, mint a hátrányos helyzetű, szegénységben élők közé sorolás nem alkalmazható, sőt közöttük szignifikánsan többen vannak az önmagukat gondok nélkül élők közé vallók táborába tartozók.

Az LMP esetében volt a legkevésbé egyértelmű, hogy az ideológiák mentén való rétegekbe sorolt csoportok közül melyik áll a zöld párthoz a legközelebb. Ennek termé-

szetesen több oka is van, amelybe beletartozik a pártban a ciklus felénél végbemenő személyi változásokból fakadó identitáskeresés jelenleg is tartó folyamata, valamint az ökopártiság jellemzően ideológiai kategóriákba való illeszthetőségének nehézsége is. Ezzel összecsengő módon inkább az önmagukat középre pozicionáló pártjának tűnik a magyar zöld párt, amely azonban inkább a baloldali térfélén rendelkezik potenciális társadalmi bázissal.

## IRODALOM

Jelenfi Gábor–Kmetty Zoltán–Tóth Zsolt: Értékek és preferenciák,  
In.: Rosta Gergely, Tomka Miklós (szerk.): Mit értékelnek a magyarok?

Hermann Schmitt - Angelika Scheuer: A választói döntések meghatározói Kelet- és Nyugat-Európában, In: Megjelent: Tardos Róbert, Enyedi Zsolt és Szabó Andrea (szerk.): Részvétel, képviselő, politikai változás. Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 2011, 315-346. p.

## JEGYZETEK

- 1 Ezt a politikai retorikában „centrális erőter” elnevezéssel illetik.
- 2 A Baloldali összefogást („Kormányváltókat”) alkotó pártok jövőjének alakulása természetesen ezt még befolyásolhatja.
- 3 1. kérdés: Sokan használják a baloldal és jobboldal kifejezést a politikai álláspontok jellemzésére. Egy olyan 0-tól 10-ig tartó skálán, ahol a 0-ás jelenti a baloldalt, a 10-es pedig a jobboldalt, Ön hova helyezné el magát?  
2. kérdés: Sokan használják a liberális és konzervatív kifejezést is a politikai álláspontok jellemzésére. Egy olyan 0-tól 10-ig tartó skálán, ahol a 0-ás jelenti a liberálist, a 10-es pedig a konzervatívot, Ön hova helyezné el magát?  
3. kérdés: Egy harmadik gyakran használt kifejezéspár a politikai álláspontok jellemzésére a mérsékelt valamint radikális. Egy olyan 0-tól 10-ig tartó skálán, ahol a 0-ás jelenti a mérsékeltet, a 10-es pedig a radikálist, Ön hova helyezné el magát?
- 4 A jellemzők a rétegekhez az alapján kerültek, hogy a klaszterközpontjuk az adott ideológiai skálán melyik véglethez tartozott. Ha egyik szélső harmadba sem került egy adott ideológiai skálán a vizsgált klaszter középpontja, akkor adott skáláról nem kapott jelzőt a csoport, kivéve a középre húzókat, ezért fordul elő, hogy egyes klaszterek kettő, mások három jelzővel bírnak.
- 5 Az adatfelvételekre március 18. és április 5. között került sor.
- 6 Egyedül a baloldali-mérsékelt-konzervatívok között a hajadon/nőtlen kategória jelez eltérést, azonban ez is a határértékhez nagyon közeli statisztikával.

7 A bemutatott eredményekben a pártpreferenciára vonatkozó kérdésre („Melyik pártra szavazna, ha most vasárnap lennének a választások?”) adott válaszok közül a négy, a parlamentbe listán mandátumot szerző párt/szövetség szimpatizánsait tüntettem fel. Az adatok használatával a pártpreferenciájukban bizonytalanok, valamint az azt eltitkoló, azonban potenciálisan azzal rendelkező szavazók nem tartoznak a vizsgálat tárgyába, így az itt használt mintaelemszám ezáltal csökken. A pártpreferencia megbecsüléséből fakadó további bizonytalanság rizikójának a felvállalása az így is megfelelő méretű minta megléte miatt nem volt indokolt, de a preferenciabecslés és az általam használt klaszterstruktúra összehangolása a későbbiek során további kutatások témáját fogja képezni.

8 Természetesen ez nem azt jelenti, hogy az adott párt vagy tömörülés csak az adott ideológiai csoportból verbuvált volna magának szimpatizánsi tábort, hanem azt, hogy közöttük jóval nagyobb valószínűséggel fordulnak elő az adott klaszter tagjai.

# Választási előrejelzések

Kmetty Zoltán

zkmetty@yahoo.com

## BEVEZETŐ

A politikai közvélemény-kutató szakma számára a választások – és elsősorban az országgyűlési választások – különleges jelentőséggel bírnak. Ezekben az időszakokban a szokásosnál jóval nagyobb figyelmet kapnak ezek az intézetek; a kiadott pártpreferencia előrejelzéseik, és politikai helyzetelemzéseik a médiában is magas hírértékkel bírnak. A szakma számára azért is kiemelten fontosak ezek az időszakok, mert a pártpreferencia becslések pontossága, illetve pontatlansága mély nyomot hagyhat egy intézet, vagy akár egy egész szakma reputációjában. Erre szomorú példa a 2002-es parlamenti választások, amit a politikai közvélemény-kutatók fekete napjaként emlegetnek. 2002-ben mindegyik becslést adó cég Fidesz-győzelmet várt, de az MSZP lett a választás győztese (az okokról lásd bővebben: Angelusz: 2002, Kolosi-Tóth 2002). A 2002-es becslések esetében nem is a pártok megbecsült szavazatarányának pontatlansága volt a leginkább problémás (ebből a szempontból nem volt drámain rossz a 2002-es mérés, sőt a Mediáné kifejezetten pontos volt), hanem a győztes elhibázása. A közvélemény számára a két mérés közül feltehetően az tűnik pontosabbnak, ami akár nagyobb statisztikai pontatlansága mellett eltalálja a fontos politikai kimeneteket (győztes, sorrend, bejutó pártok), szemben egy olyan méréssel, ami esetleg statisztikailag megbízhatóbb, de elhibázza például a győztest.

Bár 2002 után két, kutatási szempontból viszonylag sikeres európai parlamenti, és két országgyűlési választás is lezajlott (Lakatos: 2011), a politikai közvélemény-kutatásokkal kapcsolatos bizalom nem állt teljes mértékben helyre. A következő tanulmány bemutatja, milyen okok játszanak szerepet abban, hogy az emberek a személyes mikrokörnyezetükben nagyon más közeggel találkoznak, mint amit a pártpreferencia mérések mutatnak. Emellett kitérek arra is, hogy szakmai szempontból milyen kihívások merülnek fel, amelyekre az intézeteknek válaszolniuk kell. A tanulmány második felében a 2014-es országgyűlési választási előrejelzések pontosságát járom körbe különböző szempontok mentén.

## A KÖZVÉLEMÉNY BIZALMATLANSÁGA

A közvélemény-kutatásokba vetett hit nagyon sok összetevőből épül fel. Ezek egy része a kutatóintézetek semlegességével illetve megbízhatóságával függ össze, másik része a kutatási logikával szembeni bizalmatlanságra épül („engem nem kérdeztek meg”), de nagyon jelentős hatása van annak is, hogy az emberek személyes mikrokörnyezetükben

mennyire érzik reálisnak azokat az eredményeket, amiket a különböző intézetek publikálnak. A kutatócégekkel kapcsolatos bizalmatlanságot nehéz mérni, mivel részben pont azok nem vesznek részt a kutatásokban, akik bizalmatlanok a szakmával szemben. A bizalmatlanság egyik indikátora a válaszmegtagadások arányának módosulása, utóbbi azonban nem csak a bizalmatlanságtól függ, hanem számos egyéb tényező is mozgatja. Ezzel röviden a következő fejezetben foglalkozni fogok.

A kutatások „jóságának” megítélésekor az emberek egyértelműen támaszkodnak arra, hogy a környezetükben miket tapasztalnak. Ha a környezetemben csak X párt szavazói vannak jelen, akkor meglepő és furcsa lehet, hogy a kutatási eredmények Y párt fölényét mutatják. A kapcsolathálózatokra pedig általában jellemző az, hogy a hozzánk sok szempontból hasonló emberekkel találjuk magunkat szembe. Ezt nevezik a kapcsolathálózati szakirodalomban homofiliának (vagy más szóhasználattal homogén kapcsolati struktúrának). A homofil kapcsolati jelleg vizsgálata hosszú múltra tekint vissza a szociológiai irodalomban. A gondolat alapja, hogy a kapcsolat intenzitása a közös értékek, normák, illetve a hasonló erőforrás elérés között erős összekapcsolódás figyelhető meg (Lazarsfeld-Merton 1954; McPherson et al. 2001). Ez a kapcsolati homofília a politikai preferenciákra, és ideológia-választásokra is igaz. Ennek részben szocializációs aspektusai vannak, másrésztől olyan tudatos elemek is irányítják, amelyek a véleményütközések elkerülését segítik. A véleményütközés elkerülése kapcsán Huckfeldt és Mendez (2008) két lehetséges magyarázatot is felvázol: a kognitív disszonanciát, és a társadalmi konformitást. A kognitív disszonancia elkerülésének érdekében minimalizálni próbáljuk a véleményütközéseket a politikai kapcsolatokban, akár úgy is, hogy a velünk eltérő véleményen lévőkkel bezárjuk a diskurzusokat, míg a társadalmi konformitás elmélete szerint, a politikai nézetünket már eleve úgy határozzuk meg, hogy az a lehető legjobban illeszkedjen környezetünk preferenciáihoz. Ezek a folyamatok tehát arra vezetnek, hogy a kapcsolati hálók politikai szempontból inkább homogén struktúrákba rendeződjenek. Ez önmagában nem feltétlen baj, azonban a preferenciák szerinti zártásgnak már számos negatív következménye lehet. A zártág pedig elsősorban a politikai törésvonalak mértékétől függ.

Magyarországon a különböző politikai oldalak közötti törésvonalak (elsősorban bal-jobb) nagyon élesek, és a 2000-es évek óta fokozatosan növekednek. A törésvonalak nem feltétlen jelentenek bezáruló kommunikációs mezőt, azonban Magyarországon az erős kapcsolati kötések vizsgálva megfigyelhető volt a politikailag homofil kapcsolatháló előfordulásának növekedése. A politikai homofília ráadásul a kapcsolatok szerveződésében erősebbnek bizonyult, mint a nem, életkor, iskolai végzettség, vagy vallás (Angelusz-Tardos: 2011). Ezzel párhuzamosan a tágabb kapcsolati kör esetében is erősödött a politikai kapcsolatok homogenizálódása (Kmetty 2014).

Az itt felvázolt tömbösödési és polarizációs folyamatok eredményeképpen a szavazópolgárok csak a saját gondolkodásukat megerősítő környezetet láttak maguk körül, amit tovább erősített az ideológiailag megválasztott média is (legyen az újság vagy televízió).

Az online közösségi hálók sem teremtettek átjárót a különböző kapcsolathálózati tömbök között, ezekben ugyanúgy kialakultak a homogén struktúrák (Kmetty 2014). Egy ilyen klímában sok esetben disszonánsnak hatottak a politikai közvélemény-kutatási eredmények, mert azok messze más képet mutathattak, mint a családtagok, barátok uralta kapcsolati háló. A közvélemény-kutatásokkal kapcsolatos választás előtti bizalmatlanság ilyen szempontból teljesen érthető.

## A SZAKMA KIHÍVÁSAI

A közvélemény és a politikusok, kutatásokkal kapcsolatos bizalmatlansága bár szakmai szempontból kellemetlen, de nem feltétlen káros az eredményesség és pontosság szempontjából. Szakmai szempontból a kutatás három ponton csúszhat el, ezek a következők:

- reprezentatív-e a mintába kerülők köre
- a válaszolókon belüli válaszmegtagadás nagysága és milyensége
- az érvényes válaszok megbízhatósága

Az adatfelvételek reprezentativitása (Rudas 1998) minden kutatás legfontosabb alapköve. A válaszmegtagadás problémáját a statisztikai szakirodalom alapvetően két külön ágra bontja. Egyrésztől megkülönbözteti a komplett interjú megtagadást (*Unit Non-Response*), másrésztől megkülönbözteti az egyes kérdésekre adott válaszok megtagadását (*Item Non-Response*). Előbbi probléma súlyozással korrigálható, ha bizonyos előfeltételek fennállnak. Külön érdemes kezelni azokat az eseteket, amikor az adott személy a mintavételi keretbe se tud bekerülni – ezt nevezzük elérés (*coverage*) típusú mintakiesésnek. Ilyen előfordulhat a személyes kutatások során is (lásd hajléktalanok), de hatványozottan jelentkezik a telefonos kutatásokban. Amennyiben a mintából való kiesés véletlenszerű, akkor kutatási szempontból sem problematikus. Ha azonban a mintakiesés valamilyen szelekciós mechanizmus mentén megy végbe, akkor módszertanilag nem kezelhető. A választáskutatások szempontjából ilyen torzító hatás lehet, ha egyes pártok szavazói nagyobb valószínűséggel vesznek részt a közvélemény-kutatásokban, mint más pártok szavazói (és ha ez a hatás akkor is fennáll, ha kontrolállunk a különböző demográfiai háttérváltozókra). Ennek a hatásnak a meglétét nagyon nehéz (szinte lehetetlen) mérni, hiszen pont azokról kellene információt szereznünk, akik kiestek a mintából, tehát ezzel kapcsolatban csak kutatói feltételezéssel élhetünk<sup>2</sup>. Hosszú távú tendencia, hogy a választási eredményt előrejelző közvélemény-kutatásokban jobban szerepel a Fidesz, mint a választáson. Ez 2002-ben volt a leglátványosabb, de 2010-ben is volt egy ilyen hatás, valamint 2014-ben is, ahogy később látni fogjuk. Ennek lehet az egyik magyarázata, hogy már a mintába is más (magasabb) valószínűséggel kerülnek be a Fidesz-szimpatizánsok. Egyrésztől a Fidesz hosszú ideje számos olyan akciót szervez,

ami arra sarkalja a szavazóikat, hogy mutassák ki a párt iránti szimpátiájukat. Ilyennek tekinthetjük a korábbi időszakban a különböző népszavazási kezdeményeket (lásd 2008), a későbbiekben a Nemzeti Konzultációt, vagy akár a sajátos jellegű, de tematikailag ide illő rezsifórumokat. Magyarországon egyébként is jellemző a jobboldali szavazókra egy expresszívebb választói attitűd (szemben egy latolgatóbb baloldali attitűddel – Tardos 2011 – Kmetty-Koltai: 2012), ami akár a mintába-kerülés szintjére is hatást gyakorolhat. Ez a hatás a telefonos kutatásokban még inkább kumulálódhat, mivel a politikailag aktívak/érdeklődők között erős volt a kormánypárt, és gyengébbek a baloldali-liberális pártok, a telefonos kutatásban pedig sokkal nagyobb valószínűséggel kerülnek be a politikailag érdeklődőbb személyek (Kmetty 2012). A hely rövidege miatt itt most nem tudunk kitérni azokra a folyamatokra, amelyek a növekvő válaszmegtagadás és a válaszmegtagadás szisztematikussága közötti viszonyt vizsgálják. A válaszmegtagadás nagysága kapcsán az utóbbi évek tendenciái nem világosak. Bár a kutatócégek adnak ki időnként közleményeket a válaszmegtagadás nagyságáról, a módszerek nagyon jelentős eltérései miatt ezen arányszámok nem összehasonlíthatók, valamint legtöbb esetben az sem világos, hogy pontosan melyik kutatócég mit ért válaszmegtagadás alatt (és ez hogyan viszonyul a mintakieséshez).

Ha az interjú elkezdődik, akkor is megtörténhet, hogy egyes kérdésekre nem válaszol az interjúalany. A politikai kérdések tipikusan azon érzékeny kérdések között szerepelnek, amik akár jelentős válaszmegtagadással járnak. Amennyiben a válaszmegtagadás véletlen, a pártpreferenciák becslése sem problematikus. Ha a válaszmegtagadás összefügg a látens pártpreferenciával akkor ez már természetesen az eredményekre is kihat. Az intézetek több stratégiát is követhetnek ezzel kapcsolatban. Egyrészt természetesen célszerű minimalizálni a válaszmegtagadás szintjét. Ezt például lehet speciális kérdezési technikák alkalmazásával (önkitöltős pártpreferencia kérdés, vagy laptopos kutatás esetében a monitor kérdezethez való odafordítása). Másrészt további háttérváltozók segítségével meg is lehet becsülni a választ nem adók pártpreferenciáját. Ez már átvezet minket az adatpótlás problémaköréhez, ami ezen rövid írás kereteit már túlfeszítené.

A harmadik lehetséges torzulási mechanizmus a válaszok megbízhatóságának kérdése. Angelusz Róbert több munkájában behatóan foglalkozott a kérdezettek válaszadói magatartásával (lásd többek között Angelusz 2002). Az ennek kapcsán tapasztalható torzulásnak természetesen különböző fokai lehetnek. A gyakoribb az lehet, ha a kérdezett nem rendelkezik preferenciával, de a kérdőív íve miatt (esetleges korábbi sugalmazó kérdések alapján következtetve), a kérdezőbiztos által közvetített preferencia miatt (Németh-Luksander 2013), vagy akár a közvéleményből leszűrt többségi vélemény miatt valamely párt felé orientálódik. Extrémebb esetben az is előfordulhat, hogy valaki direkt ellentétes párt támogatását jelzi a kutatásban, mint amit valójában támogat. Az ilyen jellegű szándékosan hamis interjúk kiszűrését segíthetik a más kérdésekkel való konzekvenciát vizsgáló megbízhatósági tesztek, vagy akár a kérdezőbiztosok saját megjegyzései a kérdőív végén a válaszok megbízhatóságáról. Különböző panelfelvelelek alapján vég-

zett elemzések azt erősítik meg (Angelusz-Tardos 2006), hogy ez a harmadik torzulási mechanizmus nem túl jelentékeny.

Ahogy a fejezet is jelzi, a politikai közvélemény-kutatásoknak számos lehetséges elméleti és gyakorlati buktatóval meg kell küzdeni, de ahogy a továbbiakban láthatjuk, ezen potenciális buktatók ellenére jól szerepelt a szakma a 2014-es választásokon.

## MEGNYUGTATÓ EREDMÉNYEK

Ahogy a tanulmány eddigi része is rámutatott, mind a közvélemény, mind a talán a szakma szempontjából is nagy kérdés volt, tudnak-e pontos becslésekkel jelentkezni a közvélemény-kutató intézetek.

A közvélemény-kutató cégek a választás előtti héten, valamint a választás napján több pártpreferencia-elemzést és -becslést is kiadtak. A Nézőpont Intézet a választás hetében március 31. és április 5. között végzett 1500 fős telefonos kutatást<sup>3</sup>, valamint a választás napján egy 1200 fős, szintén telefonos kutatást<sup>4</sup>. A Századvég szintén készített egy 1000 fős telefonos választás előtti kutatást március 27-30 között<sup>5</sup>, valamint egy választás napi kutatást. Az Ipsos március 28. és április 3. között 1000 fős személyes kutatást végzett, és ezt kiegészítette egy szakértői becsléssel<sup>6</sup>. Ehhez hasonlóan a Medián<sup>7</sup> is személyes bázison mért, 1200 fő megkérdezésével március 21. és 25. között, valamint a Medián is kiadott egy szakértői becslést a várható végeredményre. A Forsense<sup>8</sup> 2010-hez hasonlóan nem adott ki külön kutatási eredményeket, hanem az utolsó mérések és trendek alapján egy választási részvételi nagysággal összekötött, szakértői becslést publikált április 6-án. A Társi nem készített külön választási előrejelzést, és az utolsó adatfelvételük időben is nagyon távol állt a választásoktól<sup>9</sup>, ezért az intézet adatait nem szerepeltetjük a további részében a tanulmánynak. Természetesen hosszasan lehetne vizsgálni a cégek eltérő módszertani apparátusát, azonban helyhiány miatt erre most nem kerülhet sor<sup>10</sup>, így a becslések pontosságának megállapítására koncentrálunk.

A választási előrejelzések pontosságának megvizsgálásakor a korábbi hasonló vizsgálatokban már bevett mutatókat használom (Lakatos 2011), egyrészt a pártonkénti átlagos tévedés abszolút értékét, valamint ezen eltérések négyzetének összegét. Utóbbi mutató érzékenyebb a pártonkénti esetleges nagyobb eltérésekre, és egy nagy pontatlanságot extrém módon is büntet. Mivel bármilyen más kutatáshoz hasonlóan a pártpreferencia-mérések is rendelkeznek egy statisztikai bizonytalansággal a mintavételes megközelítés miatt, ezért az intézetektől az nem várható el, hogy hibátlanul eltalálják a végeredményt. Az azonban remélhető, hogy statisztikai értelemben a becsléseik pontosnak bizonyulnak. Mivel egyik intézet sem mért határon túli szavazatokat, ezért a belföldi listás szavazatok végeredményével vetjük össze a cégek méréseit és becsléseit.



**TÁBLÁZAT 1. A 2014-ES ORSZÁGGYŰLÉSI VÁLASZTÁSOK ELŐREJELZÉSEI**

	Fidesz	Kormányváltók	Jobbik	LMP	Egyéb	Átlagos eltérés	Négyzetes eltérés összege
Nézőpont választás heti kutatása <sup>11</sup>	47	28	19	5	1	2.1	27.7
Nézőpont választás napi kutatása	48	27	18	6	1	2.3	37.4
Századvég választás heti kutatása <sup>12</sup>	51	25	18	5	1	3.0	73.9
Századvég választás napi kutatása	49	21	20	5	5	2.5	58.4
Ipsos kutatása <sup>13</sup>	46	26	19	4	4	1.2	11.1
Medián kutatása <sup>14</sup>	47	23	21	3	6	2.3	32.1
Ipsos szakértői becslése <sup>15</sup>	42.5	28.5	21	5	3	1.0	7.8
Medián szakértői becslése <sup>16</sup>	41	29	23	4	3	2.0	23.0
Forsense szakértői becslése <sup>17</sup>	46.6	23.5	23	5.2	1.7	2.1	27.7
Választási eredmény	43.55	26.21	20.69	5.47	4.08		

Forrás: kozvelemenykutatok.hu (saját kiegészítés)

Ahogy a táblázatból is látható, a választási előrejelzések nagyon pontosnak bizonyultak. Az Ipsos mérése rendkívül pontos volt, de a Nézőpont két mérése és a Medián kutatási eredménye is statisztikai értelemben jól eltalálta az eredményeket, utóbbi intézet azonban nem várta az LMP-t bejutónak. Az összes mérésre igaz volt, hogy valamennyivel felülbecsülték a Fideszt, a többi párt esetében azonban nem volt szisztematikus tévedés. A Fidesz felülbecslésének lehetséges okait korábban már érintettük. Jelentős különbségnek tekinthető még az, hogy az egyéb pártok esetében milyen szereplést vártak a kutatók. A Nézőpont két mérése, és a Századvég választás heti mérése is alulbecsülte a kispártokat, míg a Medián valamivel nagyobb támogatottságot mért nekik, mint amennyit valójában kaptak. Ebben feltételezhetően közrejátszottak módszertani különbségek. A személyes kutatási design, és az ezzel járó kérdezéstechnikai lehetőségek vélhetően a kisebb pártok pontosabb mérését teszik lehetővé.

A három szakértői becslés is nagyon pontosnak bizonyult. Az Ipsos és a Medián a korábbi választások tapasztalatai alapján kicsit túlzottan is alulbecsülte a Fideszt, és felülbecsülte a Kormányváltó erőket, de ha az általuk adott intervallumokat is figyelembe vesszük, akkor gyakorlatilag teljesen pontosak voltak a számaik. A Forsense nagyon szoros Kormányváltók-Jobbik versenyfutást jósolt, ez nem valósult meg, de a szakértői becslésük ettől függetlenül szintén nagyon jól sikerült.

Összességben azt mondhatjuk, hogy mind a mérések, mind a szakértői becslések jól sikerültek, kutatási szempontból megnyugtató eredmények születtek. Remélhetőleg ezek az eredmények hosszútávon javítják a szakma hitelességét a közvélemény előtt, és nem arról szól majd a közéleti diskurzus a következő választás előtt, miért nem lehet hinni a közvélemény-kutatásoknak.

## IRODALOM

Angelusz, R. (2002) Közvélemény-kutatások és a pluralizmus ignoranciája. Médiakutató (ősz) 55–68.

Angelusz R. – Tardos R. (2006): Rejtőzködő szavazatok” és a társadalmipolitikai miliő – a latenciaprobléma vizsgálatának egy megközelítése In: Angelusz Róbert és Tardos Róbert (szerk.): Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései. Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 2006. 111-134. p.

Angelusz R. – Tardos R. (2011): Régi és új törésvonalak, polarizáció, divergenciaspirál. In: Tardos R. – Enyedi Zs. – Szabó A. (szerk.): Részvétel, képviselés, politikai változás. Budapest: DKMKA, 347–382.

Huckfeldt R. R. – Mendez, J. M. (2008): Moths, Flames, and Political Engagment. *Managing Disagreement within Communication Networks*. *Journal of Politics*, 70(1): 83-96.

Kmetty Zoltán (2012): A telefonos kutatások speciális problémái. *Statistikai Szemle*, 2012/1 (90. évfolyam) 41-63p

Kmetty Z. (2014): Diskurzusok, nexusok és politikai részvétel. Doktori Disszertáció, Elte-Tátk, Budapest

Kmetty Z. – Koltai J. (2012): A kommunikáció intenzitásának és heterogenitásának hatása a részvételre. In: Kmetty Z. – Koltai J. (szerk.): Változó képletek, változatos perspektívák. Tanulmánykötet Tardos Róbert 65. Születésnapjára. Budapest: Háttér Kiadó, 158-209.

Kolosi T. – Tóth I. Gy. (2002): Egy tévedés története. In. Kolosi Tamás–Tóth István György–Vukovich György (szerk.). *Társadalmi Riport 2002*. Budapest, Társi, 339–367

Lakatos Zs. (2011): Választási előrejelzések, Új Képlet. A 2010-es választások Magyarországon (szerkesztette: Enyedi Zsolt, Szabó Andrea, Tardos Róbert) DKMKA, Budapest 2011, 241-269

Lazarsfeld, P. – Merton, R. (1954): Friendship as Social Process: A Substantive and Methodological Analysis. In: Kendall, P. L. (szerk.): *The Varied Sociology of Paul F. Lazarsfeld*. New York: Columbia University Press, 298-348.

McPherson, M. – Smith-Loving, L. – Cook, J. M. (2001): Birds of a Feather: Homophily in Social Network. *Annual Review of Sociology*, 27: 415-234.

Németh R. - Luksander A. (2013): A kérdezőbiztosok pártpreferenciájának hatása a politikai közvélemény-kutatások eredményeire: bizonyítékok és magyarázatok. *Szociológiai Szemle*, 23(2): 52-71.

Rudas T. (1998): *Hogyan olvassunk közvélemény-kutatásokat. Új Mandátum*. Budapest.

Tardos R. (2011): A szavazói motívumok egy új tipológiája- az expresszív, normatív és instrumentális komponensek alapján. MSZT Politikai Viselkedés Szakosztály műhelykonferencia, 2011. január Budapest

## JEGYZETEK

- 1 Extrém esetben persze lehet ez a hatás akár nagyon káros is, de véleményem szerint ennek a bizalmatlanságnak a 2014-es választási becslésekre minimális volt a hatása.
- 2 Lásd ezzel kapcsolatban a választás előtti Medián-mérést: <http://www.median.hu/object.cd804c1b-7e19-4376-ac97-b8089b67b753.ivy>
- 3 <http://nezopontintezet.hu/aktualis/partpreferenciak-a-valasztas-elott/>
- 4 <http://nezopontintezet.hu/aktualis/valasztas-napi-kutatas/>
- 5 [http://zipp.hu/belfold/2014/04/01/szazadveg\\_stabil\\_fidesz\\_kdnp-elony\\_a\\_kampany\\_hajrajaban](http://zipp.hu/belfold/2014/04/01/szazadveg_stabil_fidesz_kdnp-elony_a_kampany_hajrajaban)
- 6 <http://nol.hu/belfold/folelyes-fidesz-gyozelmet-vetiit-elo-az-ipsos-1454637>
- 7 [http://hvg.hu/itthon/201414\\_rejt\\_a\\_palya](http://hvg.hu/itthon/201414_rejt_a_palya)
- 8 <http://forsense.hu/kozelet/a-forsense-valasztasi-becslese-a-2014-es-orszaggyulesi-valasztasok-listas-eredmenyeire>
- 9 [http://www.tarki.hu/hu/news/2014/kitekint/20140326\\_valasztas.html](http://www.tarki.hu/hu/news/2014/kitekint/20140326_valasztas.html)
- 10 A [kozvelemenykutatok.hu](http://kozvelemenykutatok.hu) oldalon részletesen elolvashatók a módszertani összefoglalók.
- 11 potenciális szavazók
- 12 biztos szavazó pártválasztók
- 13 pártválasztók
- 14 biztos szavazó pártválasztók
- 15 Az Ipsos intervallumokat adott meg az előrejelzésében, a számoláshoz, az intervallumok közéértékét vettük
- 16 A Medián intervallumokat adott meg az előrejelzésében, a számoláshoz, az intervallumok közéértékét vettük
- 17 A Forsense különböző részvételi szintekre más pártpreferencia arányokat becsült. Ezúttal a 62 százalékos részvételi szintre számolt arányokat közöljük.

# Az új választási rendszer értékelése

Fodor Csaba

fodor@nezopontintezet.hu

## ÖSSZEFOGLALÓ

Jól vizsgázott az új magyar választási rendszer, beváltotta a hozzá fűzött legfontosabb elvárást, hiszen stabil kormánytöbbség jött létre. A baloldali gyenge szereplésének oka nem az új választási rendszer, hanem a baloldali pártok támogatottságának hiánya. A korábbi rendszer az első és a második helyezett közti jelentős szavazatkülönbség esetén szintén inkább többségi elv szerint működött. Az új választási rendszer vesztese a Jobbik, hiszen arányait tekintve is jóval kisebb frakciója lesz, mint az előző parlamentben. Az LMP viszont sokat köszönhet a könnyített jelölt- és listaállításnak, az alacsony országos részvételnek, illetve az egyéni és listás szavazatmegosztásnak is.

A demokratikus normák szempontjából előrelépést jelent, hogy több mint 1500 egyéni jelölt és 31 pártlista (közte 13 nemzetiségi lista) közül lehetett választani. Jogkiterjesztést jelent, hogy a határon túli magyarok is szavazhattak, a fogatékkal élők pedig most először kaptak segítséget az államtól választójoguk gyakorlása érdekében. A választás törvényes és tisztességes lebonyolításának biztosítéka volt többek között az, hogy a szavazást több mint 10 ezer szavazóköri körben, a jelölő szervezetek által küldött közel 40 ezer pártdelegált ellenőrizte. A választás megszervezése és lebonyolítása tekintetében semmilyen olyan érdemi körülmény nem merült fel, ami megkérdőjelezné a választás, illetve a választási eredmény törvényes és legitim voltát.

## 1. AZ ÚJ VÁLASZTÁSI RENDSZER ÉRTÉKELÉSE A VÁLASZTÁSI EREDMÉNYEK SZEMPONTJÁBÓL

### 1. 1. Választási rendszer és kormányzati stabilitás

Jól vizsgázott az új magyar választási rendszer, hiszen teljesítette a hozzá fűzött legfontosabb elvárást, és stabil kormánytöbbség jött létre. Egy demokratikus választási rendszerben a kormányzati stabilitás elősegítése éppúgy érték, mint más országokban az arányos mandátumképzés elvének biztosítása. A kérdést persze politikai viták övezték az elmúlt években, de ez nem is meglepő, hiszen a választási rendszerek szerkezetének alakulása soha nem független az aktuális politikai helyzettől, illetve erőviszonyoktól. A jelenlegi magyar pártviszonyok között, ahol stabilizálódni látszik a hárompólusú pártrendszer, és amelyben az ellenzék fundamentális, rendszerkritikus retorika mentén politizál, egy tisztán arányos mandátumképzés szerinti választójogi rendszer könnyen kormányozhatatlanná tette volna az országot.

A stabil kormányzást elősegítő új magyar választási rendszer hosszú távon a kritikák ellenére az egyik legfontosabb, több politikai erő által is elfogadott alkotóeleme lehet a magyar politikai rendszernek. Amennyiben ugyanis valamely ellenzéki erő megerősödik, és középre húzó retorikával képes váltópárti státuszt elfoglalni, az új választójogi szabályozás megfelelő támogatottság mellett természetesen már neki is kedvezhet. Miként a megalkotása idején sokat vitatott francia politikai rendszert is elfogadták, később előnyei miatt az erős vezető mögé felsorakozni képes, egységesülő, támogatottságukat tekintve megerősödő francia szocialisták,<sup>1</sup> úgy az idén először vizsgázott, stabil kormányzást elősegítő új magyar parlamenti választási rendszer is elfogadható lehet egy kormányzóképes alternatívaként felépülő magyar ellenzéki erő számára.

## **1. 2. Arányosított választókerületi rendszer**

A korábbi szabályozásnál valamivel jobban elősegíti az egyértelmű parlamenti többségi viszonyok kialakulását az, hogy az egyéni választókerületek teljes mandátumszámon belüli aránya növekedett.<sup>2</sup> Az összesített (egyéni és listás) mandátumképződés szempontjából az előző szabályozáshoz képest tehát elvben valamivel aránytalanabb mandátumkiosztást tesz lehetővé az új választási rendszer, bár a mindenkori arányosság és aránytalanság mértéke az egyes pártok támogatottságának függvénye is.<sup>3</sup>

Az új törvény a többségi viszonyok felé történő kisebb mértékű elmozdulással együtt viszont több ponton is arányosított, felszámolva a korábbi választási rendszer belső aránytalanságait. E téren a legfontosabb változás az 1989-90-es, 2010-re rendkívüli módon megváltozott választói lélekszámarányokhoz igazodó egyéni választókerületi rendszer arányosítása,<sup>4</sup> a másik pedig az aránytalan választói lélekszámarányokat ugyanígy lekövető területi listás rendszer megszüntetése.

A nagyobb és kisebb választói lélekszámú egyéni körzetek arányosítása kiemelkedően fontos változást jelent. Sok esztendő után ugyanis először került lebonyolításra Magyarországon olyan választás, ahol az egyes egyéni választókerületekben leadott szavazatok közel azonos mértékig befolyásolhatták az egyéni mandátumok megszerzését.<sup>5</sup>

## **1. 3. Az eredményesség a mindenkori támogattság függvénye**

Az új választási rendszerben azok a politikai erők voltak sikeresek, melyek stabilizálták szervezetüket, és nem csak az országos médiában, hanem helyi szinten is aktívan kampányoltak, közvetlen kapcsolatban álltak választóikkal. Mindez nem újdonság, hiszen a korábbi rendszer is a nagyobb támogatottsággal rendelkező, stabil országos szervezettel bíró politikai erőket részesítette előnyben.

A baloldal gyenge szereplése nem a választási rendszer hibája. A baloldali pártok a szövetségekötés ellenére mindössze 300 ezer listás szavazattal kaptak többet, mint 2010-ben, és közel 1 millióval kaptak kevesebbet most, mint a Fidesz-KDNP. Gyenge szereplésük oka tehát támogatottságuk hiánya, illetve jelentős mértékű kiszorulásuk a kisebb településekről.

A korábbi választási rendszer egyébként az első és a második helyezett közti jelentős szavazatkülönbség esetén szintén inkább többségi elv szerint működött. 1994-ben az első választási fordulóban közel 1,69 milliós táborral (31,27 százalék) rendelkező MSZP még az akkori második forduló követően is 54,15 százalékos stabil többséget szerzett a második helyezett, az első fordulóban 1 milliós táborral (18,62 százalék) rendelkező SZDSZ nélkül.<sup>6</sup> A későbbi koalíciókötés már az akkori aktuális politikai stratégia része volt.

A töredékszavazat-visszaszámlálás új rendszere szintén a politikai viták kereszttüzébe került az új választási rendszer szerkezetének megvitatása kapcsán. Érdekes ugyanakkor leszögezni, hogy mindennemű töredékszavazat-visszaszámlálás nélkül, ha a listás mandátumok elosztását kizárólag a pártok országos listáira leadott szavazatok befolyásolnák, a Fidesz-KDNP parlamenti többsége még nagyobb mértékű lehetett volna. Kizárólag a listás szavazatarányokkal számolva, töredékszavazat-visszaszámlálás nélkül a kormánypárt 44 listás mandátumot szerezhette volna a ténylegesen megszerzett 37 listás mandátumhoz képest.<sup>7</sup> Így ráadásul számos, mandátumot nem eredményező, de ettől függetlenül még egyéni választókerületi pártjelöltekre leadott szavazat is elveszne. Kétségtelen, hogy az egyéni választókerületi győztesek relatív többség feletti szavazatainak töredékszavazatként számítása (ezeket a szavazatokat már nem az egyéni mandátum megszerzéséhez használja fel az egyéni jelölt) ugyancsak a stabil többség megszerzését segíti, de kizárólag a mostanihoz hasonló helyzetben, tehát akkor, ha az országos első és második helyezett közti szavazatkülönbség jelentős.

#### **1. 4. Az új választási rendszer vesztese a Jobbik**

A Jobbik megszűnt ugyan regionális párt lenni és országosan több helyen is átvette a második erő szerepét a baloldaltól (főként a kisebb településeken, valamint az északi és a keleti megyékben), de a párt nem lett abszolút (országos) második helyezett, ráadásul egyetlen választókerületben sem nyertek a párt esélyes jelöltjei. A Jobbik így csak listás mandátumokkal kerül be az új parlamentbe, ezáltal a korábbi parlamenthez képest még csökkent is a párt mandátumaránya.<sup>8</sup> A kisebb parlament miatt pedig számszerűen is eleve kevesebb szélsőjobboldali képviselő juthatott mandátumhoz.

#### **1. 5. Előnyhöz jutott az LMP az új szabályozással**

Az LMP egyértelműen sokat köszönhet a könnyített jelölt- és listaállításnak, az alacsony (de még így is átlagosnak mondható) országos részvételnek, illetve az egyéni és listás szavazatmegosztásnak. 2010-ben az LMP még nem tudott valamennyi egyéni választókerületben jelöltet állítani, most viszont ezt az akadályt sikerrel vették a magyar zöldek. Ennek hátterében egyértelműen a könnyített jelöltállítás áll. Azzal, hogy az LMP minden egyéni körzetben állított jelöltet, a párt töredékszavazatainak számát is maximálni tudta. Valamivel magasabb részvételi arány esetén persze könnyen elképzelhető, hogy nem került volna be a parlamentbe a magyar zöld párt. Az egyéni és listás szavazatmegosztásnak szintén sokat köszönhet az LMP, hiszen az egyéni körze-

tekben mindössze valamivel több, mint 244 ezren (az egyéni voksok 4,97 százaléka), míg listán közel 270 ezren (a listás voksok 5,34 százaléka) szavaztak a pártra.<sup>9</sup>

## **2. AZ ÚJ VÁLASZTÁSI RENDSZER ÉRTÉKELÉSE A DEMOKRATIKUS NORMÁK SZEMPONTJÁBÓL**

### **2. 1. Kisebb parlament, nagyobb kínálat a szavazólapokon**

Fontos változást jelentett, hogy most először választhattak a szavazók kisebb parlamentet. A korábbi 386 fős parlamenti létszám 200 fő alá csökkentése a Fidesz-KDNP egyik legfontosabb választási ígérete volt, ráadásul a választójogosultak száma regionális és európai szintű összehasonlításban sem tett indokolttá egy közel 400 fős parlamentet.

A magyar választók tehát kevesebb parlamenti képviselőt juttathattak ugyan be, de a korábbi választásokhoz képest mégis nagyobb kínálattal szembesültek a szavazólapokon, mivel több, mint 1500 egyéni választókerületi jelölt és 31 pártlista (közte a nemzetiségeknek biztos parlamenti képviselőt garantáló 13 nemzetiségi lista) közül választhattak. A kisebb, új pártok ezzel együtt sem „vettek el” sok szavazatot a nagyobb politikai erőktől. Megerősítést nyert tehát az a korábban is érvényes tapasztalat, hogy a választópolgárok nem szívesen szavaznak olyan jelöltekre és pártokra, melyeket parlamentbe kerülésre esélytelennek gondolnak.

### **2. 2. Jogkiterjesztő választási rendszer**

Az új választási rendszer a jogkiterjesztés terén is előrelépéseket hozott magával. E szempontból az egyik legfontosabb lépés, hogy a határon túli magyar állampolgárok most először szavazhattak a magyar parlamenti választáson. Az ország területén lakóhellyel nem rendelkező választók (külhoni választók) az új választójogi törvény rendelkezései szerint előzetes regisztrációt követően, a pártok országos listáira szavazhattak (magyarországi lakóhely híján egyéni választókerületi jelöltekre nem). A választott megoldást egyébként a Velencei Bizottság is elfogadhatónak találta.<sup>10</sup> Hosszú távon a külhoni választók szavazati joga is a pártok széles köre által elfogadott eleme lehet a magyar választójogi szabályozásnak. A következő években, valamint az egyes választások alkalmával ugyanis szinte biztos, hogy valamennyi politikai erő intenzív kapcsolatépítésre, valamint érdemi kampányra törekszik majd a külhoni magyarok lakta területeken.

A jogkiterjesztés szempontjából szintén fontos előrelépést jelent, hogy a nemzetiségi névjegyzékbe regisztrált választópolgárok (opcionálisan) az egyéni választókerületi jelöltek mellett az országos nemzetiségi önkormányzatuk által állított nemzetiségi listára szavazhattak. Így az április 6-án megválasztott parlamentnek 13, tanácskozási joggal rendelkező nemzetiségi szószóló is tagja lett. A nemzetiségek parlamenti képviselőinek biztosítása hatékonyabbá teheti Magyarországon a nemzetiségi jogok védelmének eszközeit.

A fogyatékkal élő választópolgárok most először kaptak intézményes segítséget az államtól választójoguk gyakorlása érdekében. Mindez az Európai Unióban is egyedülálló jogkiterjesztést jelent. A látássérültek a választás napján a szavazófülkébe való belépés előtt Braille-írást anyanyagot kaptak, így immár kísérő nélkül, a titkos szavazás megsértésének elkerülésével tudták leadni voksukat. A mozgássérült szavazók választójogának gyakorlását segítette, hogy választókerületenként legalább egy szavazókört akadálymentesíteni kellett.

### **2. 3. Az új választási szabályok esélyegyenlőséget biztosítottak a pártok számára**

Soha korábban nem volt ilyen mértékben biztosított a pártok közti esélyegyenlőség, amit a fizetett televíziós politikai hirdetések tilalma, valamint az államilag támogatott kampányköltségek is garantáltak. A kampányidőszak során a közszolgálati médiában minden, országos listát állító pártnak díjmentesen, azonos terjedelemben járt hirdetési lehetőség. Mindezt azonos feltételek mellett a kereskedelmi televíziók is biztosíthatták volna a törvény alapján. Utóbbiaknál viszont közismerten a legdrágább volt a hirdetések ára az előző választási kampányok idején, így korábban sokkal inkább a nagyobb, jelentősebb pénzügyi háttérrel rendelkező politikai erők jutottak előnyhöz a kampány során. Az idej, államilag támogatott kampányköltségek ugyancsak a kisebb pártok számára jelentettek segítséget, akik így a korábbi kampányokkal szemben nem voltak rászorulva például arra, hogy hitelből kampányoljanak.

### **2. 4. Törvényes és legitim a 2014-es parlamenti választás és a választási eredmény**

A választás lebonyolításakor botrányokra nem került sor, kizárólag kisebb, technikai problémák merültek fel (például az ajánlások kapcsán, vagy az átjelentkezők sorban állása miatt). E problémák természetesen nem jelentik azt, hogy a választás ne lett volna törvényes és tisztességesen lebonyolított. A felmerült technikai problémákat ugyanakkor minél előbb orvosolnia kellene a parlamenti többségnek az elkövetkező ciklus során. Így elvileg szóba kerülhet a többes ajánlások rendszerének megszüntetése, vagy az ajánlások ellenőrzési feltételeinek javítása is.

A választás törvényes és tisztességes lebonyolításának biztosítéka volt többek között az, hogy a szavazást több mint 10 ezer szavazókörben, a jelölő szervezetek által küldött közel 40 ezer pártdelegált ellenőrizte. A szavazás lebonyolítása kapcsán a nemzetközi választási megfigyelők is összességében jó tapasztalatokról számoltak be, kritikát mindössze a kampányra vonatkozó szabályok kapcsán fogalmaztak meg.

Összességében elmondható, hogy a 2014-es magyar parlamenti választás megszervezése és lebonyolítása tekintetében semmilyen olyan érdemi körülmény nem merült fel, ami megkérdőjelezné a választás, illetve a választási eredmény törvényes és legitim voltát. Mindez azt is jelenti, hogy az új választási rendszer mellett az újonnan megalakí-



tott, intézményi függetlenségében megerősített választásigazgatási rendszer szereplői is jól vizsgáztak a parlamenti választás megszervezésében és lebonyolításában.

## JEGYZETEK

- 1 A leírt párhuzamhoz bővebben lásd: Ádám Péter: Franciaország alkotmányos rendje és politikai intézményei. Corvina Kiadó, Budapest, 27. o.
- 2 A teljes mandátumszámon belül 45,6 százalékról 53,3 százalékra.
- 3 A közéleti viták egy jelentős része a választókerületi rendszer, állítólagosan a jobboldal javára történő elfogult kialakítását érintette. A korábbi, 2006-os első forduló egyéni választókerületi eredmények új választási rendszerre vetítése a blokkosított (MSZP-SZDSZ és Fidesz-KDNP) szavazatok alapján viszont egyáltalán nem eredményezi az eredeti eredmények jobboldal javára történő átfordulását. Ez pedig azt is jelenti, hogy az új választási rendszerben minden, megfelelő támogatottsággal rendelkező politikai blokk számára adott a lehetőség arra, hogy erős többséget szerezzen a parlamentben. (A választástörténeti adatok forrását és a számítások alapját a korábbi Országos Választási Iroda és a Központi Statisztikai Hivatal adatbázisai jelentik.)
- 4 A korábbi egyéni választókerületi határokról az országgyűlési egyéni és területi választókerületek megállapításáról szóló 2/1990. (I. 11.) számú Minisztertanácsi rendelet határozott. A 2010-es választás első fordulójában a névjegyzék zárásakor Pest megye 12-es választókerületében például közel 74 ezer, míg Veszprém megye 6-os választókerületében mindössze 26 600 választásra jogosult volt. Mindez közel háromszoros eltérést jelent, ami egyértelműen az egyenlő választójog sérelmét, a korábbi választókerületi rendszer aránytalanságát jelentette.
- 5 A magyar Alkotmánybíróság még egy 2005-ös határozatában kimondta, hogy amennyiben a választókerületek névjegyzékbe vett választói közti különbség eléri a kétszeres mértéket, az már sérti az egyenlő választójog elvét (22/2005 (VI. 17.) AB határozat). Az Alkotmánybíróság határozata alapján ráadásul a választókerületek határainak megállapítását az akkor hatályban lévő rendeleti szint helyett törvényben kellett volna szabályozni. Mivel a korábban megválasztott parlamentek az Alkotmánybíróság által megszabott 2007. június 30-i időpontra a testület határozatában foglalt követelményeknek nem tettek eleget, ezért mulasztásos alkotmányértő állapot állt elő. A megfogalmazott követelmények közül a választókerületi rendszer arányosítására sem került sor, noha ahhoz az Alkotmánybíróság határozata értelmében elegendő lett volna az egyszerű parlamenti többség is. Mindez oda vezetett, hogy az Alkotmánybíróság 2010-ben megsemmisítette a választókerületi határokat rögzítő minisztertanácsi rendeletet, illetve a választójogi törvény azon rendelkezéseit, amelyek értelmében a törvény a Kormány hatáskörébe utalta a választókerületi határok megállapítását (193/2010 (XII. 8.) AB határozat). Az Alkotmánybíróság határozata következtében olyan helyzet állt elő, hogy az új jogszabály megalkotása nélkül 2012. január 1-jét követően nem lehet volna időközi, vagy éppen egy soron kívüli általános parlamenti választást sem megtartani. Az új

szabályozás megalkotása tehát a demokratikus rendszer legitimitása szempontjából éppúgy a hivatalban lévő kormány, mint az ellenzéki pártok érdeke is volt. A választókerületek aránytalanságának megszüntetését a Velencei Bizottság is üdvözölte (CDL-AD(2012)012 Joint Opinion on the Act on the Elections of Members of Parliament of Hungary), noha a tanácsadó testület több ajánlást is megfogalmazott a választókerületek kialakítása kapcsán (például a kerülethatárok kialakításának részletes módszertanát, valamint egy független szakértő testület transzparens bevonását hiányolva). A választókerületi határok módosítása terén a minősített többség törvényi követelményének felállítása ugyanakkor önmagában is nehezíti a kerülethatárokkal történő egyoldalú manipuláció lehetőségét.

6 [valasztas.hu](http://valasztas.hu)

7 A számítást a választójogi törvény rendelkezései szerint végeztük el. A számítás alapjául szolgáló adatok forrása: [valasztas.hu](http://valasztas.hu)

8 12,18 százalékról 11,56 százalékra. (Forrás: [valasztas.hu](http://valasztas.hu))

9 [valasztas.hu](http://valasztas.hu)

10 Lásd: Opinion No. 662/2012, CDL-AD(2012)012

# Nézőpont Intézet

A Nézőpont Intézet 2006 nyarán alakult, magyar tulajdonú elemző és kutató nonprofit cég, melynek tulajdonosa a Nézőpont Intézet Alapítvány. Stábunkat fiatal szakértők alkotják, akiknek munkáját elismert szakemberek segítik.

Szolgáltatásaink között a következők szerepelnek:

- **politikai-szakpolitikai elemzések készítése és választáskutatás**
- **közvélemény-kutatások készítése**
- **gazdaságkutatás, gazdaságpolitikai elemzés**
- **médiakutatás, médiapolitikai elemzés**
- **konferenciák szervezése**

Kiemelt figyelmet fordítunk a politikai szereplők motivációinak, mozgásterének és terveinek vizsgálatára, tekintettel egy-egy jövőbeni vagy bekövetkezett döntés hátterére és várható következményeire. Rendszeresen vállalunk médiaszerepléseket mind a bel-, mind a külföldi médiában. Kiemelt figyelemmel kezeljük a hazánk eseményei iránt érdeklődő külföldi döntéshozók, elemzők és megfigyelők tájékoztatását is. A politikai elemzések mellett megalakulásunktól kezdve foglalkozunk választáskutatással. A 2010-es és a 2014-es választásokat megelőző hónapokban rendszeresen publikált mandátumbecsléssel jelentünk meg. A sajtóban és szakmai konferenciák keretében egyaránt részt vettünk a magyar választási reform elemzésében. Összehasonlító elemzések keretében más országok választási rendszereit is tanulmányozzuk.

Havi országos közvélemény-kutatásinkat 2007 óta rendszeresen publikáljuk a Heti Válaszban. 2010-ben a Nézőpont Intézet két hónappal a választás előtt előre jelezte a kétharmados felhatalmazást, és az LMP bejutása is először a mi kutatásunk által kapott nyilvánosságot. Választás heti és választás napi kutatásunk a 2014-es voksolás előtti időszakban publikált közvélemény-kutatások közül az egyik legpontosabbnak bizonyult. Elemzéseinkhez és tanácsadó munkánkhoz is vállaljuk véleménykutatások készítését. Munkánk során kvantitatív és kvalitatív kutatási módszereket egyaránt alkalmazunk, valamint személyes, telefonos és internetes lekérdezést is vállalunk közéleti témákban.

Gazdasági szakértőink folyamatosan figyelemmel kísérik és elemzik a gazdasági-pénzügyi intézkedéseket, folyamatokat. Foglalkozunk még a hazai és a nemzetközi gazdaságpolitika egészét érintő kérdésekkel is – elsősorban a pénzügypolitikára fókuszálva –, szélesebb összefüggéseket, hosszú távú kilátásokat figyelembe véve. Rendszeresen szervezünk

gazdaságpolitikai témájú szakmai konferenciákat. A gazdaságkutatáson, gazdaságpolitikai elemzések készítésén kívül ágazati, illetve vállalati tanácsadással is foglalkozunk.

Elemzéseinkben 2013-tól kezdődően önálló szakterületenként foglalkozunk médiapolitikával, az ország külföldi médiaképével, valamint a médiatartalmak és a híradók kiegyensúlyozottságával. Rendszeresen szervezünk szakmai konferenciákat a média képviselői és a szakma számára, ahol legújabb elemzéseinket mutatjuk be.

