

Szár

zad

2022. június

2. szám

Vég

Századvég
2022 · 2. szám

Szerkesztik: Gallai Sándor · Gyorgyovich Miklós · S. Király Béla · Kiss Réka · Molnár Attila Károly · Pillók Péter · Ványi Éva · Veszelszki Ágnes

Korábbi szerkesztőségek:

Demeter Tamás · Pócza Kálmán · Veszelszki Ágnes · Zuh Deodáth

G. Fodor Gábor · Demeter Tamás · Mándi Tibor · Szűcs Zoltán Gábor

Balázs Zoltán · Bódy Zsombor · Cieger András · Csité András · G. Fodor Gábor · Kapitány Balázs · Szalai Ákos

Spéder Zsolt · Kerékgyártó Béla · Körösenyi András · Kövér György · Sági Gábor · Stumpf István · Tóth István György

Pethő Sándor · Bárány Anzelm · Huoranszki Ferenc · Kovács M. Mária · Körösenyi András · Liptay Gabriella · Ruzsa Ágnes · Szilágyi Márton

Gyurgyák János · Fellegi Tamás · Gyekiczki András · Kövér László · Kövér Szilárd · Máté János · Orbán Viktor · Stumpf István · Varga Tamás · Wéber Attila

Kiadja a Századvég Közéleti Tudásközpont Alapítvány

Felelős kiadó: Molnár Attila Károly

Olvasószerkesztő: Bobály Ilona, Ell Alexandra

A szerkesztőség címe: Századvég Közéleti Tudásközpont Alapítvány, 1037 Budapest, Hidegkúti Nándor utca 8–10.

Kapcsolat: Tóth Krisztián

Telefon: + 36 1 479 5298

E-mail: kiado@szazadveg.hu

szazadveg.hu

Nyomdai munkálatok: Prime Rate Kft.

A lap évente négy alkalommal jelenik meg. Egy szám ára 1000 forint.

Előfizetés egy évre 4000 forint. Előfizetés a szerkesztőségénél.

ISSN 0237-5206

Tartalom

Előszó. 5

VÁLASZTÁS 2022

STEFKOVICS ÁDÁM

Hova tovább választáskutatás?
Gondolatok a választási előrejelzések módszertani problémáiról. . . . 11

MRÁZ ÁGOSTON SÁMUEL

Adatok és közlemények: a közvélemény-kutatások szerepe
a 2022-es választási kampányban 41

DÚRÓ JÓZSEF

Változás a változatlanságban 65

HAJDÚ ANDRÁS

Koncentráció és szervezettség
a siker kulcsa 85

MERKOVITY NORBERT

Választási kampányok az interneten 111

BENE MÁRTON – FARKAS XÉNIA

Ki mint vet, úgy arat?
A 2022-es választási kampány a közösségi médiában 131

MŰHELY

RAJNAI GERGELY

Válságkezelés és újraválasztás Magyarországon és a világban 161

JENEI NORBERT

¿Sólo queda VOX? – A spanyol radikális jobboldal megerősödése . . . 187

RECENZÍÓ

LAKATOS ARTUR LÓRÁND

Egy urbánus transzszilvanista szellemi életrajza 217

E szám szerzői 220

Előszó

A négyévente tartott hazai országgyűlési képviselőválasztások mindig élénk érdeklődés tárgyát képezik a rendszerváltás óta. A politikai aktusok közül ez az, amely a legnagyobb mértékben mozgatja meg a politikai közösség tagjait, ami persze természetes, hiszen a célja éppen az, hogy a népszuverenitás elvének megfelelően a választópolgárok megválasszák azokat a képviselőket, akikre hatalmukat átruházva a mindannyiunkat érintő legfőbb politikai döntések meghozatalának felelősségét bízzák. Az országgyűlési képviselőválasztások, a kampány, a pártok, az eredmények időről időre a tudományos diskurzus részét is képezik, konferenciákon, tanulmányokban értelmezik a választások előtt és után a politikával és politikatudománnyal foglalkozók a választási folyamatot és eseményeit.

Természetesen adta magát a téma tehát, hogy a *Századvég* folyóirat 2022. évi második számát a tavaszi választásnak szenteljük. Amikor a lapszám tervezését elkezdtük, néhány, a korábbi választásokhoz képest új elem már ismert volt (a választási törvény változása), vagy körvonalazódott (ellenzéki összefogás és ennek hatása a pártrendszerre, a politikai kommunikációban bekövetkezett változások vagy a közvélemény-kutatók dilemmái az eredmények előrejelezhetőségéről). Nem volt még ismeretes, és tulajdonképpen elképzelni sem tudtuk 2022. február 24-ig, az orosz–ukrán háború kezdetéig, hogy egy külpolitikai esemény, amely nem elhanyagolható hatással jár az országunkra nézve, meghatározóvá válhat a 2022-es magyarországi választási folyamatban. Ahogyan nem voltak ismeretesek az eredmények sem, így ez a szám, amit kezében tart az Olvasó, mondhatni a kampányidőszak eseményeivel párhuzamosan készült: a szerzők a tanulmányok előkészületeit megtették a választási időszakban, de az igazi munka az eredmények ismeretében kezdődött el. A választás eredményét és az előzetes várakozásokat összevetve talán nem túlzás e helyütt sem azt állítani, hogy a 2022-es országgyűlési képviselőválasztás eredménye, az inkumbens kormánypártok megismételt kétharmados győzelme a meglepetés erejével hatott sokakra a választás éjszakáján.

A tényleges választási eredmény és az eredményeket illetően a közvélemény-kutatásokhoz kapcsolódó várakozások közötti feszültség hívta életre azt az igényt, hogy a választások idején készülő közvéle-

mény-kutatások témájával két tanulmány is foglalkozik ebben a számban. Stefkovics Ádám *Hova tovább választáskutatás?* című tanulmányában a közvélemény-kutatások módszertani kérdéseivel és az előrejelzések pontosságának kihívásaival foglalkozik történeti kitekintésben. A tanulmány azt a sokakat foglalkoztató kérdést járja körbe, hogy miért tévednek, és esetenként miért tévednek nagyot a közvélemény-kutatók, mi az oka annak, hogy a közönség által elvárt pontos választási eredmény előrejelzési igénynek több esetben nem tudtak megfelelni a nemzetközi és a hazai környezetben a felméréseket végző cégek. Egy másik izgalmas kérdés: ha tévednek, miért igényli mégis mind a politika, mind a politikai közösség a választási előrejelzéseket, azaz miért jó eszköz mégis a közvélemény-kutatás a lehetséges választási kimenetek jelzésére. Stefkovics Ádám írása nagy alaposággal rendszerezi és mutatja be történeti példákkal is illusztrálva a módszertani buktatókat: kitér a mintavétel fontosságára és annak dilemmáira, lehet-e tökéletesen reprezentatív a minta. Milyen következményekkel jár a válaszmegtágadás, és hogyan lehet ezt kezelni a választási előrejelzéseknél, milyen egyéb tényezők befolyásolhatják még a válaszokat (kérdező személye, metakommunikációja), megvan-e a megfelelő bizalom általában a politikai rendszer és a közvélemény-kutató(k) irányába egy olyan érzékeny adat őszinte bevallására, mint valakinek a politikai preferenciája.

Mráz Ágoston Sámuel *Adatok és közlemények: a közvélemény-kutatások szerepe a 2022-es választási kampányban* című tanulmánya a 2022. április 3-ai országgyűlési képviselőválasztás mentén elemzi a választási közvélemény-kutatások dilemmáit, szintén felvetve azt a kérdést, hogy reális-e választási eredmény „jóslatokat” várni a közvélemény-kutatóktól. Ezenkívül részletesen elemzi az áprilisi választások eltérő közvélemény-kutatási adatait és a végeredménytől különböző adatok mögött meghúzódó okokat és dilemmákat. A szerző nemcsak egyszerűen összehasonlítja a választást kísérő közvélemény-kutatási adatok különbségeit, hanem a témáját egy értelmezési keretbe helyezi, bemutatva a közvélemény-kutatások hazai korlátait. Kitér arra, hogy az egyes intézetek nem feltétlenül ugyanolyan mintával dolgoznak, befolyásolja az eredményeket az adatfelvétel ideje és módja, a kérdezőbiztos felkészítettsége és ebből fakadóan a publikált adatok nem teljes körű összehasonlíthatósága. Szemléletes a tanulmány azon ábrája, amelyben a szerző összeveti a választási időszakban publikált előrejelzéseket és bemutatja azok hasonlóságait, mennyire együtt

haladtak a különböző intézetek becslései szinte a választás előtti utolsó napokig. A tanulmány az előrejelzések és a valós végeredmény közötti különbség okaira is magyarázatot keres, részletesen elemezve a szavazatok arányát és mérhetőségét (vö.: külföldön leadott szavazatok, nemzetiségi szavazatok mérhetősége), valamint az egyes közvélemény-kutató cégek adatfelvételi, elemzési és publikálási módszereinek különbségét és ennek hatásait a közölt adatokra.

A választások főszereplőivel, a pártokkal foglalkozik Dúró József *Változás a változatlanóságban* című tanulmánya, a 2022-es választásnak a magyar pártrendszerre gyakorolt hatását elemezve. Az írás azt az ellenzéki pártok választás előtti összefogása alapján előzetesen feltételezett várakozást cáfolja, hogy a sikeres (baloldali) együttműködés megváltoztatja a politikatudományi szakirodalom által centrális pártrendszernek nevezett helyzetet, és helyette ismét egy blokkosodás irányába mozdul el a pártrendszer. A szerző tanulmányában bemutatja a magyar pártrendszer alakulásának utóbbi évekre jellemző tendenciáit, majd részletesen elemzi az ellenzéki pártok stratégiai közeledését egymáshoz a 2010-es években, eljutva a 2022-es választás kapcsán a teljes összefogásig és összehangolt indulásig. Bemutatásra kerül az ellenzéki együttműködés politikai innovációja, az előválasztás folyamata is: a képviselőjelöltek és a miniszterelnök-jelölt kiválasztásának korábban a hazai politikai életben nem alkalmazott módja, valamint ennek hatása az ellenzéki pártok választási esélyeire. A folyamat egyik, talán lehet azt mondani, nem várt eredménye Márki-Zay Péter miniszterelnök-jelöltté válása lett. A tanulmány bemutatja ennek az innovációnak, valamint az ellenzéki összefogás működésének a hatásait a magyar pártrendszerre. A magyar pártrendszer blokkosodására vonatkozó várakozásokat a Mi Hazánk Mozgalom parlamentbe való bejutása is felülírta. A párt elhelyezkedése meg/viszsaerősíti a centrális pártrendszert: a Jobbik ugyan az ellenzéki összefogásban való részvételével áthelyeződött a bal–jobb skála bal felére, a Mi Hazánk Mozgalommal azonban ismét van parlamenti párt a kormány-pártoktól jobbra is.

Az országgyűlési képviselőválasztás jogi környezetét a választási (és a választási eljárási) törvények képezik. Hajdú András összehasonlító tanulmányában a különböző választási törvények szabályai szerint lezajlott 2014-es, 2018-as és 2022-es választásokat vizsgálja, részletesen elemezve a választási törvények változásainak hatását a választási eredményekre.

A tanulmány fő állítása, hogy a *koncentráció és szervezettség a siker kulcsa*, azaz a jelenlegi magyar választási rendszer kedvez a jól szervezett, jó mozgósító képességekkel rendelkező pártoknak. A tanulmány előnye, hogy a 2022-es, a kormánypártok számára ismét kétharmados győzelmet hozó választást nem önmagában elemzi, hanem a 2011. évi új választási rendszer keretei között összehasonlító módon. A vizsgálat kiterjed az ellenzéki és kormánypárti stratégiákra, az egyéni választókerületi és a listás helyek elosztására, a belőlük nyerhető mandátumok arányára, a levél-szavazatokra. A szakirodalomból és a való életből egyaránt ismert tény, hogy a jelenlegi magyar választási rendszer a győztest erősíti, ugyanakkor az összehasonlító elemzés rámutat arra a jelenségre is, hogy ugyan a kormánypártok szavazataránya a három választáson nőtt, de az elnyert egyéni képviselői helyeik az ellenzéki pártok összefogásának köszönhetően választásról választásra csökkentek.

A mindenkori választások elválaszthatatlan részét képezi a kommunikáció, a politikai üzenetek eljuttatása a választókhoz. Ennek terepe ma már egyre inkább az internet. A 2022-es választásokról szóló blokkot két, az online politikai kommunikációval foglalkozó tanulmány zárja. Az interneten zajló politikai kommunikáció magyar trendjeit ismerteti történeti metszetben Merkovity Norbert *Választási kampányok az interneten* című tanulmányában. Politikai kampány ma már elképzelhetetlen internetes csatornák, a közösségimédia-felületek használata nélkül. Kevesebbet tudunk azonban arról, hogyan jutottunk el idáig, mi jellemezte a hazai pártok online politikai kommunikációját az internet beépülésével a mindennapjainkba. Merkovity Norbert írása ezt a hiányt pótolja: bemutatja, hogyan használták a magyar pártok 1996, az első párthonlapok megjelenése óta az online tér adta lehetőségeket a politikai üzenetek közvetítésére, hogyan épült be az új kommunikációs eszköz a politikai kampányok világába. Ma, a közösségi média világával együtt élve kifejezetten érdekes olvasni, milyen innovációkkal éltek a pártok az online térben, hogyan használták már a kezdeti időkben is akár nemcsak üzenetközvetítésre, de a választókkal való interakciók kialakítására is (blogok, webshopok) az online teret. A tanulmány foglalkozik természetesen a közösségi média hatásával is a hazai politikai kommunikációra: bemutatja, hogy a 2010-es években hogyan váltak egyre meghatározóbbá ezek a platformok, kezdve a ma már csak alig emlegetett magyar közösségimédia-felülettel, az iWiW-vel, amely azután fokozatosan átadta a helyét a Facebooknak, meg-

osztva az Instagrammal, és napjainkban már néhány esetben a Tiktokkal. A hazai online politikai kommunikáció három korszakának összefoglalása nemcsak a szakembereknek, hanem a laikus érdeklődőknek is szolgál hasznos információkkal.

A történeti bevezető után Bene Márton és Farkas Xénia tanulmánya foglalkozik a 2022-es választási kampány megjelenésével az online térben. *Ki mint vet, úgy arat?* – teszik fel a kérdést a szerzők, vizsgálva, hogy az ideai választás hogyan zajlott a közösségimédia-felületeken: nagyobb részben a Facebookon. A tanulmány folytatása a szerzők 2018-ban már elkezdett online kampány vizsgálatának, így lehetőséget ad az összehasonlításra: hogyan használták a politikai szereplők a különböző felületeket, milyen változások tapasztalhatók az eltelt négy évben. A tanulmány szerint a hazai politikai információszerzés nemzetközi összehasonlításban is nagymértékben zajlik a közösségimédia-felületeken, ezért is kifejezetten érdekes, mi történt az online térben a kampányidőszakban. Mely pártok voltak nagyon vagy kevésbé aktívak, milyen új, a pártokon kívüli szereplők azonosíthatók a politikai üzenetközvetítésben a közösségimédia-felületeken, a kormánypártok vagy az ellenzéki pártok sikeresebbek-e az online politikai üzenetközvetítésben az adatok alapján? A tanulmány a politikusok közösségimédia-használata mellett röviden kitér a politikai, közéleti hírportálok és az úgynevezett véleményvezérek közösségimédia-elérésére, és elemzi ezek hatását is a választási kampány időszakában. Az adatok alapján egy vegyes kép bontakozik ki az online politikai kommunikációról: a kormánypártoknak és az ellenzéki pártoknak egyaránt vannak erősebb és még fejleszthető online kommunikációs csatornáik a politikai üzeneteik eljuttatására.

A szám műhelytanulmányai is a politika világához kapcsolódnak: Rajnai Gergely *a válságkezelésről és az újráválasztás* esélyeiről szóló tanulmányában szintén reflektál a 2022-es magyarországi választásra. Elemzésében a gazdasági szavazás jelenségét és hatásait vizsgálja a nyugati világban a 2008-as gazdasági válság, valamint a 2020-ban kezdődött koronavírus-járvány idejére eső nemzeti választások kapcsán. A tanulmány annak a jelenségnek a hátterét mutatja be, hogy míg a 2008-as gazdasági válság idején a szavazói magatartást adatokkal alátámaszthatóan befolyásolta a gazdasági szavazás jelisége, azaz a válságot rosszul kezelő kormányok rendre megbuktak a válság alatti választásokon, ugyanez nem mondható el a nagyságrendileg hasonló gazdasági következményekkel járó korona-

vírus-válságról. Az adatok alapján két különbség is észrevehető a 2020 és 2022 közötti időszakban: egyrészt akár a válságkezelésben kevésbé sikeres kormányok sem buktak meg feltétlenül a koronavírus évei alatt, másrészt pedig a kelet-közép-európai országok külön utat jártak ebben a tekintetben: a régióban, így Magyarországon, a tanulmány konklúziója szerint, kimutatható a gazdasági szavazás jelensége, míg a vizsgált nyugati országok esetében jellemzően nem.

Jenei Norbert írása a spanyol pártrendszer új jelenségét, a politikai palettán az utóbbi években megjelenő radikális jobboldali párt, a VOX felemelkedését és a spanyol pártrendszerben való helyzetét mutatja be. *A spanyol radikális jobboldal megerősödését* a keresleti és kínálati oldalról is bemutatja a szerző: részletesen elemzi a párt programja mellett a spanyol társadalom és politikai élet azon változásait is, amelyek lehetővé tették a radikális jobboldali párt megjelenését Spanyolországban. A szerző elemzése a VOX-on túlmutatók, hiszen a párt helyzetét a többi spanyol párthoz viszonyítva mutatja be: a támogatók szociokulturális összetételének összevetésével, a pártverseny egyéb jellemzőinek ismertetésével teljes képet kapunk a VOX megjelenésének háttéréről.

A számot záró recenzióban Lakatos Artur Lóránd *Ligeti Ernőről, egy urbánus transzszilvanistáról* szóló monográfiát ajánl az olvasók figyelmébe. Ligeti Ernő a hazai olvasóközönség előtt talán kevésbé ismert erdélyi író, aki műveiben foglalkozott a kisebbségi léttel, művelődéstörténettel egyaránt. Filep Tamás Gusztáv róla szóló monográfiája azonban nemcsak életrajz, hanem egyfajta kor- és helyrajz is az időszakról, amelyben Ligeti Ernő élt és alkotott.

Ványi Éva

STEFKOVICS ÁDÁM¹

Hova tovább választáskutatás? Gondolatok a választási előrejelzések módszertani problémáiról

Absztrakt

Az elmúlt évek választási előrejelzéseinek fiaszkói világszerte, így Magyarországon is felerősítették a közvélemény-kutatások létjogosultságát megkérdőjelező véleményeket. Bár a választáskutatások teljes diszkreditálása kétségkívül túlzó álláspont, a szakma egyértelmű válságtüneteket mutat, és joggal merülhet fel a kérdés: mennyire hihetünk még ma a választási előrejelzéseknek? Jelen tanulmány arra tesz kísérletet, hogy bemutassa, milyen feltételek mellett készülnek ma választáskutatások, hogyan érdemes értelmezni az előrejelzéseket, és milyen út állhat a választáskutatók előtt. Összegzésem rávilágít, hogy a választáskutatások során potenciálisan felmerülő hibaforrások nagy száma és az elmúlt húsz-harminc évben jelentősen romló kutatói környezet (például a drámaian csökkenő válaszadási arányok) miatt a választási előrejelzések szükségszerűen törékenyek. Ennek ellenére összességében még ma is meglehetősen pontosak a predikciók világszerte. Annak érdekében, hogy a politikai közvélemény-kutatások továbbra is meghatározó szerepet töltsenek be a politikai döntéshozásban és általában a politikai közvéleményben, módszertani fejlesztésekre, szakmán belüli összefogásra, a felhasználók, olvasók pontos tájékoztatására, tudatosítására van szükség.

Kulcsszavak: survey, közvélemény-kutatás, választás, módszertan

Abstract

Recent failures of election forecasting have reinforced opinions questioning the legitimacy of pre-election polls all around the world, including in Hungary. Although the complete discrediting of election polls is undoubtedly an exaggerated position, the polling industry is clearly showing signs of crisis, and the question may rightly be raised: can we still believe election forecasts today? This paper attempts to show the conditions under which election research is conducted today, how the forecasts should be interpreted, and what the way ahead might be for election researchers. I conclude that the large number of potential sources of error in pre-election polling and the increasing burdens in the research environment over the

¹ A szerző a Századvég közvélemény- és piackutatási igazgatója, több mint tíz éve dolgozik a szakmában. Mivel a szerző a közvélemény-kutatási iparág egy fontos és prominens szereplőjéhez kötődik, a tanulmányban megfogalmazott reflexiók tehát önreflexiók is egyben. A tanulmányban legjobb tudása szerint igyekezett objektíven és kritikailag megközelíteni a problémakört.

last 20-30 years (e.g., the dramatically declining response rates) make election forecasts necessarily fragile. Nevertheless, on the whole, predictions worldwide are still reasonably accurate today. In order to ensure that political opinion polls continue to play a decisive role in political decision-making and public sphere in general, methodological improvements, cooperation between pollsters, accurate information, and awareness-raising among users and readers of the statistics are needed.

Keywords: survey, pre-election polling, election, methodology

Bevezetés²

A közvélemény-kutatások, és azokon belül is a választáskutatások a demokrácia fontos építőkövei, hiszen olyan információkat áramoltatnak a politikai nyilvánosságba, amelyek előremozdíthatják a racionális politikai vitákat, valamint segíthetik a politikusok döntéseit megbízható, tényszerű adatok szolgáltatásával. A választáskutatásokat ugyanakkor komoly kritikák érték az elmúlt években.³ A legutóbbi, 2020-as egyesült államokbeli elnökválasztáson az elmúlt negyven évben nem látott mértékűt tévedtek a közvélemény-kutatók,⁴ Franciaországban szintén történelmi méretű hibáknak lehettünk tanúi 2017-ben,⁵ és nagyon hasonló tévedéseket láthattunk Nagy-Britanniában,⁶ Indiában⁷ vagy éppen Magyarországon⁸. A választási előrejelezések fiaskói nagy visszhangot kapnak a médiában, egyre többen kérdőjelezik meg a politikai közvélemény-kutatások megbízhatóságát, annak ellenére, hogy egy, a *Nature Human Behaviour* című folyóiratban megjelent tanulmány⁹ longitudinális elemzése alapján a vá-

2 A tanulmány a 2022-es magyarországi országgyűlési választások előtt született. A tanulmány-nak nem célja részletesen elemezni konkrét magyarországi választási közvélemény-kutatásokat. A 2022-es országgyűlési képviseléválasztás közvélemény-kutatási adataival, dilemmáival a folyóiratban Mráz Ágoston tanulmánya foglalkozik. (A szerk.)

3 Savage–Burrows 2007.

4 AAPOR 2020.

5 Enten 2017.

6 Sturgis et al. 2016.

7 Philippou 2021.

8 Miklósi 2019; Tóth–Kolosi 2002.

9 Jennings–Wlezien 2018.

lasztási előrejelzések minősége összességében nem romlott 1942 és 2017 között világszerte.

Mindazonáltal mind a politikusok, mind a közvélemény joggal veti fel a kérdést: miért tévednek ekkorákat a közvélemény-kutatók? A közvélemény-kutatások száma radikálisan megnőtt az elmúlt évtizedben,¹⁰ a 2020-as amerikai elnökválasztást megelőzően az Amerikai Közvélemény-kutatók Szövetsége (AAPOR) több mint 2800 felmérés eredményeit vonta be elemzésébe. Ez azt is jelenti, hogy az iparágba óriási összegek érkezenek, azonban úgy tűnik, sem a források jelentős mértéke, sem a nagyobb mennyiségű adat (sok mérés) nem eredményez pontosabb, megbízhatóbb előrejelzéseket. Amint említettem, a közvélemény-kutatási adat potenciálisan fontos közvélemény-formáló eszköz, amiből az is következik, hogy a téves, félrevezető eredmények káros hatással lehetnek a nyilvánosságra, és erodálhatják a tudományos módszerekbe vetett bizalmat.

Jelen tanulmány arra tesz kísérletet, hogy felvázolja, milyen tényezők állnak a választáskutatások hibás előrejelzései mögött. A tanulmány a magyarországi helyzetre helyezve a hangsúlyt olyan kérdésekre keresi a választ, mint hogy mennyire jellemzőek a tévedések, mik lehetnek az okai, hogyan próbálják meg innovatív megoldásokkal kezelni a kutatók készítői a hibákat, és milyen jövő állhat a politikai közvélemény-kutatások előtt. Megítélésem szerint¹¹ a közvélemény-kutatásokat nemcsak a médiában, de még a tudományos diskurzusban is számos tévhit, mítosz övezi. A kutatások körüli feszültségek egyik lényegi eleme az, hogy a kutatások felhasználói és olvasói nincsenek megfelelően tájékoztatva, és így nincsenek kellően tudatában annak, hogy mi várható el reálisan egy kérdőíves választáskutatástól.

¹⁰ Uo. 2018.

¹¹ Stefkovics 2021a.

Tévednek-e egyáltalán a közvélemény-kutatók?

Közel egy évszázada használnak közvélemény-kutatásokat politikai választások kimenetelének előrejelzésére. A közvélemény-kutatók tévedéseivel kapcsolatos legközismertebb, klasszikus eset az 1936-os amerikai elnökválasztáshoz kapcsolódik. A *Literary Digest* az előfizetői körében készített nagymintás felmérés alapján 38 ponttal mérte alul Rooseveltt Landonnal szembeni előnyét, míg George Horace Gallup egy jelentősen kisebb, ám valószínűségi, országos lefedésű mintán pontosan jelezte előre a győztest. A választáskutatások módszertana azóta jelentősen fejlődött, a választási fiaskók azonban továbbra is gyakoriak.

Az egyik legjobban dokumentált, és egyúttal a legnagyobb számú kutatást realizáló ország az Egyesült Államok. A 2016-os amerikai elnökválasztáson a közvélemény-kutatók ritkán látott támadásoknak voltak kitéve, miután tévesen Hillary Clintont jelezték előre győztesként. Tegyük hozzá, az előrejelzések nagyon pontosan becsülték a Hillary Clinton személyére leadott szavazatok arányát, a végső győzelemre vonatkozó torzítást néhány kulcsállambeli tévedés okozta.¹² A legutóbbi, 2020-as előrejelzések ugyanakkor az Egyesült Államokban negyven éve nem látott mértékű hibával becsülték az országos elnökpreferenciát, és húszéves negatív rekorddal az államszintű elnökpreferenciát. Ezek az adatok még akkor is elkésérítőek, ha figyelembe vesszük, hogy hosszú távon a hibák inkább csökkentek, mint nőttek az Egyesült Államokban.

Nagy-Britanniában a két legelhíresebb elmúlt időszakbeli tévedés a 2015-ös választásokhoz és a Brexit-népszavazáshoz köthető. Előbbi esetén a közvélemény-kutatók szoros versenyt vártak a konzervatívok és a munkáspárt között, míg a valóságban a konzervatívok több mint 6 százalékkal verték a Munkáspártot. A Brexit-népszavazás előtt szinte minden közvélemény-kutató bennmaradáspárti előnyt jósolt, szemben a végső, 52-48 százalékos kilépéspárti győzelemmel.¹³ Ezek a hibák Nagy-Britanniában nem egyediek.¹⁴

Magyarországon a rendszerváltást követően alakultak meg az első közvélemény-kutató cégek, és azóta rendszeresen készülnek pártprefe-

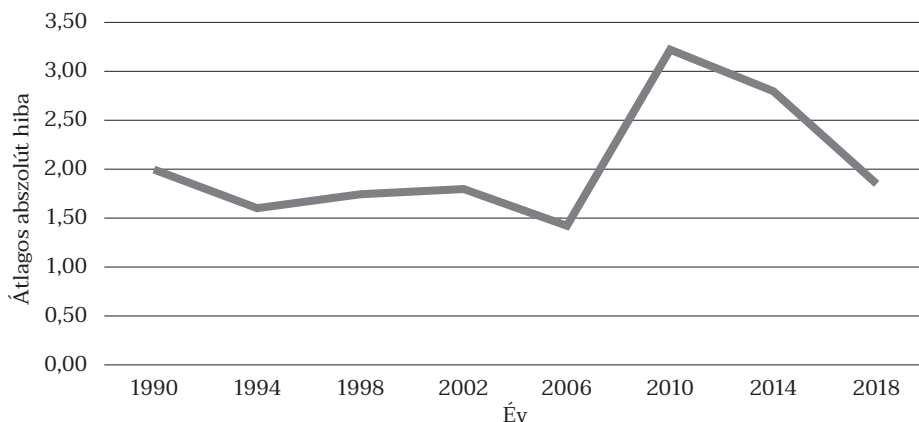
¹² Kennedy et al. 2018.

¹³ British Polling Council 2016.

¹⁴ Sturgis et al. 2016

rencia-kutatások, előrejelzések, jelenleg mintegy nyolc cég publikál ilyen adatokat valamilyen rendszerességgel.¹⁵ Az 1. ábra a magyarországi országgyűlési képviselő választásokat megelőző közvélemény-kutatások átlagos abszolút hibáját mutatja az 1990 óta lezajlott nyolc országgyűlési választás során. Látható, hogy 1990 és 2006 között egyre jobbak lettek a becslések,¹⁶ a 2010-es és a 2014-es választásokon nagyobbakat tévedtek a közvélemény-kutatók, ám a 2018-as választás kimenetelét viszonylag pontosan jelezték előre. A legismertebb fiasco mégis a 2002-es országgyűlési választásokhoz kötődik, amelyet a közvélemény-kutatás fekete napjaként is szokás emlegetni.¹⁷ Az összes közvélemény-kutató intézet 2-8 százalék közötti Fidesz–MDF-győzelmet prognosztizált, szemben a választásokon megvalósult MSZP-győzelemmel. A legutóbbi, 2019-es

1. ábra: A közvélemény-kutatási és választási eredmények közötti átlagos abszolút eltérések évenkénti átlagos nagysága 1990 és 2018 között Magyarországon



Forrás: Závecz G. 2018, 463.

Megjegyzés: Az ábrán a választásokat megelőző két hónapban készült mérések eredményeinek intézetre és hónapokra átlagolt átlagos abszolút eltérései láthatók. A bevont kutatásokat és azok forrásait lásd: Závecz G. 2018.

15 Ezek a cégek: Medián, Závecz Research, Nézőpont Intézet, Publicus Intézet, Iránytű Intézet, Századvég, IDEA Intézet, Republikon Intézet. Rendszeresség alatt azt értem, hogy bármilyen gyakorisággal közöl pártpreferencia-adatokat.

16 Karácsony–Lakatos 2006.

17 Bodor 2012; Tóth–Kolosi 2002; Gallup 2002.

önkormányzati választásokon nagy meglepetésre, a közvélemény-kutatók előrejelzéseivel szemben, Karácsony Gergely legyőzte Tarlós Istvánt, a korábbi főpolgármestert.

A fenti példákon túl számos esetet lehetne idézni más országokból, ami arra utal, hogy ezek a problémák általánosak. Will Jennings és Christopher Wlezien tanulmánya¹⁸ ugyanakkor árnyalja a képet. A szerzők 30 916 választáskutatás adatait vizsgálták 45 országból 1942 és 2017 között, és arra jutottak, hogy a felmérések átlagos abszolút hibája összességében meglehetősen stabil volt az elmúlt hetven évben, semmiképpen sem romlott. A kutatás arra is rámutat, hogy a hibák tipikusan a nagyobb, kompetitívebb pártoknál nagyobbak. Ezt Závecz Gergő (2018) adatai is megerősítették magyar kontextusban. Márpedig éppen ezek azok a tévedések, amelyek sokat számítanak, hiszen a győzelemért versengő pártokról szólnak, így jó eséllyel nagy médiafigyelmet is kapnak. Az idézett amerikai vagy brit hibák történelmileg nem voltak igazán különlegesek, azért esik sok szó róluk, mert egy nagyon szoros küzdelemben rendkívül sokat számítottak. A 2017-es francia elnökválasztásról keveset beszélünk, annak ellenére, hogy soha nem tévedtek akkorát a francia közvélemény-kutatók, mint akkor (10 százalékpontos hiba), ám a győztest eltalálták. Magyarországon a 2002-es választást szokás a közvélemény-kutatók fekete napjaként emlegetni, annak ellenére, hogy 2010-ben tévedtek a legnagyobbat a felmérések (ám szintén eltalálták a győztest).¹⁹

Miért nehéz becsülni a választások kimenetelét?

Az 1936-os *Literary Digest*-fiaskó óta tudjuk, hogy a közvélemény-kutatások eredményei akkor általánosíthatóak egy nagyobb populációra, ha a mintákba véletlenszerűen kerülnek be a mintatagok.²⁰ A valószínűségi mintavétel és a hozzá kapcsolódó statisztikai elmélet teszi lehetővé, hogy kis mintákból következtessünk a célpopulációs trendekre. A vélet-

¹⁸ Jennings–Wlezien 2018.

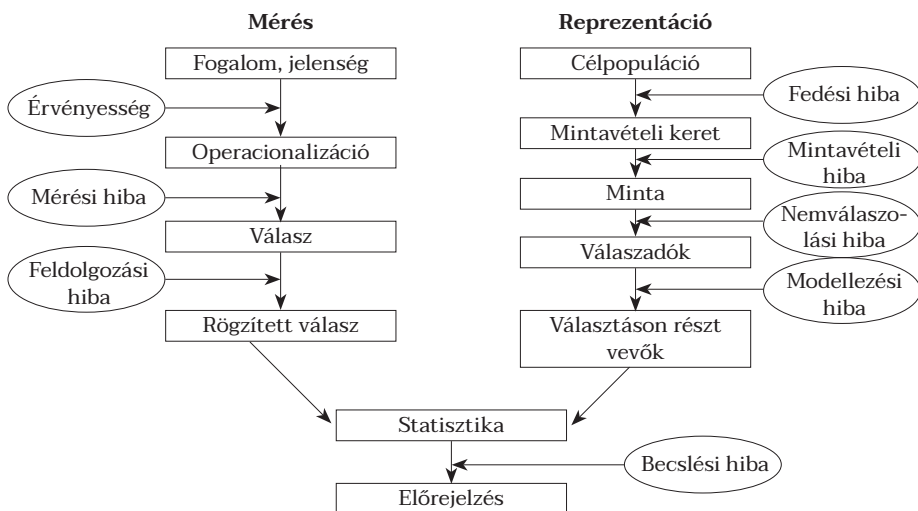
¹⁹ Závecz G. 2018. Vö.: a 2022-es adatok a kézirat készítésének idején még nem álltak rendelkezésre. A részletes 2022-es adatokra vonatkozóan lásd Mráz Ágoston tanulmányát. (A szerk.)

²⁰ Kish 1965.

len mintavétel lehetővé teszi, hogy kiszámítsuk, adott megbízhatósági szinten maximum mekkora mértékben térnek el becsléseink a valós populációs számoktól pusztán annak köszönhetően, hogy mintát vettünk, és nem kérdeztünk meg mindenkit a populációban.²¹ Ezt másként *mintavételi hibának* hívjuk, amelyet a választáskutatók gyakran közölnek, ám ahogy arra később utalni fogok, a mintavételi hiba értelmezése körüli félreértések nagy figyelmet igényelnek.

A választáskutatásoknak és a közvélemény-kutatásoknak általában az ma a legnagyobb problémája, hogy a klasszikus valószínűségi mintavétel feltételei egyre kevésbé teljesülnek. A becslések *megbízhatóságának* feltételei, hogy a célpopuláció minden tagjának azonos, nem nulla esélye legyen bekerülni a mintába, a minta jól reprezentálja a célpopulációt bizonyos jellemzők mentén, a mintába beválasztott egyének mindegyike kitöltse a kérdőívet, illetve válaszoljon az összes kérdésre. Ezen feltételek sérülése tipikusan a mintavételi hiba emelkedésével jár. A becslések érvényessége ugyanakkor elsősorban a mérés minőségén múlik. A rossz

2. ábra: A választási előrejelzések során felmerülő hibák a Total Survey Error (TSE) paradigma alapján



Megjegyzés: Az ábra Groves és Lyberg (2010) ábrájának a szerző által módosított, kiegészített verziója.

kérdésfeltevés, a kérdezőbiztosok, vagy éppen a válaszadók „hibái”, illetve az elemzési, statisztikai hibák a *nem mintavételi hibák* számát gyarapítják és gyengítik a becslések érvényességét.²² A következő fejezetben azt tekintem át, hogy mindezek a feltételek milyen mértékben teljesülnek ma a politikai közvélemény-kutatásokra vonatkoztatva. Áttekintésemben az úgynevezett *Total Survey Error (TSE)*²³ paradigmát követem, illetve vonatkozatom a választáskutatásokra. Ennek lényege, hogy a kérdőíves felmérések minőségének javításához a felmerülő különböző hibaforrásokat egy keretben vizsgálja és értelmezi a kutató. A 2. ábra a választáskutatásokra alkalmazva illusztrálja a különböző típusú hibaforrásokat.

A mintavételi keretek hibái és a választópopuláció modellezése

A közvélemény-kutatások minőségét illetően általában sok múlik azon, hogy milyen mértékben sikerül lefedni a célpopulációt a mintavétel során, azaz milyen a *mintavételi keret* minősége. Mivel a választáskutatások a szavazókorú népességre vonatkozóan kívánnak adatokat gyűjteni, a reprezentativitás kulcskérdés. Egyes válaszadói csoportok szisztematikus alulreprezentálása a mintákban könnyen torzításokhoz vezethet, különösen, ha az a jellemző, amely mentén nem sikerül leképezni a populációs arányokat, összefügg azzal, amit a kutatás mérni kíván. Éppen ez az eset állt fent a 2016-os amerikai elnökválasztáskor. Az utólagos elemzések arra mutattak rá, hogy a tévedések nagy részben magyarázhatóak voltak az alacsonyabb végzettségűek alulreprezentálásával, és az ezt a hibát utólagos, súlyozással történő korrigálás elmaradásával.²⁴

A leggyakoribb mintavételi mód a laccímalapú kiválasztás és az úgynevezett véletlenszám-tárcsázás (*random-digit dialing, RDD*), mivel ezek biztosítják a célpopuláció legszélesebb lefedését. Magyarországon a laccímalapú kiválasztás hagyományosan kérdezőbiztosok segítségével történik.

22 Minderről bővebben lásd például: Groves 2005.

23 Biemer 2010; Groves–Lyberg 2010.

24 Kennedy et al. 2018. Tegyük hozzá, nem egyértelmű, hogy lefedési típusú problémáról van szó, vagy nemválaszolási problémáról. Utóbbiról rövidesen részletesen értekezem.

A hazai választáskutatások többnyire a mai napig ilyen módszerrel készülnek.²⁵ A személyes, kérdezőbiztossal történő módszer hagyományosan a legjobb minőségű mintákat biztosította,²⁶ ám ezekkel az adatfelvételekkel egyre komolyabb probléma, hogy jelentős áremelkedés zajlott le a piacon, nagyon kevés szereplő tudja megfizetni ezt a költséges adatfelvételi módot. A klasszikus címlistas megkérdezés Magyarországon lényegében már a 2000-es évek elejére ellehetetlenült.²⁷ A koronavírus-járvány is nagy hatással volt a kérdőíves adatfelvételekre. A járvány alatt a személyes kapcsolatfelvételt igénylő módszereket nem lehetett alkalmazni, így számos olyan kutatás, amely ilyen módokon vett fel adatokat, kénytelen volt váltani, méghozzá nagyon rövid idő alatt.²⁸ A koronavírus-járvány hosszú távú hatásait még nem látjuk, de könnyen lehet, hogy felgyorsítja az online világba mozdulás általános trendjeit.

A telefonos mintavétel rendkívül elterjedt Magyarországon. Elméletileg nagyon jó lefedést biztosíthat ma Magyarországon egy telefonos mintavétel, hiszen az NMHH adatai alapján 2019-ben „a teljes hazai lakosságra vetített 100 főre jutó aktivált SIM-kártyák száma [...] 114,1 darab volt”.²⁹ Azonban szemben más országokkal, Magyarországon jogi akadályokba ütközik a véletlenszám-tárcsázás. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy az adatfelvevő cégek marketingalapú mobiltelefon-adatbázisokat vásárolnak, és ezek az adatbázisok képezik a mintavételi kereteket. Arról, hogy ezek az adatbázisok milyen minőségűek és vajon milyen torzulásokat implikálnak, nem áll rendelkezésre adat, mindazonáltal jó okkal feltételezhető, hogy tartalmaznak szisztematikus torzulásokat.³⁰

Az online mintavétel évek óta nagyon gyorsan terjed világszerte, és a választáskutatások egy része is ma már ilyen módszerrel készül. Magyarországon az IDEA Intézet készít közösségimédia-alapú pártpreferencia-kutatásokat. Látni kell azonban, hogy az online mintavétel torzulásokat okozhat a minták összetételében, ezekben a mérésekben jellemzően felülreprezentáltak a magasabb végzettségű, városi, politikailag érdeklő-

25 Böcskei–Szabó 2018.

26 Karácsony–Lakatos 2006.

27 Závecz T. 2000.

28 Lásd például az amerikai General Social Survey-t (GSS; Bautista 2021.)

29 Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2020.

30 Kmetty 2012.

döbb lakosok, sőt az internethasználat összefügghet bizonyos tartalmi politikai kérdésekkel is. Magyarországon ráadásul jelenleg a 16 és 74 év közötti lakosság 15 százaléka egyáltalán nem internetezik,³¹ tehát nulla esélye van bekerülni egy online mintába. Az elérési nehézségek kezelésére mindazonáltal a nyugati-európai és amerikai országokban régóta hibrid, azaz többféle adatfelvételi módot keverő technikákkal készülnek a közvélemény-kutatások.³²

A különböző módok keverése mellett az elérési problémákat a minták utólagos súlyozásával, azaz a populációs arányokhoz való igazítással szokás kezelni. Mint említettem, az Egyesült Államokban 2016-ban ennek hiánya részben magyarázta a tévedéseket, azonban olyan példa is akad, amikor éppen ez az utólagos korrekció vitte félre a becsléseket. A 2015-ös brit választások közvélemény-kutatói kudarcra nagyrészt a minták reprezentativitási deficitjének volt betudható. Konkrétan abban hibáztak a kutatók, hogy a mintákat a populációs arányokhoz súlyozták, és mivel a mintákban felülreprezentáltak voltak a politikailag aktív választók, ezért a súlyozás felnagyította azon mintatagok válaszait, akik demográfiaiilag hasonlítottak a nem szavazókra. Ezek a szavazók történetesen munkáspártiak voltak.³³

A választáskutatásoknál a célpopuláció lefedésének problémáját tetézheti, hogy gyakran nem a teljes populációról kívánnak adatot gyűjteni, hanem a választásokon ténylegesen részt vevőkről. Lévéen azonban egy jövőbeni eseményről szó, ennek tökéletes leképezése sohasem lesz lehetséges, sok válaszadó maga sem tudja biztosan a kérdés pillanatában, hogy részt fog-e venni a választásokon.³⁴ Ráadásul „a pártpreferencia valójában vélemény jellegű érzelmi viszonyulás, nem pedig tényleges döntési, viselkedési szándék”.³⁵ Ez önmagában egy nagyfokú ismeretelméleti bizonytalanságot jelent. Jellemzően a politika iránt kevésbé érdeklődők, stabil pártpreferenciával nem rendelkezők szavazási szándékait sok olyan, a kutatás és a választás között lezajló jövőbeni esemény befolyásolhatja, amelyet sem a vá-

31 https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0029.html

32 Stefkovics 2021b.

33 Mellon–Prosser 2017.

34 Karácsony–Lakatos 2006.

35 Marián 2006, 142.

laszadó, sem a kutató nem képes figyelembe venni.³⁶ Érvelhetnénk úgy, hogy a választás napjához minél közelebb érdemes felvenni az adatokat, egy-két nap alatt már úgysem változtatnak az emberek a szándékaikon. Závecz Gergő³⁷ elemzése alapján a rendszerváltás óta lezajlott választások kimenetére vonatkozó közvélemény-kutatói becslések átlagos hibáját szignifikánsan javította, ha közelebb volt a mérés a választás napjához. Azonban sokan ténylegesen az utolsó napon határozzák el, hogy elmennek-e szavazni, és sokan a szavazófülkében döntenek el, hogy mire adják a szavazatukat (*impulzív szavazók*).³⁸ Ha szerencséje van a közvélemény-kutatónak, ez a szavazótípus hasonlóan oszlik meg a különböző pártok táborában.

Az előrejelzések sikerének kulcskérdése, hogy mennyire sikerül pontosan leválogatni a választásokon ténylegesen szavazó populációt. A 2002-es magyarországi tévedésekre a TÁRKI abban látta a magyarázatot, hogy „a számítottnál mintegy félmillióval többen mentek el szavazni, és az ő többségük, valamint annak a szintén több mint félmillió embernek a többsége, akikről sejtettük, hogy elmennek, de nem ismertük a pártpreferenciáikat, az MSZP listájára (és egyéni jelöltjére) szavazott.”³⁹ Karácsony és Lakatos⁴⁰ elemzése alapján a részvételnek direkt hatása van a becslések pontosságára: mind az átlagosnál kisebb, mind az átlagosnál nagyobb részvétel negatív hatással van a pontosságra.

A problémának nagy a szakirodalma, számos különböző metódus létezik, amit jelen tanulmányban nem kívánok részleteiben ismertetni. Az úgynevezett biztos szavazó pártválasztók válaszainak figyelembevétele régen elavult módszer,⁴¹ míg az úgynevezett Perry–Gallup-modellezés jóval kifinomultabb.⁴² A kutatók gyakran az előző választási részvételi adatokat használják akár súlyozásra is, ami segíthet, ha a korábbihoz hasonlóak a részvételi mintázatok, avagy még nagyobb torzításokat eredményezhet, ha változnak a részvételi szokások.⁴³

36 Erikson et al. 2004.

37 Závecz G. 2018.

38 Vaskor 2022.

39 Tóth–Kolosi 2002, 343.

40 Karácsony–Lakatos 2006.

41 Marián 2006.

42 Rentsch et al. 2019.

43 Fraga et al. 2017.

A válaszmegtagadás

Amennyiben sikerült pontosan lefedni a célpopulációt, minden tagjának egyenlő esélyt biztosítani, és precíz mintát venni, szembe találjuk magunkat a modern kori kérdőívezés legmarkánsabb problémájával: a *válaszmegtagadással*. Williams és Brick (2018) összesítése alapján a nagymintás amerikai, személyes megkérdezéssel operáló felmérések válaszadási arányai a kilencvenes évekre jellemző 80 százalék feletti arányokról 2014-re 70 százalék körülire csökkentek. Hasonlóak a trendek Európában is.⁴⁴ Az ESS átlagos válaszadási aránya 2002 és 2016 között 69 százalékról 50-55 százalékra esett⁴⁵, az International Social Survey Programme (ISSP) felmérésének válaszadási arányai pedig 1996 és 2016 között 69 százalékról 44 százalékra.⁴⁶ Magyarországon a nyolcvanas-kilencvenes évekig hasonlóan magas (70-80 százalék körüli) volt a válaszadási hajlandóság, azóta évről évre csökken. Angelusz Róbert és Tardos Róbert⁴⁷ 2006-ban hívta fel a figyelmet arra, hogy Magyarországon is megfigyelhető a főcímen elért megkérdezettek arányának csökkenése: 1994 és 2003 között mintegy 10 százalékot esett (63 százalékról 54 százalékra) a szerzők által vezetett választáskutatások során főcímen elért megkérdezettek aránya. Angelusz és Tardos 2009-ben⁴⁸ informális forrásból további 10-15 százalékos csökkenésről, azaz 40-45 százalékra süllyedő elérési arányokról számoltak be. Egy nemrégiben készített személyes megkérdezésen alapuló választáskutatás 32 százalékos válaszadási arányt produkált.⁴⁹ Míg 1996-ban a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 16 százalékos visszautasítást rögzített a mikrocenzus során, addig 2016-ban már csak 63 százalékos volt a válaszadási arány.⁵⁰

A telefonos méréseknél ennél jóval drámaibb a helyzet. A *Pew Research Center* amerikai kutatóintézet saját adatai alapján 1997 és 2018 között 36

44 De Heer – De Leeuw 2002.

45 Beullens et al. 2018; Szeitl–Tóth 2020.

46 Szeitl–Tóth 2020.

47 Angelusz–Tardos 2006b.

48 Angelusz–Tardos 2009.

49 Stefkovics 2021b.

50 Szeitl–Tóth 2020.

százalékról 6 százalékra estek a telefonos válaszadási arányok.⁵¹ Magyarországról pontos adataim nincsenek, de adatfelvevő cégekkel folytatott beszélgetéseim alapján nagyon hasonlóak a válaszadási arányok hazánkban is.

A válaszadási arányok csökkenéséből azonban nem feltétlenül következik a mérések megbízhatóságának romlása. A válaszmegtagadás akkor jelent problémát, ha a válaszadók és a választ megtagadók érdemben különböznek egymástól, és ez a különbség összefügg a kutatásban vizsgált jelenséggel. A 2020-as amerikai elnökválasztást megelőzően a demokráta és a republikánus szavazók különböző válaszadási hajlandósági mintázatai miatt a közvélemény-kutatásokba kevesebb republikánus került be, mint ahányan végül elmentek szavazni.⁵² Nem világos, hogy Magyarországon ez mekkora probléma. Egy 2000-es TÁRKI-tanulmány szerint „miközben a válaszmegtagadók tábora társadalmi-gazdasági jellemzői alapján nem különbözik jelentősen az átlagtól (valójában a pártpreferenciával rendelkezők és a bizonytalanok között helyezkedik el), politikai attitűdjeik tekintetében is inkább a középhez sorolják magukat.”⁵³ A 2002-es fiaskót elemző Tóth–Kolosi-tanulmány közvetett bizonyítékok alapján elvetette annak a lehetőségét, hogy az eltérő válaszadási hajlandóságnak lettek volna betudhatóak a hibák.⁵⁴

Torzításokat nem csak az okozhat azonban, ha direkt politikai preferenciák tekintetében különböznek a válaszadók és a válaszmegtagadók, ennél egyszerűbb probléma, ha például iskolai végzettség mentén eltérő a válaszadási hajlandóság. Az alacsony végzettségűek körében tipikusan alacsonyabbak a válaszadási arányok, márpedig a végzettség jellemzően korrelál a pártválasztással. Ez a probléma nagymértékben magyarázta a 2016-os amerikai hibákat.⁵⁵ Az iskolai végzettség Magyarországon is fontos összefüggéseket mutat a politikai attitűdökkel.⁵⁶

A választáskutatók számára mindazonáltal jól ismert a nemválasztás lehetséges káros hatása, így sokan súlyozással korrigálják a nemvá-

51 Kennedy–Hartig 2019.

52 AAPOR 2020.

53 Tóth–Kolosi 2002, 342; TÁRKI 2000.

54 Tóth–Kolosi 2002.

55 Kennedy et al. 2018.

56 Makay–Stefkovic 2021; Enyedi–Tardos 2018.

laszólást. A nehézség az, hogy nem lehet pontosan megbecsülni, milyen faktorok befolyásolják a nemválaszólást, ez ugyanis akár választásonként változhat.⁵⁷

Mérhető-e a pártválasztás?

A mintavételi keretek és a nemválaszolásból fakadó torzítások mellett a mérés során is adódhatnak problémák. Az egyik lehetséges hibaforrás a mérési eszköz, azaz a kérdések. Az ötvenes évek óta készülnek kutatások, amelyek bizonyítják, hogy a kérdések megfogalmazása, a kérdések helye a kérdőívben, a megelőző kérdések vagy a válaszlehetőségek sorrendje mind hatással lehetnek a válaszokra. Nincs igazán sztenderd kérdés sem a részvétel, sem a pártpreferencia mérésére; vannak, akik nagymintás kutatások által használt jól bevált kérdéseket használnak, mások saját eszközöket dolgoznak ki. Az is jellemző, hogy nem egy kérdéssel mérik a pártpreferenciát, hanem például egy másodlagos kérdéssel próbálnak másképpen rákérdezni a válaszmegtagadók, bizonytalanok preferenciáira.

Ha jól is van feltéve a kérdés, a megkérdezettek egy része gyakran vagy nem hajlandó válaszolni (*válaszmegtagadó, rejtőzködő*), vagy egész egyszerűen nem tudja a választ (*bizonytalan, impulzív szavazó*). Szenzitív kérdések esetén általában, és a pártpreferenciát mérő kérdéseknél különösen magas szokott lenni a hiányzó válaszok aránya. A probléma ezzel egyrészt az, hogy az ezekre a kérdésekre vonatkozó becslések hibája – egy 1000 fős sztenderd +/- 3,2 százalékhöz képest – jelentősen megnő, hiszen a kérdésre nem a teljes minta válaszolt.⁵⁸ Másrészt a kérdésekre nem válaszoló vagy pártválasztásukban bizonytalan válaszadók egy része végül szavaz a választásokon. A választási előrejelzések emiatt megpróbálják figyelembe venni ezen megkérdezetteket úgy, hogy becslik, pótolják a válaszaikat, például más, hozzájuk sok szempontból nagyon hasonló válaszadók vála-

⁵⁷ AAPOR 2021.

⁵⁸ Rudas 2006.

szainak felhasználásával.⁵⁹ Ez javíthatja a fent említett mintavételi hibát érintő gondokat, a kérdés, hogy mennyire sikeresek ezek a becslések.

A kutatásban való részvétel politikai jellemzőkkel való összefüggése könnyen lehet, hogy a részleges nemválaszolásnál is megjelenik, és egyes pártok támogatói kisebb valószínűséggel vallják be politikai hovatartozásukat, mint más pártoké. Emögött állhat például a *hallgatás spirálja*⁶⁰ jelenség, amelynek lényege, hogy a közvélemény eloszlásáról való kvázistatisztikai percepció hatással lehet az egyének véleményeinek kinyilvánítási hajlandóságára. Kisebb, társadalmilag kevésbé elfogadott pártok (például szélsőjobboldali pártok) támogatói az izolációtól való félelem miatt eltitkolhatják hovatartozásukat. Bodor (2012) a 2002-es magyarországi választásokat megelőző mérésekben azt találta, hogy az MSZP szavazói vélhetőleg eltitkolhatták véleményüket a közvélemény és pártjuk megítélésének fényében. A Gallup abban látta a tévedések fő okát, hogy „a válaszmegtagadók között sokkal több MSZP-szavazó volt, mint Fidesz–MDF-szavazó.”⁶¹ 2010-ben a Gallup szintén az MSZP és a Jobbik szavazóinál látott hasonló válaszmegtagadási tendenciákat.⁶² Róna elemzése pedig arra enged következtetni, hogy az LMP sikere 2010-ben legalább részben magyarázható volt azzal, hogy milyen esélyeket tulajdonítottak a pártnak a választások előtti kutatások, illetve a média.⁶³ Gyakran merül fel az is Magyarországon, hogy a közvélemény-kutatók jellemzően felülmérik a Fidesz–KDNP-t. Ez olyannyira elterjedt, hogy sokan utólag, például súlyozással, kompenzálják ezt a vélt torzítást, ami végül 2018-ban túlzónak bizonyult.⁶⁴ Róna⁶⁵ elemzése ráadásul azt mutatja, hogy a felülmérés jellemzően hibahatáron belüli.

Sokak által hangoztatott hipotézis volt az Egyesült Államokban az úgynevezett *shy Trump voters* jelenség, ami arra utal, hogy az interjúhelyzetekben Trump támogatóinak egy része nem merte bevallani a támogatását,

59 Az úgynevezett imputálási módszerek ismertetésére jelen tanulmányban nem térek ki. Remek magyar nyelvű összefoglalást nyújt például Máder (2005) tanulmánya.

60 Noelle-Neumann 1974.

61 Gallup 2002.

62 Portfolio 2010.

63 Róna 2011.

64 Závecz G. 2018.

65 Róna 2017.

mert például úgy élték meg, hogy az nem a társadalmilag elvárt válasz.⁶⁶ Minderre azonban kevés bizonyítékot találtak a választásokat követő elemzések, mind 2016-ban, mind 2020-ban.⁶⁷ Egy elemzés arra mutat rá, hogy a közvélemény-kutatások valójában Európa-szerte meglehetősen pontosan becslik a populista vagy szélsőjobboldali pártok támogatottságát.⁶⁸

Ami a válaszadói hibákat illeti, szenzitív kérdéseknél a társadalmilag elvárt válaszadás torzíthatja a méréseket. Számos korábbi politikai témájú kutatás talált bizonyítékot arra, hogy a válaszadók gyakran hajlamosak magukat jobb színben feltüntetni: a rájuk nézve pozitív dolgokat felnagyítani, a negatívakat pedig kicsinyíteni, akár le is tagadni.⁶⁹ Politikai témában feltételezhetjük, hogy az emberek hajlamosak szavazási hajlamukat felülriportálni, mivel a szavazás aktusához mint állampolgári jogaink gyakorlásához, a demokrácia szimbólumához alapvetően pozitív dolgok társulnak; szavazni egy pozitív aktus. Ennek megfelelően a közvélemény-kutatások rendre felülmérik a részvételt. Magam⁷⁰ éppen a kérdezőbiztossal operáló, telefonos mérésekben találtam túlzóan magas várható részvételi hajlandóságot a 2018-as országgyűlési választások előtt. A pártpreferencia mérésénél, mint említettem, a válaszmegtagadás torzíthat, de akár az is előfordulhat, hogy a válaszadók szándékosan megpróbálják félrevezetni a közvélemény-kutatókat azzal, hogy valótlan válaszokat adnak, azt remélve, hogy így befolyásolhatják a közvéleményt, a győzelmi esélyek percepcióját.

Tovább nehezíti a szavazási események előrejelzését a stratégiai vagy *taktikai szavazás*.⁷¹ Ez a tudatos választói magatartás a rendszerváltás óta nagy hangsúlyt kapott Magyarországon, mind a 2011 előtti, mind az új választási rendszerben. Mérési szempontból az a probléma a racionális, taktikai szavazással, hogy – szemben a hagyományos, ideológia- vagy értékalapú szavazással – a pillanatnyi politikai erőviszonyok fényében gyorsan és könnyedén változik. Karácsony a 2006-os országgyűlési választások kapcsán az SZDSZ és az MDF alulmérését annak tulajdonította,

66 Enns et al. 2017.

67 AAPOR 2021; Kennedy et al. 2018.

68 Silver 2017.

69 Liao 2016; Voogt–Saris 2003.

70 Stefkovics, 2021b.

71 Harkányi 2018.

hogy a taktikai szavazás kedvezett ezeknek a pártoknak, és ezzel nem tudtak számolni a felmérések.⁷² 2010-ben hasonló történhetett az LMP és az MDF esetében,⁷³ és 2018-ban is döntő jelentősége volt a taktikai szavazásnak a választási eredményre vonatkozóan.⁷⁴

A részvételi és pártpreferencia-kérdésekre adott válaszokat nem csak a válaszadók, a kérdezőbiztosok is torzíthatják.⁷⁵ Egyrészt, mint említettem, a társadalmilag elvárt válaszadást a kérdezőbiztos személye, magatartása befolyásolhatja. Németh és Luksander⁷⁶ egy magyarországi személyes adatfelvételnél találtak összefüggést a válaszadó és a kérdezőbiztos pártpreferenciája között. Különösen az MSZP-szavazóknál találták azt, hogy a kérdezőbiztos MSZP-szimpatíája előre jelezte a válaszadó affinitását a szocialista párt irányába. A szerzők úgy érveltek, hogy a kérdezőbiztos hatása különösen azon pártok szavazóinál lehet magas, akik kevésbé merik vállalni a pártválasztásukat. Az éppen csúfos választási vereséget szenvedett MSZP 2010-ben jól lehet, éppen ilyen párt volt.

Bizalom

Ahogy arra fentebb utaltam, a közvélemény-kutatások méréseit torzíthatja, ha a szféra erősen átpolitizált, és a válaszadók politikai alapon vesznek/nem vesznek részt a kutatásokban, módosítják/elhallgatják válaszaikat. A megbízható közvélemény-kutatási adatok gyűjtésének egyik alapfeltétele a lakosság kutatókba vetett *bizalma*. A Századvég 2014 óta vizsgálja a közvélemény-kutatók megítélését Magyarországon. A 3. ábra és az 1. számú melléklet azt mutatja, hogy erősen megosztják a magyar társadalmat a közvélemény-kutatások, a felnőtt korú lakosság többsége azonban megbízik a közvélemény-kutatók eredményeiben. A 2018-as választásokkor ez a mutató mélypontra került (többen voltak azok, akik nem bíztak az ered-

72 Karácsony 2006.

73 Róna–Sós 2011.

74 Kmetty 2018; Tóka 2018.

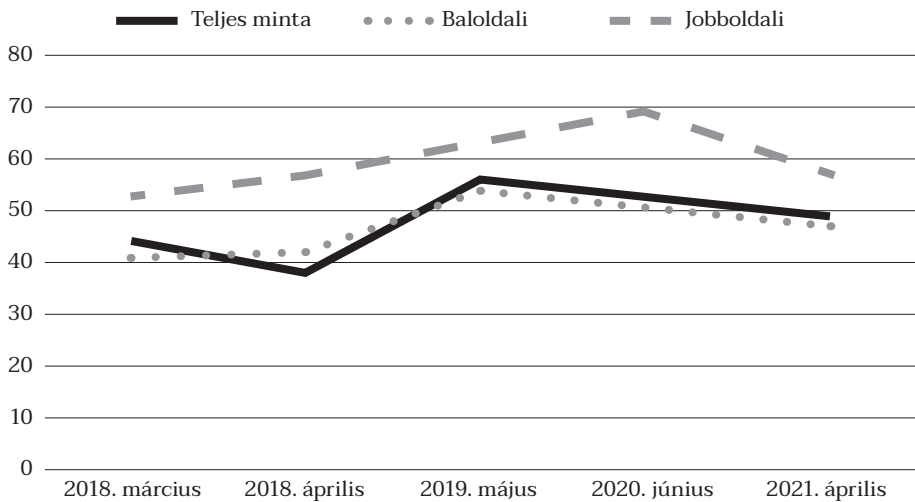
75 Itt most nem részletezem, de a kérdezőbiztosok valójában a mérés mellett a kutatás korábbi szakaszaiban a mintavétel és a rekrutáció során is befolyásolják a kutatás minőségét, és potenciális szisztematikus torzítások forrásai lehetnek.

76 Németh–Luksander 2018.

ményekben), annak ellenére, hogy ebben az évben viszonylag pontosak voltak az előrejelzések⁷⁷, azóta azonban stabilnak tekinthető. A 3. ábrán az is látható, hogy hogyan különbözik a közvélemény-kutatási eredmények megítélése baloldali és jobboldali szavazók között. A jobboldaliak sokkal inkább (átlagosan 13 százalékkal nagyobb arányban) bíznak ezekben az eredményekben, mint a baloldaliak, éppen ellenkezőleg, mint az Egyesült Államokban. A kutatásokból az is kiderült, hogy nagyjából ugyanekkora (50 százalék körüli) azok aránya, akik szerint a közvélemény-kutatások tudományos módszerekkel dolgoznak, ezért megbízhatóak az eredményeik, azonban az is látszik, hogy 2020-ban minden második válaszadó egyetértett azzal, hogy 1000 megkérdezettből nem lehet általánosítani az egész társadalomra (lásd: 2–3. számú melléklet).

Egy kapcsolódó jelenség, hogy akár a közvélemény-kutatást végző cég neve is hatással lehet a válaszokra (*house effect*), ha a mintába kerültek

3. ábra: A közvélemény-kutatási eredményekbe vetett lakossági bizalom 2014 és 2021 között. Azok aránya, akik bíznak az eredményekben (%)



Forrás: Századvég

Megjegyzés: A pontos kérdésmegfogalmazás: *Mennyire bízik Ön a közvélemény-kutató cégek eredményeiben?* A felmérések 1000 fős telefonos (CATI), országos kutatások voltak a felnőtt korú magyar lakosság körében. A minták nem, életkor, végzettség és településtípus szerint reprezentatívnak tekinthetők (hibahatár +/-3,2%). A populációs arányoktól való eltéréseket utólag iteratív súlyozás segítségével korrigáltuk.

77 Závecz G. 2018.

a céghez való viszonyulásuk alapján válaszolnak, avagy nem válaszolnak a kérdésekre. Nemzetközileg erre több kutatás talált bizonyítékot.⁷⁸ Hazánkban nincs erre adat, azonban az közismert, hogy nagy a szórás a közvélemény-kutatók eredményei között. A Szonda Ipsos és a TÁRKI egy korábbi kísérletükben megváltoztatták a bejelentkező cég nevét, és az eredmények cáfolták, hogy például a TÁRKI akkori vélt jobboldalra húzása hatással lett volna a válaszokra.⁷⁹ A Századvég adataiból ugyanakkor az is látszik, hogy a választók mindössze negyede látja úgy, hogy a közvélemény-kutató cégek függetlenek lennének a politikai oldalaktól (lásd: 4. számú melléklet).

Válaszokból választási eredmény

Ha pontosan is sikerült mérni a részvételi hajlandóságot és a pártpreferenciákat, a kérdőíves válaszokból nem feltétlenül lehet direkt módon következtetni a választás kimenetelére. Például Magyarországon az „előrejelzések a listás szavazatok várható eloszlására vonatkoznak, amelyekből nem feltétlenül lehet következtetni a választás politikai eredményére, a parlamenti mandátumarányokra.”⁸⁰ A 2016-os amerikai elnökválasztást megelőző mérések országos eredményekre vonatkozó becslései a legpontosabbak között voltak 1936 óta, ám az állami szintű méréseken elcsúsztak a predikciók.⁸¹ A válaszokból készülő, úgynevezett szakértői becslések a nyers adatok és a tényleges választási eredmény közötti diszkrpanciát igyekeznek áthidalni. Ez jellemzően egyrészt a szavazási hajlandóság, valamint a bizonytalan és rejtőzködő választók preferenciáinak becslését jelenti a korábbi választások mintázatai és a kutatók tapasztalatai alapján. A szakértői becslések általánosságban egyrészt jellemzően pontosabbak, mint a tiszta – például biztos szavazókon alapuló – megoszlások,⁸² egyúttal azonban újabb potenciális hibaforrást jelentenek, és akár az is

⁷⁸ Bon et al. 2019.

⁷⁹ Tóth–Kolosi 2002.

⁸⁰ Karácsony–Lakatos 2006, 190.

⁸¹ Kennedy et al. 2018.

⁸² Karácsony–Lakatos 2006.

előfordulhat, hogy a nyers számok ugyan relatíve pontosak, ám éppen a hibás kutatói becslések viszik félre a predikciókat.

Magyarországon a választási eredmények becslései – már amennyire ezek módszerei nyilvánosak – meglehetősen konzervatívak. Jellemzően a biztos szavazók preferenciáit közlik az intézetek, a szakértői becslések módszertanát azonban homály fedi. Závecz Gergő⁸³ egy frekventista és egy bayesi becslésen mutatja be, hogy alternatív modellek pontosabban jelezhetik előre a választási eredményeket, mint a hagyományos szakértői becslések.

Hova tovább? Összegzés és javaslatok

Tanulmányom célja az volt, hogy bemutassam a választáskutatások, választási előrejelzések kutatási környezetét, illetve a mérések nehézségeit, különös figyelemmel magyarországi helyzetre. A választásokat megelőző közvélemény-kutatásokat világszerte nagy figyelem kíséri, fontos közvélemény-formáló erejük van, és ezzel összefüggésben komoly kritikák is érik készítőiket, amennyiben a becslések félremennek. A szakma bizonyos szempontokból valóban válságtüneteket mutat. Úgy látom azonban, hogy sok félreértés, tévhit, téves információ jelenik meg ezekben a diskurzusokban, amiről nemcsak a média vagy a kutatási adatok olvasóinak ismerethiánya, hanem maguk a kutatások készítői is tehetnek. Tanulmányom zárófejezetében néhány javaslatot fogalmazok meg, amelyek megfontolása, úgy vélem, legalábbis enyhíthetné a választáskutatások körüli feszültségeket.

Elsőként, le kell szögezni, hogy „*módszeresebb*” kutatásokra van szükség. Mind az amerikai, mind a brit választásokat követő elemzések – és jó esély van rá, hogy a magyar helyzet sem kivétel – arra jutottak, hogy a tévedések okai döntően a kutatások módszertani hiányosságaira vezethetők vissza, és nem valamilyen külső tényezőre. Az okok, jóllehet többbretűek, akár választásonként eltérhetnek. Ebből az következik, hogy a szakmának folyamatosan fejlesztenie kell az eszközeit, és keresni az innovatív

⁸³ Závecz G. 2012, 2018.

megoldásokat a problémák kezelésére. A válaszadási trendek jó eséllyel nem fognak megfordulni a közeljövőben, és a valószínűségi mintavétel feltételeitől örökre elbúcsúzhatunk, ez azonban nem jelenti azt, hogy a jó minőségű kérdőíves adatoktól is el kellene búcsúznunk. A nemzetközi tapasztalatok egyrészt azt mutatják, hogy a *kérdőbiztossal történő kérdészés vissza fog szorulni*, és egyre több adatfelvétel online fog történni.⁸⁴ Ez a csökkenő válaszadási hajlandóság, a növekvő árak és az online kérdészés vonzó paramétereinek együttes hatása. Ugyanakkor online egyelőre a legtöbb országban nem lehet pontos mintákat venni, így a *hibrid*, különböző adatfelvételi módokat ötvöző méréseké a jövő.⁸⁵ Az is valószínűsíthető, hogy a jövőben inkább olyan „ösztönzőalapú” felmérések fognak készülni, mint a ma még talán furcsának ható Amazon MTurk,⁸⁶ hiszen látható, hogy önkéntesen egyre kevesebben hajlanak a részvételre. Egyre többen fognak felhasználni *adminisztratív adatokat* a kérdőíves adatok korrigálására,⁸⁷ és végül a közvélemény-kutatások további *digitalizálódása*, technológizálódása is megkérdőjelezhetetlen. A szakirodalom számos jógyakorlatot kínál, a korábbi választásokból, a korábbi hibákból sokat lehet tanulni, és ezt sokan meg is teszik, azonban a rossz minőségű, gyors, kényelmi minták egyértelműen terjednek. Érvelhetnénk úgy, hogy azok az oldalak, amelyek aggregálják a kutatási adatokat, mint az Egyesült Államokban a FiveThirtyEight vagy Magyarországon a kozvelemeny-kutato.hu és a Vox Populi, pontos becsléseket adhatnak, hiszen a nagyszámú adatpont „kisimítja” a hibákat. A valóságban azonban az aggregáló oldalakon felhasznált, nagy mennyiségű közvélemény-kutatási adat mögött többségében egy-két napos telefonos és gyenge minőségű online mérések vannak, nem csoda, hogy az aggregált becslések is szisztematikusan torzítanak, sőt valójában csak felnagyítják a hibákat. Bradley és munkatársainak⁸⁸ elemzése éppen arra utal, hogy nem a mintaelemszám növelésébe érdemes invesztálni, hanem az adatminőség javításába. Sokan úgy érvelnek, hogy a jövőben a kérdőíves adatok marginalizálódása várható,

84 Olson et al. 2021.

85 Uo.; Stefkovics 2021b.

86 Az Amazon MTurk egy olyan felület, ahol bárki felbérelhet „munkásokat” kérdőív kitöltésére. A felület egyre népszerűbb, különösen kísérleti megközelítések körében.

87 Krueger–West 2014.

88 Bradley et al. 2021.

és az organikus, digitálisadat-alapú előrejelzéseké a jövő. A közösségimédia-alapú becslések eredményei igen vegyesek, Magyarországon például Facebook-lájkok alapján csak nagyon bizonytalan előrejelzések adhatók.⁸⁹ A big data kétségkívül fontos szerephez fog jutni a politikai elemzésekben a jövőben (illetve már ma is fontos a szerepe), ám kis esély van arra, hogy kiváltaná a kérdőíves adatok használatát.

A módszertani fejlesztésekhez, a hibákból való okuláshoz azonban adatra, módszertani kutatásokra, szisztematikus, a hibák okait feltáró elemzésekre van szükség, amelyekre Magyarországon régóta nincs példa.⁹⁰ A kutatóintézetek vélhetőleg kísérleteznek házon belül saját módszerekkel, ennek azonban nyilvános nyoma nincs, ahogy az innovatív megoldásoknak sem. A kevés innováció inkább az áremelkedésre való kényszerű reakcióként nyilvánul meg (lásd a Závecz Research *Interactive Voice Response [IVR]* megoldását).

Egy további határozott benyomásom, hogy a választási előrejelzésekkel szemben támasztott elvárások *irreálisak*. Összegzésem azt illusztrálja, hogy mennyire törekenyek ezek a becslések, hiszen számos különböző ponton csúszhat be hiba a mintavételtől az adatfelvételen át a becslésekig. Ráadásul a kutatói környezet számottevően romlott az elmúlt húsz-harminc évben, tehát a múltbéli megbízhatósági szintek megőrzése is kihívás. Az elvárások azonban, úgy látom, inkább nőttek, mint csökkentek. Mind ez persze érthető. Óriási összegeket költenek világszerte közvélemény-kutatásokra politikai és nem politikai szereplők, érthető, hogy a valósághoz leginkább közelítő adatokat szeretnének cserébe kapni. A választási előrejelzések ráadásul speciálisak, hiszen szoros versenyben apró tévedések is súlyosnak tűnhetnek. Mégis, úgy gondolom, fontos tudatosítani a közvélemény-kutatási adatokat felhasználók és fogyasztók/olvasók körében, hogy pontosan mit várhatnak ezektől az adatoktól. A mérések pontosabb ismeretében vélhetőleg kevésbé hatnának drámaian a pár százalékos tévedések.

A tudatosítás egyrészt a kutatást végzők felelőssége. Nagyon fontosnak tartom az átláthatóságot. Minden választásokat megelőző politikai felméréssel szemben elvárható, hogy részletesen ismertesse kutatási jelenté-

⁸⁹ Koltai–Stefkovics 2018.

⁹⁰ A kétezres években Angelusz Róbert és Tardos Róbert vezetésével több ilyen igényű, ígéretes kutatás készült, azóta azonban nem tudok hasonlóról.

seiben a kutatás módszertani részleteit, és különösen (!) a becslésekhez tartozó hibahatárokat. Nate Silver, a FiveThirtyEight elemzője a 2020-as amerikai elnökválasztást követő, választási előrejelzések kapcsán fellépő támadások fő okát abban látta, hogy az olvasók számára nem volt világos az általuk kalkulált lehetséges kimenetek valószínűsége. Hasonlóra jutott Boros és Medvegyev a Brexit kapcsán.⁹¹ A médiában felerősített pontbecslések alapján mindenki benmaradás győzelmet várt, azonban a becsült konfidenciaintervallum alsó és felső határát figyelembe véve a korrekt predikció az lett volna, hogy *nem tudják*, ki fog győzni. Az Egyesült Államokban az AAPOR *Átláthatósági Kezdeményezése (Transparency Initiative)*⁹² sztenderdek, checklistet állít a közvélemény-kutatók elé, amelyeket a szövetség tagjainak követniük kell. Magyarországon sajnos nincs ilyen szervezet, sem ilyen egységes sztenderd. Egy ilyen szervezet sokat tudna segíteni abban is, hogy a tagvállalatok közösen kommunikálják iparági érdekeiket, módszertani kihívásaikat stb. a közvélemény felé.

A médiának legalább ekkora felelőssége van a tudatosításban, illetve az elvárások lejjebb srófolásában. A közvélemény-kutató cégek elleni támadásokban számottevő szerepe volt az újságíróknak az elmúlt időszakban. „A média a közvélemény-kutatások »tőkeáttételeként« működik, hiszen gyakran felnagyítja az eredmény relevanciáját, miközben a részleteket eltörpíti.”⁹⁴ Ráadásul rendkívül átpolitizált a szcéna, károsnak tartom, amikor közvélemény-kutatási adatokat politikai alapon diszkreditálnak, azzal az érveléssel, hogy az adott cég valamilyen politikai oldalhoz tartozik. A közvélemény-kutatásokba vetett bizalom megőrzése a médiának is érdeke, a médiacégek, csakúgy, mint a politikai szereplők, nap mint nap használnak közvélemény-kutatási adatokat. A közvélemény-kutatások és a kutatási adatok helyes, pontos értelmezésére és a becslések potenciális ingadozásáról való pontosabb tájékoztatásra lenne szükség. Mint azt bemutattam, a választók egy jelentős része nem bízik a közvélemény-kutatások eredményeiben, politikailag elfogultnak tartja a cégeket, és megkérdőjelezi a tudományos megalapozottságukat.

91 Boros–Medvegyev 2017.

92 <https://www.aapor.org/Standards-Ethics/Transparency-Initiative/FAQs.aspx> Letöltve: 2022. január 6.

93 Nagy–Britanniában a *British Polling Council*.

94 Boros–Medvegyev 2017, 1266.

Hihetünk-e még a közvélemény-kutatásoknak? Szükség van-e még egyáltalán választási előrejelzésekre? Meggyőződésem, hogy a válasz mindkettőre igen. A választási előrejelzések, mint láttuk,⁹⁵ összességében éppen olyan pontosak, mint húsz-harminc évvel ezelőtt, annak ellenére, hogy jóval nehezebb dolguk van ma a közvélemény-kutatóknak. Arról is meg vagyok győződve, hogy a közvélemény-kutatásokból származó adatok ma is ugyanolyan fontosak mind a politikai szereplők, mind a média, mind általában a politikai közvélemény számára, mint korábban. A jó hír, hogy a közvélemény-kutatások nem csak választások előrejelzésére alkalmasak, sőt elsősorban nem arra. Politikai intézkedések mögötti tervezés során kulcsfontosságú, hogy a döntéshozók kezében kurrens adatok legyenek a társadalomról; számos példát lehetne hozni arra, milyen jótékony hatása volt például a koronavírus-járvány adatvezérelt kezelésének.⁹⁶ Ezeknél a méréseknél ráadásul jóval kisebb problémát jelenthet a célpopuláció modellezése, a vélemények képlékenysége, vagy éppen egy hibahatár körüli ingadozás.

Írásommal nem az volt a célom, hogy megvédjem a választáskutatókat. Mégis, úgy látom, hogy kérdőívalapú választáskutatásokra továbbra is nagy szükség van, és osztom Gelman véleményét, miszerint a „közvélemény-kutatások teljesítménye összességében valójában nagyon is meggyőző.”⁹⁷ Talán csak az változott, hogy a polarizálódó társadalmunkban a közvélemény-kutatók is más megvilágításba kerülnek. Akárhogy is, a választáskutatók előtt az egyetlen út az innováció, a módszerek fejlesztése, ha továbbra is pontos adatokat kívánnak gyűjteni. Ezt a leghatékonyabban úgy tehetik meg, ha a cégek összegyűjtik tudásukat és erőforrásaikat. Az adatok felhasználóinak és olvasóinak pedig fontos megértenie, hogy ezek a választási predikciók törekeny adatokon alapuló számítások eredményei, s mint a dartsversenyző nyilai – időnként telibe találják a célkeresztet, máskor azonban félremennek.

95 Jennings–Wlezien 2018.

96 Gelman 2021.

97 Uo. 70.

Irodalom

- AAPOR 2020: *Task Force on 2020 Pre-Election Polling: An Evaluation of the 2020 General Election Polls*. https://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/MainSiteFiles/AAPOR-Task-Force-on-2020-Pre-Election-Polling_Report-FNL.pdf
- Angelusz, R. – Tardos, R. 2006a: A kérdőíves kontextushatás – a nem mintavételi hibák egy efemer, mindennapos esete. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 163–184.
- Angelusz, R. – Tardos, R. 2006b: Az elérhetőség és a válaszadói készség gyenge közegei – mintalemorzsolódás és trendszerű erózió panelfelvételek példáján. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 41–66.
- Angelusz, R. – Tardos, R. 2009: Demoszkópiai reprezentativitás, és demokratikus reprezentáció. Módszertani problémák és tartalmi dilemmák. In Enyedi, Zs. (szerk.) *A népakarat dilemma*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány – Századvég, 293–327.
- Bautista, R. 2021: Conducting the General Social Survey (GSS) during a Pandemic—Interview with René Bautista. *Survey Practice*, 25661. <https://doi.org/10.29115/SP-2021-0007>
- Beullens, K. – Loosveldt, G. – Vandenplas, C. – Stoop, I. 2018: Response Rates in the European Social Survey: Increasing, Decreasing, or a Matter of Fieldwork Efforts? *Survey Methods: Insights from the Field SMIF*. <https://doi.org/10.13094/SMIF-2018-00003>
- Biemer, P. P. 2010: Total survey error: Design, implementation, and evaluation. *Public opinion quarterly*, 745, 817–848.
- Bodor, T. 2012: Hungary’s “Black Sunday” of Public Opinion Research: The Anatomy of a Failed Election Forecast. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(4), 450–471. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edr039>
- Bon, J. J. – Ballard, T. – Baffour, B. 2019: Polling bias and undecided voter allocations: US presidential elections, 2004–2016. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A Statistics in Society*, 1822, 467–493. <https://doi.org/10.1111/rssa.12414>
- Boros, P. – Medvegyev, P. 2017: Közvélemény-kutatások statisztikai szemszögből – ahol biztosan hibáztak. *Közgazdasági Szemle*, 64(12), 1265–1284. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2017.12.1265>
- Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) 2018: *Várákozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. MTA TK PTI – Napvilág Kiadó.
- Bradley, V. C. – Kuriwaki, S. – Isakov, M. – Sejdinovic, D. – Meng, X. L. – Flaxman, S. 2021: Unrepresentative big surveys significantly overestimated US vaccine uptake. *Nature*, 600(7890), 695–700.
- British Polling Council 2016: *Performance of the polls in the EU referendum*. <https://www.britishtpollingcouncil.org/performance-of-the-polls-in-the-eu-referendum/>
- De Heer, W. – De Leeuw, E. 2002: Trends in household survey nonresponse: A longitudinal and international comparison. In Groves, R. M. – Dillman, D. A. – Eltinge, J. L. – Little R. J. A. (eds.) *Survey nonresponse*. John Wiley, 41–54.
- Enns, P. K. – Lagodny, J. – Schuldt, J. P. 2017: Understanding the 2016 US Presidential Polls: The Importance of Hidden Trump Supporters. *Statistics, Politics and Policy*, 81, 41–63. <https://doi.org/10.1515/spp-2017-0003>

- Enten, H. 2017: Macron Won, But The French Polls Were Way Off. *FiveThirtyEight*. <https://fivethirtyeight.com/features/macron-won-but-the-french-polls-were-way-off/>
- Enyedi, Zs. – Tardos, R. 2018: A magyar választók társadalmi beágyazottsága és ideológiai tagoltsága. In Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. Napvilág Kiadó – MTA TK PTI, 43–75.
- Erikson, R. S. – Panagopoulos, C. – Wlezien, C. 2004: Likely and Unlikely Voters and the Assessment of Campaign Dynamics. *Public Opinion Quarterly*, 68(4), 588–601. <https://doi.org/10.1093/poq/nfh041>
- Fraga, B. L. – McElwee, S. – Rhodes, J. – Schaffner, B. 2017: Why Did Trump Win? More Whites—And Fewer Blacks—Actually Voted. *Washingtonpost.com*. <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2017/05/08/why-did-trump-win-more-whites-and-fewer-blacks-than-normal-actually-voted/>
- Gaia, A. 2020: *Social Desirability Bias and Sensitive Questions in Surveys*. SAGE Publications Limited.
- Gallup 2002: *A közvélemény-kutatás fekete napja*. <http://keszei.chem.elte.hu/statisztika/Vote-Poll.htm>
- Gelman, A. 2021: Failure and Success in Political Polling and Election Forecasting. *Statistics and Public Policy*, 8(1), 67–72. <https://doi.org/10.1080/2330443X.2021.1971126>
- Groves, R. M. 2005: *Survey errors and survey costs*. John Wiley – Sons.
- Groves, R. M. – Lyberg, L. 2010: Total survey error: Past, present, and future. *Public Opinion Quarterly*, 74(5), 849–879.
- Harkányi, Á. M. 2018: A stratégiai szavazás arcai. *Politikatudományi Szemle*, 27(1), 115–140.
- Jennings, W. – Wlezien, C. 2018: Election polling errors across time and space. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 276–283. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0315-6>
- Karácsony, G. 2006: Árkok és légvárak. A választói viselkedés stabilizálódása Magyarországon. In Karácsony, G. (szerk.) *Parlamenti választás 2006. Elemzések és adatok*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 59–103.
- Karácsony, G. – Lakatos, Zs. 2006: Választási előrejelzések Magyarországon, 1990–2006. Sikerrek, tévedések és tanulságok. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 185–220.
- Kende, G. 2013: A közvélemény-kutatások hatása a politikai közvéleményre és a választói viselkedésre. *Szociológiai Szemle*, 23(2), 6–30.
- Kennedy, C. – Blumenthal, M. – Clement, S. – Clinton, J. D. – Durand, C. – Franklin, C. – McGeehey, K. – Miringoff, L. – Olson, K. – Rivers, D. – Saad, L. – Witt, G. E. – Wlezien, C. 2018: An Evaluation of the 2016 Election Polls in the United States. *Public Opinion Quarterly*, 82(1), 1–33. <https://doi.org/10.1093/poq/nfx047>
- Kennedy, C. – Hartig, H. 2019: Response rates in telephone surveys have resumed their decline. *pewresearch.org*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/02/27/response-rates-in-telephone-surveys-have-resumed-their-decline/>
- Kish, L. 1965: *Survey Sampling*. Wiley-Interscience.
- Kmetty, Z. 2012: A telefonos kutatások speciális problémái. *Statistikai Szemle*, 90, 41–63.
- Kmetty, Z. 2018: Sok volt az ellenzéki átszavazás, különben még jobban nyert volna a Fidesz. *index.hu*. https://index.hu/velemeny/olvir/2018/04/10/ellenzeki_atszavazas_elemzes/
- Koltai, J. – Stefkovics, Á. 2018: A Big Data lehetséges szerepe a pártpreferencia becslésekben magyarországi pártok és politikusok Facebook-oldalainak adatai alapján. *Politikatudományi Szemle*, 27(2), 87–120. <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2018.2.87.120>

- Krueger, B. S. – West, B. T. 2014: Assessing the potential of paradata and other auxiliary data for nonresponse adjustments. *Public Opinion Quarterly*, 78(4), 795–831.
- Liao, P. 2016: Social desirability bias and mode effects in the case of voting behavior. *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 132(1), 73–83.
- Máder, M. P. 2005: Az imputálási eljárások hatékonysága. *Statisztikai Szemle*, 83(7), 628–643.
- Makay, M. – Stefkovics, Á. 2021: Mi oszt meg minket? Politikai törésvonalak vizsgálata Magyarországon. In Barthel-Rúzsa, Zs. – Fűrész, G. – Pillók, P. – Stefkovics, Á. (szerk.) *Magyarország 2021: Társadalom, gazdaság és politika napjainkban*. Századvég, 241–277.
- Marián, B. 2006: A várható választási eredmények modellezése. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 135–162.
- Mellon, J. – Prosser, C. 2017: Missing Nonvoters and Misweighted Samples: Explaining the 2015 Great British Polling Miss. *Public Opinion Quarterly*, 81(3), 661–687. <https://doi.org/10.1093/poq/nfx015>
- Messing, V. – Ságvári B. 2020: *ESS Kutatási Infrastruktúra Magyarország. Éves összefoglaló*. https://tk.hu/uploads/files/ess/ESS_2020-as_beszamolo.pdf
- Miklósi, G. 2019: Hogyan tévedhettek ekkorát a közvéleménykutatók? *Index.hu*. https://index.hu/belfold/2019/10/31/toka_gabor_kozvelemenykutatas_partpreferencia/
- Németh, R. – Luksander, A. 2018: Strong Impact of Interviewers on Respondents' Political Choice: Evidence from Hungary. *Field Methods*, 30(2), 155–170. <https://doi.org/10.1177%2F1525822X18769502>
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2020: *Mobilpiaci jelentés – 2020. II. félév*. https://nmhh.hu/dokumentum/220055/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2017Q1_2020Q4.pdf
- Noelle-Neumann, E. 1974: The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Olson, K. – Smyth, J. D. – Horwitz, R. – Keeter, S. – Lesser, V. – Marken, S. – Mathiowetz, N. A. – McCarthy, J. S. – O'Brien, E. – Opsomer, J. D. – Steiger, D. – Sterrett, D. – Su, J. – Suzer-Gurtekin, Z. T. – Turakhia, C. – Wagner, J. 2021: Transitions from Telephone Surveys to Self-Administered and Mixed-Mode Surveys: AAPOR Task Force Report. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 9(3), 381–411. <https://doi.org/10.1093/jssam/smz062>
- Philippou, A. N. 2021: Why Do Polls Fail? The Case of Four US Presidential Elections, Brexit, and Two India General Elections. *arXiv:2107.14166 [stat]*. <http://arxiv.org/abs/2107.14166>
- Portfolio 2010: Az MSZP és a Jobbik fej-fej mellett küzdhet a második helyért. Gallup. *portfolio.hu*. <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20100326/az-mszp-es-a-jobbik-fej-fej-mellelt-kuzdhet-a-masodik-helyert-gallup-130682>
- Rentsch, A. – Schaffner, B. F. – Gross, J. H. 2019: The elusive likely voter: Improving electoral predictions with more informed vote-propensity models. *Public Opinion Quarterly*, 83(4), 782–804.
- Róna, D. 2011: Önbeteljesítő profécia? Az esélyességgel kapcsolatos várakozások hatása a pártválasztásra az LMP és az MDF 2010-es példáján keresztül. In Tardos, R. – Enyedi, Zs. – Szabó, A. (szerk.) *Részvétel, képviselet, politikai változás*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 383–407.
- Róna, D. 2017: Felülbecslik-e a Fidesz támogatottságát? *24.hu*. <https://24.hu/kozelet/2017/12/19/felubecslik-e-a-fidesz-tamogatottsagat/>
- Róna, D. – Sós, I. 2011: A térmodellen túl. Másodlagos preferenciák a 2010-es országgyűlési választáson. *Politikatudományi Szemle*, 20(4), 113–137.
- Rudas, T. 1998: *Hogyan olvassunk közvélemény-kutatásokat?* Új Mandátum Könyvkiadó.

- Rudas, T. 2006. A hibahatár a becslt mennyiség függvényében – a mért pártpreferenciák téves értelmezésének egyik forrása. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 17–40.
- Savage, M. – Burrows, R. 2007: The coming crisis of empirical sociology. *Sociology*, 41(5), 885–899.
- Silver, N. 2017: Marine Le Pen Is In A Much Deeper Hole Than Trump Ever Was. *FiveThirtyEight*. <https://fivethirtyeight.com/features/le-pen-is-in-a-much-deeper-hole-than-trump-ever-was/>
- Stefkovics, Á. 2021a: Hinni vagy nem hinni? Még egyszer arról, hogy hihetünk-e a közvélemény-kutatásoknak. *origo.hu*. <https://www.origo.hu/nagyvilag/20201203-hinni-vagy-nem-hinni-hihetunke-a-kozvelemenykutasoknak.html>
- Stefkovics, Á. 2021b: Keverni vagy nem keverni? A hibrid adatfelvételekben rejlő lehetőségek politikai témájú kérdőívek esetén. *Statistikai Szemle*, 99(12), 1127–1155. <https://doi.org/10.20311/stat2021.12.hu1127>
- Sturgis, P. – Baker, N. – Callegaro, M. – Fisher, S. – Green, J. – Jennings, W. – Kuha, J. – Lauderdale, B. – Smith, P. 2016: *Report of the inquiry into the 2015 British general election opinion polls*. <http://eprints.ncrm.ac.uk/3789/>
- Szeitl, B. – Tóth, I. G. 2020: Hova tovább a nemválaszolókka? A European Social Survey alapján végzett módszertani kísérlet eredményei. *Szociológiai Szemle*, 30(3), 96–114. <https://doi.org/10.51624/SzocSzemle.2020.3.5>
- TÁRKI 2000: *A pártválasztásukban bizonytalan szavazók összetételének elemzése*. TÁRKI.
- Tóka, G. 2018: A centrális erőter bomlása. In Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. MTA TK PTI – Napvilág Kiadó, 78–101.
- Tóth, I. G. – Kolosi, T. 2002: Egy tévedés története. In Kolosi, T. – Tóth, I. G. – Vukovich, Gy. (szerk.) *Társadalmi Riport*. TÁRKI, 339–367.
- Vaskor, M. 2022. IDEA Intézet: Több tízezeren csak a választás napján dönthetik el, kire szavaznak. *24.hu*. <https://24.hu/belfold/2022/04/02/valasztas-2022-bizonytalanok-titkolozok-szavazas-idea-intezet-felmeres/>
- Voogt, R. J. – Saris, W. E. 2003: To participate or not to participate: The link between survey participation, electoral participation, and political interest. *Political Analysis*, 11(2), 164–179.
- Závecz, G. 2012: The Black Day of Public Opinion Research Revisited. *Review of Sociology*, 22(4), 4–16.
- Závecz, G. 2018: A 2018-as magyarországi országgyűlési választást megelőző közvélemény-kutatások. In Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. MTA TK PTI – Napvilág Kiadó, 455–480.
- Závecz, T. 2010: A személyes, a telefonos és az online adatfelvétel módszertani összehasonlítása, a hibrid adatfelvétel lehetőségei. In *Magyar Választáskutatási Program „Részvétel és képviselet” kutatás*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány.

Melléklet

Forrás: AAPOR 2020

1. számú melléklet: A közvélemény-kutatási eredményekbe vetett lakossági bizalom 2014 és 2021 között (%)

	<i>Egyáltalán nem</i>	<i>Inkább nem</i>	<i>Inkább igen</i>	<i>Teljes mértékben</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	6,6	27	54,2	10,3	1,8
2018. márc.	14,2	29,4	38,4	5,6	12,4
2018. ápr.	15,4	36,7	35,2	3,7	9
2019. máj.	12,8	24,7	47,1	8,5	6,8
2020. jún.	11,8	31,3	46,6	6	4,2
2021. ápr.	13,6	29,1	38	11,1	8,2

Forrás: Századvég

Megjegyzés: A pontos kérdésmegfogalmazás:

Mennyire bízik Ön a közvélemény-kutató cégek eredményeiben?

A felmérések 1000 fős telefonos (CATI), országos kutatások voltak a felnőtt korú magyar lakosság körében. A minták nem, életkor, végzettség és településtípus szerint reprezentatívnak tekinthetők. A populációs arányoktól való eltéréseket utólag iteratív súlyozás segítségével korrigáltuk. Az adatok legfeljebb plusz-mínusz 3,2 százalékkal térhetnek el attól, amit akkor kaptunk volna, ha minden választókorú személyt megkérdeztünk volna az országban.

2. számú melléklet: Ön szerint a közvélemény-kutató cégek inkább köthetőek valamilyen politikai oldalhoz, vagy inkább függetlenek? (%)

	<i>Nagymértékben kötődnek egy politikai oldalhoz</i>	<i>Inkább kötődnek egy politikai oldalhoz</i>	<i>Inkább függetlenek</i>	<i>Teljes mértékben függetlenek</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	11,8	44,9	30,3	5,4	7,7
2018. márc.	15,2	38,5	24	5,2	17,1
2018. ápr.	19,6	46,5	21,8	2,5	9,7
2019. máj.	15,2	38,6	29,1	8,9	8,1
2020. jún.	20	47,2	22,2	4,8	5,7
2021. ápr.	17,5	49	20,3	5,7	7,4

Forrás: Századvég

Megjegyzés: A kutatások megegyeznek a 4. számú mellékletben idézetekkel.

3. számú melléklet: Mennyire ért egyet Ön a következő állításokkal?
A közvélemény-kutatások tudományos módszerekkel dolgoznak,
ezért megbízhatóak az eredmények (%)

	<i>Egyáltalán nem</i>	<i>Inkább nem</i>	<i>Inkább igen</i>	<i>Teljes mértékben</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	7	25,8	43,3	18,4	5,5
2018. márc.	12,3	29,2	29,8	7,8	20,9
2018. ápr.	6,6	28,8	39,8	8,6	16,2
2019. máj.	6,8	20,2	43,7	19,7	9,6
2020. jún.	10,3	32,6	35,5	13,5	8,1

Forrás: Századvég

Megjegyzés: A kutatások megegyeznek a 4. számú mellékletben idézettekkel.

4. számú melléklet: Mennyire ért egyet Ön a következő állításokkal?
1000 megkérdezettből nem lehet általánosítani az egész társadalomra (%)

	<i>Egyáltalán nem</i>	<i>Inkább nem</i>	<i>Inkább igen</i>	<i>Teljes mértékben</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	6,6	15,2	32,6	41,5	4
2018. márc.	9,5	15,9	24,5	38,5	11,5
2018. ápr.	9,5	18,1	26,5	37,6	8,3
2019. máj.	10,1	19,5	24	40	6,3
2020. jún.	8,4	14,7	22,1	50,8	4

Forrás: Századvég

MRÁZ ÁGOSTON SÁMUEL

Adatok és közlemények: a közvélemény-kutatások szerepe a 2022-es választási kampányban

Absztrakt

A magyar közvélemény a 2022-es magyar országgyűlési választás után is kételkedve tekint a közvélemény-kutatások megbízhatóságára. Sokan vélik úgy, hogy az intézetek „nagyot buktak” a választás végeredményének előrejelzése kapcsán. Valójában a kutatások a kormányzó Fidesz jelentős előnyét jelezték, de tény, hogy egyik kutatásból sem olvasták ki készítőik az adatelemzéskor a régi-új kormánypárt kétharmados győzelmének lehetőségét, és az ellenzéki összefogás támogatottságát is túlbecsülték. A tanulmány vizsgálja a választás előtti közvélemény-kutatások pontosságát, a tévedések mértékét, okait és a kutatóintézetek magyarázatait. Fő tézise, hogy a nyilvános közvélemény-kutatások egyfajta márkanévversenyben állnak egymással, ezért a nyilvánosságban nem kapnak kellő figyelmet a közvélemény-kutatás módszertani korlátai. A szerző a magyar közvélemény-kutató intézetek szakmai kooperációját, a kutatási eredmények nyilvános közleményeire vonatkozó szakmai minimumkövetelmények definiálását is szükségesnek tartja.

Kulcsszavak: közvélemény-kutatás, magyarországi parlamenti választás 2022, választási kampány, közvélemény-kutató intézet, márkanév

Abstract

Hungarian public opinion is dubious about the reliability of opinion polls after the Hungarian general election in 2022 as well. Many observers think that the opinion polling institutes hugely failed in predicting election results. In reality, polls indicated a significant advantage for the governing Fidesz party, but it is a matter of fact that none of the institutes realised the possibility of a two-third majority for the old and new governing party by analysing data from surveys and they overestimated the public support for the opposition alliance. The study examines the accuracy of polling before election, the extent and reason of their miscalculations, and the explanation of the institutes. Its main thesis is that there is a certain brand competition among public opinion polls, therefore the limitations of polling are not sufficiently addressed in public. The author urges professional cooperation among public opinion institutes and definition of minimum requirements for public press releases about opinion polls results.

Keywords: opinion polling, survey, general elections in Hungary 2022, election campaign, opinion polling institute, brand

Bevezetés

A közvélemény a 2022-es országgyűlési választás után is kételkedve tekint a közvélemény-kutatások megbízhatóságára. Sokan vélik úgy, hogy az intézetek „nagyot buktak” a választás végeredményének előrejelzése kapcsán.¹ Valójában a legtöbb kutatás a Fidesz jelentős előnyét jelezte, de tény, hogy egyik kutatásból sem olvasták ki készítőik az adatelemzéskor a régi-új kormánypárt kétharmados győzelmének lehetőségét. Az alábbiakban a választás előtti közvélemény-kutatások pontosságáról, a tévedések mértékéről, okairól és a kutatóintézetek magyarázatairól lesz szó. Szégyellnivaló kevés akad az intézetek számára, tanulság annál több.²

A közvélemény-kutatások iránt minden választási kampány idején kiemelten magas az érdeklődés. Az utóbbi években a médiafigyelem is folyamatosan nőtt a kutatási eredmények iránt. A 2018-as, valamint a 2022-es hivatalos kampányidőszakban is nagyobb számban került említésre a közvélemény-kutatás kifejezés ugyanazokon a médiafelületeken, mint négy évvel korábban.³ Az tehát elmondható, hogy a közvélemény-kutatásokra igényt tart a közvélemény. Igaz, ez az igény nem azonos azzal, amit a közvélemény-kutató intézetek elő tudnak állítani.

Minden szakmának megvannak a maga ökölszabályai. A közvéleményt vizsgáló szakemberek egyik ilyen alapelve, hogy a „kutatás pillanatfelvétel”,⁴ nem előrejelzés, a másik alapvetésük, hogy „egy kutatás nem kutatás”. Egyetlen felmérés – akár az adatfelvétel hibájából, akár a pillanatnyi

¹ <https://g7.hu/kozelet/20220421/negy-even-belul-harmadszor-buktak-nagyot-a-magyar-kozvelemeny-kutatok-de-miert/> (Letöltve: 2022. június 17.)

<https://voxpopuli.444.hu/2022/04/05/valasztasi-tanulsagok-1-miert-tevedtek-a-kozvelemeny-kutatok> (Letöltve: 2022. június 17.)

<https://telex.hu/valasztas-2022/2022/04/04/kozvelemeny-kutatok-felmeres-valasztas-tevedes-zavec-zezopont-szazadveg-idea-republikon-median> (Letöltve: 2022. június 17.)

² A tanulmány szerzője a Nézőpont Intézet vezetője, amely a kampányidőszakban az adatokat publikáló egyik közvélemény-kutató intézet volt, így a retrospektív elemzés – a szerző minden erőfeszítése ellenére – biztosan tartalmaz szubjektív elemeket.

³ 2014. február 15. és április 6. között 676, 2018. február 17. és április 8. között 921, 2022. február 12. és április 3. között pedig 1092 alkalommal került említésre a közvélemény-kutatás kifejezés. A médiaszemle a hetilapok közül a *Blikk*, a *Bors*, a *Magyar Hírlap*, a *Magyar Nemzet*, a *Népszava*, a *Világgazdaság*, a hetilapok közül a *168 Óra*, az *Élet és Irodalom*, a *Heti Válasz*, a *HVG*, a *Magyar Narancs*, a televíziósatornák közül az M1, az RTL Klub, a TV2, az online oldalak közül pedig az origo.hu, az index.hu, a telex.hu, a 444.hu, a napi.hu, valamint 24.hu híryanagait vizsgálta.

⁴ Böcskei et al. 2022.

helyzettorzító hatásából – könnyen félrevezetheti az adatalapú döntéshozókat és az adatok iránt érdeklődőket. Az adatokat publikáló, a tudomány figyelmére érdemes közvélemény-kutató intézetek⁵ ezért rendszeresen végeznek adatfelvételt. Inkább a trendeket próbálják vizsgálni és értékelni, a hangulat és a népszerűség időbeli változásait, nem egyszerűen egyetlen pillanatfelvételtől vonnak le következtetéseket. Egy-egy kutatóintézet szakmai teljesítményét megalapozottan csak e trendek ismeretében lehetne értékelni. A közvélemény és a médianyilvánosság azonban általában nem így jár el.

A választás előtti kutatások és objektív korlátaik

A politikai nyilvánosság általában nem törődik a szakmai szttenderdekkel. A kutatóintézetek utolsó, publikált közvélemény-kutatási adatait a médiumok mindig összevetik a választási eredményekkel, és egy nem hivatalos márkánévversenyben győztest hirdetnek. Tudják ezt az érintettek is, ezért az utóbbi években elterjedt, hogy a kutatási adatokon túlmutató, választástörténeti szempontokat és feltételezett társadalomlélektani mechanizmusokat⁶ is figyelembe vevő, „szakértői becsléssel” szállnak be a nyilvános versenybe. Ezzel nemcsak a rejtőzködő választók beazonosítását végzik el, hanem a választók feltételezett szokásait, magatartásmintáit is megpróbálják megbecsülni. A tét nagy számukra. Tudják, hogy az adataik, bizonyos értelemben „tippjeik” pontossága a márkájuk hiteleségének fokmérője lesz a következő időszakban. Megfigyelhető azonban, hogy az adatalapú közlemények és az adatokat közlő szakértői becslések nem válnak el élesen a nyilvánosságban, sokszor a közlemények sem teszik egyértelművé, melyik műfajú adatközléssel találkozik az olvasó. Az

5 A 2022-es kampányidőszakban idesorolhatóak az alábbi kutatóintézetek: Társadalomkutató, Medián, Nézőpont Intézet, Századvég, Republikon, IDEA, Publicus, ZRI Závecz Research; ritkábban publikált, de többször megjelent a Real-PR '93 és az Alapjogokért Központ is. A korábbi években publikáló TÁRKI, Iránytű Intézet, Gallup, Ipsos és Marketing Centrum 2022-ben nem jelent meg felmérési eredményekkel.

6 Ennek egyik szemléletes példája, hogy az orosz–ukrán háború kitörését megelőzően kezdődő, de a háború első napjaiban véget érő Medián-kutatás eredményeit a háború kormánypártokat erősítő hatásával magyarázták. https://hvg.hu/360/20220302_Median_felmeres_kozvelemeny-kutatas (Letöltve: 2022. június 17.)

alábbiakban ezért mi sem teszünk különbséget a kizárólag adatfelvételen és a szakértői becslésen alapuló adatok között.

A márkanévverseny azonban még a szakértői becslésen is túlmutató elvárásokat fogalmaz meg a kutatóintézetekkel szemben a választás előtti utolsó közlemények irányába. Gyakorlattá vált, hogy a közzétett kutatási számokat választási előrejelzéseként mutatják be, átértelmezve vagy félreértve a kutatóintézetek közleményeit. Történik mindez annak ellenére, hogy a közvélemény-kutatók minden esetben hangsúlyozzák, hogy az adatokból kiolvasott pártversenyállás az adatfelvétel óta eltelt időben történt eseményeket nem veszi, nem veheti figyelembe, és hogy a pártpreferencia-adatokból az egyéni választókerületek eredménye automatikusan nem olvasható ki. Joggal merül fel a kérdés: valóban elvárható-e, hogy a kutatási adatokból „jósolni” lehessen, s ha igen, milyen feltételek teljesülése mellett várható el a választási eredmények előrejelzése. Az alábbiakban azt próbáljuk összefoglalni, miért nem alkalmasak még a legmegbízhatóbb közvélemény-kutatások sem a választási előrejelzésre.

Korlátozott közvélemény-kutathatóság

Létezik egy mítosz, miszerint a közvélemény-kutatásoknak volt egy aranykora, amelyet követően, az idő előrehaladtával egyre pontatlanabb eredmények születnek, ugyanakkor a történeti áttekintések azt mutatják, hogy a korlátozott előrejelző képesség nem korszakos, hanem műfaji hiányosság.⁷ A közvélemény-kutatások hitelességét mégis megkérdőjelezték a politikai, az akadémiai és a szélesebb média nyilvánossága előtt egyaránt. Egyesek szerint a politikai döntéshozóknak is inkább figyelmen kívül kellene hagyniuk az efféle kutatásokat,⁸ mások szerint azonban lehetséges a tapasztalatokból okulni.⁹

Alighanem tökéletes közvélemény-kutatás nem volt és nem is lesz. A vizsgált sokaságot reprezentáló minták megkérdésének tudományos alkalmazhatóságával szemben megfogalmazott kritikák jól ismertek.¹⁰

7 Prosser et al. 2018.

8 Weissberg 2001.

9 Tóka [é. n.].

10 Vö.: Bourdieu 1973.

Idesorolható például, hogy a feltett kérdések gyakran a politikusok, és nem a választók problémáival foglalkoznak; az „átlagemberek” véleményüket más véleményekkel szemben, s nem semleges terminusokkal megfogalmazott kérdésekre válaszolva szokták megfogalmazni; a kutatás során a válaszadók mesterséges helyzetben alkotnak véleményt, nem pedig önként a választófülke magányában.

Bourdieu kritikái korlátozottan érvényesek a mai pártpreferencia-felmérésekre, hiszen azok nem mesterséges, hanem valós problémákkal foglalkoznak, s az országgyűlési választások hetvenszázalékos részvétele alapján elmondható, hogy az „átlagembereket” is érdekli. Ugyanakkor egyre elterjedtebb, hogy még a magukat aktívnek mondó, a választási részvételüket biztosra ígérő szavazók jelentős hányada sem árulja el a pártpreferenciáját. Akár taktikai megfontolás, akár bizalmatlanság lapul a válasz elhallgatása mögött, a közvélemény-kutatók számára komoly kihívást jelent e szürkezóna megvilágítása. Általában segédkérdésekkel próbálkoznak, amelyek esetében már joggal merülhet fel, hogy a választói döntés szempontjából mennyire fontos egy-egy kiválasztott ügy a politikai osztályon kívüli társadalmi csoportokban.¹¹ A 2022-es választások előtti heteket meghatározó pedagógusbér ügyében például a pártpreferenciájukat eltitkolók közül olyanok is kormánykritikus álláspontra helyezkedtek, akik később a kormánypártokat támogatták a választás napján.¹²

Az itt alkalmazott módszerek és segédkérdések, illetve azok későbbi figyelembevétele egy-egy kutatóintézet autonóm döntései. A közvélemény tudományos kutathatóságát korlátozó nehézségről van szó, de a közvélemény-kutató intézetek márkanévversenyét ez nem érinti. Az alkalmazott segédkérdések inkább érthetőek e versenyben az egyes intézetek kockázatvállalásaiként.

11 Például a miniszterelnök-jelöltek népszerűségével vagy egy-egy kiemelt szakpolitikai téma megítélésének vizsgálatával.

12 A Nézőpont Intézet nem nyilvános kutatási alapján, 2022. március.

A kutatási adatok eltérő bázisai

A választás előtti kutatások mesterséges versenyhelyzetét tovább bonyolítja, hogy a pártpreferencia-méréseknek sem a bázisa, sem pedig adatfelvételi módszere nem egységes. A Nézőpont Intézet,¹³ a Századvég,¹⁴ a Závecz Research (ZRI),¹⁵ az IDEA¹⁶ és a Publicus¹⁷ egyaránt a biztos szavazó pártválasztók, tehát a részvételt biztosra ígérők és a pártot választani tudók bázisán mutatta be utolsó közleményeiben a pártverseny általuk feltételezett állását. Ezzel szemben a Republikon¹⁸ és a Medián¹⁹ a pártot választani tudók körén belül, azaz a részvételi aktivitástól függetlenül, egy adott pártlistára szavazati hajlandóságot mutatók bázisán készítette el utolsó mérését. A részvétel megbecslésének módja és annak szerepe szintén vitatott téma, azonban az előrejelzési hiba mértéke és a részvétel közötti összefüggést nemcsak elméleti, de empirikus módon is megkérdőjelezték.²⁰ A márkanévversenyben az eltérő bázison mért adatok összehasonlíthatóak, de tudományos igényű vizsgálat esetén az összehasonlíthatóság korlátait mindenképpen jelezni kell.

Az adatfelvételek eltérő módszerei

A négy évvel korábbi kampányidőszakkal ellentétben csak a Závecz Research készített nyilvános személyes közvélemény-kutatást, a többi intézetre a telefonos adatfelvétel volt jellemző. Az IDEA önkitöltős online

13 <https://nezopont.hu/a-nezopont-intezet-valasztasok-elotti-utolso-nyilvanos-meresi-eredmenye/> (Letöltve: 2022. május 3.)

14 <https://szadveg.hu/hu/2022/03/31/fidesz-kdnp-49-szazalek-ellenzeki-osszefogas-44-szazalek~n2637> (Letöltve: 2022. május 3.)

15 <https://index.hu/belfold/2022/03/29/zavecz-kutatas-a-fidesz-kdnp-listaja-vezet-sok-mulhat-a-bizonytalanokon/>

16 <https://www.ideaintezet.hu/hu/hirek-aktualis/82/zarult--de-nem-csukodott-be-az-fidesz---ellenzek-ollo---2022--marcius-vege> (Letöltve: 2022. május 3.)

17 <https://publicus.hu/blog/partok-tamogatottsaga-2022-marcius-vege/> (Letöltve: 2022. május 3.)

18 <http://republikon.hu/elemzesek,-kutatasok/22-03-23-kvk-marcius.aspx> (Letöltve: 2022. május 3.)

19 https://hvg.hu/360/20220330_Median_valasztas_2022_Fidesz_ellenzek_mandatumbecsles_kozvelemeny_kutatas (Letöltve: 2022. május 3.)

20 Daoust 2021.

kérdőíve, valamint a kampányidőszakban alkalmazott nagyobb, 1800-2000 fős adatfelvételi minta képviselte a legnagyobb módszertani változatosságot. Annak ellenére, hogy módszertanuk szerint „az internet- és Facebook-felhasználási szokások kontrollálásra kerülnek”,²¹ és ezzel is ki kellett egészíteni a reprezentativitást biztosító súlyozási eljárást, az IDEA mérései a Publicus, a Republikon és a Závecz Research utolsó publikált számainál is közelebb álltak a választási eredményhez.

Az egyes adatfelvételi módok mellett és ellen szóló érvek visszatérő elemei a közvélemény-kutatásokról szóló vitáknak.²² Az adatfelvétel módszereinek jelentőségét sokan hajlamosak túlértékelni, s egyik vagy másik módszer felsőbbrendűségében hinni. Valójában egyedül azt kellene vizsgálni, hogy melyik kérdezéstechnikával van a vizsgált populáció legtöbb tagjának esélye bekerülni a mintába, s melyik adatfelvétel képes a lehető leggyorsabban, az esetleges eredménytorzító külső hatásokat megelőzve, eredményre vezetni. Mivel a közvélemény-kutatás költséges tevékenység, a kérdezéstechnika kiválasztásakor az ár-érték arány is fontos szempont lehet. Tekintve, hogy a válaszadók bizalmatlansága általános érvényű, a személyes pártpreferencia-kutatások korábban feltételezett elérési előnye ma már nem igazolható. Különösen a lakcímnnyilvántartáson alapuló mintavételt felváltó, több-kevesebb sikerrel betartott „véletlen séta” módszere rontotta a személyes adatfelvételek minőségét. Ezzel szemben a több esetben véletlenszám-generálással előállított telefonos minták elérési mutatója nem rosszabb, az adatfelvétel sebessége és költsége viszont kedvezőbb. A súlyozott mintájú online kérdezéstechnika fentebb rögzített relatív előnye a márkanévversenyben nem jelenti azt, hogy a közeljövőben ez az adatfelvételi módszer elterjedne Magyarországon. Ugyan feltételezhetően olcsóbb eljárás, mint akár a telefonos, akár a személyes kérdés, de elérése a nem internetezők kihagyása miatt szükségszerűen kisebb, mint a hagyományos technikáké. Emellett az internetes adatfel-

21 IDEA Intézet módszertana, <https://www.ideaintezet.hu/hu/hirek-aktualis/82/zarult--denem-csukodott-be-az-fidesz---ellenzek-ollo---2022--marcius-vege> (Letöltve: 2022. június 17.)

22 A 2016-os amerikai egyesült államokbeli elnökválasztás és az Egyesült Királyságban tartott EU-népszavazás során is jelentős eltérés mutatkozott az előrejelzések és a valós eredmény között, amelyet egyes szerzők a telefonos válaszadók társadalmilag elfogadottabbnak tartott választáshoz való hűzésével magyaráztak. Lásd: Ljepava–Marko 2017. A telefonon megkérdezettek mérsékeltebb együttműködési kedvéről, gyanakvóbb attitűdjéről és a társadalmi elvárásoknak való megfelelési kényszeréről lásd: Holbrook et al. 2003; az online politikai kutatás mintavételi torzításáról: Hargittai–Karaoglu 2018.

vétel relatív lassúsága sem javítja a helyzetet. Az IDEA intézetnek általában 8-10 napra volt szüksége egy kutatáshoz, míg az telefonon 2-3 nap alatt lezajlott, amely egy kiélezett, háborúval terhelt kampányhelyzetben, amilyen a 2022-es volt, a szükségszerűnél nagyobb mértékben korlátozhatja a közvélemény-kutatás megbízhatóságát.

Az adatfelvételi módszerek objektív korlátai közé tartozik, hogy a 2011-es népszámlálás és részleges frissítése, a 2016-os mikrocenzus már meglehetősen régen történt, így a népszámlálási adatok alapján készült reprezentatív minták szükségszerűen eltérnek a valóságtól, igaz, ennek mértékét nem lehet értelemszerűen meghatározni. Jelentőségére csak az egyes választókerületekben választásra jogosultak számának néhol jelentős változásából lehet következtetni: a Budapest VII. kerületéből álló 5. számú választókerület lélekszáma például 9,2 százalékkal csökkent 2018-ról 2022-re. Ebből a szempontból sajnálatos, hogy a népszámlálást a koronavírus miatt 2022 őszére kellett halasztani.

Jelenkutatás és jövőjósítás

Már említettük, hogy a közvélemény-kutatások csak pillanatfelvételek. Hiába a trendszerűen végzett kutatások láncolata és a valóságértelmezésben ennek előnye, egy-egy felmérés önmagában csupán az annak adatfelvételi időpontjában létező közvéleményt tudja tükrözni, nem a jövőbelit. Még egy minden egyéb hibától mentes közvélemény-kutatás is csak egy adott időszak közvéleményét képes mérni, nem pedig a majdani, például a választásnapján közvéleményt előre jelezni. A közvélemény-kutatás jelenkutatás, minden jövőre vonatkozó állítás, azaz jövőjósítás, idegen a közvélemény-kutatástól, akkor is, ha annak nevében is végzik. Ez még akkor is igaz, ha a választások előtt készült adatfelvétel során a feltett kérdés a majdani választói magatartásra és döntésre is vonatkozik. A tervezett vagy bevallott majdani választói magatartás alapján már csak azért sem lehet megbízható előrejelzést adni a majdani választói preferenciákra, mert az adatfelvétel és a választás napja között eltelt időszak befolyásolhatja a válaszadókat is. Csak látszólag cáfolja mindezt, ha később a választás előtti adatfelvételtől kiolvasott pártverseny állása megegyezik a választásnapival. Egy ilyen esetben valószínűleg nem történt semmi olyan esemény, amely a preferenciára vagy részvételi szándékokra hatással lett

volna. Attól még, hogy utólag úgy tűnik, egy kutatás előre jelezte a választási eredményt, előzetesen hiba lett volna előrejelzésnek tekinteni. A 2019-es önkormányzati választási kampány hajrájában az akkori győri polgármester, Borkai Zsolt magánéletével kapcsolatos videofelvétel hatása jól példázza, hogy egy váratlan esemény hogyan képes megváltoztatni a kontextust és megtörni az addig biztosnak vélt trendeket.²³

Az időtényező

Mivel a közvélemény nem állandó, hanem dinamikus jelenség, nemcsak az adatfelvétel módja, de annak ideje, illetve az eredmények közzétételének időpontja is meghatározó. A Medián 2022. február végi mintafelvétele alatt tört ki például az orosz–ukrán háború, amely a kutatóintézet közleménye szerint is befolyásolhatta a kutatás kimenetelét.²⁴ A felmérés az orosz invázió előtt kitöltött kérdőívek szerint a Fidesz–KDNP mindössze 4, majd a háború kezdete utáni adatfelvétel alapján már 12 százalékpontos előnyéről számolt be, mely különbség természetesen eredhet a reprezentativitáshoz szükséges demográfiai kvóták adatfelvétel eleji hiányosságából is.

Az adatfelvétel időszaka – jelentőségéhez képest – nem kap megfelelő figyelmet, pedig a kutatási közlemények apró betűs részében feltüntetik a kutatóintézetek az adatfelvétel idejét. Nincs azonban szabály arra, hogy az intézetek ezt hogyan teszik meg. Előfordult a 2022-es választás előtt is, hogy egy-egy intézet csak az adatfelvétel hónapját jelölte meg, nem annak pontos napjait.²⁵ Feltételezhető ugyanakkor, hogy a kutatóintézetek tisztában vannak az adatfelvétel idejének jelentőségével, s ha azt nem is hangsúlyozzák vagy publikálják, az adatelemző közleményeikben figyelembe veszik. A kontextus ismerete és az ezt figyelembe vevő elemzői értékelés nélkül nem vonható le megbízható következtetés sem a jelenre, sem a jövőre vonatkozóan, a kontextus pedig az adatfelvétel időpontjában

²³ Mráz 2019.

²⁴ https://hvg.hu/360/20220302_Median_felmeres_kozvelemenykutatas (Letöltve: 2022. május 3.)

²⁵ Például <https://szadveg.hu/hu/2022/03/14/miniszterelnok-preferenciak-orban-viktor-62-szazalek-marki-zay-peter-32-szazalek~n2558> (Letöltve: 2022. május 14.)

vizsgálendő. A márkanévversenyben ettől függetlenül a publikált adatok számítanak, nem azok értelmezése, így az adatfelvétel időpontjának elhallgatása vagy elnagyolása a márkanévverseny iratlan szabályainak megsértése. Igaz, senki és semmi nem kötelezi a kutatóintézeteket e szabályok betartására.

Nemcsak az adatfelvétel, de a közlemény publikálás időpontja is fontos. A Republikon kutatóintézet március 1-jén, a háború ötödik napján számolt be egy, éppen az orosz invázió első napján végződött adatfelvétel eredményéről, kiegyensúlyozott erőviszonyt láttatva a kormánypártok és az ellenzéki összefogás között.²⁶ Mivel feltételezhető, hogy a háború kitörése hatással volt a politikai kontextusra, s akár a pártpreferenciákra is, mindenképpen indokolt lett volna a háború előtti adatfelvétel tényének hangsúlyozása. Mindez megerősíti korábbi felvetésünket, hogy a kutatási közlemények helyett az adatfelvételi időszakokra és a publikált adatokra, nem az üzenetekre kell fókuszálnia a tudományos igényű elemzésnek.

Bár a 2022-es kampány hajrájában újabb válságot vagy politikai botrányt kavarázó esemény nem történt, a választás előtti utolsó nyilvános kutatások időzítésére is érdemes kitérni. Ebből a szempontból a Medián, a Publicus és a Társadalomkutató utolsó adatfelvétele volt a legnaprakészebb, felmérésük a választás hetében készült. A Nézőpont Intézet, a Századvég, a Závecz Research és az IDEA utolsó nyilvános kutatása a választást megelőző héten, a Republikon intézeté pedig a választást megelőző második héten készült.²⁷ Noha nem ismerünk olyan kontextusbefolyásoló eseményt, amely a kutatási adatokra jelentős, módosító hatást gyakorolt volna a választás előtti hetekben, mégis kérdéses, hogy az eltérő időpontban készült adatfelvételek adatai milyen mértékben hasonlíthatóak össze. Tudományos igénnyel kevésbé, amely megerősíti, hogy bármilyen „eredményhirdetés” csak a márkanévek versenyének tükrében értelmezhető.

²⁶ <http://republikon.hu/elemezsek-kutatasok/22-03-01-kvk-feb.aspx> (Letöltve: 2022. május 3.)

²⁷ Vö.: 1. ábra

A kutatási adatok és kutatási közlemények

Szintén a médiafigyelemnek, illetve az adatok mindig kontextusban való értelmezésének köszönhető, hogy a kutatási adatok közlésének módja üzenetközpontúvá²⁸ vált. Részben emiatt, részben a média félreértésé-
től-félreértelmezésétől való félelem miatt sokszor nem ismerhetők meg egyértelműen a kutatási adatok a publikációkból. Előfordul, hogy lényeges adatok maradnak ki, de az is, hogy a közlemény szövege szubjektív félmondatokkal relativizálja, vagy felnagyítja egy-egy adat valódi jelentőségét. Ennek köszönhetően csökkentik bizonyos fejlemények súlyát, vagy éppen hibahatáron belüli különbségeket állítanak be trendszerű változásként. Az IDEA kutatóintézet például 2022 januárjában 1-2 százalékpontos „átrendeződés”-ről számolt be, mely különbség saját módszertanuk szerint is hibahatáron belüli értéknek számít.²⁹ A Publicus kutatóintézet pedig nem sokkal később, februárban, két hónap után publikált újra pártpreferencia-mérést amelyben csak visszamenőleg, a februári ellenzéki előnyt mutató érték mellett tüntették fel a januári, még kormánypárti előnyt mutató eredményt.³⁰ A Fidesz–KDNP-nek kedvező, köztes adat év eleji közzétételének elmaradása felveti a gyanút, hogy az adatok időzítését a kutatóintézet számára kedvezőbb napirend-alakítási lehetőség befolyásolta. Tény, hogy egyetlen intézet sem publikált rendszeres időközönként pártpreferencia-adatokat az előző parlamenti ciklusban, utólagos publikációra azonban – ismereteink szerint – csak ebben az esetben került sor.

A Publicus egy másik, március végi kutatási közleményében nem elrejtette egy adat jelentőségét, hanem éppen felnagyította azáltal, hogy alacsony elemszámú adatbontásokból formált politikai üzeneteket. A növekvő ellenzéki aktivitás bizonyítása során az 1025 fős mintán végzett kutatás 27 százalék bizonytalan pártpreferenciával rendelkezőt azonosított be (kerekítve 277 fő). Ebből 7 százalékpontnyi bizonytalan szavazót vélt aktívnak (kerekítve 72 fő), akik között 61–39 arányban található az ellenzéki és a kormánypárti szavazótábor tartaléka. Márpedig egy 72 fős

28 A legtöbb közlemény egy teljes kutatásnak csak egy szeletét, akár csak egyetlen kérdését emeli ki, például: <https://szazadveg.hu/hu/2022/03/09/orban-viktor-alkalmasabb-magyarorszag-biztonsaganak-megorzesere-mint-marki-zay-peter-n2504> (Letöltve: 2022. június 19.)

29 <https://www.ideaintezet.hu/hu/hirek-aktualis/77/kismerteku--de-fontos-valtozasok-a-preferenciakban-----2022--januar> (Letöltve: 2022. május 3.)

30 <https://publicus.hu/blog/partok-tamogatottsaga-2022-februar/> (Letöltve: 2022. május 3.)

almintán beazonosított csoportmegosztás információtartalma inkább szuggesztív, s nem informatív, különösen az elemszámok feltüntetése, illetve hangsúlyozása nélkül. Ugyanígy egy országos kutatásból nehézkesen lehet például a fővárosiak véleményére következtetni, ahol a megkérdezetteknek csak 17,5 százaléka él egy reprezentatív minta esetében.

A közlemények elemzői értékeléseinek hasznossága megkérdőjelezhetetlen, ha az adatok jobb megértését szolgálják. Abban az esetben azonban, ha az adatokból nem, vagy csak erősen korlátozottan olvasható ki a közlemények üzenete, érdemes helyettük az adatokra nagyobb figyelmet fordítani. A közlemények devalválódására vezethető vissza a 2022-es választási kampány közvélemény-kutatói újdonsága, a kutatási adatok másodelemzésének megjelenése is. A szakma iránti médiafigyelmet kihasználva, sőt azt tovább növelve, Tóka Gábor 2019-ben hozta létre a Vox Populi – Választási kalauz nevű oldalt azzal a céllal, hogy választásokkal kapcsolatos adatokat és elemzéseket közöljön „pártoktól és pénzbevétel-től függetlenül, a demokratikus politikai eszmék és gyakorlatok terjesztése mellett elkötelezetten”.³¹ Az oldal egy évvel az országgyűlési választás előtt saját felületet kapott a kormánykritikus 444.hu portálon.³²

Kihasználva, hogy a kutatóintézetek közleményeikben nem térnek ki a kutatások módszertanának minden elemére, a magyar nyelvű közvélemény-kutatási szakirodalom egyik tekintélyének számító Tóka Gábor rendszeresen saját meggyőződésével, sejtéseivel helyettesítette a nyilvánosság előtt fel nem tárt részleteket, majd hosszú logikai okfejtés útján jutott el a nyilvánosság ingerküszöbét elérni kívánó állításokig.³³ Mindez aligha tekinthető tudományos tevékenysége részének, olykor személyeskedő megjegyzésekkel karöltve támadta³⁴ a szakma képviselőit. Érvelés-

31 <https://kozvelemenyo.org/> (Letöltve: 2022. május 4.)

32 <https://voxpopuli.444.hu/> (Letöltve: 2022. május 4.)

33 „Rendkívüli bravúr a Nézőpont Intézet, illetve a 24.hu választások utáni első pártpreferencia-posztja! Az egészen elképesztően összevissza fordított adatok szerint választói támogatottságban a Momentum megelőzte, Márki-Zay Péter még létre se jött pártja pedig beérte a DK-t. [...] Ha jól értem, három teljesen különböző kérdésre adott válaszokból faragták ki ezt a közvélemény-kutatás szatírát.”

[https://www.facebook.com/valasztasi.kalauz/posts/pfbid02ARZT31LGW2oTVF8KqPYw-9X3UTghqZxXmVzwVrywUzJwvrt53Jyb8E2ibAXWBXDM3?_cft_\[0\]=AZWVxtWgOUHlg-Zguij0-t6yOYrDRXEQebxiTplyfc-nHvo_90aijXQkNrpgzEh8-g5qUm-jV3TyEg4zOlm8tUn_OogvExUL_nLv-8mDXBW4xGdywmKtFs_AJt9BdjgUb6YWQHp7s8mfl0MqMV-9AVntR8EAP4f7R-VOLZGDz3vNoFg&_tn_=%2CO%2CP-R](https://www.facebook.com/valasztasi.kalauz/posts/pfbid02ARZT31LGW2oTVF8KqPYw-9X3UTghqZxXmVzwVrywUzJwvrt53Jyb8E2ibAXWBXDM3?_cft_[0]=AZWVxtWgOUHlg-Zguij0-t6yOYrDRXEQebxiTplyfc-nHvo_90aijXQkNrpgzEh8-g5qUm-jV3TyEg4zOlm8tUn_OogvExUL_nLv-8mDXBW4xGdywmKtFs_AJt9BdjgUb6YWQHp7s8mfl0MqMV-9AVntR8EAP4f7R-VOLZGDz3vNoFg&_tn_=%2CO%2CP-R) (Letöltve: 2022. június 17.)

34 <https://168.hu/itthon/a-szorongas-motival-230781> (Letöltve: 2022. május 4.)

technikájának tipikus eljárása volt, hogy először hipotéziseket állított fel egy-egy nyilvános közvélemény-kutatás elkészítésének módjáról vagy a mögötte húzódó, általa feltételezett politikai szándékról, majd azt szakmaiatlannak minősítette. Egy, a választási kampányban írt bejegyzésben így juthatott el attól a bizonyíthatatlan sejtetéstől, hogy a kutatók „többé-kevésbé titkolt segédeszközt vetnek be” a mintavételhez, addig az abszurd állításig, hogy a „fideszes meg az ellenzéki lista szavazataránya közti különbségekre vonatkozó mozgóátlag valódi hibahatára nagyságrendileg úgy ± 21 százalékpont”.³⁵ A gyakorlat cáfolta ennek a hatalmas elvi hibahatárnak a valóságát. Valójában a kutatási közlemények helyett a kutatási adatokra fókuszáló szemlélettel ellentétben a másodelemzés műfaja, amely a kutatási adatok nélküli közleményíráshoz hasonlítható.

A valós és a mért közvélemény

Összességében elmondható, hogy 2022 januárjától kezdve a biztos szavazók bázisán készített és nyilvánosságra hozott 24 különböző kutatást alapul véve, a hazai közvélemény-kutató cégek ismét ellátták a rendszeres közvélemény-monitorozás feladatát. A választás napjához közeledve egyre több pártpreferencia-közlemény látott napvilágot, januárban négy, februárban hat, márciusban tíz, a választás előtti utolsó három napban pedig további négy.

A kampány előrehaladtával a legtöbb kutatócég kinyíló – vagy már kinyílt – ollót jelzett, amelyek februártól szinte mindenhol a Fidesz vezetését mutatták. Az ebből a szempontból kivételt jelentő, a választási eredményt döntetlenre mérő Publicus kutatóintézet is, még ha közleményében ezt nem is emelte ki, a Fidesz számára kedvező trendet jelzett az utolsó pillanatban, figyelembe véve, hogy a legutolsó 47-47 százalékos erőviszony előtt még ellenzéki vezetést mutattak. Igaz azonban az is, hogy egyedül a Publicus idézett, február közepi adatfelvétellel készített kutatása mutatott ki ellenzéki előnyt az összes kutatóintézet összes 2022-es kutatása közül. Február második hetében a legmagabiztosabb Fidesz-ve-

³⁵ <https://voxpopuli.444.hu/2022/02/20/valasztasi-meglepetes-keszul-1-resz> (Letöltve: 2022. május 3.)

zetést a Real-PR 93. kutatása szolgáltatta az 54 százalékos kormánypárti támogatottságot jelezve, amely visszatekintve legkevésbé maradt el a tényleges eredménytől.

A Fidesz–KDNP támogatottsága már az év elejétől kezdve valamennyi kutatócégnél 46 és 52 százalékpont között mozgott. A kormánypárti tábor beazonosítása szinte az összes kutatónak sikerült hibahatáron belül: a 49-50 százalékos eredmények épphogy elmaradnak a tényleges hazai eredménytől – figyelembe véve, hogy a tartósan külföldön élő, de lakcímmel rendelkező magyarok elérhetetlenek a minták szempontjából –, azaz a kormánypártok újrázásának nagy valószínűsége minden kutatóintézet adataiból jól látható volt.

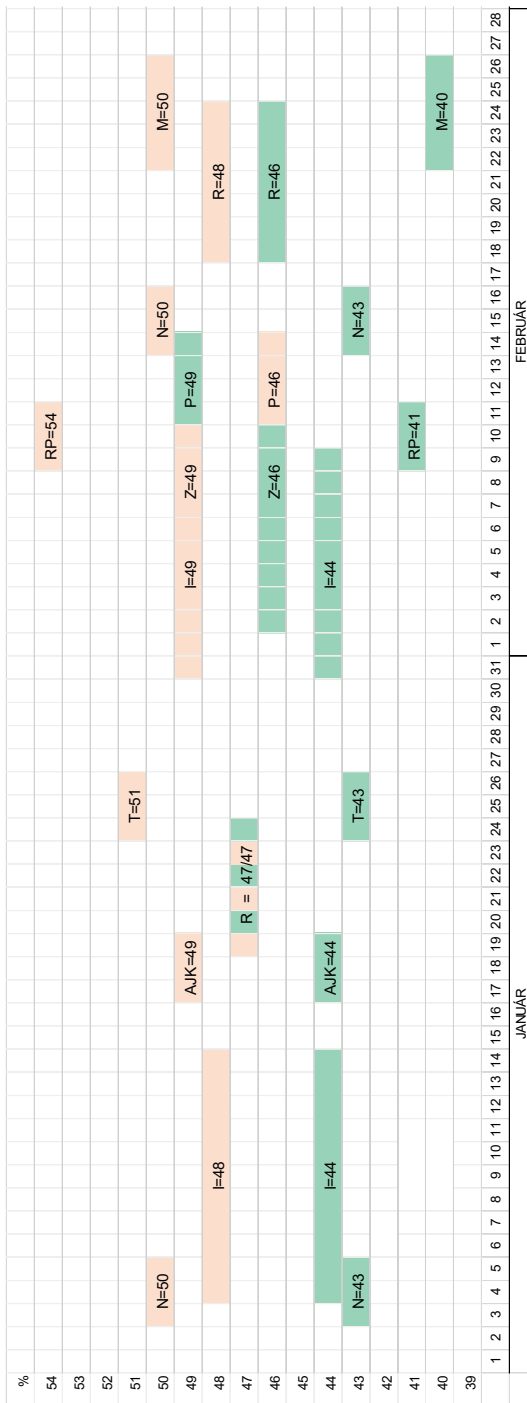
A 2022-es választási kampányidőszak egyik érdekessége, hogy az Egységben Magyarországért támogatottságának kimutatása láthatóan kihívás elé állította a kutatóintézeteket.³⁶ Ezt jól mutatta már a kampányidőszak közepén is, hogy a választani tudók bázisán az ellenzéki összefogás támogatottságát a Medián két, a háború kitörését követő kutatásban³⁷ is 40-41 százalékosra mérte, míg a Republikon 46, a Publicus 47 százalékos támogatói kört mutatott ki.³⁸ Az utolsó kutatási eredmények közelebb álltak egymáshoz, ugyanakkor az ellenzéki pártok tényleges választási eredményétől ezek is távol estek. Az Egységben Magyarországért lista eredményeit a biztos pártválasztók bázisán a Társadalomkutató (40 százalék) utolsó felmérésének eredményei közelítették meg a leginkább, azonban itt is hibahatáron túli eltérésekről beszélhetünk a valós eredményhez viszonyítva. Összességében elmondható, hogy az ellenzéki közös lista támogatottságát minden közvélemény-kutatás túlbecsülte, a márkanévversenyben legfeljebb ennek a túlbecslésnek a mértéke lehet mérvadó.

³⁶ Lásd: 1. ábra.

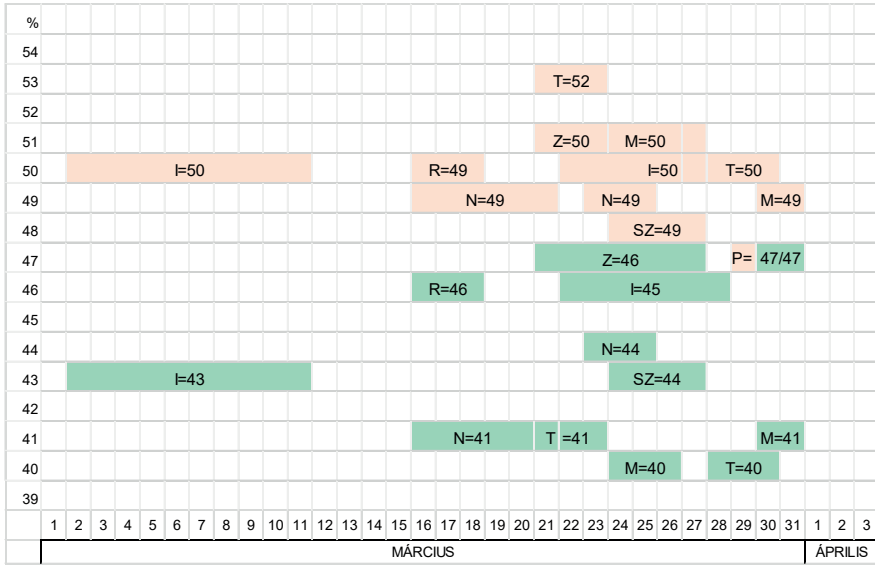
³⁷ Március 24–26. https://hvg.hu/360/20220330_Median_valasztas_2022_Fidesz_ellenzek_mandatumbecsles_kozvelemeney_kutatas; március 30–31. (Letöltve: 2022. május 3.). <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20220403/itt-a-median-utolso-felmerese-a-fidesz-nyerhette-a-valasztast-537285> (Letöltve: 2022. május 3.)

³⁸ Március 16–18. (Letöltve: 2022. május 3.)

1. ábra: A 2022-es kampányidőszakban publikált pártpreferencia-felmérések a Fideszre és az Egységben Magyarorszáért közös ellenzéki listára vonatkozó adatai, az adatfelvétel időpontját jelző időtengelyen
 (AJK = Alapjogokért; M = Medián; N = Nézőpont; R = Republikon; RP = Real-PR '93; I = Idea;
 P = Publicus; SZ = Századvég; T = Társadalomkutató)



1. ábra: A 2022-es kampányidőszakban publikált pártpreferencia-felmérések a Fideszre és az Egységben Magyarországért közös ellenzéki listára vonatkozó adatai, az adatfelvétel időpontját jelző időtengelyen (AJK = Alapjogokért; M = Medián; N = Nézőpont; R = Republikon; RP = Real-PR '93; I = Idea; P = Publicus; SZ = Századvég; T = Társadalomkutató)



Az eltérések mértéke és okai

Az eltérések mértéke

Amikor a kutatóintézetek kutatási adatai és a választási eredmények közötti különbségek mértékét megpróbáljuk meghatározni, különösen fontos, hogy a választási eredmények megfelelő bázisát vegyük alapul. A nyilvánosságban sokféle százalékos megoszlás látott napvilágot, a választások utáni napokban még a Nemzeti Választási Iroda honlapja is az összes listás szavazathoz viszonyítva vizsgálta a pártlistás szavazatok arányát. A táblázat bemutatja a hazai és külhoni párt- és nemzetiségi listás szavazatok számát, s azok arányait a hazai, az összes pártlistás, valamint az összes szavazathoz viszonyítva.

Können belátható, hogy egyetlen közvélemény-kutatáson sem lehet számonkérni a külhoni magyarok pártpreferencia-adatait, a kutatási ada-

tokat ezért csak a hazai választási eredményekkel összevetve indokolt vizsgálni. Az már izgalmasabb módszertani kérdés, hogy a nemzetiségi identitás és a pártpreferencia milyen viszonyban áll egymással, a kutatóintézetek pártpreferenciát vizsgáló kérdésére egy nemzetiségi szavazó hogyan válaszol. Feltételezhető, hogy van pártpreferenciája is a nemzetiségi identitása mellett, de érvényesen mégsem fog szavazni pártlistákra. Mivel jelenleg a nemzetiségi szavazók száma elhanyagolható (az összes érvényes, hazai listás szavazat 0,55 százaléka), a módszertani dilemma elméleti jelentőségű, az alig harmincezer nemzetiségi szavazat egyszerűen az egyéb kategóriába sorolható vagy a hibahatár fogalmával eltakarható. Ugyanakkor emlékeztet, hogy a cigányság nem tudott 2022-ben nemzetiségi listát állítani, így nem zárható ki, hogy az elméleti kérdésből még keletkezhet gyakorlati probléma a közvélemény-kutatók számára. Mindent egybevetve azonban elmondható, hogy a 2022-es választások során a közvélemény-kutatási adatokat a hazai, érvényes, pártlistás szavazatok arányával indokolt összevetni. A kutatási adatok a választási eredmény ezen bázisához állnak a legközelebb.

1. táblázat: Az országos listás szavazatszámok és szavazati arányok különböző bázisokon a 2022-es országgyűlési választás hivatalos végeredménye szerint

	<i>Hazai listás szavazatok (belföldön és külföldön leadott)</i>	<i>Listás levélszavazatok (külföldi magyarok)</i>	<i>Minden listás szavazat</i>	<i>Hazai pártlista érvényes szavazat</i>	<i>Összes pártlista érvényes szavazat</i>	<i>Összes lista érvényes szavazat</i>
Fidesz–KDNP	2 809 238	251 468	3 060 706	52,45%	54,42%	54,13%
Egységben Mo.-ért	1 936 297	11 034	1 947 331	36,15%	34,62%	34,44%
Mi Hazánk	329 651	2 836	332 487	6,15%	5,91%	5,88%
MKKP	183 416	1 636	185 052	3,42%	3,29%	3,27%
Megoldás M.	58 670	259	58 929	1,10%	1,05%	1,04%
NEP	39 119	601	39 720	0,73%	0,71%	0,70%
Pártlista összesen	5 356 391	267 834	5 624 225			
Nemzetiségi	30 635		30 635			0,54%

Forrás: Nemzeti Választási Iroda (valasztas.hu)

A kutatóintézetek utolsó mérési adatainak eltérését a választási eredmény kiválasztott bázisával összevetve vizsgálja a 2. táblázat. Ezen jelöltük a kutatóintézetek által publikált adatok bázisát (a teljes szavazókorú népességből kiválasztottak körét), az adatfelvétel idejét, pártpreferencia-adatait, valamint a választási eredménytől való eltérés érzékeltetésére az átlagos négyzetes hiba gyökét. Mindezek alapján a 2022-es országgyűlési választás nem hivatalos, kutatói márkanévversenyét a Társadalomkutató nyerte meg, 2,3-as eltérési mutatóval, amely ugyan a legjobb, de mégsem kevés. A 2018-as országgyűlési választáson három kutatóintézet is kisebb, 2-es érték alatti eltérési mutatóval került ki a márkanévversenyből.³⁹

A legnagyobb eltérést, nem meglepő módon, a választás vasárnapja előtti szombaton döntetlen pártversenyállásról publikáló Publicus esetében lehet kimutatni, hiszen a választási eredmény több mint 16 százalékpontos Fidesz-előny lett. Érdekesség, hogy 2018-ban egyik kutatási adat eltérése sem érte el a 4-es értéket, 2022-ben viszont nyolcból hat intézet is meghaladta.

2. táblázat: A kutatóintézetek utolsó, publikált kutatási adatainak eltérése a 2022. április 3-ai országos listás választási eredménytől, a márciusi közleményeket figyelembe véve

	<i>Bázis</i>	<i>Adatfelvétel ideje</i>	<i>Fidesz-KDNP</i>	<i>Egységben Magyarorszáért</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>MKKP</i>	<i>Átlagos négyzetes hiba gyöke</i>
Választás 2022	Érvényesen szavazók	04. 03.	52,45	36,15	6,15	3,42	0
Társadalomkutató	Biztos szavazók	03. 28–30.	50	40	6	4	2,3
Medián	Választani tudók	03. 30–31.	49	41	4	4	3,18

³⁹ A Medián, a Nézőpont és a ZRI adatainak átlagos abszolút eltérése volt kisebb 2-nél: <https://kozvelemenykutatok.hu/wp-content/uploads/2018/04/K%C3%B6zvelem%C3%A9nykutat%C3%B3k.hu-%C3%B6sszeg%C3%A9s-2018-v%C3%A9gs%C5%91.pdf> (Letöltve: 2022. május 15.)

	<i>Bázis</i>	<i>Adatfelvé- tel ideje</i>	<i>Fidesz- KDNP</i>	<i>Egység- ben Ma- gyaror- szágért</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>MKKP</i>	<i>Átlagos négyze- tes hiba gyöke</i>
Nézőpont	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 23–25.	49	44	3	3	4,57
Századvég	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 24–27.	49	44	3	3	4,57
IDEA	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 22–28.	50	45	3	2	4,91
ZRI	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 21–27.	50	46	3	1	5,45
Republikon	Pártot választók	03. 16–18.	49	46	3	2	5,5
Publicus	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 29–31.	47	47	3	2	6,31

Forrás: a közvélemény-kutató intézetek közleményei alapján, saját összeállítás

Az eltérések szubjektív okai

A négy évvel korábbihoz képest nagymértékűnek tűnő eltérés egyik fontos oka a két pártlista versenyében és további két pártlista küszöb közeli eredményében keresendő. Míg 2018-ban sokkal tagoltabb verseny volt, s az egyes pártok népszerűségi mutatói hosszabb trendek fényében voltak vizsgálhatók, addig 2022-ben az ellenzéki közös lista hatásmechanizmusát senki nem ismerte, hívei felhajtóerőt reméltek tőle, kritikusai hangsúlyozták a súrlódási költségét, de a közös lista kevésbé ismert elnevezése (Egységben Magyarországért) miatt a kutatóintézetek számára is komoly kihívás volt, milyen néven is vizsgálják pontosan a támogatottságát. Szakmai fórumokon elhangzott, de írásos forrásokkal nem alátámasztható értesülések, szakmai beszélgetések alapján az egyes, résztvevő pártok felsorolásától az „ellenzék közös listája” elnevezésig minden előfordult, csak a hivatalos közös elnevezés nem. Ugyan igaz, hogy a kuta-

tóintézetek elsősorban az ellenzéki szavazótábor túlbecslésével tévedtek, de hiba lenne csupán az ellenzéki közös lista nevére visszavezetni ezt.

A márkanévverseny fogalmát és a kutatások előrejelzésre való alkalmazhatóságát részletező fejezetben már bemutattuk, milyen korlátai vannak általánosságban a közvélemény-kutathatóságnak. Az objektív akadályok mellett azonban az eredmények összevetésekor ki kell térnünk a szubjektív szempontokra is. Az ezekből adódó hibák, tévedések és hiányosságok eltérő mértékben terhelik az egyes kutatóintézeteket, de az információk hiányában nem egy intézeti bűnlajstrom, hanem a tévedési lehetőségek általános, s bizonyára nem is teljes körű felsorolása következik.

Mindenekelőtt a telefonszámok minőségét kell kiemelni a telefonos kutatások esetében, amellyel a személyes kutatások lakcímnnyilvántartásból származó adatai ekvivalensek. Telefonos közvélemény-kutatások esetében, amennyiben a kutatást végző cég adatbázisból dolgozik, annak forrása lehatárolhatja a válaszadók körét, ezzel befolyásolva az eredményt. Ennek kiküszöbölésére egy lehetséges módszer a véletlen telefonszámok generálása, így elméletileg minden, hazai hívószámmal rendelkező személynek ugyanakkora esélye van a mintába kerülésre. Ennek legalitása azonban vitatott.

Kevesebb szó esik a nyilvánosság előtt az olyan gyakorlati kérdésekről, mint az operátorok munkája, akik a kérdéseket és válaszlehetőségeket olvassák fel. Az elemzőkhöz és kutatókhoz hasonlóan esetükben is számolni kell a politikai hovatartozás esetleges hatásával, ami befolyással lehet a válaszadóra. Az emberi tényező okán nem lehet eltekinteni a hibázás lehetőségétől sem, hiányosan és rosszul felolvasott kérdések lassíthatják a kutatást, és torzíthatják az eredményeket. Az operátorok ellenőrzése minden kutatóintézetben alapvető feladat.

További szubjektív hiba lehetősége, ha az adatfelvétel során az ún. „kvótázás” módszerével dolgozik egy intézet, azaz a demográfiai szempontok alapján kvótákra osztja a mintát, és a potenciális interjúpartnerekkel csak akkor beszélget, ha abban a kvótában, amelybe tartoznak, még hiányoznak az interjúalanyok. Bár mindez módszertanilag nem hibás eljárás, de a kvótákból hiányzó utolsó néhány százaléknyi interjú elkészítése rengeteg időt és így pénzt emésztene fel, ha nem lenne elfogadott a kvótaszempont elengedése az adatfelvétel végén. Az ebben a fázisban, a kvótaszempont elengedése után lefolytatott beszélgetéseket aztán súlyozva veszik figyelembe a kutatóintézetek, helyreállítva a kvótaszemléle-

tet. Ugyanakkor akár jelentős tévedéshez is vezethet, ha a gyorsaság vagy a költségek lefaragása érdekében a kvótaszempontot túl korán engedi el az adatfelvétel során a kutatóintézet, s ezért többszörös súlyszámokkal kénytelen utólag megdolgozni az adatokat a kvóták helyreállítása érdekében. A súlyozáson belül az is izgalmas kérdés, hogy a mintának pontosan mire is kell reprezentatívnak lennie. A nem, az életkori csoportok vagy a településtípus biztosan idetartozik, de például ritkán nyilvános, hány életkori csoporttal is dolgoznak az intézetek, vagy hogy régiókra és az iskolázottság kategóriáira is reprezentatív-e a mintájuk. Bármilyen meglepő első hallásra, de a túl sok szempont alapján súlyozott minta nem lesz automatikusan jobb is. Az egyes szempontok esetében ugyanis biztosnak kell lennie a kutatóintézetnek a helyes válaszokban és a teljes populációra vonatkozó statisztikai adatok megbízhatóságában.

Korábban már volt szó a válaszmegtagadás jelenségéről. A kutatási közleményekből nem derül ki, hányan zárkóznak el az egy-egy kutatásban való részvételtől, vagy egy-egy kutatási kérdés esetében a válaszadástól. Előbbi mértéke szinte üzleti titok, de nem téved a külső szemlélő, ha azt feltételezi, hogy húsz megszólítottból egy személy válaszája is sikernek tekinthető. Különösen a fiatal választók elérése okozhat nehézséget. Egy-egy kérdés – akár éppen a pártpreferenciára vonatkozó – megválaszolásától való elzárkózás esetében már említettük a kockázatos segédkérdések alkalmazását.

Az elérési nehézségek egy közvetett következménye, hogy az elért válaszadók az átlagosnál aktívabbak politikailag. A kampányidőszakban folytatott kutatások esetében általánosságban tapasztalható a válaszadók politika iránti érdeklődésének növekedése, az átlagosnál szívesebben vesznek részt ilyen jellegű kutatásokban. Ennek hátulütőjeként ebben az időszakban lényegesen magasabb azok aránya, akik a választáson biztosra ígértek részvételüket – a bizonytalanság forrása ebben az esetben az, hogy mennyire hihetünk egy olyan minta eredményeinek, amelyben akár 85-90 százalék a választáson részt venni szándékozók aránya.

Szintén komoly szubjektív hibaforrás lehet, ha egy kutatóintézet rosszul állítja össze kérdőívét. A kiegyensúlyozottság hiánya esetén, legyen szó sok egy irányba mutató megelőző kérdés hatásáról vagy a konkrét kérdés megfogalmazásának pártosságáról, a megkérdezett megsejti, mi az elvárt helyes válasz, s ez tudatosan vagy tudat alatt befolyásolja is válaszait, amelyek ebben az esetben nem tükrözik a valós véleményét, azaz

a kutatás szempontjából értéktelenek. Az operátorok ugyan megérezték, ha egy-egy válasz nem őszinte, de egy ilyen szűrési eljárás is igen csak szubjektív, azaz nem elegendő. Szintén elterjedt szakmai hiba, ha a kérdőív nem egyértelmű, a kérdések nem érthetőek, vagy ha egyszerűen a megkérdezettnek nincs is véleménye a témáról, ahogy azt Bourdieu-től már korábban idéztük.

A márkanévverseny résztvevőinek magyarázatai

A választás óta viszonylag kevés idő telt el, és egyelőre viszonylag kevés szakmai válasz született a hazai közvélemény-kutatások kampányidőszakban mutatott teljesítményére és a szakma jövőjére. A kevés nyilvános kommentár azonban már sejteti, hogy a kutatóintézetek útelágazódáshoz érkeztek. Két magyarázatkísérlettel találkozhatott az érdeklődő olvasó a nyilvánosságban.

Az egyik lehetőség, hogy a mérések és a választási eredmény közötti különbségek okát a kutatásoktól független folyamatokban keressük. Závecz Tibor és Pulai András elsősorban efféle utóértelmezéssel védte korábbi pártpreferencia-kutatásait. Előbbi szerint „az utolsó pillanatban bizonytalan szavazók inkább a Fideszre húztak, ez az, amit nem láttak előre”.⁴⁰ Ez az állítás kutatói szemmel talán igazolható, elemzői szemmel azonban látható volt a háborúval kapcsolatos kutatásokból, hogy a lakosság körében a kormánypártok támogatottságánál is nagyobb mértékben értenek egyet a kormány álláspontjával az orosz–ukrán háború sarkalatos kérdéseiben.⁴¹

Pulai András, a Publicus vezetője a választás után úgy nyilatkozott, hogy „[...] az olló tényleg zárult, aztán a végén kinyílt. Az a helyzet, hogy az ollók már csak ilyenek, hogy ki-be nyitódnak.” Később már ő is megállapította, hogy „le kell vonni a tanulságokat és újra kell kalibrálni a műszereket”.⁴²

40 <https://168.hu/itthon/ennek-koszonheto-a-ketharmad-zavec-tibor-szerint-231509> (Letöltve: 2022. május 11.)

41 *Nem ellenezzük az orosz gáz vásárlását.* <https://nezopont.hu/nem-ellenezzuk-az-orosz-gaz-vasarlasat/> (Letöltve: 2022. május 11.)

42 Németh Péter beszélgetése Pulai Andrással a *Mélyvíz* című műsorban: <https://hirklikk.hu/klikktv/pulai-andras-ha-ma-mernenk-kozvelemenyt-mar-nem-lenne-nyero-a-propagan->

Ezzel gyakorlatilag elismerte a márkaversenyben nyújtott rossz teljesítményének szubjektív okait is. Ezzel egy időben azonban azt is hangsúlyozta, hogy a választás előtt négy nappal még tényleg döntetlen vagy döntetlen közeli volt a pártverseny állása szerinte, vagyis továbbra is kitart saját, nyilvánosságra hozott kutatási adatainak akkori pontossága mellett. Mindez inkább márkanévvédelmi kommunikációs stratégiának, mint szakmai magyarázatnak tűnik. Különösen, hogy Pulai András az idézett, választás utáni interjúban azt is kifejtette, hogy volt egy másik, egy biztonságpolitikai tárgyú nemzetközi projekt keretei között végzett pártpreferencia-kutatása is, amelyben 16 százalékos Fidesz-előnyt mért, azaz éppen a választási eredménynek megfelelőt, de azt a szerződési miatt nem publikálhatta.⁴³

A másik lehetőség az önvizsgálat irányába mutat. Hann Endre, a Medián vezetője a választást követő napon még nem kívánt nyilatkozni, de előrevetítette, hogy „a szakmának nagyon komoly önvizsgálatra van szüksége”,⁴⁴ amely reményei szerint hamarosan bekövetkezik. A pálya bizonyos szereplői tehát a szakma önvizsgálatát tartják jelen helyzetben fontosnak, s jelen írás is ezen út mellett érvel. A szakmának számos feladata van a jövőre nézve: javítania kell a kutatások reputációját a nyilvánosság előtt, a közvélemény-kutatóknak őszintén szembe kell nézniük eddigi gyakorlatuk szubjektív hibáival és objektív korlátaival, s többet kell tenni annak érdekében, hogy a média a kutatók megalapozott következtetéseit közvetítse, s ne pedig a kutatói közlemények pontatlanságára alapozva vonjon le saját következtetéseket. Jelen írás is e célok elérését akarta segíteni.

da/1081 (Letöltve: 2022. április 23.)

43 Lásd: fenti beszélgetés.

44 https://nepszava.hu/3152596_valasztas-kozvelemenykutatok-tevedes (Letöltve: 2022. május 15.)

Irodalom

- Bourdieu, Pierre 1973: *A közvélemény nem létezik.* (Ford. Léederer Pál.) <http://www.c3.hu/~szf/Szofi97/Sz97-03/Sz97-03-Area-8.htm> (Letöltve: 2022. május 3.)
- Böcskei, Balázs – Szabó, Andrea – Závecz, Tibor 2022: *Kihívások és kutatói „vakfoltok” a választás előtti közvélemény-kutatásokban.* <https://24.hu/belfold/2022/03/31/valasztas-2022-kozvelemeny-kutatas-bizonytalansag/> (Letöltve: 2022. június 19.)
- Daoust, Jean-Francois 2021: Blame it on turnout? Citizens's participation and polls' accuracy. *The British Journal of Politics and International Relations*, Vol. 23(4) 736–747. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1369148120986092> (Letöltve: 2022. június 17.)
- Goodwin, Matthew 2016: Polls apart: why we need to treat all EU referendum polling with caution. <http://eprints.lse.ac.uk/73298/1/blogs.lse.ac.uk-Polls%20apart%20why%20we%20need%20to%20treat%20all%20EU%20referendum%20polling%20with%20caution.pdf> (Letöltve: 2022. június 17.)
- Hargittai, Eszter – Karaoglu, Gokce 2018: Biases of Online Political Polls: Who Participates? *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2378023118791080> (Letöltve: 2022. június 17.)
- Holbrook, Allyson L. – Green, Melanie C. – Krosnick, Jon A. 2003: Telephone versus Face-to-Face Interviewing of National Probability Samples with Long Questionnaires: Comparisons of Respondent Satisficing and Social Desirability Response Bias. *Public Quarterley*, Vol. 67, Issue 1, March, 79–125.
- Ljepava, Nikolina – Selakovic, Marko 2017: Trends and Challenges of Political Polling and Research in a Digital Age. *Digital Spaces, Challenges and Expectations*. https://www.researchgate.net/publication/323389175_Trends_and_Challenges_of_Political_Polling_and_Research_in_a_Digital_Age
- Mráz, Ágoston Sámuel 2019: *A közvélemény-kutatásról őszintén.* <https://magyarnemzet.hu/velemeny/2019/10/a-kozvelemeny-kutatasrol-oszinten> (Letöltve: 2022. május 3.)
- Prosser, Christopher – Mellon, Jonathan 2018: The Twilight of the Polls? A Review of Trends in Polling Accuracy and the Causes of Polling Misses. *Government and Opposition*, 1–34. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3184232 (Letöltve: 2022. június 17.)
- Tóka, Gábor [é. n]: *If Polls Are so Wrong about US Elections (as You Think They Are), then Are They Good for Anything at All?* https://www.osaarchivum.org/blog/if-polls-are-so-wrong-about-us-elections_as-you-think-they-are_then-are-they-good-for-anything-at-all (letöltés: 2022. június 17.)
- Weissberg, Robert 2001: Why Policymakers Should Ignore Public Opinion Polls. *Policy Analysis*, May 29, No. 402. <https://www.uvm.edu/~dguber/POLS234/articles/weissberg.pdf> (Letöltve: 2022. június 17.)

DÚRÓ JÓZSEF

Változás a változatlanságban

A magyarországi pártrendszer a 2022-es választások tükrében

Absztrakt

A korábban két blokk versengésével jellemzett magyarországi pártrendszer a 2010-es választások után predominánssá vált, amelyben ráadásul a domináns párt által vezetett kormánynak kétoldali ellenzéke volt (centrális pártrendszer). A 2022-es választások előtt azonban hat ellenzéki párt bejelentette, közös listán indulnak, illetve közös jelölteket állítanak a soron következő országgyűlési választásokon. Ezáltal esély nyílt arra, hogy a centrális pártrendszer ismét két blokk versengésévé alakuljon át. A közös miniszterelnök-jelöltet, illetve az egyéni választókerületi jelölteket 2021 őszén előválasztáson választották ki. Ugyanakkor a 2022-es választások eredményei nem igazolták a várakozásokat. A Fidesz–KDNP domináns pozícióban maradt, miközben vélhetően a korábban döntően vidéken erős Jobbik nem volt képes vidéki szavazóinak jelentős hányadát mozgósítani. A Fidesztől jobbra, a Jobbik helyén új politikai szereplő tűnt fel, a Mi Hazánk Mozgalom. Ez annak a jele, hogy a Budapest-vidék megosztottság nem értelmezhető pusztán kormány-ellenzék dichotómiában, hanem baloldal-jobboldal megosztottságként is, hiszen releváns számú, nagyjából vidéki ellenzéki szavazó voksolt a kormánypártokkal – és a hatpárti összefogással – szemben egy jobboldali pártra. Mindez azt jelenti, hogy nem csupán a predomináns pártrendszer, de a Fidesz centrális helyzete is fennmaradt.

Kulcsszavak: pártok, pártrendszer, választás, 2022, Magyarország

Abstract

The party system in Hungary, which had formerly been characterised by a tight competition of two blocs, became a predominant party system following the 2010 elections. Moreover, in this party system, the governments led by the dominant party have had a divided opposition (central party system). However, before the 2022 elections, six opposition parties declared to draw up a joint list with common candidates for the next parliamentary elections. Hence, there was a real chance of replacing the central party system by a competition of two large blocs. The common candidate for the premiership and all the candidates in the single-member constituencies were selected in primaries in the autumn of 2021. However, the results of the 2022 elections did not justify the expectations. Fidesz-KDNP remained in dominant position, while Jobbik, which had presumably been strong in the countryside formerly, was not able to mobilise a significant part of its voter base. On the right of Fidesz, in the place of Jobbik, Our Homeland Movement, a new political actor emerged. This is a clear sign that the Budapest-countryside division cannot be considered purely as a dichotomy of the government and the opposition, but also a division between left and right because a relevant number of opposition voters mostly

in the countryside cast their vote for a right-wing party, against both the government and the six-party opposition alliance. It means that not only the pre-dominant party system has survived, but also the central position of Fidesz.

Keywords: parties, party system, election, 2022, Hungary

A 2022-es magyarországi országgyűlési választások eredménye olyan értelemben meglepetést jelentett, hogy a közvélemény-kutatások¹ alapján nem igazán volt várható a kormányzó pártok listájának ilyen mértékű győzelme. Jelen tanulmánynak nem célja, hogy az eredmény mögött meghúzódó okokat részletesen vizsgálja, sokkal inkább fókuszál az eredmények pártrendszerre vonatkozó következményeire. Más szóval arra, hogy hogyan változott a magyar pártrendszer logikája, működése, a szereplők köre a 2022-es parlamenti választások következtében.

Miután jelen tanulmány leíró-elemző jellegű, és a pártrendszerben ténylegesen végbemenő változásokra fókuszál, kevésbé foglalkozik azzal, hogy ezeket a változásokat (például a Fidesz–KDNP győzelmének mértékét) milyen intézkedések, kampánytechnikák, választási rendszer, média-viszonyok stb. váltották ki, ezen tényezőkre csak ott és akkor reflektál a tanulmány, ahol és amikor a magyarázathoz elengedhetetlenek.

A tanulmány először sorra veszi a magyar pártrendszerben bekövetkezett változásokat, nevezetesen azt, hogyan alakult át a pártrendszer két-blokkrendszerből predomináns pártrendszerre. Reflektál a 2010-es választáson előállt új helyzetre, illetve az azóta történt elmozdulásokra. Ezt követően a 2022-es parlamenti választás előtti helyzetet mutatja be, kitérve a hatpárti összefogás által tartott előválasztás eredményeire, feltárva a fontosabb szereplők stratégiáit. Végezetül a voksolás eredményeinek értelmezése, illetve a pártrendszer változásának felvázolása következik.

¹ Mráz 2022.

A magyar pártrendszer változásai

Magyarországon a pártrendszer a 2010-es választásokat követően egy kiemelkedő támogatottságú pártból, illetve több kisebb, egymással is koalícióképtelen tömörülésből állt. A politikatudományban Sartori² ezt a helyzetet a predomináns pártrendszer kifejezéssel illette, miután az ominózus 2010-es választáson, majd további két, egymást követő voksoláson is ugyanaz a párt volt képes abszolút többséget szerezni. Ez 2018-ra megvalósult. Ugyanakkor néhányan a szakirodalomban vitatják, hogy lehet-e a magyar pártrendszert a predomináns jelzővel jellemezni, hiszen ennek feltétele a stabil választói bázis, amely a Fidesz esetében nem feltétlenül igazolható teljes bizonyossággal.³ Egy bizonyos, a Fidesz 2010 után domináns szereplővé vált a magyar politikában, hiszen azóta képes volt valamennyi alkalommal tíz százalékpontonál nagyobb különbséggel nyerni az országgyűlési választásokon, amely Sartorinál a domináns párti lét feltétele,⁴ noha a domináns párt megléte nem jelent automatikusan predomináns pártrendszert. Itt fontos megjegyezni, hogy formálisan ugyan egy pártszövetségről – a Fidesz és a Kereszténydemokrata Néppárt közös listájáról – van szó, ám utóbbi leginkább a Fidesz egyik platformjaként működik, nem tekinthető önálló entitásnak.⁵

A Fidesz–KDNP szövetség sorozatos kétharmados győzelmei annak fényében jelentettek komoly változást, hogy a 2010-es választások előtt – leginkább az 1998-as voksolásokat követően – két nagy, jól elkülöníthető, nagyjából egyforma méretű blokk versengéséről lehetett beszélni. Míg a jobboldalon a Fidesz mellett a Magyar Demokrata Fórum (MDF), eleinte a Független Kisgazdapárt (FKgP) és később a KDNP alkotta a blokkot, a baloldalon – baloldal alatt következetesen a Fidesztől mint jobboldali párttól balra elhelyezkedő szereplőket kell a tanulmányban érteni – ezt a Magyar Szocialista Párt (MSZP) és a Szabad Demokraták Szövetsége (SZDSZ) szövetsége testesítette meg. Ezt a jelenséget kétblokkrendszerként írta le Soós.⁶ A már említett 2010-es parlamenti választás azonban ilyen értelemben is korszak-

2 Sartori 1976.

3 Horváth 2021, 179.

4 Sartori 1976, 175.

5 Balázs–Hajdú 2017, 97.

6 Soós 2012.

határnak tekinthető, hiszen nem állt helyre ez a viszonylag kiegyenlített versengés. Ezt az új, egy kiemelkedő támogatottságú politikai szereplő által dominált pártrendszert – mely nem idegen a magyar politikai hagyománytól⁷ – a hazai politikatudományban domináns pártrendszerként⁸ vagy – az Orbán Viktor által használt centrális erőter kifejezés mintájára – centrális pártrendszerként⁹ írták le. A centrális erőter a (pre)domináns pártrendszerektől annyiban tér el, hogy ebben az esetben az ellenzék megosztott, hiszen 2010 után a pártrendszer háromosztatúvá vált,¹⁰ ahol a jobbközép kormánypárt(ok)tól balra (eleinte MSZP, illetve a tőle kommunikációban elkülönülő LMP, majd a baloldali és liberális pártok szövetsége) és jobbra (Jobbik) is létrejött egy-egy pólus. Ilyen értelemben a pártrendszer logikájának egyik legfontosabb meghatározó tényezője még mindig a bal–jobb skála volt, amely nem feltétlenül közpolitikai megoldásokat, hanem sokkal inkább a pártok egymáshoz való helyzetét hivatott leírni, ennek központi szereplője pedig a Fidesz volt, két további pólusképző szereplővel. A centrális erőter létezését erősíti, hogy a 2018-as választásokig gyakorlatilag kizárható volt, hogy a két ellenzéki pólus együttműködjön egymással, azaz a kormányzó blokknak nem volt érdemi kihívója.¹¹ Ennek némileg ellentmond Tóka, aki szerint a centrális erőter bomlása már a 2018-as választásokon megkezdődött.¹²

A pártrendszer változásai a 2018-as választások után

A legnagyobb ellenzéki pártok stratégiája alapvetően változott meg a 2018–22-es parlamenti ciklusban. Mindamellett, hogy az EP-választásokból – a viszonylag alacsony részvétel, a kvázi tét nélkülség és a másodrendű jelleg miatt csak korlátozott következtetéseket lehet levonni, a 2019-es európai parlamenti választás tekinthető az első fontos mérföld-

7 Csizmadia 2017.

8 Enyedi et al. 2014, 536.

9 Tóth–Török 2015, 519.

10 Horváth–Soós 2015, 274.

11 Tóth–Török 2015, 558.

12 Tóka 2018.

kőnek, hiszen ez átrendeződést hozott az ellenzéki pártok közötti erőviszonyokban (1. táblázat). Mind az ellenzék vezető erejének számító, ám a 2018-as parlamenti választás után addigi vezetőjét (Vona Gábor) elveszítő, pártszakadást átvészelő Jobbik Magyarországért Mozgalom, mind pedig a baloldalon vezető szerepét fokozatosan elveszítő Magyar Szocialista Párt visszaesett, miközben a Demokratikus Koalíció (DK) és a Momentum Mozgalom (Momentum) az EP-választáson tapasztalt, lényegesen alacsonyabb részvétel mellett is képes volt nemcsak szavazatarányát, de abszolút szavazatszámát is növelni. Ezt követően a közvélemény-kutatásokban¹³ a Gyurcsány Ferenc vezette DK vált a legerősebb ellenzéki párttá, miközben ezen a térfélen újabb számottevő szereplő tűnt fel (Momentum).

1. táblázat: A 2018-as országgyűlési és a 2019-es európai parlamenti választás eredménye

Pártlista	2018-as országgyűlési választás		2019-es EP-választás	
	Szavazatszám	Szavazatarány	Szavazatszám	Szavazatarány
Fidesz–KDNP	2 607 990	47,36	1 824 220	52,56
Jobbik	1 090 751	19,81	220 184	6,34
MSZP–Párbeszéd	681 454	12,37	229 551	6,61
LMP	402 347	7,31	75 498	2,18
DK	307 492	5,58	557 081	16,05
Momentum	174 225	3,16	344 512	9,93
Mi Hazánk	–	–	114 156	3,29

Forrás: Nemzeti Választási Iroda 2018; 2019

A táblázatban a 2018-as választások eredményénél a hazai eredmények szerepelnek.

Ez a fajta átrendeződés, illetve a pártok – különösen a Jobbik – vezetésében végbement változások oda vezettek, hogy a 2019-es önkormányzati választásokon a Jobbik, az MSZP, a DK, a Párbeszéd Magyarországért (Párbeszéd), a Lehet Más a Politika, a Momentum, illetve a Márki-Zay Péter hódmezővásárhelyi polgármester által életre hívott, azonban nem pártként bejegyzett Mindenki Magyarországa Mozgalom (MMM) számos helyen közösen lépett fel a kormánypárti jelöltekkel szemben. Ez az együttműködés döntően a fővárosban és számos nagyvárosban az összefogás

13 Mráz 2022.

polgármesterjelöltjének győzelmét hozta. Mindez oda vezetett, hogy elemzők a centrális erőter megszűnéséről kezdtek írni.¹⁴ Ugyanakkor egy önkormányzati választás eredménye – az EP-választásokhoz hasonlóan – korlátozott relevanciával bír, és ezzel kapcsolatban mások¹⁵ lényegesen óvatosabban fogalmaztak.

A hat párt egymáshoz való közeledésének folyamata aztán 2020-ban két időközi parlamenti választáson – Dunaújváros, Tiszaújváros – is folytatódott, ahol a fent említett politikai szereplők közös jelöltet állítottak (mindkét helyen jobbikos volt a jelölt). Ez a trend mutatkozott meg akkor is, amikor 2020 végén bejelentette hat ellenzéki párt – nevezetesen a DK, a Jobbik, az MSZP, a Momentum, a Lehet Más a Politika és a Párbeszéd Magyarországért –, hogy a következő parlamenti választáson közös listán, közös egyéni választókerületi jelöltekkel és közös miniszterelnök-jelölttel kívánnak indulni.¹⁶ Ez a pártrendszer szempontjából abba az irányba mutatott, hogy akár meg is szűnhet a három pólus, hiszen a Jobbik – szigorúan a pártrendszer logikájának irányából nézve – többé már nem a Fidesztől jobbra, hanem a kormányzó bloktól balra helyezkedett el.

Az együttműködés célja Orbán Viktor kormányának leváltása volt, ugyanakkor a stratégia a pártrendszer felől nézve értelmezhető akár a predomináns pártrendszer megváltoztatására, illetve a kétblokkrendszer visszaállítására tett kísérletként is (noha a szereplők ezt nyilvánvalóan nem tudatosították magukban), hiszen nehéz elképzelni olyan helyzetet, ahol az összefogás leváltja a kormányt, ám mégis fennmarad a predomináns pártrendszer. Ráadásul az összefogásban részt vevő pártok együttes szavazataránya a 2018-as országgyűlési választásokon a Fideszével közel azonos szintet ért el. Emellett a választási rendszer (már önmagában az egyéni választókerületekben a relatív többségi elv) és annak megváltoztatása (a listaállításhoz a 106-ból már nem 27, hanem 71 egyéni választókerületben kellett jelöltet állítani) is a blokkosodás irányába ható, a kisebb politikai szereplőket korlátozó tényezőnek bizonyult. Mindemellett fontos kiemelni, hogy a pártrendszer logikájának átalakulása elsősorban a Jobbik mozgásának következménye: a baloldali pártokkal való együttműködést a Jobbik még a 2018-as választásokon is elutasította.

14 Például Lakner 2019; Ablonczy 2019; Csizmadia 2020.

15 Például Horváth 2021, 182.

16 Népszava 2020.

A baloldali előválasztás és a hatpárti szövetségen belüli erőviszonyok

A 2021-es év a nagyobb parlamenti pártok szempontjából az elmúlt évek egyik komoly politikai innovációját hozta. Előválasztáson választotta ki a hat szövetségre lépő párt a közös miniszterelnök-jelöltet és az egyéni választókerületekben induló, valamennyi párt által támogatott közös jelölteket. Utóbbiakról egyfordulós (szeptember 18–28.), relatív többségi rendszerben voksoltak az előválasztáson részt vevő választók, előbbi esetében pedig kétfordulós választást tartottak, amelyen a második fordulóba (október 10–16.) főszabály szerint a három legtöbb szavazatot kapott jelölt jutott be.

A közös kormányfőjelölt-választás eredménye (2. táblázat) több szempontból is fontos a pártrendszer felől nézve. Az első az, hogy a Demokratikus Koalíció jelöltje, Dobrev Klára képes volt az első fordulóban érvényesíteni az előválasztáson részt vevő pártok közötti előzetes erősortrendet, és megnyerte az első fordulót. Ez legalább részben magyarázható a DK szervezeti hálójának erejével. A második tanulság, hogy a hagyományos baloldali blokkon kívülről érkező pártok vezetői – Jakab Péter Jobbik-elnök és Fekete-Győr András Momentum-elnök – nem tudták az ellenzéki szavazók pártjaik iránti szimpátiáját (3. táblázat) szavazatra váltani. Az előválasztás egyetlen komoly következménye e tekintetben Fekete-Győr András lemondása volt a Momentum pártelnöki pozíciójáról. Noha Fekete-Győr hivatalosan a rendkívül gyenge előválasztási szereplés miatt vált meg a tisztségtől, a sajtóban már hosszabb ideje téma volt a Momentumon belül feszülő ellentét.¹⁷ A Momentum küldöttgyűlése végül Donáth Annát választotta a párt új vezetőjévé.

A harmadik tárgyalt tény – és talán ez volt a legnagyobb meglepetés – pedig az, hogy egy szinte teljesen kívülről érkező, párttámogatást az első fordulóban nem élvező szereplő (Márki-Zay Péter) képes volt bejutni a második fordulóba, majd a Párbeszéd, az MSZP és az LMP által támogatott Karácsony Gergely visszalépését, illetve a Momentum támogatásának megszerzését követően megnyerni azt. Hogy kik voltak egészen pontosan Márki-Zay Péter szavazói, arra vonatkozóan felmérés nem készült, ugyan-

¹⁷ Mandiner 2021.

akkor az első fordulóban vélhetően olyan választók, akik a Jobbikkal vagy a Momentummal szimpatizáltak, hiszen ezen két párt jelöltjei kaptak mélyen pártjuk valós támogatottságánál kevesebb szavazatot, míg a második fordulóban vélhetően Karácsony Gergely főpolgármester szavazóinak egy jelentős része is a hódmezővásárhelyi polgármestert támogatta.

2. táblázat: A miniszterelnök-jelölti előválasztás eredménye

Jelölt	1. forduló		2. forduló	
	Szav.szám	Arány (%)	Szav.szám	Arány (%)
Dobrev Klára	216 248	34,84	283 677	43,29
Karácsony Gergely	169 434	27,30	–	–
Márki-Zay Péter	126 628	20,40	371 560	56,71
Jakab Péter	87 378	14,08	–	–
Fekete-Győr András	21 050	3,39	–	–

Forrás: Előválasztás 2021

Az eredmények mellett néhány érdekesebb jelenség is megfigyelhető volt az előválasztás során. Az első ilyen, hogy bár a Jobbik formálisan nem támogatta Dobrev Klárát a második fordulóban, a DK jelöltje mégis ott szerepelt alapvetően az átlagosnál jobban, ahol az első fordulóban a Jobbik elnökének támogatottsága is viszonylag magas volt. Mivel azonban nem léteznek erre vonatkozó pontos vizsgálatok, így csupán a feltételezés szintjén marad az, hogy a Jobbik szavazói közül többen Dobrev Klárát támogatták a második fordulóban. Ez azonban annak fényében kevésbé meglepő, hogy a Jobbik és a DK számos egyéni választókerületben kölcsönösen támogatta egymás jelöltjét, és több hír is napvilágot látott a két párt vezetői közötti megállapodásról (például a Telexen¹⁸). Mindazonáltal Márki-Zay Péter mint kívülálló győzelme jelezhet egyfajta *protest* hangulatot az ellenzéki szavazók között abban az értelemben (is), hogy nem elégedettek pártjaik és vezetőik teljesítményével.

Amint arról már volt szó, a miniszterelnök-jelölttel ellentétben az egyéni választókerületi jelöltek egyfordulós, relatív többségi rendszerben választották ki. Ez némileg képet adhatott a hat párt között meglévő belső erőviszonyok alakulásáról, amelyet a 3. táblázat szemléltet. Más-más ada-

¹⁸ Telex 2021.

tokból kiindulva természetesen más-más kép rajzolódik ki ezen relatív erőviszonyok tekintetében. Például a 2021. szeptemberi – az összefogáson belüli részarányt bemutató parlamenti mandátumarány – értelemszerűen a 2018-as választásokon jobban teljesítő pártok (Jobbik, MSZP) fölényét mutatja, ugyanakkor – amint arról már volt szó – az EP-választást követően megborultak az erőviszonyok. Ezt a hat párt össztámogatottságához viszonyított EP-választási eredményeken és a 2021. szeptemberi Závecz-mérésen lehet viszonylag jól lemérni. Az előválasztáson szerzett szavazatarány azért nem feltétlenül mérvadó, mert számos választókerületben voltak alkuk, a pártok sokszor egymás jelöltjeit támogatták. Így érdekesebb ezen adatokat az egyéni választókerületi győztes jelöltek arányával összevetni.

3. táblázat: A hatpárti szövetség egyes pártjainak szövetségen belüli súlya a parlamenti képviselők száma (2021. szeptember), az EP-választási eredmény, a szeptemberi Závecz-mérés és az előválasztáson győztes egyéni jelöltek aránya alapján

<i>Párt</i>	<i>Parlamenti képviselők relatív aránya (%)</i>	<i>EP-választás relatív eredménye (%)</i>	<i>Závecz-mérés relatív eredménye (%)</i>	<i>Egyéni jelöltek aránya (%)</i>
Jobbik	31,48	15,43	23,91	27,36
MSZP	27,78	16,09	15,22	14,15
DK	16,67	39,04	39,13	30,19
LMP	11,11	5,29	6,52	4,72
Párbeszéd	9,26	MSZP	4,35	6,60
Momentum	3,70*	24,15	10,87	16,98

Forrás: Parlament.hu 2021; NVI 2019; Závecz Research Institute 2021; Előválasztás 2021 adatai alapján saját kalkuláció

* Hadházy Ákos és Szél Bernadett

Mint az a 3. táblázatból is kitűnik, a Demokratikus Koalíció képes volt érvényesíteni vezető szerepét az előválasztáson is, noha valódi súlyánál talán kisebb mértékben. Egyértelműen súlya feletti pozícióra tett szert a Párbeszéd, illetve – vélhetően korábbi vidéki beágyazottságának, valamint a DK-val való kölcsönös támogatásoknak köszönhetően – a Jobbik. Ezt a szövetséget egyébként alátámaszthatja az is, hogy a DK 60 helyen (ebből 16-ot támogatott a Jobbik) indított saját jelöltje mellett a legtöbb helyen, 14 további választókerületben a jobbikos jelöltet támogatta (összesen 34

helyen indult Jobbik-jelölt). Ugyanakkor – mint az a 2022-es választásokon kiderült – a pártok némileg nagyobb erőt tulajdonítottak maguknak tényleges támogatottságuknál, különösen vidéken, ez pedig leginkább a Jobbikot sújtotta.

Az országos lista helyeinek sorrendje valamelyest szintén a 3. táblázatban szereplő erősortrendet hivatott leképezni. Az előzetesen befutónak tekintett 45 helyből 14-et kapott a DK, 12-t a Jobbik, 7-et a Momentum, 6-ot az MSZP, 3-3 helyet pedig a Párbeszéd és az LMP. Ugyanakkor – mint erről később még részletesen lesz szó – a 45-höz képest kevesebb helyet tudott szerezni a lista, amely részben átrajzolta a szövetségen belüli erőviszonyokat is, és különösen kedvezőtlenül érintette az LMP-t, amely párt esetében a frakcióalakítás is kérdésessé vált egy rövid időre.

Ugyanakkor – szemben a korábbi helyzettel – az ellenzéki térfélen egyetlen párt sem volt képes domináns szereplővé válni, ahogy tette azt 2014-ben és 2018-ban a baloldali összefogáson belül az MSZP vagy 2018-ra – noha ekkor még külön pólust igyekezett képezni – a Jobbik. Ennek fényében egyértelműen az ellenzéki térfél elaprózódásáról lehet beszélni, különösen úgy, hogy a hat pártból kettőnek a támogatottsága (LMP, Párbeszéd) tartósan és mélyen a parlamenti küszöb alatt maradt, míg további kettő (MSZP, Momentum) 2021 őszén nem sokkal haladta azt meg.

A választási eredmények értelmezése

Az országgyűlési választási eredmények értelmezése előtt fontos kitérni a pártok által követett stratégiára, ennek fényében válik ugyanis érthetővé az eredmények némileg váratlan volta. Szemben ugyanis a 2014-es és 2018-as országgyűlési választásokkal, amikor még 27 egyéni jelöltet kellett állítani 9 megyében és Budapesten ahhoz, hogy országos listával rendelkezzen egy párt(szövetség), a 2022-es választásokon ehhez már 71 egyéni jelöltre volt szükség 14 megyében és Budapesten. Ez egyfelől nagyban redukálta az induló listák számát: 2014-ben 18, 2018-ban pedig 23 országos lista volt, míg 2022-ben mindössze 6, ráadásul ebből 5 tudott 1 százaléknál nagyobb támogatottságot felmutatni, s lett jogosult állami támogatásra. Másfelől pedig egyértelműen az ellenzéki pártok közötti teljes összefogás az egy kormánypárti, egy ellenzéki jelölt és lista irányá-

ba tolta el a választás logikáját. Így aztán a hat ellenzéki párt 2020. végi összefogásának ténye, illetve a választási rendszer – kormánypárti képviselők szavazataival történő – 2021-es módosítása alapján kijelenthető, hogy a pártrendszer szempontjából nézve mindkét nagy blokk – a kisebb szereplők számának drasztikus csökkenése mellett – a kétblokkrendszer újbóli létrejöttére számíthatott a 2022-es országgyűlési választásokon.

A választás eredményei azonban ezekre a várakozásokra alaposan – és némileg váratlanul – rácafoltak. A kormányzó pártszövetség és az Egységben Magyarországért-lista közötti különbség több mint egymillió szavazat, közel 20 százalékpont volt (4. táblázat). Ez az eredmény teljesen egyértelművé tette, hogy a Fidesz megőrizte domináns pozícióját a pártrendszeren belül, sőt – mind szavazat-, mind mandátumszámát tekintve – megerősítette azt. Olyannyira, hogy soha egyetlen választáson nem kapott még ennyi szavazatot egyetlen pártlista sem Magyarországon – és ez akkor is igaz, ha csupán a hazai listás eredményt vesszük figyelembe. A különbség az összefogás stratégiájának kudarcát jelentette. Világossá vált ugyanis, hogy nem sikerült együtt indulva sem felnőni a Fidesz támogatottságához, ezáltal nem állt vissza a kétblokkrendszer.

4. táblázat: A 2022-es országgyűlési választások végeredménye

Lista	2018-as választás			2022-es választás		
	Szavazat	Szavazati arány	Mandátum	Szavazat	Szavazati arány	Mandátum
Fidesz–KDNP	2 824 551	49,27	133	3 060 706	54,13	135
Egységben Magyarországért*	2 700 888	47,12	62	1 947 331	34,62	57
Mi Hazánk	–	–	–	332 487	5,88	6
MKKP	99 414	1,73	0	185 052	3,29	0
MNOÖ	26 477	0,46	1	24 630	0,44	1

Forrás: NVI 2018; 2022

*A 2018-as adatoknál a Jobbik, az MSZP–Párbeszéd, az LMP, a DK, a Momentum és az Együtt listáinak összesített adata szerepel.

Az összefogásban nevesített hat párt szavazói csak lényegesen korlátozott számban maradtak lojálisak pártjukhoz, a közös lista több mint 750 ezer szavazattal kapott kevesebbet, mint a részt vevő pártok listái négy évvel korábban. Természetesen a szavazatvándorlást adatok hiányában

nehéz pontosan rekonstruálni, ráadásul négy év alatt százezrek hunynak el és érik el a választójogi korhatárt, így nem is pontosan ugyanazokról a szavazókról beszélünk. Az ugyanakkor látványos, hogy az összefogás ténye – a várakozásokkal ellentétben – egyáltalán nem jelentette azt, hogy ezen pártok szavazatszámát mechanikusan össze lehet adni, azt meg végképp nem, hogy ez a stratégia további bizonytalan szavazók bevonására lett volna képes. Ennek eredményeképp a predomináns pártrendszer tény maradt.

Egy másik, nem új, ám a vártnál erősebben jelentkező jelenség a főváros és a vidék közötti, szavazatszámokban és -arányokban jól mérhető különbség, amelyet az 5. táblázat szemléltet. Jól látszik, hogy alapvetően a baloldali pártok lényegesen jobban teljesítenek Budapesten, míg a jobboldali pártok – idesorolandó a kormánypártok mellett 2022 előtt a Jobbik, 2022-ben a Mi Hazánk – pedig inkább vidéken erősek. A 2022-es választás egyik talán legfontosabb nívuma, hogy a baloldali pártok és a Jobbik együttes vidéki szavazóbázisa óriási, még a fővárosinál is nagyobb mértékben esett vissza. Ez mindenesetre felveti annak kérdését, hogy vajon nem a Jobbik korábbi szavazói idegenkedtek-e leginkább az összefogástól, és adták voksukat más pártra – már ha egyáltalán éltek szavazati jogukkal. A másik újdonság, hogy míg 2014-ről 2018-ra a Fidesz országosan számottevő erősödéssel ment keresztül, a fővárosban ez nem igazán volt érzékelhető, addig a 2018–22-es ciklusban kimutathatóan erősödött a kormányzó párt Budapesten is. Emellett a Mi Hazánk – a Jobbikhoz hasonlóan – vidéken nagyjából másfélszer akkora támogatottságnak örvend, mint Budapesten.

Ezen jelenségek együttvéve két dolgot vetnek fel. Az egyik az, hogy a főváros-vidék megosztottság továbbra is létezik, erősen jelen van a választásokon. A másik, hogy gyakorlatilag a jelenlegi Jobbik pártelitjével és megmaradt szavazóbázisával együtt betagozódott a Fidesztől balra található blokkba, miközben az összefogás pártjainak támogatottsága számottevően csökkent vidéken. Adatok hiányában csupán feltételezésekkel lehet élni, viszont az 5. táblázat alapján kézenfekvőnek tűnhet az a magyarázat, hogy a csökkenés elsősorban – de nem kizárólag – annak köszönhető, hogy a Jobbik 2018-as bázisának csupán töredékét tudta rávenni arra, hogy a baloldali pártokkal közös jelöltek és listát is támogassák. A megmaradt – azaz a 2022-es választásokon is pártjukat követő

– Jobbik-szavazók így egyértelműen hajlandóak szavazni az összefogás többi szereplőjére is. A pártelitet illetően elmondható, hogy a megmaradt jobbikos politikusok – az összefogás szabályainak megfelelően – elfogadták a többi párt támogatását, illetve a többi párt jelöltjeinek támogatására is buzdítottak, ami jól jelzi, hogy ezen szereplők döntő részt kölcsönösen elfogadták és támogatták egymást a választásokon. Ilyen értelemben tehát a Jobbik integrálódása ebbe a blokkba megtörtént.

Ezzel párhuzamosan éppen vidéken tudott komolyabb támogatottságra szert tenni a Jobbik korábbi, pártrendszeren belüli helyét átvenni kívánó Mi Hazánk – vagyis döntően vidéken van jelen egy, a Fidesztől jobbra elhelyezkedő választói tömb. Ez pedig egyben azt is jelenti, hogy a főváros-vidék megosztottság nem feltétlenül és kizárólag kormánypártok-ellenzék dinamikában jelentkezik, hanem az itthoni, döntően kulturális értelemben vett baloldal-jobboldal tagolódás mentén is.

5. táblázat: A budapesti és vidéki szavazatarányok az elmúlt három választás során

	Budapest			Vidék		
	2022	2018	2014	2022	2018	2014
Fidesz–KDNP	40,84	38,15	38,52	53,83	49,38	44,93
Baloldal + Jobbik	47,84	56,22	57,79	32,94	46,47	51,37
Baloldali pártok*	–	43,30	45,71	–	25,16	28,59
Jobbik	–	12,93	12,08	–	21,31	22,78
Mi Hazánk	4,11	–	–	6,46	–	–

Forrás: NVI adatai alapján saját kalkuláció

* A baloldali pártok, illetve a baloldal + Jobbik esetében a baloldalt 2014-ben az MSZP, a DK, az Együtt, a Párbeszéd és a Liberálisok közös listája, illetve az LMP listája jelentette, míg 2018-ban ezen pártok listái, illetve a Momentum listája számítanak az eredménybe.

Ami a hatpárti összefogáson belüli erőviszonyokat illeti – a vártnál egyértelműen gyengébb szereplés miatt –, a pártok közötti erőssorrend ha nem is megborult, de mindenképpen megváltozott. Budapesten kívül ugyanis csupán két egyéni választókerületet tudott nyerni az Egységben Magyarországért: Pécssett Mellár Tamás, aki a Párbeszéd képviselőcsoportjához csatlakozott, illetve Szegeden Szabó Sándor MSZP-s politikus. Ezzel szemben a főváros 18 egyéni választókerületéből 17-ben győzött a hatpárti

szövetség, kizárólag a döntően a XVII. kerületet felölelő 14. számú oevkban nem nyert a jobbikos Szilágyi György. Mivel egyetlen jobbikos politikus sem tudott győzni saját választókerületében, miközben például öt momentumos és négy párbeszédese jelölt is sikerrel járt, a frakciók létszáma nem tükrözi vissza a 3. táblázat erőviszonyait. Mivel azonban – vélhetően – döntően korábban jobbikos szavazók nem választották az összefogás jelöltjeit és listáját, így nem túl meglepő az sem, hogy a Jobbik volt képes legkevésbé hozni azt a mandátumszámot, amelyre előzetesen számítottak a párt vezetői. Ráadásul enyhén torzított az előzetesen várt belső arányokon az is, hogy – szemben a 45 biztos bejutónak tekintett hellyel – csupán 38 mandátumot szerzett az Egységben Magyarországért listán.

A választási eredmények másik fontos tanulsága az, hogy a Fidesz–KDNP szövetség az Országgyűlésben a 2022-es választásokat követően (is) megosztott ellenzékkel szemben dolgozhat, hiszen a pártszövetségtől jobbra is megjelent egy új szereplő, a Mi Hazánk Mozgalom. Noha a radikális jobboldali párt politikusai közül jó néhányan korábban a Jobbikban politizáltak, nem jelenthető ki, hogy szavazóbázisuk is kizárólag a Jobbik régi szavazói közül került volna ki, noha például Budapest-vidék viszonylatában az arányok hasonlóak, mint a Jobbik esetében voltak. Annak, hogy a két szavazótábor mégis eltérhet egymástól, a fő oka az, hogy a párt komoly hangsúlyt helyezett arra, hogy a kormány koronavírus-járványra adott reakcióit élesen kritizálja (például lezárások, kötelező oltás egyes szektorokban), ami viszont nem a radikális jobboldalhoz köthető szubkultúra tipikus témája. A Mi Hazánk parlamenti jelenléte egyben azt is jelzi, hogy annak ellenére is létezik egy számottevő választói csoportosulás a Fidesztől jobbra, hogy a Jobbik elmúlt években követett stratégiája egyértelműen az volt, hogy ezt a választói magot a kormányváltás hívószavával a baloldali pártok szavazóbázisával egy táborba terelje. E stratégia kudarca viszont azt jelentheti, hogy a centrális erőter – noha eltolódó erőviszonyok mellett, de – fennmaradhat a magyar pártrendszerben. A Fidesz centrális pozíciója egyértelműen megmaradt.

Emellett érdemes megemlíteni a Magyar Kétfarkú Kutya Pártot (MKKP), amely bár közel duplájára növelte szavazatszámát, nem tudta átlépni az ötszázalékos küszöböt. Noha a párt alapvetően *protest* jellegű, nem volt képes számottevően profitálni az összefogás vártnál lényegesen gyengébb szerepléséből, holott a Fideszt elutasító, ám az egységes balol-

dalra sem voksoló választói mag – az elmúlt választások tanúsága szerint – létezik. Ezen választói csoport(ok) megszólításának stratégiáját követte 2002-ben a Centrum, majd 2006-ban a Magyar Demokrata Fórum,¹⁹ illetve 2010-től három választáson át az LMP.²⁰

A választások következményei

Míg a 2006-os választásokig a magyarországi pártrendszer a koncentráció jegyeit mutatta,²¹ addig ez a trend 2010-et követően megváltozott. A 2010-ben kezdődő korszak egyik jellegzetessége, a predomináns pártrendszer megléte már alapos bemutatásra került. A másik fontos jellegzetessége azonban nem, ez pedig az effektív pártszám, ezen belül is leginkább a parlamenti pártok effektív száma (4. táblázat), illetve ezen mérőszám emelkedése. Ez, valamint a frakciók számának párhuzamos növekedése rámutat arra a tényre, hogy a magyar pártrendszer egyre inkább fragmentálttá vált. Hogy ez 2010-et követően elsősorban a baloldal fragmentációját jelenti, azt jól mutatja az a tény, hogy a kormánypárti frakciók száma 2010 óta mindig kettő, ezek alapvetően az országgyűlési mandátumok kétharmadával rendelkeznek, a Fidesz és a KDNP szövetségétől jobbra összesen egy párt volt jelen, ez korábban a Jobbik volt, a 2022-es országgyűlési választást követően pedig a Mi Hazánk.

6. táblázat: A rendszerváltás óta megtartott parlamenti választások egyes mérőszámai

Választás	Küszöböt átlépő listák száma	Parlamenti frakciók száma	Parlamenti pártok effektív száma
1990	6	6	3,77
1994	6	6	2,90
1998	5	6	3,45
2002	3	4	2,50
2006	4	5	2,61

¹⁹ Enyedi 2006, 211

²⁰ Horváth 2021, 179.

²¹ Enyedi 2006.

<i>Választás</i>	<i>Küszöböt átlépő listák száma</i>	<i>Parlamenti frakciók száma</i>	<i>Parlamenti pártok effektív száma</i>
2010	4	5	2,54
2014	4	5	2,57
2018	5	7	2,67
2022	3	9	2,73

Forrás: saját kalkuláció

A fragmentáció tehát a baloldal elaprózódását jelenti. Míg 2010-ben két baloldali lista volt képes a parlamentbe jutni (MSZP és LMP), ráadásul az LMP a pártrendszer logikáját tekintve leginkább a két nagy blokk közötti pozíciót foglalta el, addig 2014-ben az önálló MSZP-lista helyett már ötpárti (MSZP, DK, Együtt, Párbeszéd, Liberálisok) közös lista indult, noha a frakcióalapításhoz szükséges létszámot csak a szocialisták érték el. 2018-ban pedig már ez a tábor is több listán osztozott, miközben új szereplő (Momentum) tűnt fel a színen, és elindult a Jobbik is a baloldali szavazók meghódításáért. Összességében tehát a 2022-es választás előtt azt a választói tömböt, amelyet az Orbán-korszak elején még döntően az MSZP hivatott lefedni, hat tömörülés igyekezett meghódítani.

Mint az látható, a parlamenti pártok effektív száma 1998 óta nem volt ilyen magas, miközben soha az átmenet óta nem volt annyi képviselőcsoport az Országgyűlésben, mint a 2022-es választásokat követően, ráadásul ebből a kilenc frakcióból hatot olyan pártok hívtak életre, amelyek közösen indultak a választásokon. Ez az elaprózódás egyébként oda vezetett, hogy a 2022-ben megalakult Országgyűlésben a kormánypártok adják a két legnagyobb létszámmal rendelkező frakciót. Mindez felveti annak kérdését, hogy a jövőben nem fog-e negatív irányban változni az ellenzéki térfél szereplőinek száma. Ezzel ellentétes irányban hathat, hogy már a választások előtt felvetette Márki-Zay Péter akkori miniszterelnök-jelölt, hogy ő is életre hívná saját pártját.²²

Mindeközben a választást követő egyik első, Medián által végzett közvélemény-kutatás²³ (7. táblázat) érdekes trendet vázol fel: vélhetően a győzteshez húzás miatt tovább erősödött a kormányzó pártszövetség, miközben az összefogásban szereplő ellenzéki pártok támogatottsága

²² Index 2022.

²³ HVG 2022.

visszaesett. Emellett a Mi Hazánk is képes volt bővíteni bázisát, valószínűleg nem függetlenül attól, hogy a választás előtt sokan tarthatták kockázatosnak a radikális jobboldali pártra adni voksukat.

7. táblázat: A Medián által 2022 májusában mért pártpreferenciák

<i>Párt</i>	<i>Teljes népesség</i>	<i>Választani tudók</i>	<i>Választani tudó biztos szavazók</i>
Fidesz–KDNP	48	57	60
Mi Hazánk	8	9	7
DK	7	8	7
Momentum	6	7	8
MKKP	5	6	6
Jobbik	3	4	3
MMM	3	3	3
MSZP	2	2	2
LMP	1	2	1
Párbeszéd	1	1	1

Forrás: HVG 2022

Noha nyilvánvalóan ennyire rövid idővel a választások után, ráadásul egyetlen közvélemény-kutatás adataiból merészség komoly következtetéseket levonni, a Medián adatai is azt támasztják alá, hogy a centrális pártrendszer nem feltétlenül tűnt el a Jobbik pártrendszeren belüli oldalváltásával párhuzamosan, hiszen helyét a Fidesztől jobbra képes volt – még ha nem is változatlan támogatottsággal – a Mi Hazánk átvenni. Az adatokból az is látszik, hogy az ellenzéki térfél legnagyobb vesztesének utólag a Jobbik és az MSZP tekinthető, mindkét párt támogatottsága a választási küszöb alatti a kutatás szerint.

A Medián kutatásával már valamelyest jobban rezonál a hat párt egymáshoz mért relatív erőssége a parlamentben. A legnagyobb frakcióval (15 fő) rendelkező DK számít a legerősebb pártnak ezen a térfélen, miközben a Momentum mellett az MSZP és a Jobbik rendelkezik még valamelyest számottevő támogatottsággal. A két ökopolitikai tömörülés – LMP, Párbeszéd – egyelőre nem tud önálló, releváns szavazói mennyiséget vonzó arcélt felvillantani.

Összefoglalás

A magyarországi pártrendszer a 2010-et megelőző, kétblokki struktúrát követően a Fidesz újbóli hatalomra kerülésétől kezdődően predomináns jelleget öltött. A kormányzó pártszövetség egymást követő négy alkalommal tudott komoly fölénnyel nyerni, valamennyi alkalommal több mint tíz százalékpontos különbséggel a listás szavazatokat tekintve. Emellett minden alkalommal alkotmányozó többséget is szerzett. 2010-ben olyan szempontból is új helyzet állt elő, hogy az eddigi kétpólusú politikát egy hárompólusú váltotta, ahol a kormánynak mind jobb-, mind pedig baloldalon jelentékeny ellenzéke volt, noha utóbbi tábor egyre inkább elaprózódottá vált.

A 2022-es országgyűlési választástól előzetesen azt lehetett várni, hogy ez a hárompólusú politika a Jobbik oldalváltásával ismét kétpólusúvá alakul, ahol a Fidesz–KDNP és a hatpárti összefogás egymáshoz viszonyított ereje nagyságrendileg hasonló lesz. Részben ennek a célnak a sikere érdekében előválasztáson választották ki közös miniszterelnök-jelöltjüket és egyéni választókerületi jelöltjeiket. A választások eredményei azonban ezt a várakozást megcáfolták: a Fidesz–KDNP közel húsz százalékpontos különbséggel győzött a pártlistákra érkezett szavazatokat tekintve, és ismét alkotmányozó többséget szerzett. Ez egyértelműen annak a jele, hogy a predomináns pártrendszer a 2022-es választási eredmény fényében fönmaradt.

A másik fontos tanulsága az eredményeknek, hogy elsősorban vidéken szenvedett el komoly szavazatvesztést a hat párt a 2018-as szavazatszámokhoz viszonyítva. Ugyanakkor a Jobbik helyén a pártrendszeren belül megjelent egy új szereplő, a Mi Hazánk Mozgalom, amelynek támogatottsága ugyan a 2022-es választáson nem volt mérhető a Jobbik korábbi eredményeihez, azonban Budapest-vidék viszonylatában nagyjából hasonlóan festett a szavazótábor összetétele: mintegy másfélszer akkora támogatottságot élvezett a párt vidéken, mint a fővárosban. Mindez azt mutatja, hogy a főváros-vidék ellentét továbbra sem értelmezhető pusztán kormány-ellenzék ellentétpárként, hanem a baloldal-jobboldal megosztottság mentén is, hiszen a Fidesztől jobbra is bekerült az Országgyűlésbe egy vidékies szavazóbázissal rendelkező ellenzéki erő, amely ráadásul a választásokat követő első közvélemény-kutatás szerint felnőtt a Fidesztől balra található pártok némelyikének támogattságához. Ez

annak a jele, hogy nemcsak a predomináns pártrendszer és a Fidesz centrális helyzete, de elképzelhető, hogy a centrális pártrendszer is – némileg más formában, de – fönmaradt.

Irodalom

- Ablonczy, Bálint 2019: *Megjósoltuk, megtörtént: tegnap este megszűnt a centrális erőter. Élt tíz évet.* <https://www.valaszonline.hu/2019/10/14/valasztas-budapest-tarlos-karacsony-elemzes/> (Letöltve: 2022. június 10.)
- Balázs, Zoltán – Hajdú, András 2017: A Fidesz – Magyar Polgári Szövetség a magyar politikában. In *Trendek a magyar politikában – 2.* Budapest, MTA TK PTI – Napvilág, 83–109.
- Csizmadia, Ervin 2017: *A magyar politikai fejlődés logikája. Összehasonlítható-e a jelen a múlttal, s ha igen, hogyan?* Budapest, Gondolat.
- Csizmadia, Ervin 2020: *Létrejöh-e kétpártrendszer Magyarországon?* <https://ujgyenloseg.hu/letrejh-e-ketpartrendszer-magyarorszagon/> (Letöltve: 2022. június 10.)
- Előválasztás 2021: Az előválasztás eredményei. <https://elovalasztas2021.hu/eredmenyek/> (Letöltve: 2022. május 12.)
- Enyedi, Zsolt 2006: A befagyott felszín és ami alatta van. A 2006-os választás és a magyar pártrendszer. In Karácsony, Gergely (szerk.) *Parlamenti választás 2006. Elemzések és adatok.* Budapest, DKMKA, 205–228.
- Enyedi, Zsolt – Fábrián, Zoltán – Tardos, Róbert 2014: Pártok és szavazók, 2002–2014. In Kolosi, Tamás – Tóth, István György (szerk.) *Társadalmi riport 2014.* Budapest, Tárki, 532–557.
- Horváth, Attila 2021: *A verseny változatai. A visegrádi országok pártrendszerei 1990–2020.* Budapest, Gondolat.
- Horváth, Attila – Soós, Gábor 2015: Pártok és pártrendszer. In Körösi, András (szerk.) *A magyar politikai rendszer – negyedszázad után.* Budapest, Osiris – MTA PTI, 249–278.
- HVG 2022: *Medián: A választás óta nőtt a Fidesz-tábor, a Mi Hazánk lett a legerősebb ellenzéki párt.* https://hvg.hu/360/20220511_Az_emlek_mas (Letöltve: 2022. június 10.)
- Index 2022: *Új konzervatív-szabadelvű pártot alapít Márki-Zay Péter.* <https://index.hu/belfold/2022/03/10/uj-konzervativ-szabadelvu-partot-alapit-marki-zay-peter/> (Letöltve: 2022. június 10.)
- Lakner, Zoltán 2019: *Tényleg megszűnt a centrális erőter, kérdés, mit kezdünk vele.* https://hvg.hu/360/201942_a_magyar_strache (Letöltve: 2022. június 10.)
- Mandiner 2021: *„Elbuliztatók, srácok. Mi a f*szért adnánk pénzt?” – itt vannak az újabb momentumos belső anyagok.* https://mandiner.hu/cikk/20210914_momentum_elnokseg_jegyzokonyv_belső_valtság_penz (Letöltve: 2022. június 10.)
- Mráz, Ágoston Sámuel 2022: Adatok és közlemények. A közvélemény-kutatások szerepe a 2022-es választási kampányban. *Jelen lapszám.*
- Nemzeti Választási Iroda 2019: *Listákra leadott érvényes szavazatok országosan.* https://www.valasztas.hu/osszesített-eredmenyek_ep2019?p_p_id=epkiemelteredmenyek_WAR_nvvinrportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view (Letöltve: 2022. június 10.)
- Nemzeti Választási Iroda 2022: *Országos listák.* <https://vtr.valasztas.hu/ogy2022/orszagos-listak?tab=parties> (Letöltve: 2022. június 10.)

- Népszava 2020: *Gyurcsány elárulta az ellenzéki összefogás programját*. https://nepszava.hu/3103650_gyurcsany-ferenc-elarulta-az-ellenzeki-osszefogas-programjat (Letöltve: 2022. június 10.)
- Sartori, Giovanni 1976: *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Soós, Gábor 2012: Kétblokkrendszer Magyarországon. In Boda, Zsolt – Körösenyi, András (szerk.) *Van irány? Trendek a magyar politikában*. Budapest, MTA TK PTI – Új Mandátum, 14–40.
- Telex 2021: *Inkább összefognak az ősellenséggel, csak ne Orbán nyerjen 2022-ben*. <https://telex.hu/belfold/2021/06/08/jobbi-dk-egyuttmukodes-ellenzeki-elovalasztas-jakab-peter-dobrev-klara> (Letöltve: 2022. június 10.)
- Tóka, Gábor 2018: A centrális erőtér bomlása. In Böcskei, Balázs – Szabó, Andrea (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. Budapest, Napvilág – MTA TK PTI, 78–101.
- Tóth, Csaba – Török, Gábor 2015: *Négy választás Magyarországon*. Budapest, Osiris.
- Választási Iroda 2018: *Listás szavazatok összesítése*. https://www.valasztas.hu/orszagos-listak-eredmenye?p_p_id=ogykiemelteredmenyek_WAR_nvinnvrportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view (Letöltve: 2022. június 10.)
- Závecz Research Institute 2021: *A pártok támogatottsága a választókorú népesség és a biztos pártválasztók körében*. <http://www.zavecresearch.hu/a-partok-tamogatottsaga/> (Letöltve: 2022. június 10.)

HAJDÚ ANDRÁS

Koncentráció és szervezettség a siker kulcsa

A választási rendszer működése a 2022-es országgyűlési választás esetében

Absztrakt

A tanulmány a 2022-es magyar országgyűlési választás eredményeit elemzi, és a korábbi két, 2014-es és 2018-as választással összehasonlítva vizsgálja a választási rendszer működését. A klasszikus szempontok, így a szelekciós mechanizmusok működése, az arányosság és a többségi jelleg mellett a magyar esetben fontos szavazatmegosztás, levélszavazatok és nemzetiségi mandátum kérdését is tárgyalja. A tanulmány megerősíti a magyar politikatudományban korábban kialakult álláspontot, amely szerint a választási rendszer alapvetően jól szervezett, magas támogatottsággal és mozgósító képességgel rendelkező szervezetek számára előnyös. Ezeknek a szempontoknak a teljesülése nem csupán az egyéni választókerületek döntő többségében sikeres pártnak nyújt előnyöket, hanem a vesztes oldalon, sőt még a nemzetiségi képviselő esetében is kiemelt jelentőségű.

Kulcsszavak: választási rendszer, magyar politika, parlamenti mandátum, egyéni választókerület, szavazat

Abstract

The paper analyses the results of the 2022 Hungarian parliamentary election, and investigates the mechanism of the electoral system, compares the 2022 results with those of the two previous elections held in 2014 and 2018. The paper discusses classical research questions related to electoral systems, such as selection mechanisms, proportionality, and completes these classical and universal aspects with special questions, for example split-ticket and postal voting, and the mandate of ethnic minorities, which are important in Hungary. The paper verifies the preconception of the Hungarian political science that the electoral system is favourable for parties with strong organisation, high level support and mobilisation capability. These factors provide advantages not only for a party which is the most successful in the constituencies, but these aspects are also relevant for the losing parties, moreover in the case of ethnic minority representation.

Keywords: electoral system, Hungarian politics, parliamentary mandate, constituency, vote

Bevezetés

2010 után a magyar országgyűlési és önkormányzati választási rendszer is jelentősen átalakult, kizárólag az európai parlamenti képviselő választás szabályai maradtak a 2010 előttié. A korábbi választási rendszer átalakításának lehetősége a politikatudományi és a jogtudományi elemzések keretein kívül a politikai vitákban is rendre napirendre került, továbbá az Alkotmánybíróság erre több alkalommal felszólította az Országgyűlést. Új választási rendszer kialakítására a Fidesz–KDNP első, 2010-es kétharmados győzelmét követően nyílt reális lehetőség, amelyet a 2010–2014-es ciklus során meg is valósítottak a kormánypártok.

A tanulmány a 2022-es országgyűlési választásra koncentrálna, amelynek eredményeit a 2014-től alkalmazott rendszerben tartott korábbi két választással is összehasonlítja. A tanulmány a 2022-es választást megelőző politikai helyzet, elsősorban annak a választási rendszerhez kapcsolódó kérdéseinek összefoglalása után tárgyalja részletesen az eredményeket, elemzi a választási rendszer működését és hatását a magyar politikára. A szelekciós mechanizmusok (jelöltállítás feltételei, parlamenti küszöb) után a szavazatmegosztás jelensége, az aránytalansággal és többségi jelleggel, területi különbségekkel kapcsolatos kérdések, majd a levélzavazatok és a nemzetiségi mandátum jellegzetességei képezik az elemzés tárgyát.

1. A politikai helyzet a 2022-es országgyűlési választás előtt

A politikatudomány egyik széles körben elfogadott állítása, hogy a választási rendszer hat a politikai szereplőkre, így a politikusok és pártok viselkedésére, stratégiájára. Az 1990-től hat országgyűlési választás során alkalmazott választási rendszer az együttműködésre képes pártokat részesítette előnyben. Fontos hatása volt az 1994-től négyről öt százalékra emelt parlamenti küszöbnek, ami megakadályozta egy töredezett, fragmentált pártrendszer kialakulását, és két évtizeden át akadályozta új szereplők parlamenti tényezővé válását.¹ Az intézményi környezethez a po-

¹ Körösenyi et al. 2007, 223–224.

litikusok és a választók is alkalmazkodtak választásról választásra, ami fontos szerepet játszott a pártrendszer gyors, alig tíz év alatt bekövetkezett koncentrálódásában,² bár a magyar politikát az 1990-es évek második felétől nagyjából másfél évtizeden át meghatározó kétblokkrendszer kialakulása nem tekinthető kizárólag a választási rendszer következményének.³

A 2010-es országgyűlési választás utáni pártrendszer sok tekintetben különbözött a megelőző két évtizedtől, és nemzetközi példákhoz sem lehetett könnyen hasonlítani. A rendszerváltást követő két évtized szereplői közül csak a Fidesz–KDNP és az MSZP maradt releváns, ráadásul az erőviszonyok egyértelműen a Fidesz javára módosultak. Emellett megjelent két új párt az Országgyűlésben (Jobbik és LMP), amelyek viselkedése és szerepe akkor még sok tekintetben kérdéses volt.⁴ Bár a 2010-ben kezdődő ciklus során több politikai fordulat történt, a 2014-es választás lényegében újra a 2010-es parlamenti erőviszonyokat teremtette meg, viszont már egy új választási rendszer alkalmazásával.

2014-től alkalmazott új választási rendszer egyik fő jellegzetessége, hogy a korábbiaknál is jelentősebbé vált az egyéni választókerületek szerepe. A mandátumokon belüli arány növekedése (45,6 százalékról 53,3 százalékra) mellett a győzteskompenzáció bevezetése a politikai verseny központi terepévé emelte az egyéni körzeteket.⁵ Az egy fordulóra történő átállás miatt kulcskérdéssé vált, hogy a jelöltek személyéről mikor és hogyan tudnak megegyezni az együttműködésre hajló vagy kényszerülő pártok, mert gyakorlatilag az egyéni választókerületekben elért eredmény dönti el, hogy ki szerez parlamenti többséget. Ez nem önmagában jelent újdonságot a korábbi választási rendszerhez képest,⁶ hanem a győztes „jutalmazásának” mértékében. A 2014-es eredmények azt mutatták, hogy a választási rendszer a győztest minden más szereplővel szemben felértékeli. Az egyéni választókerületi győzelmek száma, valamint azok mértékétől függően a vesztes jelöltek töredékszavazatai és a győztesek kompenzációs szavazatai bírnak központi jelentőséggel a mandátumok

² Tóth 2001.

³ Soós 2012.

⁴ Enyedi–Benoit 2011.

⁵ Tóth 2017, 44–45.

⁶ Körösenyi et al. 2007, 223–224.

elosztása szempontjából⁷ (1. táblázat). Ezt a jellegzetességet a 2018-as választás eredményei is megerősítették,⁸ amit a politikai elemzők és tanácsadók korán, 2012–2013 során felismertek, és az új választókerületi határok kijelölésétől kezdődően szinte minden hazai elemző- és kutatóintézet jelentkezett választókerületi erőviszonyokra vonatkozó elemzésekkel.

1. táblázat: Egyéni kerületek szerepe a választási rendszerben

	<i>Legtöbb szavazatot szerzett párt hazai listás szavazataránya (%)</i>	<i>Első és második listás helyezett különbsége (%)</i>	<i>Első helyezett által nyert egyéni választókerületi mandátumok száma és aránya</i>	
2014	43,55	17,34	96	90%
2018	47,36	27,55	91	86%
2022	52,45	16,30	87	82%

Forrás: Tóth (2015, 237) nyomán a Nemzeti Választási Iroda adatai alapján

A 2022-es országgyűlési választásra több szempontból is különleges politikai helyzetben került sor. Az ellenzéki pártok a 2019-es önkormányzati választáson elért sikereik hatására már 2020 első hónapjaiban megkezdték a felkészülést a következő országgyűlési választásra, amelynek három központi kérdése volt. Az első a miniszterelnök-jelölt személyére vonatkozott, amelyről a korábbi magyar pártszövetségekhez képest jóval összetettebb és bonyolultabb politikai blokk keretei között kellett megállapodni. A további két kérdés, az egyéni választókerületi jelöltek személyének meghatározása, valamint a listás helyek elosztása szorosan összekapcsolódott. Utóbbi annak ellenére is újabb komoly kihívásként jelentkezett a sok eltérő érdeket követő párt együttműködésében, hogy 2020-ra minden ellenzéki párt vezetéséből kiszorultak azok a politikusok, akik a széles és egyben szoros szövetséggel szemben más politikai alternatívát fogalmaztak volna meg.

A Fidesz–KDNP más jellegű kérdésekkel és kihívásokkal küzdött. 2019 októberében nyilvánvalóvá vált, hogy a határozott és fegyelmezett ellenzéki együttműködés győzelemre vezethet, különösen, ha kormánypárti politikusok botránnyai, esetleg elbizakodása további lehetőségeket kínál

⁷ Tóth 2015, 246–248.

⁸ Tóth–Szabó 2018, 34–36.

számukra. 2019-től a kormány külpolitikai mozgásterére is változott. Az Európai Unió intézményeivel (elsősorban az Európai Bizottsággal és az Európai Parlament baloldali és liberális frakcióival) zajló viták a korábbi évekhez képest is élesebbé váltak, majd 2020 és 2021 során több olyan politikai vezető is távozott hivatalából (például Donald Trump 2020-ban, Benjámín Netanjáhu és Andrej Babiš 2021-ben), akik korábban támogatták a Fidesz kormányzását. Az igazán komoly belpolitikai megrázkódást az új típusú koronavírus-járvány jelentette, amely 2020 márciusától gyakorlatilag 2021 végéig központi ügynek számított és rendkívüli terhet jelentett az egészségügy, az oktatás, a közösségi élet, a gazdaság minden területén. A ciklus utolsó, a választás szempontjából is jelentős politikai eseménye egy újabb külső válsághelyzet keretében jelentkezett, amikor 2022 februárjában Oroszország megtámadta Ukrajnát. Ez a rövid összefoglaló is illusztrálja, hogy a választási rendszerhez kapcsolódó kérdések az ellenzéki pártok viselkedését befolyásolták látványosabban, így ezen a ponton az ellenzéki pártokra koncentrálunk.

Az új választási rendszerben lezajlott 2014-es és 2018-as választáson az ellenzéki pártok eltérő stratégiát követtek. 2014-ben a baloldali pártok úgy gondolták, hogy a 2010-ben parlamenti erővé váló új pártok nélkül is komoly kihívói lesznek a Fidesznek, aminek jegyében öt párt⁹ állított közös listát, illetve a 106 egyéni választókerületben közös jelöltet.¹⁰ A Jobbik és a Lehet Más a Politika (LMP) egyaránt önálló utat járt és – többek között a személyes konfliktusok és eltérő helyzetértékelések, stratégiák miatt –, nem alakult ki érdemi kooperáció a különböző ellenzéki pártok között, ami annak ellenére is kényelmes győzelmet eredményezett a kormánypártoknak, hogy támogatottságuk jelentősen csökkent 2010-hez képest.¹¹

2018-ban új modellt alkalmaztak az ellenzéki pártok. A Magyar Szocialista Párt (MSZP) közös listát állított a Párbeszéddel, a Demokratikus Koalícióval (DK) pedig megállapodást kötött az egyéni körzetek felosztásáról. Ennek értelmében a két szereplő önálló listával indult a választáson, az egyéni körzetekben azonban nem versenyeztek egymással, és támogatták a másik fél politikusát. Minden más ellenzéki párt kezdetben

9 MSZP – Együtt – Demokratikus Koalíció – Párbeszéd Magyarorszáért – Magyar Liberális Párt.

10 Lakner 2017, 158–162.

11 Tóth 2017, 50–54.

a 2014-es utat követte, önálló listákkal és jelöltekkel, a helyzet azonban a választáshoz közeledve jelentősen megváltozott. Márki-Zay Péter az ellenzéki pártok támogatásával 2018. február 25-én megnyerte a hódmezővásárhelyi időközi polgármester-választást, ami fokozta az ellenzéki pártok együttműködésére vonatkozó külső nyomást. Ennek keretében először a kisebb, parlamenten kívüli baloldali pártok (Együtt, Momentum) kezdték el visszaléptetni a jelöltjeiket, amit az MSZP-P szövetség több körzet esetében is viszonzott. Március során az LMP – még csak burkoltan – bekapcsolódott az egyéni körzetekre vonatkozó kooperációba, aminek következtében több helyen (például Budapest 1., Tolna 1.) is csak egyetlen releváns baloldali jelölt maradt a választás napjára.¹² Mindezzel párhuzamosan online felületek jelentek meg (például taktikaiszavazas.hu), amelyek minden választókerület esetében ajánlásokat fogalmaztak meg a szavazók felé, hogy az egyes körzetekben mely egyéni ellenzéki jelölt támogatásával érhető el legnagyobb eséllyel a kormányváltás.¹³ A 2014-hez képest jóval jelentősebb együttműködés ellenére a Fidesz–KDNP újra kétharmados többséget szerzett, ami az ellenzéki stratégia ismételt átalakítását tette szükségessé.

A 2019-es önkormányzati választáson az ellenzéki pártok a fővárosban, a megyei jogú városokban, sőt a kisvárosokban is komoly sikereket arattak.¹⁴ A győztes helyszíneken külső szemlélőként egyszerűnek tűnő megoldást választottak. A tízezer fő feletti települések és budapesti kerületek döntő többségében megállapodtak egyetlen polgármesterjelölt támogatásában, az egyéni körzeteket felosztották egymás között, és sok helyen a pártlogókat egy helyi civil szervezet mögé rejtve indultak. A 2019 októberében elért győzelmek arra utaltak, hogy hasonló stratégiát követve a 2010-es választásra kialakult centrális erőtér¹⁵ megszüntethető, ami a 2014 és 2018 között az ellenzéki pártok burkolt, 2018-tól nyíltan vállalt

12 Tóth–Szabó 2018, 24–30.

13 Tóka 2018, 94–97.

14 Budapesten a főpolgármesteri tisztség és a közgyűlési többség megszerzése mellett az ellenzéki polgármesterjelöltek a 23 kerületből 14-ben nyertek. A 23 megyei jogú város közül 10-ben a polgármesteri, 12-ben a közgyűlési többséget is megszerezték. Emellett legyőzték a hivatalban lévő kormánypárti jelölteket számos tízezer fő feletti városban a fővárosi agglomerációban (például Budakalász, Göd, Szentendre, Szigetszentmiklós, Vác) és az ország más térségeiben (például Cegléd, Jászberény), sőt tízezer fő alatti kisvárosokban (például Balatonalmádi) is értek el sikereket.

15 Tóth–Török 2014.

közös célja volt.¹⁶ Az egységes ellenzéki fellépés sikeréhez fűzött reményeket fokozta az új típusú koronavírus megjelenését követően kialakult válsághelyzet.

Az országos, nyílt együttműködés, a választási szövetség kialakítása azonban nehezebbnek bizonyult a helyi alkuk megkötésénél. Az egyéni jelöltek, valamint a miniszterelnök-jelölt személyének kiválasztására hat ellenzéki párt előválasztást szervezett,¹⁷ amelyre 2021 szeptemberében és októberében került sor. Sok körzetben ennek ellenére a választásig sem sikerült rendezni azokat a konfliktusokat, amelyek hosszabb ideje jelen voltak az egymással rivalizáló szereplők között. További kihívást jelentett az ellenzék leváltásának ígértét megfogalmazó Márki-Zay Péter győzelme az előválasztáson, amelynek részletei egy másik, a kampány eseményeivel és jellegzetességeivel foglalkozó tanulmány tárgyát képezhetnék. Ezen a ponton azt érdemes kiemelni, hogy az előválasztás során úgy tűnt, megvalósul az ellenzéki stratégia egyik alapvető feltétele: egyetlen jelölt minden körzetben a kormánypárti politikusokkal szemben. (Hivatalosan ezt a döntést az érintett pártok a választási rendszer jelöltállítási feltételekre vonatkozó elemeinek módosításával indokolták, amely részletesen a következő pontban kerül majd bemutatásra.)

Ennek ellenére a teljes, minden választáson induló pártra kiterjedő Fidesz-ellenes blokkot nem sikerült létrehozni; a Jobbikból a párt átalakulása miatt távozó politikusok által 2018-ban alapított Mi Hazánk Mozgalom, korábbi választásokon már indult, önmagát viccpártként meghatározó Magyar Kétfarkú Kutya Párt (MKKP), illetve néhány kisebb szervezet ragaszkodott az önálló megmérettetéshez. A Mi Hazánk mindkét oldallal történő együttműködést elutasítva, önálló politikai alternatíva megfogalmazására és képviselésére tett kísérletet. Bár az MKKP kerülte a nyílt és látványos konfrontációt a többi ellenzéki párttal, önálló indulásával mégis egyfajta kritikát képviselt az ellenzékkel szemben (is). Márki-Zay Péter vezetésével a baloldal ugyan kísérletet tett a Kutyapárt elbizonytalanítására, választástól való távol tartására, az MKKP vezetőinek határozott ellenállása után azonban megelégedtek annyival, hogy az MKKP több

¹⁶ Csernák–Tordai 2021.

¹⁷ Az előválasztás hivatalosan hat ellenzéki párt (DK, Jobbik, LMP, MSZP, Momentum, Párbeszéd) megállapodása szerint zajlott, amelyen további kisebb pártok (például Új Kezdet, Új Világ Néppárt) és a párton kívüli miniszterelnök-jelölt Márki-Zay Péter indulását is jóváhagyták.

„billegőnek” minősített választókerületben nem indított jelöltet. A kampány során pedig aktivistái azt kommunikálták, hogy nekik csak a listás szavazatokra van szükségük, egyéni jelöltek közül mindenki azokat a személyeket támogatja, akiket akar.

2. Szelekciós mechanizmusok

A választási rendszer két módon is komoly belépési küszöböt állít a politikai szereplők elé. Először a jelölési mechanizmus meghatározásával, ami eldönti, hogy egyáltalán kikkel „találkozhatnak” a választók a szavazólapon, másodsor pedig a bejutási küszöbvel, amelynek meghaladása a feltétele annak, hogy egy párt listás mandátumhoz jusson. Ez a két elem az 1990 és 2010 között alkalmazott választási rendszerben az országos szervezetszerű pártoknak kedvezett, egyúttal a pártrendszer koncentrációját segítette elő.¹⁸

Az első belépési pontot a jelöltállítás képezi, amely alapjaiban változott meg az előző választási rendszerhez képest. A 2014-től alkalmazott választási rendszer keretei között egyéni jelöltek jóval egyszerűbben indulhatnak: kevesebb ajánlás szükséges (a korábbi 750 ajánlószelvény helyett 500), egy választó több jelöltet is támogathat, ráadásul mindezt jóval nagyobb méretű és lakosságszámú körzetekben kell teljesíteni.¹⁹ 2022-re a korábbi két választáshoz képest ez az elem nem módosult, a pártok listaállításának feltétele viszont megváltozott. 2014-ben és 2018-ban országos lista állításához egy pártnak minimum 27 egyéni választókerületben kell jelöltet állítania úgy, hogy e jelöltek legalább kilenc megyében és Budapesten induljanak. A korábbi rendszerrel ez szigorúbb feltételeket jelent (amely legalább hét területi lista állításához kötötte az országos lista állítását), azonban tekintettel arra, hogy a választók a területi listákra, és nem az országos listákra adták le szavazataikat,²⁰ ez a változás is (elméletileg) kedvezett a kisebb pártoknak.

18 Körösnéyi et al. 2007, 212–214; Tóth 2015, 232–234.

19 Tóth 2017, 46.

20 Húszt területi lista nélkül csupán egyetlen alkalommal, 1990-ben a KDNP-nek sikerült átlépnie a parlamenti küszöböt.

Ezt a helyzetet, valamint a korábbinál bőségebb állami kampánytámogatási lehetőségeket többen is kihasználták.²¹ 2014-ben 18, 2018-ban már 23 párt állított országos listát, miközben döntő többségük támogatottsága elenyésző volt, a kampányra felvett támogatások jelentős részét soha nem térítették vissza.²² Erre a helyzetre reagálva többször is felmerült a jelöltállítás, illetve a kampányfinanszírozás és a támogatásokkal történő elszámolás kereteinek átalakítása.

Az Országgyűlés 2020 decemberében a T/13679. törvényjavaslat elfogadásával jelentősen átalakította az országos lista állításának feltételeit. A korábbi 27 helyett 71 egyéni választókerületi jelölt indításához kötötte, olyan formában, hogy az egyéni jelölteknek legalább 14 megyében és Budapesten kell elindulniuk. Amennyiben egy szervezet egyéni jelöltjeinek száma a választásig valamilyen ok miatt 71 fő alá csökken, a párt a listáját elveszíti.

Az előző ciklus parlamenti frakcióval rendelkező ellenzéki pártjai ezt követően deklarálták egyértelműen a minden területre kiterjedő közös indulást 2022-ben. Állításuk szerint a módosítás ellehetlenítette a 2018-ban alkalmazott kooperációs modellt,²³ ami külön listák indítására, de egyúttal az egyéni választókerületekben zajló verseny korlátozására, a baloldali szavazatok koncentrálására törekedett (2. táblázat).

A módosítás a kritikák ellenére igen gyorsan korlátozta a fentebb bemutatott „bizniszpártok” szereplését. A 2014-es és 2018-as választáshoz képest rendkívüli mértékben csökkent az egyéni körzetekben induló jelöltek, valamint az országos listával rendelkező pártok száma is. A korábbi két választáson egy körzetben átlagosan több mint 14 jelölt szerepelt a szavazólapon, 2022-re ez az érték 7 alá csökkent. 2018-ban 23 listára lehetett szavazni, amelyek közül 16 az egyszázalékos támogatottságot sem

21 2014-ben a választáson induló jelöltek egymillió forint állami támogatásban részesültek, az országos listát állító pártok az induló jelöltek számának függvényében 150-600 millió forint támogatáshoz juthattak. Ez a lehetőség számos olyan szervezet, „bizniszpártok” színrelépését eredményezte, amelyeket a választáson történő indulással összefüggő pénzügyi lehetőségek motiváltak. 2014-ben a becslések szerint 4,2 milliárd forint került ilyen szereplőkhöz, aminek csak töredékét költötték kampánycélokra (Tóth 2017, 49–50).

22 Egy 2017-es módosítás az egy százalék alatti eredményt elérő pártokat a kampánytámogatás visszafizetésére kötelezte, a pártvezetőket pedig felelősnek minősítette a pártok tartozásáért. Ennek ellenére a Transparency International Magyarország és a Political Capital becslései szerint 2018-ban is nagyjából hárommilliárd forint kerülhetett a „bizniszpártokhoz” (Political Capital 2018).

23 Tóth–Szabó 2018, 24–27.

2. táblázat: A választási rendszer szelekciós szintjei 2014 és 2022 között

	2014	2018	2022
Legalább egy egyéni jelöltet állító pártok	53	64	20
Összes egyéni jelölt	1531	1547	655
Egyéni körzetekben induló jelöltek átlagos száma	14,4	14,6	6,2
Országos listák száma	18	23	6
106 egyéni jelöltet állító listák	4	2	2
5% feletti listák száma	4	5	3

Forrás: Nemzeti Választási Iroda

tudta elérni, sőt 11 lista 0,1 százalék alatti eredménnyel zárta a választás napját. 2022-ben viszont csak hat lista szerepelt a szavazólapokon, amelyek közül csupán egyetlen maradt 1 százalék alatt (Normális Élet Pártja), amely változás jelzi, hogy a korábbi választásokon induló marginális támogatottsággal rendelkező, ugyanakkor az állami támogatásra igényt formáló pártok döntő többsége távol maradt a 2022-es választástól.

A politikai erőviszonyok átalakulását jól illusztrálja, hogy csak a két „nagy lista” tudott mind a 106 körzetben saját jelöltet állítani. Ez a kör 2018-ban az ellenzéki pártok kooperációja következtében csökkent a négy évvel korábbi helyzethez képest.²⁴ 2022-ben azonban a pártvezetők döntése mellett (MKKP) a korlátozott erőforrások (Mi Hazánk) is hátrányt jelentettek a kisebb pártok számára, amelyek így nem tudtak – esetleg nem is akartak – minden egyéni választókerületben jelöltet indítani.

Az ötszázalékos parlamenti bejutási küszöb felett teljesítő listák számának alakulása a választási rendszerhez történő alkalmazkodás, „tanulási folyamat” különleges példája. A Fidesz 2002-ben az MDF-fel, 2006-tól a KDNP-vel szövetségben, közös listán indul a választáson, amelyet követően önálló országgyűlési képviselőcsoportot hoznak létre, így 2002 óta mindig több országgyűlési frakció alakult, mint ahány lista a parlamenti küszöb felett szerepelt.²⁵ A baloldal 2014-ben alkalmazta először ezt

²⁴ Tóth–Szabó 2018, 26.

²⁵ Két párt által létrehozott közös lista esetén 10 százalék, kettőnél több párt közös listájánál 15 százalék a parlamenti küszöb. A 199 fős Országgyűlésben 2014-től minimálisan öt fő szükséges frakció létrehozásához, amit csak olyan párt tehet meg, amely jelölteket állított az adott választáson.

a megoldást, ami után viszont az öt szövetséget alkotó párt közül csak az MSZP tudott frakciót alakítani. 2018-ban már a Fidesz–KDNP-„modellt” másolva az MSZP-vel közösen induló Párbeszéd önálló frakciót hozott létre. 2022-ben a baloldali választási szövetség hat frakcióra osztdott, így 2022. május 2-án a rendszerváltás óta a leginkább fragmentált Országgyűlés alakult meg kilenc képviselőcsoporttal (3. táblázat). Ez a folyamat azonban arra az ellentmondásra is figyelmeztet, hogy a jogi, intézményi elemek csak korlátozottan írják felül, terelik mederbe a politikai élet megosztottságát.

3. táblázat: A képviselőcsoportok létszáma az Országgyűlés alakuló ülésén

	2014	2018	2022
Fidesz	117	117	117
KDNP	16	16	18
MSZP	29	15	10
Jobbik	23	26	10
LMP	5	9	5
DK	–	9	15
Párbeszéd	–	5	6
Momentum	–	–	10
Mi Hazánk	–	–	6
Független	9	1	1
Nemzetiségi	–	1	1
Összesen	199	199	199

Forrás: Országgyűlés

A 2022-es eredmény egyúttal azt is jelezte, hogy nem tért vissza a 2010 előtti időszakot meghatározó kétblokkrendszer²⁶ a magyar pártrendszerben. A két blokk versengése a 2000-es évtizedben is alternatív lehetőséget kínált kisebb pártoknak, szerepet játszott az MDF 2006-os szereplésében is,²⁷ másoknak pedig olyan támogatottsági szintet biztosított, amivel ugyan a parlamenti küszöböt nem lépték át, de egy százalék feletti ered-

²⁶ Soós 2012.

²⁷ Török 2006, 159–160.

ményhez társuló állami támogatások minimális politikai aktivitáshoz szükséges forrást biztosítottak (például MIÉP 1994 és 1998, majd 2002 és 2010 között). Ez a jellegzetesség szerepet játszhatott a Mi Hazánk öt százalék feletti szereplésében is, amelyet az egykori jobbikosok (becslések szerint a 2018-as Jobbik-tábor közel harmada) mellett olyan szavazók is támogathattak, akik „csak azért sem” hajlandók kizárólag két politikai alternatíva közül választani, utóbbi igazolása azonban kemény módszertani eszközökkel nehéz.

Mindezek alapján a két szelekciós szint eltérően működött 2022-ben. A listaállítás feltételeinek szigorítása csökkentette az egyéni jelöltek és az országos listák számát is, „eltüntetve” a szavazólapokról és a választási statisztikákból a marginális, minimális támogatottságú politikai szereplőket. A bejutási küszöb működésének megítélése azonban már összetettebb kérdés. A pártok megtanulták haszonmaximalizáló logika mentén alkalmazni a választási rendszernek ezt az elemét, ennek következtében az a paradox helyzet alakult ki, hogy a rendszerváltás óta a (2002-es választáson jelentkezett ugyanez a helyzet) a legkevesebb, mindössze három lista lépte át a parlamenti küszöböt, mégis az 1990 utáni politikatörténet leginkább töredezett, fragmentált Országgyűlése alakult meg 2022-ben.

Szavazatmegosztás

A másodlagos pártpreferencia kutatása hosszú időn keresztül marginális témának számított a politikatudományban. Az 1970-es évekig igazán komoly létszámú szavazó esetében fel sem merült, hogy mást támogatna, mint ami neveltetéséből, foglalkozásából, családi és lakóhelyi környezetéből következik. A helyzetet új pártok sikerei, a választói magatartás korábbi mintázatainak átalakulása (például politikai részvétel különböző formáinak csökkenése, politikai erőviszonyok módosulása) változtatta meg.²⁸ A 2000-es évtized kezdetétől a többségi választási rendszerek mellett a vegyes, sőt az arányos rendszerekben is egyre mélyebben foglalkoztak annak a kérdésnek a feltárásával és megértésével, hogy miért szavaz

²⁸ Róna–Sós 2011.

egy választó más pártra, mint amivel személyes értékrendje, elképzelései, preferenciái megegyeznek.²⁹ A vegyes, így a magyar választási rendszer esetében is, ez a jelenség azért vet fel további kérdéseket, mert a választók „mozgásterét” jelentősen bővíti, hogy több, eltérő mechanizmus szerint mandátummá formálódó szavazatot is leadhatnak, ami megteremti a stratégiai szavazás mellett a szavazatmegosztás lehetőségét is.

A magyar választóknál a kétfordulós választási rendszerben a parlamenti küszöb, a preferált párt egyéni jelöltjének adott választókerületbeli hiánya, továbbá az aktuális politikai helyzet és természetesen személyes motivációk befolyásolták a szavazatmegosztást.³⁰ Az egy fordulóra történő átállás az egyéni választókerületekben erősítette a választók gondolkodásában a „szavazat elvesztésének”³¹ aggodalmát, ami a vegyes választási rendszer keretei között annak a lehetőségét is megteremti, hogy a választó más szempontokat előtérbe helyezve, eltérő pártokat támogasson listás és egyéni képviselőjelöltekre adható szavazatával.

Ez azonban abban az időszakban, amikor két blokk határozta meg a magyar pártrendszert, csak minimálisan befolyásolta a választási eredményeket (részben az egyéni kerületekben alkalmazott abszolút többségi mechanizmus miatt). 2006-ban például a két nagy pártot szinte ugyanannyian támogatták listán, mint az egyéni választókerületi jelöltek.³² Az egy fordulóra történő átállás, továbbá a pártrendszer átalakulása változtatott ezen a helyzeten, azonban mind a három érintett országgyűlési választás esetében eltérő hatással jelentkezett (4. táblázat).

29 Harkányi 2018.

30 Róna–Sós 2011, 121–122.

31 Harkányi 2018, 124.

32 Tóth 2015, 234–235.

4. táblázat: A pártlistára és az egyéni jelöltekre adott szavazatok számának változása 2014 és 2022 között az öt százalék feletti pártok esetében

		<i>Listás szavazatok (levélszavazatok nélkül)</i>	<i>Egyéni jelöltek szavazatszám</i>	<i>Különbség (egyéni jelöltek javára)</i>
2014	Fidesz–KDNP	2 142 142	2 165 342	+23 200
	MSZP–Együtt–DK–P–MLP	1 289 311	1 317 879	+28 568
	Jobbik	1 017 550	1 000 637	-16 913
	LMP	268 840	244 191	-24 649
2018	Fidesz–KDNP	2 607 990	2 636 201	+28 211
	Jobbik	1 090 751	1 276 840	+186 089
	MSZP–P	681 454	622 458	-58 996
	LMP	402 347	312 731	-89 616
	DK	307 492	348 176	+40 684
2022	Fidesz–KDNP	2 809 238	2 823 494	+14 256
	DK–Jobbik–Momentum–MSZP–LMP–P	1 936 297	1 983 757	+47 460
	Mi Hazánk	329 651	307 076	-22 575

Forrás: Nemzeti Választási Iroda

A három választás eredményeiben közös jellegzetességnek számít, hogy a kormányzati pozíció megtartásáért küzdő Fidesz–KDNP az első számú kihívónak tekintett politikai szereplő (2014-ben és 2022-ben a baloldali összefogás, 2018-ban a Jobbik) egyéni jelöltjei több szavazatot gyűjtöttek, mint az őket támogató pártok listái. A leglátványosabb eltérések 2018-ban, különösen a Jobbik esetében figyelhetők meg, aminek elsődleges oka a korábban már említett, taktikai – vagy más fogalommal stratégiai – szempontok szerint történő szavazásra buzdító kezdeményezések megjelenése, valamint az ellenzéki pártok kooperációja volt.³³ Utóbbi azért is befolyásolta jelentősen a szavazatszámokat, mert a Fidesz–KDNP és a Jobbik kivételével egyetlen pártnak sem volt mind a 106 egyéni választókerületben jelöltje. Ez a helyzet az ellenzékot formálisan vagy informálisan támogató egyéb felületekkel együtt a Jobbikot „jelölte ki” potenciális

³³ Tóka 2018, 87–99.

váltópártként 2018-ra, különösen a Budapesten kívüli egyéni választókerületekben.³⁴ A DK 2018-as eredményét pedig az magyarázza, hogy a párt a jelentősebb listás szavazatszámmal rendelkező MSZP–Párbeszéd szövetséggel nyílt és formális keretek mentén, a kisebb baloldali pártokkal informális módon működött együtt. A 2014-es és 2018-as választási adatok alapján az LMP szavazótábora tűnik a legkevésbé stabilnak. A két választáson a párt egyéni jelöltjeinek szavazatszámja jelentősen elmaradt a listás eredménytől, amit szavazóinak gondolkodása és viselkedése mellett a párt országos politikai kérdésekre, és ezen keresztül a lehető legjobb listás eredményre koncentráló kampánya is eredményezett.

2022-ben az előzetes várakozások két hasonló támogatottságú lista versenyét feltételezték, azonban a szavazatmegosztás kérdése – elsősorban az MKKP önálló indulása miatt – a kampány során végig napirenden maradt, különösen a baloldali szavazótáborban. Az üzenet, amely az MKKP listán és a Márki-Zay Péterrel induló ellenzéki blokk egyéni jelöltjei között megosztandó szavazatra vonatkozott, csak részben működött. Az ellenzéki összefogás jelöltjei több mint 47 ezer szavazattal kaptak többet, mint amennyien listájukat támogatták. A Kutyapárt levélszavazatok nélkül 183 416 listás szavazatot gyűjtött, 27 egyéni választókerületben nem indítottak jelöltet, így 79 jelöltjük összesen 126 750 szavazatot gyűjtött. A két érték közötti több mint 56 ezer szavazat arra utal, hogy a párt bizonyos kérdésekben hezitáló vagy stratégiai okokból más egyéni jelöltet támogató szavazói nem sorakoztak fel egységesen és fegyelmezetten az ellenzéki politikusok mögött. A Mi Hazánk esetében jelentkező különbség (–22 575 szavazat) elsődleges oka, hogy a párt végül „csak” 102 egyéni választókerületben indított jelöltet.

A többségi jelleg és aránytalanság kérdése

A magyar választási rendszerrel szembeni kritikák egyik fő iránya a választási rendszer többségi elemeinek erősödésére vonatkozik, ami magába foglalta a két fordulóról egyre történő váltást, az egyéni kerületek ará-

34 Tóth–Szabó 2018, 36–37.

nyának növekedését, továbbá a győzteskompenzáció bevezetését.³⁵ Azt már korábban tárgyaltuk, hogy a 2014 előtti, továbbá a 2014-es és 2018-as eredmények egyértelművé tették, hogy az egyéni választókerületekben elért győzelmek döntik el a magyar választás kimenetelét (lásd: 1. táblázat). A többségi jelleg erősödését 2022-ben annak ellenére is megfigyelhettük, hogy végül az előzetes várakozásokkal szemben a két „nagy lista” között olyan jelentős különbség alakult ki, ami 2014-ben a Fidesz–KDNP-t és az akkor közös listát alkotó öt baloldali pártot elválasztotta egymástól, a Jobbik és az LMP önálló indulása mellett. Bár a Fidesz szavazataránya mind a három évben emelkedett az előző választáshoz képest, az ellenzéki pártok (és választók) egyre szorosabb együttműködésének következtében az egyéni választókerületekben aratott győzelmek száma minden választáson csökkent (96-91-87).

5. táblázat: A 2022-es országgyűlési választás végeredménye és arányossági dimenziói

	<i>Szavazatarány</i>	<i>Egyéni mandátum</i>	<i>Listás mandátum</i>	<i>Összes mandátum</i>	<i>Mandátumarány</i>	<i>Arányossági együtt-ható/D</i>
Fidesz–KDNP	54,13%	87	48	135	67,84%	1,25
DK–Jobbik–Momentum–MSZP–LMP–P	34,44%	19	38	57	28,64%	0,83
Mi Hazánk	5,88%	0	6	6	3,02%	0,51
Egyéb	5,11%	0	0	0	0	–
Német nemzetiség	0,44%	0	1	1	0,50%	1,13
Összesen	100%	106	93	199	100%	13,77

Forrás: Tóth (2017, 52) nyomán a Nemzeti Választási Iroda adatai alapján

Az országos lista 2014-hez³⁶ és 2018-hoz³⁷ hasonlóan gyakorlatilag reprodukálta az országos szavazatarányokat (5. táblázat). A szavazatok koncentrálódása miatt (ami különösen a töredékszavazatok és győzteskompenzáció esetében képviselt komoly hatást) csökkent az aránytalanság

³⁵ Tóth 2017, 47.

³⁶ Tóth 2017, 53.

³⁷ Tóth–Szabó 2018, 35.

mértéke a korábbi két választáshoz viszonyítva,³⁸ azonban a többségi elemek markáns szerepe miatt, amit némileg módosít a 93 listás mandátum, a magyar választási rendszer keretei között minimális eséllyel jelentkeznek olyan mutatók, mint egy klasszikus arányos rendszer (például Hollandia) esetében.

6. táblázat: Az országos listára érkező szavazatok az öt százalék feletti listák esetében, forrásuk szerint (2022)

	<i>Országos lista</i>	<i>Levél-szavazat</i>	<i>Vesztes töredék-szavazat</i>	<i>Győztes-kompensáció</i>	<i>Összes</i>
Fidesz–KDNP	2 809 238	251 468	404 540	925 803	4 391 049
DK–Jobbik–Momentum–MSZP–LMP–P	1 936 297	11 034	1 493 076	86 092	3 526 499
Mi Hazánk	329 651	2 836	307 064	0	639 551

Forrás: Tóth (2015, 247) nyomán a Nemzeti Választási Iroda adatai alapján

2014 és 2018 után a parlamenti küszöböt átlépő listák mandátumszámát a levélszavazatok ezúttal is csak minimálisan befolyásolták, és az egyéni választókerületekben elért eredmények határozzák meg a legmarkánsabban a választás végeredményét (lásd: 6. táblázat). A töredékszavazatok és győzteskompensáció révén az egyéni jelöltekre adott szavazat felértékelődött a listás szavazattal szemben, ugyanis olyan jelölt támogatása esetén, akinek pártja átlépi a parlamenti küszöböt, az egyéni jelöltre adott szavazat végső soron nem tud elveszni. Ha a preferált jelölt nyer, akkor gyakorlatilag „megduplázza” a szavazat értékét, ha pedig veszít, akkor töredékszavazatként számítják.

Az aránytalanság kérdéséhez kapcsolódva érdemes még megemlíteni, hogy területi szempontból rendkívüli eltérések alakultak ki a pártok között. Ez a téma messze túlmutat a választási rendszer működésének bemutatásán, azonban a választási eredményben, illetve a parlamenti

³⁸ A Fidesz–KDNP egyéni választókerületi győzelmeinek csökkenése a szavazatarány növekedésének ellenére következett be, így az arányossági együttható a három választáson fokozatosan közelít az 1-es értékhez: 1,49-1,35-1,25. A Loosemore–Hanby-index szintén csökkenő tendenciát mutat: 21,77-17,84-13,77.

mandátumokban jelentkező különbség egyik fő oka, hogy míg az ellenzék Budapest 18 választókerületéből egy kivételével mindent megnyert, addig a fővároson kívül csak minimális sikereket tudott felmutatni, sőt több olyan jelölt volt, aki annak ellenére is nagyobb arányú vereséget szenvedett, hogy négy évvel korábban több ellenzéki riválisa is akadt.³⁹ A baloldal támogatottsága számos olyan térségben (Észak-Magyarország szinte teljes területe, Komárom-Esztergom megye, az Alföld számos választókerülete) összeomlott, ahol 2010 előtt az MSZP megkerülhetetlennek tűnt, és új szavazókat az érintett választókerületekben 2009-től 2019-ig komoly erőt képviselő Jobbikkal kötött szövetség sem hozott számukra.

Levélszavazatok

A választási rendszer átalakítása során megvalósult a Fidesz–KDNP korábbi választási ígérete, a határon túli magyarok számára biztosított szavazati jog,⁴⁰ amelyet elsősorban azért szoktak politikai viták tárgyává emelni, mert a Fidesz támogatottsága kimagasló ebben a társadalmi csoportban. A határon túli magyarok helyzete azonban ennél összetettebb társadalmi, politikai és jogi kérdés. A rendszerváltástól kezdődően rendre visszatérő kérdésként fogalmazódott meg, hogy a magyar állam milyen felelősséggel tartozik a Kárpát-medencében, valamint azon kívül élő magyar közösségekért, hogyan lehet ezt a kapcsolatot jogi, kulturális, gazdasági és politikai szempontból értelmezni. Erre az 1990 után hivatalba lépő kormányok eltérő hangsúlyú válaszokat fogalmaztak meg, a legaktívabb együttműködést Orbán Viktor kormányai alakították ki, különösen 2010 után, aminek központi lépését jelentette a kedvezményes honosítás (kettős állampolgárság) lehetőségének megteremtése.⁴¹ Az állampolgárság vi-

39 Néhány példa erre a helyzetre: Borsod-Abaúj-Zemplén megye 3. számú választókerületében (Ózd) az ellenzéki összefogás jelöltje 27,08 százalékot ért el. Négy évvel korábban a Jobbik jelöltje 36,72 százalékkal zárt a második helyen, miközben egyéni jelöltet indított a körzetben a DK, az LMP, a Momentum és az Együtt. Heves megye 2. számú választókerületében (Gyöngyös) az ellenzéki összefogás jelöltje 36,41 százalékkal lett második, 2018-ban a Jobbik jelöltje (Vona Gábor) 41,94 százalékot ért el, az MSZP, az LMP és az Együtt jelöltjeit megelőzve.

40 Tóth 2017, 45.

41 Bárdi 2013.

szont felvetette a választójog biztosításának kérdését is, amelyet a régió országainak többsége – Szlovákia és Szlovénia kivételével – az állampolgárság szabályozásával együtt addigra már rendezett és lezárt.⁴²

Az állandó magyarországi lakóhellyel nem rendelkező magyar állampolgárok regisztráció révén kérvényezhetik, hogy felkerüljenek a választói névjegyzékbe. Szavazatukat levélben adhatják le (a választási rendszer emiatt nevezi „levélszavazat”-nak ezeket a voksokat), viszont az állandó magyarországi lakóhellyel rendelkezőkkel szemben csupán egy szavazatot adhatnak le, valamely pártlistára.⁴³ 2014-től a levélszavazatoknak két jellegzetessége érvényesült: számuk választásról választásra növekedett, ennek ellenére a Fidesz–KDNP országos átlagnál jóval magasabb támogatottsága érdemben nem módosult.

7. táblázat: Levélszavazatok eredménye 2014 és 2022 között

	2014		2018		2022	
	Szavazat-szám	Szavazat-arány	Szavazat-szám	Szavazat-arány	Szavazat-szám	Szavazat-arány
Fidesz–KDNP	122 638	95,49%	216 561	96,24%	251 468	93,89%
MSZP	1 495	1,16%	1 247	0,55%	11 034	4,12%
DK			669	0,30%		
Együtt			331	0,15%		
Jobbik			2 926	2,28%		
LMP	574	0,45%	2 082	0,93%		
Momentum	–	–	1 004	0,45%		
MKKP	–	–	656	0,29%	1 636	0,61%
Mi Hazánk	–	–	–	–	2 836	1,06%
Egyéb	796	0,62%	440	0,18%	860	0,32%
Összesen	128 429	100%	225 025	100%	267 834	100%

Forrás: Nemzeti Választási Iroda

A 7. táblázatban bemutatott erőviszonyokat sokszor természetes adottságnak tekintik, miközben a politikatörténeti háttérük sokkal összetettebb, és egyik történelmi korszakban sem volt magától értetődő. A balol-

42 Gázsó 2020, 51–55.

43 Tóth 2015, 242.

dali pártok komoly támogatottsággal rendelkeztek a magyar anyanyelvű városi munkásság és középosztály körében, különösen a két világháború közötti Csehszlovákiában.⁴⁴ A Román Kommunista Pártban különleges erőcsoportot alkottak a magyarok,⁴⁵ többen 1945 után hosszabb időre is bekerülhettek a párt felső vezetésébe vagy a kormányba (például Mogyorós Sándor, Vincze János). Később a különböző kommunista frakciók küzdelme során a magyar politikusok fokozatosan háttérbe szorultak, néhányan (így Fazekas János közel két évtized alatt több területet is irányított miniszterként, 1975 és 1982 között miniszterelnök-helyettes volt), azonban még a Ceaușescu-korszak utolsó periódusáig is tartották pozícióikat.⁴⁶ Az 1970-es évektől évtizedeken át hatékonyan működő, a rendszerváltást is túlélő kapcsolati háló alakult ki a Kárpát-medencében élő jobboldali, valamint baloldali és liberális értelmiségiek között is.

A választási rendszeren túlmutató kérdés, hogy a rendszerváltás után hivatalban lévő magyar kormányok hogyan gondolkodtak a határon túli magyarokról és milyen lépéseket tettek velük kapcsolatban. Azonban a levélszavazatok keretében jelentkező különbség elsődleges magyarázata, hogy a baloldali pártok a 2002-es országgyűlési választási kampányban a státustörvényről, majd a 2004-es kettős állampolgárságról szóló népszavazás során képviselt álláspontjukkal, valamint a határon túli magyar szervezetek támogatásának fokozatos leépítésével 2002 és 2010 között gyakorlatilag felszámolták a hátországukat egy olyan közegben, ahol húsz évvel korábban még komoly kapcsolatokkal és támogatókkal rendelkeztek. 2010-től a Fidesz–KDNP a kettős állampolgárság, az oktatási együttműködés erősítése, a szimbolikus gesztusok mellett kiterjedt fejlesztési programokat valósított meg. Kezdetben az oktatási-kulturális területre koncentráltak a kormányzati lépések, később a gazdaság több szegmensére is kiterjedtek, ami új dimenziót hozott erre a területre. Az aktívabb szerepvállalás azonban nem okozott diplomáciai feszültségeket, sőt a szerb és román kapcsolatok esetében is komoly előrelépések történtek, amelyeket az érintett magyar pártok (elsősorban VMSZ és RMDSZ) is segítettek. Ez a folyamat nem írta felül, hogy a határon túli magyar közösségeken belül is számos politikai ellentét létezik (például területi, vallási,

44 Simon 2014, 57–80.

45 Novák 2006.

46 Novák 2012.

ideológiai konfliktusok mentén), azonban egy jelentős számú, magyar állampolgársággal rendelkező csoport zárójelbe tette ezeket az ellentéteket a magyar országgyűlési választások során, a magyar kormány és ahhoz kapcsolódva a Fidesz megítélésében is.

Nemzetiségi mandátum

A 2014-től alkalmazott választási rendszer könnyített feltételekkel kínál képviseleti lehetőséget a nemzetiségeknek. A választók az országgyűlési választást megelőzően kérhetik felvételüket nemzetiségi névjegyzékbe, egy választó csak egy kisebbségi névjegyzékben lehet regisztrálva. A nemzetiségi szavazó választhat, hogy egy párt országos listájára kíván szavazni, vagy nemzetiségi listára. A nemzetiségi listánál kettős mandátumküszöb jelenik meg: az első nemzetiségi mandátumhoz elegendő az általános mandátumszerzéshez szükséges szavazatok nagyjából negyede. A további mandátumokhoz már az országos listához általában szükséges mandátumszámokat kell alapul venni. Mindez a gyakorlatban csupán egy jól szervezett kisebbség számára biztosít legfeljebb egyetlen mandátumot.⁴⁷ 2014-ben nem keletkezett nemzetiségi mandátum, 2018-ban viszont a Magyarországi Németek Országos Önkormányzata (MNOÖ) egy mandátumhoz jutott, amit 2022-ben is megőrzött (8. táblázat).

8. táblázat: Nemzetiségi listák szavazatszámai 2014 és 2022 között

	2014	2018	2022
Magyarországi Németek Országos Önkormányzata	11 415	26 477	24 630
Országos Roma Önkormányzat	4 048	5 703	–
Országos Horvát Önkormányzat	1 212	1 743	1 760
Országos Szlovák Önkormányzat	995	1 245	1 208
Országos Ruszin Önkormányzat	463	539	645
Magyarországi Románok Országos Önkormányzata	362	428	526
Szerb Országos Önkormányzat	236	296	418

⁴⁷ Tóth 2017, 45.

	2014	2018	2022
Ukrán Országos Önkormányzat	293	270	396
Országos Lengyel Önkormányzat	99	210	281
Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata	102	159	232
Országos Szlovén Önkormányzat	134	199	219
Országos Örmény Önkormányzat	110	159	163
Bolgár Országos Önkormányzat	74	104	157
Összes nemzetiségi listára adott szavazat	19 543	37 532	30 635

Forrás: Nemzeti Választási Iroda

A 2014-es és 2018-as adatok szerint a nemzetiségek létszámához képest jóval kevesebben regisztráltak nemzetiségi választóként 2022-ben.⁴⁸ Ugyanakkor a nemzetiségi listákra adott szavazatok száma 2018-ban szinte megduplázódott a 2014-es szinthez képest, 2022-ben viszont jelentős – közel hétezer szavazat – csökkenés történt a négy évvel korábbihoz képest. A változás elsődleges oka a roma lista hiánya volt.⁴⁹

Az MNOÖ sikeréről eddig kevés elemzés, értékelés született, a megtartott parlamenti mandátum miatt mégis érdemes részletesebben foglalkozni a német lista eredményességével. A második világháború után a Magyarország területén maradt nemzeti kisebbségek – különösen a németek egy jelentős részének kitelepítése és a szlovák–magyar lakosságcsere után – nem képeztek érdemi társadalmi erőt. Nemzetiségi ügyek nem tematizálódtak a politikában sem. Többségük már akkor az asszimiláció előrehaladott állapotában volt, elsősorban a vegyes házasságok és az oktatási rendszer hatására, amit a háború utáni kitelepítések emléke még inkább erősített. A Kádár-korban sem változott a tendencia, és a magyarországi kisebbségekhez tartozók döntő többségénél csak a családi emlékezet és hagyományok terén élt tovább az egykori etnikai kötődés.⁵⁰ Bár a nemzetiségek vezetői 1958-tól többnyire parlamenti képviselők voltak, ami szimbolikus gesztusként ellensúlyozni próbálta a kitelepítést és korábbi időszakot meghatározó kommunista elnyomást, érdemi fordulatot

⁴⁸ Dobos 2021, 54.

⁴⁹ Az Országos Roma Önkormányzat belső konfliktusok miatt nem tudott nemzetiségi listát állítani a 2022-es országgyűlési választásra.

⁵⁰ Valuch 2005, 78–80.

azonban ez sem hozott az asszimilációs folyamatban. 1990 után viszont ez a szimbolikus lehetőség megszűnt, és a nemzetiségi vezetők a rendszerváltás óta folyamatosan küzdöttek a parlamenti képviselőbiztosításért. A nemzetiségi identitással rendelkezők alacsony létszáma, térbeli töredezettsége és a tovább fokozódó asszimiláció azonban gátolta, hogy politikai szempontból releváns aktorként tekintsenek rájuk.⁵¹ Ez alól – részben – a németek jelentenek kivételt.

Németek gyakorlatilag a magyar állam kialakulása óta élnek az ország területén, a túlnépesedett német ajkú területekről folyamatosan érkeztek a történelmi Magyarország területére. A nyugat-magyarországi területekre az Árpád-kortól folyamatosan zajlott a beköltözés, az ország többi területére pedig több hullámban uralkodók telepítették őket, amelyek közül az utolsó nagy volumenű az 1600-as évek végén kezdődött és változó intenzitással átfogta a teljes 18. századot. A 19. század kezdetére kialakult nagy német nyelvi szigetek közül a 20. század végére a Dunántúli-középhegységben, Dél-Dunántúlon és Bácskában, valamint a nyugat-magyarországi megyékben maradtak fenn hagyományőrző, erős identitással rendelkező kisközösségek.⁵² Az országos nemzetiségi önkormányzat, a több mint 150 helyi nemzetiségi önkormányzat, a civil szervezeti háló, valamint a német nyelvterületet átfonó kapcsolatok olyan háttérrel biztosítanak a magyarországi német közösségnek, ami kiemeli őket a hazai nemzetiségek közül. Ez a szervezethez és a hozzá kapcsolódó tőke tette lehetővé, hogy az intézményi keretekkel és a politikai helyzettel élve a német nemzetiség 2018-ban és 2022-ben is mandátumot szerezzen.

A német nemzetiségi lista azokon a településeken szerepelt kiemelkedően, ahol a helyi lakosságon belüli nagy arányú erős hagyományápolással társul, továbbá az intézmények is jól szervezettek (például Császártöltés, Dunabogdány, Németbánya, Véménd). A 2014-es és 2018-as választás során a regisztráltak és az érvényes szavazatot leadók száma is erős kapcsolatot mutatott az intézményi háttér szervezethezével, elsősorban a nemzetiségi önkormányzat működésével és beágyazottságával,⁵³ amely mintázat 2022-ben szintén érvényesült.⁵⁴

51 Dobos 2021, 58–59.

52 Gerner 2020.

53 Dobos 2021, 70–71.

54 A Nemzeti Választási Iroda összesítése alapján, ha az MNOÖ listája nem részesült volna

Konklúzió

A 2014-től alkalmazott választási rendszer működésének jellegzetességei 2022-ben érdemben nem különböztek a korábbi két országgyűlési választás során tapasztalt jellegzetességektől. A választási rendszer alapvetően a jól szervezett, magas támogatottsággal és mozgósító képességgel rendelkező szervezetek számára előnyös. Ez nem csupán az egyéni választókerületek döntő többségében sikeres párt számára nyújt előnyöket, hanem a vesztes oldalon, sőt még a nemzetiségi képviselő esetében is kiemelt jelentőségű. A három választás során a Fidesz–KDNP rendre növekvő támogatottsággal biztosította kétharmados parlamenti többségét, azonban az ellenzéki pártok egyre szorosabb és erőteljesebb együttműködése az ellenzéki szavazatok koncentrációját eredményezte, ami egyúttal választásról választásra csökkentette azon egyéni választókerületek számát, ahol a kormánypárti jelöltek nyertek. A többségi elemek dominanciájának tekinthető, hogy a választás 2022-ben is lényegében az egyéni választókerületben dőlt el, a kétpólusú verseny pedig jelentősen korlátozta a szavazatmegosztás mértékét. A levélszavazatok és a nemzetiségi mandátum jelentősége ebben az évben is jelentősen elmaradt az egyéni körzetekben jelentkező eredményekhez képest.

A tanulmány kezdő gondolata a választási rendszer pártokra és választókra gyakorolt hatása volt. A 2022-es országgyűlési választás után a legfontosabb politikai kérdések nem a választási rendszerrel kapcsolatban, hanem a magyar pártrendszer jövőjével kapcsolatban fogalmazódnak meg. Orbán Viktor vezetésével a Fidesz–KDNP egymást követő negyedik választáson ért el nagyarányú győzelmet, ami gyakorlatilag a korábban rendre felmerülő domináns pártrendszerrel szembeni vitát⁵⁵ is lezárja. A választást követő helyzetben az ellenzéki szereplők jövője tűnik kérdésesnek. Egymást követő negyedik választáson, a negyedik stratégiát követve szenvedtek nagyarányú vereséget, ami után korábbi együttműködésük jövője, illetve több párt integritása, jövője is kérdéses az éles belső, szemé-

mandátumban, akkor 2018-ban a Fidesz–KDNP, 2022-ben a Mi Hazánk részesült volna eggyel több listás mandátumban.

55 Horváth–Soós 2015, 274–276; Tóth–Szabó 2018, 38–39; Csizmadia et al. 2021.

lyes konfliktusok, valamint a vezetési válság következtében. Ennek a kérdésnek a megválaszolása azonban már a magyar pártrendszert vizsgáló kutatások körébe tartozik.

Irodalom

- Bárdi, Nándor 2013: Magyarország és a kisebbségi közösségek 1989 után. *Metszetek*, 2. évfolyam, 2–3, 40–79.
- Csernák, János – Tordai, Dániel 2021: A centrális erőter átalakulása. *Századvég*, 1. évfolyam, 1, 159–188.
- Csizmadia, Ervin – Lakatos, Júlia – Novák, Zoltán – Paár, Ádám – Rajnai, Gergely 2021: *Uralgó párt. A Fidesz nemzetközi és hazai összehasonlításban*. Budapest, Gondolat Kiadói Kör.
- Dobos, Balázs 2021: A nemzetiségi részvétel jellemzői az országgyűlési választásokon (2014–2018). *Parlament Szemle*, 6. évfolyam, 2, 53–81.
- Enyedi, Zsolt – Benoit, Ken 2011: Kritikus választás 2010. A magyar pártrendszer átrendeződése a bal-jobb dimenzióban. In Enyedi, Zsolt – Szabó, Andrea – Tardos, Márton (szerk.) *Új képlet. A 2010-es választások Magyarországon*. Budapest, Demokrácia Kutatások Magyarországi Központja Alapítvány, 17–42.
- Fábián, György – Kovács, László Imre 1998: *Voksok és mandátumok. A választási rendszerek arányossága. Villányi úti könyvek 12. Politikatudományi sorozat 8.* Budapest, Villányi Úti Konferenciaközpont és Szabadegyetem Alapítvány.
- Gazsó, Dániel 2020: A diaszpóra politikai dimenziói. *Politikatudományi Szemle*, 29. évfolyam, 1, 42–67.
- Gerner, Zsuzsanna 2020: Németek Pécssett és a Dél-Dunántúl területén. *Tudásmenedzsment*, 21. évfolyam, 1, 15–26.
- Harkányi, Ádám Máté 2018: A stratégiai szavazás arcai. *Politikatudományi Szemle*, 27. évfolyam, 1, 115–140.
- Horváth, Attila – Soós, Gábor 2015: Pártok és pártrendszer. In Körösenyi, András (szerk.) *A magyar politikai rendszer – negyedszázad után*. Budapest, Osiris Kiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 249–278.
- Körösenyi, András – Tóth, Csaba – Török, Gábor 2007: *A magyar politikai rendszer*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Lakner, Zoltán 2017: Megújuló válság. Az MSZP alkalmazkodási kísérlete 2010 után. In Boda, Zsolt – Szabó, Andrea (szerk.) *Trendek a magyar politikában – 2. A Fidesz és a többiek: pártok, mozgalmak, politikák*. Budapest, Napvilág Kiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 143–167.
- Novák, Zoltán 2006: Magyarok a Román Kommunista Pártban 1944–1948. *Pro Minoritate*, 11. évfolyam, 2–3, 62–77.
- Novák, Zoltán 2012: Pártszolgálat és kisebbségi érdekérvényesítés a hatvanas-hetvenes évek Romániájában. Fazekas János példája. In Bárdi, Nándor – Tóth, Ágnes (szerk.) *Egyén és közösség. Tanulmányok*. Zenta, Vajdasági Magyar Művelődési Intézet, 363–383.
- Political Capital 2018: *Nagyot ment a kampánykorrupció a 2018-as választásokon*. https://www.politicalcapital.hu/hirek.php?article_read=1&article_id=2249 (Letöltve: 2022. május 19.)

- Róna, Dániel – Sós, Ildikó 2011: A térmodellen túl. Másodlagos preferenciák a 2010-es országgyűlési választáson. *Politikatudományi Szemle*, 20. évfolyam, 4, 113–140.
- Simon, Attila 2014: *Magyar idők a Felvidéken (1938–1945). Az első bécsi döntés és következményei*. Budapest, Jaffa Kiadó.
- Soós, Gábor 2012: Kétflokkrendszer Magyarországon. In Boda, Zsolt – Körösenyi, András (szerk.) *Van irány? Trendek a magyar politikában*. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 14–40.
- Tóka, Gábor 2018: A centrális erőter bomlása. In Böcskei, Balázs – Szabó, Andrea (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. Budapest, Napvilág Kiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 78–101.
- Tóth, Csaba 2001: A magyar pártrendszer fejlődésének fő iránya. *Politikatudományi Szemle*, 10. évfolyam, 3, 81–104.
- Tóth, Csaba 2015: Választási rendszer. In Körösenyi, András (szerk.) *A magyar politikai rendszer – negyedszázad után*. Budapest, Osiris Kiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 231–248.
- Tóth, Csaba 2017: Választási rendszer és választások 2014-ben. In Boda, Zsolt – Szabó, Andrea (szerk.) *Trendek a magyar politikában – 2. A Fidesz és a többiek: pártok, mozgalmak, politikák*. Budapest, Napvilág Kiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 43–60.
- Tóth, Csaba – Szabó, Andrea 2018: A győztes mindent visz? A 2018-as választás eredményei. In Böcskei, Balázs – Szabó, Andrea (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. Budapest, Napvilág Kiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 19–42.
- Tóth, Csaba – Török, Gábor 2014: Az új pártrendszer. In Kolosi, Tamás – Tóth, István György (szerk.) *Társadalmi Riórt 2014*. Budapest, TÁRKI, 511–531.
- Török, Gábor 2006: Pártok, stratégiák és taktikák. A 2006-os választási kampány politikai elemzése. In Karácsony, Gergely (szerk.) *A 2006-os Országgyűlési választások. Elemzések és adatok*. Budapest, Demokrácia Kutatások Magyarországi Központja Alapítvány, 145–173.
- Valuch, Tibor 2005: *Magyarország társadalomtörténete a XX. század második felében*. Budapest, Osiris Kiadó.

MERKOVITY NORBERT

Választási kampányok az interneten

Magyar trendek a kilencvenes évek közepétől a 2022-es országgyűlési választási kampányig

Absztrakt

Bő 25 évvel ezelőtt jelentek meg az első magyar pártok az interneten, és szinte az első pillanattól kezdve kampánykommunikáció céljára használták a jelenlétüket. Azóta hét országgyűlési választási kampány telt el, ezért bőséges anyag áll rendelkezésre, hogy áttekintsük az online kampánykommunikáció fejlődését. Az a tanulási folyamat válik így láthatóvá, ahogyan a pártok és a jelöltek eljutottak a párthonlapoktól a közösségi oldalakig. A vizsgálat alapján három időszak megkülönböztetése lehetséges. Az első időszak a kilencvenes években zajlott médiaháború után és az internet lassú lakossági terjedésével kezdődött. A kommunikáció középpontjában a párthonlapok álltak, amiket kiegészítettek az SMS-ek. A második korszak kezdetén, 2006-ban még érezhető volt a korábbi párthonlapalapú szemlélet, de már jelen voltak a közösségi oldalak. A harmadik korszakban, a 2010-es évek közepétől, a Facebook előretörését figyelhetjük meg. A politikai kommunikáció „feloldódik” a társadalmi kommunikációban, a politikai ellenfelek mellett az influencerként jelen levő, nem politikai szereplőkkel is meg kell küzdeni a választókért, ami a figyelemalapú politikai kommunikációt teremti meg.

Kulcsszavak: online kampányok, mediatizáció, perszonalizáció, politikai kommunikáció, Magyarország, figyelemalapú politika

Abstract

The first Hungarian political parties appeared on the internet almost 25 years ago and have used their presence for campaign communication almost from the very first moment. Seven parliamentary election campaigns have passed since then; therefore, there is ample material available to review the development of online campaign communication. The learning process of how parties and candidates have moved from party websites to social networking sites becomes visible. Three periods can be distinguished based on the analysis. The first period began after the media war of the 1990s and with the slow spread of the internet amongst the public. The focus of communication was on party websites, supplemented by SMS. At the beginning of the second era, in 2006, the old party website approach was still observable, but social networking sites were already present. In the third era, from the mid-2010s, we see the rise of Facebook. Political communication is “dissolved” in social communication, in addition to po-

litical opponents, politicians have to fight with non-political influencers for voters, creating attention-based political communication.

Keywords: online campaigns, mediatisation, personalisation, political communication, Hungary, attention-based politics

A kampányok vizsgálatának lehetséges perspektívái

Az interneten zajló kommunikáció megváltoztatta azt, hogy miképpen tartjuk a kapcsolatot másokkal, összemosta az interperszonális kommunikációt a tömegkommunikációval, aminek következtében a társadalmi kommunikációban is jelentős fordulat állt be. Ez nem hagyta érintetlenül a politikai kommunikációt és a kampánykommunikációt sem. Jelen tanulmány célja, hogy megragadja az online kampánykommunikációban beállt változásokat és trendekre világítson rá, valamint a politikai szereplők tanulási folyamatait mutassa be az online kampányok területén.

A választási kampányok változásainak feltérképezéséhez tanulmányozható a választási rendszer, a párendszer, a választási kampány jogi korlátai, a médiastuktúra változásai, a politikai kultúra.¹ A kampányok elemzéséhez további kapaszkodót nyújtanak a magyar politikai kommunikáció korszakai. Kiss Balázs és Szabó Gabriella három korszakot különböztetett meg, amelyeket a médiarendszer változásaihoz kötöttek.² Megállapításaik szerint az első korszak médiaközpontú volt, ami az 1996-ban hatályba lépett médiatörvény előtti médiaháborús időszakot öleli fel. Ebben a szakaszban alacsony volt a médiacsatornák száma, ami miatt a médiabefolyásolási lehetőségek bővítését célzó küzdelmek jutottak érvényre. A második korszak a médiaháborúk utáni marketingközpontú időszak. Ezt az időszakot a kereskedelmi médiacsatornák megjelenése és elterjedése, illetve az internetes csatornák kibontakozása jellemzi. A politikai események médiaeseményekké való transzformálása, illetve a közvetlen és personalizált kommunikáció sikerre vitele miatt

¹ Hosszú 2002.

² Kiss–Szabó 2015.

lesz marketingközpontú ez a korszak. A 2006 óta tartó harmadik korszakban a médiarendszer átalakul, pártközelibbé válik, valamint nagyobb teret enged a pártelkötelezett véleményeknek. Információ-túltelítettség alakul ki, aminek létrehozásából a szinkrón kommunikációt megvalósító közösségi média is kiveszi a részét.³

Elismerve a médiarendszerek, a politikai kultúra, valamint a választási rendszer fontos szerepét egy ország politikai kommunikációjában és a kampányok fejlődésvizsgálatában, ez a tanulmány szűkebb látószöveget választott. Módszertanát tekintve, a korábbi kutatási eredmények összegzése révén a magyar politikai kommunikáció második korszakától kezdve vizsgálja az online kampánykommunikáció egyes jegyeit, különös tekintettel a politika mediatizációjára, ami a politikusok kommunikációját alakítja át és kiemelt szerepet biztosít a perszonalizációnak. A mediatizációt olyan alapelvnek tekintjük, aminek a révén végbemegy a média intézményesült formáinak megjelenése a politikai kommunikációban.⁴ A perszonalizáció pedig az a jelenség, amelynek eredményeképpen a politika személyessé, hétköznapivá válik.⁵ Mindkét folyamatban központi kérdés a láthatóság, ami alatt nem kizárólag pozitív médiajelenlétre kell gondolni, hanem általában a jelenlétre, legyen az bármilyen előjelű. Ez a megközelítés nem tudja megállapítani az okot, hogy vajon az innovatív módon használt online közeg miatt nyerte-e meg az adott párt vagy jelölt a választást. Ahogyan arra sem vállalkozik, hogy az online térben ismert virulencia vagy megosztások politikai jelentőségéről tegyen megállapításokat. Azt viszont láttatni képes, hogy a médiaháború utáni három időszakon keresztül az online kampánykommunikációban tapasztalt jelenségek miként épülnek egymásra, és hogyan váltak a magyar online kampányok figyelemközpontúvá. A továbbiakban a három időszak főbb jellemzői kerülnek bemutatásra.

3 Vö. Kiss–Szabó 2015, 338–352.

4 Merkovity 2018, 35.

5 Kéri 2005, 88.

Az online kampánykommunikáció a médiaháború után

Az 1994-es kampányban a pártok lényegesen többet költöttek, mint amennyire fedezetük volt. A korabeli sajtóinformációk szerint „kampánytevékenységre Fidesz 729 millió, MDF 721 millió, MSZP 531 millió, SZDSZ 385 millió, KDNP 61 millió, FKgP 43 millió” forintot költött.⁶ A kampány elmúltával a pártok kénytelenek voltak eladni vagy jelzáloggal terhelni az ingatlanjaikat és emiatt innovatív, de költséghatékony megoldásokkal kísérletezni a következő években.⁷ Ennek egyik eredménye, hogy a magyar politikai pártok 1996-1998 körül kezdték el kampánycélokra használni az internetet, ekkor még párthonlapok formájában. A folyamat egybecseng a nemzetközi trendekkel, mert ezekre az évekre válnak világossá az információs és kommunikációs technológiák előnyei a célzott kommunikáció és a hagyományostól eltérő adatgyűjtési technológiák kiaknázásában. Felértékelődik a szavazók szegmentálása és az így kapott csoportokra szabott üzenetek továbbítására tett erőfeszítések.⁸ Ez egyben azt a felismerést is magában hordozza, hogy a szerkesztőséggel bíró médiumok megkerülhetővé válnak, nem szükséges minden egyes hírt a hagyományos médiacsatornák logikájához igazítani, hanem a jól megkomponált *sound-bite*-ok alternatív csatornákon is terjeszthetők.⁹ Az első intő jelek is észlelhetők, amelyek a szavazók információ-túlterheltségét jelzik előre, ami akár kontraproduktív eredményekkel is járhat. Jelek utalnak arra, hogy megjelenhet az újfajta videokór (*videomalaise*) jelenség,¹⁰ amely felelőssé tehető a választók politikai üzenetekhez való cinikus viszonyulásáért. Ezt a folyamatot fejti ki részletesen Pippa Norris az angyali kör elméletében, ami szerint a politikai hírek iránt fogékonyak informáltabbak lesznek azoknál, akik a cinizmusból vagy az információ-túlterhelésből fakadó hírfáradtság miatt nem követik a híreket.¹¹ Ugyanakkor ebben a korszakban nem képzelhető el, hogy egy párt pusztán az aktív online

6 M. 1998, 8.

7 Stumpf 1998, 18.

8 Vö. Vedel 2003, 42.

9 Mazzoleni 2003.

10 Vö. Robinson 1975, 1976.

11 Norris 2000.

jelenlétével teljes egészében megkerülje a szerkesztett médiacsatornákat és sikeres kampányt tudjon vezényelni az interneten. Az első szakaszban, különösen annak kezdetekor a párthonlapok szimbolikus funkcióval bírnak, amit korlátoltan egészít ki némi interaktivitás.

A szimbolikus funkció kettős értelmű. Egyrészt, a pártok demonstrálhatják, hogy az állampolgárok körében egyre népszerűbb interneten is jelen vannak, azaz innovatívak, nyitottak az új kommunikációs színterek irányába. Másrészt, információkat osztanak meg, amibe a párttörténet-től a választási programokon, pártvezetők arcképein keresztül a politikai (párt-)hírekig minden belefér.¹² Különösen népszerű a korszakban a párthonlapokon megjelenő párttörténet, a vezető politikusok életrajza és elérhetősége.¹³ A korszak egyik fontos újítása, hogy az egyirányú kommunikáció mellett megjelenik a kétirányúsítás szándéka.¹⁴ A csekély számú internethasználók számára megjelennek a fórumok.

Közelebről vizsgálva az első magyar párthonlapok 1996-ban jelentek meg az interneten (Fidesz, SZDSZ), majd az 1998-as választási kampányra más parlamenti pártok is újítanak (például MDF, MSZP). Ami közös ezekben a honlapokban, hogy megfogalmazódik egyfajta rácsodálkozás, mitizált elvárás a lehetőségeket illetően. Ez az attitűd a köszöntő szövegekben is tetten érhető:

„Félretéve az információs szupersztráda eposzi dicséretét, csupán a kapcsolatfelvétel okozta örömünknek szeretnénk hangot adni.”¹⁵

„Szeretettel üdvözljük Önt abból az alkalomból, hogy az információs szupersztrádán találkozunk.”¹⁶

„...mindenekelőtt köszöntöm azokat, akiknek az életrendjébe beletartozik az internetes közlemények olvasása és ennek a sajátos műfajnak a gyakorlása.”¹⁷

12 Vö. Dányi 2002; Kiss–Boda 2005; Norris 2001.

13 Merkovity 2010.

14 Kiss–Boda 2005, 34–36

15 Az 1996-ban publikált webhely elérhető az alábbi linken: <http://web.archive.org/web/19961219010958/http://www.fidesz.hu/> (letöltve: 2022. április 12.).

16 Az MDF honlapja 1998-ból az alábbi honlapon érhető el: <http://web.archive.org/web/19980707222726/http://www.mdf.hu/> (letöltve: 2022. április 2.).

17 FKgP 2001-ben használt honlapja elérhető a következő linken: <http://web.archive.org/web/20010302181542/www.fkgp.hu/elnok.html> (letöltve: 2022. április 10.).

A kapcsolatfelvétel és a találkozás szavak szerepelnek ugyan, de valójában – a korabeli trendekhez igazodva – minimális véleménynyilvánítási lehetőséget kínáltak a pártok. Egyik kivétel a Fidesz honlapján megtalálható kérdezz-felelek, fórum és olvasók írják menüpontok. A levelezőlistát azonban már a legtöbb párt alkalmazza. Annak nyomát csak elvétve találni, hogy az 1998-as kampány motorjává kívánták volna tenni a honlapokat.

A folyamatban a 2002-es választások hoznak fordulatot. Az országgyűlési választásokra a 144 bejegyzett pártból 23-nak volt hivatalos honlapja, míg a parlamentbe kerülő pártok közül az összesnek.¹⁸ A legtöbb párt megújította a honlapját, és online közvetítésekre is alkalmassá tette. Pártkongresszusokat és más hivatalos eseményeket közvetítettek ezeken az oldalakon keresztül.¹⁹ Tartalmukban a webhelyek hasonlóbakká váltak abban az értelemben, hogy a pártok által közölt hírek egyre fontosabb szerepet töltek be. Kinézetben a pártok színvilága dominált, aminek következtében könnyebben beazonosíthatók voltak. A linkajánlók között megjelentek a pártok által további böngészésre kínált internetes oldalak.²⁰ Újdonság az SZDSZ NetPárt nevű formációja, aminek használatával például a világhálón keresztül is be lehetett lépni a pártba.²¹ Ugyanez a párt indította el a Poligocsi játékot, amivel a korban népszerű Tamagocsi mintájára irányítható volt egy politikus sorsa. A hírek fontos helyet foglaltak el a Fidesz és az MSZP oldalain.²²

A kor honlapjainak felhasználásával elkészült a funkcióelemzési index,²³ amely a párthonlapok informatív és interaktív funkcióit vizsgálta. A kutatás arra következtetésre jutott, hogy a magyar pártok mindegyikén több volt az információs elem, mint az interakciós. A belső arányok változók, de az MDF, az MSZP és az SZDSZ honlapjain több interaktív

18 Dányi 2002, 23.

19 Dányi 2003, 54–55

20 Tipikusan ilyen az MDF honlapja 2002-ben: <http://web.archive.org/web/20020525021328/http://www.mdf.hu/> (letöltve: 2022. április 2.).

21 Az SZDSZ 2002-ben használt honlapja az alábbi linken található meg: <http://web.archive.org/web/20020401183406/http://www.szdsz.hu/> (letöltve: 2022. április 10.).

22 A Fidesz és az MSZP 2002-es honlapjai elérhetők: <http://web.archive.org/web/20020118063100/http://www.fidesz.hu/>, <http://web.archive.org/web/20020325212532/http://mszp.hu/> (letöltve: 2022. április 11.).

23 Norris 2001.

elem volt felfedezhető, mint például Fideszén, ahol az információs elemek kerültek túlsúlyba.²⁴

Mégsem a honlapok miatt marad emlékezetes a 2002-es választási kampány, hanem a nagy számban terjesztett SMS-ek miatt. „Az SMS azonban a tényszerű, rövid, mozgósító üzenetek mellett új műfajt is teremtett: a politikai tartalmú rímes versikét, amely a szűkös terjedelem és a nehézkes beírhatóság korlátai között afféle népies műdalként virágzott a választás időszakában.”²⁵ A széles mobilelterjedtség lehetővé tette ugyanis, hogy a legkülönbélebb üzeneteket küldjék egymásnak a választók (és vélhetően a jelöltek a választóknak). Az azóta már nem elérhető OSA Kampányarchívumába 1085 különböző tartalmú üzenet került be, amelyek közül 185 volt az eltérő tartalmú SMS.²⁶ Az archívum e-maileket is gyűjtött. Krekó Péter az e-mailekre koncentrálna lélektani üzeneteket (versengő csoportok paradigmáját kifejtő, önmegnyugtató vagy mobilizáló, riogató vagy félelemkeltő, feszültségoldó, gonosz ellen küzdő) és meggyőzési szándékú üzeneteket („álruhás”, „informáló-tényközlő”) különböztetett meg a kutatásában.²⁷ Mindent egybevetve, az üzenetek szélesebb skálán mozogtak, mint a párthonlapok informatív és interaktív funkciójú kommunikációja, megágyazva ezzel a következő korszak marketingfordulatának, illetve az utolsó korszak „civil” influencereinek.

A közösségi média megjelenése a kampányokban

A 2002-es országgyűlési választás után mind a kutatók, mind a politikusok felismerték, hogy a kampányok az interaktivitás irányába fordulnak. A tömegmédiában, különösen a rádiókban és a hírtelevíziókban megjelentek a betelefonálós közéleti műsorok, de a szórakoztató műsorokból ismert szavazások is műsorelemmé váltak, míg az SMS üzenetek a kampány után is virágoztak, valamint a digitális média is egyre nagyobb kö-

24 A részletes eredményekért lásd: Dányi 2002; Merkovity 2010.

25 Székely 2007, 307.

26 Székely 2007, 311.

27 Krekó 2003, 104–119.

vetőtábort tudhatott magáénak.²⁸ A folyamatnak következményei lettek a politikai kommunikációra nézve, amiket Szabó Gabriella és Kiss Balázs foglalnak össze négy pontban.²⁹ Az egyik ilyen következmény a fragmentálódás, ami levezethető a médiarendszer töredezettségéből. A kereskedelmi csatornák elterjedésével és a közösségi internetezéssel a politikai nyilvánosság újabb színteret kapott. A hírt előállítók és fogyasztók közötti határok elmosódtak, aminek következtében megnehezült a tömegkommunikáció és az interperszonális kommunikáció közötti különbségtétel.³⁰ A posztobjektivitás, mint következmény, eltérő valóságok bemutatását teszi lehetővé a politikai nyilvánosság különböző szegmenseiben. A részérdekek mentén celebrált események sajátos értelmezést kaptak, ami utat engedett a szavazói táborok polarizálásának.³¹ A harmadik következmény, a performatív fordulat a spektakularizáció kiteljesedését jelenti, aminek szerepe lett a mobilizációban, illetve a választók érzelmi becsatornázásában.³² Fontos kiegészítője a politika spektakularizációjának a népszerű énekesekkel és szórakoztatókkal kiegészített kampány, aminek segítségével a hagyományos média figyelmét is fel lehetett kelteni, ezzel további ingyenes médiafelülethez juttatni a kampányokat.³³ A negyedik következmény a popularizálódás, aminek eredményeként megjelentek a celeb-politikusok, akik kiléptek a hírmédia keretei közül és a szórakoztató tartalmak között is megállták a helyüket.³⁴ A korszak két kiemelt szereplője Gyurcsány Ferenc és Orbán Viktor, akik köré kommunikációs paradigma épült, ami egy idő után önálló jelentésekkel töltődött fel.³⁵

A mediatizáció ilyen jellegű erősödése nem hagyta érintetlenül a későbbi politikai kampányokat. A második időszakban, a közösségi média hajnalán hangsúlyeltolódás észlelhető a kampányokban. A honlapokról a blogokra, az akkor még létező iWiW-re és a szárnyait bontogató Facebookra, részben a Twitterre összpontosult a kampánykommunikáció

28 Kapitány–Kapitány 2014, 40.

29 Szabó–Kiss 2012.

30 Szabó–Kiss 2012, 482.

31 Szabó–Kiss 2012, 482–486.

32 Vö. Kapitány–Kapitány 2003; Mihályffy 2005.

33 Szabó–Kiss 2012, 487–488.

34 Szabó–Kiss 2012, 490–491; lásd továbbá: Ceccobelli et al. 2020.

35 Vö. G. Fodor – Kitta 2009.

(lásd: fragmentálódás). Nem kerülhetők meg azonban a párthonlapok. Már a 2004-ben első ízben megrendezett európai parlamenti választások kampányára is készültek a pártok. Külön kiemelendő a Fidesz, amelyik www.szabad-europa.hu címen új honlapot indított. Amíg a régi honlapot a parlamenti frakció híreinek őrizték meg, addig az új honlap kampánycéllal készült. A főoldalon a kampányhoz kapcsolódó hírek jelentek meg (a posztobjektivitás egyik megjelenési formája), kampányeseményekről számoltak be, míg az eseménynaptár tájékoztatást nyújtott a közelgő programokról, letölthetők voltak a párt kampányagai, illetve a jelöltek életrajzai.³⁶ A folyamat folytatódott 2006-ban, amikor megszűnt a kettéosztott honlap, és a „V2006” szlogen alatt a kampánnyal kapcsolatos információk és hírek váltak elérhetővé. Az oldal lehetővé tette az aktivisták jelentkezését, valamint elérhetővé váltak videó- és hanganyagok, amivel a kampány fő üzeneteinek célba juttatását kívánták elérni.³⁷ Másik változás az SZDSZ honlapján volt látható, ahol elindult, majd külön webhelyként elérhetővé vált a www.azenorszagam.hu. Itt egy kérdőív kitöltésével lehetett állást foglalni társadalmi kérdésekben. Ennél is nagyobb sikert ért el Kovács Pisti és a hozzá kapcsolódó Baráti Kör (lásd: performatív fordulat), aki a hivatalos internetes (és a hagyományos) médiakampányból kilépve internetes mémmé vált.³⁸

Az előző bekezdésben taglalt, kiragadott példákhoz képest azonban a párthonlapoknak már kevés szerep jutott a későbbi kampányokban. A 2010-es választási kampány idején újonnan elvégzett funkcióelemzés hat, listát állító pártot érintett (Fidesz, Civil Mozgalom, Jobbik, LMP, MDF, MSZP).³⁹ Az akkori eredmények alátámasztják a fentebb írottakat, miszerint a Fidesz dolgozott a legtöbbit a honlapján. Az informatív és az interaktív funkciók tekintetében is kiemelkedett a mezőnyből. Az MSZP honlapja lényegében stagnált, az MDF-é alig fejlődött, míg az újonnan parlamentbe kerülő pártok, a Jobbik és az LMP erős eredményt mutattak, alig lemaradva a régi pártok mögött. A Civil Mozgalom honlapja azonban messze alulteljesített. E párt kivételével a webhelyek teljesítették az

³⁶ Mihályffy 2006, 86–87.

³⁷ Mihályffy 2007a, 67.

³⁸ Mihályffy 2007b, 88, 93.

³⁹ A 2010-ben elvégzett funkcióelemzési index elemzés részletes eredményit lásd: Merkóvity 2010.

informatív elvárások jó részét, míg az interaktivitás terén nagy fejlődésen estek át. Az újítások között kell említeni, hogy az MSZP kivételével megjelent az oldalakon az adománygyűjtés. Különösen az új pártok éltek ezzel a lehetőséggel. A Jobbik honlapján például a PayPal online fizetési eszközön keresztül lehetett fizetni. Emellett az aktivisták toborzására is nagy hangsúlyt fektettek a pártok. Megállapítható tehát, hogy a korábbi látszat-interaktivitás mellett, amilyen a kérdőív kitöltése, szavazás vagy játék, megjelentek a mérhető aktivitást kívánó szolgáltatások.⁴⁰ Az interaktivitás ilyen módon való jelenlétére nagy hatással volt a 2008-as amerikai elnökválasztásokban látott megoldások átvétele.

Eltekintve a pártoktól, a 2006-os kampánytól kezdődően egyre kiterjedtebben és a párthonlapok kötöttségeit levetkőzve kommunikálnak a jelöltek. Ennek a folyamatnak az egyik úttörője Gyurcsány Ferenc volt, aki a 2006-os kampánytól kezdődően rendszeresen vezetett blogot az MSZP-hez köthető Amőba oldalon. A bloghoz fórum is tartozott, ahol, a valószínűsíthető moderálás miatt, többnyire pozitív visszajelzések voltak olvashatók.⁴¹ A választások után az Amőba elhalt, de a blog folytatódott. 2008-ban pedig Orbán Viktor indította el a videóblogját, ahová hetente töltött fel új anyagokat (lásd: popularizálódás).⁴² A marketingelemben bővelkedő elgondolások (például az online imázsépítés, a direkt marketing, a piacszegmentálás) megjelentek az internetes politikai kommunikációban is.

Feltűnő volt továbbá az iWiW használata a politikában. A 2006 és 2010 körül még milliós látogatottságú oldalt a Jobbik például előszeretettel használta arra 2010-ben, hogy eljuttassa üzeneteit a fiatal szavazóbázisához, amíg a Fidesz például távolsággal kezelte a platformot, csak a helyi szervezeteknek voltak regisztrációik.⁴³ A pártok próbálkoztak a Facebookon is elérni a választóikat, de gyermekbetegségekkel küzdött ez a szándék. Visszatérő hiba volt, hogy rosszul pozicionálták magukat akkor, amikor a szervezeteiket és nem a személyeket állították előtérbe.

A 2002-es SMS-kampány nem múlt el nyomtalanul. A második körszakban a módosított képek (mémek) vették át a rövid szövegek helyét.

40 Merkovity 2010.

41 Kiss 2007a, 37–38.

42 Burján 2010a.

43 Burján 2010b.

Az OSA Kampányarchívumába jóval kevesebb szöveges üzenet érkezett 2006-ban, mindössze 418 darab, amiből 29 volt SMS. Fontos szerepet töltek be a csatolmányal ellátott e-mailek, amelyekből 296 volt, és ezek 676 csatolt fájlt, túlnyomórészt képet tartalmaztak.⁴⁴ A képek jellemzően választásiplakát-paródiák voltak, amelyek szűkebb értelemben vitték tovább a pártok plakátháborúját, tágabb értelemben a belpolitikai eseményekre adtak állampolgári reakciókat.⁴⁵ A trend, ha kisebb intenzitással is, de folytatódott a 2010-es és a későbbi választási kampányokban is.

A felfokozott mediatizáció a populáris kultúra különféle elemeit jelenítette meg a politikai kampányokban a második időszakban, aminek már nem a párthonlapok voltak központi szereplői, hanem az állampolgárok által a hétköznapiakban is használt felületek. Ennek okai között található a kereskedelmi média mindenhatósága és fragmentáltsága a szórakoztatás területén. A politikai szereplők felismerték, hogy a politikai arénán túli világban is sikerrel szállhatnak versenybe mind a tartalmak (például Kovács Pisti), mind a szereplők (például Gyurcsány Ferenc vagy Orbán Viktor), mind pedig a felületek (például iWiW) terén. A politikusok belátták, hogy az előbbieki kiaknázásával új szegmenseket érhetnek el, akikhez korábban nehezen vagy egyáltalán nem jutottak el.⁴⁶ A pártok számára világossá vált, hogy az adatbázisaik révén személyre szabott üzeneteket tudtak továbbítani a választókhoz, ami a posztobjektivitás egy addig nem ismert megvalósításának lehetőségét teremtette meg. Ez lesz az egyik alapja a harmadik időszaknak.

A figyelem megszerzésének, megtartásának és maximalizálásának mítosza

A 2014-es választási kampány idejére a Facebook közösségi oldal válik meghatározó platformmá, aminek a fontossága a későbbi évekre teljesedik ki.⁴⁷ Pusztán egy ciklus alatt, 2014 és 2018 között nőtt a közösségi oldal je-

⁴⁴ Székely 2007, 313.

⁴⁵ Bodoky 2006.

⁴⁶ Kiss–Rigó 2006; Kiss 2007b, 59–60.

⁴⁷ Bene–Farkas 2018; Bene–Somodi 2018.

lentsége a politikai információszerzés terén, ahol egybehangzó kutatási eredmények szerint a felhasználók a saját nézeteiktől eltérő tartalmakkal is szoktak találkozni, de a választók facebookos aktivitása alacsony. 2018-ban mindössze 4–5 százalékuk lájkolt vagy osztott meg politikai tartalmú bejegyzést.⁴⁸ A közösségi oldalakba kódolt (ön-)perszonalizáció csupán egyik végterméke annak a folyamatnak, hogy a médialogika hálózati logikává változik, ahol – az előző időszakban tapasztalt professzionális újságírás és interperszonális kommunikáció közötti határok elmosódása után – a tartalom forrása esetlegessé válik. Ugyanolyan eséllyel válhat virálissá egy újságíró tollából született cikk, ahogyan egy állampolgártól vagy politikustól származó üzenet. A figyelemmaximalizálás mint közös szándék tesz egyenlőséget a különféle forrásból eredő kommunikáció közé. A közösségi média felhasználói tehát nem hasonlíthatók a hagyományos tömegmédia közönségéhez. Információáradat létezik, amely verseng a felhasználók figyelméért és a megosztásokért, megteremtve a hálózati logikát.⁴⁹ Ilyen körülmények között láthatóbbak lesznek a negatív, a politikai ellenfelet támadó üzenetek.⁵⁰ A negatív politikai tartalmak mindig is részei voltak a magyar politikai kampányoknak, különösen az 1998-as és a 2002-es kampányoktól kezdve nő meg a szerepük.⁵¹ Továbbá segíti a figyelemért folytatott küzdelmet az, hogy a politikusok interakciókat generáló képessége jóval meghaladja a nem politikusokét, ami nem azt jelenti, hogy a politikusok kétirányú csatornaként használják a közösségi oldalakat, hanem azt, hogy láthatóságot szeretnének szerezni.⁵² A politikusok üzeneteire hangsúlyt fordít a tömegmédia, így egy Facebookon közzétett tartalom jó eséllyel nagyobb teret kap.⁵³ A szakértők, értelmiségiek bejegyzéseire kevesebb reakció születik.⁵⁴

A hálózati logika, a perszonalizáció magas foka és a figyelemért folytatott küzdelem meghatározói a harmadik időszak online kampányainak. Ezeket egészíti ki a választási rendszerből fakadó egyéni választókerületek

48 Mérték 2018, 52; Hann et al. 2020, 38–39.

49 Klinger–Svensson 2015, 1247–51.

50 Bene 2017, 34.

51 Kapitány–Kapitány 2003; Nábelek 2014; Tóth 2002.

52 Csiby 2021, 75–78; Merkovity 2016, 129; Merkovity 2018, 44–45.

53 A jelenséget részletesen Andrew Chadwick fejti ki a hibrid médiakörnyezetről írt művében: Chadwick 2017.

54 Mihályffy et al. 2016, 90.

fontossága, ami maga után vonja az inkumbens jelöltek személyközpontú kampányát.⁵⁵ Felfedezhető továbbá, hogy megjelenik négy olyan trend, amelyek mentén részleteiben is magyarázhatók a folyamatok.⁵⁶ Az első a minimális hatások új kora, amely a médiahatások új keletű, a közösségi média hálózataira illesztett hatásmechanizmusairól szól. A jelentősége abban rejlik, hogy a különféle közösségi hálózatok a közös (politikai) ízlés mentén szerveződnek, ami megkérdőjelezi a meggyőzés sikerességét. Hiszen, ha a politikussal azonos ízlésű közösséget szeretne meggyőzni valaki, akkor nem lehet sikerességről beszélni, mivel a véleményazonosságból fakadóan eleve hasonló beállítódásúak meggyőzendők. Az információbőség azonban jó eséllyel diverzifikált mikroközösségeket hoz létre, emiatt szükséges a politikus számára, hogy a lehető legtöbb közösséget próbálja elérni. A personalizált üzenetek és a vizuális elemek hangsúlyozása segíti az elérés hatékonyságát. A politikusok megjelennek a kimondottan ilyen tartalmak továbbítására szakosodott oldalakon, például az Instagramon. Egy kutatás arra az eredményre jutott, hogy a politikusok nagy általánosságban az esetek 50 százalékban saját maguk által készített fotókat töltenek fel a Facebookon, amíg az Instagramon tízből kilencszer találunk saját fényképet, ami jelzi a perszonalizáció magas fokát.⁵⁷

A következő trend, folytatva a második korszakban elkezdődött folyamatot, a posztobjektivitás, aminek következtében a politikusi üzenetküldés stratégiai célokkal párosul, mint amilyen a saját értelmezések népszerűvé tétele, még akkor is, ha az nem fedí a teljes valóságot. Az objektivitás relativizálódik, amit erősít az, hogy a professzionális média is előre csomagolt híreket közöl. A politikusi és a professzionális média kommunikációja összefonódik, ami felülről vezérelt viralizációt indít el. A politikai kommunikáció „az állampolgári kommunikáció sajátosságaihoz igazodik, mivel az állampolgárok reakciói képesek a politikai szereplők üzeneteit széles választói rétegekhez eljuttatni a közösségi oldalakon”.⁵⁸

A harmadik trend a populáris kultúra termékeinek és hatásainak megjelenése a politikusok közösségimédia-oldalain. Ez a folyamat jelenthet stílust, képi világot, de akár kvázi influencer attitűdöt is, ahogyan – sok-

55 Papp 2013, 43–44.

56 Merkovity 2018, 101–118.

57 Farkas–Bene 2021, 134.

58 Bene 2021, 116.

kal tradicionálisabb értelemben – a népszerű személyek megjelenését a kampányban. Ez utóbbira több példát is találunk a 2022-es választási kampányban. Az egyik ilyen a kampányfinis felkapott története volt, amikor Orbán Viktor Kis Grófóval, azaz Kozák László előadóval készített közös „szelfit”.⁵⁹ Az ilyen eseményeken túl is szembeötlő azonban, hogy a perszonalizációt erősítő önmediatizációs folyamatok erősödtek meg a Facebook, az Instagram és újabban a TikTok platformok politikai kampányokban való megjelenésével. Nemcsak a politikusok vannak itt jelen, hanem a politikusok narratíváját hangoztató – és valószínűsíthetően a politikai szférából kapott támogatások révén – a politikai influencerek is. A 2022-es kampányban pusztán a Facebookon hárommilliárd forint hirdetési pénzt költöttek a pártok és jelöltek mellett az influencerek és a média egyes képviselőinek jelenlétére, az üzeneteik terjesztésére.⁶⁰

A negyedik trend a populista politikai kommunikáció aranykora. Az Európa- és világszerte ismert demagóg populizmus egyik jellemzője, hogy egyszerű üzenetekkel képes magas számú aktivitást elérni a közösségi oldalakon. Nincsen ez másképp Magyarországon sem, különösen kampányidőszakokban. A túlkínálat ellenére a követők lájkolják, megosztják és kommentálják azokat a kampánytartalmakat, amelyekhez könnyen kapcsolódnak a választók. Ugyanakkor az offline aktivitások promotálására már kevésbé lehet mobilizálni a választókat, ami mutatja az ilyenfajta politikai kommunikáció korlátait.⁶¹ A negyedik trend világít rá arra, hogy a korszak *figyelemalapú politikai kommunikáción* nyugvó stratégiája nem mindenható, de a közösségi oldalak, különösen a Facebook használatával a pártok olyan választókat tudnak megszólítani, akiket korábban nem voltak képesek elérni. Ilyen értelemben a közösségi média kampányhasználatát semmiben sem tér el a televízió kampányokbeli használatától, hiszen a maga idejében a tévé volt az a médium, amelyik a kor technikai adottságait tekintve maximalizálta a politikusok elérését.

⁵⁹ HVG 2022.

⁶⁰ Hanula 2022.

⁶¹ Bene 2021, 117; nemzetközi összehasonlító kutatás révén hasonló megállapításra jutnak Diego Ceccobelli és kutatótársai is: Ceccobelli et al. 2020.

Az online kampányok három időszaka

A magyar választási kampánykommunikáció látványos fejlődése az online térben jórészt az interneten végbement felhasználói szokások változásainak köszönhető. Jelen tanulmány kizárólag a kampányokra koncentrált, nem a társadalmi kommunikáció szélesebb változásaira, mégis, e szűk megközelítéssel is három időszak különböztethető meg. Az első, kezdeti időszakban a párthonlapok játszottak fontos szerepet a kampányokban. Alapvető célként fogalmazható meg a kommunikációs környezet megismerése és a választókkal való kapcsolatfelvétel az online térben. A kampányokat a hagyományos médiakörnyezethez igazított médialogika határozta meg, de egyes egyedi megoldások (például az SMS-kampány 2002-ben és részben 2006-ban) már jelezték egy újfajta logika szükségességét. A párthonlapokon a mediatizáció tetten érhető, de jelentősége csekély.

A második, átmeneti időszakban a párthonlapok mellett megjelentek a közösségi oldalak és egyéb közösségépítő megoldások (például blogok, iWiW, Facebook). A kapcsolatfelvétel helyett a saját üzenetek célközönséghez történő eljuttatása vált fontossá. A médialogika mellett egyre hangsúlyosabb a hálózati logika jelenléte, amit alátámaszt a módosított plakátok nagy számban való víruszerű terjedése. A mediatizált kommunikáció készséggé vált, megerősödött a perszonalizáció. Ez utóbbi mozzanatok példái között található Gyurcsány Ferenc blogja, vagy valamivel később Orbán Viktor videóblogja, valamint a politikusok növekvő számban megjelenő személyes oldalai.

A harmadik, kiforrott időszakban a párthonlapok kiemelt helyét átvették a közösségi oldalak. Ezek közül is kiemelendő a Facebook, de megtaláljuk az Instagramot és a TikTOKot is. A cél az események saját vagy párt által értelmezett olvasatának hatékony terjesztése lájkok, hozzászólások vagy megosztások révén. A kommunikációs folyamat a hálózati logika mentén zajlik, ahol az önmediatizáció és önperszonalizáció jelenségei érzékelhetők, hiszen a hagyományos média és a médialogika valamelyest háttérbe szorul.

1. táblázat: A magyar online kampánykommunikáció három időszakának főbb jellemzői

	<i>Kezdeti időszak</i>	<i>Átmeneti időszak</i>	<i>Kiforrott időszak</i>
<i>Jellemző évek</i>	<i>1996–2006</i>	<i>2006–2014</i>	<i>2014–</i>
Az online kampány hangsúlya	párthonlapok	párthonlapok és részben a közösségi oldalak	Facebook és más közösségi oldalak (Instagram, TikTok)
Egyedi megoldások	SMS-kampány	plakátok módosítása (mémek)	influencerek bevonása/influencerré válás
Cél	kapcsolatfelvétel	üzenetek célba juttatása	saját vagy párt narratíva terjesztése
Az online kampányt befolyásoló logika	a hagyományos médiától elszakadó médialogika	átmenet a két kor logikája között	hálózati logika
A mediatisációban beálló változások	online mediatisáció kezdetei	mediatisáció magas foka, perszonalizáció	mediatisáció és perszonalizáció magas foka
A politikai kommunikáció jellege	poszt-médiaháborút jellemző politikai kommunikáció	politikaimarketing-jellemzőkkel kiegészített politikai kommunikáció	figyelemalapú politikai kommunikáció

A magyar online kampánykommunikáció három időszakát bemutató táblázatból kitűnik, hogy a kilencvenes években zajlott médiaháború és az internet lassú lakossági terjedésével egy időben történtek az első próbálkozások. A 2006-os választási kampányban még érezhető volt a korábbi párthonlapalapú szemlélet, de már jelen voltak a közösségi oldalak. Az online politikai marketing kiegészíti a politikai kommunikációt. A 2010-es évek közepétől egyértelműen a Facebook előretörését láthatjuk. A politikai kommunikáció „feloldódik” a társadalmi kommunikációban, a politikai ellenfelek mellett az influencerként jelen levő, nem politikai szereplőkkel is meg kell küzdeni a választók szűkös figyelméért, ami a figyelemalapú politikai kommunikációt teremti meg.⁶²

Befejezés

A tanulmány arra vállalkozott, hogy a magyar online kampánykommunikáció fejlődését tekintse át. Azt a tanulási folyamatot lehet érzékelni, ahogyan a pártok és a jelöltek eljutottak a párthonlapoktól a közösségi oldalakig. A választott perspektíva nem veszi vizsgálat alá a kampányok általános fejlődését, professzionalizálódását vagy a médiarendszer többszöri átalakulását az országos kereskedelmi műsorszórók megjelenésétől az új médiatörvény nyomán kialakuló helyzetig. Továbbá, az állampolgárok médiafogyasztási és mindennapi kommunikációs szokásai sem képezték hangsúlyos részét az elemzésnek. Emiatt a kilencvenes évek közepétől napjainkig megállapított három időszakot érdemes lehet több változó együttes vizsgálatával megismételni, amire a tanulmányban kialakított keretek ezúttal nem adtak lehetőséget. A választók kommunikációs szokásaiban felfedezhető változások valószínűsíthetően sokkal kifejezőbben mutatnák be a politikai trendekben beálló módosulásokat. További vizsgálati szempont lehet az is, ha a magyar mellett a tágabb régió online kampánykommunikációjának elemzését is el lehetne végezni. Egy ilyen kutatás rávilágítana arra, hogy mennyiben feleltethetők meg a magyar online kampányok más országokban tapasztalható megoldásoknak, és a trendek tekintetében hol tartanak a környező államok kampányai. Egy ilyen munkából kitűnne, hogy milyen fejlődési irányok prognosztizálhatók. Az itt bemutatott jellegzetességek és érvek nyomán csupán azt lehet megállapítani, hogy a hálózati logika megerősödésével, valamint a mediatizáció és perszonalizáció fokozódásával elérkezett a figyelemalapú politikai kommunikáció időszaka a magyar kampányokban, ami várhatóan tovább erősödik a 2022 utáni kampányokban.

Irodalom

- Bene Márton 2017: Megosztó politikusok: Virális tartalmak a képviselőjelöltek Facebook-oldalain a 2014-es kampányban. *Médiakutató*, 18. évfolyam, 4, 21–38.
- Bene Márton 2021: Mi a téma? Politikai témák és felhasználói reakciók szövegbányászati vizsgálata a 2018-as országgyűlési kampány politikusi Facebook-oldalain. *Metszetek*, 10. évfolyam, 3, 94–123.

- Bene Márton – Farkas Xénia 2018: Kövess, Reagálj, Oszd Meg! A közösségi média a 2018-as országgyűlési választási kampányban. In Böcskei Balázs – Szabó Andrea (szerk.) *Várákosok és Valóságok. Parlamenti Választás 2018*. Budapest, Napvilág Kiadó – MTA TK PTI, 410–437.
- Bene Márton – Somodi Dániel 2018: „Mintha lenne saját médiánk...”: A kis pártok és a közösségi média. *Médiakutató*, 19. évfolyam, 2, 7–20.
- Bodoky Tamás 2006: Többet retusálunk, mint négy éve: Választási kampányplakátok az interneten. *Médiakutató*, 7. évfolyam, 2, 7–31.
- Burján András 2010a: Internetes politikai kampány. *Médiakutató*, 11. évfolyam, 3, 93–103.
- Burján András 2010b: Internetes politikai kampány 2. *Médiakutató*, 11. évfolyam, 4, 37–50.
- Ceccobelli, Diego – Quaranta, Mario – Valeriani, Augusto 2020: Citizens' Engagement with Polarization and with Populist Actors on Facebook: A Study on 52 Leaders in 18 Western Democracies. *European Journal of Communication*, volume 35, 5, 435–452.
- Chadwick, Andrew 2017: *The Hybrid Media System: Politics and Power (Second Edition)*. New York, Oxford University Press.
- Csiby Fruzsina 2021: Politikai kommunikáció a közösségi média korában. *Acta Universitatis Szegediensis: Forum: Publicationes discipulorum iurisprudentiae*, 3. évfolyam, 63–91.
- Dányi Endre 2002: A faliújság visszaszól. Politikai kommunikáció és kampány az interneten. *Médiakutató*, 3. évfolyam, 7, 23–36.
- Dányi Endre 2003: Posztmodern kampánytechnikák és az ellenőrzés válsága. In Sárközy Erika – Schleicher Nóra (szerk.) *Kampánykommunikáció*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 41–64.
- Farkas, Xénia – Bene, Márton 2021: Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *The International Journal of Press/Politics*, 26. évfolyam, 1, 119–142.
- G. Fodor Gábor – Kitta Gergely 2009: Kommunikációs paradigma, avagy a kormányzás uralkodó beszédmódja. *Politikatudományi Szemle*, volume 18, 1, 97–116.
- Hann Endre – Megyeri Klára – Polyák Gábor – Urbán Ágnes 2020: *Megfertőzött médiarendszer: A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon 2020*. Budapest, Friedrich Ebert Stiftung.
- Hanula Zsolt 2022: Kampány a Facebookon: 50 nap, 3 milliárd forint. *Telex.hu*, 2022. április 8. <https://telex.hu/belfold/2022/04/08/kampany-a-facebookon-50-nap-3-milliard-forint> (letöltve: 2022. április 10.).
- Hosszú Hortenzia 2002: A választási kampányok változásai. *Politikatudományi Szemle*, 11. évfolyam, 1–2, 157–176.
- HVG 2022: „Speciálba” – Orbán Viktor Kis Grófóval szelfizett a Karmelita teraszán. *Hvg.hu*, 2022. március 31. https://hvg.hu/itthon/20220331_Specialba__Orban_Viktor_Kis_Grofoval_szelfizett_a_Karmelita_teraszan (letöltve: 2022. április 8.).
- Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor 2003: *Értékválasztás 2002*. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó.
- Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor 2014: *Értékválasztás 2014: A 2014-es választási kampány vizuális üzeneteinek szimbolikus és értékvonatkozásai*. Budapest, MTA TK Politikatudományi Intézet.
- Kéri László 2005: Média, politika, pártok. *Politikatudományi Szemle*, 14. évfolyam, 1, 84–85.
- Kiss Balázs 2007a: A nagy ígéret: Az MSZP kampánya. In Kiss Balázs – Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (szerk.) *Tükörjáték: A 2006-os országgyűlési kampány elemzése*. Budapest, LHarmattan Kiadó, 24–48.
- Kiss Balázs 2007b: Politikai marketing és a média. In Bajomi-Lázár Péter – Kotroczó Róbert – Sükösd Miklós (szerk.) *Kiegyensúlyozottság és kampány a médiában*. Budapest, LHarmattan Kiadó, 47–61.
- Kiss Balázs – Boda Zsolt 2005: *Politika az interneten*. Budapest, Századvég Kiadó.

- Kiss Balázs – Rigó Ágnes 2006: Politikai celebritások Magyarországon: Gyurcsány Ferenc és Orbán Viktor kommunikációja 2005-ben. In Sándor Péter – Vass László – Tolnai Ágnes (szerk.) *Magyarország politikai évkönyve 2005-ről*. Budapest, Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány (DKMKA), 349–370.
- Kiss Balázs – Szabó Gabriella 2015: Politikai kommunikáció. In Körösesy András (szerk.) *A magyar politikai rendszer: Negyedszázad után*. Budapest, Osiris – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet, 333–353.
- Klinger, Ulrike – Svensson, Jakob (2015): The Emergence of Network Media Logic in Political Communication: A Theoretical Approach. *New Media & Society*, volume 17, 8, 1241–1257.
- Krekó Péter 2003: Politikai tartalmú e-mailek az országgyűlési választások idején. *Jel-Kép*, 2003. évfolyam, 2, 101–121.
- M. M. 1998: Négy éve a Fidesz költötte a legtöbbet: Kevés a képviselőnkénti egymillió. *Világgazdaság*, 1998. február 12., 8.
- Mazzoleni, Gianpietro 2003: Political Communication and Television: Between Old and New Influences. In Maarek, Philippe J. – Wolfsfeld, Gadi (eds.) *Political Communication in a New Era: A cross-national perspective*. London, Routledge, 32–40.
- Merkovity Norbert 2010: Párthonlapok az országgyűlési választások idején. *Médiakutató*, 11. évfolyam, 3, 83–92.
- Merkovity Norbert 2016: Az önmediatizáció jelensége az online politikai kommunikációban. *Politikatudományi Szemle*, 25. évfolyam, 2, 111–132.
- Merkovity Norbert 2018: *A figyelemalapú politika a közösségi média korában: A politikai kommunikáció lehetséges értelmezése napjainkban*. Budapest, Médiatudományi Intézet.
- Mérték Médiaelemző Műhely 2018: A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon: Trendek, 2015–18. *Mérték Médiaelemző Műhely*, november. https://mertek.eu/wp-content/uploads/2018/11/A_politikai_tajekozodas_forrasai_Magyarorszagon_2018.pdf (letöltve: 2022. április 26.).
- Mihályffy, Zsuzsanna 2005: *New Elements of Hungarian Political Campaigns*. Budapest, MTA PTI Műhelytanulmányok.
- Mihályffy Zsuzsanna 2006: Átszervezés, adatbázis, teszttüzem: A Fidesz 2004-es európai parlamenti választási kampánya. In Kiss Balázs (szerk.) *Távolabb a médiától! Politikai kampányok Magyarországon 2004-ben*. Budapest, L'Harmattan Kiadó, 72–94.
- Mihályffy Zsuzsanna 2007a: Kampány az n-ediken, avagy a több kevesebb? A Fidesz kampánya. In Kiss Balázs – Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (szerk.) *Tükörjáték: A 2006-os országgyűlési kampány elemzése*. Budapest, L'Harmattan Kiadó, 49–74.
- Mihályffy Zsuzsanna 2007b: Kovács Pisti beszél. Az SZDSZ kampánya. In Kiss Balázs – Mihályffy Zsuzsanna – Szabó Gabriella (szerk.) *Tükörjáték: A 2006-os országgyűlési kampány elemzése*. Budapest, L'Harmattan Kiadó, 75–97.
- Mihályffy Zsuzsanna – Bene Márton – Nábelek Fruzsina 2016: Hálózatelemzés és kampánykutatás. *Politikatudományi Szemle*, 25. évfolyam, 1, 74–97.
- Nábelek Fruzsina 2014: Negatív kampány a pártok közvetlen kommunikációjában Magyarországon. *Politikatudományi Szemle*, 23. évfolyam, 4, 92–114.
- Norris, Pippa 2000: *A Virtuous Circle*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Norris, Pippa 2001: *Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet in Democratic Societies*. New York, Cambridge University Press.
- Papp Zsófia 2013: Kampány-perszonalizáció Magyarországon a képviselők szemével: Személyes választókerület-központúság pártközpontú választási rendszerekben. *Politikatudományi Szemle*, 22. évfolyam, 4, 37–56.

- Robinson, Michael J. 1975: American Political Legitimacy in an Era of Electronic Journalism: Reflections on the Evening News: New Approaches to TV Criticism. In Cater, Douglas – Adler, Richard (eds.) *Television as a Social Force*. New York, Praeger, 97–139.
- Robinson, Michael J. 1976: Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of “The Selling of the Pentagon”. *American Political Science Review*, volume 70, 409–432.
- Stumpf István 1998: Választási kampány, média, kampányfinanszírozás. *Társadalmi Szemle, 53. évfolyam*, 5, 3–20.
- Szabó, Gabriella – Kiss, Balázs 2012: Trends in Political Communication in Hungary: A Post-communist Experience Twenty Years after the Fall of Dictatorship. *The International Journal of Press/Politics*, volume 17, 4, 480–496.
- Székely Iván 2007: Elektronikus kampánylevél-archívum: A hálózatelemzés lehetőségei. In Róka Jolán (szerk.) *Annales Tomus I.: Academia Budapestiensis Communicationis et Negotii*. Budapest, Budapesti Kommunikációs Főiskola, 307–316.
- Tóth Andrea 2002: A negatív kampány szerepe a parlamenti választási kampányokban 1990–1998. In Bayer József (szerk.) *Politika és társadalom*. Budapest, MTA Politikatudományok Intézete, 267–281.
- Vedel, Thierry 2003: Political Communication in the Age of the Internet. In Maarek, Philippe J. – Wolfsfeld, Gadi (eds.) *Political Communication in a New Era: A Cross-National Perspective*. London, Routledge, 41–59.

BENE MÁRTON – FARKAS XÉNIA

Ki mint vet, úgy arat? A 2022-es választási kampány a közösségi médiában¹

Absztrakt

A tanulmány célja, hogy *átfogó képet* nyújtson a 2022-es választások közösségi médiában zajló kampányáról. Áttekinti, hogy a különböző platformokon a különböző dimenziókban (aktivitás, követők száma, interakciók) a kormányoldal és az ellenzéki szereplők között hogyan alakultak az erőviszonyok kitérve a politikusok, helyi politikusok, véleményvezérek, médiumok és egyéb politikai oldalak aktivitására. A korábbi kutatások eredményeire támaszkodva azt is bemutatja, hogy milyen változások mentek végbe a korábbi kampányokhoz képest. Az eredmények szerint az ellenzékhez kötődő oldalak minden szereplőtípusnál több megosztás kiváltására képesek, míg a kormánypártokhoz kapcsolódó oldalak a reakciók kiváltásában szerepelnek általában jobban. A politikusok esetében is ez a kettősség figyelhető meg: a kormánypárti jelöltek aktívabbak, több reakciót is váltanak ki, de az ellenzékiek sikeresebbek a megosztások terén. A többi szereplőtípusnál az látszik, hogy a helyi politikusok, a médiumok és az egyéb politikai oldalak Facebook-tevékenységénél is inkább ellenzéki fölény érzékelhető, a véleményvezéreknél viszont a reakciók tekintetében, illetve a hirdetési szférában jelentős kormánypárti dominancia mutatkozik meg.

Kulcsszavak: közösségi média, kampány, Facebook, Instagram, TikTok, Megafon

Abstract

The study aims at yielding a *comprehensive overview* about the social media campaign of the 2022 Hungarian general election. It closely examines the performance of pro- and anti-government actors, including candidates, local politicians, opinion leaders, media outlets and other political pages, in different dimensions (activity, followers, engagement metrics) on different social media platforms. Drawing upon findings on previous campaigns, shifts from earlier patterns are also discussed. Findings show that pages related to anti-government actors provoke more shares in case of each actor type, while pro-government actors are generally more successful in triggering reactions. This duality can be observed in case of politicians as well:

¹ A tanulmány az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-21-5 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alaphól finanszírozott szakmai támogatásával (ÚNKP-21-5-ELTE-1094), illetve a „Hálózatos lokalitás: A közösségi média helyi politikában játszott szerepének vizsgálata” (OTKA-135189) kutatás támogatásával készült.

Fidesz-politicians are usually more active and reacted by followers, but opposition candidates can obtain more shares. Regarding other page types, anti-government dominance is demonstrated in the Facebook performance of local politicians, media outlets and other political pages, while significant government dominance is registered in case of opinion leaders regarding reactions and in the advertising sphere.

Keywords: social media, campaign, Facebook, Instagram, TikTok, Megafon

A közösségi médiában zajló politikai kampány összetett jelenség: számtalan aktor sokféle platformon tartalmak sokaságával tesz erőfeszítéseket azért, hogy politikai üzeneteivel közvetlen vagy közvetett módon elérje a közösségi oldalakat használó választópolgárokat. Tanulmányunk célja e nehezen átlátható terep minél részletesebb feltérképezése a politikai erőviszonyok szempontjából. Arra vagyunk kíváncsiak, hogy a különböző politikai közösségek egymáshoz képest milyen teljesítményt nyújtottak a különböző politikai oldalakon, illetve hogy a 2018-as kampánnyal összehasonlítva milyen változások dokumentálhatóak a közösségi médiában zajló kampányban.

A magyar közéleti és akadémiai diskurzusoknak régóta központi témája, hogy hogyan alakulnak a politikai erőviszonyok a politikai nyilvánosságban: az állampolgárok politikai tájékozódását meghatározó kommunikációs felületek politikai irányultságaiban megfigyelhető vélt vagy valós egyenlőtlenségek a rendszerváltás óta kiterjedt viták tárgyát képezik.² Ezek a viták elsősorban a láthatóság-hallhatóság dimenziói körül forognak: az egyes politikai erők üzenetei a választópolgárok mekkora részét képesek elérni, az állampolgárok politikai tájékozódását mennyiben képesek meghatározni. A médiatér 2010 óta folyamatosan zajló átalakulása még inkább felerősítette ezeket a disputákat. Sokan érvelnek amellett, hogy a kormányoldal jelentős fölénybe került, és a kiterjedt és centralizáltan működtetett kormánypártokhoz kötődő mediakonglomerátum sokkal több választóhoz ér el, mint a kormányoldallal kritikus médiatermékek.³ Mások szerint azonban a kormánypárti médiafölény léte vitatható, különösen akkor, ha nemcsak a médiatermékek számára, hanem az elért közönség empirikusan nehezen felmérhető méretére is fókuszálunk.⁴

² Bajomi-Lázár 2001.

³ Polyák-Urbán 2016; Bajomi-Lázár 2020.

⁴ Kiss-Szabó 2019.

Miközben a vita elsősorban a professzionális hírmédiaszféra átalakulását próbálja értelmezni, a képet tovább bonyolítja, hogy az állampolgárok meghatározó részének politikai tájékozódásában nem, vagy nem csak ezek a médiatermékek játszanak szerepet. A magyar állampolgárok politikai informálódása nemzetközi összehasonlításban is nagymértékben támaszkodik a közösségi oldalakra,⁵ ezeken a terepeken a fentiekben jelzett okok miatt azonban jóval nehezebb megállapítani, hogy mely politikai erőcsoportok hangja erősebb. Ennek feltárása nélkül azonban csak részleges képünk lehet arról, hogy a nyilvánosság csatornáin a különböző politikai oldalak közötti erőviszonyok hogyan alakulnak.⁶

A 2018-as kampányt követően már megkíséreltünk válaszolni erre a kérdésre azáltal, hogy a nagyobb politikai közösségek közösségimédia-aktivitását több fronton is elemeztük a láthatóságukat meghatározó tényezők tekintetében. Akkor az intézményes politikai szereplők esetében azt találtuk, hogy miközben a követők számában kiegyenlített a kép, a kormánypárti politikai szereplők sikeresebbek a reakciók, míg az ellenzékiek a megosztások kiváltásában. A médiatermékek facebookos jelenlétében azonban egyértelmű és jelentős ellenzéki fölény mutatkozott meg, míg az egyéb politikai oldalaknál az ellenzéki oldalak több követővel, a kormánypárti oldalak viszont több reakcióval bírtak. A 2019-es európai parlamenti és önkormányzati kampányok elemzéséből az derült ki, hogy az ellenzéki oldalak hirdetésekre jóval többet költenek, mint a kormányoldallal szimpatizáló oldalak.⁷ Ezek az eredmények azt mutatják, hogy a Facebookon az elmúlt években korántsem beszélhetünk egyértelmű kormánypárti fölényről, számos dimenzióban az ellenzéki hangok dominálnak. Korábban ez még inkább így volt, a politikusok szintjén a 2014-es kampányt egyértelműen ellenzéki erőfölény jellemezte a Facebookon.⁸ Ugyanakkor a 2019-es önkormányzati választás óta a kormánypártok érezhetően a közösségi média felé fordultak, és láthatóan nagyobb erőfeszítéseket tesznek az itteni jelenlétük fokozása érdekében. Ezért fontos megvizsgálni, hogy az elmúlt kampányokhoz képest milyen változások mentek végbe a közösségi médiában zajló kampány erőviszonyaiban. Ku-

5 Newman et al. 2021.

6 Kiss–Szabó 2019; Polyák et al. 2019.

7 Bene et al. 2021.

8 Bene 2020.

tatásunk tehát két fő kérdésre keresi a választ: egyrészt megvizsgáljuk, hogyan alakulnak a főbb politikai blokkok közötti erőviszonyok a láthatóságot meghatározó főbb dimenziókban (posztok száma, követők száma, reakciók száma, hirdetési aktivitás) a különböző szereplőtípusok között; másrészt arra fókuszálunk, hogy milyen változások érzékelhetőek a közösségimédia-kampányban 2018-hoz képest.

Az eredmények azt mutatják, hogy a politikai Facebook-jelenlét 2018-hoz képest jelentősen bővült a posztok, a követők és a reakciók számát tekintve egyaránt. A növekedés az Instagram vonatkozásában is számottevő, továbbá a TikTok is bekerült a meghatározó kampánycsatornák közé. A politikai erőviszonyok terén a Fidesz és az ellenzéki összefogás minden tekintetben és minden felületen felülmúlja a Mi Hazánk és az MKKP politikusait. A két nagy politikai blokk közötti erőviszonyok azonban szereplőtípusonként és láthatósági dimenzióként eltérőek.

Kampány a közösségi médiában: láthatóság és aktorok

A közösségimédia-teljesítmény sokféle módon konceptualizálható fogalom, de ebben a kutatásban ezt nem tartalmi alapon, hanem a médiafőlény-vitához kapcsolódóan a láthatóságot meghatározó dimenziók terén elért teljesítmény fogalmában határozzuk meg. A kampányolásban érdekelt szereplők elsődleges célja eljuttatni üzeneteiket a választókhoz, ez pedig nem egyszerű feladat abban a kaotikus információs környezetben, ahol aktorok sokasága küzd ugyanazon felhasználói réteg figyelméért. A legtöbb közösségimédia-platformon az elérésnek három formáját különböztethetjük meg, amelyeket eltérő, de egymással gyakran összefüggő tevékenységek segíthetnek elő:⁹ közvetlen elérés, reakciókon keresztül elérés és fizetett elérés. Közvetlen elérésről akkor beszélhetünk, amikor az adott oldal tartalmaival azokat a felhasználókat éri el, akik előzetesen kifejezték igényüket az oldal tartalmaira azáltal, hogy követni kezdték azt. Az oldal által közzétett tartalmak alapvetően a követőket érik el

⁹ Kruschinski–Bene 2022.

közvetlenül, bár a legtöbb platformon nekik is csak egy részüket, hiszen a felhasználók elé kerülő tartalmakat a platformok algoritmusai a tartalom érzékelt relevanciája szerint szűrik.¹⁰ Mindazonáltal a közvetlen elérést meghatározó legfontosabb dimenzió a követők száma, illetve a posztok száma.

A politikai kampány szempontjából a közösségi oldalak egyik legfontosabb előnye azonban az, hogy a legtöbb közösségimédia-platform lehetővé teszi, hogy a tartalmak a követőkön túli felhasználókat is elérjenek, azaz olyan állampolgárokat, akik nem iratkoztak fel az adott oldal tartalmaira. Ennek egyik formája a posztok reakcióin keresztül elérés, azaz a „viralitás” logikája általi terjedés.¹¹ A Facebookon és a Twitteren a felhasználók posztokra adott reakciói (lájkok, kommentek, megosztások) potenciálisan az összes ismerősük számára láthatóak lehetnek az adott poszttal együtt. E közvetett elérés hatékonyságát növeli, hogy az adott oldalt nem követő felhasználók saját személyes ismerősök közvetítésén keresztül találkoznak az adott tartalommal, ez pedig kutatások szerint növeli e tartalmak érzékelt hitelességét és hatását.¹² Fontos hangsúlyozni azonban, hogy a viralitás logikája nem minden platformon létezik, az Instagramon és a TikTokon a felhasználók a saját hírvonalukon csak az általuk követett tartalmakat látják. Ugyanakkor e platformok is lehetővé teszik a reakciókon keresztül közvetett elérést oly módon, hogy a felhasználóknak nem követett oldalak posztjait is megjelenítik adott felületeken, ahol olyan tartalmakat válogatnak ki, amelyek a felhasználó érzékelt érdeklődésével egybevágóak, és sok reakciót váltottak ki. A reakciók száma azonban nem csak a közvetett elérésben játszik szerepet: a felhasználók elé kerülő tartalmakat szabályozó algoritmusok a posztok reakciószámában mért „népszerűségét” általában kiemelt szempontként kezelik, és a több reakciót elérő tartalmak nagyobb eséllyel jelennek meg a követők hírvonalán is.¹³ Éppen ezért a kiváltott reakciók száma minden platformon fontos feltétele a láthatóságnak: a több reakció kiváltására képes oldalak mind a közvetett, mind a közvetlen elérésüket növelhetik.

¹⁰ Bossetta 2018.

¹¹ Klinger–Svennson 2015.

¹² Anspach 2017; Diehl et al. 2016.

¹³ DeVito 2017.

Fontos persze jelezni, hogy követők és reakciók nem csak a felhasználók tartalmakra adott őszinte reakcióiból származhatnak. Éppen a láthatóságot befolyásoló stratégiai fontosságuk miatt a politikai szereplők mesterségesen is próbálhatják növelni ezek számát: politikai aktivisták szervezett tevékenységén, vagy akár automatizált felhasználók (botok) használatán keresztül is lehetséges követőket és reakciókat szerezni. Ezek a módszerek pedig minden jel szerint a platformok botszűrési tevékenysége ellenére is jelen vannak a közösségi platformokon.¹⁴ A minket érdeklő fő tényező, a láthatóság szempontjából azonban kevés jelentősége van annak, hogy a reakciók honnan származnak: akár szervezett, akár „őszinte” aktivitások eredménye, a tartalmak láthatóságát az algoritmusok működése miatt befolyásolja a reakciók száma. Amiben különbözik a két reakcióforma, az a közvetett elérés kérdése: a botoknak feltehetően kevés valódi felhasználó ismerőse van, akik reakcióikon keresztül láthatnák az adott tartalmakat, a szervezett aktivistáknál viszont ez sem jelent különbséget.

A közvetett elérés másik formája a fizetett hirdetésekben keresztüli elérés. A legtöbb platform fizetés ellenében lehetővé teszi, hogy az oldalak tartalmi megjelenjenek az oldalt nem követő felhasználók tartalomfolyamában is, függetlenül a posztra reagálók körétől vagy a reakciók számától. Ez azért hasznos a kampánytevékenységet folytató aktorok számára, mert a viralitás logikáján keresztül történő közvetett elérés egyrészt nehezen kontrollálható, másrészt, akiknek az ismerősi köréből nem érkezik reakció az adott tartalomra, azok ily módon elérhetetlenné válnak az adott oldal számára. A fizetett hirdetésként közzétett posztoknál azonban pontosan, sőt a közösségi platformok által nagy részletességgel gyűjtött felhasználói adatokra támaszkodva, a legapróbb részletekig körülírható módon meghatározható, hogy a poszt milyen felhasználói kört érjen el.¹⁵ Ugyanakkor a fizetett hirdetésekben keresztüli közvetett elérés hatékonyságát csökkentheti, hogy fizetett tartalomként jelenik meg, így a marketingirodalomból ismert „reklámvakság” itt is érvényesülhet.¹⁶ Mindazonáltal minél több pénzt költ el a kampány során egy oldal, annál nagyobb láthatóságra tehet szert az adott platformon.

¹⁴ Keller–Klinger 2019; Keller et al. 2020.

¹⁵ Bayer 2020.

¹⁶ Benway–Lane 1998.

A közösségimédia-kampány vizsgálatának egyik legnagyobb kihívása, hogy az abban részt vevő szereplők tekintetében rendkívül kaotikus közeg.¹⁷ A különböző oldalakon bárki nyithat politikai témákkal foglalkozó fiókot, akár úgy is, hogy nincs tisztázva, ki működteti az adott csatornát. Ezért a közösségi oldalakon nem csak az országos politikusok kampánytevékenysége jelenik meg a választók számára. Helyi politikusok, médiatermékek, véleményvezérek és intézményekhez vagy személyekhez nem kötődő, akár tisztázatlan háttérű oldalak is politikai tartalmakat tesznek közzé követőik számára, reakciókon keresztül a nem követőket is eléri, sőt, tartalmaikat még hirdetések formájában is népszerűsíthetik, ráadásul oly módon, hogy a nem intézményes politikai szereplők által elköltött hirdetési pénzek nem számítanak kampányköltségnek.¹⁸ Sőt, ezen oldalak egy jelentős része direkt kampánytevékenységet végez, közzétett tartalmaik célja sok esetben láthatóan a támogatott politikai erő választási sikerének elősegítése. Mivel az állampolgárok kampány alatti politikai tartalomfogyasztását ezek a szereplők is nagyban meghatározzák, ezért a politikai erőviszonyok feltérképezése ezeket sem hagyhatja figyelmen kívül.

Az alábbiakban közölt kutatásunk a 2018-as kampány során elvégzett elemzésünk folytatása. Akkor első ízben tettünk kísérletet a közösségimédia-kampány több szereplőre és platformra kiterjedő feltérképezésére, hogy bemutassuk, a láthatóságot meghatározó legfontosabb dimenziókban (posztok száma, követők száma, reakciók száma), a különböző terepeken milyen különbségek vannak a főbb politikai oldalak között. Vizsgálataink kiterjedt az összes releváns képviselőjelölt Facebookon, Instagramon és Twitteren folytatott aktivitására, valamint foglalkoztunk az országos médiatermékek és az egyéb politikai oldalak Facebook-tevékenységével is. A 2022-es választás elemzésében mindezeket a szempontokat lefedjük, de a politikai helyzet megváltozása miatt néhány tekintetben még bővítettünk is az elemzési szempontrendszerünkön. Először is a 2019-es önkormányzati választások óta a helyi politikai szint jelentősége sok tekintetben megnőtt, hiszen számos településen megerősödött az ellenzék:

17 Bradshaw et al. 2020.

18 Kim et al. 2020. Intézményes politikai szereplők esetében a helyzet sokáig tisztázatlan volt, de az Állami Számvevőszék éppen a kampány előtt kiadott kézikönyvében már kampányköltségként értelmezi a politikusok közösségi média hirdetési kiadásait. Lásd: https://www.asz.hu/storage/files/files/valasztas/Kampany_kezikonyv_2021.pdf (Letöltve: 2022. május 6.)

többek között 14 budapesti kerület (2014-ben 5) és 10 megyei jogú város (2014-ben 2) is ellenzéki irányítás alá került. Emiatt azt is vizsgáltuk, hogy a helyi politikai színtéren hogyan alakulnak a politikai erőviszonyok a Facebookon. Másik fontos változás, hogy a kormánypárti Megafon-projekt¹⁹ megindulásával összefüggésben a nem politikus közéleti szereplők, az ún. „véleményvezérek” önálló „entitássá” váltak. 2018-ban a közéleti szereplők oldalait az egyéb politikai oldalak között kezeltük, most azonban indokolttá vált a „véleményvezérek” leválasztani erről a csoportról. A harmadik lényeges változás, hogy miközben a 2018-as kampányban a láthatóságot befolyásoló harmadik tényező, a politikai hirdetési szféra nem volt vizsgálható, 2019-től már ezekről is közöl információkat a Facebook, ezért ezek elemzését is be tudtuk vonni a tanulmányba. Ugyanakkor ennek az aspektusnak a vizsgálata sem előzmény nélküli: a 2019-es kampányok során már vizsgáltuk a politikai hirdetési aktivitást, így ezek esetében az ott közölt eredményeink képezhetnek viszonyítási alapot.²⁰ Jelen kutatás központi kérdéseit tehát a 2018-as és 2019-es kampányok elemzéseire és eredményeire építjük. Fókuszunkat egyrészt a főbb politikai blokkok, vagyis a Fidesz, az ellenzéki összefogás pártjai, illetve a Mi Hazánk és az MKKP közösségi médiában való láthatóságára helyeztük, másrészt az időbeli trendeket vizsgálva az aktuális eredményeket összehajlítjuk a korábbi választási kampánnyal. Ennek megfelelően kutatási kérdéseink a következők:

KK1. Hogyan alakulnak a főbb politikai blokkok közötti erőviszonyok a láthatóságot meghatározó főbb dimenziókban (posztok száma, követők száma, reakciók száma, hirdetési aktivitás) a különböző szereplőtípusok között?

KK2. Milyen változások érzékelhetőek a közösségimédia-kampányban 2018-hoz képest?

19 A Megafon-projekt 2020 nyarán indult azzal a céllal, hogy megtalálja és felerősítse a nemzeti érzelmű kortársak hangját, ezzel pedig egy olyan közösséget teremtsen, amely ellensúlyként szolgál a közösségi médiában jelen lévő „balliberális” tartalmakkal szemben. (<https://megafon.hu> Letöltve: 2022. május 20.)

20 Bene et al. 2021.

Módszer

Kutatásunkban egyrészt arra törekedtünk, hogy a választáson induló képviselőjelöltek különböző platformokon történő jelenlétét és aktivitását dokumentáljuk, másrészt pedig arra, hogy a Facebookon politikai tevékenységet folytató különböző oldalak tevékenységét rögzítsük, illetve ezeket politikai szimpátia alapján kategorizáljuk. Kutatásunk fókuszában a közösségimédia-teljesítmény főbb dimenziói állnak, így az elemzések a posztok, a követők és a kiváltott reakciók számára (reakciók, megosztások, lájkok stb.), illetve a Facebook-hirdetésekre költött összegekre fókuszálnak. A Facebookról és az Instagramról származó adatokat a CrowdTangle platform segítségével töltöttük le, a Twitter-posztokhoz az TwitteR²¹ R-csomagon keresztül fértünk hozzá, a TikTok-tartalmakat, illetve a Facebook-hirdetéseket pedig a platform API-ján keresztül szereztük be.²² Minden elemzés esetében a hivatalos kampányidőszakot vizsgáltuk, azaz a 2022. február 11. és április 3. közötti posztokat vontuk be az elemzésbe.

A politikusok közösségimédia-jelenlétének feltérképezéséhez az egyéni választókerzetekben (evk) legalább három százalékot elérő jelöltek, illetve a legalább három százalékot elérő pártok (Fidesz–KDNP, Egységben Magyarorszáért, Mi Hazánk, Magyar Kétfarkú Kutya Párt) pártlistáin az első ötven helyen szereplő jelölteket vettük figyelembe. Ez némileg más mintát eredményez, mint a 2018-as vizsgálatunk, erre azonban a megváltozott politikai helyzet miatt is szükség volt. Akkor az egy százalék feletti eredményt elérő evk-jelöltekre fókuszáltunk, a külön induló ellenzéki pártok miatt azonban ezek nagy többségében ismert országos pártokhoz tartoztak. Most azonban olyan jelöltek is gyakran egy százalék feletti eredményt értek el, akik politikai jelölőszervezete frissen alakult, politikai relevanciájuk pedig egyelőre jóval korlátozottabb, mint például az Együtt vagy a Magyar Kétfarkú Kutya Párt (MKKP) volt 2018-ban. Szintén változás, hogy akkor csak a lista első harminc helyezettje volt a minta része, most azonban kevesebb a pártlista, így az egy pártlistáról bejutni esélyes jelöltek megnövekedett száma miatt indokoltnak tűnt bővíteni a me-

21 Gentry 2016.

22 A TikTok és Facebook hirdetési adatok elérésében nyújtott segítségéért köszönettel tartozunk Bene Mátýásnak.

rítést. Mindezen okok miatt a 2018-as és a 2022-es politikusi minta nem feleltethető meg egymásnak teljes mértékben, bár a változások mindezzel együtt nem túl jelentősek. A politikusi minta összeállítását követően minden politikusra rákerestünk a kutatás tárgyát képező öt közösségi oldalon, így a Facebookon, az Instagramon, a YouTube-on, a Twitteren és a TikTokon, és ha rendelkeztek nyilvánosan elérhető oldallal, akkor annak azonosítóját és követőszámát rögzítettük.²³ Ezután a YouTube-ot leszámítva mindegyik platformról letöltöttük a jelölteknek a vizsgálati időszakba eső összes posztját, majd ezek főbb adatait a jelöltek szintjén aggregáltuk. A YouTube esetében azért tettünk kivételt, mert az itt megjelenő tartalmakat a politikai szereplők általában más platformon, elsősorban a Facebookon terjesztik, így kevésbé tekinthető más platformoktól függetlenül működtetett közösségi médiumnak.

A helyi politikusokat vizsgáló adatok a „Hálózatos lokalitás” OTKA-kutatásból (FK-135189) származnak, ahol Budapestet leszámítva minden egyes magyarországi település összes megválasztott politikusa esetében azonosítottuk, hogy jelen vannak-e a legnagyobb közösségi oldalon. A vizsgálat csaknem ezer helyi politikus Facebook-oldalát rögzítette, akiknek kampány alatti aktivitását szintén a CrowdTangle program segítségével töltöttük le.

A többi szereplőtípus vizsgálatához első lépésben különböző szereplőcsoportokat különböztettünk meg, majd ezekre vonatkozóan listákat kíséreltünk meg létrehozni, ami lefedi e csoportok minden releváns oldalát a Facebookon. Így külön összegyűjtöttük az országos médiumok Facebook-oldalait, a nem politikusi, de személyekhez kötődő, politikai tartalmakat rendszeresen közlétező „véleményvezér” oldalakat, illetve az intézményes politikai szereplőkhöz vagy személyekhez nem kötődő „egyéb” politikai Facebook-oldalakat. Igyekeztünk minden idetartozó, látható aktivitású oldalt kigyűjteni. Bár e populációkról nem lehetnek pontos ismereteink, így nehéz felmérni, hogy annak mekkora részét sikerült lefednünk. Az azonban a gyűjtés alaposágát erősíti, hogy több évre visszamenő munkáról van szó: először a 2018-as kampány előtt kezdtük el gyűjteni a Facebook (akkor még működő) ajánlási rendszerét kihasz-

23 A Facebook különbséget tesz oldalak és profilok között, itt csak a politikusi oldalakra fókuszáltunk. A többi platformnál nincs ilyen különbségtétel, ott a nyilvános profil lett rögzítve. Az adatgyűjtési munkában köszönettel tartozunk Fábian Ritának, Solti Ábelnek és Sajtli Márknak.

nálva ezeket az oldalakat, majd az elmúlt négy évben az újonnan létrehozott és azonosított oldalakkal folyamatosan bővítettük az adatbázisokat. Jelen vizsgálat előtt ismét több forrásra támaszkodva próbáltunk további oldalakat azonosítani, így többek között a Telex *Lájkhajnokság*, illetve a Mandiner *LikeFight* sorozatait néztük át, azonkívül a hirdetési adatbázist is átvizsgáltuk újabb oldalak azonosítása érdekében. A politikai hirdetéseket a Facebook Ad Libraryból töltöttük le, a hirdetések költési adatait pedig a közzétevő oldalak szintjén aggregáltuk.

Az országos politikusok politikai hovatartozása adott volt, a többi szereplőtípus kapcsán azonban ezzel is foglalkozni kellett. Helyi politikusok esetében a „Hálózatos lokalitás” projekt adataira ebben is tudtunk támaszkodni, ahol a Facebookon jelen lévő minden politikus politikai hovatartozás alapján kategorizálva lett. A független vagy ismeretlen jelölőszervezet által támogatott politikusok esetében a politikusok Facebook-oldalát néztük át abból a szempontból, hogy kifejezi-e nyíltan a szimpátiáját valamelyik politikai blokk irányába vagy ellenében. Az egyéb kigyűjtött politikai oldalaknál és hirdetőknél az oldal neve, az általa közzétett tartalmak vagy hirdetések irányultsága volt iránymutató a tekintetben, hogy kormánypárti, ellenzéki vagy egyéb kategóriába soroljuk. A magyar politikai térben indokolt volt, hogy a negatív identitást is identitásképző elemnek tekintsük. Ezért, ha egy oldal nem a politikai szimpátiáját, hanem antipátiáját fejezi ki nyíltan (például ellenzéki vagy kormánypárti szereplőket bírál), akkor azt is felhasználtuk a besorolásánál. Tehát a kormánypártokkal ellenséges hangot megütő oldalakat ellenzékinek, az ellenzéki szereplőket támadó oldalakat pedig kormánypártinak tekintettük. A médiumok esetében a besorolás elsődleges szempontja a kormányoldal megítélése volt. Azokat a médiumokat tekintettük kormánypártinak, amelyek szimpatizálnak a kormánypártokkal, és azokat ellenzékinek, amelyek erősen kritikusak a kormányoddallal. Itt tehát az ellenzéki besorolás nem jelenti az ellenzéki pártok nyílt támogatását, a besorolás a kormányhoz való viszonyt tükrözi inkább.

Eredmények

Politikusok közösségimédia-használata

Adaptáció A közösségi média kampányeszközként való 2010-es megjelenése óta fokozatosan növekedett a politikusok jelenléte e platformokon, különösen a Facebookon. Míg 2014-ben az egyéni választókörizetek első három helyén végzett jelöltek kicsivel több mint fele volt megtalálható a Facebookon,²⁴ 2018-ra e politikusok 92 százaléka használta a legnagyobb közösségi oldalt.²⁵ A kiterjedt adaptációs szintet mutatja, hogy még az evk-kban egy százaléknál jobban teljesítő politikusok és a pártok listáin az első harminc helyet elfoglaló jelöltek körében is 83 százalékos volt a Facebook-adaptáció szintje. Ehhez képest 2022-ben az egyéni választókörizetek első három helyén végzett jelölteknek a 83 százaléka volt jelen a Facebookon. Érdekes azonban kiemelni, hogy 2018-ban a külön ellenzéki indulás miatt a legtöbb körzetben a harmadik helyezett is nagy párthoz tartozott, 2022-ben viszont ezek a politikusok főként a Mi Hazánkból vagy a Magyar Kétfarkú Kutya Pártból (MKKP) kerültek ki. Amennyiben csak az első két helyezettet nézzük, úgy a politikusok Facebook-adaptációja százszázalékos. Az első három helyen végzett jelöltek körében a második számú közösségimédia-felület az Instagram, ahol 44 százalékkuk volt jelen, ezt követi a YouTube 38 százalékos adaptációval, 8 százalékkal a TikTok, és végül 4 százalékos jelenléttel a Twitter. Az egyéni választókörizetek első három helyén végzett politikusok 12 százaléka nincs jelen egyik közösségimédia-felületen sem, azonban ők mind harmadik helyezettek az egyéni választókörizetekben, továbbá az első három helyen végzett jelöltek 29 százaléka csak egyetlen platformon volt jelen. Vagyis ezen képviselők 59 százaléka egynél több közösségimédia-felületet használ, 29 százalékkuk pedig legalább három platformon jelen van.

²⁴ Bene 2020.

²⁵ Bene–Farkas 2018. Az elemzés további részében a 2018-as eredményekre történő minden utalás az itt idézett tanulmányból származik.

1. táblázat: Az evk-kban legalább három százalékot elért és a párt listáján az első ötven hely valamelyikén szereplő jelöltek közösségi-média-adaptációja pártonként

	<i>Fidesz</i>	<i>Egységben Magyaror- szágért</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>MKKP</i>	<i>Egyéb</i>
Facebook	89%	94%	46%	46%	0%
Instagram	50%	58%	13%	13%	0%
Twitter	5%	7%	1%	2%	0%
YouTube	49%	36%	22%	9%	0%
TikTok	8%	11%	1%	0%	0%
N	148	149	104	61	4

A pártonkénti összevetésben vizsgált adatok (1. táblázat) azt mutatják, hogy a kormánypártok és az ellenzéki összefogás között csekély eltérések vannak csak: a YouTube-on kívül mindegyik platformon néhány százalékkal nagyobb arányban vannak jelen az Egységben Magyarország politikusai. A két nagy blokk politikusai között a Facebook-adoptáció 2018-ashoz hasonló szintet, azaz közel teljes lefedettséget mutat, a Twitter-használat pedig bár egy kicsit magasabb, mint 2018-ban, a mikroblog továbbra is a legnépszerűtlenebb platformként jelenik meg. A legnagyobb változás a 2018-ban még alacsony használati szintet mutató (kormánypártoknál 9 százalék, ellenzéki pártoknál 8-16 százalék közötti adaptáció) Instagram esetében figyelhető meg, ami 2022-re bevett kampányeszközzé vált: a kormánypárti politikusok fele, az ellenzéki összefogás jelöltjeinek pedig 58 százaléka használta a platformot. A YouTube is meglehetősen nagy népszerűségnek örvend, új platformként pedig a TikTok jelent meg, amelyet 2022-ben hasonló mértékben használnak a politikusok, mint 2018-ban az Instagramot. A két kisebb politikai erőnél jóval alacsonyabb adaptációs szint figyelhető meg mindegyik platformnál: a Facebookon a jelöltek kevesebb mint fele van jelen, és a többi platformon is elhanyagolható a jelenlét. Az egyetlen kivétel talán a Mi Hazánk YouTube-aktivitása, de a két nagy politikai erőttől itt is jelentős elmaradás érzékelhető.

Követők és aktivitás A követők és a reakciók átlagos értékeinek kiszámítását az alábbi elemzésben kétféleképpen is elvégeztük. A közösségi-média-teljesítményre jellemző, hogy kisszámú oldal a nagy többséghez képest sokkal magasabb követő- és reakciószámra tud szert tenni. Ezért

az átlagokat a pártonkénti teljes minták mellett szűkebb mintákra is kiszámoltuk, ahol mindegyik párt esetében figyelmen kívül hagytuk a három legtöbb követővel rendelkező politikust.

2018-ban Facebookon a politikusok követőinek száma a nagyobb pártok esetében átlagosan 13 és 14 ezer között mozgott, 2022-re lényegesen sikerült növelniük azok számát: a kormánypárti politikusok átlagosan 31 213, míg az ellenzéki összefogás jelöltjei 25 393 követővel rendelkeznek (2. táblázat). Ha ehhez hozzávesszük, hogy a 2014-es választásokon az evk-k első három helyezetteinél az átlag 5144 követő volt,²⁶ akkor trendszerű meredek emelkedést láthatunk 2014 és 2022 között. A korábbi választáshoz képest még inkább növekedett a kevésbé kiemelt politikusok követőinek száma: ha a pártonként három legkövetettebb politikust nem vesszük figyelembe, akkor a 2018-as pártonkénti 6-7 ezer körüli átlagok csaknem megháromszorozódtak, és mind a Fidesz, mind az ellenzéki összefogás esetében 18 ezres nagyságrendű követői számokat látunk. Nincs tehát még telítődés, egyre több követője van a politikusoknak, és ez nemcsak az elit szintjén látszik, hanem általános mintázatról van szó. A teljes mintára számított átlagos követőszámot tekintve a Fidesznek némi előnye van az ellenzéki összefogáshoz képest, de ha a legkövetettebb politikusokat nem vesszük figyelembe, akkor kiegyensúlyozottabb eredményeket látunk. A két nagy párthoz képest a Mi Hazánk és különösen az MKKP jelentősen le van maradva a követők számát tekintve. Ugyan 2018-hoz viszonyítva az MKKP követői száma is négyszeresére növekedett, de mind a nagy pártokhoz, mind a Mi Hazánkhoz képest lényegesen rosszabbul állnak e tekintetben. A Mi Hazánk jelöltjeinek hátránya a nagyobb politikai erőkhöz képest különösen akkor szembetűnő, ha a legkövetettebb politikusokat (így elsősorban Dúró Dórát) nem vesszük figyelembe.

A Facebook-reakciók számában szintén növekedés látható a 2018-as adatokhoz képest: a Fidesz és az ellenzéki összefogás esetében a reakciók száma átlagosan megháromszorozódott. Ugyanakkor azt is érdemes kiemelni, hogy a Fidesz korábbi előnye csökkent az ellenzékhez képest: összességében a Fidesz több lájkot ért el, azonban a három legkiemelkedőbb politikus figyelmen kívül hagyásával kisebb az eltérés az Egységben Magyarországért és a Fidesz politikusainak átlagreakció-számában.

²⁶ Bene 2020.

A teljes reakciószámokat tekintve a kisebb pártok eltérően teljesítettek. Ahogy az a 2. táblázatban látható, a Mi Hazánk a teljes mintában valamivel sikeresebb, mint az ellenzéki összefogás, azonban ez az eredmény jelentős részben a kiemelkedő politikusoknak, különösen Dúró Dórának köszönhető. Amennyiben a három legkiemelkedőbb jelöltet nem vesszük figyelembe, úgy a Mi Hazánk nagyon jelentős lemaradásban van a nagy pártokhoz képest, az MKKP pedig mind a teljes, mind a csökkentett reakciószámokat tekintve erősen le van szakadva a Fidesz és az Egységben Magyarországért eredményeitől.

2. táblázat: Az evk-kban legalább három százalékot elért és a párt listáján az első ötven hely valamelyikén szereplő jelöltek Facebook-aktivitásának főbb jellemzői pártonként

		<i>Fidesz</i>	<i>Egységben Magyarorszáért</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>MKKP</i>
FB-követő átlag	teljes	31 213	25 393	10 012	1151
	csökkk.*	18 535	18 044	1097	725
FB-reakció/poszt átlag	teljes	687	467	116	28
	csökkk.*	470	374	35	16
FB-megosztás/poszt átlag	teljes	40	71	13	2
	csökkk.*	30	62	6	2
FB-posztok		219	155	61	42
FB N		132	137	48	28

* A pártok három legtöbb követővel rendelkező politikusainak kizárása után

A Facebook-megosztásokat tekintve a 2018-as adatokhoz képest ugyan korlátozottabb bővülés látható, mint a követők és reakciók számában, de mind a Fidesz, mind az ellenzéki összefogás pártjai magasabb átlagokat értek el, mint négy éve. Az előző választásokhoz hasonlóan a megosztások számában jelentős ellenzéki fölény látható: az ellenzéki posztok a legkövetettebb politikusok nélküli mintában átlagosan kétszer annyi megosztást váltanak ki, mint a kormánypártiak, a két kisebb párt lemaradása viszont itt is látványos.

Facebook-posztok számát tekintve a politikusok aktivitása is jelentősen növekedett az előző választási kampányhoz képest, jóval többet posztolnak a fideszes és ellenzéki politikusok is, mint 2018-ban. A leg-

aktívabbak idén is a fideszes politikusok voltak, akik még növelték is előnyüket e téren, viszont a Mi Hazánk és az MKKP politikusai jóval kevesebb posztot tettek közzé, mint a nagy pártok jelöltjei.

A politikusok Instagram-jelenléte is erőteljesen megnőtt a korábbi választáshoz képest. Míg 2018-ban 661 követő volt az átlag, és csak hat politikusnak volt 1000 feletti, és egynek 2000 feletti követője, 2022-ben a top politikusokat figyelembe nem vevő átlagos követőszám közelíti a 2000-hez mindkét blokk esetében. Ez a követőszám persze még így is jócskán elmarad a Facebook-követőszámokhoz képest, nagyjából tizede annak, és még a 2014-es szintnek is kevesebb mint a fele. A legtöbb Instagram-követővel rendelkező politikusok nélkül kiegyenlített a kép a két nagy blokk között, a teljes mintában azonban Fidesz-fölény látszik. Ennek oka többek között az, hogy a 2018-as kampánnyal ellentétben 2022-ben a legkövetettebb politikus, Orbán Viktor is aktív volt az Instragramon. A Mi Hazánk és az MKKP, akárcsak a Facebookon, itt is jelentős hátrányban van.

Az Instagram-lájkokban is jelentős növekedés van a 2018-as kampányhoz képest, és itt egyértelműen a Fidesz dominanciája figyelhető meg. Az Instagram esetében elért átlagos lájkszámok hasonló nagyságrendet képviselnek, mint amire a politikusok a 2018-as kampányban a Facebookon voltak képesek, ez pedig a jóval kevesebb követő miatt figyelemre méltó jelenség. A Mi Hazánk és az MKKP ezen a téren is alulteljesített, Instagram-lájkjaik száma mind a teljes, mind a csökkentett mintában alacsony. A két nagy bloknál a politikusok aktivitása is jelentősen megnövekedett. Míg 2018-ban 17 poszt volt az átlag, addig a kormánypárti politikusok átlagosan 65, az egyesült ellenzék politikusai 33 posztot, a Mi Hazánk jelöltjei pedig 29 posztot tettek közzé. Az Instragram tehát fontos platformmá vált a 2022-es kampányra, és bár a választók is egyre nyitottabbnak tűnnek a politikai tartalmakra az oldalon, a közvetlen elérés a jelentős bővülés ellenére is töredéke maradt a Facebookon elérhető láthatóságnak.

A Twitter-jelenlét és -elérés továbbra is marginális a magyar politikai térben. A közölt adatokat az alacsony elemszámok miatt érdemes óvatosan kezelni, hiszen egy-egy politikus kiugró tevékenysége erős hatást gyakorolhat ezekre. Itt a teljes mintában tapasztalható kormánypárti fölény mögött például a nemzetközi kommunikációban fontosabb szerepet játszó kormánypárti politikusok, Varga Judit és Orbán Balázs aktivitása áll, a követők számában pedig a korábbi EU-biztos Navracsics Tibor lóg ki jócskán (aki azonban a kampányban csak két bejegyzéssel jelentkezett). Mellettük

még Márki-Zay Péter volt képes jelentős elérésre szert tenni, a többi platformon jelen lévő politikus vagy nagyon passzív volt (például Hadházy Ákos és Dobrev Klára 1000 feletti követőszámmal, de csak 2-2 poszttal), vagy pedig aktivitásukkal csak nagyon csekély elérésre voltak képesek. Ezek a számok tehát azt mutatják, hogy a Twitteren a magyar választók továbbra sem érhetőek el, a hazai politikusok is inkább a nemzetközi nyilvánosság tájékoztatására használják a platformot. Ezt az is mutatja, hogy az említett politikusok közül egyedül Márki-Zay Péter posztolt magyar nyelven az oldalon, a többiek mind angolul teszik közzé tartalmaikat.

Érdeemes kicsit hosszabban foglalkozni a kampány új közösségimédia-platformjával, a TikTokkal. A TikTok új kampánycatornának tekinthető, ennek megfelelően kevés politikus van aktívan jelen a felületen. A platform státusza nagyjából hasonlónak tekinthető, mint 2018-ban az Instagramé: néhányan kísérleteznek vele, viszont egyelőre nem túl nagy eléréssel. Összesen 63 politikusot találtunk, aki jelen volt a TikTokon, azonban közülük is csak 31-en tettek közzé bármilyen tartalmat a kampány során. Van viszont néhány politikus, aki itt is komoly elérésre volt képes: a legkövetettebb politikus csaknem 66 ezer követővel Jakab Péter, a második pedig a több mint 45 ezer követővel bíró Tuzson Bence, akinek ráadásul itt több követője van, mint bármilyen más platformon. Rajtuk kívül a 10 ezres követőszámot csak ketten lépik át, a két miniszterelnök-jelölt, Márki-Zay Péter csaknem 25 ezer, és Orbán Viktor 20 ezer követővel. Ezer feletti követője van még Dömötör Csabának (6,3 ezer) és Salamon Gergőnek (1,4 ezer), a többi TikTokon jelen lévő politikus 550 alatti követővel rendelkezik.

Aktivitás terén egyértelműen Márki-Zay Péter a legerősebb 125 poszttal, de Tordai Bence (54 poszt) és Orbán Viktor (49 poszt) is meglehetősen aktívak voltak. A sikeresebb politikusok a TikTokon is elég magas reakciószámot tudtak elérni, Tuzson Bence például csaknem 11 ezer lájkot kapott posztonként, amivel még a Facebookon is második helyezett lenne Orbán Viktor után (Facebookon 18,5 ezer interakció posztonként), az Instagramon pedig magasan nyerne, ahol szintén Orbán Viktor az első 5178 lájk átlaggal posztonként. Összességében kevés politikus képes sok lájkot gyűjteni a TikTokon, de Márki-Zay Péter is ötezer feletti átlaggal szerepel, pedig nagyon sok poszttal jelentkezik, az ezres átlagos lájkszámot pedig még Orbán Viktor és Jakab Péter tudja hozni. Viszonyításképpen: ezek a lájkszámok a Facebookon is élmezőnyt jelentenének, ahol 36 politikus-

nak van 1000 feletti átlagos reakciószáma, az Instagramon pedig a legmagasabb teljesítményt mutatnák, hiszen ott 7 politikusnak van 1000 feletti átlagos lájk száma. Ezek az eredmények azt jelzik, hogy bár most még gyerekcipőben jár a magyar politikai TikTok-használat, nagy potenciál rejlik benne, mert a Facebookkal összemérhető elérésre is szert lehet tenni, ráadásul erre a kevésbé ismert politikusok is képesek lehetnek. 2018-ban az Instagram ilyen szempontból sokkal korlátozottabb platformnak tűnt, 2022-re mégis megkerülhetetlen politikai kommunikációs eszköz lett. A kismértékű használat miatt arról még nincs sok értelme beszélni, hogy melyik politikai blokk az erősebb; összességében az látható, hogy mindkét oldalnak vannak erős szereplői a platformon.

3. táblázat: Az evk-kban legalább három százalékot elért és a párt listáján az első ötven hely valamelyikén szereplő jelöltek Instagram-, Twitter- és TikTok-aktivitásának főbb jellemzői páronként

		<i>Fidesz</i>	<i>Egységben Magyarorszáért</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>MKBP</i>
Insta-követő átlag	teljes	5024	3247	1207	278
	csökk.*	1911	1892	228	177
Insta-lájk/poszt átlag	teljes	230	150	45	27
	csökk.*	117	89	13	16
Insta-poszt		65	33	29	11
Insta N		74	87	14	8
Twitter-követő átlag	teljes	7969	1293	120	1
	csökk.*	295	354		
Twitter-lájk/poszt átlag	teljes	40	76	1	0
	csökk.*	2	4		
Twitter-poszt		15	16	18	1
Twitter N		7	11	1	1
TikTok-követő átlag	teljes	6104	5500	196	21 400
	csökk. ^a	173	102		
TikTok-lájk	teljes	37 579	43 540	381	47 434
	csökk. ^a	1063	2461		
TikTok-poszt		11	20	8	14
TikTok N		12	17	1	1

* A pártok három legtöbb követővel rendelkező politikusainak kizárása után

Helyi politikusok a Facebookon

Helyi politikai szinten egyértelműen a két nagy politikai blokkhoz kötődő hangok dominálnak a Facebookon (4. táblázat). A közvetlen elérésben némi kormánypárti dominancia látszik: a Facebookon jelen lévő helyi politikusok 48 százaléka a kormányoldalhoz kötődik, az összes követő 48 százaléka kormánypárti helyi politikust követ, és az összes poszt 55 százalékát is ők teszik közzé. Ugyanakkor az ellenzékkel szimpatizáló helyi politikusok is nagy részt képviselnek: az összes helyi szereplő 35 százaléka, a követők 45 százaléka és az összes poszt 39 százaléka ellenzéki politikushoz kapcsolódik. A két nagy blokkhoz nem kötődő helyi politikusok tehát csak korlátozott jelenléttel és eléréssel rendelkeznek a legnagyobb közösségi oldalon.

A közvetett elérésnél is a két nagy blokk dominál, azonban ebben az esetben érdemes kiemelni, hogy itt ellenzéki fölény mutatkozik, ami a megosztások esetében még markánsabban látható: az összes helyi politikus által kiváltott reakció 51 százaléka ellenzéki politikushoz, míg 46 százaléka kormánypárti politikushoz kötődik. Továbbá a megosztásokból az ellenzéki politikusok részesedése 66 százalék, míg a kormánypártiaké csak 30 százalék. Ez különösen annak a fényében figyelemre méltó, hogy több mint tízezerrel kevesebb poszt kötődik ellenzéki politikusokhoz, ráadásul a budapesti helyi politikusok, ahol az ellenzék különösen sikeres, nem szerepelnek a mintában.

4. táblázat: Helyi politikusok Facebook-aktivitásának főbb jellemzői

	<i>Kormánypárti</i>	<i>Ellenzéki</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>Független</i>
Követők száma (össz.)	982 784	926 045	14 245	137 039
FB-reakciók száma (össz.)	1 848 696	2 060 547	20 331	121 035
FB-megosztások száma (össz.)	157 694	350 399	4080	16 967
Posztok száma (össz.)	34 517	24 297	499	3505
N	444	329	8	147

Médiumok a Facebookon

Bár a követők száma alapján továbbra is ellenzéki beállítottságú médiumok dominálnak, 2018-hoz képest csökkent a kormányoldal hátránya. A korábbi választási kampányban az ellenzéki médiumok átlagosan kicsivel több mint 3 millió követővel rendelkeztek, 2022-re ez a szám 4,8 millióra nőtt. A kormányhoz közel álló médiumok követőinek száma a 2018-as 1 millióhoz képest 2022-re 3,1 millióra bővült, ami a vitatható besorolású Index követői számának figyelmen kívül hagyásával 2,5 millió lenne. Tehát az Index nélkül az arányokat tekintve az előző választási kampányhoz viszonyítva hasonlóan növekedett a két oldal követőinek száma, viszont ha az Indexet a kormányoldalhoz soroljuk, akkor a kormánypárti médiumok a követők terén ledolgoztak valamennyit a 2018-as hátrányból.

A tíz legkövetettebb médium között négy kormánypárti és hat ellenzéki. A kormányoldalról az Index a 3., az Origo az 5., a hirado.hu a 8., és a Hír TV a 10. helyen, míg az ellenzéki oldalról a 24.hu az 1., a HVG a 2., az atv.hu a 4., a telex.hu a 6., a 444 a 7., a Mércé pedig a 9. helyen fér be az első tízbe.

A kiváltott interakciók terén az Index már kevésbé jelent előnyt a kormányoldal számára, hiszen az oldal az összes média közül a reakcióknál csak a 17., a megosztásoknál pedig 25. helyen áll. Az Index esetében tehát inkább egy passzív követői körről beszélhetünk. A reakciók tekintetében a követői számokhoz hasonlóan az ellenzéki oldalak dominálnak, az első négy helyen a telex.hu, a 444, a 24.hu és a HVG áll, az első tíz közé viszont öt kormánypárti médium (Origo, vadhajtások.hu, mandiner, hirado.hu, Magyar Nemzet) is bekerült. A megosztások tekintetében az első öt médium szintén ellenzéki (telex.hu, 444, 24.hu, HVG, atv.hu), a következő négy azonban kormánypárti (m1, vadhajtások.hu, Origo, hirado.hu).

Az adatokat összességében nézve azt mondhatjuk, hogy a 2018-as eredményekhez hasonlóan a kormánypárti médiumok a megosztások, a reakciók és a követők számában egyaránt rosszabbul teljesítettek, mint az ellenzéki médiaoldalak (5. táblázat). A két blokk közötti különbség azonban minden téren szűkült, de leginkább a reakcióknál. A megosztások terén az ellenzéki előny továbbra is jelentős. A reakciókról szólva azt is érdemes kiemelni, hogy mind az összegek, mind az átlagok terén óriási bővülés figyelhető meg 2018-hoz képest. Bár a 2022-es minta több médiumot is tartalmaz, mint a 2018-as (25 helyett 42-t), a reakcióknak

az átlagos száma a kormányoldalon csaknem megnégyszereződött, az ellenzéki oldalon pedig 70 százalékkal emelkedett. A megosztások átlagos számában ezzel szemben jelentősebb csökkenés tapasztalható.

5. táblázat: A médiumok oldalain található követői aktivitás politikai hovatartozás szerint

	<i>Reakciók összege</i>	<i>Reakciók átlaga</i>	<i>Megosztá- sok összege</i>	<i>Megosztá- sok átlaga</i>	<i>N</i>
Kormánypárti médiumok	14 249 797	429,05	890 086	20,36	22
Ellenzéki médiumok	18 752 913	464,16	1 469 285	36,37	20

Egyéb politikai oldalak a Facebookon

Olyan politikai oldalak Facebook-aktivitását is megvizsgáltuk, amelyek kétségtelenül részt vesznek a kampányban politikai üzenetek megosztásával, azonban az intézményes politikához való kötődésük nem ismert. 52 olyan oldalt találtunk, amelyek összesen legalább tízezer interakciót értek el, közülük 25-öt ellenzéki, 27-et kormánypárti oldalként azonosítottunk.

2018-hoz hasonlóan a követők száma alapján a tíz legkövetettebb egyéb politikai oldal között hat ellenzéki és négy kormánypárti oldal található. Az ellenzéki oldalak közül a Gond-oldkodó az 1., az Egymillióan a magyar sajtószabadságért a 3., a Fideszfigyelő a 4., a Százezren az internetadó ellen az 5., az Aki Orbán ellen van, az velünk van a 8., a Nyugati Fény pedig a 10. helyen szerepel. A kormánypárti oldalak közül a Patrióta Európa Mozgalom a 2., az ELÉG a 6., a Számok – a baloldali álhírek ellen-szere a 7., a Fidesz–KDNP 2022 pedig a 9. helyet érte el. Összességében a 2018-as eredményekhez képest mind a kormánypárti, mind az ellenzéki oldalak követőinek száma nőtt, de az ellenzéki oldalak fölénye megmaradt ezen téren 1,5 milliós követői táborral a kormányoldali követők 1,2 milliós számához képest.

A tíz legtöbb reakciót kiváltó oldal között már öt kormánypártit találunk, bár a két legsikeresebb ezen a téren is ellenzéki (Nyugati Fény, Gond-olkodó). Míg 2018-ban csak négy, most tizenkét oldal is képes volt

ezer feletti reakciószámot produkálni, ebből hét kormánypárti, öt pedig ellenzéki oldal volt. Összességében az ellenzéki és a kormánypárti reakciók száma meglehetősen kiegyenlített, míg előbbi 4,8 millió, utóbbi 4,9 millió reakciót volt képes kiváltani. Posztonkénti átlagokat nézve azonban míg az ellenzéki oldalak 328, a kormánypárti oldalak csak 256 reakciót voltak képesek generálni. Ez éles ellentétben áll a 2018-as trendekkel, ahol hasonló mértékű kormányoldali fölény volt tetten érhető.

A megosztásokban szintén az ellenzéki Facebook-oldalak vezetnek 920 ezer, posztonként közel 62 megosztással. A kormányhoz közeli oldalak ehhez képest csak 700 ezer, posztonként kicsit több mint 36 megosztást képesek elérni. Ez 2018-ban szintén éppen fordítva volt. Ezen a téren 2018-hoz képest tehát az ellenzéki oldalak erősödtek, jóval nagyobb átlagos reakció- és megosztásszámot értek el, míg a kormányoldalnál a reakciók száma stagnált, a megosztásoké viszont jelentősen csökkent. Bár összesítve a reakciók tekintetében van egy minimális előnye a kormánypárti oldalaknak, az ellenzéki oldalak posztjai összesítve is több megosztást értek el. Azonban azt is érdemes kiemelni, hogy a 2018-as adatfelvétel és elemzés során a véleményvezérek Facebook-oldalait is az egyéb politikai oldalak között tekintettük át, ami a 2022-es eredmények összehasonlíthatóságának fontos korlátja.

Véleményvezérek a Facebookon

A 2018-as adatfelvétellel ellentétben 2022-ben az egyéb politikai oldalaktól elkülönítve, külön vizsgáltuk az olyan, politikához kötődő közéleti szereplők Facebook-oldalait, akik ugyan se a politikusokhoz, se a médiához nem sorolhatók, azonban kommunikációjuk erőteljesen befolyásolhatja az állampolgárok politikai attitűdjeit, mint például a Megafonhoz kötődő aktorok, Nógrádi György, vagy éppen Bödőcs Tibor. 84 politikai véleményvezér Facebook-aktivitását vizsgáltuk, akik közül 42 kormánypárti, és ugyanennyi ellenzéki álláspontot képvisel.

Meglepő módon a követőszám tekintetében az első tíz helyen végzetek között csak két kormánypárti véleményvezért találunk, így a 8. helyen Ábrahám Róbertet és a 10. helyen Nógrádi Györgyöt. Ennek oka azonban az is, hogy az ellenzéki oldalon több olyan expolitikus is talál-

ható, akik ma már véleményvezérnek számítanak ugyan, követőik nagy részét viszont politikusként szerezhették. Vona Gábor például az 1. helyen végzett a követők számát tekintve, Bajnai Gordon a 6., Juhász Péter a 9., de itt említhető meg Puzsér Róbert, korábbi főpolgármester-jelölt is, aki a 4. legtöbb követővel bíró véleményvezér. Az említetteken kívül a leg-sikeresebb 10 tagja még Bődöcs Tibor, Tarjányi Péter, Ágoston László és Juszt László is. Összességében az ellenzéki véleményvezérek követői száma 2 602 744, míg a kormányoldalon 1 249 677 követőt láthatunk, vagyis a követők számában nagy ellenzéki fölény mutatkozik a véleményvezérek esetében.

Az interakciókat figyelembe véve azonban teljesen más kép rajzolódik ki. A reakciók tekintetében a tíz legsikeresebb véleményvezér között csak két ellenzékit találunk, Juszt Lászlót a 4., és Ágoston Lászlót a 10. helyen. Az első tízbe tartozó többi helyen hét megafonos oldal végzett, így Deák Dániel az 1., Rákay Philip a 2., Bohár Dániel a 3., Trombitás Kristóf a 6., Korondy Tamás a 7., Déri Stefi a 8., és a KonVerzió a 9. helyen. Rajtuk kívül még a szintén kormánypárti Szakács István fért be az első tízbe (az 5. helyen) a legtöbb interakciót elérő véleményvezérek listáján. Amennyiben bővítjük a listát, és a top húsz véleményvezért vizsgáljuk, úgy is mindössze hat ellenzékit találunk, és négy újabb Megafon-támogatott tűnik fel itt is, így A kopasz oszt, Bayer Zsolt, Kovács István és Kötter Tamás oldalai. Összességében a reakciók száma az ellenzéki véleményvezéreknél 3 369 521, ami átlagosan 584 reakciót jelent posztonként, míg a kormánypárti oldalon a véleményvezérek összesen 7 605 697 reakciót váltottak ki, ami átlagosan bejegyzésenként 1023 reakciót jelent. Azt is érdemes kiemelni, hogy a kormánypárti reakciókból közel hatmillió csak a megafonos tizenegy oldalnak érkezett. Ez az összes kormánypárti reakció 78 százaléka, és az összes véleményvezér-reakció 54 százaléka, több mint kétmillióval több, mint amit az összes ellenzéki véleményvezér együtt elért. Csak a nagyságrendek érzékeltetéseképpen: ahogy arról korábban már szó volt, mindössze hét politikus tudott ezer fölötti átlagos reakciószámot elérni, a tizenegy megafonos oldal pedig csaknem kétmillió reakcióval többet gyűjtött, mint a 928 helyi politikus összesen.

A megosztásokat nézve már kiegyenlítettebbnek tekinthető az élmezőny, öt ellenzéki (Juszt László, Juhász Zoli, Noár, Ágoston László, Tarjányi Péter) és öt kormánypárti szerepel (Deák Dániel, Rákay Philipp, Bohár Dá-

niel, Kiss Norbi, Kovács András) a top tízben. Ugyan itt a megafonos oldalak kevésbé dominálnak, azt is érdemes kiemelni, hogy a 11–17. helyek között hat kormánypárti, azon belül öt Megafon-támogatott oldal található. Az összes ellenzéki véleményvezér oldal megosztási száma 669 959, ami átlagosan 116 megosztást jelent posztonként, a kormányoldalon pedig hasonló nagyságrendeket láthatunk: 658 052 megosztást, ami átlagosan posztonként 89 megosztás. Ugyanakkor itt is érdemes megjegyezni, hogy a Megafon-oldalak összesen 470 856 megosztást kaptak, tehát az összes megosztás nagy része a reakciókhoz hasonlóan ebben az esetben is a Megafonhoz kapcsolódik. Vagyis összességében azt mondhatjuk, hogy a reakciók számában óriási kormánypárti fölény mutatkozik, főként a Megafon miatt, a megosztásoknál azonban kiegyenlített kép, némi ellenzéki előnnyel.

Hirdetések a Facebookon

A fizetett hirdetés megfelelő eszköz arra, hogy a közzétett tartalmak láthatóságát növeljék, és a posztokat eljuttassák olyan felhasználókhoz is, akik az adott oldalt nem követik. Ahogy 2018-ban, úgy 2022-ben sem csak politikusok és pártok, hanem médiumok, egyéb oldalak és véleményvezérek is jelentettek meg olyan Facebook-posztokat, amelyeknek láthatóságát azzal növelték, hogy bizonyos összeget fizettek azok hirdetéséért. A hirdetésekre költött összegek tekintetében az egymillió forint feletti költségekről nincs elérhető pontos felső korlát, így elemzésünk fontos korlátja, hogy ezekben az esetekben a lehető legkonzervatívabb becsléssel, egymillió forinttal számoltunk. Mivel az egymillió forint feletti hirdetések 82 százaléka, összesen 282 reklám a kormányoldalhoz kötődik, míg az ellenzék részéről csak 30 ilyen reklámot találtunk, így ez a torzítás a kormányoldal költségeit minden bizonnyal lényegesen alulbecsli. További korlát, hogy elemzésünk csak azokat az oldalakat kategorizálta, amelyek legalább százezer forintot elköltöttek a Facebookon (728 oldal). Ez azonban a Facebook által azonosított összes politikai költségnek a 97 százalékát jelenti, mindösszesen 83 millió forintnyi költség nem lett bekezelve. Fontos továbbá, hogy a Facebook hirdetési könyvtára a pontos összegek helyett intervallumokat ad meg, amibe az adott hirdetésre

költött összeg beleesik. Így minden összesítést külön az alsó és külön a felső küszöbértékre is elvégeztünk.

Eszerint a 2022-es kampányban a kormányoldal 1400 és 1600 millió forint között költött hirdetésekre, az összes kormánnyal szembeni oldalhoz köthető ellenzéki költés 1200 és 1400 millió forint közé esik, a Mi Hazánk pedig 88 és 102 millió forint között költött. Ezek az összegek óriási mértékű növekedést jelentenek a 2019-es kampányokhoz képest, amikor is az európai parlamenti és az önkormányzati kampányokra összesen költött a kormányoldal 137 és 193 millió között, az ellenzék pedig 261 és 314 millió között.²⁷ A kormányoldal tehát az alsó küszöb alapján megtízszerezte, az ellenzék pedig legalább megnégyszerezte a költéseit a 2019-es két kampányhoz képest, ráadásul úgy, hogy itt az egymillió forint feletti hirdetések miatt alkalmazott közelítés valószínűleg még alul is becsüli a valós költéseket. Egy még szemléletesebb összehasonlítást alkalmazva: a 2019-es kampányban mind a 28 EU-tagállam európai parlamenti választásokon induló összes pártja a felső intervallum szerint összesen 1,449 millió eurót, 370 forintos árfolyamon számolva 536 millió forintot költött el.²⁸ Bár ez csak a pártoldalak költéseire vonatkozik, a legtöbb országban e pártoldalakhoz kötődött az összes hirdetési kiadás döntő hányada, de még a kevésbé pártoldalközpontú országokban is ezektől az oldalaktól jött az összes költés 10-15 százaléka. A 2022-es magyar országgyűlési kampányban az egyes politikai blokkok külön-külön az összes európai párt 2019-es összes hirdetési költéseinek csaknem a háromszorosát költötték el a kampány során.

Fontos változás még az önkormányzati és EP-választásokhoz képest, hogy miközben a két 2019-es választáson az ellenzéki oldal jelentős fölényben volt a fizetett hirdetésekre költött összegek tekintetében a kormányoldalhoz képest, ez most megfordult: még a kormányoldal költéseit valószínűleg jelentősen alulbecslő kalkulációnk alapján is bő 200 millió forinttal többet költött a kormányoldal, mint az ellenzék.

A 2019-es viszonyokhoz képest egy másik jelentős változás az ún. „lopakodó” kampány,²⁹ azaz a nem közvetlenül intézményes politikai szereplőkhöz kötődő oldalak hirdetési jelenlétének erősödése. A 2019-es kam-

²⁷ Bene et al. 2021.

²⁸ Kruschinski–Bene 2022.

²⁹ Kim et al. 2018.

pányokban a költségek legnagyobb része a pártokhoz és politikusokhoz kapcsolódott. 2022-ben a húsz legnagyobb költő között csak hét intézményes aktort találunk (Márki-Zay Péter, Megoldás Mozgalom, Dúró Dóra, Orbán Viktor, Fidesz, Egységben Magyarországért, Fidelitas), a többi oldal médiatermékekből (például Origo, Mandiner, Magyar Nemzet, Ezalényeg.hu) és egyéb, gyakran kevésbé ismert portálokból vagy nehezen azonosítható háttérű Facebook-oldalokból került ki (Erősítő, Ez Van, Aktuális).

Konklúzió

A tanulmány a 2022-es magyar országgyűlési választások közösségi médiában folytatott kampányát vizsgálta, különböző szereplőtípusokra és platformokra kitérve. A politikusok közösségimédia-használatát számos platformon dokumentáltuk. Az eredményekből az látszik, hogy továbbra is a Facebook a domináns kampányeszköz. Bár az adaptáció szintje már a 2018-as kampányban is a maximum közelébe került, a felhasználói és a politikusi aktivitás még 2018-hoz képest is nagyon jelentősen bővült. A politikusok jóval több posztot tesznek közzé az oldalon, követőik száma és a posztokra kapott reakciók pedig háromszorosával-négyszeresével nőttek, tehát úgy tűnik, hogy a politikai Facebook-használat 2018-ban még messze nem érte el a csúcspontját. Azonban a magyar közösségimédia-kampány történetében először más platformok is előtérbe kerültek. A YouTube-jelenlét szintje korábban nem volt vizsgálat tárgya, de feltételezhető, hogy a most tapasztalható nagyfokú jelenlét a korábbi kampányokban még nem volt jellemző. Ugyanakkor a YouTube-ra nehéz a többi platformtól független csatornaként tekinteni, hiszen az itt megjelenő tartalmakat a politikai szereplők sok esetben más platformokon népszerűsítik. Az Instagram tömeges használata viszont dokumentálhatóan a mostani kampány fejleménye, a politikusok hasonló arányban alkalmazzák, mint a 2014-es kampányban a Facebookot. Bár az Instagram a láthatóságot meghatározó minden dimenzióban jócskán elmarad a politikusok Facebookon elért teljesítményétől, a posztonként elérhető reakciók átlagos számában a politikusok teljesítménye hasonló nagyságrendű, mint 2018-ban a Facebookon. Miközben a Twitter irrelevanciájában nincs változás, egy új platformmal is kísérleteznek a politikusok. A politikusi felhaszná-

lás szempontjából a TikTok a 2022-es kampányban hasonló fázisban van, mint az Instagram 2018-ban, azonban szembeűnő, hogy a platformon sikeresebb felhasználók már most a Facebookkal összemérhető követő- és interakciószint elérésére képesek. Ráadásul itt kevésbé ismert politikai szereplők is képesek voltak jelentős láthatóság elérésére. Ezen okokból a TikTok politikai felhasználásában láthatóan nagy potenciál van, hiszen itt a felhasználók nyitottnak mutatkoznak a politikai tartalmakra.

A politikai erőviszonyok tekintetében a két nagy politikai blokk minden tekintetben és minden platformon jelentősen felűlműlja a Mi Hazánk és az MKKP politikusait. A közvetlen elérésben a Facebookon és az Instagramon is kormánypárti fölény érzékelhető, ugyanis a kormánypárti politikusok többet posztolnak és átlagosan több követővel is rendelkeznek, mint az ellenzéki jelöltek. A követők számában azonban mindkét platformon kiegyenlített a viszony, ha a három legkövetettebb politikust nem vesszük figyelembe – a követői átlagértékekben megmutatkozó előny tehát elsősorban a mindkét platformot nagymértékben domináló Orbán Viktor magas követőszámának tudható be. A közvetett elérés tekintetében már összetettebb a kép: a 2018-as kampányhoz hasonlóan a kisebb virális potenciállal bíró reakciók terén jelentős kormánypárti előny tapasztalható a Facebookon és az Instagramon is, a tartalom terjedése szempontjából nagyobb jelentőségű Facebook-megosztásoknál azonban markáns az ellenzéki fölény. A kevés felhasználó miatt a Twitter és a TikTok esetében nem érdemes erőviszonyokról beszélni, de utóbbi platform esetében látható, hogy mindkét oldalról vannak azt hatékonyan használni képes politikusok.

A közösségimédia-kampány azonban nem csak az országos politikusok aktivitásából áll. Ezért a legnagyobb közösségi oldal, a Facebook esetében a politikai erőviszonyokat több aktortípus esetében is próbáltuk feltérképezni. A választók nem elhanyagolható része saját településének megválasztott politikusain keresztül is találkozik politikai tartalmakkal. Bár a kormánypártokhoz kötődő helyi politikai szereplők több posztot tettek közzé a kampány során, és valamivel több követővel is rendelkeznek, az ellenzéki helyi politikusok jóval sikeresebbek voltak a közvetett elérésben: jelentősen kevesebb posztjukkal több reakciót és sokkal több megosztást váltottak ki, mint a kormánypártok tartalmai. A két nagy blokkhoz nem kötődő helyi politikusok jóval passzívabb szereplői a legnagyobb közösségi oldalnak.

A Facebookról való tájékozódásban a különböző médiatermékek továbbra is kiemelt szerepet játszanak. A 2018-ban ezen a téren tapasztalható ellenzéki fölény a médiatér elmúlt négy évben lezajló változásai ellenére is fennmaradt, az ellenzéki médiumok összesen jóval több követőt érnek el, és nemcsak a kiváltott reakciók, de különösen a megosztások terén is jóval sikeresebbek, mint a kormánypárti médiumok. A két blokk közötti különbség azonban szűkült, tehát a relatív pozícióján javítani tudott a kormánypártokhoz kötődő médiahátország. 2018-cal összevetve itt is érdemes kihangsúlyozni, hogy a reakciók száma jelentősen növekedett, a megosztásoké azonban csökkent valamelyest.

Az intézményes politikai szereplőkhöz és személyekhez közvetlenül nem kötődő, de politikai tartalmakat létrehozó oldalak terepén szintén ellenzéki fölény érzékelhető minden dimenzióban. Ugyanakkor a fő különbséget itt is a megosztások jelentik, a reakciók számában csekélyebb a különbség.

2018-tól eltérően külön kategóriaként vizsgáltuk a politikához kötődő közéleti szereplők oldalait, hiszen ezen a téren, különösen a Megafon-projekt megjelenésével, jelentős változások voltak érzékelhetőek. Míg a követők tekintetében itt ellenzéki fölény mutatkozik meg, a megosztások terén pedig kiegyenlített a két nagy politikai blokk teljesítménye, a reakciók számában jelentős a kormánypárti előny, ami jelentős részben a Megafonhoz kötődő oldalaknak köszönhető. A megafonos oldalak a megosztások tekintetében érzékelhető kiegyenlített viszonyokban is kulcsszerepet játszanak, nélkülük e szereplőcsoportnál minden fronton kiugró ellenzéki dominancia lenne megfigyelhető.

Végezetül a politikai hirdetések szféráját is vizsgáltuk. A 2019-es EP-és önkormányzati kampányokhoz képest óriási növekedés figyelhető meg mindkét politikai blokk költségeinél, ami nemzetközi összehasonlításban is kiemelkedő: a politikai kampányra a magyar politikai Facebook-szféra szereplői konzervatív becslés szerint is 2,8 és 3,3 milliárd forint közötti összeget költöttek. Míg ezen a téren a 2019-es kampányokban jelentős ellenzéki fölény volt megfigyelhető, most ez megfordult, és a kormányoldalhoz kötődő oldalak még a minden bizonnyal jelentősen alulbecsült számítás alapján is többet költöttek, mint az ellenzéki oldalak. Fontos változás továbbá, hogy láthatóan már nem az intézményes politikai szereplők dominálják a Facebook politikai hirdetési piacát: a legnagyobb összegeket

elköltő oldalak között nagyobb számban találunk médiatermékeket és nehezen azonosítható háttérű oldalakat, mint pártokat és politikusokat.

Az eredményekből jól látszik, hogy összetett megközelítést igényel azon kérdés megválaszolása, hogy melyik politikai oldal van fölényben a közösségi médiában. Általánosságban elmondható, hogy az ellenzékhez kötődő oldalak minden szereplőtípusnál több megosztás kiváltására képesek, míg a kormánypártokhoz kapcsolódó oldalak a reakciók kiváltásában szerepelnek általában jobban. Ez a tendencia már 2018-ban is megfigyelhető volt, és egy olyan jelenségről van szó, aminek okait csak találgatni lehet, ezért további vizsgálódások indokoltak lehetnek ezen a téren. A politikusok esetében is ez a kettőség figyelhető meg: a kormánypárti jelöltek aktívabbak, több reakciót is váltanak ki, de az ellenzékiek sikerebbek a megosztásokban. A többi szereplőtípusnál az látszik, hogy a helyi politikusok, a médiumok és az egyéb politikai oldalak Facebook-tevékenységénél is inkább ellenzéki fölény érzékelhető, a véleményvezéreknél viszont a reakciók tekintetében, illetve a hirdetési szférában jelentős kormánypárti dominancia mutatkozik meg.

A vizsgálatnak természetesen számos limitációja van. Először is, a közösségimédia-kampánynak számos olyan terepe van még, amelyet ebben a kutatásban terjedelmi vagy erőforrásokból nem vizsgáltunk: a pártok oldalaival ezúttal nem foglalkoztunk, illetve a más platformokon megjelenő, nem politikusi aktivitás jelenlétét sem térképeztük fel. Másodsor, ahogy azt a módszertani részben említettük, az egyéb szereplőtípusoknál bizonyos oldalak kieshettek a merítésünkből. Harmadszor, fontos, hogy a közösségimédia-teljesítménynek egyéb dimenziói is vannak, itt viszont tartalmi jellegű kérdéseket nem érintettünk, ezek vizsgálata későbbi kutatások tárgya lehet.

Irodalom

- Anspach, Nicolas 2017: The new personal influence: How our Facebook friends influence the news we read. *Political Communication*, 34. évfolyam, 4, 590–606.
- Bajomi-Lázár, Péter 2001: *A magyarországi médiaháború*. Budapest, Új Mandátum.
- Bajomi-Lázár, Péter 2020: *A patrónusi-kliensi médiarendszer – Magyarország 2010–2018*. Budapest, Napvilág Kiadó.
- Bayer, Judit 2020: Double Harm to Voters: Data-Driven Micro-Targeting and Democratic Public Discourse. *Internet Policy Review*, 9. évfolyam, 1.

- Bene, Márton – Farkas, Xénia 2018: Kövess, reagálj, oszd meg! A közösségi média a 2018-as országgyűlési választási kampányban. In Böcskei, Balázs – Szabó, Andrea (szerk.) *Várákosok és valóságok. Parlamenti választás 2018*. Budapest, MTA TK PTI – Napvilág Kiadó, 410–437.
- Bene, Márton 2020: *Virális politika. Politikai kommunikáció a Facebookon*. Budapest, L'Harmattan.
- Bene, Márton – Petrekanics, Márton – Bene, Mátyás 2021: Ki mit költ? Politikai hirdetési aktivitás a Facebookon a 2019-es európai parlamenti és az önkormányzati választási kampányokban. *Médiakutató*, 22. évfolyam, 3–4, 49–58.
- Benway, Jan Panero – Lane, David M. 1998: Banner Blindness: Web Searchers Often Miss 'Obvious' Links. *Itg Newsletter*, 1. évfolyam, 3, 1–22.
- Bossetta, Michael 2018: The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95. évfolyam, 2, 471–496.
- Bradshaw, Samantha – Howard, Philip – Kollanyi, Bence – Neudert, Lisa-Maria 2020: Sourcing and automation of political news and information over social media in the United States, 2016–2018. *Political Communication*, 37. évfolyam, 2, 173–193.
- DeVito, Michael 2017: From editors to algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism*, 5. évfolyam, 753–773.
- Diehl, Trevor – Weeks, Brian – Gil de Zúñiga, Homero 2016: Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction. *New Media & Society*, 18. évfolyam, 9, 1875–1895.
- Keller, Franziska – Schoch, David – Stier, Sebastian – Yang, JungHwan 2020: Political astroturfing on Twitter: How to coordinate a disinformation campaign. *Political Communication*, 37. évfolyam, 2, 256–280.
- Keller, Tobias – Klinger, Ulrike 2019: Social bots in election campaigns: Theoretical, empirical, and methodological implications. *Political Communication*, 36. évfolyam, 1, 171–189.
- Kim, Young – Hsu, Jordan – Neiman, David – Kou, Colin – Bankston, Levi – Kim, Soo Yun – Heinrich, Richard – Baragwanath, Robyn – Raskutti, Garvesh 2018: The stealth media? Groups and targets behind divisive issue campaigns on Facebook. *Political Communication*, 35. évfolyam, 4, 515–541.
- Kiss, Balázs – Szabó, Gabriella 2019: A médiafőlényről. *Politikatudományi Szemle*, 28. évfolyam, 4, 65–86.
- Klinger, Ulrike – Svensson, Jakob 2015: The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17. évfolyam, 8, 1241–1257.
- Kruschinski, Simon – Bene, Márton 2022: In varietate concordia?! Political parties' digital political marketing in the 2019 European Parliament election campaign. *European Union Politics*, 23. évfolyam, 1, 43–65.
- Newman, Nic – Fletcher, Richard – Schulz, Anne – Andi, Simge – Robertson, Craig T. – Kleis Nielsen, Rasmus 2021: *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Oxford, Reuters Institute.
- Polyák, Gábor – Urbán, Ágnes 2016: Az elhalkítás eszközei: Politikai beavatkozások a médiapiac és a nyilvánosság működésébe. *Médiakutató*, 17. évfolyam, 3–4, 109–123.
- Polyák, Gábor – Szávai, Petra – Urbán, Ágnes 2019: A politikai tájékozódás mintázatai. *Médiakutató*, 20. évfolyam, 2, 63–80.

RAJNAI GERGELY

Válságkezelés és újraválasztás Magyarországon és a világban

Absztrakt

A tanulmány a 2022-es magyar választást a gazdasági szavazás szempontjából, nemzetközi kontextusban vizsgálja meg. Hipotézisei szerint válságidőszakokban a választók rendszerint a kormányt hibáztatják a rossz gazdasági körülményekért, így a kabinetek újraválasztási aránya jelentősen csökken, viszont azoknak a kormányoknak, amelyek enyhíteni tudják a válság hatását országukra, nagyobb esélyük van az újraválasztásra. A tanulmány ezt egy szociotropikus, komparatív és retrospektív modell segítségével vizsgálja meg a kiterjedt Nyugat országain, összevetve a 2008 utáni gazdasági recessziót a jelenlegi, koronavírus által indukált válsággal. Az eredmények alapján a 2008-as válságot követően a hipotézisek igazolódtak, azaz az újraválasztási arány szignifikánsan csökkent, de a válságot jól kezelő kormányok esetében jelentősen magasabb volt, mint azon kabinetek esetében, amelyek országait súlyosabban érintette a recesszió. A Covidot követő válság során viszont mindkét hipotézist cáfolják az eredmények: a kormányok újraválasztási esélyei nem csökkentek, a válságkezelés hatékonysága és az újraválasztás között nem volt összefüggés. Erre a tanulmány két lehetséges magyarázatot ad: a 2008-hoz képest aktívabb válságkezelés politikai következményeit, valamint a gazdasági szavazás visszaszorulását észak-amerikai és nyugat-európai országokban. Ez utóbbi magyarázatot támasztja alá, hogy a kelet-közép-európai régióban a Covid okozta válság során is igazolódtak a hipotézisek, ami magyarázza a magyar választások eredményét is.

Kulcsszavak: gazdasági szavazás, összehasonlító politika, újraválasztás, gazdasági válság

Abstract

This paper analyses the results of 2022 Hungarian parliamentary elections from the perspective of economic voting in an international context. It hypothesises that during recessions, the re-election rate of cabinets is lower compared to other time periods, and that during these crises, governments that handle the crisis better have a better chance of political survival than their peers. The paper tests these hypotheses empirically by applying a sociotropic, comparative and retrospective model on the elections in the 'West' during both the post-2008 financial recession and the economic crisis induced by the Covid pandemic. The results demonstrate that both hypotheses proved to be correct in the case of the aftermath of the 2008 recession, as re-election rates were generally reduced and cabinets in countries with better performing economies during that period had a significantly better chance at re-election than their peers did. On the other hand, both hypotheses were rejected in the case of the post-Covid crisis: re-election rates were not significantly lower compared to other periods and economic perfor-

mance does not seem to have had an effect on the probabilities of re-election. The paper offers two potential explanations for the differences: the political consequences of the more active handling of the Covid crisis and the rise of post-material voting to the detriment of economic voting. The latter explanation is supported by the fact that the economic voting still works in the Central Eastern European region, a trend that offers an explanation for the results of the Hungarian election.

Keywords: economic voting, comparative politics, re-election, economic crisis

A 2022-es magyar országgyűlési választásokat elsődlegesen befolyásoló külső körülmény egyértelműen az orosz–ukrán háború volt. A közbeszédben a háború és a választás kapcsolatáról szóló diskurzus során azonban szinte elsikkadt, hogy a választást közvetlenül megelőző időszak előtti évek politikáját a koronavírus-járvány és annak kezelése dominálta nemcsak Magyarországon, hanem az egész világon. A Covid népegészségügyi hatásain túl nem szabad elfeledkezni a pandémia gazdasági következményeiről sem: a világgazdaság a 2008-as pénzügyi válság utáni hosszú konjunktúrát követően recesszióba fordult, és ennek a recesszióknak fontos a politikai hatásaival foglalkozni a magyar választások kapcsán is.

Ez a tanulmány arra vállalkozik, hogy a koronavírus-járvány nyomán elindult világgazdasági válság hatását vizsgálja meg a 2022-es magyar parlamenti választásra, nemzetközi összehasonlításban. Mind a józan ész, mind a gazdasági szavazás szakirodalma alapján azt várhattuk, hogy válságidőszakban, illetve annak közelében a választók a kormányt hibáztatják az anyagi problémáikért, és ezért a kormánypártok újraválasztási esélye alacsony lesz, népszerűségük jelentősen csökken a korábban, konjunktúra idején elért szinthez képest. Ennek a várakozásnak remekül megfelel a 2008-as válság utáni magyar eset, amikor a korábbi kormányzati teljesítményük okán az MSZP és az SZDSZ katasztrofális vereséget szenvedtek a 2010-es választáson. A 2022-es választás viszont teljesen mást mutat: a pusztán a válság jelenléte alapján várható összeomlás nem-hogy nem következett be, hanem a kormánypártok még növelték is szavazatarányukat korábbi eredményeikhez képest.

A tanulmány ennek a jelenségnek a magyarázatát keresi tágabb, nemzetközi kontextusban: hogy lehet az, hogy válságidőszakban bizonyos kormányok sikeresek tudnak maradni, mások pedig elbuknak? A választ négy részre tagolva mutatja be a tanulmány. Először röviden áttekintheti a gazdasági szavazás releváns irodalmát, és ez alapján két hipotézist

fogalmaz meg. Az első szerint válságidőszakban a kormányokat kisebb valószínűséggel választják újra, mint konjunktúra idején, a másik szerint pedig azok a kormányok, amelyek jobban kezelték a gazdasági válságot, annak hatásait enyhíteni tudták, nagyobb eséllyel képesek választást nyerni, mint azok, amelyeknek ez nem sikerült. A második részben ezeket a hipotéziseket a 2008-as válság kapcsán fogom empirikusan megvizsgálni. A harmadik részben a vizsgálatot megismétlem a 2020-as Covid-válság időszakára is. Az empirikus kutatások alapján a szakirodalmi várakozások beigazolódtak a 2008-at követően: a kormányokat kisebb eséllyel választották újra, a válságot hatékonyabban kezelő vezetők pedig nagyobb eséllyel maradtak hatalomban, mint a többi párt. Ezzel szemben a 2020-as válság után nem ezt tapasztaljuk: a kormányok újraválasztási aránya nem romlott a 2008 után tapasztalt mértékben a konjunktúra idején tapasztalathoz képest, és nem látszik az, hogy a válságot jobban kezelő kormányok sikeresebbek lettek volna a válsággal nehezebben megbirkózó társaiknál. A negyedik rész erre a változásra ad két lehetséges magyarázatot. Egyfelől a két válság lefolyása és a rá adott politikai reakciók nagyon eltérőek voltak, és ez befolyásolhatta a választók reakcióit is. Másfelől 2020-ban 2008-hoz képest a nyugati világban a szavazók egyre nagyobb része értékalapon döntött politikai preferenciájáról, a tisztán gazdasági szavazás jelentősége egyre csökken, így az erre alapozott modellek magyarázó ereje is egyre gyengébb lesz. Mindeközben a kutatás eredményei arra utalnak, hogy a pandémia okozta recesszió során is jól működtek a gazdasági szavazás modelljei Közép-Kelet-Európában, így Magyarországon is, tehát a régióban a gazdasági szavazás továbbra is kiemelkedő jelentőségű. 2010-ben a magyar gazdaság a nemzetközi átlagnál súlyosabb veszteségeket szenvedett, és egyebek mellett ez is vezethetett a Fidesz fölényes sikeréhez. 2022-ben viszont Magyarország a nyugati átlagnál valamivel jobban állta a pandémia során elindult negatív gazdasági folyamatokat, és ez magyarázhatja a kormány sikerét, bár ezt óvatosan kell kezelnünk, mert a Covid-válság során a korábban jó magyarázatot nyújtó modellek nemzetközi szinten kevés prediktív erővel bírtak, így az áprilisi választás akár egy „kilógó” eset is lehet a nemzetközi trendben, csak a regionális mintába illeszkedik kiválóan.

A gazdasági szavazás típusai

A politikusok népszerűségük egyik legfontosabb elemeként tekintenek a gazdaság állapotára, ezt mi sem tanúsítja jobban, mint Bill Clinton hírhedt mottója: „A gazdaság a lényeg, te hülye!”¹ A gazdasági szavazás elmélete mögötti alapvető feltevés az, hogy a választók preferenciájuk kialakításakor a gazdaság helyzetét is számba veszik. Az azonban nem egyértelmű, hogy a polgárok pontosan mit vesznek figyelembe a helyzet értékelésénél. Aszerint, hogy a gazdaságot milyen szempontból értelmezik a választók, a politikatudomány legalább három dilemmát vet fel ennek kapcsán, amelyek mentén különböző modelleket alakíthatunk ki a gazdasági szavazásra. A következő bekezdésekben ezeket a dilemmákat tekintjük át nagyon röviden.² A szavazó alapul veheti személyes tapasztalatait, perspektíváit, azaz, ha az ő és szűk környezete jobban él, akkor itéli jónak a gazdaság helyzetét. Ebben az esetben a szavazó *egocentrikus*. Lehetséges azonban, hogy a választót nem elsősorban a saját sorsa, tapasztalatai és kilátásai befolyásolják, hanem az ország, a társadalom egészének helyzete. Tehát, ha azt veszi figyelembe preferenciájának kialakításakor, hogyan alakulnak az országos gazdasági mutatók, és milyen gazdasági víziót kínálnak az egyes pártok a társadalom egészének számára, akkor beszélhetünk *szociotropikus* szavazóról. Az egocentrikus modellben minden választó benyomása eltérő lesz, és akkor is beszélhetünk alapvetően gazdaságilag motivált szavazásról, ha a választók különböző irányba voksolnak, hiszen az egyes polgárok érdekei és tapasztalatai nagyon eltérőek lehetnek. Egyes kormányzati intézkedések bizonyos csoportoknak kedveznek, másokat megkárosítanak, így, ha minden szavazó tökéletesen egocentrikus, akkor is több párt kaphat voksot. Ezzel szemben a szociotropikus modellben minden választó pontosan ugyanazokat a szempontokat mérlegeli, így a szociotropikus szavazók döntése egy irányba mutat, amennyiben tökéletesen racionális és objektív polgárokról beszélünk. Ez természetesen a valóságban nincs így, az empirikus kutatások kimutatták, hogy az érzelmek és a pártos kötődés erősen befolyásolja az objektív tények értékelését is.³ Természetesen az egocentrikus és szociotropikus modellek juthatnak azonos eredményre, de bizonyos sza-

1 Christiansen 2017, 129.

2 Az áttekintés alapját a következő könyvek adták: Lewis-Beck 1988 és Duch–Stevenson 2008.

3 Patkós 2015; Patkós–Farkas 2020.

vazóknál (akiknek jól alakul sorsa, miközben az ország gazdasága gyengül; illetve akik az ország prosperálása ellenére rosszabbul élnek) a két modell ellenkező előrejelzést tesz.

A gazdasági szavazási modellek második dilemmája az időt érinti. A szavazók figyelembe vehetik a kormányzati teljesítményt: ha jól alakul a gazdaság helyzete, akkor a kormányra, ha rosszul, akkor az ellenzékre szavaznak. Ebben az esetben a szavazó fókusza a múlton van, ezért nevezzük *retrospektív* választónak. A másik modell szerint a választók az ígéretes és a gazdaság kilátásai, valamint a politikusok által kínált jövőképek alapján hozzák meg döntésüket. Ilyenkor a választás hangsúlya a jövőre helyeződik. Az ilyen modellt nevezzük *prospektívnek*. Ennél a dilemmánál is komoly módszertani különbségek merülnek fel: a prospektív modellek esetében programokat és beszédeket kell elemezni, a retrospektív nézőpont teszteléséhez viszont a gazdasági mutatók alakulását kell figyelembe venni.

A harmadik dilemma a választók viszonyítási pontjához kötődik. A választó alapozhatja a döntését arra, hogy saját vagy az ország sorsa hogyan alakult, vagy fog alakulni egyfajta szellemi vákuumban: retrospektív-egocentrikus szavazó esetén például ez azt jelenti, hogy ha a saját fizetése nőtt egy ciklusban, akkor elégedett lesz a kormánnyal, ha nem, akkor pedig az ellenzékre fog szavazni. Kizárólag a saját pénztárca vagy a saját ország teljesítménye számít. Ilyenkor beszélünk *abszolút* gazdasági szavazásról. Ezzel szemben a választó viszonyíthat másokhoz is. Ismét a retrospektív-egocentrikus szavazó példájához nyúlva ilyenkor nem elég a szavazónak az, ha növekedett a fizetése az adott ciklusban. Amennyiben azt látja, hogy a környezetében még jobban emelkedett az emberek jóléte, akkor velük összehasonlításban saját keresetnövekményét már kevesellni fogja, és nem lesz elégedett a kormány teljesítményével. Amennyiben egy választó ilyen összehasonlítások alapján alakítja ki a preferenciáját, *komparatív* gazdasági szavazónak nevezzük. Köznyelvi megfogalmazással: az abszolút szavazót csak az érdekli, hogy a saját pázsitja elég zöld-e, a komparatív szavazónak viszont az a lényeg, hogy a saját füve zöldebb legyen, mint a szomszédé. A nyilvánvaló elméleti különbségek mellett itt is jelentős módszertani eltérések vannak a két modell között. Abszolút modellek esetében egy ország vagy egy egyén önmagában vizsgálendő, míg egy komparatív modell csak a régió országaival való összevetésben vagy az egyének országos átlagához képest értelmezheti ugyanezeket a mutatókat.

Módszertan

A válságkezelés sikeressége és a kormányok újraválasztási arányának vizsgálata során az ország gazdaságának egészét kell számba vennünk, így a szociotropikus megközelítést kell választanunk. Ennél a kérdésnél nem a pártok ígéretei, hanem közelmúltbeli politikai teljesítményük számít, ezért a retrospektív modell alkalmas az elemzésre. Miután a tanulmány a magyar választásokat nemzetközi kontextusban értelmezi, ezért ez egy komparatív elemzés lesz. Tehát a tanulmány egy szociotropikus, retrospektív és komparatív modellt alkalmaz.

Ezt a megközelítést lehet vitatni, leginkább abból a szempontból, hogy az általa felvázolt dinamika nem életszerű. Bár a választók politikai preferenciáját befolyásolja a gazdaság alakulása, irreális azt feltételezni, hogy a választás idején naprakészek legyenek a gazdasági mutatók alakulásából, vagy akár benyomásuk lehessen a gazdaság egészéről, miközben személyes tapasztalatuk, információjuk csak saját szűk környezetükből származik. Ezt csak tetézi az a feltételezés, hogy nemzetközi rangsorokban is el tudják helyezni az ország gazdasági állapotát; még ha esetleg hallottak is a főbb gazdasági statisztikák alakulásáról a kampány során, vagy esetleg van egy általános benyomásuk az ország általános gazdasági helyzetéről, nehéz elképzelni, hogy ezt összevetnék más országok hasonló mutatóival, és ez alapján hoznák meg végül döntésüket. A modell fő funkciója éppen ezért nem a választókban konkrétan lezajló folyamatok pontos rekonstrukciója, hanem a politika alakulásának előrejelzése a gazdasági fejlemények ismeretében. Amennyiben az előrejelzések pontosak, a modell használható elemzésre, függetlenül attól, hogy az egyes választók fejében hogyan zajlik le a döntéshozatal. A modell nem egyéni szinten próbálja a magyar szavazói magatartást, azon belül pedig a gazdasági szavazást megvizsgálni, hanem a gazdasági mutatók alakulásának hatását kívánja ellenőrizni a választási eredményekre. Ezáltal csak közvetve épít az egyéni szintű modellekre, az aggregált eredmények kerülnek a kutatás fókuszába az egyén helyett. Az ilyen, a gazdasági szavazást aggregáltan megközelítő szociotropikus-komparatív modellek prediktív ereje több kutatás alapján kifejezetten erős. Az 1970-es évek óta az összehasonlító kutatások megállapították, hogy az egocentrikus modelleknél a retrospektív-szociotropikus megközelítés megbízhatóbb előrejelzésekkel szol-

gál.⁴ Lewis-Beck és Paldam⁵ tanulmánya szerint a pártpreferenciák változásának körülbelül egyharmadát lehet magyarázni a gazdasági hatásokra adott választói reakciókkal. A kutatás szerint ráadásul a negatív teljesítmény büntetése jóval gyakoribb, mint a pozitív teljesítmény jutalmazása (a választók könnyebben elfelejtik, hogy jobban megy a soruk, de azt szinte egészen biztosan észreveszik, ha rosszabb helyzetbe kerültek), ez alapján pedig gazdasági válságok esetén különösen alkalmas ez a modell a választási eredmények magyarázatára. A tanulmányban használt modell magyarázó erejét több időszakban különböző szerzők igazolták már,⁶ az ő módszertanukra is épít a tanulmány empirikus része.

Van tehát logika a választott modell mögött. Ez a választás azonban még nem old meg minden módszertani kérdést. A szociotropikus-retrospektív modellek egyik előnye, hogy széles az elérhető, átlátható indikátorok köre, a makrogazdasági statisztikák a világ szinte minden országából elérhetőek, és jól összevethetőek egymással. Ez a bőség zavarát okozza: nem egyértelmű, hogy melyik mutatókat érdemes megvizsgálni a gazdasági szavazás kutatása során. A szakirodalom elsősorban három tényezőre koncentrált: a gazdasági növekedésre, a munkanélküliségre és az inflációra.⁷ A növekedés a gazdaság egészének tendenciáit tudja kimutatni, és jellemzően a GDP/fő alakulásával szokás mérni. A munkanélküliség nem érinti a gazdaság egészét, viszont tendenciája jól mutatja, hogy a gazdasági biztonságérzet miként alakul az országban, így jól kiegészíti a növekedés általános mutatóját. Az infláció már kérdésesebb mutató. Egyrészt nagyon fontos, hiszen ezen keresztül gyakorlatilag azonnal érzik a választópolgárok a gazdasági nehézségeket: az árak alakulását nap mint nap kénytelenek követni akkor is, ha a makrogazdasági mutatók nem is foglalkoztatják őket. Ugyanakkor sokszor recesszió esetén az infláció kifejezetten alacsony marad, hiszen a válság során a fogyasztók visszafogják a költésüket, ez pedig csökkenő kereslethez, és lassan, vagy egyáltalán nem növekvő árakhoz vezet. Így az alacsony infláció sokszor a rossz, nem pedig a hatékony válságkezelés indikátora.

4 Fiorina 1978.

5 Lewis et al. 2000.

6 Powell–Whitten 1993; Simonovits 2010.

7 Fiorina 1981.

A tanulmány fókuszában két válság kezelése áll: a 2008-as (2008 és 2012 között) és a 2020-as (2020-tól napjainkig, tehát 2022 tavaszáig). A két válság között számos különbség merül fel, amelyek később kifejtésre kerülnek, ugyanakkor mind a két válság érintette gyakorlatilag a világ összes országát, így a válságkezelés összevetésére mindkét időszak remekül alkalmas. A fent említett mérőszámok közül Simonovits⁸ módszertanát követve a GDP/fő növekedését, illetve a munkanélküliség alakulását is figyelembe veszem az empirikus vizsgálat során. Az infláció esetében különbséget kell tenni a két válság között: míg a 2008-as recesszió során a fogyasztás jelentősen visszaesett, így az infláció alakulása nem mond el sokat egy-egy kormány válságkezeléséről, mivel az alacsony infláció legtöbbször súlyosabb válságot jelentett ebben az időszakban, addig a 2020-as válság egyik fő indikátora az elszabaduló infláció, amit a kormányok kordában próbálnak tartani, elég csak a magyarországi árstopra gondolni.⁹ Éppen ezért a 2008-as válságkezelési hatékonyság kimutatásában az inflációt nem fogom figyelembe venni, viszont a 2020-as válság esetén ez a mutató is bekerül a vizsgálatba. Ugyan felmerülhet, hogy egy új indikátor bevonása csökkenti a két modell összevethetőségét, de politikai szempontból éppen ez a különbségtétel teremti meg az összehasonlíthatóságot. A politikusok azokra a mutatókra optimalizálnak, amelyek befolyásolhatják a választások kimenetelét, ezek pedig azok, amelyek egy adott válság során a választók számára érzékelhetők. Az infláció politikailag rendkívül releváns mutató a 2020-as válság esetén, így kihagyása a szakirodalom ismeretében nem volna helyes. A 2008-as válság során viszont a kormányok nem törekedtek az infláció minimalizálására, sőt, sok esetben inkább növelni akarták azt. Ennélfogva ebben az esetben az inflációt nem lenne korrekt magyarázó változóként bevonni a modellbe. Így a független változók eltérő köre ellenére is összevethető a két modell: mindkét esetben a politikailag releváns mutatók kerültek be a vizsgálatba.

A következőkben először általánosságban vizsgálom meg, hogy a válságok valóban megnehezítik-e a kormányok számára a hatalmon maradáást. Ezt követően pedig a 2008-as és a 2020-as krízis kezelésén és a kormá-

⁸ Simonovits 2010, 983–985.

⁹ Presinszky 2022.

nyok újraválasztási rátájának összevetésén keresztül tesztelem a szociotopikus-retrospektív-komparatív modellek két központi hipotézisét:

H1: A 2008-as és 2020-as gazdasági válság hatására a kormányokat kisebb eséllyel választják újra, mint egyéb időszakokban.

H2: Gazdasági válság idején azoknak a kormányoknak nagyobb az esélye az újraválasztásra, amelyeknek országában a válság hatásai kevésbé voltak súlyosak, azaz gazdaságuk jobban teljesített más országoknál.

A gazdasági válság általános hatása az újraválasztási esélyekre a 2008-as válság idején

Azt, hogy van-e különbség válság idején a kormányok újraválasztási rátájában, a Database of Political Institutions (DPI) választási eredményeket is tartalmazó adatbázisának¹⁰ segítségével vizsgáltam meg. Mivel az adatbázis 2017-ig tartalmazza az adatokat, a 2008-as krízis utáni válságidőszakot (2009–2012) vettem össze az összes többi időszak (1975–2008, illetve 2013–2017) demokratikus választási eredményeivel. A vizsgálat alapja az, hogy a két időszak választásai után a kormánypárt (koalíció esetén a kormány legerősebb pártja) újra kormányt tudott-e alakítani (újraválasztás). Az eredményeket az 1. táblázat tekinti át.

Első ránézésre az eredmények nem meggyőzőek, ugyanis, míg általában a kormányok közel 43 százalékát választották újra, a válság során a kormányok 59 százaléka kapott újra bizalmat. Ezt azonban torzítja a rengeteg fiatal demokrácia, illetve hibrid rezsim, ahol egyrészt a politikai törvényszerűségek nem ugyanúgy érvényesek, mint az elsősorban nyugati demokráciákat vizsgáló politikatudomány modelljei alapján várnánk, másrészt pedig ezek olyan országok, amelyeket a 2008-as recesszió kevésbé érintett, ugyanis jellemzően fejletlen államokról beszélünk, ahol

10 Scartascini et al. 2018. Az adatbázist hiányzó adatokkal saját kezűleg kiegészítettem, így tartalmazza a világ összes, részben vagy teljesen demokratikus választását 1975 és 2017 között, ez összesen 1055 választást jelent 141 különböző országban. A vizsgálatban csak azok a választások voltak figyelembe véve, ahol valós politikai verseny volt a parlamenti mandátumokért (6-os vagy 7-es osztályzat a „liec” skálán). A figyelembe vett választás mindig az adott politikai rendszer elsőrendű választása volt, például elnöki rendszer esetén az elnökválasztás, parlamenti rendszer esetén az alsóházi választás.

nem esett annyira vissza az életszínvonal, hiszen eleve alacsony szinten volt a válság előtt is. Például a Fülöp-szigeteken a válság legrosszabb évében, 2009-ben is pozitív (1,4 százalékos) GDP-növekedést regisztráltak, a válságidőszak többi évében pedig 6 százalék felett növekedett a nemzeti össztermék, a 2010-es választást mégis elveszítette a regnáló kormánypart, a Lakas. Peruban hasonló volt a helyzet: 2009-ben is növekedett a gazdaság, és a recesszió többi évében 6 százalék feletti növekedést regisztráltak, mégis katasztrofális vereséget szenvedett a regnáló APRA párt. Ezzel szemben a válságot sokkal súlyosabban elszenvedő Argentínában, ahol a válság mélypontján 6 százalékot csökkent a GDP, a Juszticialista Párt mégis meg tudta őrizni vezető pozícióit. Az összesített adatok mellett ezek a példák is demonstrálják, hogy ezekben a régiókban a gazdasági szavazás törvényszerűségei másképp működnek, mint Európában vagy Észak-Amerikában. Ezért a jelen vizsgálat szempontjából érdemes csak a kiterjesztett nyugati országokat¹¹ figyelembe venni, amit az 1. táblázat 4. és 5. sora mutat meg. Így a kép már más: míg „normál” helyzetben a kormányok 56 százaléka maradt hatalomban, addig a válság során csupán 39 százalékuk.

1. táblázat: *Kormányok újraválasztási gyakorisága a 2008-as válság idején (2008–2012) és egyéb időszakokban, 1975–2017*

<i>Kormányok újraválasztási gyakorisága, 1975–2017</i>	<i>Választások száma</i>	<i>Újraválasztások száma</i>	<i>Újraválasztások aránya</i>
Világ, „normál” időszak	735	314	42,72%
Világ, 2008-as recesszió	113	67	59,29%
„Nyugat”, „normál” időszak	277	155	55,96%
„Nyugat”, 2008-as recesszió	36	14	38,89%

A Nyugat mellett bevonhatóak lennének még más régiók is (Ázsia, Latin-Amerika, Kelet-Európa EU-n kívüli országai), de ennél a kiterjesztett régiónál még nem veszik el teljesen az összehasonlíthatóság, az országok politikai rendszere még többé-kevésbé hasonló, viszont a tanulmány szempontjából lényeges, hogy tartalmazza Magyarországot és szűkebb értelemben vett régióját, ezért definiáltam így a szűkebben is megvizsgált

11 A kiterjesztett Nyugat részei a tanulmányban: az Európai Unió jelenlegi tagállamai, az Egyesült Királyság, Norvégia, Izland, Svájc, az Egyesült Államok, Kanada, Ausztrália és Új-Zéland.

országok körét. Szintén szempont lehetne a földrajzi lehatárolás helyett valamelyik demokráciaindex alapján meghatározni azon nemzetek körét, ahol a politikai rendszer megfelelően demokratikus volt az adott időszakban ahhoz, hogy a gazdasági szavazás jelenségét érdemben lehessen vizsgálni. Ez azonban legalább annyira önkényes és szubjektív szempont lenne, mint a jelenlegi földrajzi lehatárolás, hiszen a demokráciaindex és a határérték megválasztása alapján nagyon különböző országok kerülnének a körbe, ráadásul számos különböző régióból, ami tovább bonyolítaná a vizsgálatát. A kibővített Nyugatot 2008-ban és 2020-ban többé-kevésbé hasonló gazdasági sokkok érték nagyjából egy időben, ezért logikusabb őket összevetni, mint a demokratikusság kritériumát kielégítő, de némileg más gazdasági környezetben lévő államokat is bevonni a vizsgálatba. Az országok köre tehát szükségszerűen önkényes, de a kiterjesztett nyugati országok nyújtják a legjobb lehetőséget egy áttekinthető és reális vizsgálatra.

A táblázatból látható, hogy mitől félnek a kormányok válság idején. Értelemszerűen nem szeretnék a saját újraválasztási esélyeiket 31 százalékkal csökkenteni. Ráadásul a válság alatt újraválasztott 14 kormányból kettő kilóg: Portugáliában ugyan 2009-ben még hatalomban maradtak a szocialisták (bár abszolút többségüket elveszítették), két évvel később azonban már elbuktak a szociáldemokratákkal szemben, míg Hollandiában a recesszió eredményeképp 2010-ben kormányra kerülő Rutte-kormány tudta 2012-ben is megőrizni pozícióját, tehát ezekben az országokban sem élte túl egy kormány a válság teljes időszakát. Az eredmények alapján általánosságban igaz, hogy konjunktúra idején nyugati országokban a kormányokat sokkal gyakrabban választják újra, mint válság idején. Ezért az első hipotézist a Nyugatra tekintve elfogadom, és a továbbiakban az elemzést csak erre a régióra terjesztem ki.

Válságkezelés és politikai sikeresség a 2008-as válság idején

Az első hipotézis, miszerint a válságidőszakok során a kormányok újraválasztási rátája alacsonyabb, mint konjunktúra idején, tehát a 2008-as válságot követő időszakban beigazolódott. A második hipotézist, miszerint a válságokat jobban kezelő pártok újraválasztási esélye jobb, mint a többi kormánypárté, a kiválasztott 34 ország világbanki adatain¹² fogom tesztelni. Kigyűjtöttem az érintett országok éves adatait a vizsgálathoz felhasznált két mutató, a gazdasági növekedés és munkanélküliség esetében a válságidőszakban (2008 és 2012 között). Ezeket az adatokat átlagoltam, így megállapítottam, hogy az egyes országok átlagos növekedése és átlagos munkanélkülisége milyen értéket vett fel a recesszió idején. Ezeket az átlagos értékeket sorba rendeztem: a legmagasabb átlagos növekedésű ország volt az 1. a rangsorban, a legalacsonyabb a 34., a munkanélküliség esetében pedig épp fordítva: a legalacsonyabb átlagos munkanélküliséggel rendelkező ország volt az első, a legmagasabbal bíró pedig a 34. Ezt követően a két rangsorban elfoglalt helyezést minden országnál átlagoltam, így megkaptam egy rangsort, ami általánosan megmutatja, hogy a két mutató tekintetében összességében hogyan teljesített az adott ország.

Felmerülhetne a rangsorolás helyett egy statisztikailag szofisztikáltabb vizsgálat független t-tesztet vagy logisztikus regresszió segítségével. Ezt a megközelítést két okból vetettem el. Egyrészt az esetszám nem elég nagy ahhoz, hogy ezek a tesztek megbízható eredményeket produkáljanak. Másrészt pedig a modell nem véletlenül komparatív, vagyis az a feltételezés áll mögötte, hogy azok a kormányok, amelyek a többiekénél bizonyos mutatók szerint jobban kezelték a válságot, a választók bizalmát is jobban élvezik. Ez a többi országgal való összevetés a rangsorok által jobban megfogható a politikusok számára, mint egy-egy kiemelkedő vagy éppen kiugróan rossz adat által torzított eredmény. A mutatók pontos értékeinek használata így az extrém esetek miatt torzító lehetne, a rangsorok viszont olyan kérdésre adnak választ, amelyre a politikusok is figyelhetnek: a hasonló országokhoz képest milyenek a saját országom gazdasági mutatói? Természetesen a rangsorok is torzíthatnak, például

12 Világbank 2022. A GDP/fő esetében az éves, decembertől decemberig tartó reálnövekedést, míg a munkanélküliség esetében az év végi adatokat vettem figyelembe.

lehet, hogy négy-öt országnak szinte azonos a gazdasági teljesítménye a vizsgált mutatók alapján. A kis különbségeket ilyen esetben a legjobb és a leggyengébb ország között felnagyíthatja a modell, de a mögöttes feltevés szerint ez a politikában is megtörténhet: közgazdasági szempontból hiába kicsi a különbség két állam adatai között, ha az egyik kicsit is jobban teljesít a másikkal, bizonyosak lehetünk benne, hogy erre a különbségre a jobban álló ország kormánya fel fogja hívni a figyelmet. Tehát mind a rangsorok, mind az abszolút értékek torzíthatnak, de a rangsorok torzítása feltételezésem szerint közelebb áll ahhoz, ami a politikában is fontos, így a kis esetszám mellett ezért alkalmaztam a választott módszert.

Ezt követően a DPI adatai alapján az országokat két kategóriába soroltam:¹³ újraválasztották-e a kormányt a vizsgált időszakban, vagy sem. Az eredményeket a 2. táblázat tekinti át. Azokat az országokat, ahol újraválasztott kormány volt, világosszürke háttérrel jelöltem, azokat, amelyekben a kormány megbukott, sötétszürkével. Így látványos, hogy mely országokban volt politikai értelemben sikeres a kormány, miközben a válságkezelés sikerességét a táblázat rangsorában elfoglalt pozíció mutatja meg. Az országokat a gazdasági mutatók átlagos rangsora szerint rendeztem, így a hipotézis megerősítéséhez a táblázat felső soraiban több világosszürke háttérű, alsó soraiban több sötétszürke háttérű országot kell látnunk.

2. táblázat: A gazdasági teljesítmény és az újraválasztások összefüggése 2008 és 2012 között (világosszürke: újraválasztott kormányok, sötétszürke: megbukott kormányok)

<i>Ország neve</i>	<i>Növekedési rangsor</i>	<i>Munkanélküliségi rangsor</i>	<i>Rangsorok átlaga</i>
Ausztrália	2	6	4
Svájc	7	2	4,5
Új-Zéland	8	7	7,5
Norvégia	14	1	7,5
Kanada	5	16	10,5

13 Két kivétellel, Ausztriában és Máltán ugyanis nem voltak választások a válság ideje alatt, így sem újraválasztott, sem megbukott kormány nem volt ezekben az országokban. Ezek az országok nem is szerepelnek a táblázatban.

<i>Ország neve</i>	<i>Növekedési rangsor</i>	<i>Munkanélküliségi rangsor</i>	<i>Rangsorok átlaga</i>
Luxemburg	17	5	11
Németország	11	12	11,5
Románia	10	13	11,5
Hollandia	20	4	12
Lengyelország	1	23	12
Csehország	18	10	14
Svédország	9	19	14
Belgium	12	17	14,5
Bulgária	6	24	15
Dánia	22	9	15,5
Szlovákia	4	29	16,5
Egyesült Államok	13	20	16,5
Izland	26	8	17
Egyesült Királyság	19	15	17
Franciaország	16	22	19
Szlovénia	24	14	19
Finnország	23	18	20,5
Magyarország	25	25	25
Olaszország	29	21	25
Litvánia	21	31	26
Észtország	27	27	27
Portugália	30	26	28
Horvátország	32	28	30
Írország	31	30	30,5
Spanyolország	28	34	31
Görögország	34	32	33
Lettország	33	33	33
Újraavasztott kormányok átlaga	10,82	11,64	11,23
Megbukott kormányok átlaga	21,81	21,57	21,69
Újraavasztási arány	38,89%		

Amint látható, a gazdaság teljesítménye szinte teljes biztonsággal meghatározta azt, hogy egy kormányt újraavasztottak-e, vagy sem. Az átlagos rangsor első tizenkét országában a kormányokat jellemzően újraavaszt-

tották, a többi országban viszont szinte kivétel nélkül megbuktak. Ráadásul a „határesetek” eleve különlegesek: Hollandiában, amint azt már említettem, miután 2010-ben megbukott a kormány, az újonnan megválasztott kormányt még a válság idején (2012-ben) újraválasztották, Svédországban pedig, bár a kormány hatalmon maradt 2010-ben, elveszítette parlamenti többségét, és kisebbségi kormányként alakult újjá. Csehországban 2010-ben azért tartottak választást, mert a recesszió kirobbanása után (2009-ben) a regnáló Topolánek-kormány kénytelen volt lemondani, és bár 2010-ben hasonló pártkonstellációban alakult új kormány, annak személyi összetétele jelentősen megváltozott. Ezt a három „határesetet” tehát lehetne fordítottan is minősíteni.

Mindössze két ország lóg ki a sorból: Románia, ahol a viszonylag jó gazdasági teljesítmény ellenére is megbukott a kormány, valamint Észtország, ami, bár rendkívül megérezte a recessziót, mégis bizalmat szavazott a regnáló kormánynak. A 2. táblázat végén az újraválasztott és megbukott kormányok országainak rangsorokban elfoglalt átlagos helyezése található; ez számszerűsíti is a különbséget: az újraválasztott kormányok országainak átlagos helyezése majdnem fele a megbukott kormányok nemzeteiben tapasztalt számoknak, tehát jóval nagyobb arányban választották újra a kormányokat, ha a válság hatásai kevésbé voltak érezhetőek az adott társadalomban. Ennek megfelelően a 2008-as világválság esetében a korábban elfogadott első hipotézis mellett a második hipotézist is elfogadom, miszerint a válságkezelés hatékonysága jelentősen befolyásolta az újraválasztás esélyeit a vizsgált országokban.

A trendhez illeszkedik a magyar eset is. Jól tudjuk, hogy a szocialista kormány 2010-es bukásában sok egyéb tényező is szerepet játszott, de a gazdasági szavazás is kiválóan magyarázza a Fidesz–KDNP győzelmét. A magyar válságkezelés a nyugati átlaghoz képest nem volt hatékony: mind a gazdasági növekedés, mind a munkanélküliség tekintetében rosszabbul állt az ország, mint a kutatásban szereplő többi állam többsége, és értelmezhetjük úgy is a 2010-es eredményt, hogy a gyenge válságkezelést büntették meg a választók. A szociotropikus-retrospektív-komparatív gazdasági szavazás modellje tehát nemcsak a nyugati országokban általában, hanem Magyarországon is képes magyarázni a kormány politikai sikertelenségét a 2008-as pénzügyi világválság időszakában.

Válságkezelés és politikai sikeresség a pandémia idején (2020–2022)

Itt érkeztünk el a jelenhez, amikor hosszú konjunktúra után újra a gazdasági problémák kerülnek a politika fókuszába, és a válságkezelés minden kormány napirendjét meghatározza. Erre az időszakra a fentihez hasonlóan vizsgáltam meg a gazdasági és a politikai sikeresség közötti kapcsolatot: ugyanúgy rangsoroltam a nyugati országokat gazdasági teljesítmény szerint a 2020-as és 2021-es növekedési és munkanélküliségi mutatók¹⁴ szerint, mint a 2008-as időszak vizsgálata alapján, csak ezúttal az inflációt¹⁵ is figyelembe vettem a sorrend kialakításánál. (A legalacsonyabb inflációt regisztráló ország került a rangsor elejére, a legmagasabb árnövekedést elszenvedő pedig a végére.) A 2020 márciusa és 2022 májusa közötti választási eredményeket az Inter-Parliamentary Union (IPU) adatbázisa¹⁶ alapján vettem össze velük (lásd: 3. táblázat). Itt a vizsgált időszak rövidebb volt, kevesebb országban volt választás, de az eredményeket összefoglaló táblázatban feltüntettem a lemondott, választást így nem veszítő kormányokat is. Ezeket szintén a sikertelen, a hatalmukat megőrizni nem tudó kormányok közé soroltam. Így is csupán húsz országban mondott le a kormány, vagy volt választás, de ez a minta is elegendő az általános tendenciák felrajzolásához.

Az eredményeket a 3. táblázat foglalja össze. Ismét láthatóak a különböző mutatók szerinti rangsorokban elfoglalt helyezések országonként, valamint a rangsorok átlaga, ami szerint a vizsgált eseteket sorba rendeztem. Világosszürke háttérrel láthatók ismét azok az országok, amelyekben újraválasztották a kormányt, míg sötétszürkével azok, ahol a Covid világszintű elterjedése óta megbukott egy kormány. Az első hipotézis igazolásához a konjunktúra-időszakhoz viszonyítva kevés újraválasztott kormányt kell látnunk, a második hipotézis igazolásához pedig a táblázat felső soraiban kellene fellelnünk a világosszürke háttérű országokat, és lentebb a sötétszürke háttérűeket.

14 Világbank 2022. Hiányzó adatok esetén az adott ország statisztikai hivatalának honlapjáról egészítettem ki az adatbázist.

15 A fogyasztói árindex lakhatást is tartalmazó mutatóját (Consumer Price Index including housing costs, CPIH) értem infláció alatt, ami az árak változását decembertől decemberig követi, így adja ki az adott év inflációját.

16 Inter-Parliamentary Union 2022.

3. táblázat: A gazdasági teljesítmény és az újraválasztások összefüggése 2020 és 2022 között (világoszürke: újraválasztott kormányok, sötétszürke: megbukott kormányok)

Ország neve	Növekedési rangsor	Munkanélküliségi rangsor	Inflációs rangsor	Rangsorok átlaga
Norvégia	6	6	27	13,00
Németország	23	3	14	13,33
Szlovénia	26	9	7	14,00
Horvátország	9	25	13	15,67
Új-Zéland	18	4	25	15,67
Magyarország	12	5	31	16,00
Hollandia	17	8	24	16,33
Szlovákia	5	22	22	16,33
Egyesült Államok	13	11	30	18,00
Kanada	15	24	17	18,67
Románia	11	16	29	18,67
Bulgária	22	14	21	19,00
Franciaország	25	30	4	19,67
Portugália	33	23	3	19,67
Svédország	14	31	15	20,00
Ausztria	29	20	12	20,33
Litvánia	4	28	32	21,33
Csehország	31	26	9	22,00
Izland	32	15	20	22,33
Olaszország	30	32	8	23,33
Újaválasztott kormányok átlaga	19,43	19,00	14,86	17,76
Megbukott kormányok átlaga	18,38	17,69	19,08	18,38
Újaválasztási arány	50%			

A táblázat itt korántsem mutat olyan egyértelmű képet, mint a 2008-as válság idején. A válságot legjobban kezelő három kormány (a norvég, a német és a szlovén) egyaránt elvesztette a választását, és több, viszonylag gyengén teljesítő gazdaságot vezető kormány is hatalmon tudott maradni (például Izland, Franciaország, Portugália). A rangsorátlagok tekintetében gyakorlatilag a megbukott és újraválasztott kormányok nemzetei között nincs érdemi eltérés, sőt, növekedés és munkanélküliség tekintetében

a megbukott kormányok valamivel jobban teljesítettek, mint az újráválasztottak. Esetleg mondhatnánk azt, hogy ennek a válságnak a kapcsán csak az infláció számít, és ebben a mutatóban az újráválasztott kormányok átlagosan valóban valamivel jobban teljesítettek, de rengeteg a kivétel: Szlovéniában, Olaszországban és Csehországban például a viszonylag kordában tartott áremelkedés ellenére bukott meg a kormány, míg Magyarországon és Új-Zélandon kifejezetten magas infláció mellett választották újra az inkumbens kabinetet.

Az adatok alapján tehát a második hipotézist, miszerint a válságot jól kezelő kormányokat a választók megjutalmazzák, elvethetjük a pandémiás időszakban. Az első hipotézis esetében nehéz ilyen egyértelmű ítéletet mondani, hiszen az újráválasztási ráta, amelynek kiszámításakor a lemondással megbukott, de választáson meg nem méretett kormányok kikerültek a mintából, a 2008-as recessziót követő években tapasztaltnál (39 százalék) képest jelentősen jobb (50 százalék), de elmarad a konjunktúra idején megszokott mértéktől (56 százalék, vö.: 1. táblázat). Eszerint tehát a Covid-válság okozta problémák miatt nagy általánosságban a választók kevésbé büntetik a politikusokat, mint a legutóbbi recesszió idején. Összességében kijelenthető, hogy a szociotropikus-retrospektív-komparatív modell, amely kiválóan magyarázta a 2008-as válság utáni nyugati választási eredményeket, nem alkalmas a jelen politikai eredményeinek előrejelzésére. Ezt a tényt a 2022-es magyar választások megértése miatt is érdemes kiemelni. A magyar kormány ugyanis a vizsgált mutatók szerint a 2010-es helyzethez képest sokkal jobban kezelte a válságot, és elsősorban az alacsonyan tartott munkanélküliségnek köszönhetően nemzetközi összevetésben is összességében jól teljesített a kiugróan magas infláció ellenére. Ez alapján logikus is, hogy nagy sikert arattak az áprilisi választáson. Az összehasonlító elemzés azonban megmutatta, hogy ezt a magyarázatot nem tekinthetjük kielégítőnek, mert ebben az időszakban ez a modell nem ad jó magyarázatot a politikai folyamatokra.

Miért más 2020, mint 2008?

Magyarázatot kell keresnünk arra, hogy miért csökkent ilyen komoly mértékben a szociotropikus-retrospektív-komparatív modell prediktív ereje a legutóbbi két válság között, illetve Magyarországon miért működik továbbra is jól a gazdasági szavazás ezen keretrendszere. Erre két nagyobb válasz is adható, amelyeket azonban a jelen tanulmány nem tud teljes mértékben igazolni, csak a felvetésre engednek lehetőséget a kerektek. További vizsgálatok szükségesek ezeknek a hipotéziseknek a tényleges igazolásához. Az első a két válság eltérő jellegéből fakad. A 2008-as válság egy elhúzódó, az emberek mindennapjait éveken keresztül érintő folyamat volt,¹⁷ ami alatt a lakosság elégedetlensége folyamatosan nőtt. Ezzel szemben a Covid okozta gazdasági válság első, legsúlyosabb szakasza rendkívül gyorsan, egy-két hónap alatt lezajlott, majd a gazdasági mutatók gyorsan javulásnak indultak, és egy bő éven belül a legtöbb nyugati ország GDP-je elérte a válság előtti szintet.¹⁸ A gyorsabb lefolyás több szempontból is enyhítette a recesszió politikai hatását. Egyrészt rövidebb volt az az időszak, amikor kilátástalannak tűnt a helyzet polgárok számára, és ezért a választók minden, a status quohoz köthető párttól, legfőképpen a kormánypártoktól elfordultak. Bár a helyzet nem javult azonnal, a kilábalás látszólag hamar elkezdődött, így a reménytelenség rövid ideig uralta csak a választók gondolatait. Másrészt a tény, hogy a GDP középtávon nem csökkent, és a munkanélküliség is csak ideiglenesen ugrott meg a digitalizáció és az otthoni munka elterjedésével, eleve csökkentette a válságpercepció jelenlétét. Bár mindenki tudta, hogy vannak gazdasági problémák, ezeket rövidebb ideig és kisebb mértékben érezték a saját bőrükön, mint a 2008-as recesszió esetén, így a válságok által jellemzően elindított elégedetlenség nem érhetette el a várt szintet. Tulajdonképpen politikai értelemben a 2008-as válsághoz viszonyítva a pandémia által okozott gazdasági visszaesés nem is tekinthető teljes értékű válságnak annak ellenére, hogy a mai napig érinti az életünket. Ez elsősorban az infláción keresztül érezhető a választók számára, a GDP

17 Bartels 2013, 49.

18 Az adatbázis alapján a vizsgált országok mindegyike 2020-ban néhány hónap alatt legalább 4%-os GDP-csökkenést szenvedett el; 2021 végére 62%-uk már újra elérte a válság előtti összterméket, de a legrosszabbul álló országban is kevesebb mint 3% volt a GDP visszaesése 2020 márciusa és 2021 decembere között, ami gyorsan enyhülő válságra utal.

és a munkanélküliség tekintetében azonban nem beszélhetünk tartós válságról, így nem is csoda, hogy a tartós válságokra jellemző politikai trendek nem kísérték. Természetesen az inflációs válság elég súlyosan érinti a lakosságot, és könnyen lehet, hogy a gyors kilábalás csak időleges volt, és újabb erős gazdasági visszaesés következik, a krízis semmiképp sem tűnt még el az életünkéből, de a jelenlegi állás szerint nem tekinthető a 2008-ashoz hasonló mértékű válságnak.

A következő ok, ami miatt ez a recesszió eltér a 2008-astól, az a kormányok egészen eltérő reakciója a korai válságjelenségekre. Míg a pénzügyi válságra adott válaszok döntően megszorításokra, az állami költségek és a hitelezés visszafogására épültek,¹⁹ addig a koronavírus megjelenése után a nyugati kormányok inkább az aktív szerepvállalásra építették a stratégiájukat.²⁰ A kormányok jellemzően az államháztartási egyensúly megőrzése helyett a válságjelenségek által sújtott munkavállalóknak és vállalkozásoknak nyújtottak állami támogatást.

Ez az aktivitás egyrészt hozzájárult ahhoz, hogy – amint fentebb kifejtettem – a válság súlyos, választópolgárok által érzékelhető első szakasza igen rövid lett, a munkanélküliséget és annak nehézségeit jelentősen enyhítették ezek az intézkedések, a gazdasági termelés pedig viszonylag gyorsan helyreállt. Sőt, sokan képesek voltak az állami támogatásokból kisebb tartalékot képezni, ami a jelenlegi, inflációs szakasz során is enyhíti az infláció hatását. Ennek következtében a válság – eddig – nem lett olyan súlyos, mint a 2008-as, különösen nem a választók számára, így a kormányok általános stratégiája eleve megelőzte azt, hogy a recesszió által előidézett alacsonyabb újraválasztási ráta megjelenjen. Természetesen ez a stratégia nemcsak a munkanélküliség féken tartásában és a GDP viszonylag gyors helyreállításában játszott szerepet, hanem részben ez indukálta az elszabaduló inflációt, illetve a Nyugat-szerte általánosan magas államháztartási hiányt is, ami hosszabb távon még súlyosabb válsághoz is vezethet, de rövid és középtávon mindenképp jelentősen mérsékeltek a választói percepcióban a krízis hatásait, így az általános elégedetlenség a kormányok intézkedéseinek köszönhetően sem lett akkora, mint 2008 után. Másrészt nem csak gazdasági okok, azaz a válság hatékony kezelése

19 Bermeo–Pontusson 2012.

20 Hudson et al. 2021.

miatt választották ezt a megközelítést a kormányok. A 2008-as válságra adott megszorító válaszok, mint feljebb bemutattam, jelentős politikai következményekkel jártak: a kormányokat a választók jellemzően tétlennek, tehetetlennek, vagy egyenesen a nép megkárosítójának érezte a választók nagy része, különösen akkor, ha a megszorítások a válság hatásait nem voltak képesek enyhíteni. Ezért buktak meg az inkumbensek a szokásosnál sokkal nagyobb arányban. Ebből tanulva a 2020-as válság során a passzivitás és a megszorítások, a lakosságot közvetlenül negatívan érintő intézkedések elkerülése prioritássá vált a kormánypártoknál, hiszen tudták, ezek milyen súlyos népszerűségvesztéshez vezethetnek. Ezért, még akkor is, ha az adott válságkezelő csomag nem bizonyult minden esetben hatásosnak, fontosnak tartották, hogy aktívnak, a nép gondjait enyhíteni próbáló vezetőnek tűnjenek. Az, hogy azt a percepciót tudták kialakítani a polgároknak, hogy jelentős lépéseket tesznek a válság enyhítéséért, már önmagában elég volt ahhoz, hogy ne váljanak olyan népszerűtlenné, mint a 2008-as krízist megszorításokkal kezelő kormányok. Ennek az aktivitásnak a hosszú távú gazdasági (növekvő infláció, államháztartási hiány és államadósság), valamint ezekből fakadó politikai következményeit egyelőre nem ismerjük pontosan, és lehetnek végül súlyosabbak, mint a 2008-as esetben, de nem kérdés, hogy a kormányok, és különösen a választás előtt álló kabinetek rövid távú érdekét az szolgálta, hogy nagyszabású intézkedésekkel cselekvőképessé tűnjenek a választók szemében.

A magyar eset sem lóg ki ebből a nemzetközi mintából. Míg a 2008-as válság kezeléséhez elsősorban olyan megszorítások köthetők, mint például a 13. havi nyugdíj elvétele,²¹ addig a 2020 utáni válságkezelésnek rengeteg, az állam által nyújtott juttatás volt része, különösen a választások közeledtével például, és ez szimbolikusan is fontos, a 13. havi nyugdíj visszavezetése.²² A Fidesz kampánya közvetlenül utalt is arra, hogy ők hatékonyan kezelték a válságot, és az átlagemberek jólétét javító intézkedéseket vezettek be a választás előtti időszakban, míg a szocialisták legutóbbi kormányzásuk során kifejezetten a lakosság számára fájdalmas lépéseket tettek a recesszió enyhítése érdekében.²³ Ez önmagában hozzájárulhatott a kormánypártok sikeréhez függetlenül attól, hogy a válság-

21 Szikra 2017, 300.

22 Simonovits 2021, 139.

23 Máté 2022.

kezelés nemzetközi összehasonlításban is viszonylag jól sikerült. Érdeemes azonban megjegyezni, hogy bár különösen a választási kampány során bevezetett jóléti intézkedések („osztogatások”) révén 2008-hoz képest a magyar kormány kifejezetten aktívan kezelte a válságot, a szerepvállalás nemzetközi viszonylatban bőven átlag alatti volt: más országok még jobban növelték az állami juttatásokat a válságkezelés érdekében²⁴. A válság természete is más volt 2020-ban, mint 2008-ban, de emellett nem mehetünk el egy másik tendencia mellett sem: ez pedig a posztmaterális értékek egyre nagyobb súlya a politikai preferenciák kialakításában. Norris és Inglehart szerint egyértelműen kimutatható, hogy a nyugati társadalmakban évtizedek óta az anyagi érdekek helyett egyre inkább az absztrakt értékek határozzák meg a polgárok nézetrendszerét, így pártválasztásukat is, és ez a folyamat az elmúlt években jelentősen felgyorsult.²⁵ Ez azt jelenti, hogy bizonyos jóléti intézkedésekkel nem lehet már a szavazók jelentős részét meggyőzni, és a válság enyhébb vagy erősebb hatásai nem befolyásolják olyan mértékben a politikai preferenciákat, mint korábban. Ennek megfelelően az, hogy egy kormány hogyan kezeli a válságokat, egyre kevésbé képes választásokat eldönteni, az értékválasztások sokkal jelentősebb helyet foglalnak el a politikai diskurzusban. Ez okozhatta a második hipotézis elvetését a 2020-as esetben, tehát a választók azért nem büntetik a válságot rosszul kezelő kormányokat, mert nem a gazdasági tendenciák, hanem posztmaterális értékek határozzák meg pártválasztásukat.

A fentebb említett kutatásokból²⁶ az is egyértelmű, hogy Európa keleti, posztkommunista felében, így a kelet-közép-európai régióban is kevésbé jelentős a posztmaterális értékek előretörése, mint Nyugat-Európában vagy Észak-Amerikában. Az anyagi érdekek továbbra is alapvetően meghatározzák a lakosság attitűdjeit, így ebben a régióban továbbra is arra számíthatunk, hogy a válságkezelés hatékonyságának van politikai következménye.

24 Aidukaite et al. 2021.

25 Norris–Inglehart 2021.

26 Pavlovic 2015.

4. táblázat: A gazdasági teljesítmény és az újraválasztások összefüggése 2020 és 2022 között Kelet-Közép-Európában (világosszürke: újraválasztott kormányok, sötétszürke: megbukott kormányok)

Ország neve	Növekedési rangsor	Munka-nélküliségi rangsor	Inflációs rangsor	Rangsorok átlaga
Szlovénia	26	9	7	14,00
Horvátország	9	25	13	15,67
Magyarország	12	5	31	16,00
Szlovákia	5	22	22	16,33
Románia	11	16	29	18,67
Bulgária	22	14	21	19,00
Litvánia	4	28	32	21,33
Csehország	31	26	9	22,00
Újraválasztott kormányok átlaga	12	5	31	16
Megbukott kormányok átlaga	16,5	19,17	20	18,55
Újraválasztási arány	16,67%			

A 4. táblázat, leszűkítve a 3. táblázat adatait a kelet-közép-európai országokra, ezt a feltevést igazolja. Látható, hogy a válság itt jobban megtépázta a kormánypártok népszerűségét, egyedül Horvátországban és Magyarországon választották újra az inkumbens erőt. Ezt a két országot a régióhoz képest kevésbé érintette súlyosan a recesszió. Így ebben a régióban mindkét alapvető hipotézis továbbra is működik: a kormányok újraválasztási rátáját jelentősen csökkentette a válság beköszönte, és csak a recessziót enyhíteni képes kormányoknak volt esélye az újraválasztásra. Ez alapján a Nyugat-Európában és Észak-Amerikában a posztmaterialis szempontok előretörése jól magyarázza, miért nem találkozunk a válságok során megszokott választási trendekkel, míg a gazdasági szavazás továbbra is érvényes magyarázó erővel bír a kelet-közép-európai régióban, így Magyarországon is.

Konklúzió

A tanulmány bizonyította, hogy míg a 2008-as válság során a gazdasági szavazás szociotropikus-retrospektív-komparatív modellje kiválóan magyarázta a választási eredményeket, viszont a 2020 óta velünk lévő válság

során összességében nem működött: a kormányokat hasonló mértékben választották újra, mint konjunktúra idején, és a válságot jól kezelő kabinetek jutalmazása, illetve a krízist enyhíteni képtelen kormányok büntetése nem figyelhető meg általában.

Ennek kétféle lehetséges magyarázatát mutattam be: egyrészt a 2020-as válság több szempontból is egészen másként zajlik, mint azt a 2008-as recesszió esetén tapasztalhattuk, ráadásul a kormányzati reakciók is teljesen mások, mint voltak korábban, így nem meglepő, hogy eltérnek az eredmények. Másrészt a nyugati demokráciákban a materiális értékek jelentősége visszaszorulóban van, így a gazdasági jelenségek politikai jelentősége folyamatosan csökken. Ezzel szemben a kelet-közép-európai régióban, így Magyarországon is továbbra is a materiális értékek dominálnak a politikában, ennek megfelelően itt a gazdasági szavazás modellje alapján előre jelzett eredményeket tapasztaltuk mind 2008, mind 2020 után. Ezeket a magyarázatokat további kutatások igazolhatják vagy cáfolhatják érdemben.

A szociotropikus-retrospektív-komparatív modell kiválóan jelezte előre Magyarországon mindkét válság idején a kormánypártok várható sorsát 2010-ben és 2022-ben is. Míg 2010-ben a válságot nemzetközi ösz-szevetésben rosszul kezelő szocialista kormány megbukott, addig 2022-ben a krízis hatásait enyhíteni képes Fidesz–KDNP-t újraválasztották. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a 2022. áprilisi választásokon kizárólag a gazdasági szempontok befolyásolták a végeredményt, de azt igen, hogy Magyarországon a gazdasági szavazás jelentősége továbbra is nagy, és válságidőszakban csak akkor van esélye egy kormánynak arra, hogy újraválasszák, ha viszonylag jól kezeli a krízis hatásait.

Irodalom

- Aidukaite, Jolanta – Saxonberg, Steven – Szelewa, Dorota – Szikra, Dorottya 2021: Social policy in the face of a global pandemic: Policy responses to the COVID-19 crisis in Central and Eastern Europe. *Social Policy Administration*, 55. szám, 358–373.
- Bartels, Larry 2013: Political Effects of the Great Recession. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 650. szám, 47–75.
- Bermeo, Nancy – Pontusson, Jonas (szerk.) 2012: *Coping with Crisis: Government Reactions to the Great Recession*. New York, Russell Sage Foundation.
- Christiansen, Paul 2017: *Orchestrating Public Opinion: How Music Persuades in Television Political Ads for US Presidential Campaigns, 1952–2016*. Amsterdam, Amsterdam University Press.

- Duch, Raymond – Stevenson, Randolph 2008: *The Economic Vote: How Political and Economic Institutions Condition Election Results*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Fiorina, Morris P. 1978: Economic Retrospective Voting in American National Elections: A Micro-Analysis. *American Journal of Political Science*, 22. évfolyam, 2, 426–443.
- Hudson, Callum – Watson, Benjamin – Baker, Alexandra – Arsov, Ivailo 2021: *The Global Fiscal Response to Covid-19*. <https://ho.website.rba.gov.au/publications/bulletin/2021/jun/pdf/the-global-fiscal-response-to-covid-19.pdf>. Reserve Bank of Australia.
- Inter-Parliamentary Union választási adatbázisa 2022: <https://data.ipu.org/elections>
- Lewis-Beck, Michael 1988: *Economics and Elections. The Major Western Democracies*. Ann Arbor, University of Michigan Press.
- Lewis-Beck, Michael – Paldam, Martin 2000: Economic voting: an introduction. *Electoral Studies*, 19. évfolyam, 2–3, 113–121.
- Máté, Patrik 2022: „Április 3-án lezárhatjuk a kudarcos Gyurcsány-korszakot” (interjú Hollik Istvánnal). *Magyar Nemzet*. <https://magyarnemzet.hu/belfold/2022/02/aprilis-3-an-lezarhatjuk-a-kudarcos-gyurcsany-korszakot>
- Norris, Pippa – Inglehart, Ronald 2019: The backlash against the silent revolution. In Norris, Pippa – Inglehart, Ronald: *Cultural Backlash. Trump, Brexit and Authoritarian Populism*. Cambridge, Cambridge University Press, 87–131.
- Patkós, Veronika 2015: Önigazolás és vágyvezérelt gondolkozás: kognitív torzítások a választói döntésekben a 2014-es választások során. *Politikatudományi Szemle*, 24. évfolyam 3, 75–95.
- Patkós, Veronika – Farkas, Eszter 2020: Boldogok a kormánypártiak: a kormánypárthoz kötődés és a boldogság összefüggése Európában. *Társadalomtudományi Szemle*, 10. évfolyam 4, 1–22.
- Pavlovic, Zoran 2015: Individual and Country Level Determinants of (Post)Materialist Values in Eastern Europe. *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*, 4. évfolyam, 2, 1–11.
- Powell, G. Bingham – Whitten, Guy 1993: A Cross-National Analysis of Economic Voting: Taking Account of the Political Context. *American Journal of Political Science*, 37. évfolyam 2, 391–414.
- Presinszky, Judit 2022: Korlátozzák hat alapvető élelmiszer árát Magyarországon. *Telex*. <https://telex.hu/belfold/2022/01/12/orban-viktor>
- Scartascini, Carlos – Cruz, Cesi – Keefer, Philip 2018: *The Database of Political Institutions (DPI2017)*. <https://publications.iadb.org/en/database-political-institutions-2017-dpi2017>
- Simonovits, András 2021: A koronavírus-járvány és a magyar nyugdíjrendszer. In Fazekas, Károly (szerk.) *Munkaerőpiaci tükrök, 2020*. Budapest, ELKH Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, 136–141.
- Simonovits, Gábor 2010: A gazdasági integráció hatása a kormányzati elszámoltathatóságra. *Közgazdasági Szemle*, 57. évfolyam, 11, 980–993.
- Szikra, Dorottya 2017: A magyar nyugdíjrendszer a rendszerváltás óta. In Ferge Zsuzsa (szerk.) *Magyar társadalom és szociálpolitika, 1990–2015*. Budapest, Osiris.
- Világbank adatbázisa 2022: <https://data.worldbank.org/>



Pro Minoritate
2022. tavasz

DOMONKOS Csaba: A pozsonyi Dunahíd

TINKU-SZATHMÁRY Balázs: Presztízs és vállalat. A DDSG ORIENT, mint a keleti orientáció szimbóluma

BALOGH-EBNER Márton: Zielinski Szilárd, az úttörő mérnök. A vasvázás betonépítmények tervező irodájának mutatókönyve, mint történeti forrás

PÉTERFFY-CSERHÁTI Katalin: Vasutasok, mint a magyar szupremácia megtestesítői. Az erdélyi vasutasok megpróbáltatásai az első világháború után

ZSIGMOND Gábor: A városi közlekedés fejlődése Fiumében (1870–1918)

PELLES Márton: Bakari Copaitich Zsigmond szerepe a modern magyar–horvát kereskedelmi tengerészet kialakulásában 1895–1914 között

TÓTH Bálint: Emlékek a Francia-Román Légiforgalmi Részvénytársaság magyarországi működéséről

Szemle

TINKU-SZATHMÁRY Balázs: Folyam és nagyváros házassága, avagy térfejlesztés történeti léptékben

Kolundzsija Gábor: *A rakodópart kövei*, POSTCARD Bt., Budapest, 2019, 432 oldal

DOMONKOS Csaba: Korányi Imre mérnök életrajza

Dr. Korányi Imre a vasúti hídépítés kiemelkedő alakja (1896-1989), *Lánchíd füzetek*, 28., 104 oldal

JENEI NORBERT

¿Sólo queda VOX? – A spanyol radikális jobboldal megerősödése

Absztrakt

A radikális jobboldali pártok iránti érdeklődés az utóbbi évtizedekben jelentősen megnőtt a politikatudományi szakirodalomban, köszönhetően annak, hogy az európai országokban állandó és meghatározó szereplőivé váltak a pártversenynek. Spanyolország sokáig azon kevés kivétel közé tartozott, ahol nem jött létre releváns radikális jobboldali párt. A helyzet azonban az utóbbi években megváltozott, a VOX rövid idő alatt képes volt az ország harmadik legerősebb pártjává válni. A tanulmány célja megválaszolni azt a kérdést, hogy milyen tényezőkkel magyarázható a VOX megerősödése. Illeszkedve a pártcsalád kutatása során alkalmazott módszertanhoz, a keresleti oldalon a VOX szavazóira összpontosítva bemutatásra kerülnek azok szociokulturális jellemzői és sajátos attitűdjei. Kínálati oldalról pedig a VOX által közvetített legfontosabb üzenetekre, a párt felépítésére, illetve a pártrendszer többi szereplője magatartásának elemzésére kerül a hangsúly. Az eredmények azt mutatják, hogy a VOX szavazói nem térnek el jelentősen a szakirodalomban leírt radikális pártok támogatóitól. Ezenkívül látható, hogy a stabil pártrendszer felbomlása, a Néppárt centrumba történő elmozdulása, valamint a katalán válság kapcsán növekvő polarizáció elősegítette a VOX megerősödését.

Kulcsszavak: radikális jobboldal, VOX, Spanyolország, pártrendszer, kereslet-kínálat

Abstract

Interest in radical right parties has increased significantly in the political science literature in recent decades, due to the fact that they have become permanent and decisive players in the party competition in European countries. For a long time, Spain used to be one of the few exceptions where no relevant radical right party has emerged. However, the situation has changed over the last few years, as VOX has been able to become the third strongest party of the country in a very short time. The aim of the study is to answer the question of what factors explain the strengthening of VOX. In line with the methodology used in the research on the party family, I will focus on the demand side of VOX voters, presenting their socio-cultural characteristics and their specific attitudes. On the supply side, the focus will be on the main messages conveyed by VOX, the structure of the party, and the behaviour of other actors in the party system. The results show that VOX voters do not deviate significantly from supporters of other radical parties described in. It also can be seen that the disintegration of the stable party system, the shift of the People's Party towards the centre and the growing polarisation in the context of the Catalan crisis have contributed to the strengthening of VOX.

Keywords: radical right, VOX, Spain, party system, demand-supply

1. Bevezetés

Napjainkban a radikális jobboldali pártok Európa-szerte fénykorukat élik. A pártcsalád tagjai intézményesült részeivé váltak a pártrendszernek, illetve több országban kormányzati pozícióba is kerültek. Spanyolországban viszonylag későn, 2018-ban vált releváns szereplővé a radikális jobboldal. A VOX, egy néhány évvel korábban alakult, eddig az időpontig szinte teljesen ismeretlen párt tizenkét mandátumot szerzett az andalúz választásokon. A hirtelen jött sikert rögtön a következő évben felülmúlták, hiszen bekerültek a spanyol törvényhozásba. Napjainkban a VOX már az ország harmadik legerősebb pártja, a spanyol pártrendszer hagyományosan két legnagyobb szereplőjétől, a jobboldali Néppárttól (PP) és a baloldali Spanyol Szocialista Munkáspárttól (PSOE) csupán néhány százalékponttal maradnak el a közvélemény-kutatások alapján. A tanulmány célja bemutatni, hogy milyen tényezőkkel magyarázható a VOX megerősödése, milyen intézményi és társadalmi, gazdasági és politikai körülmények segítették elő a radikális párt létrejöttét és megerősödését Spanyolországban.

A szakirodalmi áttekintő, valamint a spanyol radikalizmus eddigi tendenciáinak összefoglalását követően rátérek a keresleti és kínálati oldal elemeinek vizsgálatára. Keresleti oldalról körbejáróm a VOX szavazóit, feltárva azon szociokulturális és az attitűdök terén fellelhető jellegzetességeiket, melyek megkülönböztetik őket a többi párt választójától. Ezt követően rátérek a kínálati oldalra, kiemelve a VOX legfontosabb jellemzőit, törekvéseit és működését. Végül megerősödésük szempontjából megvizsgálom a média jelentőségét, valamint a spanyol pártrendszerre jellemző eddigi sajátosságokat, és a bevett pártok pozícióját.

A keresleti oldal vizsgálata során a spanyol Szociológiai Kutatóközpont (CIS) nagymintás felméréseit, valamint a European Social Survey legújabb adatsorát használtam. Kínálati oldalon főleg primer forrásokra támaszkodtam, de emellett felhasználtam a spanyol médiafelületeket, a téma kapcsán született néhány tanulmányt, illetve a pártok közötti távolság mérésére a Manifesto Project RILE indexét.

2. A radikális jobboldali pártcsalád

A második világháborút követő évtizedekben a nyugat-európai demokráciák pártrendszerei nagymértékben stabilizálódtak, köszönhetően annak, hogy a politikai rendszer alapvető működési normái terén konszenzus alakult ki a politikai szereplők és a választópolgárok között. Lipset és Rokkan 1960-as években megfogalmazott befagyási hipotézise, amely szerint a pártrendszereket alakító törésvonalak az 1920-as évek óta változatlanok,¹ az 1980-as évekre egyértelműen meghaladottá vált. Számos európai országban ekkor jelentek meg tendenciaszerűen a jobboldali radikális pártok a politikai versenyben. Noha korábban is voltak kisebb hullámok a jobboldali radikalizmusnak, ezek szórványosak és időlegesek voltak, és csupán néhány országra korlátozódtak.²

Az új szereplők a politikatudomány figyelmét is felkeltették. Számos szerző kezdett el foglalkozni az említett pártokkal, és igyekezett választ adni a jelenség kapcsán felmerülő kérdésekre. Az eltérő történeti gyökerek, illetve a kialakulásuk kapcsán megmutatkozó különbségek ellenére a szakirodalom egységes pártcsaládként hivatkozik rájuk, köszönhetően annak, hogy a minimális eltérésekkel is megközelítőleg hasonló profillal rendelkeznek.³ A pártcsalád megnevezése viszont komoly vitákat generált.

Betz radikális jobboldali populista pártokról ír, leválasztva ezeket a szélsőjobboldalról, mivel az említett pártok igyekeznek távolságot tartani tőlük.⁴ Kitschelt és McGann szintén distinkciót tesz a fasizmus különböző változatai és az általuk új radikális jobboldalinak nevezett pártok között, hiszen állításuk szerint a fasizmus antiliberális, antikonzervatív és antiszocialista, valamint a kapitalizmusellenesség és a korporatizmus központi eleme gondolatiságuknak, azonban az említett nézetek egyáltalán nem jellemzők az új radikális jobboldali pártokra.⁵ Ignazi – elvetve a radikális jobboldali jelzõt annak modernitásellenes, ellenforradalmi gondolkodásban fellelhető gyökerei miatt – a szélsőjobboldali kifejezést

1 Lipset–Rokkan 1967, 50.

2 Betz 1994, 23.

3 Dúró–Hajdú 2020, 14.

4 Betz 1994, 3; 108.

5 Kitschelt–McGann 1995, 29–31.

preferálja, noha ő is különbséget tesz a fasiszta ideológiához kötődő hagyományos szélsőjobboldali és a fasiszta eredetet tagadó posztindusztriális szélsőjobboldali pártok között.⁶ Norris egyaránt elveti a fasiszta és a szélsőjobboldali megnevezést, mivel az új típusú pártok nem antikapitalisták és nem is korporatisták, valamint elfogadják a demokratikus játékszabályokat. Ezért inkább a radikális jobboldal mellett teszi le a voksát, mely szerinte egyértelműen jelzi az ideológiai skálán elfoglalt helyüket. Ezenkívül ez egy jól megalapozott és régóta használatos fogalom, ráadásul kevésbé kapcsolódnak hozzá negatív képzettársítások.⁷ Mudde szerint a szélsőjobboldal tagadja a demokratikus berendezkedés egyik fontos alapelvét, a népszuverenitást, ezzel szemben a radikális jobboldal (névlegesen) demokratikusnak nevezhető, még abban az esetben is, ha szembehelyezkedik a liberális demokráciák néhány alapelvével, éppen ezért ő a populista radikális jobboldali megnevezést alkalmazza.⁸

A fogalmi káosz ellenére látható, hogy a szerzők elválasztják az új keletű pártokat a régi idők fasizmusától, hiszen az új formációk (I) tagadják a fasiszta múltat, (II) az ideológiai elemeket tekintve jelentős az eltérés a két világháború közötti fasiszta pártokhoz képest, valamint (III) kritikáik ellenére elfogadják a demokratikus kereteket, azaz terror és erőszak alkalmazása nélkül, választások útján igyekeznek megszerezni a hatalmat.

A definíciós vitában nem kívánok igazságot tenni, azonban a magam részéről a Norris által használt fogalmat gondolom a legpontosabbnak, ennek okán a továbbiakban a radikális jobboldal megnevezést fogom alkalmazni a tanulmányban az elemzett pártok kapcsán.

A pártcsaládba való besorolás feltételei és az általános jellemzők kapcsán ugyancsak komoly vita bontakozott ki. Betz arra a következtetésre jutott, hogy a radikális jobboldali pártok a szélsőjobboldal és a Nouvelle Droite társadalmi-politikai programjának bizonyos elemeit összevonják a klasszikus liberalizmus egyénről és gazdaságról vallott elképzeléseivel, majd ezt leegyszerűsített és koncentrált formában juttatják el a kiábrándult választók tömegeihez.⁹ Kitschelt és McGann meglehetősen hasonló tényezőket sorol fel: a piacpárti gazdaságpolitikát, a tekintélyelvűséget,

⁶ Ignazi 2003, 28–32.

⁷ Norris 2005, 45–46.

⁸ Mudde 2007, 28–31.

⁹ Betz 1994, 4.

valamint az egyéni autonómia korlátozásának igényét a kulturális kifejeződések terén.¹⁰ Mudde három kulcsfontosságú elemet említ meg a pártcsalád kapcsán: a tekintélyelvűséget (a szigorúan rendezett társadalomba vetett hit), a populizmust (a társadalom felosztása korrupt elitre és tiszta népre), illetve a nacionalizmus és az idegengyűlölet kombinációját magába foglaló nativizmust.¹¹ A legfrissebb eredmények kiemelik a nacionalizmust, melyből egyrészt következik a nemzeti szuverenitás fontossága és az euroszkepticizmus, másrészt pedig a gazdaságpolitikai protekcionizmus, de lényeges tényező még az elit-, a bevándorlás- és iszlámellenesség, a tekintélyelvűség és a rendpártiság.¹² Bár ebben a kérdésben nincs szakirodalmi konszenzus, több olyan jellemzőt is találhatunk, melyek a szerzők többségénél előkerülnek (például nacionalizmus, tekintélyelvűség, bevándorlásellenesség, elitellenes retorika).

2.1 A radikális jobboldal megerősödése – keresleti és kínálati megközelítés

Az elmúlt évtizedekben számtalan elmélet látott napvilágot, melyek igyekeztek magyarázatot adni arra, hogy milyen tényezők segítik a radikális jobboldali pártokat. A kezdeti munkák választói oldalról közelítettek a témához, igyekezve összefüggéseket találni a pártcsaládra való szavazási hajlandóság, valamint a választók szociokulturális jellemzői és attitűdjei között. Eleinte többen is a posztindusztriális fordulat hatására bekövetkezett változásokat nevezték meg fő felelősként. Ennek okán azok a személyek képezik a pártcsalád legfőbb bázisát, akik nem voltak képesek alkalmazkodni a modernizációs folyamatok jelentette kihívásokhoz és változásokhoz, vagyis a kékgalléros munkások, a kisvállalkozók, a gazdák, az alacsonyabb jövedelműek és a munkanélküliek.¹³ Ezen jellemzőkhöz társul még néhány jellegzetes attitűd is, mint például a politikai rendszerrel, az elittel, illetve a pártokkal szembeni bizalmatlanság és elégedetlen-

10 Kitschelt–McGann 1995, 2.

11 Mudde 2007, 22–23.

12 Dúró–Hajdú 2020, 20; 45.

13 Betz 1994, 169–179; Kitschelt–McGann 1995, 42; Ignazi 2003, 202.

ség, a tekintélyelvűség, valamint a migráció elítélése.¹⁴ Az attitűdök terén látható sajátosságok fő indoka a nem anyagi jellegű konfliktusok megjelenése. A globalizáció hatására az állami autoritás szüntelenül gyengült, a hagyományos társadalmi kötelékek felbomlottak, az erkölcsi normák jelentőségüket veszítették, továbbá a hierarchikusan felépülő társadalom által nyújtott biztonságérzet is eltűnt a függelmi viszonyok megszűnésével. Az események hatására pedig a társadalom bizonyos csoportjai értékviszonyok mentek keresztül sérelmeik miatt (csendes ellenforradalom).¹⁵

Norris kritikája szerint a strukturális változások szimpla leírása csupán részben képes magyarázatot adni a pártcsalád térnyerésére, mivel önmagában a proteszt hangulat jelenléte nem jelenti automatikusan azt, hogy a pártrendszerben egy erős radikális jobboldali párttal találkozhatunk.¹⁶ A társadalmi, demográfiai tényezők kapcsán kiemeli például a nemek közötti szakadékot a férfiak túlsúlya okán, valamint mind a szakképzett, mind a szakképzetlen munkások, illetve a kispolgárok felülreprezentáltóságát a radikális jobboldali pártok szavazói között.¹⁷

A választói igények azonban önmagukban nem elégségesek a sikeresség vizsgálatánál, hiszen a társadalmi igény mértéke lényegtelen tényező abban az esetben, ha nincs olyan szereplő, aki ezt képes kielégíteni. Éppen ezért számos más szempontot is figyelembe kell vennünk, például a pártok által közvetített üzeneteket vagy éppen a rivális pártok stratégiáját. Kitschelt és McGann elsők között emelte ki az 1980-as években a politikai térben bekövetkezett változást, amely során a nyugat-európai országokra jellemző gazdaságpolitikai bal-jobb dimenzió jelentősen átalakult egy jobboldali-autoriter kontra baloldali-libertárius tengellyé. A bekövetkezett változásokra a pártoknak is reagálniuk kellett, amelyek, ha a medián szavazó irányába való elmozdulás mellett döntöttek, megerősítették a lehetőségét a radikális jobboldal megerősödésének. A pártok konvergenciája így egyfelől kitöltetlenül hagyja a politikai paletta jobboldalát, másfelől a jobboldali érzelmű szavazók számára a centrumba mozduló mérsékelt konzervatív párt túlságosan hasonló lesz a szociáldemokrata párthoz,

14 Betz 1994, 173; Kitschelt–McGann 1995, 11; Ignazi 2003, 204.

15 Ignazi 2003, 201–203.

16 Norris 2005, 12–13.

17 Uo. 146–148.

ezáltal a radikális jobboldali kihívót fogják választani.¹⁸ Azonban Ignazi szerint a konzervatív pártok először jobbra mozdultak el a neokonzervatív hullám hatására, ezáltal radikalizálták a diskurzust a korábban tabunak számító témák közbeszédbe való beemelésével (például nemzeti identitás, bevándorlás kérdése, nemi és családi szerepek hagyományos felfogása). Később valóban közeledtek a centrumhoz, de azáltal, hogy a témákat és a különböző nézeteket legitimálták, előnyös helyzetet teremtettek a radikális jobboldali pártok számára.¹⁹

A pártok által közvetített üzenetekről már szó esett korábban, viszont az ellenségképek szerepéről érdemes még említést tenni. A legnagyobb figyelmet általában az államon belüli, de a nemzeten kívüli ellenségek kapják, azaz a bevándorlók és az őshonos kisebbségek. Az is gyakori ugyanakkor, hogy az államon és nemzeten belüli ellenségeknek – korrupció és áruló elit – tulajdonítják a veszélyeket. Az ellenségképzés szerepe kettős: egyrészt egy közös ellenség képes homogenizálni a belső csoportot, másrészt létrehozza a jó-rossz dichotómiát, azaz a becsületes és szorgalmas néppel szembeállított bűnöző és élősködő ellenséget.²⁰

A jobboldali radikális pártok felépítésére a hierarchikus tagolódás és a karizmatikus vezető dominanciája jellemző. Utóbbinak a kezdeti időszakban van kiemelt szerepe, mivel egy karizmatikus vezetővel könnyebb azonosulniuk a választóknak, míg a pártszervezet inkább a későbbi időszakban, azaz a felszínen maradás idején kap nagyobb hangsúlyt.²¹

3. A spanyol radikális jobboldal fejlődéstörténete

Franco 1975-ös halála, illetve az ezzel elinduló demokratizálódási folyamat óta Spanyolországban nem létezett releváns radikális jobboldali párt. A VOX térnyeréséig a legjobb eredményt 1979-ben érte el a Fuerza Nueva (2,1 százalék), azonban ezt követően a mikroszkopikus méretű falangis-

¹⁸ Kitschelt–McGann 1995, 15–18.

¹⁹ Ignazi 2003, 208–209.

²⁰ Mudde 2007, 89.

²¹ Uo. 260–273.

ta szervezetek sokasága, valamint a később létrejövő radikális jobboldali pártok eredményeiket összeadva sem érték el az egy százalékot.²²

A jelenség okát többen igyekeztek megmagyarázni, kiemelve többek között a diktatúra időszakához kötődő negatív tapasztalatokat,²³ az egyseges nemzeti identitás gyengeségét,²⁴ valamint a konzervatív Néppárt által elfoglalt pozíciót, melynek köszönhetőn a párt monopolhelyzetbe került a jobboldalon.²⁵ Később megjegyezték, hogy választói oldalról semmi sem zárna ki egy releváns radikális jobboldali párt meglétét, mivel az 1990-es évek végétől kezdve egyre nagyobb mértékű volt az országot érintő migráció, melynek hatására a bevándorlásellenes attitűd is elterjedt, valamint a gazdasági válság óta rohamosan megnőtt az intézményekkel és a politikával szembeni elégedetlenség. Azonban három tényező mégis akadályozza ezt: a gyakorlatban aránytalan választási rendszer, a törésvonalak, illetve a Néppárt pozíciója.²⁶ A VOX azonban mégis sikeresen áttörte ezeket a falakat.

A pártot néhány, a Néppártból kilépő politikus hozta létre 2013 decemberében, akik kifogásolták a Mariano Rajoy által vezetett párt Katalóniával és ETA-val szembeni politikáját, illetve korrupciógyanús ügyeit.²⁷ A sikertelen 2014-es Európai Parlamenti választások után a párt korábbi elnöke lemondott pozíciójáról, majd megválasztották a VOX új elnökét, Santiago Abascalt, aki a mai napig a párt vezetője. Az ezt követő időszak nem hozott számukra sem nagy sikereket, sem jelentős médiafigyelmet. A 2015-ben tartott, majd egy évvel később megismételt általános választásokon ugyan elindultak, de nem lépték át az egy százalékot. A helyzet azonban megváltozott, amikor a katalán politikai vezetők engedély nélküli népszavazást tartottak Katalónia függetlenségéről 2017 októberében, majd a katalán parlament megszavazta a spanyol államtól való elszakadásról szóló törvényt.²⁸ Az események miatt a VOX keresetet nyújtott be a szeparatisták ellen, amely nemcsak médiafigyelmet generált a párt

22 <https://infoelectoral.interior.gob.es/opencms/es/inicio/>

23 González Enríquez 2017.

24 Muñoz 2009.

25 Llamazares et al. 2006.

26 Alonso–Kaltwasser 2015.

27 Sangiao 2018.

28 Santana–Montero 2020.

számára, hanem tagságát is megnövelte húsz százalékkal.²⁹ A következő fontos pillanat egy évvel később érkezett el, amikor a madridi Palacio Vistalegrében megtartott VOX-gyűlésen mintegy tízezren vettek részt.³⁰

Az igazi áttörésre az andalúz választásokon került sor 2018. december 2-án, amelyen a VOX, mindenki legnagyobb meglepetésére, 12 mandátumot szerzett a szavazatok 11 százalékával. 2019 áprilisában a szavazók 10,2, majd a novemberben megismételt általános választásokon már 15 százaléka szavazott a pártra, amely előbb 24, később 52 mandátumot jelentett számukra a Cortes alsóházában. Bár a párt választást ez idáig még nem nyert, jelentős eredménynek nevezhető, hogy sikereik kezdete óta külső támogatói az andalúz, a murciai és a madridi autonóm közösségek kormányainak, valamint hivatalosan is koalícióra léptek a Néppárttal 2022 áprilisában Kasztília és Leónban.

4. Keresleti oldal

A spanyol politikai élet változásai mellett a VOX sikereiben a választói igények is szerepet játszottak. Ennek alátámasztására az alábbiakban bemutatásra kerülnek a párt szavazóinak legfontosabb szociokulturális jellemzői. A VOX szavazói mellett a táblázatok tartalmazzák Spanyolország többi, jelentős országos támogatottsággal rendelkező pártjának³¹ választói jellegzetességeit, valamint a spanyol lakosság egészére vonatkozó jellemzőket is. Így nemcsak az derülhet ki, hogy a pártcsaládon belül unikálisnak számít-e a VOX, hanem az is, hogy mely spanyol pártokhoz hasonlít, és melyektől különbözik leginkább szavazóbázisuk tekintetében.

29 Público 2017.

30 Europa Press 2018.

31 A konzervatív Néppárt (PP), illetve a baloldali Spanyol Szociáldemokrata Munkáspárt (PSOE) tekinthető a hagyományosan legnagyobb pártoknak. Ezenfelül két újabban alakult párt is szerepetre kerül, azaz a jobbközép, liberális Ciudadanos (C's), valamint a radikális baloldali Unidos Podemos (UP).

4.1 Társadalmi, demográfiai jellemzők

A radikális jobboldali pártcsaláddal kapcsolatos eddigi kutatások eredményeinek mindegyike a férfiak felülreprezentáltságát emelte ki választói oldalról,³² és mint az 1. táblázatban látható, a VOX is beleillik az eddig kialakított képbe.

1. táblázat: A spanyol pártok támogatottsága nemek szerinti megoszlásban

Nem	Pártpreferencia					
	UP	PSOE	C's	PP	VOX	Teljes népesség
Férfi	57,91%	47,46%	48,59%	44,93%	67,31%	48,36%
Nő	42,09%	52,54%	51,41%	55,07%	32,69%	51,64%
Összesen	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Forrás: Saját gyűjtés a Centro de Investigaciones Sociológicas (továbbiakban CIS) adatai alapján

A 34 százalékpontos különbség abszolút kiemelkedőnek mondható a pártrendszer többi szereplőjéhez viszonyítva, hiszen egyik párt esetében sem tapasztalhatunk ilyen mértékű különbséget az ún. *gender gap* kapcsán. A VOX mellett a Podemos az egyetlen olyan párt, ahol a férfiak felülreprezentáltsága kimutatható, azonban ott ez jóval kisebb. A VOX esetében a női szimpatizánsok alacsonyabb számának okát abban látom, hogy a pártot egyfelől kifejezetten egy antifeminista retorika jellemzi – a VOX választási programjában megjelenik többek között a nemi alapú erőszakról szóló törvény eltörlésének, illetve a radikális feminista szervezetek visszaszorításának az igénye³³ –, másfelől az általuk készített anyagok többségét átjárja az erőteljes maszkulinitás, nem is beszélve Santiago Abascal közösségimédia-platformjain mutatott macsó imázsról.³⁴ Ezen

³² Például Norris 2005; Mudde 2007.

³³ VOX 2021.

³⁴ Utóbbira jó példa lehet a 2018-as andalúz választási kampány egyik rövid videója, melyben a pártelnök lóháton igyekszik visszahódítani Spanyolországot. Lásd: https://www.antena3.com/noticias/espana/santiago-abascal-vox-caballo-reconquistar-andalucia-video_201811135beadcc0cf200fa81f731e1.html

elemek összessége pedig elidegenítően hathat a női választópolgárok egy jelentős részére.

2. táblázat: A spanyol pártok támogatottsága életkor szerinti megoszlásban

Életkor	Pártpreferencia					
	UP	PSOE	C's	PP	VOX	Teljes népesség
18–25	14,67%	6,34%	11,21%	5,46%	11,59%	9,04%
26–35	21,25%	9,63%	17,14%	7,44%	19,66%	13,29%
36–45	22,62%	16,04%	26,77%	13,70%	23,70%	19,22%
46–55	17,94%	18,41%	19,82%	16,76%	21,53%	19,18%
56–65	14,58%	20,10%	12,83%	15,46%	11,18%	16,25%
> 65	8,93%	29,48%	12,23%	41,18%	12,33%	23,02%
Összesen	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Forrás: Saját gyűjtés a CIS adatsorai alapján

Életkori sajátosságok tekintetében a VOX vegyes képet mutat. A párt szavazóinak legnagyobb részét a 36 és 45 év közöttiek teszik ki, noha ettől a korcsoporttól csupán minimálisan maradnak el a 26 és 35, valamint a 46 és 55 év közöttiek. A párt a legfiatalabbak, valamint az imént említett korcsoportok mindegyikében felülreprezentált a spanyol lakosság egészéhez képest, míg az idősebb korosztályokban alulreprezentált. Mélyebb összehasonlítás esetén az válik nyilvánvalóvá, hogy nem is a VOX és a többi szereplő között általában kell meghúznunk a határt, hanem a régi és az új pártok között, hiszen a Spanyol Szocialista Munkáspárt (PSOE) és a Néppárt (PP) szavazóinak legnagyobb részét az idősebb korosztály tagjai teszik ki.

Norris korábban kiemelte, hogy a pártcsalád tagjai leginkább a kisebb, vidéki településeken népszerűek,³⁵ ellenben az újabb eredmények jelentősen árnyalják megállapítását.³⁶ A VOX esetében azonban továbbra is megállja helyét Norris kijelentése.

³⁵ Norris 2005, 143.

³⁶ Dúró–Hajdú 2020, 40–41.

3. táblázat: A spanyol pártok támogatottsága a települések mérete szerint

Település mérete	Pártpreferencia					
	UP	PSOE	C's	PP	VOX	Teljes népesség
<10 000	15,02%	22,57%	17,82%	25,34%	19,33%	21,51%
10 001–50 000	24,87%	26,17%	26,76%	22,51%	27,03%	26,48%
50 000–100 000	11,26%	11,64%	13,61%	14,55%	14,99%	12,07%
100 001–400 000	26,50%	21,72%	22,13%	19,09%	20,83%	22,17%
400 001–1 000 000	9,76%	7,73%	9,31%	8,02%	9,15%	7,66%
>1 000 000	12,59%	10,16%	10,37%	10,50%	8,67%	10,11%
Összesen	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Forrás: Saját gyűjtés a CIS adatai alapján

A 3. táblázat szerint a párt szavazóinak több mint 60 százalékát olyan személyek teszik ki, akik százezer főnél kisebb településen élnek. A VOX elsősorban a legnagyobb városokban teljesít rosszabbul a többi párthoz képest, noha a négyszázezer és egymillió fő közötti településeken még ők is leghagyják a spanyol pártrendszer korábbi két blokkjának vezető erejét, a Szocialista Munkáspártot (PSOE) és a Néppártot (PP), amelyek a pártrendszer adottságai miatt évtizedekig hegemón pozícióban voltak bal-, illetve jobboldalon. A településtípusok mellett a VOX támogatottságát tekintve kirajzolódni látszik egy sajátos területi mintázat is. 2019 novemberében legjobb eredményét a két legdélebbi autonóm közösségben, Andalúziában és Murciában, illetve az észak-afrikai autonóm városban, Ceutában érte el a párt. Ez meglátásom szerint a migrációs folyamattal magyarázható. Területi elhelyezkedésükből kifolyólag az említett térségeket érinti leginkább az Afrika felől érkező illegális migráció, melyre a VOX elég radikális megoldási javaslatokkal állt elő.³⁷

A radikális pártokról szóló irodalom a párttámogatók végzettsége kapcsán a felsőfokú végzettségük kisebb arányát állapítja meg.³⁸ A 4. táblázatból látható, hogy a VOX szavazói között valóban nem képviseltetik ma-

37 Például az országban illegálisan tartózkodók kiutasítása, a bevándorlókat segítő NGO-k anyagi támogatásának leállítás, az egészségügyhöz való hozzáférés megszüntetése a határsértők esetében. Lásd: VOX 2021.

38 Dúró–Hajdú 2020, 40–41.

gukat nagyobb arányban a felsőfokú végzettséggel rendelkezők, ellenben a spanyol lakosság egészéhez viszonyítva nincs jelentős eltérés e tekintetben. A legkevésbé képzettek – a középfok alatti végzettségűek – körében nem kimagasló a VOX támogatottsága, hiszen a párt szavazóinak csupán igen kis részét (10 százalék) teszik ki.

4. táblázat: A spanyol pártok támogatottsága legmagasabb iskolai végzettség szerint

Iskolai végzettség	Pártpreferencia					
	UP	PSOE	C's	PP	VOX	Teljes népesség
Alapfokú alatt	1,46%	10,21%	2,52%	8,43%	1,82%	5,80%
Alapfokú	6,60%	19,78%	7,83%	21,76%	8,73%	15,21%
Középfokú*	21,13%	23,83%	19,67%	20,77%	31,03%	22,84%
Szakképzés	22,20%	16,45%	22,05%	12,06%	21,82%	18,88%
Érettségi	15,55%	11,64%	14,87%	12,84%	16,18%	13,22%
Felsőfokú	33,05%	18,10%	33,05%	24,15%	20,42%	24,06%
Összesen	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

*A kötelező középfokú oktatást követően választási lehetőség van szakképzés és érettségire való felkészítés között.

Forrás: Saját gyűjtés a CIS adatsorai alapján

Éppen ezért legnagyobb arányban a középfokú végzettségek valamelyikével rendelkezők képviseltetik magukat. Ebben a tekintetben különlegesen nevezhető a VOX, hiszen a középfokú végzettségűek jóval nagyobb arányban vannak jelen szavazóik között, mint a többi párt esetében.

A jobboldali radikalizmussal foglalkozó szakirodalom már egészen a kezdetektől fogva nagy jelentőséget tulajdonít az osztály-hovatartozásnak, illetve az egyének gazdasági helyzetének. Különböző szerzők³⁹ arra a következtetésre jutottak, hogy a radikális jobboldali pártok nagyobb eséllyel szólítják meg azokat, akik gazdasági helyzetüket tekintve bizonytalanok, és a társadalom periferiáján foglalnak helyet. Ez egyfelől magába foglalja a legkiszolgáltatottabb személyeket (munkanélküliek, legalacso-

39 Betz 1994; Kitschelt–McGann 1995; Ignazi 2003.

nyabb jövedelemmel rendelkezők), másfelől a modernizációs folyamatok veszteseit, azaz a kékgalléros munkásokat és a leszakadó középrétegeket.

5. táblázat: A spanyol pártok támogatottsága osztály-hovatartozás alapján

Osztály	Pártpreferencia					
	UP	PSOE	C's	PP	VOX	Teljes népesség
Felső/felső közép	3,10%	2,63%	6,57%	8,55%	6,22%	3,83%
Közép	44,15%	41,47%	58,17%	51,78%	50,33%	45,74%
Alsó közép	21,78%	21,89%	16,73%	15,76%	19,43%	19,67%
Munkásosztály	24,69%	25,74%	14,84%	15,72%	17,99%	22,14%
Alsó/szegény	2,59%	3,08%	1,29%	2,49%	3,44%	2,99%
Egyéb/NT	3,68%	5,21%	2,39%	5,70%	2,58%	5,63%
Összesen	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Forrás: Saját gyűjtés a CIS adatai alapján

Az 5. táblázat adataiból látható, hogy a VOX szavazóinak felét a középosztály tagjai teszik ki, mely nagyobbban mondható a két baloldali, ellenben kisebbnek a két jobboldali párthoz képest. A legfelsőbb osztályok esetén hasonló kép rajzolódik ki, azonban az alsóbb rétegek kapcsán fordított a tendencia. A CIS adataiból továbbá az is látszik, hogy a spanyol radikálisok legfőbb bázisát nem kizárólag a leszakadó rétegek teszik ki. A mezőgazdasági és az ipari szektorban dolgozók a párt szavazóinak csupán 18 százalékát alkotják, ami a spanyol lakosság egészéhez viszonyítva alacsonynak nevezhető. A párt ezenfelül igencsak felülreprezentált az alkalmazottakkal rendelkező vállalkozók (6 százalék) és az egyéni vállalkozók (17 százalék) között az összlakossághoz képest, ami a pártok többségét kiugróan felülmúlja.⁴⁰

Az eddigieken felül azonban érdemes figyelembe venni a jövedelmi jellemzőt is. Bár az osztály-hovatartozás és a gazdasági tevékenység típusa egyaránt fontos indikátoroknak tekinthetők, csak hogy ezek sok esetben nem mutatják meg, hogy az egyéneknek milyen a tényleges gazdasági helyzete.

⁴⁰ CIS 2019.

6. táblázat: A spanyol pártok támogatottsága kereseti kategóriák szerint

Nettó jövedelem	Pártpreferencia					
	UP	PSOE	C's	PP	VOX	Teljes népesség
0–300 €	23,41%	21,37%	20,21%	22,30%	19,69%	21,61%
301–600 €	8,67%	10,04%	7,77%	9,71%	5,51%	9,43%
601–900 €	12,72%	19,24%	14,51%	19,43%	16,93%	17,78%
901 – 1 200 €	16,18%	20,54%	20,73%	18,10%	19,69%	18,68%
1 201 – 1 800 €	24,86%	18,18%	20,21%	17,66%	22,44%	19,29%
1 801 – 2 400 €	11,27%	6,26%	9,84%	5,74%	11,02%	8,28%
> 2 400 €	2,89%	4,37%	6,74%	7,06%	4,72%	4,93%
Összesen	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Forrás: Saját gyűjtés a CIS adatsorai alapján

A 6. táblázatban látható, hogy a VOX alulreprezentált, mind a többi párt-hoz, mind a teljes lakossághoz képest a két legalacsonyabb kereseti kategóriába esők körében. Ennek alapján – a szakirodalomnak ellentmondóan – kijelenthető, hogy a VOX legfőbb bázisát nem a modernizációs folyamatok vesztesei, illetve a legelesettebb társadalmi csoportok teszik ki, bár igaz, hogy ők is jelen vannak szavazóik között. A spanyol pártok legjelentősebb bázisa az átlagos keresetűek közül kerül ki, és ebből a szempontból nincs nagy eltérés a VOX és a többi szereplő között.

4.2 Az attitűdök terén megmutatózó jellegzetességek

Abban az esetben, ha a választók személyes attitűdjei és a radikális jobboldal által közvetített üzenetek között jelentős egyezés mutatható ki, feltételezhető, hogy nagyobb eséllyel alakul ki szimpátia részükről, mely a későbbiek folyamán szavazatokra is váltható. Az említettek okán érdemes megvizsgálunk a VOX szavazóinak attitűdjeit, amelyeket később majd összevethetünk a párt értékeivel, az általuk képviselt célokkal és közvetített üzeneteikkel.

A 7. táblázat különböző attitűdcsoportok szerint tartalmazza a spanyol választók ismérveit. Az első két csoport az elitellenességet hivatott mérni, a harmadik pedig a rendszerellenességet. Utóbbi esetében azonban hangsúlyoznám, hogy az alacsony értékek nem jelentik a demokratikus

rendszer teljes elvetését, csupán a jelenlegi formájában működő rendszerrel szembeni elégedetlenséget. A migrációs folyamatok értékelése és az LGBTQ közösséggel kapcsolatos attitűdök a bevándorlásellenességet és a szexuális kisebbségekkel szembeni elfogadás mértékét igyekeznek megmutatni. A következő csoport a nemzeti szuverenitás fontosságát és az Európai Unióhoz fűződő kapcsolatot jelzi. Az egyéb attitűdök pedig a tekintélyelvűséghez, a rendpártisághoz és tradicionális értékekhez való viszonyt hivatottak bemutatni.

7. táblázat: A spanyol választópolgárok attitűdjei

Attitűdcsoportok		Pártpreferencia					
		UP	PSOE	C's	PP	VOX	Lakosság
Intézményi és politikai bizalom (1–10)	ENSZ	4,64	4,98	5,50	4,86	4,23	4,81
	EP	4,20	4,99	5,21	4,60	3,47	4,48
	Igazságszolgáltatás	4,21	5,31	5,97	5,48	4,01	4,75
	Parlament	4,10	4,93	5,03	4,32	3,28	4,22
	Pártok	2,43	2,96	3,01	2,81	1,47	2,59
	Politikusok	2,47	3,13	2,87	2,83	1,48	2,62
Kormányzati elégedettség (1–10)	Kormányzat	3,43	4,60	2,87	2,49	1,57	3,22
	Gazdaság	3,70	4,46	4,27	4,46	3,48	4,12
	Oktatás	4,33	5,58	5,02	5,19	4,77	5,06
	Egészségügy	5,40	6,29	6,07	6,48	5,88	6,01
Politikai rendszer működése (1–10)	Demokrácia működése	4,11	5,73	5,43	5,32	3,91	4,79
	Állampolgári befolyás	4,11	4,34	4,27	3,88	3,58	4,08
	Döntések átláthatósága	3,67	4,14	3,49	3,58	3,33	3,73
	Állampolgári érdekek figyelembevétele	4,16	4,70	4,18	4,26	3,55	4,25
Migráció (1–10)	Gazdasági hatások	6,83	6,29	5,96	5,32	3,55	5,98
	Kulturális hatások	7,61	6,71	6,17	5,77	3,10	6,48
	Ország egészére gyakorolt hatás	6,79	5,85	5,54	5,03	2,85	5,65
LGBTQ (1–5)	Személyek elfogadása	4,74	4,46	4,53	4,07	4,10	4,42
	Örökbefogadás támogatása	4,69	4,27	4,15	3,66	3,82	4,18

<i>Attitűdcsoportok</i>		<i>Pártpreferencia</i>					
		<i>UP</i>	<i>PSOE</i>	<i>C's</i>	<i>PP</i>	<i>VOX</i>	<i>Lakosság</i>
ES kontra EU (1–10)	Ézelmi kötődés: ES	6,53	8,08	8,58	8,72	9,26	7,60
	Ézelmi kötődés: EU	5,91	6,74	7,22	6,74	6,64	6,41
	Európai integráció értékelése	6,57	6,65	6,43	5,90	5,10	6,36
Egyéb attitűdök	Ideológiai pozíció (1–10)	2,26	3,42	5,51	6,58	7,84	4,34
	Vallásosság (1–10)	1,75	3,74	3,96	5,60	4,80	3,78
	Szabálykövetés fontossága (1–6)	3,39	3,90	4,03	4,36	4,64	3,87
	Hagyományok fontossága (1–6)	3,40	4,33	4,43	4,56	4,78	4,29
	Erős kormányzat iránti igény (1–6)	4,77	4,85	5,15	5,13	5,34	4,94

Forrás: Saját gyűjtés az ESS adatsora alapján

Megjegyzés: A táblázat soraiban szereplő adatok az egyes pártok szavazói által adott válaszok átlagos értékeit mutatják. Az alacsonyabb értékek kisebb mértékű, a magasabb értékek pedig nagyobb mértékű bizalmat, elégedettséget és egyetértést jelentenek.

A spanyol választókról évtizedekre visszamenőleg kijelenthető, hogy jelentős mértékben támogatják a demokráciát, azonban a demokrácia működésével való elégedettségük ingadozó, a politika iránti bizalmi szintjük pedig viszonylag alacsonynak mondható.⁴¹ A 2008-as gazdasági válságot és a pártok által elkövetett korrupciós botrányok sorozatát követően, valamint a kormányzat lassú reagálóképességének köszönhetően soha nem látott mélypontra süllyedt az intézményi bizalom és a demokráciával való elégedettség szintje.⁴²

A VOX szavazói esetében az egyébként sem túl magas intézményi bizalom még alacsonyabbnak mondható, különösképpen a pártokkal és a politikusokkal szemben. Emellett a nemzeti parlamenttel és az EP-vel szembeni bizalmatlanság is körükben a legnagyobb. A kormányzati teljesítmény értékelése valamivel vegyesebb képet mutat, hiszen az oktatással, de főleg az egészségüggyel kapcsolatban általában nagyobb az

41 Montero–Torcal 1990.

42 Torcal–Christmann 2020.

elégedettség a spanyol állampolgárok körében, ellenben a gazdaság, de még inkább a kormányzat egészével szemben nagyobb az elégedetlenség. A VOX szavazói mind a négy tényezőt az átlagosnál rosszabbra értékelték.

A politikai rendszer működésének értékelése hasonló képet mutat. A demokrácia működését értékelték legjobbra az állampolgárok (4,79 pont), azonban ez sem mondható túl pozitív eredménynek. A politikai döntésekre kifejtett befolyást (4,08 pont), de főleg a transzparenciát (3,73 pont) még ennél is alacsonyabbra értékelték. A VOX szavazói minden kérdéskörben jóval rosszabb pontszámot adtak (kevesebb mint 4 pont), nemcsak az összlakossághoz, hanem a többi párt szavazójához viszonyítva is. Az adatok tehát azt mutatják, hogy a VOX szavazói között nagyobb arányban jelenik meg elitellenesség és rendszerellenesség.

A spanyolok körében a migrációs folyamatok értékelése közepes, illetve annál egy kicsit pozitívabb képet mutat. A VOX szavazói azonban az országos adatoknál jóval negatívabban értékelték a migrációs folyamatok minden aspektusát (2,85 és 3,55 közötti pontszámok), azaz körükben az átlagosnál jóval nagyobb mértékű a bevándorlásellenesség.

A szexuális kisebbségekhez való viszonyulás terén a spanyol lakosság elfogadónak tekinthető. Érdekes módon még a VOX választói is viszonylag közel vannak a maximálisan adható értékhez, bár az örökbefogadás támogatásának valamivel nagyobb az elutasíttósága.

Spanyolországhoz minden párt választója, leszámítva a Podemost, az átlagnál jobban kötődik érzelmileg. A minimális eltérések ellenére mégis a VOX szavazóira jellemző a legnagyobb mértékű érzelmi kötődés (9,26 pont). A VOX választói értékelték a legrosszabbul az európai integráció eddigi eredményeit (5,10 pont). Ez azonban nem jelent erőteljes euroszkeptizmust, ugyanis szavazóik csupán 15 százaléka döntene az EU-ból való kilépés mellett egy esetleges népszavazás esetén.

Egyéb attitűdök terén az látható, hogy a VOX szavazói a szabálykövetést (4,64 pont), a hagyományokat (4,78), illetve az erős kormányzatot (5,34) fontosabbnak tartják az átlagosnál. A vallásosság mértékéről ez ugyancsak elmondható (4,80 pont), azzal a különbséggel, hogy nem ők, hanem a PP választói a leginkább vallásos csoport. Az ideológiai önbesorolásból egyértelmű kép rajzolódik ki. Az enyhén balra tolódott spanyol társadalomban a legjobboldalibbak a VOX-ot támogatják. Az ideológiai skálán elfoglalt pozíció alapján kijelenthető, hogy esetükben nem kizárólag proteszt szavazatról beszélhetünk, mely elitellenességből vagy a de-

mokrácia működésével való elégedetlenségéből fakad, hanem ideológiai alapú választásról.

Összefoglalóan elmondható, hogy a VOX szavazóbázisát többségében a fiatal felnőtt és középkorú férfiak jelentik, akik leginkább százezer főnél kisebb településeken élnek. Túlnyomó többségük középfokú végzettségű, a középosztály tagja, noha a legfelsőbb rétegekhez tartozók is az átlagosnál jóval nagyobb arányban találhatók meg közöttük. Jövedelmüket tekintve nem rajzolódik ki egyértelmű tendencia, az azonban kijelenthető, hogy elsődlegesen nem a legszegényebb csoportokhoz tartoznak. Az átlagosnál jóval nagyobb mértékben jellemzi őket az elitellenes, rendszerellenes és bevándorlásellenes attitűd. Továbbá markánsan jobboldali pozíciójukból kifolyólag tekintélyelvűbbek, rendpártibbak és vallásosabbak, mint egy átlag spanyol választó. Míg a jellemzők számottevő része – például attitűdök, férfiak túlsúlya – illeszkedik a szakirodalom eddigi megállapításaihoz, addig az alacsonyabban képzettek és a legszegényebbek kisebb súlya miatt unikálisnak nevezhető a VOX a radikális jobboldali pártcsaládon belül.

A VOX választóinak több mint 63 százaléka a konzervatív Néppártra, 16 százalékuk pedig a jobbközép, liberális Ciudadanosra voksolt 2016-ban, vagyis bázisuk döntő többsége a jobboldalról érkezett. Ellenben a 2019. novemberi választások után felvett adatok szerint a VOX szavazóinak 68 százaléka már a tavasszal tartott választásokon is a pártra szavazott.

8. táblázat: A VOX szavazóinak korábbi pártpreferenciája

<i>Korábbi szavazatok</i>	<i>Általános választások</i>	
	<i>2016. június</i>	<i>2019. április</i>
VOX	1,60%	68,00%
Néppárt (PP)	63,60%	14,48%
Ciudadanos (C's)	16,60%	8,81%
Spanyol Szocialista Munkáspárt (PSOE)	5,80%	4,30%
Unidos Podemos (UP)	3,00%	1,89%
Egyéb párt	1,40%	0,63%
Érvénytelen/NT/NV	8,00%	1,88%
Összesen	100,00%	100,00%

Forrás: Saját gyűjtés a CIS adatai alapján

5. Kínálati oldal

Érdemes megvizsgálni azt is a VOX felemelkedésének megértéséhez, hogy mit kínál a párt a spanyol társadalomnak: melyek a VOX által képviselt legfontosabb ügyek, hogyan juttatja el ezeket a célközönséghez, milyen a párt belső szerkezete és működése, és mindez hogyan illeszkedik a spanyol pártrendszer jellegzeteségei közé.

5.1 A VOX értékei, céljai és felépítése

A párt aktuális programjában, az Agenda Españában húsz témakör mentén kerülnek elő a VOX által azonosított problémák és a párt ajánlásai.⁴³ Ezek közül az egyik legfontosabb programpont, mely markánsan megkülönbözteti a pártot a pártrendszer többi szereplőjétől, a spanyol állam átalakításának követelése. Állításuk szerint az autonóm tartományok jelenlegi formájukban gyengítik az egységes spanyol identitást, valamint a szeparatista erők révén az ország szétesésének a lehetőségével is fenyegetnek. A pártprogram értelmében ennek ellensúlyozására egy erőteljes centralizációra van szükség, visszaadva a központi kormány számára a kontrollt. A szeparatista erők állami támogatását teljes egészében meg kell szüntetni, illetve meg kell akadályozni a választásokon való elindulásukat.⁴⁴

A gazdaságpolitikai célkitűzéseik egyaránt tartalmaznak adócsökkentő és kiadásokat növelő ígéreteket. A párt számos adónemet eltörölné, csökkentené a jövedelemadó mértékét és a vállalatok anyagi terheit.⁴⁵ Ugyanakkor több pénzt költene egészségügyre, oktatásra és nyugdíjakra, béremeléseket eszközölné, illetve szociális bérlakásokat építené a családok és az idősek számára.⁴⁶

A nemzeti szuverenitás kérdése megjelenik többek között a biztonságpolitika, az energiapolitika és a gazdaságpolitikai területén, amely magába foglalja a hazai iparpolitika fellendítését, a helyi kereskedelem

⁴³ VOX 2021.

⁴⁴ Uo. 6–8.

⁴⁵ Uo. 21–22.

⁴⁶ Uo. 14–19.

ösztönzését és a hazai termékek védelmét.⁴⁷ A VOX Európai Unióhoz való viszonyulását is a nemzeti szuverenitás kiemelése határozza meg. Ennek értelmében ugyan együtt kell működni azokon a területeken, ahol a kitűzött célokat gyorsabban és hatékonyabban el lehet érni közösen, de a tagállamok szuverenitását minden esetben tiszteletben kell tartani. A bevándorlás témaköre is kiemelt helyen szerepel a programban, hiszen elérendő célként fogalmazzák meg az országban illegálisan tartózkodó migránsok kiutasítását és a bevándorlókat segítő NGO-k anyagi támogatásának leállítását.⁴⁸

Néhány klasszikusan liberálisnak mondható követelés is előkerül a programban, például az emberi méltóság, a lelkiismereti és szólásszabadság, valamint az egyenlő jogok biztosítása mindenki számára. Ugyanakkor a VOX küzdeni akar a *cancel culture* és a politikai korrektség ellen, melyekre a szólásszabadság ellenségeiként tekint.⁴⁹ A szociokulturális konzervativizmus jelei is fellelhetők a programban: az abortusz és az eutanázia elutasítása, illetve a genderideológia teljes elvetése.⁵⁰

Az Agenda España három olyan csoportot említ meg, akik a párt szerint a spanyol nemzet ellenségei: a migránsok, a szeparatisták, illetve a szocialista-globalista elit. Utóbbi felelős minden fennálló problémáért, az ipar szisztematikus leépítésétől és az alacsony bérektől⁵¹ a szuverenitást csorbító viszonyok kialakulásán át⁵² egészen a veszélyes és romboló eszmék propagálásáig (például multikulturalizmus, genderideológia, klímavallás).⁵³

A programban egyértelműen fellelhetők az euroszkepticizmus és a gazdaságipolitikai protekcionizmus formájában testet öltő nacionalizmus; a rendpárti és tekintélyelvű elemek (szeparatistákkal szembeni fellépés, migránsok kitoloncolása); a bevándorlásellenesség; valamint rendszerellenes szólások a politikai rendszer átalakítása kapcsán. Gazdasági programjuk egyaránt tartalmaz jobb- és baloldali elemeket, mely

47 Uo. 15–16.

48 Uo. 25–26.

49 Uo. 41.

50 Uo. 43–44.

51 Uo. 29.

52 Uo. 33.

53 Uo. 19.

azt a célt szolgálja, hogy több csoport egyidejű elérésével egy osztályokon átívelő szavazóbázisra tegyenek szert. A párt programjában megfogalmazódik az elitellenesség, populista keretezésben. Az elit minden baj forrása, eredendően rossz, miközben a spanyol nemzetet egy olyan szerencsétlen csoportként ábrázolja a program, akik kizárólag a pusztító tevékenységet folytató elitnek köszönhetik rossz helyzetüket.⁵⁴

Látható, hogy a VOX által felvetett témák és a szavazóbázisukra jellemző legfontosabb attitűdök között komoly átfedés van. Ennek köszönhetően a párthoz való értékalapú kötődés bizonyítéka még inkább igazolhatóvá válik. Annak köszönhetően, hogy a VOX üzenetei igen sokrétűek, kialakítottak egy osztályokon és korcsoportokon átívelő szavazóbázist, melynek eredményeként olyanokat is képesek voltak megszólítani, ha kisebb mértékben is, akik egyébként nem helyeznék magukat a bal–jobb skála jobb szélére.

Llamazares és szerzőtársai a 2000-es években írtak már arról, hogy a népszerűtlen francóista elemek elhagyása megteremtené a lehetőségét egy radikális jobboldali párt megerősödésének.⁵⁵ A VOX programjából ezek valóban kimaradtak. A VOX egy modern, radikális jobboldali párt, amely előszeretettel alkalmaz populista retorikát, tehát minden olyan jellemző birtokában van (például nacionalizmus, tekintélyelvűség, bevándorlásellenesség), amelyek a radikális jobboldali pártcsaládba való tartozás feltételeiként meghatározhatók.

A pártot egy viszonylag egyszerűnek mondható, hierarchikus struktúra jellemzi: a VOX legfőbb szerveként szolgáló Országos Végrehajtó Bizottság jogosult a tartományi vezetők kinevezésére az ötszáz főnél kisebb szervezetekben, illetve a jelöltek listáját akár teljes egészében felülírhatja.⁵⁶ Elindulásuk óta nagy hangsúlyt fordítanak a tagság növelésére, néhány év leforgása alatt ötezerről hatvanezer főre növelték bázisukat.⁵⁷ 2019-ben jelentős átalakítások történtek a VOX belső életében. A változásoknak két fontos lépcsőfoka volt: egyfelől ekkor került bevezetésre a területi vezetők rendszere, amely hatékonyabbá tette a működést, más-

⁵⁴ Uo. 15; 20; 23; 28; 39.

⁵⁵ Llamazares et al. 2006

⁵⁶ VOX 2020.

⁵⁷ Uo. 2020.

felől kezdetét vette a helyi, területi és országos vezetők képzése is,⁵⁸ mely a tényleges professzionalizálódás felé tett fontos lépésként értelmezhető.

Jelentős választási áttöréseket persze el lehet érni stabil szervezeti háttér nélkül is, azonban annak érdekében, hogy az elért eredmények a későbbiek során megismételhetők legyenek, elengedhetetlen a stabil, hatékonyan működő pártszervezeti struktúra megléte.⁵⁹ Mint látható, a VOX igyekszik az említett kritériumnak megfelelni. Folyamatosan növelték tagjaik létszámát, átalakították a szervezeti struktúrájukat, illetve képzéseket indítottak annak érdekében, hogy a párt vezetőit hosszú távon is képesek legyenek biztosítani. Azaz elődjeikhez képest jóval szervezettebbek, előrelátóbbak és professzionálisabbak.

5.2 A média hatása

Áttörését megelőzően a VOX több esetben képes volt országos méretű médiamegjelenést produkálni egy-egy ügy kapcsán. A vistalegréi nagygyűlés jelentette számukra az igazi médiaáttörést, ugyanis Spanyolország két legolvasottabb lapjában korábban soha nem látott számban jelentek meg a pártról szóló beszámolók. Ez a médiafigyelem abszolút számokban is jónak tekinthető, a VOX akkori méretéhez képest viszont egészen kimagasló.⁶⁰ A pártról megjelenő írások részletesen mutatták be a VOX legfontosabb üzeneteit, mint például a szeparatizmussal szembeni erőteljesebb fellépést, az illegális migráció megállítását és a pártrendszer többi szereplőjére vonatkozó durva megjegyzéseket, melyekkel a VOX igyekezett ráerősíteni a spanyol társadalom pártellenes attitűdjére. Mivel az említett eseményekre csupán néhány héttel az andalúziai választások előtt került sor (2018. december), sok választó érezhette azt, hogy a VOX jelentős erőt képvisel, ami fokozhatta a rájuk való szavazási hajlandóságot.

A VOX azonban nemcsak a hagyományos média eszközeit használta, hanem a közösségi média jelentette lehetőségeket is. Ezen felületek használatával egy jóval közvetlenebb kapcsolatot tudott kialakítani választó-

58 infoLibre, 2019.

59 Mudde 2007, 265.

60 Olalla et al. 2019.

ival, a közvetített üzenetek tartalmát pedig teljes egészében kontrollálni tudta, valamint a fiatalabb választókhöz is nagyobb arányban jutott el.

A spanyol pártok közül a VOX rendelkezik a legnagyobb követői bázissal az Instagram és a YouTube felületein.⁶¹ A platformokat a kampányok során előszeretettel használják üzeneteik közzétételére, ami meglehetősen sikeresnek mondható, ugyanis az említett felületeken a spanyol pártok közül a VOX hatása és láthatósága a legnagyobb.⁶² A 2019 áprilisában tartott választás kampányában Instagram-posztjaiknak 56 százalékát az „ellenség-veszély” dimenzió mentén lehetett értelmezni, mely elsősorban a szeparatistákra, a bevándorlókra, a baloldalra, illetve a feministákra vonatkozott.⁶³ Vagyis az ellenségképek szerepeltetése a kampányuk szerves részét képezte. Mindezt egy olyan felületen, ahol rövid, lényegre törő üzeneteket lehet átadni képi, videós illusztrációval, ténylegesen megszemélyesítve az általuk megjelölt legfőbb ellenségeket.

Ebben a kampányban a VOX legtöbbet szereplő politikusa a pártelnök, Santiago Abascal volt, aki az összes poszt 42 százalékban jelent meg valamilyen formában. A VOX országos politikusai ennél jóval kisebb arányban jelentek meg a felületen: a főtárgyaló, Javier Ortega Smith 9, a nemzetközi kapcsolatokért felelős Iván Espinosa és felesége, a párt madridi szervezetének vezetője, Rocío Monasterio 4-4 százalékban.⁶⁴ Abascal ilyen mértékű szerepeltetése a párt megerősödésének szempontjából fontos tényező. Ő ugyanis egy roppant karizmatikus politikus, akivel a spanyolok képesek azonosulni, ami végül a választások napján a párt egészét sikerre viheti.

61 Jelenleg a VOX YouTube-csatornáján 468 ezer feliratkozóval, míg Instagramon 650 ezer követővel rendelkezik. Az országos pártok közül, ugyan jelentősen lemaradva, de a Podemos követi őket a sorban (YouTube: 130 ezer feliratkozó, Instagram: 260 ezer követő).

62 Cea Esteruelas 2019, 41.

63 Aladro–Requeijo 2020, 211.

64 Uo. 212.

5.3 A spanyol pártrendszer trendjei

A spanyol pártrendszert az 1980-as évektől nagymértékű stabilitás jellemezte. A szocialisták 1982-es győzelme után még háromszor nyerték meg az általános választásokat, noha ezt követően dominanciájuk jelentősen csökkent. 1993-tól kezdve két blokk állt egymással szemben, hiszen a jobboldal egyetlen szereplője a Néppárt lett a kereszténydemokrata CDS eltűnése okán, míg a baloldal egyeduralmódója a szocialista PSOE maradt. Ennek köszönhetőn a két blokk immáron közvetlenül egymással küzdött a középen helyet foglaló választók szavazatainak megszerzéséért. Ez az állapot egészen a 2014-es EP-választásokig állt fenn, amikor két újabb szereplő lépett be a politikai térbe, a radikális baloldali Podemos és a jobbközép, liberális Ciudadanos.⁶⁵

A 2008-as gazdasági válság eredményeként a kormányon lévő szocialistáknak megszorításokat kellett eszközölniük, ami miatt óriási vereséget szenvedtek 2011-ben. Ugyan a Néppárt programjában adócsökkentést és visszafogottabb megszorításokat ígért, kormányra kerülésüket követően adóemelésbe, tömeges elbocsátásokba és a szociális kiadások csökkentésébe kezdtek.⁶⁶ Ezt a nehéz helyzetet használta ki a Podemos és a Ciudadanos, amelyek az évtizedes stabilitás után újoncként léptek be a spanyol politikai életbe, hangsúlyosan megkülönböztetve magukat a régi elittől, ezáltal is növelve a polarizáció mértékét. 2018-ban ehhez a pártrendszerhez csatlakozott a VOX immáron releváns pártként.

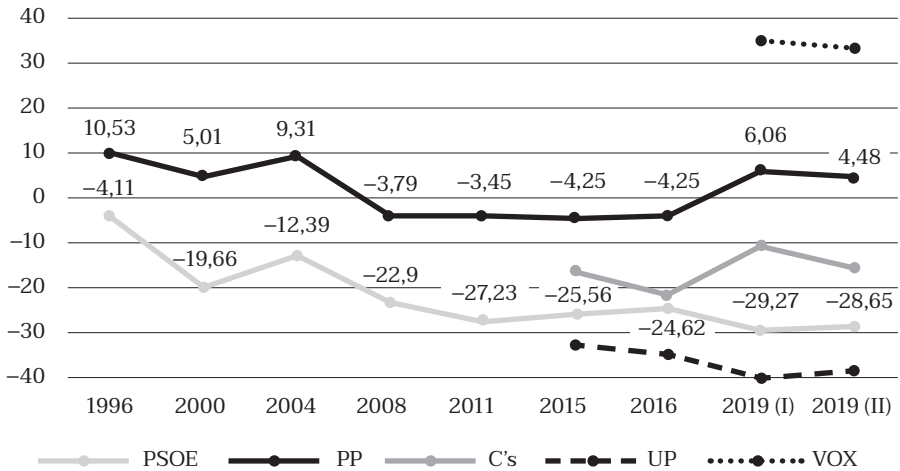
A politikai kontextus rövid tisztázása után igyekszem tesztelni a két egymással versengő hipotézist – Ignazi, illetve a Kitschelt–McGann páros egymásnak ellentmondó felvetését a bevett jobboldali pártok által elfoglalt pozíció változásában –, hogy kiderüljön, melyik elmélet szolgál magyarázattal a VOX áttörésére. A pártok pozíciójának mérésére, valamint évtizedes mozgásuk feltérképezésére a Manifesto Project adatbázisát és az általuk alkalmazott RILE indexet fogom használni.⁶⁷

65 Méndez Lago 2020.

66 Santana–Montero 2020.

67 A MARPOR adatbázisa a pártprogramok elemzésén alapul. Sajátos kódolási rendszerük segítségével azonosítják a programokban fellelhető bal- és jobboldali elemeket, melynek összegzésével a RILE index végül megmutatja a párt bal–jobb skálán elfoglalt pozícióját.

1. ábra: A spanyol pártok RILE-index szerinti pozíciója (1996–2019)



Forrás: Saját illusztráció a Manifesto Project Dataset alapján
 Megjegyzés: A nullánál magasabb pontszám jobboldali,
 míg az annál kisebb szám baloldali pártot jelöl a programja alapján.

Az 1. ábra tanúsága szerint Kitschelt és McGann tézise részben igazolható. Igaz, hogy a Néppárt és a PSOE konvergenciája teljes egészében nem valósult meg a vizsgált időszakban, sőt bizonyos választásokat összehasonlítva még nőtt is a közöttük lévő távolság, azonban két dolog biztosan kijelenthető. Egyrészt a 2011-es évtől kezdődően a két párt kimutathatóan közeledett egymás felé, másrészt Mariano Rajoy vezetése alatt a Néppárt nemcsak hogy elindult a centrum felé, hanem minimálisan át is lépett a skála túloldalára. Mindkét folyamat egészen a 2019-es választásokig tartott, amikor Pablo Casado elnöksége visszavitte a Néppártot a jobboldalra, azonban teljes egészében továbbra sem szerezték vissza korábbi pozíciójukat.

Az említett időszakban a spanyol pártrendszer egésze jelentősen baloldali irányba mozdult el, teret hagyva a politikai paletta jobb oldalán. Jó okunk van azt feltételezni, hogy ez idő alatt nem lettek kevesebben a jobboldali érzelmű szavazók, így rájuk a Néppárt centrumba történő elmozdulása elidegenítően hathatott. Az így keletkezett teret elsőként a magát jobbközép, liberálisként definiáló Ciudadanos próbálta meg betölteni. Ez eleinte sikerült is, de ez az állapot hosszú távon nem volt fenn-

tartható. Egyfelől a párt programját tekintve nem is nevezhető ténylegesen jobboldalinak, így csak azok számára szolgált valós alternatívaként, akik nem a Néppárt centrumba történő elmozdulása miatt ábrándultak ki a pártból, hanem például korrupciós ügyeik vagy a 2011-es kampányban tett ígéreteik és kormányzati tevékenységük közötti ellentmondások okán. De, ami ennél jóval fontosabb ok, az a katalán válsághoz fűződő viszonyukban keresendő.

A 2017 októberében kezdődő katalán alkotmányossági válságból a Ciudadanos eleinte profitált. Az országot irányító Néppárt kezéből kicsúszott az irányítás, így a polgárok egy jelentős része úgy értékelte a helyzetet, hogy a Ciudadanos az a párt, amely leginkább képes szembeszállni a függetlenségpárti erővel. A Ciudadanos igyekezett napirenden tartani a kérdést, mert a válság kirobbanása óta láthatóan emelkedett a népszerűsége,⁶⁸ azonban a téma kapcsán egyre növekedő polarizáció mégis a VOX-nak kedvezett, amely a fennálló problémára jóval erőteljesebb válaszokat adott. A jelenségre Mudde is felhívja a figyelmet, hiszen megállapítása szerint az újdonsült kihívó hasznára válik, ha a többi párt olyan kérdésekre helyez hangsúlyt, melyekre a radikális jobboldal meggyőzőbb válaszokat képes adni.⁶⁹

A 2019 novemberében tartott általános választások után készített felmérésben a megkérdezett választópolgárok 30 százaléka a katalán helyzetet és az autonóm tartományok kérdését jelölte meg, mint a kampány legfontosabb témáit, amelyek magasan a leggyakoribb válaszok voltak.⁷⁰ Vagyis a VOX nemcsak hogy képes volt profitálni a katalán válságból, hanem azt is elérte, hogy ez a kérdéskör határozza meg leginkább a választási kampányt. Nem meglepő módon a spanyol radikálisok az említett választáson érték el eddigi legjobb eredményüket.

A VOX az 1. ábra szerint a leginkább jobboldali pozíciót foglalja el a pártrendszerben, és mint korábban láthattuk, a programjában is kiemelt jelentőséget tulajdonít a szeparatisták jelentette veszélynek. Összességében tehát elmondható, hogy a VOX képes volt betölteni a Néppárt elmozdulása miatt kialakuló űrt a jobboldalon – igazolva ezzel Kitschelt

⁶⁸ El País 2019.

⁶⁹ Mudde 2007, 241–242.

⁷⁰ CIS 2019.

és McGann tézisé – mivel egyfelől esetükben egy markánsan jobboldali pártról beszélhetünk, másfelől a katalán válság jelentette polarizáció feltehetően sokakat a párt által képviseltekhez „radikalizált”.

6. Összegzés

A tanulmány a VOX térnyerésének legfontosabb tényezőit mutatja be. A spanyol pártrendszerben keresleti oldalon már korábban megteremtődött a lehetősége egy radikális jobboldali párt megerősödésének, hiszen a migráció növekedésével, a gazdasági válság, illetve annak elrontott kezelése eredményeként nőtt a spanyol társadalom elégedetlensége. A stabil pártrendszer felbomlásával, valamint a Podemos és a Ciudadanos megjelenésével a VOX előtt már két új szereplő is képes volt áttörni az addigi gátakat. A spanyol radikálisok a katalán válság hatására érdemelték ki először a nagyobb figyelmet, majd az andalúz választások előtti nagygyűlésük eredményeként korábban soha nem látott mértékű médiajelenlést kaptak. Az Andalúziában elért sikereket kihasználva igyekeztek növelni tagságukat és hatékonyabbá tenni a pártszervezetet, valamint folytatták korábban megkezdett kommunikációjukat a közösségi médiában. Két szereplő is segítette VOX-ot, egyfelől a Néppárt, mely korábban elindult a centrum felé, elidegenítve jobboldali szavazók egy jelentős részét, másfelől a Ciudadanos, akik saját céljaik érdekében a katalán válság kérdését folyamatosan napirenden tartották. A VOX mindkét történésből profitálni tudott, hiszen megszerezte a Néppártból kiábrándult szavazókat, akik tényleges jobboldali alternatíva hiányában korábban a Ciudadanosra is szavaztak, illetve a napirenden lévő katalán kérdésre sokkal tisztább, és a polgárok számára vonzóbb, hitelesebb válaszokkal tudott szolgálni.

Irodalom

- Aladro Vico, Eva – Requeijo Rey, Paula 2020: Discurso, estrategias e interacciones de VOX en su cuenta oficial de Instagram en las elecciones del 28-A. Derecha radical y redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, No. 77., 203–229.
- Alonso, Sonia – Kaltwasser, Cristóbal Rovira 2015: Spain: No Country for the Populist Radical Right? *South European Society and Politics*, Vol. 20., No. 1., 21–45.
- Betz, Hans-Georg 1994: *Radical Right-Wing Populism in Western Europe*. New York, Palgrave Macmillan.
- Cea Esteruelas, María N. 2020: Nivel de interacción de la comunicación de los partidos políticos españoles en redes sociales. *MARCO*, No. 5., 41–57.
- Centro de Investigaciones Sociológicas 2019a: *Barómetro de Diciembre 2019*. Madrid: CIS. https://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14479 (Letöltve: 2022. május 1.)
- Centro de Investigaciones Sociológicas 2019b: *Macrobarómetro de Marzo 2019* Madrid: CIS. https://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14447&cuestionario=17380&muestra=24134 (Letöltve: 2022. május 1.)
- Centro de Investigaciones Sociológicas 2019c: *Macrobarómetro de Octubre 2019* Madrid: CIS. https://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14473&cuestionario=17452&muestra=24446 (Letöltve: 2022. május 1.)
- Dúró József – Hajdú András 2020: Új nacionalizmus. In Dúró József (szerk.) *Előzés jobbról? Radikális jobboldal Európában*. Budapest, Mathias Corvinus Collegium Alapítvány, 11–51.
- El País 2019: ¿A qué se debe la caída de Ciudadanos en las elecciones? *El País*. https://elpais.com/politica/2019/11/11/actualidad/1573468847_897656.html (Letöltve: 2022. május 1.)
- ESS 2020: *European Social Survey Round 9 Data. Data file edition 3.1. NSD*. Norway: Norwegian Centre for Research Data. Data Archive and distributor of ESS data for ESS ERIC. doi:10.21338/NSD-ESS9-2018. (Letöltve: 2022. május 1.)
- Europa Press 2018: Vox llena Vistalegre con la „España viva” de la „resistencia”: „Desbordaremos las urnas”. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/nacional/noticia-vox-llena-vistalegre-espana-viva-resistencia-desbordaremos-urnas-20181007160218.html> (Letöltve: 2022. május 1.)
- González Enríquez, Carmen 2017: *La excepción española: el fracaso de los grupos de derecha populista pese al paro, la desigualdad y la inmigración*. Working Paper. Madrid, Real Instituto Elcano.
- Ignazi, Piero 2003: *Extreme Right Parties in Western Europe*. Oxford, Oxford University Press.
- InfoLibre 2019: Vox refuerza su estructura y anuncia: „El Vox actual no tiene nada que ver con el que habrá”. *infolibre.es* https://www.infolibre.es/politica/vox-refuerza-estructura-anuncia-vox-actual-no-ver-habra_1_1173579.html (Letöltve: 2022. május 1.)
- Kitschelt, Herbert – McGann, Anthony 1995: *The Radical Right in Western Europe: A Comparative Analysis*. Michigan, University of Michigan Press.
- Lipset, S. Martin – Rokkan, Stein 1967: Cleavage Structures, Party System and Voter Alignments. In Lipset, S. Martin – Rokkan, Stein (szerk.) *Party System and Voter Alignments. Cross National Perspectives*. New York, The Free Press.
- Llamazares, Iván – Ramiro, Luis – Saumade, Frédéric 2006: Les espaces politiques restreints de la droite radicale espagnole. Une analyse des facteurs politiques de la faiblesse de la nouvelle droite en Espagne. *Pôle Sud*, Vol. 25., No. 2., 137–152.

- Méndez Lago, Mónica 2020: Parties and Party System. In Muro, Diego – Lago, Ignacio (szerk.): *The Oxford Handbook of Spanish Politics*. Oxford, Oxford University Press, 329–346.
- Montero, José Ramón – Torcal, Mariano 1990: Voters and citizens in a new democracy: Some trend data on political attitudes in Spain. *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 2., No. 2., 116–140.
- Mudde, Cas 2007: *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Muñoz, Jordi 2009: From national-catholicism to democratic patriotism? Democratization and reconstruction of National Pride: The Case of Spain (1981–2000). *Ethnic and Racial Studies*, Vol. 32., No. 4., 616–639.
- Norris, Pippa 2005: *Radical Right: Voters and Parties in the Electoral Market*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Olalla, Sergio – Chueca, Enrique – Padilla, Javier 2019: Spain is no longer exceptional: Mainstream media and the far-right party Vox. *Euro Crisis in the Press*. <https://blogs.lse.ac.uk/eurocrisispress/2019/01/10/spain-is-no-longer-exceptional-mainstream-media-and-the-far-right-party-vox/> (Letöltve: 2022. május 1.)
- Público 2017: La afiliación al partido ultraderechista VOX aumenta un 20% en 40 días. *Público*. <https://www.publico.es/politica/afiliacion-partido-ultraderechista-vox-aumenta-20-40-dias.html> (Letöltve: 2022. május 1.)
- Sangiao, Sergio 2018: Los orígenes de Vox: el aznarato y la lucha contra ETA. *ctxt.es*. <https://ctxt.es/es/20181129/Politica/23127/vox-aznar-eta-esperanza-aguirre-sergio-sangiao.htm> (Letöltve: 2022. május 1.)
- Santana, Andrés – Montero, José Ramón 2020: Elections in Spain. In Muro, Diego – Lago, Ignacio (szerk.): *The Oxford Handbook of Spanish Politics*. Oxford, Oxford University Press, 347–369.
- Torcal, Mariano – Christmann, Pablo 2020: Political Culture in Spain in the Twenty-First Century: Symptoms of a crisis of representation. In Muro, Diego – Lago, Ignacio (szerk.): *The Oxford Handbook of Spanish Politics*. Oxford, Oxford University Press, 313–328.
- Volkens, Andrea – Burst, Tobias – Krause, Werner – Lehmann, Pola – Matthieß Theres – Regel, Sven – Weißels, Bernhard – Zehnter, Lisa 2021: *The Manifesto Data Collection. Manifesto Project Version 2021a*. Berlin, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. <https://doi.org/10.25522/manifesto.mpps.2021a> (Letöltve: 2022. május 1.)
- VOX 2020a: Cuentas anuales VOX 2020. *voxespana.es* <https://www.voxespana.es/cuentas-anuales/cuentas-anuales-vox-2020-20210407> (Letöltve: 2022. május 1.)
- VOX 2020b: Estatutos. *voxespana.es*. <https://www.voxespana.es/espana/estatutos> (Letöltve: 2022. május 1.)
- VOX 2021: Agenda España. *agendaespana.es* https://agendaespana.es/wp-content/uploads/2021/10/AgendaEspana_VOX.pdf (Letöltve: 2022. május 1.)

LAKATOS ARTUR LÓRÁND

Egy urbánus transzszilvanista szellemi életrajza

Filep Tamás Gusztáv az egyik legjobb ismerője a határon túli magyarság 20. századi történetének, különösen (cseh)szlovákiai vonatkozásban. A jelen és a múlt erdélyi viszonyaiban is igen otthonosan jár-ke-l, a Ligeti Ernőről írt monográfiájának¹ forrásanyaga a bizonyíték erre: 206 oldalon 569 lábjegyzet található. A szerző érdeklődése a magyar, anyaországi és kisebbségi eszme-, politika- és művelődéstörténet széles választékára érvényes, és forrásfeltárásban, elemzésben, valamint kronológiák készítésében egyaránt otthonosan mozog. Csapatmunkásként is jól ismert a szakmai körökben, hiszen ő a magyar kisebbségkutatás egyik biztos oszlopa.

Ligeti Ernő nevét a magyar értelmiségi világ kevéssé ismeri, és még kevesebben vannak, akiknek munkásságának részleteiről is van tudomásuk. A *Súly alatt a pálma* című könyvét szokták emlegetni, de tartalmát még a korral foglalkozó szaktörténészek is ritkán emlegetik. Ezért különösen értékelendő, ahogy Ligeti életművében elkalauzol a szerző, akinek a 13. oldalon található első mondatát emelném ki: „Ligeti Ernő azok közé a magyar írók közé tartozik, akinek több könyvéről tud az irodalomtörténet-írás, mint amennyi valójában van.” Sokatmondó szavak. Nemcsak arra utalnak, hogy Ligeti életművét jóval kevésbé ismerjük, mint amennyire ismerhetnénk – regényei, újságcikkei elérhetőek a komolyabban érdeklődő számára –, hanem arra is, hogy valamiért ismerni véljük ezt az életművet. A jelenség tényleges miéért a bevezető fejezetben fejti ki Filep Tamás Gusztáv. Ligeti ugyanis eléggé lazán fogta fel saját műveinek egymástól való elkülönítését, ugyanazt az írást különböző címváltozatokkal említi, vagy akár meg is jelenteti, de hivatkozik meg nem jelent, valószínűleg kéziratban maradt írásaira is. Vagy talán csak tervezte megírni ezeket? „Az író kézírathagyatékáról nem tudunk, az valószínűleg megsemmisült”

¹ Filep Tamás Gusztáv: *Ligeti Ernő. Egy urbánus transzszilvanista*. Budapest, MMA Kiadó, 2019.

– írja a monográfus. Szintén rövid, bevezető jellegű fejezet az *Értékelése a diktatúra évtizedeiben és azután* című, melyben 2014-ig tekinti át a főbb reflexiókat Ligeti Ernő személyéről és munkásságáról. Itt az alfejezetek terjedelmét mintha mértani pontossággal számította volna ki: mindegyik öt oldalra rúg, akárcsak a következő fejezet első része. A *Pályakezdés Kolozsváron és a Holnap városában* (vagyis Nagyváradon) életrajzi szempontú, amely sorra veszi Ligeti személyisége kialakulásának állomásait, két alfejezetben, egészen az erdélyi impériumváltás pillanatáig. Meglehetősen gazdag életművének korábbi időszaka is, hiszen – csak a felsorolás szintjén – Ligeti írt a *Kolozsvári Hírlapnak*, a *Nagyváradai Naplónak*, illetve *Kéleti Újság* alapítói közé tartozott. Ugyanakkor több szépirodalmi munkája is megjelent, miközben munkásságának kiteljesedése a kisebbségi sors megélése során következett be.

Az *Irodalomszervezés a főhatalomváltás után* című fejezet a későbbi munkáiból vett idézetekből, gondolatokból rekonstruálja Ligeti világképét, egy követő fejezet pedig első kisregényeinek stílusát és mondanivalóját méltatja. A *Kisebbségi progresszió; Közéleti szerepvállalások, deklasszáció, unalom, irónia; Társadalmi regényeiről; Az újságíró és a lapszerkesztő*, valamint a legutolsó, *Noé meglékelt bárkája* című fejezetek időrendi szempontokat figyelembe véve, tematikus koncentrációban dolgozzák fel Ligeti közírói és közéleti szereplésének állomásait, azok jellemzőit; a monográfus gyakran terjedelmesen idéz Ligeti Ernő műveiből. Túl az irodalmi munkásság értékein, ezekből jól kirajzolódik Ligeti antitotalitárius, sajátosan vidám-pesszimista, egyszerre konzervatív és progresszív, a társadalmi élet nüánsznyi különbségeit is érzékelő egyénisége, amit urbánus transzszilvanistaként is szokás jellemezni.

A kötet stílusáról: a mondanivalóját jól és tömören foglalja össze. A magánéleti-életrajzi információkra nem fektet a főszövegben nagy hangsúlyt – ezt a könyv végén található *Életrajzi adatok* című függelékben teszi meg –, ehelyett átfogóan tárgyalja Ligeti Ernő irodalmi, közéleti, közösségszervezői és művelődési irányzatokat meghonosító szerepét. És teszi mindezt úgy, hogy főszereplő és környezete – mind a közvetlen, mind pedig az általános értelemben vett korbéli környezet – nincsenek élesen elválasztva egymástól. Nem felvázolja a környezetet, hogy ebbe helyezze el a karaktert, hanem Ligeti része a környezetének, melyet alakít, vagy amely őt formálja, illetve lehetőségeit és korlátait meghatározza. Az elbeszélés nem sablonos, a különböző problémák sűrűn követik egymást,

ezért érdemes e könyvet nem fejezetekként, kiemelt részekként, hanem egyszerre, egészben elolvasni, majd visszatérni az olvasó vagy a kutató számára különösebben fontos információkra. A szerző igen jól tudja, hogy ki kicsoda volt a két világháború közötti erdélyi magyar közéletben, ennek megfelelően több mindenről is szót ejt. Így például érdekes, hogy miért is nem vállalta Szabédi László és Asztalos István, hogy nevük egy kötetben jelenjen meg Ligeti Ernőével, illetve Janovics Jenőével. Érdekes az is, hogy milyennek érzékelték a spanyol világot 1935-ben, és hogyan foglalt állást 1922-ben a magyar kisebbség politikai jövőképeiről folytatott vitában. Ezekről és még jó pár hasonló kérdéssről esik szó, melyek kifejtése külön-külön is önálló tanulmány témáját képezhetné. Talán már ennyivel is érzékeltetni lehet, hogy a komplexitás milyen magas szintjére emelte a szerző az ismertetést Ligeti közírói, szépirói, publicista és társadalomszervező ábrázolása során. Az is megfigyelhető, hogy e könyvben Ligeti Ernő, az író háttérbe szorítja a magánembert: az életrajzi adatokat kimondottan ott eleveníti fel a szerző, ahol szorosban kapcsolódnak Ligeti közéleti és alkotói értékteremtő tevékenységéhez. A jövő kihívása, hogy elkészüljön róla a magánember életútjára összpontosító monográfia is.

Többen is párhuzamba állítják Ligeti Ernőt a kolozsvári magyar zsidóság másik, tragikus véget ért íróóriásával, Karácsony Benővel. Ahogy Erős Kinga fogalmazott egyik előadásában: mindketten regényes lelkek voltak. Tény, hogy mindkét sorstragédia a magyarság, a zsidóság és az erdélyiség 20. századi tragédiájának mikrouniverzumát jellemzi. Mindketten példát mutattak nemcsak identitástudatból, de a szellemi értékalkotásból is. Ugyanakkor feltűnnek az eltérő vonásaik is: Karácsony Benő elsősorban alkotó, míg Ligeti Ernő identitásformáló. Az ilyen nagyságrendű közéleti személyiségeink, kulturális értékeink megismerése és a szélesebb körű olvasóközönsséggel történő megismertetése terén az MMA életrajzsorozat hiánypótló kezdeményezés.

E szám szerzői

Stefkovics Ádám szociológus, a Századvég Alapítvány közvélemény- és piackutatói igazgatója, az ELTE TáTK Társadalomkutatások Módszertana Tanszékének tanársegédje. Kutatási területei: survey-módszertan, politikai szociológia.

Ádám Stefkovics, sociologist, director of Polling and market research group at Századvég Foundation, and an assistant lecturer at the Eötvös Loránd University Faculty of Social Sciences. His research interest includes survey methodology, and political sociology.

Mráz Ágoston Sámuel PhD politológus, adjunktus. Jelenleg a Nézőpont Intézet igazgatója. Főbb kutatási területei: választási rendszerek, pártrendszerek, az Európai Unió politikai rendszere. Politikatudományból doktorált, doktori dolgozatát az Eötvös Loránd Tudományegyetemen (Budapest) védte meg.

Ágoston Sámuel Mráz, PhD political scientist, associate professor. Currently Director of Nézőpont Institute. Main research interests: election systems, party systems, political system of the European Union. PhD in political science, he defended his doctoral thesis at the Eötvös Lorand University (Budapest).

Dúró József PhD politológus-közgazdász jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Politikatudományi Tanszékének egyetemi adjunktusa. Főbb kutatási területei: euroszepticismus, radikális jobboldal, populizmus, közép- és kelet-európai politikai rendszerek.

József Dúró, PhD political scientist, economist is currently an assistant professor at the Department of Political Science at Corvinus University of Budapest. His main research fields: Euroscepticism, radical right, populism, political systems in Central and Eastern Europe.

Hajdú András politológus, a Mathias Corvinus Collegium Politikatudományi Műhelyének kutatótanára. Alap-, mesterszakos diplomáját és tudományos fokozatát a Budapesti Corvinus Egyetemen szerezte. Kutatási területe: pártok és pártrendszerek, kormányzás és közpolitika, sport és politika kapcsolata.

András Hajdú, political scientist, Research Fellow of the Centre for Political Science at the Mathias Corvinus Collegium. He earned his degrees (BA, MA, PhD) at the Corvinus University of Budapest. Research topics: parties and party systems, governance and public policy, politics of sport and sport policy.

Merkovity Norbert PhD habil politikai kommunikáció-kutató. Tanszékvezető egyetemi docens a Szegedi Tudományegyetem Politológiai Tanszékén, valamint részál-lású egyetemi docens a Nemzeti Közszolgálati Egyetemen. Főbb kutatási területei: politikai kommunikáció, figyelemalapú politika, mediatisáció, online kampánykom-munikáció. Állam- és jogtudományok habilitált doktora. A Nemzetközi Politikatudomá-nyai Társaság RC22 – Politikai kommunikáció elnöke.

Norbert Merkovity, PhD habil researcher of political communication. Associate Pro-fessor at the Department of Political Science, University of Szeged, and part-time Associate Professor at the National University of Public Service. Main research in-terests: political communication, attention-based politics, mediatisation, online campaign communication. He holds a habilitated doctorate in law and political sci-ence. Dr Merkovity is the chair of the International Political Science Association RC22 – Political Communication.

Bene Márton PhD, a Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Inté-zetének tudományos főmunkatársa és az Eötvös Loránd Tudományegyetem adjunk-tusa. Kutatásai a politikai kommunikációval, a közösségi média és politika kapcsola-tával és politikai viselkedéssel foglalkoznak.

Márton Bene, PhD, is a senior research fellow at the Centre for Social Sciences, Hun-garian Academy of Sciences Centre of Excellence, and a lecturer at Eötvös Loránd University. His research interests are in political communication, social media and politics, and political behavior.

Farkas Xénia MA, a Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Inté-zetének tudományos segédmunkatársa és a Budapesti Corvinus Egyetem doktorje-löltje. Elsődleges kutatási területe a vizuális politikai kommunikáció.

Xénia Farkas is a junior researcher at the Centre for Social Sciences, Hungarian Academy of Sciences Centre of Excellence and a doctoral candidate at the Corvinus University of Budapest. Her main research interest is in visual political communica-tion.

Rajnai Gergely politológus, egyetemi tanársegéd. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Politikatudományi Tanszékének oktatója és a Méltányosság Politikaelemző Központ elemzője. Főbb kutatási területei: választási rendszerek, játékelméleti modellek a politikatudományban, demokráciaelméletek, gazdasági szavazás.

Gergely Rajnai political scientist, assistant lecturer. Currently a member of the Department of Political Science at Corvinus University of Budapest and an analyst at the Centre for Fair Political Analysis. Main research interests: electoral systems, game theory in political science, democratic theory, economic voting.

Jenei Norbert politológus. A Budapesti Corvinus Egyetemen szerezte meg alapszakos diplomáját 2022-ben, és várhatóan itt is folytatja tanulmányait a mesterképzésben. Főbb érdeklődési területei: radikális jobboldali pártok, populizmus, tradicionalista gondolkodás.

Norbert Jenei political scientist. He graduated in Political Science at Corvinus University of Budapest in 2022 and is expected to continue his studies in the Master's programme. His main research interests: radical right-wing parties, populism, traditionalist thinking.

Lakatos Artur Lóránd történész, közgazdász. A nemzetközi kapcsolatok elemzője, a történettudományok doktora. Kutatási területei közé tartozik a kortárs geopolitika, Közép-Kelet-Európa politikatörténete és gazdaságtörténete, Kolozsvár ipartörténete.

Artur Lóránd Lakatos historian, economist, analyst of international relations, doctor of history. His research areas are, among others: contemporary politics, political and economic history of Central and Eastern Europe, industrial history of Cluj-Napoca.

POLITIKATUDOMÁNYI SZEMLE

2022/2. szám

XXXI. évfolyam

POLITIKAI INNOVÁCIÓK

- *Oross Dániel–Kiss Alexandra*: Demokratikus innovációk a magyar pártok választási programjaiban

UNIÓS POLITIKÁK

- *Bíró-Nagy András–Szászi Áron József*: Az Európai Unió közpolitikai hatásának percepciói – A magyarok tudása és preferenciái az EU befolyásáról

KITEKINTŐ

- *Kiss Renáta Lilla*: Biztonságiasítás mint szavazatszerző stratégia
A magyar kormány 2018-as kampányban folytatott migrációval és Európai Unióval kapcsolatos politikai kommunikációja
- *Darabos Ádám*: Az „első nagy realista” nyomdokaiban:
Reinhold Niebuhr Szent Ágoston-képe

RECENZIÓK

- *Horoáth Attila*: Zárt pártrendszerek, nyitott kérdések
(*Fernando Casal Bértoa – Zsolt Enyedi: Party System Closure: Party Alliances, Government Alternatives, and Democracy in Europe*)
- *Franczel Richárd*: Kukorelli István – a szabadságszerető tetthazafi
(*Kukorelli István: Három István, három nemzeti ünnep, három példakép*)

KÖNYVFIGYELŐ

ÚJ FOLYAM XXXI. 5-6. SZÁM

2022. MÁJUS-JÚNIUS

MAGYAR SZEMLE

KODOLÁNYI GYULA: Tamási Áron és a világszerelem • M. SZEKENI GÉZA: Magyar diplomaták a német hétköznapokról • EGEDY GERGELY Asbóth János Három nemzedékről • BOTOS KATALIN: Privatizáció vagy reprivatizáció? • LUDMANN MIHÁLY a Magyar Zene Házáról • HALMÁGYI MIKLÓS: Szent Margitról szóló történelmi regények

