

Farkas Attila

ELTE ÁJK Politikatudományi Intézet

Témavezető: Tóth Csaba PhD

A 2018-as országgyűlési kampány napirendjei

I. Bevezetés

Tanulmányomban a 2018-as országgyűlési kampány napirendjeit elemzem. A szakirodalmat felrögzítve az első probléma, amivel a kutatók találkozhatnak, az a különböző napirendekre vonatkozó definíciók. A kutatók alapvetően egy szűkebb és egy tágabb definíciót alkalmaznak az egyes napirendek meghatározásakor. A vita abban áll, mit értünk a „politikai napirend” kifejezés alatt. A kutatók egy része amellett érvel, hogy szűkebb értelemben véve a politikai napirend csak a kormány, a pártok és a parlament, azaz a politikai intézmények napirendjét jelenti. A másik részük pedig azt állítja, hogy a politikai napirendbe nem csak a szűken vett politikai intézmények napirendjei tartoznak bele, hanem a média és a közvélemény napirendjei is.¹ A kutatásomnak alapvetően nem célja, hogy igazságot tegyen a fogalmi zavarban, azonban fontosnak tartom definiálni, hogy jelen tanulmányban mit értek az egyes fogalmak alatt. A tágabb definíció szerint jelen kutatásban egy politikai napirendi elemzést mutatok be, amelynek része a média napirendje, a közvélemény napirendje és a „klasszikus” politika napirendje (kormányzat, pártok, parlament) is. Azonban a „klasszikus” politikai napirenden belül csak a Fidesz – Magyar Polgári Szövetség (röviden: Fidesz) napirendjét elemzem, tehát nem vizsgálom más szereplő, például az ellenzéki pártok vagy a parlament napirendjét sem. Rogers és Dearing (1988) kutatása is azt erősíti meg, hogy a három különböző napirendet ajánlott külön-külön tárgyalni, pontosan azért, mert befolyással vannak egymásra.² A média napirendje megmutatja, hogy az adott médium, vagy médiumok összessége milyen hírszelektációs folyamatokat működtet. McCombs és Shaw meghatározó

¹ TÖRÖK 2005; WEAVER et al. 2004.

² ROGERS-DEARING 1998.

tanulmányában a médiát az információk kapuőrének is nevezi. Ennek oka, hogy a rendkívül nagy számú hírből, amely érkezhets akár a politikai oldalról, akár pedig a közvélemény oldaláról, csak véges számú hírről tudósít. Az egyes hírek kiválasztásával, szelekciójával a híreknek fontosságot ad, míg más hírekről nem számol be. Ezáltal meghatározza, miről gondolkodjanak az emberek.³ A közvélemény napirendjére a közvélemény által fontosnak tartott ügyek kerülnek, ahol szintén létrehozható fontossági sorrend. Ennek alapján elmondható, hogy a közvélemény napirendje is folyamatosan változik, aszerint, hogy a közvélemény mit tart fontosnak az adott pillanatban.⁴

II. Kutatási kérdés és adatok

Kutatásomban megvizsgálom, melyek voltak a Fidesz fő üzenetei, miként alakult a közvélemény, és a média napirendje a 2018-as országgyűlési választásokat megelőző két hónapban. Elemzésem fókuszában az *agenda-setting* jelensége áll, ami röviden a fontosság átvitelét jelenti egy-egy ügyben a napirendek között.⁵ Tanulmányom fő kérdése, hogy át tudta-e ültetni üzeneteit a Fidesz a média vagy a közvélemény napirendjére?

Kutatásom korlátja, hogy leginkább csak az országos szintű ügyeket, üzeneteket képes vizsgálni. Minden bizonnyal helyi szinten is – akár választókerületenként vagy városokként – rengeteg sajátos ügy volt a kampány során, de ezeket az ügyeket ebben a kutatásban nem vizsgálom. A Fidesz napirendjét Orbán Viktor által elmondott beszédeken és a Fidesz által kiadott közleményeken keresztül elemzem. Kétséggkívül a miniszterelnök nem az egyetlen ember, aki megjelenítené a kampány során a Fideszt és annak kommunikációját. De minden bizonnyal ő van a legnagyobb hatással a mostani kampányokra, neki van a legnagyobb befolyása párton belül. Tehát jó eséllyel feltételezhetem, hogy országos szinten a Fidesz kommunikációjának első számú megjelenítője, közvetítője.

A miniszterelnök által elmondott beszédeket a tartalomelemzés módszerével vizsgálom és rendszerezem, hogy melyek voltak azok az ügyek, amelyeket közvetíteni szeretett volna. Az elemzés célja, hogy megállapítsam, milyen ügyek jelentek meg Orbán Viktor részéről a

³ MCCOMBS-SHAW 1972.

⁴ DOWNS 1972.

⁵ NORRIS et. al. 1999.

kampány során. A Fidesz által kiadott közleményeket ugyanezzel a módszerrel vizsgálom.

A kutatás ezt követő részében a médiában megjelent ügyeket veszem górcső alá. Terjedelmi és adathiányossági okok miatt az RTL Klub, a TV2, az index.hu, az origo.hu, a Magyar Nemzet, a Magyar Idők és a Népszava tartalmait vizsgálom meg. E vizsgálat célja, hogy megállapítsam, mely ügyek domináltak a kampány során a média napirendjén, azaz egész pontosan a fősodratú média napirendjén. Sajnos jelen esetben nem volt lehetőségem a média egészét lefedő adatokból vizsgálni a napirendeket, ezért csak a legnagyobb eléréssel rendelkező médiumokat választottam ki vegyesen.

Végül a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet kutatása alapján összevetem az így kapott adatokat a közvélemény számára legfontosabb ügyekkel. A Medián bizonyos időközönként méri, hogy a közvélemény szerint melyek a legfontosabb politikai ügyek. Ezt a Medián 2018. február-márciusi adatain mutatom be. Fontos hangsúlyozni, hogy a felvett minta országos, tehát helyi ügyeket – akárcsak a média és a Fidesz esetében – itt sem fogok elemezni.

III. A Fidesz napirendje

A Fidesz napirendjét a párt által közétett közlemények és a miniszterelnök által elmondott beszédek alapján elemzem. A párt közleményei megtalálhatóak a Fidesz honlapján, a miniszterelnök beszédeinek leírata pedig kormány weboldalán.⁶ A vizsgált időszak a választásokat megelőző, két hónapos intervallum 2018. február 8-tól 2018. április 8-ig tartott. Ezen időszak alatt a Fidesz 1127 közleményt jelentetett meg, amelyeket kategóriákba rendeztem aszerint, hogy milyen üzenetet közvetítettek. Öt kategóriát hoztam létre, az első a migrációval kapcsolatos kategória, a második az ellenzékkel kapcsolatos, a harmadik a gazdasággal, a negyedik az egyéb pozitív hírek (például oktatás, egészségügy), az utolsó pedig az egyéb kategória.

A migrációs kategóriába soroltam be azokat a közleményeket, amelyeknek témája a migrációval foglalkozott. Ide tartoztak azok a közlemények is, amelyek Soros Györgyöt említik, vagy egyéb migrációhoz kapcsolódó témakört (például ENSZ paktum, egyéb brüsszeli szabályozások vagy erre tett utalások).

⁶ <https://www.kormany.hu/hu/a-miniszterelnok/beszedek-publikaciok-interjuk> Letöltés ideje: 2020. április 17.
<https://fidesz.hu/hirek> Letöltés ideje: 2020. április 17.

Az ellenzékkel kapcsolatos kategóriába soroltam azokat a közleményeket, amelyek ellenzéki pártról, vagy ellenzéki politikusról szóltak. Nem vettem külön a jobboldali és baloldali ellenzékot ezekben az esetekben.

A következő nagy csoport, az a gazdasági közlemények, fejlesztéssel kapcsolatos közlemények voltak. Ebbe a kategóriába soroltam be azokat a közleményeket, amelyek például fejlesztésekről, gyáravatóról vagy egyéb gazdasági hírekről, foglalkoztatottságról, munkanélküliségről szóltak.

Az egyéb pozitív kategóriába soroltam az összes olyan közleményt, amelyekben nem gazdasági hírek, hanem egészségügyi vagy oktatási, illetve egyéb szakpolitikai pozitív hírek jelentek meg.

Létrehoztam még egy egyéb kategóriát. Ebbe a kategóriába került az összes többi közlemény, amelyek például nemzetközi kapcsolatok alakulásáról, külpolitikáról vagy egyéb más témáról számoltak be.

1. táblázat A Fidesz közleményei a 2018-as kampányban

Közlemények típusa	Darabszáma
Migráció	388
Ellenzék	182
Gazdaság, fejlesztések	304
Egyéb pozitív	64
Egyéb	189
Összesen	1127

Forrás: Saját szerkesztés

A felvett adatok alapján elmondható, hogy a Fidesz közleményeit egyértelműen a migrációs tematika uralta, a fő üzenet az volt, hogy a migráció veszélyt jelent Magyarországra. A közlemények egyharmad része a migrációval foglalkozott. A második legtöbb közlemény valamilyen fejlesztésről vagy pozitív gazdasági hírről számolt be. 304 ilyen közlemény jelent meg az időszak alatt. Ha ehhez hozzáadom a 64 egyéb pozitív közleményt, akkor szinte darabra pontosan jutott egy migrációs közleményre, egy pozitív közlemény. Ez a szám körülbelül az összes közlemény szintén egyharmad részét jelenti. A maradék egyharmad pedig megoszlott az ellenzékéről szóló közlemények és az egyéb közlemények között. Így kijelenthető, hogy a Fidesz harmadik fő témakörének az ellenzékéről szóló negatív üzeneteket választotta (pozitív vagy semleges hangvételű közlemény nem jelent meg az ellenzékéről). Az egyéb

kategóriába pedig vegyesen találhatóak külpolitikáról szóló közlemények (például, hogy a külügyminiszter kivel tárgyalt, illetve egyéb egyik kategóriába sem sorolható közlemények).

A rögzített adatok alapján kijelenthető, hogy a Fidesz fő üzenete a migrációs témához kapcsolódott. A migrációt lehetséges veszélyként állították be a választók felé, ahogyan korábban tették ezt a rendszeres kormányzati kampányaik során. Azt üzenték, ha a választók nem a Fideszre szavaznak, akkor senki sem fogja megvédeni őket a bevándorlóktól. A párt igyekezett úgy pozicionálni magát, mint az egyetlen erőt, aki képes megvédeni az országot a rá „veszélyként leselkedő” migrációtól. Nem ez az első alkalom, hogy a migrációt, mint veszélyforrást állítják be a választók felé. A párt a 2015-ös menekültválság óta igyekszik napirenden tartani a migráció kérdését, amihez később sikeresen hozzákapcsolták Soros György személyét is. Ez a bevándorlóellenes kommunikáció a 2018-as országgyűlési kampány időszakában ért a csúcspontjára.

A migrációs tematika mellett a második legfontosabb téma egyértelműen a gazdaság volt. Napi több közlemény is szólt az újonnan átadott létesítményekről, legyen az gyár, vagy bicikliút. A második fő üzenetként azt sugallta a párt, hogy jó kezekben van a gazdaság, és ez csak abban az esetben marad így, ha az emberek továbbra is bizalmat szavaznak a pártnak.

A közlemények alapján elmondható, hogy a Fidesz kommunikációját ez a két nagy téma uralta. A migráció témája mint veszély, a gazdasági fejlődés és jólét mint lehetőség jelent meg. További téma volt még, hogy az ország jó nemzetközi kapcsolatokkal rendelkezik, illetve, hogy az oktatásban és az egészségügyben is történtek pozitív változások, azonban ezek kevésbé voltak hangsúlyos elemek.

A migrációs és pozitív üzeneteken kívül a harmadik jól elkülöníthető csoportot az ellenzékről szóló negatív közlemények adták. Ezek általában reakciók voltak a többi párt megszólalásaira, vagy negatívan tüntették fel hol a jobb, hol pedig a baloldali ellenzéki pártokat és politikusokat. A párt azt sugallta, hogy mindegy, hogy jobb vagy baloldali ellenzéki pártról beszélünk, azokban káosz uralkodik, és botrány botrányt követ. Így ezekben az esetekben az egyik nap a baloldali ellenzék tagjait támadták, másik nap pedig a Jobbikot vagy a Jobbik politikusait.

A miniszterelnöki beszédek többségében hasonló tematikát követtek.

A vizsgált időszakban 29 alkalommal mondott beszédet a miniszterelnök (a Facebook-ra feltöltött videóik nem képezik az elemzés tárgyát). A 29

beszéd egymáshoz hasonló módon épült fel. Ebben az időszakban gyakran adott át valamilyen beruházást, hiszen ez önmagában is pozitív üzenettel bír, az ország fejlődik. De néhány interjú és egyéb beszédek is szerepelnek az adatbázisban. A miniszterelnöki beszédek kiemelt fontossággal bírnak, ugyanis a médiában bevett szokás, hogy ezekről összefoglalót készítenek az esti híradókba, megjelennek a másnapi újságokban és az online média sem hagyja figyelmen kívül.

A miniszterelnök beszédeinek elemzéséhez az általam korábban létrehozott kategóriákat használtam. A beszédeknek két fő üzenete volt. Az egyik, hogy a gazdaság növekedő pályán van, az ország fejlődik. Már maguk az események is, amelyeken felszólalt, ezt sugallták. Azonban minden gyáratvón, átadón a beszédek végén a migrációs témára fókuszált, összhangban a Fidesz közleményeivel. A beszédek másik fő üzenete szerint csak a jelenlegi vezetés képes megvédeni az országot a bevándorlóktól.

Beszédeiben a két témakörön kívül mást csak kivételes alkalmakkor említett. Módszertani különbség, hogy a közleményekkel ellentétben itt egy beszéden belül akár két üzenetet is azonosítottam. Ennek oka, hogy a beszédek sokkal hosszabbak voltak, mint a közlemények, és jól elkülöníthetően, az esetek többségében több témát is érintett a miniszterelnök.

2. táblázat Orbán Viktor beszédei a 2018-as kampányban

Témakörök	darabszám
Migráció	24
Gazdaság, fejlesztések	17
Külpolitika	11
Egyéb	6
Összes megjelenített üzenet	58

Forrás: Saját szerkesztés

A 29 beszédből mindössze három olyan alkalom volt, amikor nem említett migrációs, vagy gazdasági témát. Az egyik egy temetésen elhangzott beszéd, a másik a téli olimpiakonok kitüntetésén elmondott beszéd, a harmadik pedig külpolitikai esemény megnyitóján volt. Bármilyen más eseményen két fő üzenetet közvetített a miniszterelnök: a gazdasági fejlődés, mint pozitív üzenet és lehetőség és a migráció, mint veszély.

Összegezve a Fidesz napirendje a következőképpen alakult: A 2018-as országgyűlési választási kampány során két fő üzenetet fogalmazott meg a párt. Az első, amely a migrációra hívja fel a figyelmet és arra, hogy csak ők képesek megvédeni az országot a „veszélytől”. A második, hogy a kormányzás nyolc évében rengeteg pozitív gazdasági eredményt tudnak felmutatni, az ország fejlődik, és a gazdaság emelkedő pályán van. A harmadik üzenet ezek mellett pedig, hogy az ellenzék alkalmatlan az ország vezetésére. Egyrészt ezt összekötötték a migráció kérdésével, azaz, hogy a Fidesz megvédené a választókat a bevándorlótól, az ellenzéki pártok pedig nem. Illetve, ameddig a Fidesz növekvő pályára állította a gazdaságot és kvázi jólétben élhetnek a magyarok, addig az ellenzék ezt tönkretenné. A két fő veszélyforrás tehát a migráció és az ellenzék volt, amely mellett egy pozitív üzenet is megfogalmazódott, ez pedig a növekvő gazdaság és jólét. A közleményekkel ellentétben a miniszterelnök egyetlen beszédében sem említette az ellenzéki pártokat vagy politikusokat, ezzel is azt sugallva, hogy személye a pártok felett áll.

IV. A média napirendje

A média napirendjének megállapításához szintén 2018. február 8-tól 2018. április 8-ig tartó időszakot vizsgáltam. A vizsgált időszak alatt nem volt lehetőség az összes médium összes megjelent politikai hírére bevenni a korpuszba, csak a „főbb” médiumok kerültek bele. Ennek ellenére rendkívül nagy adathalmazt kaptam, amely 2031 darab cikket, tudósítást, összefoglaló néven kommunikációs aktivitást tartalmazott. Az online médiánál az index.hu és az origo.hu, a televíziós csatornák esetében a TV2 és az RTL Klub, a nyomtatott sajtó esetében pedig a Magyar Nemzet, a Népszava és a Magyar Idők megjelent tartalmait elemeztem. Az említett médiumoknál az adott intervallumban megjelent politikai hírek képezik az elemzés tárgyát. A televíziós csatornáknál az esti híradók politikai híreit elemeztem, a nyomtatott anyagnál pedig a címdalán megjelent politikai híreket. Az online sajtóban az adott napon megjelent összes politikai hírt megvizsgáltam. Külpolitikai hírek nem képezték az elemzés tárgyát.⁷

A híreket témájuk és tartalmuk alapján kategóriákba soroltam. Ez alapján nyolc nagy kategóriát különítettem el. Az első kategóriába azok a kommunikációs aktivitások kerültek, amelyek a migrációval foglalkoztak, a közlemények kategorizálásához hasonlóan ide soroltam a Soros Györggyel

⁷ Itt szeretnék köszönetet mondani Varga Miklósnak, aki hatalmas segítséget nyújtott a médiában megjelent aktivitások rögzítésében és rendelkezésemre bocsátotta az adatokat.

foglalkozó aktivitásokat is. A második és harmadik kategóriában az ellenzékkel foglalkozó aktivitások kerültek, külön a pozitív és a negatív hangvételű aktivitások. Minden olyan aktivitást ide soroltam, amely botrányral vagy ellenzéki politikusok lejáratásával függött össze. Továbbá, ha az ellenzéki pártok programját említették, esetleges jó szereplésüket. A negyedik és ötödik kategóriába a Kormány vagy kormánypárttal foglalkozó pozitív és negatív aktivitások kerültek. Hasonlóan az ellenzéki kategóriához ide soroltam a botrányokat és a korrupciós ügyeket, illetve azokat az aktivitásokat, amelyek pozitív színben tüntették fel a Fideszt. A hatodik és hetedik kategóriába pedig gazdasággal, fejlesztésekkel kapcsolatos aktivitások kerültek, szintén pozitív és negatív megítélésben. A pozitívhoz jellemzően a kedvező gazdasági adatok kerültek (például csökkent a munkanélküliség, nőttek a fizetések, új gyárat avattak). A negatívhoz jellemzően a kedvezőtlen gazdasági adatok kerültek (például drágult az élet). Végül a nyolcadik kategória az „egyéb”. Ide kerültek azok az aktivitások, amelyeket egyetlen korábbi kategóriába sem tudtam besorolni.

A médiumokat két csoportra osztottam. Az egyik csoport a kormánypárti médiumok, a másik a nem kormánypárti médiumok. Ehhez a médiumok tulajdonosi háttérét vizsgáltam meg, illetve hazai tanulmányokat tekintettem át annak érdekében, hogy döntsek az egyes médiumok hovatartozásáról.⁸

3. táblázat A főbb médiumok által megjelentetett aktivitások kategóriák szerint

	Migráció	Ellenzéki pozitív	Ellenzéki negatív	Kormány pozitív	Kormány negatív	Gazdasági pozitív	Gazdasági negatív	Egyéb
RTL Klub	44	56	17	20	99	51	29	9
TV2	176	-	136	32	-	46	-	3
index.hu	39	40	27	14	120	10	16	7
origo.hu	157	2	196	36	-	3	-	1
Magyar Nemzet	18	20	11	4	114	3	41	6
Népszava	3	24	1	-	74	9	24	3
Magyar Idők	83	1	94	19	-	88	1	4

Forrás: saját szerkesztés

A rögzített adatok alapján elmondható, hogy a kormánypárti médiumok (TV2, origo.hu, Magyar Idők) sokkal aktívabbak voltak a kampány során a nem kormánypárti médiumoknál (RTL Klub, index.hu, Magyar Nemzet, Népszava). Ennek ellenére a megjelent aktivitásokat tekintve egyáltalán

⁸ BÁTORFY 2017; MÉRTÉK 2019; SZABÓ et. al. 2015.

nem voltak kiegyensúlyozottak. Elmondható, hogy a kormánypártokhoz közel álló médiumok szinte kizárólag csak migrációval kapcsolatos híreket, az ellenzékéről negatív híreket, illetve a gazdaságról szóló pozitív híreket jelentettek meg. Szinte alig találni olyan hírt, amely az ellenzékét pozitív színben tüntette volna fel, vagy esetleg a gazdaságot negatív színben. Ezzel szemben a nem kormánypárti médiumok által megjelentetett hírek vegyesebb képet mutatnak.

Az RTL Klub híradóiban az adott időszakban 325 tudósítás jelent meg. Ezekben jól láthatóan domináltak a kormánypártról szóló negatív hírek. Ilyen volt az Elios ügy, Semjén Zsolt vadász ügyei, és az ehhez hasonló, a kormánypártokat negatívan érintő ügyek. A híradók 30%-ában ilyen hírekről számoltak be. Ezt követően vegyesen a pozitív ellenzéki és a pozitív gazdasági hírek következtek. Majd a migráció témája, csak a negyedik legfontosabbként jelent meg. Ezzel a három témával (pozitív ellenzéki, pozitív gazdasági, migráció) nagyjából egyenlő mértékben 17%, 16% és 14%-ban foglalkozott a híradó.

A TV2 híradója teljes mértékben eltér az RTL Klubétól. Szinte kizárólag a Fidesz által napirenden tartott három fő témára fókuszált, ami a migráció, az ellenzékéről szóló negatív hírek és a gazdaságról szóló pozitív hírek voltak. A migrációs tematika tette ki a tudósításaik majdnem felét, egész pontosan 45%-át. 35%-át pedig az ellenzékéről szóló negatív tudósítások. A TV2 híradójában tehát az esetek 80%-ában vagy migrációs hírről tudósítottak, vagy pedig az ellenzéki pártokról negatív hangsúllyal. A maradék 20%-ot pedig a gazdaságról és a kormánypártról szóló pozitív tudósítások tették ki.

Az index.hu-n 273 cikk jelent meg, amelyeknek majdnem fele (44%-a) a kormánypártról szóló negatív hír volt. Az RTL Klubhoz hasonlóan ezek a kormánypárthoz köthető különböző korrupciós ügyekről szóló tudósítást jelentették. Ezt követően a migrációról (14%) és az ellenzéki pozitív hírekről tudósítottak a legtöbbit (15%). A többi cikk kisebb szeletet foglalt el vegyesen a tudósításaik között. Megállapítható, hogy az index.hu-n megjelent cikkek tartalmában jelentős a hasonlóság az RTL Klub híradójával.

Az origo.hu volt a legaktívabb, 395 cikk jelent meg, amelyeknek 50%-a az ellenzéki pártokkal foglalkozott, tette mindezt negatív hangsúllyal. Ezt követték 40%-kal a migrációs tartalmú cikkek. Fontos kiemelni, hogy ez azt jelenti, hogy az origo.hu-n szinte csak migrációs vagy az ellenzékét negatívan feltüntető cikk jelent meg. Rendkívül nagy a hasonlóság a TV2 és az origo.hu kommunikációs aktivitásai között, azzal a kivétellel, hogy az origo.hu-n nem jelentek meg pozitív gazdasági cikkek.

A Magyar Nemzet címlapjain 217, a Népszava címlapjain 138 cikk jelent meg. A Magyar Nemzet – amely ekkor a nem kormánypárti időszakát élte – nagymértékű egyezést mutat, a Népszava híreivel. Mindkét napilap 52 és 53 százalékban negatív hangvételű cikkeket közölt a kormánypartokról. Kormánypárti médiumokhoz képest a migrációs tematika itt hátrébb szorult. Az RTL Klubhoz és az index.hu-hoz hasonlóan ez a cikkeknek mindössze 9-17 százalékát tették ki. A harmadik jelentős hírblokk pedig a negatív gazdasági hírek voltak, amely 19 és 17 százalékot jelentett esetükben.

A Magyar Idők címlapjain 290 hír jelent meg három fő témakörben, szinte egyenlő arányban. Ezek az ellenzékről szóló negatív cikkek (32%), pozitív gazdasági hírek (30%) és migráció (29%) volt. Ezen felül néhány, a kormánypartokról szóló pozitív cikk jelent meg.

Különösen érdekes, ha a kormánypárti és nem kormánypárti médiumok csoportját hasonlítjuk össze a kumulált adatok alapján. A kormánypárthoz közel álló médiumokban háromféle kommunikációs aktivitás jelent meg. Az aktivitások 40-40%-ban foglalkoztak a migrációval és az ellenzékkal, és körülbelül 20%-ban pedig pozitív gazdasági hírekről tudósítottak, vagy valamilyen egyéb pozitív hírről, amely a kormánypartokkal volt kapcsolatos. Más jellegű kommunikációs aktivitás a két hónapos kampányidőszak alatt szinte alig jelent meg. Látható, hogy a kormánypárti médiumok aktivitása szinte teljesen egybeesett a Fidesz napirendjével. Azaz pontosan ugyanolyan típusú híreket, és szinte ugyanolyan hangsúllyal jelentettek meg, mint a Fidesz.

Igen nehéz megállapítani, mit jelent a kiegyensúlyozott tájékoztatás, és a kutatásomnak ez nem is célja. Azonban az látható, hogy a nem kormánypárti médiumok hírei jóval változatosabbak voltak. 43%-ban a kormánypartokról szóló negatív híreket jelentettek meg, ez tette ki aktivitásuk legnagyobb részét, azonban a migrációs téma is helyet kapott, illetve a gazdasági híreknek mind a pozitív, mind a negatív oldala. Ezért kijelenthető, hogy a nem kormánypárti médiumok – ellentétben a kormánypárti médiumok csoportjával – csak részben vették át a Fidesz napirendjét. A migrációs tematika, mint fő összekötő kapocs, ezekben a médiumokban is megjelent.

Hogy a médiumok – főként a nem kormánypárti csoport – többi napirenden lévő ügye honnan származhatott, arról közelebbi képet mutat Varga Miklós (2018) elemzése.⁹ Több olyan ügy is volt a kampány során, amely (látszólag) nem a partoktól indult, hanem a média saját maga volt

⁹ VARGA 2018.

a kezdeményező. Ilyen ügyek voltak főként a kormánypárttal kapcsolatos negatív hírek, például a korrupciós botrányok.

Elemzésemben nem a konkrét ügyek szerint kategorizáltam, hanem a megjelent hírek fő üzenetét és típusát vizsgáltam.¹⁰ Azonban, ha megnézem a konkrét ügyeket, akkor itt is jelentős hasonlóság található a Fidesz és a média napirendje között, ami különösen igaz a kormánypárti médiumokra.

Varga Miklós tanulmányában megvizsgálta, mely ügyekkel foglalkoztak kiemelten az egyes médiumok. Elemzése alapján elmondható, hogy a Fidesz által kezdeményezett ügyek szinte mindig kiemelt hírként szerepeltek a kormánypárti média napirendjén, továbbá a nem kormánypárti médiumok is gyakran beszámoltak róla. Ez azt jelenti, hogy ha a Fidesz valamelyik ellenzéki politikust vette célkeresztjébe (például Hadházy Ákost, Juhász Pétert, Vona Gábort), akkor ezek a hírek szinte azonnal kiemelt ügyként kerültek a kormánypárti médiumok napirendjére. A migrációs témájú hírekről – mint például a migráció veszélyei, illetve a Stop Soros törvénytervezet – azonban megállapította, hogy kiemelt hírként szerepelt mindkét csoport médiumaiban.¹¹

Azok az ügyek, amelyek nem kedveztek a kormánypártnak, kevésbé jelentek meg a kormánypárti médiában is. Ilyen ügyek voltak az Elios közbeszerzések ügyei, Kósa Lajos örökségéről szóló hírek vagy Semjén Zsolt vadászattal kapcsolatos ügye. Bár volt rá példa, hogy a kormánypárti médiumok is beszámoltak ezekről, viszont ebben az esetben gyakran úgy, hogy a lényegi történéseket kihagyták a hírből, csak a Fidesz reakcióit mutatták be. A nem kormánypárti médiumok esetében ezek az ügyek lényegesen nagyobb hangsúllyal szerepeltek. Varga elemzése is megjegyzi, hogy az ellenzéket érintő botrányos ügyek kiemelten szerepeltek a kormánypárti média napirendjén, ide tartoztak Hadházy Ákos ügyei, Czeglédy Csaba ügye, Juhász Péterrel kapcsolatos botrány, vagy a Jobbikot lejárató ügyek. *„A kormányközeli média ezen ügyeket gyakran ismétlő, nyomatékosító jelleggel tartotta napirendjén – a kormánypárti kommunikáció irányvonalával párhuzamosan, amelyet a kormánykritikus sajtó nem minden esetben követett”*.¹² Ezt a rövid, de lényegi megállapítást, elemzésemben is csak megerősíteni tudtam.

Fontos megjegyezni, ha a kormánypárti médiumok híreit és az egyes ügyek arányát nézem, akkor ez magasfokú egyezőséget mutat Fidesz napirendjével. A Fidesz tehát teljes egészében a kormánypárti médiumok

¹⁰ Ilyen konkrét ügyek voltak például az Elios botrány, Semjén Zsolt vadászata vagy Czeglédy Csaba ügye.

¹¹ VARGA 2018.

¹² VARGA 2018:494.

napirendjére tudta tüzni a saját politikai napirendjét, és jelentősen befolyásolta a nem kormánypárti médiumok napirendjét is. Hiszen a pozitív gazdasági hírek és a migráció a nem kormánypárti médiumok tudósításaiban is megjelent, az ellenzékéről szóló negatív hírek azonban kevésbé. Összességében megállapítható, hogy a Fidesz sikerrel vitte át üzeneteit a médiába.

V. A közvélemény napirendje

A Comparative Agendas Projekt adatbázisában egészen 2002-ig visszamenőleg megtalálhatók azok a felmérések, amelyekben a választókat arról kérdezték, hogy véleményük szerint melyek voltak az adott időszak legfontosabb ügyei.¹³ A Medián 2018. márciusban végzett közvéleménykutatásában 10 ügy közül kellett a válaszadóknak jelölni azokat, amelyekről hallottak, illetve kiválasztani az általuk legfontosabbnak vélt ügyet. A közvéleménykutatás 1200 fős reprezentatív mintán készült, így az adatok elemzése után megállapítható, melyek voltak a legfontosabb ügyek a közvélemény napirendjén.

¹³ BODA-SEBŐK 2018. Az itt közölt adatok eredetileg a Boda Zsolt és Sebők Miklós által vezetett, "Hungarian Comparative Agendas Project, 2014-2017" című OTKA által finanszírozott (ÁJP K 109303) kutatásból származnak, az adatokat a Magyar Tudományos Akadémia Társadalomtudományi Kutatóközpontja tette közzé. Sem az OTKA, sem a kutatás vezetői nem felelnek az itt közölt elemzés tartalmáért.
4. táblázat: A közvélemény napirendjén lévő ügyek a 2018-as kampányban. Forrás: Boda-Sebők 2018.

	Nem választotta %	Választotta %	Legfontosabb ügy %	Nem hallott róla %	Választotta + legfontosabb ügy %	Sorrend	Legfontosabb ügyek sorrendje	Választotta + legfontosabb ügy sorrend	Nem hallott róla
Magyarország 1300 menekültet fogadott be	29,2	43,7	8,6	18,6	52,3	2.	5.	4.	5.
Stop-Soros törvénycsomag	32,6	39,9	19,3	8,3	59,2	6.	1.	2.	10.
ELIOS ügy	26,4	42,5	14	17,2	56,4	3.	3.	3.	7.
Orbán Viktor éértékelője	45,9	27,6	7	19,5	34,6	8.	7.	8.	4.
Diákok tüntettek a Parlament előtt	29,8	40,6	6,8	15,2	37,3	5.	8.	7.	8.
Lázár János vadászkastélya	38,9	25,3	2,9	32,9	28,2	9.	10.	9.	2.
DK határon túli szavazati jog megszüntetése	25,3	46,1	14,2	14,3	60,3	1.	2.	1.	9.
Transparency International szerint Mo.-on nagy a korrupció	26,2	38,4	10,7	24,7	49,1	7.	4.	5.	3.
Ismert személy az egészségügyi szolgáltatások elégtelenségéről számolt be	37,9	20,6	3,8	37,8	24,3	10.	9.	10.	1.
Márky-Zay nagy fölénnyel nyert	33,7	41,7	7	17,7	48,7	4.	6.	6.	6.

A táblázat első oszlopában a közvéleménykutatásban lekérdezett ügyeket láthatjuk. A többi oszlopban pedig azok százalékos arányát, akik az adott ügyet fontosként vagy legfontosabbként jelölték meg. A táblázatban nem csak a százalékos megoszlást láthatjuk, hanem az egyes ügyek rangsorát is.

Az adatok alapján elmondható, hogy a legfontosabb ügy a Stop Soros törvénycsomag volt. Erről az ügyről szinte mindenki hallott és kiemelkedően magas, a választók majdnem 20%-a jelölte a legfontosabb ügyként. Ez az az ügy, amely jól megmutatja a kormánypártok tematizációs képességét. Elsőként a Fidesz napirendjén jelent meg, majd a média is átvette, végül megjelent a közvélemény napirendjén is. A Fidesz tehát részben sikerrel tematizálta a közvéleményt is. A másik fő üzenete a gazdasági fejlesztések, jólét kevésbé jelent meg a közvélemény napirendjén. Ennek oka lehet, hogy ezek a hírek nem fűzhetők fel egy nagy esemény köré, mint a bevándorlás, hanem több kisebb hír jelent meg róla. Bár a fő üzenetük kétségtelenül ugyanaz volt (fejlődik az ország), de ezek mindig egy-egy kisebb eseményről szóltak (például gyáravató). Részben igaz ez a Fidesz harmadik fő üzenetére, amely az ellenzéki pártok cselekvőképzetlenségéről és botrányairól szóltak. Folyamatosan napirenden próbáltak tartani ellenzéki botrányokat, de mindig más-más személlyel kapcsolatban (Hadházy Ákos, Juhász Péter, Vona Gábor), ami a médiában megjelent ugyan, azonban a közvélemény napirendjére láthatóan nehezen jutottak el a konkrét ügyek. Hasonló ez a pozitív gazdasági üzenetekhez. Sok kisebb ügy volt napirenden, amelyek ebben a formában kevésbé jelentek meg a közvélemény napirendjén. Érdekes kivétel lehet a DK kezdeményezése, miszerint meg kellene szüntetni a határon túliak szavazati jogát. A Stop Soros törvénycsomag mellett ez volt a másik ügy, amit a választók nagyon fontosként ítélték meg. Azonban ezt az ügyet nem lehet egyértelműen negatívként vagy pozitívként meghatározni a közvéleménykutatás adataiból. Ennek oka, hogy jelen esetben nem botrányról beszélhetünk, hanem ez a DK saját kezdeményezésű ügye volt. Valószínűsíthető, hogy a DK szavazói inkább egyetértettek ebben az ügyben és emiatt tartották fontosnak. Míg a kormánypárti szavazók inkább elítélhették ezt a kezdeményezést, de hallottak róla. Ez az ügy sokkal inkább a DK tematizációs képességét mutatta meg, mint a Fideszét. A napirendek elemzése szempontjából mindenképpen érdekes adat, hogy a kormánypártokra nézve kellemetlen hírek is a választók gondolkodásának homlokterébe kerültek. Ilyen volt az Elios ügy vagy a diákok tüntetése a parlament előtt. Bár a kormánypárti média szinte teljes egészében elhallgatta ezeket a híreket, mégis a választók jelentős része fontos ügynek tartotta, és kevesen voltak, akik nem hallottak róla. Szintén

igaz ez Márky-Zay győzelmére, ami azon kevés ügyek egyike volt, amelyet az ellenzéki pártok pozitív eseményként élhettek meg.

Összességében a Fidesz sikeresen tematizálta a média napirendjét. A kormánypárti médiumokban szinte teljes egészében azok az ügyek jelentek meg, amelyet a Fidesz szeretett volna, s gyakran a nem kormánypárti médiumok napirendjére is felkerültek ezek a hírek. Részben tematizálta a közvélemény napirendjét is, hiszen a migrációt emelte a választási kampány legfőbb témájává. Azonban ezen ügyek mellett megjelentek a Fidesz számára kedvezőtlen hírek is, amelyeknek szintén fontos szerepe volt a nem kormánypárti médiumok napirendjén, illetve a közvélemény napirendjén is.

VI. Konklúzió

Kutatásomban bemutattam a 2018-as országgyűlési kampány napirendjeit. Elsőként a Fidesz napirendjét vettem górcső alá. A Fidesz napirendjét a közlemények (1127 darab) és a miniszterelnök beszédei alapján (29 darab) elemeztem. Az elemzés megmutatta, hogy a Fidesz egyik fő üzenete a migráció volt. Ezt a témát veszélyként kommunikálták a választók felé, amelytől csak a párt képes megvédeni a választókat. A másik fő üzenete a pozitív gazdasági eredmények és események kommunikálása volt. Emellett megjelentek még az ellenzéki pártokat és politikusokat negatív színben feltüntető üzenetek. Érdeemes megjegyezni, hogy az ellenzékről szóló negatív üzenetek a miniszterelnök beszédeiben nem kaptak helyet, ezeket csak a közleményekben olvashattuk. Jól látható, hogy a miniszterelnök igyekezett magát a pártok fölé pozícionálni, erre utalt az is, hogy beszédeiben nem foglalkozott az ellenzékkel.

A Fidesz napirendje után a média napirendjét elemeztem. Itt nem volt lehetőségem az összes országos médium két hónapos aktivitását rögzíteni, így szükségszerűen leszűkítettem az elemezhető médiumok számát. A kormánypárti médiumok napirendje szinte teljes mértékben egyezést mutat a Fidesz napirendjével. A Fidesz azonban nem csak az ő napirendjüket befolyásolta. A nem kormánypárti médiumok csoportja is beszámolt a Fidesz által fontosnak gondolt ügyekről, így mindkét csoport médiumainál megjelentek a Fidesz üzenetei, azonban a nem kormánypárti médiumok kiegyensúlyozottabb tájékoztatást nyújtottak. Összességében a Fidesz sikerrel befolyásolta a média napirendjét a 2018-as országgyűlési választási kampány során.

A Fidesz és média napirendje után, a közvélemény napirendjét elemeztem a Medián közvéleménykutatása alapján. Jól látható, hogy itt megjelentek olyan ügyek is, amelyek a Fidesznek egyáltalán nem kedveztek. Ahogyan a nem kormánypárti médiumoknál, úgy a közvéleménynél is fontos helyet foglaltak el a különböző kormánypárthoz köthető korrupciós ügyek. A Fidesz három fő üzenete közül csak a migrációs téma jelent meg. Ennek oka, hogy a gazdasággal kapcsolatos kommunikáció nem volt felfűzhető egyetlen nagy üzenet köré (mint például 2014-ben a rezsicsökkentés), hanem több kisebb esemény történt az időszak alatt. Bár a Fidesz sikeresen átvitte a közvélemény napirendjére a migráció kérdését, a közvélemény napirendje mégis vegyesebb képet mutatott, azaz a Fidesz csak részben tudta elfoglalni.

Felhasznált irodalom

Bátorfy A. (2017): Az állam foglyul ejtésétől a piac fogvatartásáig. *Médiakutató* 18. évf., 1-2., 7-30.

Boda Zs. – Sebők M. (2018). A magyar közpolitikai napirend: Elméleti alapok, empirikus eredmények. 304 p. Budapest: MTA TK Politikatudományi Intézet, 2018.

Downs, A. (1972): Up and down with ecology: The issue attention cycle. *Public Interest*, 28, 38-50.

Mccombs, Maxwell – Shaw, Donald. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 36. 176-187. 10.1086/267990.

Mérték Médiaelemző Műhely (2019): Mindent beborít a Fidesz-közeli média, mertek.eu, 2019. április 25.

<https://mertek.eu/2019/04/25/mindent-beborit-a-fidesz-kozeli-media/> (letöltés: 2020. 04. 10.)

Norris, P. – Curtice, C. – Sanders, D. – Scammell, M. – Semetko, H. (1999): *On message: Communicating the Campaign*. London, Sage.

Rogers M. – Dearing J. (1988): Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going? *Annals of the International Communication Association* Volume 11, 1988 Issue 1: *Communication Yearbook* 11

Szabó, G. – Bene, M. – Antal, A. – Farkas, A. (2015): Kívül tágasabb! Radikális jobboldali médiumok a magyar médianyilvánosság hálózataiban. *Politikatudományi Szemle* 24. évf. 3. sz: 99-125

Török, G. (2005): A politikai napirend. Akadémiai, Budapest

Varga M. (2018): Kampány a média tükrében. Politikai napirendkutatás a 2018-as választásról. In: Böcskei B. – Szabó A. (szerk.): Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018. Napvilág, Budapest

Weaver, D. – McCombs, M. – Shaw, D. L. (2004): Agenda Settings Research: Issues, Attributes, and Influences In: Kaid, L. L.(szerk.) Handbook of Political Communication Research. Routledge. New York.

Agendas during the general election campaign in 2018

Summary

I analyze different agendas during the 2018 general elections in Hungary. First, I point out what was the Fidesz party's main topic during the election. Second, I examine the mainstream media outlets to find out the media agenda. Third, I analyze the public agenda based on a public opinion research dataset from 2018 March. The results are that the Fidesz main topic was the migration and the economy. They managed to partly thematize the media as well as the public agenda, thereby they made migration as the main topic of the 2018 general election campaign. However, many different topics showed up on the media and on the public agenda as well. In conclusion, Fidesz has managed to influence the media and public agenda partly.