

# POLITIKAI TERMÉKEK ÉS VÁLASZTÓI KLASZTEREK A 2022-ES ORSZÁGGYŰLÉSI VÁLASZTÁSON

## POLITICAL PRODUCTS AND VOTER CLUSTERS IN THE HUNGARIAN PARLIAMENTARY ELECTION OF 2022

A tanulmány a politikai csere és a napirend-befolyásolás kapcsolatát vizsgálja meg a politikai termék fogalma segítségével. A szerző a 2022-es országgyűlési választáson a politikai termékek és napirendi témák fontosságának választói észlelését vizsgálta meg, és választói szegmensek azonosítására törekedett klaszterelemzéssel. Az országgyűlési választás előtti másfél hétben egy online kérdőíves megkérdezést hajtott végre, aminek az eredményeképp egy 2000 fős mintát kapott, ami nemre, korra és lakóhelytípusra tükrözi a magyar választók alapsokaságát. A Fidesz-KDNP és az Egységben Magyarországért szövetség között szegmenseket hozott létre az egyes napirendi témák fontosságának észlelése alapján, amiből arra lehet következtetni, hogy az ügypalup szavazásnak volt szerepe a 2022-es választáson. Találkozott olyan kormánypárti szegmensekkel, melyben kizárólag a háború vagy a vezértémák alapján döntöttek, illetve olyan kiábrándult ellenzéki klaszterrel is, melyben egyetlen ellenzéki témát sem tartottak fontosnak.

**Kulcsszavak:** politikai marketing, politikai termék, napirendelmélet, választói magatartás, választói klaszterelemzés

In this paper, the author combined the theoretical framework of political exchange and agenda-setting with the concept of political product. He examined voter perceptions of political products in the 2022 Hungarian parliamentary elections to identify voter segments with cluster analysis. Eleven days before the 2022 parliamentary elections, he conducted an online survey, which resulted in a sample of 2,000 voters who reflected the basic socio-demographic attributes of Hungarian citizens by gender, age and type of residence. The author created segments based on the salience of issues by party preferences, and he was able to observe identity voting and issue-voting in various groups. Based on the results, he has to highlight the role of two clusters: war-orientated and disillusioned opposition segments.

**Keywords:** political marketing, political product, agenda-setting, voting behaviour, clusters of voters

### Finanszírozás/Funding:

A szerző a tanulmány elkészítésével összefüggésben nem részesült pályázati vagy intézményi támogatásban. The author did not receive any grant or institutional support in relation with the preparation of the study.

### Szerző/Author:

Honti Tamás<sup>a</sup> (honti.tamas@eco.u-szeged.hu) egyetemi tanársegéd

<sup>a</sup>Szegedi Tudományegyetem (University of Szeged) Magyarország (Hungary)

A cikk beérkezett: 2023. 02. 01-jén, javítva: 2023. 04. 11-én és 2023. 06. 02-án, elfogadva: 2023. 06. 05-én.

The article was received: 01. 02. 2023, revised: 11. 04. 2023 and 02. 06. 2023, accepted: 05. 06. 2023.

Tanulmányunk célja, hogy feltárjuk a politikai termékek és a napirendi témák kapcsolatát a választói magatartással a 2022-es országgyűlési választás segítségével. Napirendelemzésekkel, illetve a választók napirendi témákkal kapcsolatos preferenciáival több hazai tanulmány is foglalkozik, azonban ezekben a szegmentálás középpontja nem jelenik meg. Kutatásunk teoretikus értékét éppen ebben látjuk, a napirendelmélet és a célcsoportalkotás ötvözésében, aminek eredményeképp egyes ügyek és egyes szegmensek kapcsolatának feltárására törekszünk. Kiemelendő empirikus

eredményünk, hogy klaszterelemzés segítségével kormánypárti és ellenzéki összefogáson – hivatalosan „Egységben Magyarországért” – belüli szegmenseket azonosítottunk a választók napirendészlelése alapján, amivel a politikai marketing és a napirendelmélet irodalma mellett a választói magatartással kapcsolatos kutatásokhoz kívánunk hozzájárulni. Végrehajtottunk egy online kérdőíves megkérdezést a választás előtti másfél hétben, aminek az eredményeképp egy 2000 fős mintánk született, ami nemre, korra és lakóhelytípusra tükrözi a magyar választók alapsokaságát.

Központi kérdésünk: *milyen szavazói csoportokat tudunk azonosítani a politikai termékek és napirendi témák fontosságának választói észlelése alapján a 2022-es országgyűlési választáson?* Eredményként négy kormánypárti, illetve három ellenzéki klasztert kaptunk, és arra következtethetünk e csoportok jellemzői révén, hogy az ügylapú szavazásnak volt szerepe a választáson. Az egyes ügyek, az egyes szegmensek számára racionálisnak nevezhető előnyöket, mások számára az identitás kifejezését, illetve megerősítését nyújthatták. Találkozhatunk olyan kormánypárti szegmensekkel, melyben a háború a legfontosabb ügy, illetve olyan kiábrándult ellenzéki klaszterrel is, melyben egyetlen ellenzéki témát sem tartottak fontosnak. A kérdés megválaszolásához, az első fejezetben röviden bemutatjuk a politika csere értelmezési lehetőségeit, majd a politikai termékek és a napirendi témák viszonyát értelmezzük, ezután felvázoljuk módszertanunk, illetve ismertetjük eredményeinket, következtetéseinket.

## Politikai csere és politikai termék

Kiindulópontunk, hogy a politikai logika és a marketinglogika között hasonlóságokat láthatunk, amit a demokratikus intézményrendszer és a nyilvánosság szerkezete felerősít, ezért nyer egyre nagyobb teret a politikai marketing szemléletmódja és eszközrendszere (Look & Harris, 1996; Wring, 1997; Kiss, 2000; Józsa et al., 2004; Henneberg & O'Shaughnessy, 2007; Merkovity, 2008; Orosdy, 2010; Tóth, 2011; Harris & Butler, 2012). A cserelogika alapján azt mondhatjuk, hogy érdemes piackezelési és piacfedési stratégiákat vizsgálni, tehát a szavazóbázis méretének változását a szegmentálás logikája révén próbáljuk megérteni, ehhez azonban érdemes a cseretárgyát megneveznünk, vagyis azt, hogy mit tekintünk politikai terméknek tanulmányunkban. A szakirodalomban több iránnyal is találkozhatunk a termék meghatározását illetően, melyek közül az egyik legjelentősebb a programhoz és különböző variációihoz kötődik. Ez a megközelítés a Downs-féle (1957) új politikai gazdaságtanban és a racionális választás elméletében gyökerezik (Savigny, 2004), melynek középpontjában a szakpolitikai programok állnak. Newman (2000) is ehhez az irányzathoz tartozik, azonban ő inkább választási programként értelmezi a terméket, amit a politikusok felkínálnak az állampolgárok számára a választás előtt. Józsa (2004) ideológiai természetű megoldáscsomagként értelmezi, amely ígéreteket és morális üzeneteket tartalmaz, ehhez hasonló megközelítést képvisel Orosdy (2007), aki „jövőkép” hivatkozik rá. Ezen irányzatokban a politikai ajánlat valamilyen megnyilvánulását fedezhetjük fel és az ehhez kapcsolódó cserefolyamatot. Személyközpontú megközelítésekkel is találkozhatunk, melyek a vezéresedés (Körösényi, 2019) és perszonalizáció (Kiss, 2020) trendjeivel összhangban állnak. Ezen elméletek Kotler és Levy (1969) nyomán a politikust tekintik terméknek, akit a választói preferenciák szerint kell „megalkotni”. A politikus így nem vezetőként tűnik fel, hanem a meglévő, *ex ante* preferenciák kiszolgálójaként, és ez a szerep, ahogy Körösényi (2012) is kiemeli ellentét Schumpeter (1942) dinamikus, innovációra épülő pia-

ci analógiájával, ahol a politikus vezetés révén formálja a preferenciákat. Más szerzők olyan csomagként tekintenek a politikai termékre, melynek a politikus mellett része a párt és az ideológia is (Harris & Butler, 2012). A csomag megközelítés egy másik elterjedt irányzata a versengő imázsok koncepciója (Wring, 1997; Scammel, 2015), ahol a szerzők a termékek kommunikációs természetét hangsúlyozzák. Kutatásunk szempontjából kiemelendő a „konstrukciós termék” való értelmezés (Török, 2005), ami alapján napirendi témák révén jönnek létre a politikai termékek. A termékeket szolgáltatáscsomagként értelmezzük (Merkovity, 2008; Hetesi & Veres, 2013), aminek az esszenciáját – vagyis a csere tárgyát – a választóknak szóló ajánlatok létrehozása jelenti (Wring, 1997), amit a politikus személyesít meg és napirendi témák segítségével ismerteti meg a választókkal. Tanulmányunk szempontjából azt mondhatjuk, hogy a napirendi témák a jéghegy csúcsai, melyek láthatóak és könnyen azonosíthatóak, míg az ajánlat a víz alatti rész, amely nehezebben feltárható.

## Politikai termék és napirend-befolyásolás

Ahogy a fenti megközelítésünkéből is látszódik a politikai termékek konceptualizálását elválaszthatatlannak tartjuk a napirendi ügyektől. A következőkben a médiahatás-elméleteket összegezzük röviden, majd a napirendelmélet alapfogalmait mutatjuk be, ezután a hazai ügypreferencia-szavazással/tematikus szavazással (issue-voting) kapcsolatos kutatásokat ismertetjük. A napirendi témák szerepe akkor igazán fontos, ha a klasszikus demokráci elmélet értelmében azt feltételezzük, hogy létezik ügyek mentén történő szavazás (issue-voting), vagyis az önrdekét felismerő, ügyek mentén szavazó állampolgár modellje (Riker & Ordeshook, 1968; Fiorina, 1981; Körösényi, 2019). Schumpeter (1942) hangsúlyozza, hogy a választói preferenciák mindig az adott pillanatban léteznek: „...a fogyasztók cipők iránti vágyát részben a vonzó lábbeliket kínáló, és azokért kampányoló gyártók tevékenysége alakította ki, mégis, minden adott időpontban ez egy valódi igény, amelynek meghatározottsága túlmutat az általános cipőkön” (Schumpeter, 1942, p. 258). A napirendelmélet (agenda-setting theory) Cohen (1963), illetve McCombs és Shaw (1972) munkássága alapozta meg, amiben a tömegmédia által a nyilvánosságban felmerülő ügyek választókra gyakorolt hatását vizsgálták. Scheufele (2000) rámutat arra, hogy a terület olyan kulcsfogalmainak használata, mint a *napirend-befolyásolás* (agenda-building), a *priming* (témák fontosságának észlelése) és a *framing* (nyelvi keretezés), nem elég következetes, ezért teoretikus munkájára támaszkodva a következőkben bemutatjuk az általunk alkalmazott meghatározásokat. A politikai napirend a média, a politikusok és a választók napirendjéből tevődik össze, és e szereplők folyamatos kölcsönhatásban állnak egymással. Mazzoleni (2002) ezt a kölcsönhatást, dialógust inkább fogyasztásnak tartja, és napjaink nyilvánosságát posztmodernnek nevezi, aminek a következménye az „infotainment” megjelenése. Scheufele (2000) a „priming” jelenségét az agenda-setting hatásaként interpretálja, tehát a napirendi témák fontosságának válasz-

tói észleléseként, így kognitív folyamatként tekinthetünk rá. A választói észlelés értelmezéséhez érdemes segítséget hívunk a heurisztikák elméletét (Kahneman, 2013) és azon belül is az elérhetőségi heurisztikát (Tversky & Kahneman, 1973; Scheufele, 2000), ami az egyes ügyekhez való kognitív hozzáférhetőségre, felidézésre képes magyarázatokat nyújtani. Török (2005) ezt zéró összegű játéknak nevezi, ahol a befogadó kognitív kapacitása korlátozott, így egyszerre csak néhány témát képes felidézni. Merkovity (2018) figyelemalapú koncepciója, ami a viselkedés-gazdaságtant kapcsolja össze a politikával, a figyelmet különböző ingerek közötti szelektációs folyamatként és a politikai küzdelem kiemelt szempontjaként értelmezi. Lényegének az egyes témák politikáivá tételét tartja, melynek segítségével a politikusok képesek önmagukra irányítani a figyelmet. Ez a megközelítés harmonikusan illeszkedik a perszonalizáció jelenségéhez, amely során a politikai vezetők felértékelődnek, a figyelmet mágnesként vonzzák, és így a politikai erő megszemélyesítővé válnak (Kiss, 2020). Illeszkedik a mediatisációhoz is, amely révén a politikusok a hagyományos és az új médián keresztül igyekeznek bemutatni ajánlataikat és saját magukat a választók számára (Kiss, 2020). A fontosság észlelése mellett (priming) a keretelési hatás és a nyelvhasználat (framing) kérdése is gyakran részét képezi a napirendelméleti kutatásoknak, amit az egyes ügyek szavakkal, kifejezésekkel történő „becsomagolásának” nevezhetünk (Iyengar, 1996) és a politikai szereplő narrációjának (Török, 2005; Bajomi-Lázár, 2017). Scheufele (2000) a napirend-befolyásolástól (agenda-building) megkülönbözteti a keretelésépítést (frame-building), amely során a politikai erő a visszatérő nyelvi kereteket konstruálja meg, és arra törekszik, hogy a média és az állampolgárok is átvegyék azt. Török (2005) a témák napirendre vitelét a politikai cselekvés egyik formájának tekinti, ami alapján a politikai termékeket a marketing-szemléletmódú politikai cselekvés alapegységének tartjuk. A témákat két kategóriába osztja „valance” (közös osztozott, konszenzusos) és „positional issue-ra” (pozicionáló), az első az állampolgárok konszenzusos, széles körben osztozott véleményére épít, amit explicit preferenciáknak is nevezhetünk (pl. jobb egészségügyi ellátás, jólét növekedése), míg a pozicionáló ügyek törésvonalakra épülnek, a megkülönböztetés és az identitásépítés a céljuk. Karácsony és Róna (2010) a Jobbik 2010 előtti megerősödésének okait vizsgálva a témabirtoklásra, másképpen „issue ownership”-re (Walgrave et al., 2015) tekintettek kulcsfontosságúnak, amely elsősorban a cigánykérdés napirendre vitelében nyilvánult meg. Petrocik (1996) az ügybirtoklásnak imázsformáló szerepet tulajdonít, ami az identitás elsődleges forrása lehet. Nem csak rövid távon tartja fontosnak, mivel egy politikai erő megítélését hosszú távon is képes meghatározni (az Egyesült Államok példáján bemutatva a választók általában a demokratákhoz az egészségügyi reformot, míg a republikánusok az adócsökkentést kapcsolják). Hazai példaként Farkas (2021) kutatását említhetjük meg, aki a bevándorlás témáját vizsgálta meg longitudinális módszerrel, és a Fidesz-szavazók körében azonosította a témabirtoklás jelenségét és az ügypreferencia alapján történő szavazást

(issue-voting) a 2018-as országgyűlési választáson. Az önérdékkövető állampolgár magatartásának feltárásában segít a gazdasági szavazás jelenségének vizsgálata, ami a választók észlelt gazdasági érdekeinek és várakozásainak elsődleges motivációként való kezelését jelenti (Sears & Lau, 1983; Lewis-Beck & Stegmaier, 2019; Róna et al., 2020). Bisgaard (2015) pártos érvelésnek (partisan motivated reasoning) nevezi azt a jelenséget, amikor a lojalitás és a politikai identitás befolyásolja a gazdaságpolitika és a válságkezelés értékelését. Ezt a kognitív torzítást nemcsak az állampolgárok, hanem a szakértők és döntéshozók esetében is azonosította. Bolsen és szerzőtársai (2014) szintén a pártos érvelésre fókuszáltak kutatásukban és következtetésük, hogy a lojális választók folyamatosan keresik az identitásukat megerősítő információkat, és minden új ügy esetében a pártjuk álláspontját igyekeznek átvenni, nem pedig saját, ex ante preferenciájuk révén hoznak ítéletet. Ezek alapján felmerül kérdésként, hogy az identitás alapján történő szavazás esetében a politikai termékek és a napirendi témák milyen szerepet töltenek be, illetve miként hatnak a különböző identitásokra. Ezt a problémát vizsgálja meg Janky (2020) kísérletekkel, melyek eredményeiből azt láthatjuk, hogy az identitásalapú véleményalkotás szerepe egyre meghatározóbb, és a vélemény, illetve preferenciakülönbségek elsődleges oka az egyén politikai identitása. E probléma kapcsán kiemelendő Inglehart (1997) materiális–posztmateriális törésvonal elmélete, melynek értelmében a XX. század végétől a nyugati demokráciákban egyre fontosabbá válnak a közvetlen materiális hasznot nem nyújtó, szimbolikus ügyek, melyek az önkifejezésre is alkalmasak. Carmines és Stimson (1980) más megközelítést használnak, de hasonló következtetésre jutnak. Megkülönböztetik egymástól a nehéz („hard”) és a könnyű („easy”) ügyalapú szavazást, ami között az informáltság mértéke és a személyes jólét közvetlen növelésének várakozása jelenti az alapvető különbséget. A kemény témák a politikát aktívabban követő szavazóknak szólnak, míg a könnyűek esetében az általános értékek és az identitás kifejezése határozza meg a preferenciát.

Theoretikus álláspontunkat összegezve a politikai cserelogikára és a napirendelméletre egymást jól kiegészítő megközelítésként tekintünk, melyek közös eleme a politikai termék fogalma. A politikát szolgáltatásnak tartjuk, ahol a csere tárgya a politikai termék, aminek több szintjét különböztethetjük meg: az ajánlatot, a politikust, a birtokolt napirendi témákat és a nyelvi keretéseket. Empirikus kutatásunkban a napirendi témákra fókuszálva igyekszünk feltárni a politikai termékek szerepét és a „priming” jelenségére alapozva választói klaszterek létrehozására törekszünk a kormánypárti és az ellenzéki összefogás szavazóin belül.

## Módszertan

Kvótás mintavételt hajtottunk végre a Facebookon 2022. március 23-a és április 2-a között, aminek az eredményeképpen a magyar választópolgárok, mint alapsokaság tulajdonságait nemre, korcsoportra és lakóhelytípusra tükröző 2000 fős mintát kaptunk (1. melléklet). A mintavétel

során az elsődleges célunk a heterogenitás megteremtése volt, vagyis, hogy különböző korcsoportú és lakóhelyen élő választókat is el tudjunk érni. A lakóhelytípusra külön is felhívnánk a figyelmet, mivel a vidék–város dimenzió a választói magatartás tanulmányozása során kiemelkedő befolyásoló tényezőként jelenik meg az utóbbi években (Vida & Kovács, 2017; Vida & Kovalcsik, 2018). Továbbá előnye a mintavételi módszernek, hogy gyorsabb és költséghatékonyabb, mint a személyes vagy a telefonos megkérdezés, így a kérdőív előkészítése során az aktuális napirendi témákra (pl. orosz-ukrán háború) könnyebben tudunk reagálni. Hátránya két torzító tényezőtől fakad, az első, hogy azon választók töltik ki szívesebben a kérdőívet, akiknek magasabb az érintettsége (a mintában a biztos szavazók aránya 93%, ami 1859 főt jelent), illetve a panasszal rendelkezők, így az ellenzéki összefogás szavazói felülreprezentáltak. Ezt a jelenséget a mintánk is jól szemlélteti, mivel 67%-a az Egységben Magyarországért ellenzéki összefogás, 25% a Fidesz – KDNP, 2,2% a Magyar Kétfarkú Kutypárt, 1,5% a Mi Hazánk és 4,1% bizonytalan, illetve apolitikus szavazót tartalmaz. Ez komoly problémát okozhat a pártpreferencia-kutatások esetében, ahol az aktuális erőviszonyok ábrázolására törekednek, azonban jelen kutatás más céllal rendelkezik, a politikai termékek és a napirendi témák fontosságának észlelése alapján szeretnénk feltárni különböző választói szegmenseket. E szempontok összegzéséeként azt mondhatjuk, hogy korlátozottan következtethetünk az alaposkaságra, azonban egyes jelenségek létezését azonosíthatjuk, így érvényes magyarázatokkal szolgálhatunk rájuk.

A kérdőívben először nyitott kérdést alkalmazva arra voltunk kíváncsiak, hogy milyen ügyeket, témákat észlelnek legfontosabbnak a kitöltők, vagyis milyen szempont alapján terveznek dönteni az országgyűlési választáson („Mit tart a legfontosabb témának/ügynek, ami alapján szavazni fog a 2022-es országgyűlési választáson?”). Azt mondhatjuk, hogy a válaszok a kitöltők valóságkonstrukcióit tükrözik, amit esetünkben politikai termékeknek – konstrukciós termékeknek (Török, 2005) – is nevezhetünk, hiszen a választók így értelmezik a politikai erő ajánlatait (Szabó, 2012; 2016). Módszertanilag a nyitott kérdés hátránya, hogy növeli a lemorzsolódási arányt, azonban a napirendi témák fontosságának észlelése (priming) szempontjából egy igen jól használható eszköz (Zaller, 1992; Róna et al., 2020), mivel képes kezelni a kérdőív megkérdezések egyik visszatérő érvényességi problémáját. Ezt úgy foglathatjuk össze, hogy nem mindegy, hogy a megkérdezés a közvélemény megismerésében, vagy inkább az előállításban segít-e nekünk (Rudas, 2006; Letenyey et al., 2017). A „priming” jelenségére tekinthetünk úgy is, mint az előhívási heurisztika megnyilvánulására a választói ítéletalkotás során (Tversky & Kahneman, 1973; Kahneman, 2013). A kitöltők által megemlített témákat négy iterációs körben kódoltuk, első lépésben külön választottuk a kormánypárti és az ellenzéki összefogás szavazóit, második lépésben kiszűrtük (0-1-es kóddal elláttuk) azokat, akik nem válaszoltak vagy válaszuk értelmezhetetlen volt (650 fő), harmadik lépésben feltáró jelleggel összeállítottunk egy listát minden egyedi említésből, negyedik lépés-

ként pedig a lista elemeit kategorizáltuk és összevontuk a hasonló jelentéstartalom alapján (2. melléklet). Ha több gondolat is megjelent a válaszban, akkor az első említést vettük figyelembe. A harmadik körben altémákat, egyedi kifejezéseket is bevettünk a vizsgálatba, a negyedik lépésben pedig letisztáztuk, és az összevonások során 63 kategóriát hoztunk létre. Ezt jól szemlélteti a „Béke” kategóriája, ami azokat a válaszokat tartalmazza, melyek a háborút és a béke iránti vágyat fogalmazták meg, illetve a „Demokrácia”, ami a hatalomgyakorlás módjára és a jogbiztonságra vonatkozó válaszokat tömöríti.

Ezután kérdőívünk kilenc napirendi témával kapcsolatos zárt kérdést tartalmazott, amelyeket egy előzetes, már publikált kvalitatív kutatás eredményei alapján választottunk ki, és kiegészítettük egy aktuális külpolitikai eseménnyel, a háború témájával. Hat darab fókuszcsoporthoz interjú tartottunk az ellenzéki előválasztástól az országgyűlési választásig, ahol a témabirtoklás jelenségét vizsgáltuk „mapping” módszerrel (Honti, 2022). A módszer lényege, hogy összeállítottunk egy 45 napirendi témából álló listát, amiket képek segítségével illusztráltunk, majd arra kértük az alanyokat, hogy válasszák ki a döntésük szempontjából legfontosabbakat, és rendeljék őket hozzá az egyes jelöltekhez. Arra voltunk kíváncsiak, hogy a résztvevők miként konstruálják meg a politikai valóságot, és az egyes jelöltek imázsába milyen témák épülnek be. Jelen kutatás módszertana szempontjából fontos eredmény, hogy a csoporttagok az árrögzítésre, a gyermekvédelmi népszavazásra, a családpolitikai intézkedésekre és a határkerítésre tekintettek kormánypárti, míg az euró bevezetésére, a korrupcióra és az elszámoltatásra, az oktatási és egészségügyi minisztérium létrehozására ellenzéki témaként, így ezeket a háború és a háború gazdasági következményeivel egészítettük ki. Ellenzéki témaként még felmerült a kelet–nyugat orientáció kérdése, de ezt a háború témája lefedi kérdőívünkben. Négy kormánypárti, három ellenzéki ügyet és a háborút, mint adottságnak nevezhető – pártoktól függetlenül létező – témát vontuk be a vizsgálatba két kérdés segítségével (3. melléklet). A napirendi témák megfogalmazásánál a politikai erő nyelvhasználatát vettük át, mivel az ügyek többségénél elválaszthatatlan része a téma leírásának és megértésének (pl. „LMBTQ-propaganda”).

A klaszterelemzés előtt fontosnak tartjuk a jelöltpreferencia és a napirendi témák megítélése közötti kapcsolat tanulmányozását, amit keresztábrák-elemzés segítségével végeztünk el. Ez a kérdés (*Van-e kapcsolat a jelöltpreferencia és a napirendi téma fontosságának megítélése között?*) azért fontos, mert segíthet az ügypreferencia és a politikai identitás közötti dinamikus kapcsolat értelmezésében, aminek eredménye, hogy a megosztó, pártos, illetve a konszenzusos témák azonosíthatóak. Ezután hajtottuk végre a klaszterelemzést, ami elsősorban magatartási típusok megkülönböztetésére, és ezáltal történő célcsoportalkotásra használt módszer a marketingkutatásban, melynek legfontosabb korlátjaként az általánosíthatóság hiányát nevezhetjük meg (Simon, 2006). A választói magatartás vizsgálata során is bevett technikának nevezhető

nemzetközi szinten (Filho, 2014), de a hazai szakirodalomban is találkozhatunk az alkalmazásával (Dobó & Pintér, 2022). A keresztábra- és a klaszterelemzéseket is SPSS segítségével hajtottuk végre.

## Napirendészlelés és előhívási heurisztika

Az 1. táblázatban megjelenítettük a kormánypárti és az ellenzéki összefogás szavazóinak leggyakoribb említéseit, melyekből a napirendészleléssel kapcsolatos következtetéseket vontunk le. Az öt leggyakoribb említést vizsgáltuk meg mindkét táborban, ami a 4% feletti említéseket jelenti. Az ellenzéki összefogás szavazóinak 26,7%-a a korrupciót tekinti a legfontosabb ügynek a politikai napirenden, ezt követi a demokrácia, az oktatás, az egészségügy és a keleti-nyugati orientáció kérdése. A kormánypárti szavazótábor 18,7%-a a békét, és ezután lemaradva a családtámogatást, a stabilitást, a fejlődést és a szuverenitást említette meg mint kiemelt jelentőségű ügyet.

A kormánypárti szavazók esetében azt láthatjuk, hogy a megemlített témák, amellyel, hogy materiális-gazdasági jellegűek inkább a védekezésre, rend iránti vágyra és biztonságra építenek, tehát kifejeződik bennük a status quo iránti igény. A kitöltők válaszaiban a béke gyakran együtt járt a háború gazdasági következményeire való utalással, vagy a stabilitás iránti vágygal (pl. „*A béke kérdését és az életszínvonal emelkedését*”; „*béke, stabil gazdaság, gyermekek védelme*”). A családtámogatás különböző formáinak említése mellett, önállóan, a háború említése nélkül is megjelenik a stabilitás, a rend és a biztonság iránti igény (pl. „*A családom biztonsága megélhetése*”; „*Biztonság, kiszámíthatóság, stabilitás*”). Ezekből arra következtethetünk, hogy a kormánypárti szavazók jelentős része fejlődést és személyes jólétnövekedést érz, amit nem kívánnak kockáztatni (pl. „*Fizikális, anyagi és egzisztenciális biztonság, egészség, család*”; „*Jó irányba halad az ország*”). Ez összhangban áll Róna és szerzőtársainak 2020-as kutatásával, amiben

1. táblázat

A leggyakrabban említett témák szavazótábor szerint

Kormánypárt szavazóinak témái	Említők aránya táboron belül	Ellenzéki összefogás szavazóinak témái	Említők aránya táboron belül
Béke	18,7%	Korrupció	26,7%
Családtámogatás	9,6%	Demokrácia	8,0%
Stabilitás	7,1%	Oktatás	6,5%
Fejlődés	6,7%	Egészségügy	6,2%
Szuverenitás	4,1%	Kelet-nyugat	5,9%

Forrás: saját szerkesztés

Az eredmények elemzése és értelmezése előtt fontosnak tartjuk a hozzájuk való viszonyulásunk irányelveinek rögzítését. Feltehetnénk a kérdést, hogy e témákra ex ante, eleve adott ügypreferenciaként tekintünk vagy a politikai vezetés – másképpen preferenciaformálás – eredményeképp létrejött identitás megnyilvánulásaként, azonban erre jelen kutatásunk módszertanával nem tudunk válaszolni. De nem is erre törekedtünk, hanem arra, hogy a választás előtti utolsó napokban egy „pillanatfelvételt” készítsünk. Az eredmények alapján azt láthatjuk, hogy a kormánypárti és az ellenzéki szavazók témái teljesen különbözőek és nincs átfedés köztük. Az egyetlen közös pont az orosz-ukrán háború, amit a Fidesz – KDNP szavazói béke vagy háború problémaként kereteznek, míg az ellenzéki összefogás szavazói kelet és nyugat közti értékválasztás kérdéseként. Ez a példa jól szemlélteti a keretezési hatást és a politikai nyelv erejét, mivel megmutatja, hogy már önmagában a probléma megfogalmazásából következik egy valóságkonstrukció, ami egyből feltételez egy ügypreferenciát is. Alapvető különbséget láthatunk a megjelenített ügyek között abban a tekintetben is, hogy a kormánypárti szavazók inkább materiális, a közvetlen jólétüket érintő témákat jelöltek meg, míg a másik oldal inkább posztmateriális ideologikus, az egyéni jólétükre közvetlenül hatókat.

a gazdasági szavazás jelenségét vizsgálták meg, és egyik fő következtetésük pontosan az volt, hogy jelentős társadalmi rétegek érzékelnek relatív jólétnövekedést. Ötödik témaként a szuverenitás és a nemzettudat azonosítható a válaszokban, ami inkább szimbolikus jellegűnek nevezhető az előzőekhez viszonyítva (pl. „*Nemzeti önrendelkezés*”, „*Nemzeti érdek*”). A két leggyakrabban említett ellenzéki ügy a korrupció és a demokrácia témája, melyek morális, ideologikus és rendszerszintű kérdések és a kormánypárti szavazók által említettekhez képest közvetlenül érintik csak a választókat (pl. „*megszűnjön a korrupció és az állami szintű pénzlenyúlás*”; „*Nem akarok diktatúrában élni*”). Az oktatást és egészségügyet materiálisabb ügynek nevezhetjük, mint az előző kettőt, így közvetlenebb tapasztalatot és érintettséget feltételezhetünk, azonban ugyanúgy rendszerszintű témának nevezhető, ami a nagy egész felől közelít hozzájuk, nem a mindennapi kapcsolódási pontokon keresztül. A keleti-nyugati orientáció kérdését szintén szimbolikus ügynek nevezhetjük (pl. „*vissza a nyugati demokrácia felé*”). Ezen eredmények összegzéseként az alábbi következtetéseket vonhatjuk le:

- a kormánypárt és az ellenzék szavazói más ügyeket tartanak fontosnak,
- előbbiek inkább a materiális, utóbbiak inkább posztmateriális jellegűeket.

## Klaszterelemzés a napirendi témák fontossága alapján

A klaszterelemzés eredményeinek értelmezhetősége érdekében először bemutatjuk keresztábra-elemzésünket, amelynek segítségével a jelöltpreferencia és a napirendi témák fontosságának észlelése (priming) közötti kapcsolatot értelmezzük. A jelöltpreferencia – mint nominális változó – esetében csak az Orbán Viktor és Márki-Zay Péterre szavazókat vontuk be az elemzésbe (1842 fő), mivel a többi kitöltő a fragmentáltság miatt túl alacsony elemszámmal rendelkező cellákat hozott volna létre. A keresztábra-elemzések elvégzése során minden esetben kapcsolatot láthatunk a jelöltpreferencia és a napirendi téma között (KHI-négyzet < 0,05), ezen felül pedig a háború témájától eltekintve minden kapcsolat legalább közepesnek vagy kimondottan erősnek nevezhető (4. melléklet). A következőkben egyaránt bemutatjuk a konszenzusos, leggyengébb kapcsolatokat, illetve a legerősebbeket, tehát a legmegosztóbb, pártos témákat. Az „*orosz-ukrán háború*” és az „*orosz-ukrán háború gazdasági következményeit*” illetően azt láthatjuk, hogy jelöltpreferenciától függetlenül fontos kérdésnek tartják a válaszadók, a kettő közül pedig a gazdasági következményeket tartják jelentősebbnek az átlag alapján (4,38), mint önmagában a háború tényét (4,01). A kormánypárti szavazók között összességében a harmadik legfontosabb téma átlag alapján (4,57) a családpolitikai intézkedések (4,7) és a határkerítés (4,66) után, míg az ellenzéki táborban csak a negyedik (4,32) a korrupció (4,92), az egészségügy és oktatás (4,75), illetve az euró bevezetése (4,57) után. Ezen adatokból azt láthatjuk, hogy bár van kapcsolat a pártpreferencia és a háború fontosságának megítélése között, mégis konszenzuszabb kérdésnek tekinthető ellentétben a többi üggyel. A legmegosztóbb pártos témának a „*gyermekvédelmi népszavazást*”, az „*euró bevezetését*” és az „*árrögzítést*” nevezhetjük, míg közepes erősségű kapcsolatot láthatunk a „*határkerítés*”, az „*egészségügy és oktatás*”, a „*családpolitikai intézkedések*” és a „*korrupció*” között. Ezen ügyek alkalmasak a törésvonal-építésre és az identitás megerősítésére. Megemlítendő, hogy az ellenzéki szavazók között a „*családpolitikai intézkedések*” (2,93) és a „*határkerítés*” (2,62) a közepesen fontosnak észlelt témák, míg a kormánypárti szavazók között az egészségügy és az oktatás kérdése. Ezek olyan témák, melyek fontosságának elfogadtatása és erősítése segíthet a diskurzusközpontú megteremtésében.

A klaszterelemzés eredményeképpen a napirendi témák alapján homogén szegmensek létrehozására törekszünk külön kezelve a kormánypárti és az ellenzéki összefogás szavazóit. Első lépésben a mintából két almintát hoztunk létre és hierarchikus klaszterelemzés, illetve a Ward-eljárás révén négy kormánypárti és három ellenzéki klasztert azonosítottunk. A klaszterek bemutatását a kormánypárti szavazókkal kezdjük, majd az ellenzékiekkel folytatjuk. A kormánypárti szavazók között négy klasztert hoztunk létre – az *aktív Fidesz-szavazót*, a *passzív Fidesz-szavazót*, a *vezértéma támogatót* és a *háborús csoportot* – akiket a következőkben részletesen bemutatunk

(5. melléklet). Az egyes klaszterek mérete a mintánkra vonatkozik, tehát nem következtethetünk arra, hogy az alapsokaságban is ugyanekkora az arányuk, de ettől még érvényes következtetéseket tudunk levonni tulajdonságaikról. A szegmensek részletesebb jellemzéséhez keresztábrákat használtunk és elsősorban az átlagtól eltérő demográfiai jellemzőkre fókuszáltunk.

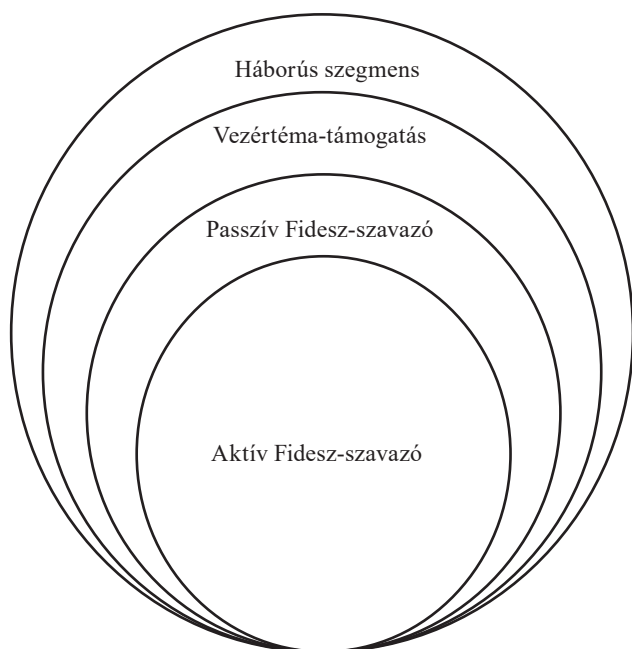
- Az *aktív Fidesz-szavazók* a legnagyobb csoportot képezik a táboron belül (41%), őket nevezhetjük a legelkötelezettebb szegmensnek, mivel minden kormánypárti témát, illetve a háborút fontosnak ítélik, és minden ellenzéki lényegtelennek. Ez alapján azt feltételezhetjük, hogy a kormánypárt vagy e szegmens preferenciái szerint kormányoz, vagy azt, hogy a klaszter tagjai aktívan követik a politikát, és megtanulták, mely ügyeket kell fontosnak tartaniuk. Elkötelezettségüket jól mutatja, hogy 97%-uk biztosan tudja kire szavaz, 94%-uk jobboldali identitású és 96%-uk elégedett az elmúlt 12 év kormányzásával. A nyugdíjasok felülreprezentáltak körükben (25%) a többi korosztályhoz képest (átlag: 14%).
- A *passzív Fidesz-szavazó* csoport a második legnagyobb szegmens (26%), akik körében a kormánypárti témák fontosak, de az ellenzékhez sorolható ügyeket is annak tartják, így ők – az aktívokhoz képest – kevésbé elkötelezettek nevezhetőek. A kisebb városokban (nem megyeszékhely) és falvakban élők felülreprezentáltak (80,5%) a többi klaszterhez képest (69%), akárcsak a szakmunkásvégzettségük (38%, többi klaszter átlaga: 24%). Az elköteleződésük viszont nem sokkal alacsonyabb, mint az aktívoknak, 97%-uk biztos szavazó, 90%-uk jobboldali identitású, illetve 93%-uk elégedett az elmúlt 12 évvel.
- A *vezértéma támogató* szegmens (15%) kiemelkedő jellemzője, hogy csak azokat a témákat tartják fontosnak, melyek egyértelműen kormánypártiak, a háború az ő esetükben nem tartozik a fontosabbak közé. Az ellenzék témáit nem utasítják el, de jelentőségük közepes („*Önálló egészségügyi és oktatási minisztérium*” – átlag: 2,99) – vagy csekély („*euró bevezetése*” – átlag: 2,1). Három ügyet jelöltek meg kiemelkedőnek, a családpolitikai intézkedésekkel, a határkerítéssel és a gyermekvédelmi népszavazással kapcsolatosakat. A 18-29 év közötti korcsoport felülreprezentált a körükben (25%) a többi korosztályhoz képest (átlag: 17%). Az elköteleződésük alacsonyabb, mint a *passzív Fidesz-szavazóké*, mivel „csak” 81%-uk elégedett az elmúlt 12 év kormányzásával, azonban 94%-uk biztos szavazó és 88%-uk jobboldali identitással rendelkezik.
- Végezetül kiemelkedő eredménynek tartjuk a *háborús szegmens* (18%) azonosítását, akik ezt a témát észlelik egyértelműen a legfontosabbnak, és a többi ügy iránt közömbösnek nevezhetőek, így az orosz-ukrán háború kulcsfontosságú tényezőként jelenik meg választásuk során. A többi csoporthoz képest felülreprezentáltak a fővárosban és megyeszékhelyen élők (45%, átlag: 31,2%), illetve a 18-29 (23%, átlag: 14%) és 30-39 (22%, átlag: 16%) év közötti korcsoportok,

tehát azt feltételezhetjük, hogy a nagyvárosi fiatalok érzékenyebben reagáltak a háború témájára.

Az eredmények értelmezéséhez a klasztereket érdemesnek tartjuk megjeleníteni az elköteleződés erőssége alapján (1. ábra). Abramowitz (2010) a politikai elköteleződést és annak változását, a párthűség, az ideológiai orientációt és a politikai tudatosság dimenzióiban vizsgálja, ami alapján az elköteleződés mértékét három tényező segítségével értelmeztük: a szavazási szándék, az elmúlt 12 év kormányzati teljesítményével való elégedettség és az ideológiai önbesorolás alapján (6. melléklet). A halmazokkal történő szemléltetést azért tartjuk célszerűnek, mert így „hagymaszerűen” – rétegesen – ábrázolhatók a táborok a támogatás mértéke és a csoport mérete alapján. Az ismertetett eredmények értelmében azt mondhatjuk, hogy a szavazási szándék, az ideológiai önbesorolás (jobb- és baloldal) és az elmúlt 12 év kormányzásával való elégedettség miatt az *aktív Fidesz-szavazó* klaszter a legelkötelezettebb, és őket követi a *passzív Fidesz-szavazó*, a *vezértéma támogató* és a *háborús szegmens*.

1. ábra

**Klaszterek a Fidesz-szavazók körében**



Forrás: saját szerkesztés

A következőkben bemutatjuk az ellenzéki összefogás táborán belül végzett klaszterelemzésünket és az így azonosított szegmenseket. Az ellenzéki összefogás szavazói között három klasztert tudtunk létrehozni a napirendi témák fontosságának észlelése alapján, az *aktív ellenzéki*, a *passzív Fidesz-elutasítót* és a *nyugatos-progresszív szegmenst* (7. melléklet).

- Az *aktív ellenzéki szavazók* (77%) hasonlóan reagálnak a napirendi témák észlelésére, mint az *aktív Fidesz-szavazók*, ami azt jelenti, hogy minden ellenzéki ügyet fontosnak tartanak, míg a kormánypártiakat nem tartják fontosnak (gyermekvédelmi népszava-

zás átlaga: 1,07; árrögzítés átlaga: 2,31; határkerítés átlaga: 2,7). Ez alól valamennyire kivételt képez a családtámogatások témája, amit közepesen fontosnak tartanak (családtámogatási intézkedések átlaga: 3,02). Megemlíthető, hogy a háborút és gazdasági következményeit ők is fontosnak ítélik. A többi ellenzéki klaszterhez képest a baloldali identitásuk aránya alacsonyabb és a centristák aránya magasabb (71% baloldali, 12% centrista). A biztos szavazók aránya 97% és 99%-uk elégedetlen az elmúlt 12 év kormányzásával.

- A *passzív Fidesz-elutasítók* (18%) fő jellemzője, hogy se az ellenzéki, se a kormánypárti témákat nem tartják fontosnak, emiatt azt mondhatjuk, hogy a kiábrándultság, a fásultság jellemzi a szegmenst. 81%-uk baloldali identitásúnak vallja magát, 95%-uk biztos szavazónak és 97%-uk elégedetlen az elmúlt 12 évvel. Kutatásunk egyik legérdekesebb szegmensének nevezhetjük őket, mivel azt láthatjuk, hogy nem azonosultak az ellenzéki ügyekkel, mégis biztos ellenzéki szavazóknak tarthatjuk őket. Ebből azt feltételezhetjük, hogy az ellenzéki összefogás nem tudta igazán megszólítani ezt a szegmenst, és az Orbán-kormány iránti negatív attitűd miatt szavaznak elsősorban rájuk. Demográfiai jellemzőik alapján azt láthatjuk, hogy 71%-uk vidéki városban (nem megyeszékhely) és faluban él (többi klaszter átlaga 65%), illetve a 29-39 év közöttiek felülreprezentáltak körükben (arányuk 21%, többi klaszter átlaga: 14%).
- A *nyugatos-progresszív* klaszter (5,5%) a Gyermekvédelmi népszavazásnak tulajdonít elsődleges fontosságot (4,6), és emellett a háború kérdésének (4,2), míg a többi ügy iránt közömbös. Ha mélyebben megvizsgáljuk az okokat, akkor azt látjuk, hogy 80%-uk egyetért azzal, hogy a homoszexuális párokat ugyanazon jogok illessék meg, mint a heteroszexuális párokat. 90%-uk szerint Magyarországnak az Európai Unió és a NATO leghűségesebb tagjának kell lennie. Ez alapján azt mondhatjuk, hogy e szegmensnek a progresszív értékek és a nyugati orientáció a legfontosabb igénye, így szavazói magatartásukat ezen szempontok befolyásolják a leginkább. 69%-uk nő (átlag: 52%) és 46%-uk (átlag: 15%) 29 év alatti, így a fiatal nők felülreprezentáltak körükben. Ez a leginkább baloldali identitású szegmens 82%-kal, 87%-uk biztos szavazó és 93%-uk elégedetlen az elmúlt 12 év kormányzati teljesítményével.

Az eredményeket értelmezve azt láthatjuk, hogy az ellenzéki szavazók 77%-a kimondottan elkötelezett szavazó, akik nyitottak az ellenzéki témákra, és megtanulták, hogy mit tartanak fontosnak, illetve mit ne (akárcsak az *aktív Fidesz-szavazók*). Azonban érdekes, hogy egy jelentős, 18%-os szegmens – a kormánypárti klaszterekkel ellentétben – kiábrándultnak nevezhető, és még az ellenzéki témákat sem tartja a sajátjának. Ők a *passzív Fidesz-elutasítók*, akiket a témákkal nem sikerült megszólítani az ellenzéki pártoknak, de annyira ellenzik a kormánypárt politikáját, hogy a legesélyesebb kihívóra szavaznak. Emellett

találhatunk egy *nyugatos-progresszív* szegmenst, akik esetében az ügypreferencia alapján való szavazás felértékelődik, mivel az LMBTQ-jogokat kiemelt fontosságúnak tartják. Ha elköteleződés alapján (szavazási szándék, ideológiai önbesorolás, elmúlt 12 év kormányzati teljesítménnyel való elégedettség) szeretnénk ábrázolni ezt a tábort, akkor azt mondhatjuk, hogy az aktív ellenzéki szavazók a legelkötelezettebbek, őket követik a *passzív Fidesz-elutasítók*, majd a *nyugatos-progresszívek* (2. ábra).

2. ábra

**Klaszterek az ellenzéki összefogás szavazóinak körében**



Forrás: saját szerkesztés

**Következtetések**

Kutatási kérdésünkre – *Milyen szavazói csoportokat tudunk azonosítani a politikai termékek és napirendi témák fontosságának választói észlelése alapján a 2022-es országgyűlési választáson?* – választ keresve, először bemutattuk a politikai csere és a napirendelmélet kapcsolatát, majd az empirikus kutatásunk során alkalmazott nyitott kérdések tartalomelemzését, a kereszttábla-elemzést, illetve a klaszterelemzésünket. Ezen eredmények alapján kérdésünkre a politikai termékek két szintjén válaszolunk. Először az ajánlatok szintjén – vagyis a politikai termékek magja, eszenciája felől – tártuk fel a választók preferenciáit, majd a napirendi témák fontosságának észlelése révén, így következtetéseinket is e két dimenzióban mutatjuk be.

A politikai ajánlatok feltárására és azonosítására nyitott kérdést alkalmaztunk, mivel így a válaszadók az elérhetőségi heurisztika és a nyelvi keretezés segítségével megmutathatják az ajánlatkonstrukcióikat. A politikai táborok tagjainak említései között minimális átfedéseket találtunk, amiből arra következtethetünk, hogy más ügyeket tartanak fontosnak a választásuk szempontjából, és ezek általában a preferált jelöltjük témái, ami jól szemlélteti az ügybirtoklás jelenségének fontosságát. Az eredményekből arra a következtetésre juthatunk, hogy a kormánypárti szavazókat inkább a status quo megőrzése motiválta, így

a biztonság, a stabilitás és a rend iránti igényt figyelhetjük meg válaszaikban, ami szorosan összefügg a fizikai és anyagi biztonsággal. Az ellenzéki szavazók esetében inkább a személyes jólétüket közvetlenül kevésbé érintő, ideologikus-posztmateriális ügyekkel találkozhatunk, mint a korrupció, a demokrácia és a kelet-nyugat külpolitikai orientáció kérdése.

A napirendi témákat a politikai termékek felszíni jelenségeinek tekintjük, amelyek révén a választók megismerik és megértik az ajánlatokat. Ahogy a napirendi témák fontossága és a pártpreferencia kapcsolatának vizsgálatánál láttuk mintánk polarizált, de konszenzusos témának nevezhetjük az orosz-ukrán háborút, megosztó, identitásépítésre alkalmas ügynek a gyermekvédelmi népszavazást, illetve az euró bevezetését. Török (2005) kategóriái alapján azt mondhatjuk, hogy az ügyek többsége pozicionáló („positional issue”) és a háború témája az egyetlen, amit konszenzusosnak („valance issue”) nevezhetünk. A klaszterelemzés eredményeképpen azt mondhatjuk, hogy különböző szavazói csoportok, különböző ügyeket tartottak fontosnak a választáson. Ez nem egy magától értetődő kijelentés, főleg annak fényében nem, hogy a szavazó táborokon belül is el tudunk különíteni egymástól szegmenseket az egyes napirendi témáknak tulajdonított fontosság alapján. A klaszterelemzés révén négy kormánypárti és három ellenzéki szegmenst azonosítottunk, akiknek az elköteleződése közötti különbségeket hagymaszerűen – rétegekre osztva – illusztráltuk. Mindkét táborban – valószínűleg a mintavétel jellegéből adódóan – a legnagyobb arányban az aktív szavazókat találhatjuk (41% *aktív Fidesz-szavazó*; 77% *aktív ellenzéki szavazó*), akik esetében azt feltételezhetjük, hogy megtanulták az értelmezési kereteket, így azon témákat tartják fontosnak, amit a preferált pártjuk is. Azonban mindkét táborban találunk olyan szegmenseket, akik bizonyos témákat kiemelt jelentőségüként kezelnek: a *vezértéma támogatók* három kormánypárti ügyet (családtámogatások, gyermekvédelmi népszavazás, határkerítés), a *nyugatos-progresszívek* egy kormánypártit és egy semleges témát tartanak fontosnak, a háborús szegmens pedig csak a háború kérdését. Az ellenzéken belül találhatunk egy szegmenst, akiket kiábrándultaknak is nevezhetünk, mivel még az ellenzéki témákat sem tartják fontosnak. Az ő esetükben tehát az ügyek negligálását látjuk, ami arra enged minket következtetni, hogy preferenciáikat egyik politikai erő sem volt képes kiszolgálni. E klaszterek alapján azt mondhatjuk, hogy az ügyalapú szavazásnak (issue-voting) volt szerepe a 2022-es választáson, és az egyes témák segítettek a szavazatszám növelésében.

Kutatásunk fő korlátja, hogy e módszertan alapján nem tudjuk megállapítani, hogy az ügyek okként jelennek meg, vagy a pártos érvelés megnyilvánulását látjuk, melyben a témák önmegerősítő, figyelmet irányító, racionalizáló szerepet töltenek be. Ezek alapján két jövőbeni kutatási irányt tudunk felrajzolni. Egyrészt érdemesnek tartjuk a módszertan folytatását személyes vagy telefonos megkérdezés révén történő mintavétellel, ahol a közösségi média már említett torzító tényezőit könnyebben elkerülhetjük, így általánosításra alkalmasabb eredményeket kaphatunk.



Másrészt a klaszterelemzéssel a táborokon belüli különbségekre fókuszáltunk, nem pedig a táborokon belül, az elkötelezett szavazók között meglévő kapcsolatokra, közösségformáló erőkre, „kötőanyagokra”. Emiatt a jövőben fontosnak tarjuk a törzsi marketing, a populizmus és az identitáspolitikai irodalmára alapozott feltáró kutatások végzését kvalitatív módszerek segítségével.

## Felhasznált irodalom

- Abramowitz A., I. (2010). *The Disappearing Center: Engaged Citizens, Polarization, and American Democracy*. Yale University Press.
- Bajomi-Lázár P. (2017). Manipulál-e a média? *Média-kutató*, 18(4), 61-79. [https://mediakutato.hu/cikk/2006\\_02\\_nyar/04\\_manipulal-e\\_a\\_media/](https://mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/04_manipulal-e_a_media/)
- Bolsen, T., Druckman, J.N. & Cook, F.L. (2014). The influence of partisan motivated reasoning on public opinion. *Political Behavior*, 36, 235–262. <https://doi.org/10.1007/s11109-013-9238-0>
- Bisgaard, M. (2015). Bias will find a way: economic perceptions, attributions of blame, and partisan-motivated reasoning during crisis. *The Journal of Politics*, 77(3), 849-860. <https://doi.org/10.1086/681591>
- Butler, P., & Harris, P. (2012). Considerations on the evolution of political marketing theory. *Journal of Political Marketing*, 9(2), 149-164. <https://doi.org/10.1177/147059310910302>
- Carmines, E.G., & Stimson, J.A. (1980). The two faces of issue voting. *The American Political Science Review*, 74(1), 78-91. <https://doi.org/10.2307/1955648>
- Cohen, B.C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton University Press.
- Dobó R., & Pintér T. (2022). A hagyományos demográfiai alapú választói klaszterezés alternatív megközelítése: a kommunikációs csatorna-hitelességben rejlő lehetőségek. *Statistikai Szemle*, 100(12), 1149 – 1172. <https://doi.org/10.20311/stat2022.12.hu1149>
- Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135-150. <https://doi.org/10.1086/257897>
- Farkas E. (2021). Közpolitikai témák szerepe a pártválasztásban kampány előtt és után – Egy longitudinális megközelítés eredményei. *Politikatudományi Szemle*, 30(2), 7-24. <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2021.2.7>
- Filho, D.B.F., da Rocha, E.C., da Silva Junior, J.A., Paranhos, R., da Silva, M.B., & Duarte, B.S.F. (2014). Cluster analysis for political scientists. *Applied Mathematics*, 5, 2408-2415. <http://dx.doi.org/10.4236/am.2014.515232>
- Fiorina, M.P. (1981). Economic retrospective voting in American national elections: A micro-analysis. *American Journal of Political Science*, 22(2) 426-443. <https://doi.org/10.2307/2149903>
- Henneberg, S.C., & O’Shaughnessy, N. (2007). Theory and concept development in political marketing: issues and an agenda. *Journal of Political Marketing*, 6(2/3), 5-32. [https://doi.org/10.1300/J199v06n02\\_02](https://doi.org/10.1300/J199v06n02_02)
- Hetesi E., & Veres Z. (2013). *Nonbusiness marketing*. Akadémiai Kiadó.
- Honti T. (2022). Világok harca: Fókuszcsoporthoz kutatás az előválasztáson részt vevő miniszterelnök-jelöltek imázsáról a fiatalok körében. *Vezetéstudomány*, 53(6), 26-39. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.06.03>
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization*. Princeton University Press.
- Iyengar S. (1996). Framing responsibility for political issues. the annals of the American Academy of Political and Social Science. *The Media and Politics*, 54(6), 59-70. <https://doi.org/10.1177/0002716296546001006>
- Janky B. (2020). Elit diskurzus, politikai identitás és polarizáció Magyarországon. In Kolosi T., Szelényi I., & Tóth I.Gy. (Eds.), *Társadalmi Riport 2020* (pp. 462-477). TÁRKI. [https://www.tarki.hu/sites/default/files/2020-10/462\\_477\\_Janky\\_web.pdf](https://www.tarki.hu/sites/default/files/2020-10/462_477_Janky_web.pdf)
- Józsa L. (2004). Marketing a politikában. In Dinya L., Farkas F., & Hetesi E. (Eds.), *Nonbusiness marketing és menedzsment* (pp. 109-115). Akadémiai Kiadó.
- Kahneman, D. (2013). *Gyors és lassú gondolkodás*. HVG Kiadó Zrt.
- Karácsony G., & Róna D. (2010). A JOBBIK titka – A szélsőjobb magyarországi megerősödésének lehetséges okairól. *Politikatudományi Szemle*, 19(1), 31–63. [http://real.mtak.hu/112136/1/2010\\_1\\_karacsony.pdf](http://real.mtak.hu/112136/1/2010_1_karacsony.pdf)
- Kiss B. (2000) Álláspontok a marketing politikára való alkalmazhatóságáról. *Politikatudományi Szemle*, 8(3), 76-90.
- Kiss B. (2020). *A szavakon túl*. L’Harmattan Kiadó.
- Kotler, P. & Levy, S.J. (1969). Broadening the concept of marketing. *Journal of Marketing*, 33(1), 10-15. <https://doi.org/10.2307/1248740>
- Kotler, P. (1998). A generic concept of marketing. *Journal of Marketing*, 36(2), 46-54. <https://doi.org/10.1177/002224297203600209>
- Körösényi A. (2012). Monopolista verseny, árverés és felhatalmazás: Politikai vezetés és politikai piac, schumpeteri nézőpont. *Politikatudományi Szemle*, 21(2), 7-23. [https://epa.oszk.hu/02500/02565/00070/pdf/EPA02565\\_poltud\\_szemle\\_2012\\_2\\_007-026.pdf](https://epa.oszk.hu/02500/02565/00070/pdf/EPA02565_poltud_szemle_2012_2_007-026.pdf)
- Körösényi A. (2019). *Manipuláció és demokrácia*. Gondolat Kiadó.
- Letenyei L., Hoffer Á., & Horzsa G. (2017). Értelmezési problémák egy mai magyar politikai kérdőívvezés kapcsán, rugalmas kérdőívvel – Apolitikus módszertani írás. *Vezetéstudomány*, 48(12), 3-13. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.12.01>
- Lewis-Beck, M.S., & Stegmaier, M. (2019). Economic voting. In Congleton, R., Grofman, N., & Voigt, S. (Eds.), *The Oxford Handbook of Public Choice* (pp. 247-265). Oxford University Press.
- Look, A., & Harris, P. (1996). Political marketing – Vive la différence. *European Journal of Marketing*, 10(10), 21-31. <http://dx.doi.org/10.1108/03090569610149764>

- Mazzoleni, G. (2002). *Politikai kommunikáció*. Osiris Kiadó.
- McCombs, M., & Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Merkovity N. (2008). Politikai kommunikáció és politikai marketing. *Politikatudományi Szemle*, 17(4), 77-102. [https://epa.oszk.hu/02500/02565/00056/pdf/EPA02565\\_poltud\\_szemle\\_2008\\_4\\_078-100.pdf](https://epa.oszk.hu/02500/02565/00056/pdf/EPA02565_poltud_szemle_2008_4_078-100.pdf)
- Merkovity N. (2018). *A figyelemalapú politika a közösségi média korában: a politikai kommunikáció lehetséges értelmezése napjainkban*. Médiatudományi Intézet.
- Newman, B.I. (2000b). *Politikai marketing, mint kampánystratégia*. Bagolyvár Könyvkiadó.
- Orosdy B. (2007). A politikai marketing rendszere. *Marketing & Menedzsment*, 41(4-5) 15-23. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1293>
- Orosdy B. (2010). Politikai marketing, árpolitika, korrupció. *Marketing & Menedzsment*, 44(4), 4-10. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/420>
- Petrocik, J.R. (1996). Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study. *American Journal of Political Science*, 40(3), 825-850. <https://doi.org/10.2307/2111797>
- Riker, W.H., & Ordeshook, P.C. (1968). A theory of the calculus of voting. *The American Political Science Review*, 62(1), 25-42. <https://doi.org/10.2307/1953324>
- Rekettye G., Töröcsik M., & Hetesi E. (2019). *Bevezetés a marketingbe*. Akadémiai Kiadó.
- Róna D., Galgóczi E., Pétervári J., Szeitl B., & Túry M. (2020). *A Fidesz-titok. Gazdasági szavazás Magyarországon*. 21 Kutatóközpont.
- Rudas T. (2006). *Közvélemény-kutatás – Értelmezés és kritika*. Corvina Kiadó.
- Savigny, H. (2004). Political marketing: A rational choice. *Journal of Political Marketing*, 3(1), 21-35. [https://doi.org/10.1300/J199v03n01\\_02](https://doi.org/10.1300/J199v03n01_02)
- Scammel, M. (2015). Politics and image: the conceptual value of branding. *Journal of Political Marketing*, 14(1-2), 2-19. <https://doi.org/10.1080/15377857.2014.990829>
- Scheufele, D.A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 3(2-3), 297-316. [https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323\\_07](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07)
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Urwin.
- Sears, D.O., & Lau, R.R. (1983). Inducing apparently self-interested political preferences. *American Journal of Political Science*, 27(2), 223-252. <https://doi.org/10.2307/2111016>
- Simon J. (2006). A klaszterelemzés alkalmazási lehetőségei a marketingkutatásban. *Szociológiai Szemle*, 84(7), 627-651. [https://www.ksh.hu/statszemle\\_archive/2006/2006\\_07/2006\\_07\\_627.pdf](https://www.ksh.hu/statszemle_archive/2006/2006_07/2006_07_627.pdf)
- Szabó M. (2012). Közpolitikai diskurzuselemzés. *Politikatudományi Szemle*, 21(3), 7-31. [https://politikatudomany.tk.hu/uploads/files/archived/971\\_1347612216.pdf](https://politikatudomany.tk.hu/uploads/files/archived/971_1347612216.pdf)
- Szabó M. (2016). *Diszkurzív politikatudomány – Bevezetés a politika interpretatív szemléletébe és kutatásába*. Osiris Kiadó.
- Tóth Cs. (2011). *Marketingorientáció, pártrendszer és az MSZP támogatottságának összeomlása* (PhD-értekezés). ELTE Állam – és Jogtudományi Kar Politikatudományi Doktori Iskola, Budapest. [https://edit.elte.hu/xmlui/bitstream/handle/10831/45037/Kd\\_12244.pdf](https://edit.elte.hu/xmlui/bitstream/handle/10831/45037/Kd_12244.pdf)
- Török G. (2002). A média és a politikai napirend. *Marketing & Menedzsment*, 36(1), 12-16. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1599>
- Török G. (2005). *A politikai napirend*. Akadémiai Kiadó.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: a heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207-232. [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(73\)90033-9](https://doi.org/10.1016/0010-0285(73)90033-9)
- Vida Gy., & Kovács Z. (2017). Magyarország átalakuló választási földrajza a 2010-es és a 2014-es parlamenti választások tükrében. *Földrajzi Közlemények*, 141(2), 125-138. <https://core.ac.uk/download/pdf/141657937.pdf>
- Vida Gy., & Kovalcsik T. (2018). Magyarország választási földrajzi sajátosságai a 2014-es és a 2018-as parlamenti választások tükrében. *Modern Geográfia*, 13(4), 15-30. <http://real.mtak.hu/136334/>
- Walgrave, S., Tresch, A., & Lefevere, J. (2015). The conceptualisation and measurement of issue ownership. *West European Politics*, 38(4), 778-796. <https://doi.org/10.1080/01402382.2015.1039381>
- Wring, D. (1997). Reconciling marketing with political science: theories of political marketing. *Journal of Marketing Management*, 13(7), 651-663. <https://doi.org/10.1080/0267257X.1997.9964502>
- Zaller, J. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511818691>

Mellékletek

1. melléklet

A tervezett kvóták és a létrejött minta összevetése

Minta összetétele (n=2000)				Tervezett kvóták (n=2000)			
Korcsoportok	Férfi	Nő	Végösszeg	Korcsoport	Férfi	Nő	Összesen
<b>Főváros</b>				<b>Főváros</b>			
20 – 29	22	22	44	20 – 29	22	22	44
30 – 39	31	34	65	30 – 39	31	34	65
40 – 49	23	27	50	40 – 49	23	27	50
50 – 59	25	32	57	50 – 59	25	32	57
60 – 69	23	40	63	60 – 69	23	34	57
70 -	21	34	55	70 -	21	40	60
<b>Összesen</b>	<b>145</b>	<b>189</b>	<b>334</b>	<b>Összesen</b>	<b>146</b>	<b>188</b>	<b>334</b>
<b>Megyeszékhely</b>				<b>Megyeszékhely</b>			
20 – 29	23	28	51	20 – 29	23	22	44
30 – 39	32	28	60	30 – 39	32	34	66
40 – 49	27	31	58	40 – 49	27	31	58
50 – 59	30	37	67	50 – 59	30	37	67
60 – 69	24	36	60	60 – 69	24	33	57
70 -	19	33	52	70 -	19	36	55
<b>Összesen</b>	<b>155</b>	<b>193</b>	<b>348</b>	<b>Összesen</b>	<b>154</b>	<b>193</b>	<b>347</b>
<b>Egyéb város</b>				<b>Egyéb város</b>			
20 – 29	48	58	106	20 – 29	48	44	93
30 – 39	71	46	117	30 – 39	65	66	131
40 – 49	58	51	109	40 – 49	58	61	119
50 – 59	64	93	157	50 – 59	64	73	137
60 – 69	49	77	126	60 – 69	49	62	112
70 -	37	58	95	70 -	37	69	106
<b>Összesen</b>	<b>327</b>	<b>383</b>	<b>710</b>	<b>Összesen</b>	<b>321</b>	<b>375</b>	<b>697</b>
<b>Falu</b>				<b>Falu</b>			
20 – 29	68	46	114	20 – 29	46	40	86
30 – 39	34	26	60	30 – 39	56	54	110
40 – 49	51	46	97	40 – 49	56	54	110
50 – 59	57	62	119	50 – 59	61	62	124
60 – 69	73	75	148	60 – 69	43	52	95
70 -	45	25	70	70 -	33	65	98
<b>Összesen</b>	<b>328</b>	<b>280</b>	<b>608</b>	<b>Összesen</b>	<b>294</b>	<b>328</b>	<b>623</b>
<b>Végösszeg</b>	<b>955</b>	<b>1045</b>	<b>2000</b>	<b>Végösszeg</b>	<b>916</b>	<b>1084</b>	<b>2000</b>

Forrás: saját szerkesztés

2. melléklet

A kódolás folyamatának bemutatása példák segítségével

Idézet	1. kör	2. kör	3. kör	4. kör
„Erkölcs”	kormánypárti szavazók	0	0	0
„Biztonság, hazaszeretet, jólét”	kormánypárti szavazók	1	Biztonság	Stabilitás
„Tovább vinni a családi kedvezményeket”	kormánypárti szavazók	1	Családtámogatás	Családtámogatás
„Háború elkerülése. Családok támogatása”	kormánypárti szavazók	1	Háború	Béke
„Orbán Putyin utolsó csatlósa”	ellenzéki szavazók	1	Háború	Kelet – nyugat orientáció
„Korrupcióellenesség, elszámoltatás”	ellenzéki szavazók	1	Korrupció	Korrupció
„Jogbiztonság, demokrácia, korrupció”	ellenzéki szavazók	1	Jogállam	Demokrácia

Forrás: saját szerkesztés

Megkérdésben megjelenő napirendi témák

Napirendi téma	Témabirtokló
Árrögzítés: Magyarország kormánya fenntartja a rezsicsökkentést, bevezeti a kamatstopot, rögzíti az üzemanyagok árát. Mindezek mellett három hónapra árstopot vezet be egyes alapvető élelmiszerek esetében.	Kormánypárti
Gyermekvédelmi népszavazás az LMBTQ-propagandával kapcsolatban.	Kormánypárti
A magyar kormány családpolitikai intézkedései: CSOK, SZJA-visszatérítés a gyermeket nevelő családoknak, babaváró támogatás, otthonfelújítási támogatás, babakötvény.	Kormánypárti
Határkerítés a bevándorlás megállítása érdekében.	Kormánypárti
Az euró bevezetése.	Ellenzéki
A korrupt politikusok elszámoltatása és felelősségre vonása.	Ellenzéki
Önálló egészségügyi és oktatási minisztérium létrehozása.	Ellenzéki
Orosz-ukrán háború.	Egyéb
Orosz-ukrán háború gazdasági következményei.	Egyéb

Forrás: saját szerkesztés

Napirendi témák fontosságának észlelése és a jelöltpreferencia közötti kapcsolat

Témabirtokos	Napirendi téma	Kapcsolaterősség (Cramer együttható)
Kormánypárti	Gyermekvédelmi népszavazás az LMBTQ-propagandával kapcsolatban.	0,81
Ellenzéki	Az euró bevezetése.	0,654
Kormánypárti	Árrögzítés: Magyarország kormánya fenntartja a rezsicsökkentést, bevezeti a kamatstopot, rögzíti az üzemanyagok árát. Mindezek mellett három hónapra árstopot vezet be egyes alapvető élelmiszerek esetében.	0,503
Kormánypárti	Határkerítés a bevándorlás megállítása érdekében.	0,398
Ellenzéki	Önálló egészségügyi és oktatási minisztérium létrehozása.	0,391
Kormánypárti	A magyar kormány családpolitikai intézkedései: CSOK, SZJA-visszatérítés a gyermeket nevelő családoknak, babaváró támogatás, otthonfelújítási támogatás, babakötvény.	0,299
Ellenzéki	A korrupt politikusok elszámoltatása és felelősségre vonása.	0,276
Külső adottság	Orosz-ukrán háború.	0,1
Külső adottság	Orosz-ukrán háború gazdasági következményei.	0,08

Forrás: saját szerkesztés

Fidesz szavazói klaszterek

Napirendi témák Priming átlaga		Aktív Fidesz klaszter	Vezértéma azonosuló klaszter	Passzív Fidesz klaszter	Háborús klaszter	Minden Fidesz-szavazó
		Priming átlaga	Priming átlaga	Priming átlaga	Priming átlaga	
Külső adottság	Orosz-ukrán háború	4,8	–	4,72	4,29	4,42
	Orosz-ukrán háború gazdasági következményei	4,78	–	4,86	4,45	4,56
Kormánypárti témák	Árrögzítések	4,78	–	4,62	–	4,47
	Gyermekvédelmi népszavazás	4,84	4,57	4,77	–	4,4
	A magyar kormány családpolitikai intézkedései	4,83	4,48	5	–	4,7
	Határkerítés a bevándorlás ellen	4,94	4,62	4,88	–	4,66
Ellenzéki összefogás témái	Önálló egészségügyi és oktatási minisztérium	–	2,99	4	–	3,35
	Az euró bevezetése	1,47	2,1	3,33	–	2,24
	Korrupció és felelősségre vonás	–	–	4,65	–	3,96
Kitöltők száma		193	69	123	83	468
<b>Arányuk a Fidesz-szavazók között</b>		<b>41%</b>	<b>15%</b>	<b>26%</b>	18%	100%

Forrás: saját szerkesztés

Klasztereken belüli arányok az elköteleződés dimenziói szerint

Elköteleződés dimenziói/ klaszter	Szavazási szándék	Kormányzati teljesítménnyel való elégedettség	Ideológiai önbesorolás
Aktív Fideszes klaszter	97%-a kormánypártra	96%-a elégedett	94%-a jobboldali
Vezértéma azonosuló klaszter	97%-a kormánypártra	93%-elégedett	90%-a jobboldali
Passzív Fideszes klaszter	94%-a kormánypártra	81%-a elégedett	88%-a jobboldali
Háborús klaszter	88%-a kormánypártra	80%-a elégedett	78%-a jobboldali
Aktív ellenzéki	97%-a ellenzékre	99%-a elégedettlen	71%-a baloldali
Passzív Fidesz-elutasító	95%-a ellenzékre	91%-a elégedettlen	81%-a baloldali
Nyugatos-progresszív	93%-a ellenzékre	97%-a elégedettlen	82%-a baloldali

Forrás: saját szerkesztés

Ellenzéki összefogás szavazók klaszterei

Napirendi témák Priming átlaga		Aktív ellenzéki	Passzív Fidesz- elutasító	Nyugatos- progresszív	Minden ellenzéki szavazó
		Priming átlaga	Priming átlaga	Priming átlaga	
Semleges témák	Orosz-ukrán háború	4,17	–	4,21	3,92
	Orosz-ukrán háború gazdasági következményei	4,5	–	–	4,32
Kormánypárti témák	Árrögzítések	2,31	1,83	–	2,28
	Gyermekvédelmi népszavazás	1,07	1,14	–	1,28
	A magyar kormány családpolitikai intézkedései	3,02	–	4,63	2,94
	Határkerítés a bevándorlás ellen	2,7	2,19	–	2,63
Ellenzéki összefogás témái	Önálló egészségügyi és oktatási minisztérium	4,91	–	–	4,76
	Az euró bevezetése	4,63	–	–	4,59
	Korrupció és felelősségre vonás	5	–	–	4,93
Klaszter elemszáma		975	226	70	1271
<b>Arányuk a Fidesz-szavazók között</b>		<b>76,7%</b>	<b>17,8%</b>	<b>5,5%</b>	<b>100%</b>

Forrás: saját szerkesztés