

TÖRÖK GÁBOR

Hatásvadászat

Választási kampány a médiában

Az alábbi írás a 2002-es áprilisi parlamenti választásokat megelőző politikai kampányban a politika és a média kapcsolatát vizsgálja. Nem a kampány történetének és jellemzőinek, de nem is a magyar média állapotának leírása és elemzése az elsődleges célja; egyszerűen csak arra a kérdésre keresi a választ, hogy vajon milyennek *látszott* a választási kampány a médiában. A munka csak érintőlegesen foglalkozik olyan fontos, de a munka leíró és magyarázó jellegétől hitvallásom szerint távol álló kérdésekkel, hogy vajon betöltötte-e a feladatát a sajtó a kampányban, vagy mennyiben érvényesültek „torzító”, „manipulatív” szándékok. Miután elsősorban arra vagyok kíváncsi, hogy a választópolgárok a médián keresztül milyen képet kaptak a kampányról, azaz a politika hogyan mutatta meg önmagát¹, nem foglalkozom például azzal a szintén rendkívül jelentős kérdéssel sem, hogy a média struktúrája lehetővé tette-e a fair versenyt a felek között.

Ezen szűkítéseket figyelembe véve írásomban arra vállalkozom, hogy a kampány értékelése során az elemzők által megfogalmazott néhány toposzt² szembesítsem a mérhető adatokkal, azaz – talán kissé bátran megfogalmazva – a tényekkel. Három gyakran elhangzott kijelentést vizsgálok meg: 1. A kampány egészére jellemző volt a témahiány, a médiában az embereket érdeklő témák alig-alig jelentek meg; 2. A politikai szereplők gyakran éltek a negatív kampány eszközeivel, mind az MSZP, mind a Fidesz-MPP akkor volt sikeres, amikor az ellenfelét igyekezett támadni; 3. Az MSZP győzelme elsősorban az utolsó két hétben napirenden lévő témáknak volt köszönhető.

A munka során alapvetően támaszkodom a politikai napirendkutatás korábban kidolgozott fogalmaira és módszereire³, valamint a kutatás során 2002-ben kapott eredményekre⁴. A kampányt 2002. január 1-jétől a választások második fordulójáig, 2002. április 21-ig – azaz 16 héten keresztül – vizsgálom. Média fogalmán – ahogy ez a korábbi napirendelemzések módszer-tani leírásánál is szerepel – a legfontosabb írott és elektronikus sajtótermékeket értem, azaz az empirikus adatok esetén – elsősorban kutatási kapacitáshiány miatt – figyelmen kívül hagyom az egyébként jelentős befolyásoló erővel bíró megyei napilapokat.

AZ ELSŐ TOPOSZ:

A kampány egészére jellemző volt a témahiány, a médiában az embereket érdeklő témák alig-alig jelentek meg.

Az első állítás kapcsán rögtön leszögezhető: valóban egyik jellemző sajátossága a 2002-es választási kampánynak – mint minden kampánynak – az, hogy milyen témák álltak a viták középpontjában. De milyen is volt ez a kampány? Témaszegény és köldöknéző? – mint ahogy ezt több elemző állította. Ha az embereket nem vagy alig érdeklő témák kerültek elő, miért lett mégis kiugróan magas a választási részvétel?

A kampány vezető témáinak áttekintése során feltűnő, hogy az output jellegű, azaz a politika akaratát, célját a társadalom felé továbbító ügy – különösen a kampány hajrájában – nagyon kevés akadt. A választási kampány elsősorban pártpolitikai jellegű vitákat emelt napirendre, a médiában zajló politikai csatározások leginkább magukról a pártokról és egymáshoz való viszonyukról szóltak – mint például a „vita vitájaként” elhíresült többfelvonásos kommunikációs csetepaté⁵ –, és csak elvétve olyan témákról, amelyek a választók hétköznapjait közvetlenül befolyásolják.

A helyzet leírása tehát – amint azt alább konkrét adatokkal is igazolom – alapvetően elfogadható. Sokkal kevésbé merném azonban azt állítani, hogy a pártpolitikai jellegű viták előtérbe kerülése ellentétes lenne a közönség igényeivel. Közvéleménykutatási adatok hiányában csak feltételezésként tudom megfogalmazni azt, hogy véleményem szerint nem hogy nem ellentétes az átlagos médiafogyasztó igényeivel az ilyen témák találása, hanem éppen annak kielégítését szolgálják. Szakpolitikai viták, például az adókról, az úthálózatról, a környezet állapotáról csak egy jól meghatározott szavazói csoportot, a racionálisnak nevezett választói kört érdekelnek⁶. A szavazók/nézők többsége azonban a modern „médiademokrácia” sajátosságainak megfelelően a politikát is szórakoztató műfajként szereti fogyasztani:

azaz drámákra, leginkább kétszereplős párharcokra kíváncsi. Nem igaz tehát, hogy a kampányban az embereket valóban „érdeklő” témák nem kerültek napirendre, legfeljebb annyit mondhatunk, hogy az embereket valóban „érintő” témák a kampány éleződésével egyre inkább elkerülték a vezető híreket.

Tekintsük át röviden, hogy a kampány heteiben milyen politikai vitatémák szerepeltek a címlapokon, s ezekben az egyes politikai erők hogyan szerepeltek.

Az 1. héten mindössze hét téma akadt a politikai napirenden, ám ezek közül a hét vezető témája, a karácsony előtt kötött magyar-román megállapodás⁷ körüli vita öt napig a híradások élén szerepelt. Nagyon ritkán fordul elő, hogy egy politikai esemény kapcsán kiobbant vita az esemény utáni harmadik héten is – leszámítva az ünnepnapokat – mindennap a vezető hírekbe kerüljön. Az egyezmény értelmezése körüli kommunikációs csatában elsősorban a kormányt támadó érvek domináltak, ám a Fidesz-kommunikációnak és határon túli magyar szervezeteknek köszönhetően a megállapodás pozitív értelmezése is napirendre került. A téma kivételt képezett a kampány pártpolitikai vitái sorában, hiszen elsősorban output jellegűnek számított.

A 2. héten tovább folytatódott a kedvezménytörvény és a magyar-román megállapodás körüli politikai vita. A téma ekkor már negyedik hete uralta a napirendet. A hét másik jelentős témája egyértelműen az MSZP megváltozott, eredményesebb kommunikációjára utalt: Medgyessy Péter három nap is a vezető hírek közé emelte a programját bemutató rendezvényeket. Ezen a héten tehát mindkét vezető téma az „embereket érintő” kategóriába tartozott.

A 3. héten – ekkor már ötödik hete – ismét a kedvezménytörvény és a magyar-román megállapodás körüli politikai vita volt a leghosszabb ideig napirenden maradó téma. Ám ezúttal csak a hét első három napján került a vezető hírekbe, ezt követően lekerült a napirendről. A választási kampány nyitányaként is felfogható, hogy a héten egyrészt jelentős számú negatív megszólalás akadt („negatív kampány”), másrészt az azonosított 12 téma közül hat valamilyen politikai rendezvényhez kapcsolódott.

A 4. héten nem akadt egyetlen domináns téma, ellenben négy ügy is két-két napig maradt napirenden: a Grespik-ügy⁸, az új közvélemény-kutatási eredmények publikálása, Horn Gyula és katolikus egyház vitája⁹ és Orbán Viktor horvátországi látogatása. A héten – elsősorban az egyre gyakoribb kampányrendezvényeknek köszönhetően – meglepően sok pozitív hír akadt. A két legnagyobb párt között kölcsönös vádak két témában, az Orbán-Nastase megállapodás és a Horn-katolikus egyház vita kapcsán hangzottak el a vezető hírekben.

Az 5. hét kommunikációs párharcának vizsgálata ismét bizonyította, hogy megkezdődött a valódi kampány: a legjelentősebb

ügyekben a két legnagyobb párt, a Fidesz és az MSZP összecsapását tapasztaltuk. A kormányzópárt részéről újdonság, hogy a korábbi „no comment” stratégia helyett számos ügyben azonnal reagáltak az ellenzéki pártok felvetésére. A hét legfontosabb témáját az Európai Bizottság hét közben közzétett javaslata¹⁰ jelentette: az ügy öt napon keresztül napirenden maradt, a Fidesz öt, az MSZP pedig három alkalommal is ingerkűszöböt átlépő megszólalással jelentkezett a téma kapcsán.

A 6. hét politikai napirendjén továbbra is elsősorban a „haza és haladás” szimbolikus kérdései, semmint az elosztási, materiális kérdések domináltak. A hét két legfontosabb témája egyrészt a miniszterelnök parlamenti és vigadóbeli értékeléséhez¹¹, másrészt a parlamenti „hazaárulózáshoz”¹² kapcsolódott. A legjelentősebb ügyekben a két legnagyobb párt, a Fidesz és az MSZP kommunikációs párharca folytatódott.

A 7. hét politikai napirendjén két vezető témát regisztráltunk: a miniszterelnök bostoni útját¹³ és a kampány hangneméről szóló politikai vitát¹⁴. Mindkettő három napig volt napirenden, és mindkét téma a Fidesz kezdeményezésére került napirendre, ám egyik sem hozott egyértelmű nyereséget a pártnak. Az elsőben a Fidesz számára pozitív és negatív érvek is felmerültek, míg a másodikban a Fidesz és az MSZP számára – a vádaknak és viszontvádaknak köszönhetően – egyaránt napirendre kerültek hátrányos üzenetek.

A 8. hét politikai napirendjén két vezető téma akadt, mindkettő három-három napig szerepelt a vezető hírekben. A 7. hét után – elsősorban a köztársasági elnöknel tartott megbeszélésnek köszönhetően – továbbra is napirenden maradt a kampány durvaságáról szóló vita, amelyben mindkét nagy párt számára negatív üzenetek kerültek napirendre. A hét második felében új, a Fidesz számára negatív témaként jelentkezett a visegrádi csúcstalálkozó elmaradása¹⁵ kapcsán kialakult polémia. A hét politikai napirendjén 16 ügyet azonosítottunk, s az ingerkűszöböt el nem érő témák száma is szokatlanul magas volt. A kampány jellegét mutatja, hogy a 16 napirendre került téma közül mindössze két output hír akadt. Érdekeség, hogy ezúttal összesen csak két pozitív ügyet találtunk, mindkettő a Fideszhez és Orbán Viktorhoz kapcsolódott (kamattámogatás, Terror Háza¹⁶). Ellenben a 16 ügyből kilenc valamely (vagy akár több) politikai párt számára is hátrányos témaként asszociálódott.

A 9. héten jelentős változást tapasztaltunk a napirend szerkezetében: a Fidesz–MPP ismét domináns szereplővé vált, kezdeményezői uralták a napirendet, miközben az MSZP – a Fideszhez képest – visszaesett. A változás előzményei már a 8. héten is tapasztalhatók voltak, ám még nem ennyire egyértelműen. Ráadásul a hét vezető témája, a már a 8. héten is megjelent vita a Benes-dekrétumok kapcsán az előző héthez képest átér-

telmeződött, s már nem kizárólag a Fidesz számára hátrányos témaként jelent meg a napirenden. A 9. héten háttérbe szorult a negatív kampány, a miniszterelnök brüsszeli kijelentésén¹⁷ kívül nem akadt olyan ügy, amelyben a Fidesz és az MSZP egymást támadva összecsapott volna.

A 10. héten mindössze hét témát azonosítottunk a vezető hírekben. A kevés elemszám nem a politikai témák háttérbe szorulására, hanem a vezető ügyek koncentrációjára utal. A hét két vezető témája – az Orbán–Medgyessy vitáról szóló kommunikációs párharc és a MIÉP második forduló visszalépését bejelentő nyilatkozat¹⁸ körüli vita – négy-négy napig szerepelt a napirenden. A Washington Post cikke¹⁹ két napig maradt a címlapon, míg négy másik téma csak egy napra került oda.

A 11. héten az előző hét két nagy témája közül a tervezett Orbán–Medgyessy-vita kapcsán kialakuló kommunikációs csata folytatódott, négy napon keresztül a vezető hírek között szerepelve; míg a MIÉP felajánlásáról zajló vita mindössze egyetlen alkalommal került ezúttal napirendre. A héten a témák elsősorú többsége szimbolikus jellegű volt, mindössze az olimpiai pályázat kapcsán hangzottak el materiális típusú érvek. Továbbra is megfigyelhető a vitatémák koncentrációja és számuk csökkenése: a héten 12 témát azonosítottunk a napirenden, s mindössze két téma maradt egy napnál tovább a napirenden. Rendkívül érdekes, hogy a március 15-i ünnepek kivételével új téma a héten egyetlen egy sem akadt, a témák többsége korábbi viták folytatásaként került a címlapokra. Mindez vagy a kampánytematizáció korlátaira utalhat, vagy lehet – a „nem kockáztatni” jegyében – tudatos politikai törekvés eredménye.

A 12. héten három kiemelkedő témát azonosítottunk: a miniszterjelöltek vitája kapcsán kialakult kommunikációs csata²⁰ és a Happy End – országimázsztéma²¹ négy-négy, míg a miniszterelnök országjáró kampányáról szóló hírek három nap szerepeltek a vezető hírekben. További két téma két alkalommal került a címlapokra: Bárándy Péter megnevezése²² és a Grespi-ügy. A felsorolásból látszik, hogy – az előző héthez hasonlóan – vadonatúj téma vagy output jellegű vita ezúttal sem került a napirendre. A politikai viták középpontjában továbbra is szimbolikus, pártpolitikai jellegű témák álltak.

A 13. héten – egyetlen kivétellel – a vezető hírekben csak a két nagy párt jelent meg. Az előző héten legtovább napirenden lévő három téma közül a „vita vitája” és a Happy End – Országimázs téma ezúttal két-két napig szerepelt a vezető hírekben, míg a miniszterelnök országjáró kampányáról szóló hírek ezúttal csak egy alkalommal kerültek a napirendre. Új témaként jelentkezett a Kóvér László nevéhez kapcsolódó „kötél-ügy”²³, amely két napon át volt vezető hír.

A választások első fordulója előtti 14. héten két vezető téma akadt: a hét elején a kötélügy, majd a hét második felében a mi-

niszterelnök-jelölti vita három-három napig volt vezető hír. Az utolsó héten minden vita pártpolitikai jellegű volt.

A 15. héten szinte kizárólag az MSZP-ről és a Fideszről szóltak a vezető hírek. A héten azonosított mind a hat téma pártpolitikai jellegű volt, a kis pártok csak a „két nagyhoz” való viszonyuk kapcsán kerülhettek napirendre. A Fidesz két forduló közötti helyzetéről és a kormánypárt MSZP-kritikájáról szóló hírek ezúttal mind a hét napon keresztül uralták a híreket²⁴. A hét másik vezető témája az MSZP–SZDSZ-együttműködés volt²⁵, amely öt napon keresztül szerepelt a vezető hírekben.

A 16. héten – hasonlóan az előzőhöz – ismét szinte kizárólag csak az első fordulóban egyaránt jelentős támogatottságot felmutató két nagy pártról, az MSZP-ről és a Fideszről szóltak a vezető hírek. A Fidesz kampányáról szóló hírek négy, míg az MSZP kampányáról szólóak három napon keresztül uralták a címlapokat. A két párt saját rendezvényei, sajtótájékoztatói mellett a hét második felében a választások tisztaságáról szóló vita²⁶ került napirendre.

Az 1. táblázat összefoglalóan mutatja a 16 hét vezető témáit. A táblázatból jól látható, hogy miképpen tűntek el február elejétől az embereket „érintő” témák, átadván helyüket a médiát – és feltételezhetően azon keresztül az embereket is – „érdeklő” témáknak. A miniszterelnöki országértékelés volt az utolsó olyan ügy a választások első fordulójáig, amelyet output jellegűnek lehetett minősíteni. Az azt követő nyolc hétben kizárólag pártpolitikai vitákról szólnak a hírek. Ráadásul ezek között is csak elvétve akadtak vadonatúj témák, a „vita vitája” például a választások előtti egy hónapban végig napirenden maradt.

Elemzőként nehezen eldönthető, hogy a kampánytémák alakulásában vajon mi volt a meghatározó elem. A média igényei, egyik vagy másik szereplő tudatos politikai szándéka vagy a véletlen tette ilyenné a 2002-es kampányt? Belátható, hogy a kampány pártpolitikai jellegű, támadásokat és ellentámadásokat tartalmazó, személyeskedő és negatív elemekben gazdag témái megfelelték a média – különösen a nézettséget szem előtt tartó kereskedelmi média – igényeinek. A sajtó azonban csak kereteket ad a kampánynak, önálló tematizációs erővel alig bír²⁷. Az egyes politikai szereplőknek már jelentősebb terük nyílik a napirend meghatározására, ám az interaktivitás miatt – a média, a politikai riválisok és szövetségeseik reakciói – olykor teljesen kiszámíthatatlan a hatás. Éppen ez a komplexitás világít rá a napirend sajátos szerkezetére: a média napirendje ugyanis egy nyitott társadalmi és politikai folyamat során formálódik, amelyben az egyes elemek ugyan a vizsgálat során elkülöníthetők, ám az elemek közötti hierarchia nem állapítható meg világosan.

Mint láttuk, a két forduló között a Fidesz kampánya jelentősen megváltozott. Azzal, hogy konkrét témákban (a gázáreme-

léstől a privatizáción át a tandíj újbóli bevezetésének felvetéséig) kezdte el támadni az MSZP-t, ismét részben output ügyeket emelt a napirendre. Ez a kérdés azonban már átvezet a következő állításhoz, amely az egyes kampányelemek sikerességének kérdését vizsgálja.

A MÁSODIK TOPOSZ:

A politikai szereplők gyakran éltek a negatív kampány eszközeivel; mind az MSZP, mind a Fidesz–MPP akkor volt sikeres, amikor az ellenfelét igyekezett támadni.

A második állítás vizsgálatát kezdjük a „negatív kampány” fogalmának értelmezésével. Álláspontom szerint olyan legitim és a világ sok országában alkalmazott kampánytechnikáról van szó, amelynek célja az indirekt pozicionálás (azaz a riválissal, a rivális politikájával szembeni közvetett önmegfogalmazás) és eszköze az ellenfél politikájának támadása. A negatív kampányt használó politikai erők elsősorban nem magukról, hanem az ellenfélről beszélnek, üzeneteik kritikai hangvételűek. A negatív kampány nem feltétlenül jelent durva kampányt, ám miután mindkettő hasonló módszerrel dolgozik – a riválisokkal kapcsolatban fogalmaz meg üzeneteket –, a kettő közötti különbségtétel gyakran csupán ízlés kérdése.

Politikai elemzők egy része állítja, hogy az SZDSZ és az MSZP az első forduló előtt elsősorban ennek az eszköznek köszönhetik sikerét. Miután önálló témáikat, üzeneteiket nem tudták – más megközelítésben: nem akarták – napirendre emelni, ehhez a hatásos eszközhöz nyúltak. Kétségtelen, hogy az SZDSZ kampányának első időszaka alapvetően indirekt pozicionálást célzott meg, tehát negatív kampányelemeket használt. A párt akkor indította el kampányát, amikor a riválisok még nem jelentek meg az utcákon: a stratégia lényege éppen az időzítésben rejlett. Az SZDSZ esélye az volt, hogy előbb és erősebben szól, mint a két nagy párt. A kampány hajrája bizonyította, hogy a liberális párt racionálisan cselekedett: amikor már az MSZP és a Fidesz is minden eszközt felhasznált, kizárólag a két nagy párt-ról szóltak a hírek. Az SZDSZ ugyan kísérletet tett arra, hogy az indirekt helykijelölést saját témák napirendre emelése kövesse, ám mint a 2. táblázat is mutatja, a párt a kampány során önálló kezdeményezőként már egyetlen témában sem került a vezető hírekbe.

Lényegesen más pozícióban volt az MSZP. Első számú kihívóként minden kritikai megszólalása jelentős médiafigyelemre számíthatott. A 2. táblázatból kiderül: a párt élt is ezzel az eszközzel.

1. táblázat: Az egyes hetek vezető témáinak tipológiája a választási kampányban

Hét	Időpont	Témák	Típus	Szakpolitika	Terjedelem
1.	2001. 12. 31 - 2002. 01. 06.	Vita a magyar-román megállapodásról	Szimbolikus (SZ) Materiális (M)	KÜL GAZ	Output (O)
2.	2002. 01. 07 - 2002. 01. 13.	Vita a kedvezménytörvényről Medgyessy programja	SZ, M SZ, M	KÜL GAZ	O
3.	2002. 01. 14.- 2002. 01. 20.	Vita a kedvezménytörvényről	SZ, M	KÜL GAZ	O
4.	2002. 01. 21.- 2002. 01. 27.	Grespik és a MIÉP Horn és a katolikus egyház	SZ SZ	- -	Pártpolitikai (P) P
5.	2002. 01. 28.- 2002. 02. 03.	Az Európai Bizottság javaslata	M	INT	Input (I)
6.	2002. 02. 04.- 2002. 02. 10.	Országértékelés „Hazaárulózás” vita	SZ SZ, botrány jellegű (B)	- -	P, O P
7.	2002. 02. 11.- 2002. 02. 17.	Durva kampány? Bostoni út	SZ, B SZ	- -	P P
8.	2002. 02. 18.- 2002. 02. 24.	Durva kampány? Visegrádi csúcs elmaradása	SZ SZ	- KÜL	P P
9.	2002. 02. 25. - 2002. 03. 03.	Vita a Benes-dekrétumokról	SZ	KÜL	P P

10. 2002. 03. 04.-
2002. 03. 10. Vita az Orbán-Medgyessy vitáról
A MIÉP ajánlata
11. 2002. 03. 11.-
2002. 03. 17. Vita az Orbán-Medgyessy-vitáról
12. 2002. 03. 18.-
2002. 03. 24. Vita a miniszterjelöltek vitáiról
Országimázs – Happy End
Orbán kampánya
13. 2002. 03. 25.-
2002. 03. 31. Országimázs – Happy End
Vita a vitáról
Kövér és a „kötélügy”
14. 2002. 04. 01.-
2002. 04. 07. Kövér és a „kötélügy”
Orbán-Medgyessy-vita
15. 2002. 04. 08.-
2002. 04. 14. Ellenzéki együttműködés: a második
forrulóban
A Fidesz helyzete és az MSZP-kritika
16. 2002. 04. 15.-
2002. 04. 21. A Fidesz és az MSZP kampánya
Választások tisztasága

P P P P P P P P P P P P P P P P

— — — — — — — — — — — — — — — —

SZ SZ SZ SZ B SZ B SZ B SZ SZ, M SZ B

2. táblázat. Az egyes betek vezető témáinak megszólalói a választási kampányban

Hét	Időpont	Témák	Kezdeményező	Reagáló	Pozitív	Negatív
1.	2001. 12. 31 – 2002. 01. 06.	Vita a magyar-román megállapodásról	MSZP, SZDSZ	Fidesz, RMDSZ, MKP	Fidesz	Fidesz
2.	2002. 01. 07 – 2002. 01. 13.	Vita a kedvezménytörvényről Medgyessy programja	MSZP, SZDSZ, Fidesz NISZP	—	Fidesz MSZP	Fidesz, MSZP —
3.	2002. 01. 14.– 2002. 01. 20.	Vita a kedvezménytörvényről	MSZP	—	—	Fidesz MSZP
4.	2002. 01. 21.– 2002. 01. 27.	Grespik és a MIÉP Horn és a katolikus egyház	MIÉP MSZP	MSZP, Fidesz Fidesz (MKDSZ)	MIÉP —	— Fidesz, MSZP
5.	2002. 01. 28.– 2002. 02. 03.	Az Európai Bizottság javaslata	EU	Fidesz, MSZP	—	—
6.	2002. 02. 04.– 2002. 02. 10.	Országértékelés „Hazaárulózás” vita	Fidesz MSZP	MSZP, SZDSZ, MIÉP Fidesz, SZDSZ	Fidesz —	Fidesz Fidesz, MSZP
7.	2002. 02. 11.– 2002. 02. 17.	Durva kampány? Bostoni út	Fidesz Fidesz	MSZP, MIÉP, SZDSZ MSZP	— Fidesz	Fidesz, MSZP Fidesz
8.	2002. 02. 18.– 2002. 02. 24.	Durva kampány? Visegrádi csúcs elmaradása	SZDSZ, KE Külső	MSZP, MIÉP, Fidesz Fidesz, MSZP, SZDSZ	— —	Fidesz, MSZP Fidesz
9.	2002. 02. 25.– 2002. 03. 03.	Vita a Benes-dekrétumokról	Külső	Fidesz, MSZP, SZDSZ	Fidesz	Fidesz MSZP

10. 2002. 03. 04.-
2002. 03. 10.
Vita az Orbán-Medgyessy
vitáról
A MIEP ajánlata
11. 2002. 03. 11.-
2002. 03. 17.
Vita az Orbán-Medgyessy-
vitáról
12. 2002. 03. 18.-
2002. 03. 24.
Vita a miniszterjelöltek
vitáról
Országimázs – Happy End
Orbán kampánya
13. 2002. 03. 25.-
2002. 03. 31.
Országimázs – Happy End
Vita a vitáról
Kövér és a „kötélügy”
14. 2002. 04. 01.-
2002. 04. 07.
Kövér és a „kötélügy”
Orbán-Medgyessy-vita
15. 2002. 04. 08.-
2002. 04. 14.
Ellenzéki együttműködés a
második fordulóban
A Fidesz helyzete és az
MSZP-kritika
16. 2002. 04. 15.-
2002. 04. 21.
A Fidesz és
az MSZP kampánya
Választások tisztasága

MSZP	Fidesz	—	Fidesz MSZP
MIEP	Fidesz, MSZP, SZDSZ	—	—
MSZP	Fidesz, FKGP	—	Fidesz MSZP
MSZP	Fidesz, MDF, Centrum	Centrum	Fidesz MSZP
Média	Fidesz, MSZP, SZDSZ	—	Fidesz
Fidesz	—	Fidesz	—
MSZP	—	—	Fidesz
MSZP	Fidesz	—	—
Média	Fidesz, MSZP, SZDSZ	—	Fidesz
MSZP	Fidesz, SZDSZ	—	Fidesz
MSZP	Centrum, Fidesz	Fidesz, MSZP	—
MSZP	SZDSZ, Centrum	MSZP, SZDSZ	—
Fidesz	MSZP, SZDSZ	—	Fidesz, MSZP
Fidesz, MSZP	SZDSZ	Fidesz, MSZP	Fidesz
Fidesz, MSZP	—	—	MSZP, Fidesz

A 2. táblázat adatai alapján készített 3. táblázat mutatja, hogy a 29 napirendre került téma 55 százalékában vagy az MSZP (9 téma) vagy az MSZP–SZDSZ együtt (7 téma) a Fidesz politikáját támadó üzeneteket kommunikált. A táblázatban csak azokat a témákat vettem figyelembe, ahol egyértelműen megállapítható a kezdeményező. Így a kampány durvaságáról szóló vita, amelyben mindkét fél a másikat támadta, nem került a témák közé. Kimaradtak azok a megszólalások is, amelyek már „viszontvadászt” tartalmaztak. Így tett a Fidesz a kedvezménytörvény vagy a Benes-dekrétumok ügyében, míg az MSZP a parlamenti „hazaárulózás” vagy a két forduló közötti Fidesz-kampány ügyében reagált hasonlóan a vádakra.

A táblázatot elemezve megállapítható, hogy az MSZP négy alkalommal a „vita vitája” kapcsán, egy-egy esetben pedig a kedvezménytörvény, a katolikus egyház politikai befolyása, a miniszterelnök bostoni útja, az országimázs és a választások tisztasága ügyében kritizálta a kormánypártokat. Szocialista és szabad demokrata vádak egyaránt napirendre kerültek két-két alkalommal a magyar–román megállapodás és a „kötélügy” kapcsán, valamint egy-egy esetben a visegrádi csúcs elmaradása, a Benes-dekrétumok kapcsán elmondott miniszterelnöki beszéd és az országimázs ügyében.

A Fidesz MSZP-kritikájának többsége a „vita vitája” kapcsán hangzott el. Négy esetben kerültek napirendre ebben a témában kormánypárti vádak, ezen kívül a parlamenti „hazaárulózás”, valamint a két forduló között az MSZP éles támadása és a választások tisztasága kapcsán elmondott kétkedő megszólalások jelentették a Fidesz negatív kampányát. (3. táblázat.)

3. táblázat. A negatív kampány szereplői és elszenvedői

Összes napirendre került téma	MSZP támadja a Fideszt	MSZP–SZDSZ támadja a Fideszt	Fidesz támadja az MSZP-t
29 darab	9	7	7

A táblázat adatai alapján két dolgot feltétlenül meg lehet állapítani:

1. A negatív kampány sokkal eredményesebben működött a 2002-es választásokon. A 29 vezető hír között mindössze 8 olyat találtunk, amelyben nem akadt negatív, azaz a valamelyik párt-ra nézve hátrányos üzenet.

2. Az első forduló előtt döntően az MSZP vagy közösen az MSZP–SZDSZ élt a negatív kampány eszközeivel, a Fidesz első sorban „viszontvadászt” fogalmazott meg és igyekezett pozitív

témákat találni. A két forduló között a Fidesz már lényegesen bátrabban nyúlt a negatív kampányhoz, míg az MSZP-SZDSZ ekkor dominánsan a „viszontvádoló” szerepét vette át.

Ismét elmondható: nem állapítható meg egyértelműen, hogy a negatív kampány dominanciája a napirenden elsősorban a pártok tudatos magatartása avagy a média igényei miatt következett-e be. Az azonban tény, hogy a 2002-es választási kampány sokkal inkább szólt a „másikról”, mint az egyes pártok pozitív témáiról. Nem gondolom, hogy az egyes támadó megszólalások közé egyenlőséget lehetne tenni, ám ez típusú elemzés alkalmatlan arra, hogy a durva és a kritikus üzeneteket egyértelműen elkülönítse egymástól. Éppen ezért csak óvatosan és feltételes módban érdemes arról beszélni, hogy a negatív kampánynak köszönheti-e a sikerét az első forduló előtt MSZP és a két forduló között a Fidesz.

A negatív kampány, bár újra hangsúlyozom, legitim eszköz, önmagában még nem a siker záloga. Számos külföldi és hazai példa hozható fel arra, hogy a rosszul végrehajtott támadás buherángxént űthet vissza a kezdeményezőre. Így a negatív kampány témakörében álláspontom szerint egyetlen bizonyosság fogalmazható csak meg a 2002-es választási kampány tanulságai alapján: az ilyen típusú megszólalások nagyobb eséllyel lépik át a média ingerküszöbét, mint a pártok programjáról, politikai cselekvési terveiről vagy elért eredményeiről szóló pozitív kampányhírek. Könnyen lehet tehát, hogy nem elsősorban tartalmában voltak sikeresek ezek a megszólalások, hanem sokkal inkább funkcionálisan: lehetővé tették a kezdeményezőnek, hogy támadó megszólalásai – és ezáltal saját politikusai – a média napirendjére kerüljenek.

Megválaszolatatlannak, bár – minden anakronizmusa ellenére – érdekes kérdésnek gondolom azt a gyakran felmerülő dilemmát, hogy vajon másképp alakult-e volna a 2002-es választások végeredménye, ha a Fidesz előbb veti bele magát a negatív kampányba. A kérdés magában rejti azt a véleményt, hogy a Fidesz a két forduló között azzal tudott fordítani, hogy az MSZP éles kritikájával állt elő a pozitív üzenetek helyett. Csak hipotézisként fogalmazhatom meg azt, hogy álláspontom szerint az első forduló után a Fidesz elsősorban nem a negatív kampánynak, hanem a mozgósításnak köszönhetően került jobb pozícióba. Az ismert választás-lélektani jelenségek közül nem a „bandwagon” (győzteshez húzás), hanem az „underdog” (veszteshez húzás) lett erősebb a két forduló között, s ebben kétségtávol sokat segített a negatív kampány, mint eszköz.

A negatív kampány eszközénél azonban fontosabbnak vélem az expresszív jellegű kampányt, azaz úgy gondolom, hogy a Fidesz nem a Testnevelési Egyetemen megtartott miniszterelnöki beszéddel (amelyben a negatív kampányelemek domináltak), hanem sokkal inkább a Kossuth téri nagygyűlés érzelmi eleme-

ivel ért el sikereket. Természetesen a két hét során a negatív és érzelmi alapú kampány együtt jellemezte a Fidesz politizálását, de megítélésem szerint a választások végeredményében a második volt valamivel meghatározóbb. A szavazói döntések motívumait empirikusan felmérni nehéz feladat, ezért csupán feltételezhetjük, hogy az expresszív szavazás fontos szerepet játszott a 2002-es választásokon.

Ebben a tekintetben egyébként nem tehető egyenlőséggel az MSZP első forduló előtti és a Fidesz két forduló közötti kampánya közé: előbbiben az érzelmi elemek és az értékelvűség alig jelent meg, ám talán valamivel kevésbé volt egyértelműen negatív, míg utóbbi a támadó elemek mellé pozitív értékeket és érzelmeket is társított. A Fidesz tehát leginkább azzal nyert meg újabb szavazókat, hogy koncentráltan, érzelmekre hatóan, jól szervezeten, vidékre összpontosítva az első fordulóban rájuk szavazók és a nem szavazók mozgósítását célozta meg. Ettől függetlenül kérdéses, hogy az első forduló előtt, egy teljesen más politikai légkörben, amikor a közvélemény-kutatások még egyértelműen a Fidesz győzelmét mutatták, hogyan hatott volna az MSZP leendő kormányzását veszélyként definiáló kormánypárti kampány.

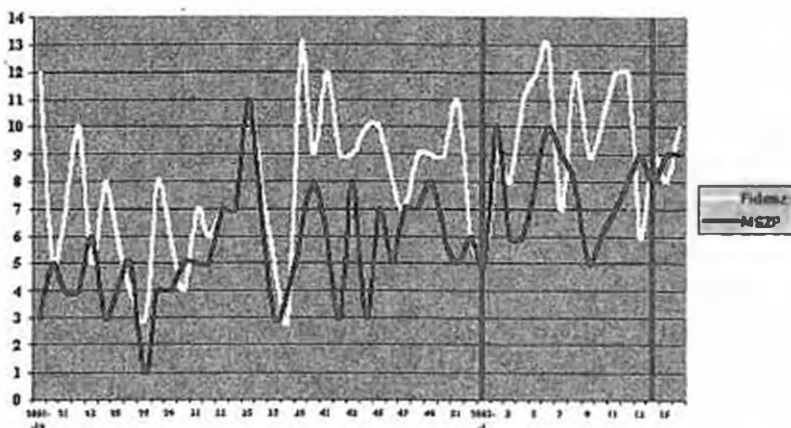
A HARMADIK TOPOSZ:

Az MSZP győzelme elsősorban az utolsó két hétben napirenden lévő témáknak volt köszönhető.

A harmadik állítás a választás végeredményére próbál magyarázatot találni. Benne rejlik az a feltételezés, hogy a politikai napirenden lévő témák alkalmasak arra, hogy a választói preferenciákat befolyásolják. A témával több éve foglalkozó kutatóként is erős bennem a szkepszis azzal kapcsolatban, hogy a tematizáció, a napirend milyen mértékben alkalmas a választói akarat megváltoztatására. Nem állítom tehát, hogy a sok megszólalás és/vagy a pozitív témák magas száma egyértelműen növelik, a napirendről való eltűnés és/vagy a pártra nézve hátrányos témák pedig csökkentik egy párt népszerűségét. Ha azonban hiszünk abban, hogy a napirend és a pártpreferencia között lehet valamilyen összefüggés, annak a mechanizmusát feltehetően az előbb leírtak jelenthetik.

Az 1. ábra azt mutatja, hogy miképpen alakult a két nagy párt összes napirendre került megszólalása az egyes hetek során. Előzményként 2001. 19. hetétől láthatóak az adatok, az első függőleges vonal a vizsgált kampányidőszak kezdetét, azaz 2002. január elsejét mutatja, a második pedig a választások első fordulójának hetét.

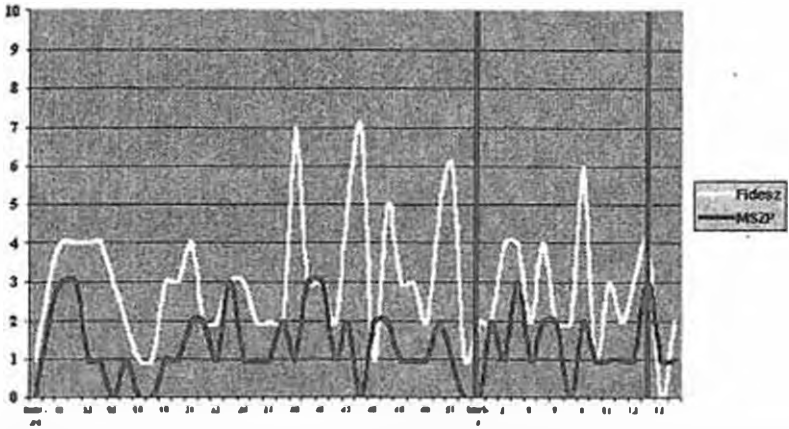
Az ábra az MSZP „kommunikációs válságának” legmélyebb időszakával indul (2001 tavasz), majd azt a „tematizációs offenzívát” mutatja, amelyet a szocialista párt 2001 nyarán kezdett. Ennek csúcspontja volt augusztusban az év 35. hete, amikor mindkét nagy párt kiemelkedő teljesítményt nyújtott. Majd következett az amerikai terrortámadás, amely rövid távon mindkét párt, hosszabb távon viszont csak az MSZP kommunikációs visszaesését hozta. A Fidesz 2001 végéig magabiztosan uralta a napirendet az összes megszólalás tekintetében.



1. ábra. A Fidesz és az MSZP összes megszólalása a napirenden a választási kampányban (forrás: Törésvonal Politikai Elemző Központ)

2002 első heteiben, elsősorban a magyar-román (Orbán-Nastase) megállapodás és kritikájának köszönhetően, az MSZP rövid időre átvette a kezdeményezést. Ezt a Fidesz magához térte és az MSZP újabb visszaesése követte, majd a 6-7. héten – a parlamenti „hazaárlózás” és a vitatott bostoni út támadásával – ismét aktivizálódott az MSZP. Ettől kezdődően azonban újra a Fidesz tematizációja érvényesült, egészen az első forduló előtti utolsó két hétig, amikor váratlanul és jelentősen romlott a Fidesz kommunikációja és lett ismét „hangosabb” az MSZP. A két forduló között a két nagy párt fej-fej mellett haladt, a Fidesz – első forduló veresége ellenére – lépést tudott tartani, sőt, a témák többségében kezdeményező volt.

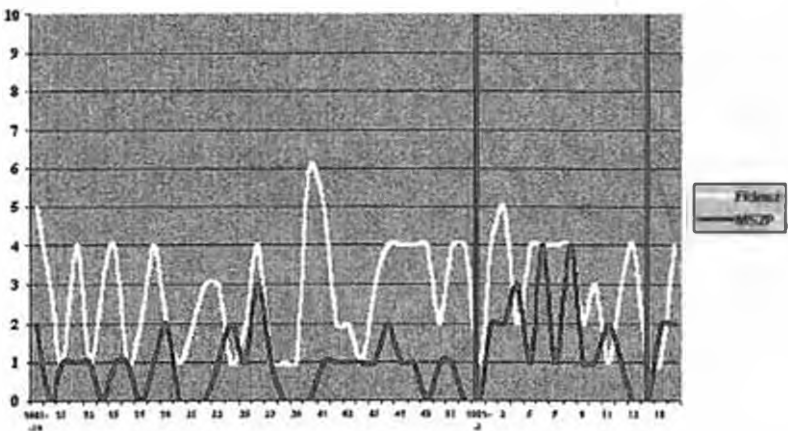
A 2. ábra még alaposabb elemzésre ad lehetőséget: itt már nem az összes megszólalás, hanem csak az adott pártra nézve pozitív témák szerepelnek. Ez az ábra alig mutat különbséget 2001 ősze és 2002 első pár hónapja között: a Fidesz ebben a műfajban mindig az MSZP előtt járt. Még az utolsó hetekben sincs



2. ábra. A Fidesz és az MSZP számára pozitív témák a napirenden a választási kampányban (forrás: Törésvonal Politikai Elemző Központ)

változás, kivételt csak a két forduló közötti időszak jelent, amikor a Fidesz már nem kísérletezett pozitív megszólalásokkal.

Témánk szempontjából talán a 3. ábra a legérdekesebb, amely az egyes pártokra nézve hátrányos témák számának alakulását mutatja. 2001-ben végig kiemelkedően sok, a Fideszt negatív színben feltüntető téma került a média napirendjére: a vizsgált időszakban nem akadt egyetlen olyan hét sem, amikor legalább egy ilyen téma ne szerepelt volna a vezető hírekben. A



3. ábra. A Fidesz és az MSZP számára hátrányos témák a napirenden a választási kampányban (forrás: Törésvonal Politikai Elemző Központ)

választási kampányban – leginkább februárban – a szocialisták számára hátrányos témák száma is növekedett, mint fentebb láttuk, ez leginkább a Fidesz „viszontvájainak” volt köszönhető. Érdekes ismét az utolsó két hét vizsgálata: ekkor a napirendről eltűntek a szocialisták negatív témái és – különösen az utolsó előtti héten – kiemelkedően sok a Fidesz számára hátrányos ügy állt a viták középpontjában.

ÖSSZEGZÉS

Írásomban a kampány értékelésekor gyakran elhangzó – és természetesen gyakran vitatott – elemzői állítások közül igyekeztem három olyat vizsgálni, amely a média és a politikai kampány kapcsolatára reflektál. A média napirendjén lévő témák vizsgálata során kapott adatokkal való „szembesítés” során a három állítás többé-kevésbé megállta a helyét. Ha nem is minősíthettük az emberek érdeklődésével ellentétesnek a kampány során felmerült témák struktúráját, az erős pártpolitikai jelleg és az innováció hiánya igaznak bizonyult. Ha nincs is cáfolhatatlan bizonyíték a negatív kampány választói preferenciát befolyásoló hatására, tényként állapítható meg, hogy a 2002-es választási kampányban az ellenfél támadása, kritizálása minden más kampányeszközt háttérbe szorított a napirenden. Természetesen a két vizsgált jelenség, a pártpolitikai és negatív témák dominanciája között egyértelmű az összefüggés.

És végül: van-e igazság abban az állításban, amely az utolsó két hét történéseivel magyarázza az MSZP győzelmét? A fentebb tárgyalt adatok azt mutatják, hogy ennek az állításnak is lehet némi igazságalapja. A Fidesz valóban követett el hibákat az utolsó két héten: egyrészt sok, számára hátrányos témát engedett napirendre kerülni, másrészt maga is „hozzájárult” témákkal ahhoz, hogy negatív színben legyen feltüntethető. S ne feledkezzünk meg az utolsó héten végül megtartott pártelnöki és főleg a miniszterelnök-jelölti vitáról sem, amelyek – függetlenül az ott elhangzottaktól – már létrejöttükben is, különösen a vitákat megelőző vitákat, azaz a kontextust figyelembe véve, elsősorban a kihívónak kedveztek.

Nem állítom tehát, hogy az MSZP győzelme a médiában dőlt el, ám abban biztos vagyok, hogy mindazok a témák, amelyek a politikai viták középpontjában álltak, *valamilyen mértékben* minden bizonnyal befolyásolták a végeredményt. Mint láttuk, a kampány a médiában elsősorban nem az embereket érintő, pozitív ügyekről szólt, hanem pártpolitikai, „gumicsont”-szerű, negatív elemeket előtérbe helyező vitáktól volt hangos. Ha tehát hatott, ez hatott.

JEGYZETEK

- ¹ Ld. ehhez: Tóth Csaba–Török Gábor (2002) *Politika és kommunikáció. A magyar politikai napirend témái a 2002-es választások előtt*. Budapest, Századvég Kiadó.
- ² Az elemzések többsége az idő rövidsége miatt egyelőre leginkább napi- vagy hetilapokban jelent meg vagy az elektronikus sajtóban hangzott el. Pár nappal a második forduló után azonban megjelent már az első könyv is: Csulák–Dési (szerk.) (2002) *Hogy volt? Országgyűlési választások 2002*. Budapest, La Ventana.
- ³ Török Gábor (2002) A média és a politikai napirend. *Marketing & menedzsment*. 1. szám, 12–16. p.; Tóth Csaba–Török Gábor (2002) *Politikai napirend, 2001: Kiegyenlítettebb tematizációs verseny a választások előtt*, in Kurtán, Sándor, Vass (szerk.) *Magyarország politikai évkönyve 2002*, Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 167–188. p.; Török Gábor (2001) A politikai napirend kutatása: tapasztalatok és kétélyek, in Kunszt–Laczkóné (szerk.) *Politikatudományi válaszok a XXI. század kihívásaira*. VII. Politológus vándorgyűlés. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 38–50. p.; Tóth Csaba–Török Gábor (2001) *Politikai napirend, 2000: Az egyiknek sikerül, a másiknak nem*, in Kurtán, Sándor, Vass (szerk.) *Magyarország politikai évkönyve 2001*, Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 132–147. p.; Török Gábor (2000) *Politikai napirend, 1999*, in Kurtán, Sándor, Vass (szerk.) *Magyarország politikai évkönyve 2000*, Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 94–103. p.
- ⁴ A magyar politikai napirenden lévő témák kutatását 2000-ben az Országos Kiemelésű Társadalomtudományi Kutatások, 2001/2002-ben a XXI. Század Intézet támogatta. Az új kutatási eredményekből folyamatosan részletek olvashatók a Törésvonal Politikai Elemző Központ (TPEK) honlapján (<http://web.axelero.hu/tvonal>).
- ⁵ A „vita vitája” arról szólt, hogy vajon a Fidesz–MPP és az MSZP miniszterelnök-jelöltje vitázzon-e egymással a választási kampányban.
- ⁶ Ld. Tóka Gábor: A szavazói magatartás kutatása. *Politikatudományi Szemle*. 2001. 3. szám
- ⁷ A magyar–román (Orbán–Nastase) megállapodás a 2001-ben elfogadott státustörvény (kedvezménytörvény) végrehajtása körüli viták lezárásaként született meg. A belpolitikai vitákat az a pásszus indította el, amely elméletileg lehetővé tette a romániai románoknak is azt, hogy meghatározott feltételek mellett Magyarországon munkát vállaljanak.
- ⁸ A Grespik-ügy Grespik László, a fővárosi közigazgatási hivatal sokat támasztott vezetőjéhez kapcsolódott, akit – mlután kiderült, hogy MIÉP-es képviselőként indul a választásokon – a belügyminiszter felmentett az állásából.
- ⁹ Horn Gyula volt szocialista miniszterelnök azzal vádolta meg a katolikus egyházat, hogy vezetői és a lelkészek sok helyen közvetlenül beleavatkoznak a választási kampányba. Horn szerint a katolikus egyház nem vállalhat közöséget a jobboldallal.
- ¹⁰ Az Európai Bizottság a leendő új tagok csatlakozásának költségvetési feltételeiről készített javaslatokat, amelyek kommentálása során a Fidesz és az MSZP között jelentős nézetkülönbségek alakultak ki.
- ¹¹ A miniszterelnök február 4-én a parlamentben, február 7-én pedig – 1998 óta immár negyedik alkalommal – országértékelő beszédében a Vigadóban foglalkozott az ország állapotával.
- ¹² Február 5-én kivonultak az MSZP-frakció tagjai az Országgyűlés ülésterméből. A szocialista képviselők azt követően döntöttek így, hogy Keller László (MSZP) ügyrendi felszólásában elmondta: a miniszterelnök bekiabálásában hazaárulónak nevezte az ellenzékét. „Nem történt semmi olyan, amit csú-

nyaságnak nevezhetnék, Keller képviselőtársamnak higgadtan, nyugodtan és csendben mondtam el véleményemet a kialakult helyzetről" – mondta másnap Orbán Viktor a Magyar Rádióknak adott interjújában.

- ¹³ Sajtóhírek szerint egy több mint 32 millió forintért (114 ezer dollár) bérelt svájci géppel utazott Orbán Viktor egy napra Bostonba, ahol a Tufts Egyetem díszdoktorává avatták. A Miniszterelnöki Hivatalban azt közölték, hogy a magángépre azért volt szükség, mert túlságosan feszesnek tartották a kormányfó programját, és nincs közvetlen járat Budapest és Boston között, Orbán Viktor pedig feltétlenül haza akart érní a másnapi kormányülésre. Az ellenzéki pártok élesen támadták a magángép bérlését.
- ¹⁴ Miután kiderült, hogy bántalmaztak egy MIÉP-es képviselőjelöltet, Orbán Viktor úgy fogalmazott: a „nyilvánvalóan politikai okból” elkövetett akció összefüggésben van a választási kampány durva hangnemével.
- ¹⁵ Február végén Csehország, Szlovákia és Lengyelország lemondta részvételét a márciusra tervezett visegrádi miniszterelnöki találkozóról. A lemondás mögött elemzők a miniszterelnököknek a Benes-dekrétumok kapcsán elmondott mondatait vélték felfedezni. „Sajnos várható volt, hogy a partnerországoknak egyszer elegendő lesz Orbán Viktornak a nemzetközi kapcsolatokban szokatlan, otromba stílusából” – nyilatkozta Kovács László, az MSZP elnöke.
- ¹⁶ A miniszterelnök február 23-án bejelentette, hogy 2002. március 1-jétől a használt lakások vásárlásához is ugyanolyan arányú kamattámogatást lehet igénybe venni, mint az új lakás vásárlása esetén; február 24-én pedig ünnepélyesen megnyitotta a nyilaskeresztes és kommunista diktatúra áldozatainak emléket állító Terror Háza Múzeumot Budapesten, az Andrássy út 60. alatt.
- ¹⁷ A magyar miniszterelnök az Európai Parlamentben a Benes-dekrétumok kapcsán kapott kérdésre válaszolva ismertette álláspontját.
- ¹⁸ Csurka István, a MIÉP elnöke március 6-án jelentette be, hogy miután álláspontja szerint a MIÉP hathatós támogatására feltétlenül szüksége lesz a nemzeti oldalnak az áprilisi országgyűlési választásokon, ezért 100 fölötti helyen visszalépteti jelöltjeit a második fordulóban a „Fideszben egyesült erők” számára.
- ¹⁹ „Több, korábban kommunista európai ország, amely most partnerként sorakozik az Egyesült Államok mellett, sokak számára kezd kellemetlennek látszani Washingtonban” – írta a The Washington Post. A lap tudomása szerint a Bush-kormányzat azért „szorít”, hogy a szocialisták győzzenek Magyarországon. A cikk szerint az amerikai elnök politikai okokból utasította el Orbán Viktor tárgyalási szándékát. A magyar külügyi tárca a magyar álláspontot kifejtő írás elhelyezését kezdeményezte a lapnál.
- ²⁰ Március 21-én elmaradt Dávid Ibolya igazságügy-miniszter és Bárányi Péter MSZP-s miniszterjelölt vitája a Millenáris Parkban, mivel az MSZP díszletében elhelyezett két plazmatévé miatt a Fidesz nem volt hajlandó elkezdni a vitát. A felek kölcsönösen egymást vádolták a vita elmaradásáért, az MSZP aznap el is hagyta a 17 vita színhelyének tervezett Millenáris Parkot. Pokorni Zoltán, a Fidesz elnöke – idézve Isépy Tamásnak, a Fidesz tárgyalódelegációjának vezetőjének szavait – úgy fogalmazott: az MSZP csalni akart, megszegni az előre elkészült megállapodást. Gál J. Zoltán szocialista kampányszóvivő leszögezte: a Magyar Szocialista Párt befejezte „a vitát a vitáról”. A szóvivő kijelentette: a Fidesz megfutamodott.
- ²¹ Családi érdekeltségeket bíz meg jelentős haszonnal járó munkák kivitelezésével a milliárdos állami megrendeléseket kezelő Happy End Kft. – írta a Népszabadság március 18-i száma. Pokorni Zoltán, a Fidesz elnöke azt mondta: most is a Happy End Kft.-t bízza meg a párt kampányának segítségével, mert egy győztes kampányt egyszer már végigcsináltak. A kormánypárt elnöke szerint a cég átláthatóan költötte el az elmúlt 4 évben a közpénzeket. Az MSZP csalás alapos gyanúja miatt feljelentést tett az ügyészségen ismeretlen

tettes ellen az Országimázs Központtal, illetve a Happy End Kft.-vel foglalkozó újságcikkek alapján.

- ²¹ Március 20-án mutatta be Bárándy Péter ügyvédet Medgyessy Péter, az MSZP kormányfőjelöltje pártja igazságügyminiszter-jelöltjeként.
- ²² Március 29-én Szili Katalin sajtótájékoztatóján arra szólította fel Kóvér Lászlót, hogy „vegyc le a kokárdát, szép csendesen távozzon a közéletből, és szégyellje magát”. Az MSZP elnökhelyettese a fentieket azután jelentette ki, hogy a tájékoztatón bemutatják egy március 14-én Szombathelyen készült hangfelvétel azon részletét, amely szerint a Fidesz ügyvezető alelnöke a következőket mondta: „...szóval egy pillanatra fogadjuk el azt, hogy csak ennyire vagyunk képesek, hogy egy képesség nélküli, alkalmatlan, tehetségtelen néppé lettünk az elmúlt néhány évtizedben. Csak én erre azt mondom, hogy így viszont nem érdemes élni, tehát, hogyha így gondoljuk, akkor menjünk le a pincébe, keressünk egy jó erős kötelet, meg egy viszonylag erős gerendát és szöveget, és kössük fel magunkat”. A felvételen a továbbiakban a fideszes politikai ügy fogalmazott: „én azt szeretném kérni azoktól, akik ezt próbálják önmükkel elhitetni, évek óta ezt próbálják sulykolni az önök fejébe, hogy legalább járjanak elől jó példával, és ha ők már mind végeztek, akkor mi meg mégiscsak gondolkodjunk el azon, bátha nélkülük többre mennének”.
- ²⁴ Az ebbe a körbe sorolt hírek közül is kiemelkedett a miniszterelnök április 9-i beszéde a Testnevelési Egyetemen, ahol Orbán Viktor kijelentette: eddig a jelenlegi kormány eredményeit igyekeztek hangsúlyozni, de most már kénytelenek felhívni a választók figyelmét arra, milyen veszélyeket rejthet magában az, ha szocialista vezetésű kormány alakul; valamint az április 13-i naggyűlés a Kossuth téren, amely a „hiszünk a szeretet és az összefogás erejében” jelmondatot viselte.
- ²⁵ Április 10-én jelentették be, hogy az MSZP hét szabad demokrata jelölt javára visszalép a választások második fordulójában, az SZDSZ többi állva maradt jelöltje pedig nem indul, és a szocialisták támogatására hívja fel szavazóit.
- ²⁶ Április 18-án a Fidesz bejelentette, hogy a választások tisztasága érdekében demokráciaközpontot hoz létre, ahol dokumentálják a választási visszaélésekkel kapcsolatos bejelentéseket, jogsegélyszolgálatot biztosítanak, valamint tájékoztatást nyújtanak a voksolásokkal kapcsolatos kérdésekről. Ugyancsak a napon Kovács László az MSZP birtokába került információkra hivatkozva azt állította, hogy a Fidesz egy számára kedvezőtlen választási eredmény esetén megpróbálja majd a szocialisták által elkövetett választási csalás látszatát keltetni.
- ²⁷ Természetesen a média maga is „előállíthat” vitatémákat. Érdekes módon mindkét nagy kereskedelmi csatorna híradója – különösen a kampány elején – igyekezett kikerülni a pártpolitikai csapdákat, s az embereket érintő politikákat igyekezett tematizálni (a környezetszennyezéstől az utak állapotáig). A kampány későbbi szakaszában azonban ez a törekvés fokozatosan háttérbe szorult.