



Közzététel: 2022. december 21.

A tanulmány címe:

**A hagyományos demográfiai alapú választói klaszterezés alternatív megközelítése:
a kommunikációs csatorna-hitelességben rejlő lehetőségek**

Szerzők:

DOBÓ RÓBERT

a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karának
egyetemi tanársegéde, a Pécsi Tudományegyetem KTK Gazdálkodástani Doktori Iskola PhD-hallgatója
E-mail: dobo.robert@uni-bge.hu

PINTÉR TIBOR

a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karának
főiskolai docense

E-mail: pinter.tibor@uni-bge.hu

DOI: <https://doi.org/10.20311/stat2022.12.hu1149>

Az alábbi feltételek érvényesek minden, a Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) Statisztikai Szemle c. folyóiratában (a továbbiakban: Folyóirat) megjelenő tanulmányra. Felhasználó a tanulmány vagy annak részei felhasználásával egyidejűleg tudomásul veszi a jelen dokumentumban foglalt felhasználási feltételeket, és azokat magára nézve kötelezőnek fogadja el. Tudomásul veszi, hogy a jelen feltételek megszegéséből eredő valamennyi kárért felelősséggel tartozik.

1. A jogszabályi tartalom kivételével a tanulmányok a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szt.) szerint szerzői műnek minősülnek. A szerzői jog jogosultja a KSH.
2. A KSH földrajzi és időbeli korlátozás nélküli, nem kizárólagos, nem átdadható, térítésmentes felhasználási jogot biztosít a Felhasználó részére a tanulmány vonatkozásában.
3. A felhasználási jog keretében a Felhasználó jogosult a tanulmány:
 - a) oktatási és kutatási célú felhasználására (nyilvánosságra hozatalára és továbbítására a 4. pontban foglalt kivétellel) a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - b) tartalmáról összefoglaló készítésére az írott és az elektronikus médiában a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - c) részletének idézésére – az átvevő mű jellege és célja által indokolt terjedelemben és az eredetihez híven – a forrás, valamint az ott megjelölt szerző(k) megnevezésével.
4. A Felhasználó nem jogosult a tanulmány továbbértékesítésére, haszonszerzési célú felhasználására. Ez a korlátozás nem érinti a tanulmány felhasználásával előállított, de az Szt. szerint önálló szerzői műnek minősülő mű ilyen célú felhasználását.
5. A tanulmány átdolgozása, újra publikálása tilos.
6. A 3. a)–c) pontban foglaltak alapján a Folyóiratot és a szerző(ke)t az alábbiak szerint kell feltüntetni:
„*Forrás: Statisztikai Szemle c. folyóirat 100. évfolyam 12. számában megjelent, Dobó Róbert és Pintér Tibor által írt, A hagyományos demográfiai alapú választói klaszterezés alternatív megközelítése: a kommunikációs csatorna-hitelességben rejlő lehetőségek című tanulmány (link csatolása)*”
7. A Folyóiratban megjelenő tanulmányok kutatói véleményeket tükröznek, amelyek nem feltétlenül esnek egybe a KSH vagy a szerzők által képviselt intézmények hivatalos álláspontjával.

Dobó Róbert – Pintér Tibor

A hagyományos demográfiai alapú választói klaszterezés alternatív megközelítése: a kommunikációs csatorna-hitelességben rejlő lehetőségek

**An alternative approach to traditional demographic-based voter
clustering: The possibilities inherent
in communication channel credibility**

Dobó Róbert, a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karának egyetemi tanársegéde, a Pécsi Tudományegyetem KTK Gazdálkodástani Doktori Iskola PhD-hallgatója

E-mail: dobo.robert@uni-bge.hu

Pintér Tibor, a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karának főiskolai docense

E-mail: pinter.tibor@uni-bge.hu

A tanulmány a hagyományos, demográfiai alapú klaszterezés mellett a kommunikációs csatorna-preferencia – bizalmi/hitelesség alapú – csoportosítási lehetőségét vizsgálja. Az egyéni országgyűlési választókörizetek demográfiai adatai alapján korrelációs és klaszteranalízist alkalmaztunk, amely segítségével sikerült a választókörizeteket több csoportba sorolni. Több olyan változót azonosítottunk, amelyek felhasználásával – szerény lehetőségeinknek megfelelően – igyekszünk részben megmagyarázni a 2022. április 3-i országgyűlési választás eredményeit, az ellenzéki összefogás, illetve a Fidesz–KDNP eredményeire fókuszálva. Magyarázóerejük alapján elsődleges és másodlagos változókat azonosítottunk. A kapott eredmények tapasztalatai segítségével egy alternatív megközelítést alkalmaztunk. A 465 elemű primer kvantitatív kutatás során a válaszadók tájékozódási szokásainak – a különböző kommunikációs csatornákról érkező információk iránti bizalmuknak – megfelelően alakítottunk ki csoportokat, és vizsgáltuk, hogy e kommunikációs preferenciáknak milyen hatásuk van összességében 7 párt megítélésére, 3 szabadságjog alapján. Ily módon sikerült a demográfiai adatokból 6 választókörizet-típust definiálni, a kommunikációs szokásoknak megfelelően pedig 3 jól elkülönülő, eltérő csatornabizalommal és pártmegítéléssel rendelkező választói csoportot kialakítani.

Kulcsszavak: választókörizetek, marketingkommunikáció, klaszterezés

In addition to traditional demographic-based clustering, the study examines the possibility of grouping based on communication preferences (channel trust and credibility). Based on the demographic data of the individual constituencies, we ran a correlation and cluster analysis, and tried to divide the constituencies into several groups. We managed to identify several variables with the help of which, according to our modest possibilities, we try to partially explain the results of the elections on April 4, 2022, focusing on the results of the Opposition Coalition and Fidesz–

KDNP. Based on their explanatory power, we identified primary and secondary variables. Based on the experience of the obtained results, we used an alternative approach. In the course of a primary quantitative research with a 465 sample size, we formed groups based on the communication habits of the respondents – the trust of information coming from different communication channels – and examined the effect of these communication preferences on the judgment of seven parties in total. This way, we were able to identify and differentiate six types of constituencies based on demographic data, and on the basis of communication habits, three distinct groups of voters with different preferences and party opinions.

Keywords: constituencies, marketing communication, clustering

Amikor a pártok támogatottságát vagy népszerűségét mérik fel, illetve amikor a pártok által képviselt (kinyilatkoztatott) értékek lakossági megítélését vizsgálják, a közvélemény-kutatások során hagyományosan demográfiai alapú klasztereket állítanak össze. Ilyenkor a pártpreferencia mellett a nem, a kor, a lakóhely, a jövedelem és az iskolai végzettség mellett kiterhetnek a vallási nézetekre, a családi állapotra, esetleg a szexuális orientáltságra is. Ezek alapján egy-egy párt szavazójának archetípusát igyekeznek meghatározni, illetve a különböző csoportok pártpreferenciáit vizsgálják. Mostani vizsgálatunk tárgyát viszont a kommunikációshitelesség-alapú klaszterek képezik. Feltételezésünk, hogy amennyiben a választók kommunikációcsatorna-alapú preferenciáit vizsgáljuk a csatornák iránti bizalom szerint, akkor a demográfiaihoz hasonlóan kommunikációs bizalmi alapú klaszterek létrehozására leszünk képesek. Feltételezzük, hogy a választó a saját ideológiájának és világnézetének megfelelő narratívát kíván visszahallani, tehát ha ismerjük a kommunikációs szokásait és a különböző csatornák hitelesség-alapú megítélését, akkor következtetni tudunk a pártok megítélésére is. Fontos kiemelni, hogy a választási körzetek adatai alapján a pártok támogatottsága, a kommunikációs csatornák hitelességének vizsgálata során pedig azok – 3 szabadságjog alapú – megítélésére kaphatunk választ. Ennek megfelelően a demográfiai alapú klaszterezés aggregát, a kommunikációs hitelességre alapuló klaszterezés egyéni szinten mér, tehát a tanulmány elsődleges célja a két módszerben rejlő lehetőségek vizsgálata, és nem az eredmények közvetlen összehasonlítása.

1. Metodológia

Vizsgálódásaink során, amikor a felállított elméletünk validitását vizsgáljuk, kísérletet teszünk egy ritkán vizsgált probléma mélyebb megismerését célzó deduktív kutatásra. Kutatásunk két, a politikai térben jelentkező problémával kapcsolatban is új, illetve újszerű eredményeket ígér: az egyik a pártszimpátia mély demográfiai alapú vizsgálata, a másik a kommunikációscsatorna-politika hatása a pártok választói megítélésére. Ilyen formában a téma a közgazdaságtudományok több ágához is kapcsolódik, mint például a makroökonómia, a regionális gazdaságtan, valamint a marketingkommunikáció. Mivel a kutatás során a primer alapokat meglévő külső szerkezetekhez is hasonlítjuk, a tanulmány részben felügyelt módszer eljárással készült el (*Kruszlicz et al., 2016*).

A tanulmány elkészítése során szekunder statisztikai adatgyűjtésre és primer kvantitatív kérdőíves kutatásra hagyatkoztunk. A szekunder adatgyűjtés egyrészt a Központi Statisztikai Hivatal (továbbiakban: KSH) egyéni választóköreire lebontott népszámlálási (demográfiai) adataira fókuszált, másrészt a Nemzeti Választási Iroda (továbbiakban: NVI) 2022-es országgyűlési választási eredményeire. Ezek kombinálásával kísérjük meg demográfiai alapon kialakítani a választói klasztereket. *Simon (2006)* kiemeli a marketingkutatások során jelentkező klaszterezés nehézségeit, többek között a kiugró értékek problémáját, viszont a kutatás specifikus volta miatt ezeket jelen esetben nem zártuk le.

A primer kérdőíves kutatás során, a kutatás anyagi, emberi és időtartambeli korlátait figyelembe véve nem reprezentatív, nagymintás kutatást végeztünk, hólabdamódszerrel. Összesen 465 értékelhető válasz érkezett. Az adatgyűjtést részben személyes lekérdezéssel, részben a közösségi média adta lehetőségeket kihasználva terjesztettük, 2022 februárjában és márciusában. A kérdőívet online, Google-dokumentumok segítségével hoztuk létre. Vizsgálódásainkhoz mind a primer kutatás során jelenlévő korlátok miatt, mind a tanulmány célkitűzéseinek is jobban megfelelő keresztmetszeti adatelemzést választottuk. A legtöbb esetben a primer kutatás során egy 1-től 6-ig terjedő, páros elemű Likert-skálát, illetve több kérdés-csoportos skálát alkalmaztunk. Míg a szekunder adatok a választóköri népszámlálási adataira támaszkodnak, addig a primer adatgyűjtés során – annak formájából fakadóan – túlsúlyba került a fiatalabb korosztály, illetve a nagyvárosban élők aránya. Ennek torzító hatását részben kompenzálják az eltérő klaszterméreteket. A szekunder és a primer adatokat is hasonlóan elemeztük.

Az adatokat, illetve a kérdőívre adott válaszokat első lépésben Microsoft Office Excel 2013-as programmal digitalizáltuk. Az Excelből az adatokat az IBM SPSS Statistics 24.0-es statisztikai és analitikai szoftverébe importáltuk, ott végeztük el a kapott adatok mély, kvantitatív elemzését (*IBM, 2021*).

A demográfiai adatok, illetve a kommunikációs csatornák bizalmi indexei segítségével hierarchikus klaszteranalízist végeztünk, mégpedig több módszerrel, amelyek közül a *ward* bizonyult a legmegfelelőbbnek. A wardeljárás során a szoftver a legkisebb szórás alapján állítja elő a klasztereket. Ennek megfelelően homogén válaszadói csoportokat kaptunk, de ügyeltünk a sztenderdizálásra, hiszen eltérő volt a válaszlehetőségek száma, illetve a demográfiai adatok is különböző értékeket vehettek fel. A klaszteranalízis lefolytatása után a kapott eredményeket visszaellenőriztük azok magyarázóereje alapján, és így választottuk ki, hogy hány elemű legyen az adott klaszter.

A megerősítő klaszteranalízis után diszkriminanciaanalízist futtattunk le, amely megmutatja, hogy a klaszterezés során kialakult centroidoknak, tehát az ideális és homogénnek tűnő válaszadói csoportoknak mekkora a magyarázóerejük, amikor a pártokra leadott válaszokat vizsgáljuk, azaz a kutatás célkitűzésének megfelelően a preferált kommunikációs csatorna bizalmi értékének van-e valódi hatása a pártok megítélésére (*Sajtos–Mitev, 2007*).

1.1. További kutatási lehetőségek

A kérdőíves kutatás nem reprezentatív, viszont indikátor jellegű. A jövőben – amennyiben megfelelő források állnak rendelkezésre – érdemes lehet tovább, mélyebben, több demográfiai faktor bevonásával vizsgálni a kommunikációs csatornák hatását. Ilyenek lehetnének pl. a regionális, területi statisztikák, a családi állapot és az iskolai végzettség. A 3 szabadságjog – politikai (szavazás és a választásokon való indulás joga), személyes (gyülekezés és véleménynyilvánítás), valamint gazdasági (vállalkozni és kereskedni kül- és belföldön) – és a pártok megítélése mellett (helyett) a demográfiai adatokkal összhangban a párttámogatottságot kellene mérni a válaszadók részéről, ezáltal összehasonlíthatóbbá lehet tenni a kapott eredményeket.

Habár a KSH-nak vannak és elérhetők frissebb adatai, azokat nem lehet választóközre lebontani, így a kutatás során a 2011-es népszámlálási adatokra hagytuk. Az újabb népszámlálás lezajlott, adatainak feldolgozása folyamatban van, így érdemes megismételni a demográfiai alapú adatelemzést az új adatokkal is. Mivel a területi mintázatok, regionális különbségek nagyrészt nem tűntek el, csak arányuk módosult, feltételezzük, hogy ennek a torzító hatása nem kimagasló. Ahol korábban is átlagon felüli volt a munkanélküliség, ott most is az, összehasonlítva egyéb körzetekkel, valamint a területi statisztikai adatok érdemi változása sem várható – ilyen a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők, a fiatalok és az idősek aránya, illetve a népsűrűség.

2. A választásokat befolyásoló tényezők

A választói preferenciát különböző tényezők befolyásolják, amelyeket a tanulmány célkitűzéseinek megfelelően két nagy csoportba kívántunk bontani. Az első csoportba kerültek azon demográfiai és szociokulturális tényezők, amelyek hatása regionálisan eltérő lehet, a másodikba a tájékozódás, illetve a kommunikációs preferencia.

2.1 A választási eredményeket meghatározó demográfiai, regionális tényezők

A választási eredményeket a szakirodalomban sok forrás dolgozza fel, magyar és nemzetközi szinten egyaránt. Ebben az esetben a múltbéli adatok is jelentős szerepet játszhatnak, ezek jóval korábbi választási eredményeket taglalnak, ugyanakkor a közelmúlt konkrét eredményei is jelentőséggel bírnak. Tanulmányunkban konkrét választási eredményeket vizsgáltunk, ezért azokat a munkákat részesítettük előnyben a szakirodalmi feldolgozás során, amelyek szintén ilyen módon közelítették meg a kérdést, vagyis konkrét választási eredményeket dolgoztak fel. Ennek megfelelően csupán marginális jelentőséget tulajdonítottunk a közvélemény-kutatásoknak.

A szakirodalmi tételek első csoportja a magyar választási eredményeket elemzi. *Hajdú (2006)* tanulmánya a dualizmus koráig tekint vissza, *Egri (2006)* tanulmánya pedig a két világháború közötti időszakig visszamenőlegesen vizsgálja a nemzetiségek politikai döntéseit, esetleges eltérő preferenciáit. Utóbbi végső megállapítása, hogy a nemzetiségi hovatartozásnál sokkal meghatározóbb a társadalmi-gazdasági hierarchiában elfoglalt pozíció a politikai választások esetében. Tradicionálisan az adott témakörrel foglalkozó tudományág az úgynevezett választási földrajz (*Kovács, 1991; Hajdú, 2006*). A rendszerváltás utáni első, 1990-es országgyűlési választások egyéni választókerületi eredményei még egyfajta keleti–nyugati, konzervatív–liberális megosztottságot mutattak, kiegészülve a vallási és a nem vallási nézetek szembenállásával (*Kovács, 1991*).

Magyarországon 2014-től új egyéni választókerületi beosztás szerint zajlanak az országgyűlési választások. A korábbi rendszernek is voltak jellemző egyenlőtlenségei, de az új választókerületi beosztás is mutat ilyeneket. *Vida (2016)* tanulmánya azt vizsgálta, hogy milyen aránytalanságok, eltérések mutatkoztak a 2010-es és a 2014-es választásokon. Előbbit még a korábbi választókerületekben, utóbbit már a jelenleg is érvényes választókerületi rendszerben tartották meg. Valójában a nagyobb és a kisebb népességű választókerületek létrejötte is önmagában alapja lehet a politikai választási preferencia differenciálódásának.

Vida és Kovács (2017) munkája a miénkhez hasonló céllal készült, a 2010-es és a 2014-es választási eredményeket vizsgálva. A két egyéni választókerületi rendszerben próbálták elkülöníteni klaszteranalízis segítségével a különböző pártok térbeli bázisát. Ezeken a választásokon még több jelentős párt, pártszövetség indult, ezért természetesen a térbeli klaszterek száma is 5 volt mindkét választás esetében. A szerzők a 2014-es választások esetében a társadalmi-gazdasági mutatókban megnyilvánuló eltéréseket és a vallási-etnikai mutatókban megnyilvánuló differenciákat vették górcső alá, a pártok egyéni választókerületi listás eredményei alapján. A mostani kormánypártok támogatottsága negatív közepes korrelációt mutatott az urbanizáltság fokával, valamint a felsőfokú végzettséggel, szintén közepes negatív korreláció mutatkozott az ateisták arányával, míg a katolikusok arányával gyenge pozitív kapcsolat jelentkezett. A baloldali jellegű pártok közös listáját az urbánus többségű területek és a több felsőfokú végzettségű személyt koncentráló területek lakói részesítették előnyben, valamint a foglalkoztatottak esetében is hasonló, pozitív korrelációs együttható mutatkozott. Vallási mozgatórugó az egyesült lista kapcsán e tanulmányban nem szerepelt, ellenben a jelentős roma lakosságú egyéni választókerületekben közepes negatív korreláció jelentkezett. A Jobbik és az LMP külön listán szereplése természetesen komplexebb képet eredményezett.

Ignácz és Szabó (2017) már egy szűkebb földrajzi térben, Budapest választókerületeiben vizsgálódott 1990 után. A munkásnegyedek politikai preferenciáit vizsgálták. A nemzetközi tendenciáknak megfelelően egyre kevésbé jelentkezik az idő előrehaladásával az a klasszikus eltérés, hogy a munkásnegyedek lakói egyértelműen baloldali pártokat támogatnak. 2010 után pedig még inkább a globalizáció vesztesei és nyertesei jelentik a nagyvárosi térben a differenciálódás alapját.

A családi állapot, a családban élés kérdése általánosságban nem feltétlenül meghatározó a politikai választások során. Azt azonban kiemeli egy tanulmány (*Enyedi et al., 2015*), hogy a 2002 és 2014 közötti időszakban egyre inkább a Fidesz–KDNP szavazótáborát erősítették a házasságok és gyermekesek, míg az elváltak, özvegyek az ellenzékre szavaztak.

Nemzetközi szinten is mutatkoznak választási törésvonalak, jelentős különbségek területi demográfiai, vallási alapokon. Egy indonéz vizsgálat távolról közelítette meg, nagy általánosságban azt a kérdést, miszerint az adott választásokon való részvételi arány és a politikai érvényesítési képesség regionális szinten milyen kapcsolatban van (*Yandri, 2017*). Alapvető megállapítása a munkának, hogy a nagyobb szavazói aktivitás erőteljesebb demokratikus fejlettségre utal, és ezáltal jobb érdekérvényesítési képességeket is biztosít, mindennek természetesen urbánus-rurális differenciáltsága is van a vidéki terek kárára.

Tanulmányunkban a 2022-es magyar országgyűlési választások eredményeit dolgozzuk fel, a két legerősebb politikai blokk támogatottságára koncentrálunk.

Éppen ezért értékes számunkra az ehhez hasonló politikai szituációk szakirodalmi vizsgálata. Ebben a tekintetben Emmanuel Macron és Marine LePen 2017-es összecsapása (*Emanuele, 2017*) a francia elnöki címért, vagy általánosságban az amerikai elnökválasztási eredmények a demokrata és a republikánus jelöltek között (*Lestaeghe–Neigert, 2017; Vega–Cruz, 2022*) kiemelt figyelmet érdemelnek. A fentebb hivatkozott francia választási eredmények kapcsán annyit emelünk ki, hogy a két jelölt közötti 2017-es választáskor egyértelműen elsődleges determináló tényezőként értelmezte Emanuele azt, hogy milyen lélekszámú településen él az adott szavazó. A kistelepülések esetében rendkívül csekély támogatottságot kapott Macron, míg a nagyvárosi terekben, de főleg a fővárosban elenyésző volt LePen szavazati részesedése. Az egyesült államokbeli idősoros elnökválasztási eredményeket (1968–2016) taglalva Lestaeghe és Neigert 2 fő komponenszt különített el és értelmezte azok értékeit szövetségi állami szinten, társadalmi-gazdasági indikátorokra alapozva. Az egyik fő komponens lényegét tekintve az individualista értékek szerint élő, nem tradicionális családmoddal testesítette meg a nagyvárosi terekben, a másik a kisebb településekre jellemző, hagyományos családban élő, kevésbé individualista vonalat jelentette. Nem meglepő módon az első fő komponens jellemezte államok hagyományosan demokrata vezetésűek, a többiben pedig a republikánusok szoktak győzelmet aratni. *Vega és Cruz* csak a 2020-as elnökválasztás eredményeit vizsgálta Texas államban. Fő megállapításuk, hogy elsősorban a Biden-kampány ottani gyengesége miatt a spanyolajkú („latino”) Texas állambeliek is inkább Trumpot támogatták.

Moraski és Reisinger (2010) azt vizsgálta, hogy az Orosz Föderáció rendszerváltást követő elnökválasztásai során melyek voltak azok a kezdetben periféris régiók, amelyek később, Putyin és Medvegyev megválasztásakor a klasszikusan erős Moszkva és Szentpétervár ellenpólusaiként támogatták az új politikai irányvonal megszületését.

A közép-kelet-európai térség sok szocioökonómiai sajátosságát tekintve hasonló hazánkhoz, avagy hazánk mutat hasonlóságokat a régió országaival az államszocialista múlt kapcsán. *Voda (2011)* azt vizsgálta, hogy a visegrádi országokban (V4) a 3 klasszikus politikai blokkot (konzervatív, szociáldemokrata, liberális) képviselő pártok hogyan szerepeltek a rendszerváltást követően. A szlovák és a lengyel választások kapcsán klasszikus urbánus–rurális és keleti–nyugati ellentétekre mutatott rá. Csehország és Szlovákia esetében ugyanakkor az is jellemző volt, hogy a konzervatív és a liberális pártok a nagyvárosi térségekben voltak meghatározóak, a szociáldemokrata pártok pedig a nagyvárosi térségeken kívül erősek. Magyarország esetében viszont egyéb determinánsok kerültek előtérbe, főleg a főváros különül el a többi területtől. Nem minden országban volt jelentős minden időszakban mind a 3 klasszikus politikai irányzat. A tanulmány szerint Magyarországon 2006 után például nem értelmezhető a

klasszikus liberális értékek domináns képviselete. A szerző konzervatívnak sorolta be a Fidesz–KDNP-t, és azt állapította meg, hogy a térség többi országától eltérően ennek a politikai tömörülésnek inkább vidéki, vallásos, és nem vállalkozó szellemű támogatói vannak. Ezzel szemben a klasszikus baloldali szocialista-szociáldemokrata pártok a térség minden országában a nagyvárosi terekben élvezik a legnagyobb politikai támogatottságot. Magyarországon ebben a tekintetben a tanulmány születésekor még az MSZP volt a legerősebb olyan párt, amelynek a katolikus nagyvárosi térségek voltak a fő támogatói. Kifejezett gazdasági determináns csak Szlovákia és Lengyelország esetében mutatkozik, mindkét országban az alacsony jövedelmű térségek lakói támogatják a jobboldali pártokat. Egy másik tanulmány (*Szabó–Tátrai, 2011*) csak Szlovákia rendszerváltást követő regionális differenciáit vizsgálta a politikai választásokat tekintve. A tanulmány legalább 5 stabil politikai tömörülés térbeli elkülönülésére mutatott rá. Munkánk szempontjából két sajátosságra utalnánk e tanulmány kapcsán. Az egyik a nemzetiségi szál, hiszen Szlovákiában jelentős a magyarság aránya (a cigányság és a ruszinok mellett), ezt pedig pártpreferenciától függetlenül érvényesítik az ottani magyarok, akik inkább szavaznak egy magyar pártra, mint egy hozzájuk közelebb eső politikai véleményt megtestesítő szlovák pártra (az már más kérdés, hogy melyik magyar pártra, és mely térségekben). A másik sajátosság pedig, hogy északi szomszédunknál a baloldali szociáldemokrata pártokra a magas jövedelmű, diplomás, nagyvárosi térségek szavaznak. *Plesivcak (2012)* szintén Szlovákia esetében már csupán a nyugat-szlovákiai térségek stabil politikai mintázatait vizsgálta. Ennek a munkának is az a fő megállapítása, hogy Szlovákiában a városi és vidéki szembenállás testesíti meg a fő politikai törésvonalat.

Végezetül egy indiai tanulmányra utalnánk (*Sircar–Kishore, 2019*), amely klasszikus közgazdasági értékekre alapozva (komparatív előnyök elmélete, munkatermelékenység, agrárbérek relatív helyzete), vizsgálta meg, hogy a 2019-es elnökválasztás kapcsán hogyan tudta a jelenlegi elnök jobboldali párta a BJP (Bharatiya Janata Párt) a vidéki agárnépességű Indiát maga mögé állítani. Fő megállapításként az fogalmazható meg, hogy a klasszikus hindu tradíció felvállalása mellett konkrétan az agrárbérek kedvező relatív alakulására való koncentráció volt a kulcsa a párt győzelmének.

2.2 A marketingkommunikáció és a választó

A pártoknak és általánosságban a politikai szereplőknek az a céljuk, hogy kommunikációs folyamataik során befolyásolják a lakosságot – az egyik oldalon hatékony kommunikációval, a választóköri lakosság általános preferenciáinak a módosításával (például érzelmi alapon vagy keretezéssel), a másik oldalon a

körzet társadalmi-gazdasági lehetőségeinek befolyásolásával, a saját ideológiai nézeteiknek megfelelően. A kutatások azt mutatják, hogy a politikusok nem alkalmazkodnak a medián szavazó preferenciáihoz, hanem aktívan terelik őket valamilyen preferált irányba, annak érdekében, hogy politikai nézeteiknek megfelelő aktív lakossági támogatást alapozzanak meg (*Matsubayashi, 2012*). Ez persze nem jelenti azt, hogy egy inkumbens politikus körzete ne változhatna, hiszen a politika egy kompetitív piac, ahol a választókat folyamatosan érhetik új és tartalmi/ideológiai értelemben szembenálló üzenetek. Éppen emiatt kap kiemelt szerepet a megfelelő és hatékony politikai kommunikáció. Ezen belül a csatornapolitika során meg kell különböztetni azokat a csatornákat, amelyeken keresztül a választó kevésbé szeret üzenetet kapni, sőt esetenként zavarónak és idegesítőnek találhatja – ilyen például az e-mail, az SMS, vagy a személyes megkeresés. Ezzel szemben sokkal szívesebben fogadnak olyan tartalmakat és sokkal jobban megbíznak abban az üzenetben, amelyet valamilyen élvezetes, informatív, megbízhatónak tartott és szórakoztató csatornán keresztül kapnak – ilyen lehet a televízió, rádió vagy újság (*Danaher–Rossiter, 2011*).

Minden kommunikációs folyamat során kihívásokkal szembesülünk, főként egy adatalapú és stratégiaorientált közösségimédia-környezetben. Ez a probléma felhívja a figyelmet a hatékony információmenedzsment fontosságára. *Cacciato-re, Meng és Berger (2017)* többek között a PR-szakértők szociokulturális és demográfiai háttérét vizsgálta az esetleges regionális különbségek feltárásával, amely során kiemelkedett általánosan a magasabb iskolai végzettség és az életkor, amikor az információáramlás fontosságát kutatták. A digitális forradalom által életre hívott erős közösségimédia-jelenlét új kihívások elé állítja az üzenetek küldőit. Nem meglepő tehát, hogy a pártok fokozott közösségimédia-jelenléttel rendelkeznek. Ennek eredményeként lehetőségük nyílik kétoldalú és valós idejű kommunikációra, valamint információdiszeminálásra. A közösségi média lehetővé teszi az önszerveződést és a közösségi kezdeményezések organikus, alulról szerveződő növekedését, hiszen sem földrajzi, sem anyagi korlátok nem állnak fent (*Harlow, 2013*). Ezeket az előnyöket kihasználva az új, kevésbé tőkeerős politikai szervezetek főként online és közösségimédia-platformok segítségével terjesztik nézeteiket. Ez nemcsak a szervezet kommunikációjára igaz, hanem a politikai kampányok során tanúsított interaktív és személyes szerepvállalásra is. Az interaktív kommunikáció során – amely a közösségi média sajátja bizonyos értelemben – a személyes bevonódásnak pozitív hatása van a forrás megítélésére (*Kruikemeier et al., 2016*).

A közösségi média használata nem kizárólag a pártok felségterülete, állami intézmények és kormányok is megjelennek és igyekeznek kihasználni az új médiában lévő lehetőségeket. Fontos kiemelni, hogy maga a politika rugalmatlan, hiszen komplex rendszere van, ami hátráltathatja az új technológiák gyors adap-

tálásában, így érthető, hogy például a kormányzati tájékoztatás sok esetben hagyományos médiumokon keresztül zajlik, és az online csatornákat csupán e médiumok kiterjesztéseként használják. Fontos megkülönböztetni a kétoldalú kommunikáció és a dialógus lehetőségét (Sievert *et al.*, 2017). A közösségi média lehetőséget teremt erre a dialógusra, viszont lényeges kiemelni, hogy akik eddig is politikailag inaktívak voltak, azok nem lesznek varázsütésre a technológia hatására aktívak, bár az érdeklődésük a politikai tartalmakkal szemben növekedhet. Ez megfigyelhető például az üzenetek szövegezésében és tartalmában.

A felhasználók szociokulturális és demográfiai háttere is befolyásolja, hogy melyek azok a platformok, amelyek hatékonyabbak a szervezeti célok elérésének érdekében. A különböző közösségimédia-platformok eltérő típusú üzeneteket tartalmazhatnak, valamint az üzenetek víruszerű terjedésének sebessége is más lehet. Minél inkább hálózatosodott és buborékszerű a platform (szimmetrikus), annál gyorsabban lehet terjeszteni az üzeneteket, a felhasználók pedig annál gyorsabban osztják meg ismételten a tartalmat (Theocharis *et al.*, 2021). Ennek megfelelően a pártoknak figyelemmel kell követniük ezeket a mechanizmusokat a minél hatékonyabb üzenetküldés érdekében.

A politika célja a fogyasztó befolyásolása valamilyen elvárt viselkedésnek megfelelően. Erre a célra a politikai szervezetek és kormányok is intenzíven használják a propaganda adta lehetőségeket (Smith, 2010). A propaganda (latinul *propagare*) jelentése terjeszteni – gondolatot, ideológiát, szándékot –, aminek a célja a meggyőzés. A Római Birodalomig kell visszatekintenünk, amikor a propaganda egyik első nagyszabású megjelenését kívánjuk példaként bemutatni. A légiosok zászlaján és pajzsain szereplő SPQR (Senatus Populusque Romanus) felirat is csak egy marketingfogás volt az uralkodó részéről, hiszen ekkor már (Kr. e. 31 után) sem a szenátus, sem a nép érdemben nem befolyásolta a politikai döntéseket (Baines–O’Shaughnessy, 2014). Amennyiben hatékonyan szeretné egy szervezet a választókat befolyásolni, úgy a fogadó fél, jelen esetben a választó preferenciáinak megfelelő kommunikációs formát és csatornát kell választania az információmenedzsment folyamatai során. Lind (2001) mutatott rá, hogy a hagyományos sztereotípiák, miszerint a nemek kommunikációs csatorna-preferenciájában eltérés mutatkozik (használat, elégedettség, használati normák, elvárások), bár valóban jelen van, ennek gyakorlati hatása csekély. Azaz a politikai kommunikáció során nemek alapján megkülönböztetni a csatornákat nem feltétlenül kifizetődő.

Amennyiben a magyar választói trendeket figyeljük, úgy a kornak, illetve például a település méretének sokkal dominánsabb hatásait figyelhetjük meg a politikai/közületi tájékozódás során például a televízióval kapcsolatban. Minél idősebb a választó és minél kisebb településen lakik, annál inkább választja a televíziót elsődleges politikai tájékozódásra (Hann *et al.*, 2020; *Republikon*,

2021). A kutatási eredmények érdekessége, hogy amennyiben a teljes szavazókorú népességet vizsgáljuk, nagyságrendileg hasonló az aránya azoknak, akik elsősorban online (internetes hírportálok és közösségi média), illetve azoknak, akik elsősorban valamilyen televízióból tájékozódnak (hír, kereskedelmi, állami). Viszont amennyiben az adatokat kormánypárti és ellenzéki oldalra osztjuk, úgy komoly arányeltolódásokat figyelhetünk meg: a kormánypárt esetében a hagyományos nyomtatott sajtó és a televízió dominál, az ellenzéki szavazók pedig inkább az online megjelenésű médiát követik nyomon. A szavazóknak tehát eltérőek a tájékozódási preferenciái, polarizáció figyelhető meg. Habár általános trend a digitális csatornák térnyerése, a hagyományos, online formák elterjedése előtt is már használatban levő csatornákkal szemben csupán arányeltolódás létezik, azok továbbra is fontosak maradnak.

Az internethasználók számának emelkedése mellett – Magyarországon már a háztartások több mint 92%-a rendelkezik vezetékes, szélessávú internetkapcsolattal, valamint a mobiltelefont használók 69%-a rendelkezik szélessávú kapcsolattal – a hagyományos csatornák is megmaradtak. Az internetfizetések számán túl a le- és feltöltési forgalom is dinamikusan növekedett, 2015 óta a vezetékes internet esetében két és félszeres, a mobilinternet esetében több mint hatszoros növekedést figyelhetünk meg Magyarországon. Ezzel párhuzamosan a kábeltelevízió-hálózatba bekapcsolt háztartások száma is növekszik (10 év alatt 2,2 millióról 2,7 millióra), valamint rádiót is több mint 5 millió ember hallgat napi szinten. Fontos kiemelni az onlinemédia-használattal kapcsolatban, hogy bár minél fiatalabb valaki, annál inkább jellemző az online média fogyasztása, a 65 év feletti lakosságának is 66%-a aktív az interneten valamilyen formában. Egyedül a nyomtatott sajtótermékek elérése korlátozott (*KSH, 2020a, 2020b, 2020c, 2020d, 2020e, 2020f; NMHH, 2020, 2021*). Az adatok fényében fontos hangsúlyozni, hogy a kommunikációs csatorna-preferenciát vizsgálni manapság komplex feladat, hiszen nehéz bármilyen demográfiai mutató alapján homogén csoportokat alkotni. A lakosság általánosságban multichannel módon tájékozódik, egyszerre több kommunikációs csatornát is figyelemmel kísér. Amennyiben ismerjük tájékozódási szokásait, az alapján vizsgálhatjuk a marketingkommunikáció hatását a pártokra.

3. A szekunder kutatás eredményei

A demográfiai klaszteranalízis során a választókerületek népszámlálási adatait vettük alapul, 16 változó alapján. Nem minden elérhető adatot használtunk fel a 3 fő adatcsoportból (népesség száma és jellemzői; háztartások, családok; lakás-

adatok). Azokat használtuk fel, amelyeket a szakirodalmi feldolgozás alapján relevánsnak tartottunk.

A 16 változó a következő volt (zárójelben fejtettük ki azt, hogyan képeztük a mutatót, amennyiben az nem abban a formátumban volt közvetlenül elérhető a KSH adatbázisában):

- Nem vallásosak, ateisták aránya (a vallási közösséghez, felekezethez nem tartozókat, illetve az ateistapopulációt viszonyítottuk a teljes népességhez, így módon horizontálisan szélesebb kategória az ateistákénál)
- Római katolikusok aránya (ezt a mutatót a római katolikusok számának teljes populációhoz való viszonyításával állítottuk elő)
- Reformátusok aránya (ezt a mutatót a reformátusok számának teljes populációhoz való viszonyításával állítottuk elő)
- Száz családra jutó 15 év alatti gyerek
- Egyetemi, főiskolai végzettségűek aránya (egyszerű arányosítással állítottuk elő)
- Száz lakosra jutó családtag
- Elváltak aránya (a teljes népességhez viszonyítottuk)
- Egy lakosra jutó négyzetméter
- Foglalkoztatottak aránya (a foglalkoztatottak számát viszonyítottuk a teljes népességhez, így ez a mutató nem felel meg a foglalkoztatási rátának)
- Munkanélküliek aránya (a munkanélkülieket viszonyítottuk a teljes népességhez, ilyen módon ez sem feleltethető meg a munkanélküliségi rátának)
- Száz háztartásra jutó személy
- Nem családháztartás aránya (egyszerű arányosítással)
- Száz háztartásra jutó időskorú
- Száz lakott lakásra jutó lakó
- 70 év felettiek aránya (a 70 évnél idősebb populáció arányát viszonyítottuk a teljes népességhez)
- Magyarok aránya a népességen belül (a magyar etnikumú népesség arányát viszonyítottuk a teljes népességhez)

Ezeknek a változóknak a hatását vizsgáltuk 2 indikátorra. Azt vettük figyelembe, hogy az egyéni választóköri körzetekben az ellenzéki összefogás, illetve a Fidesz–KDNP jelöltjére mekkora szavazati arány volt jellemző. A magyar országgyűlésbe a Mi Hazánk is bejutott, az ő eredményeiket viszont azért nem vettük figyelembe, mert a primer kutatás során nem szerepelt a pártok között. A Parlamentbe nem kerülő formációkat pedig nem vettük figyelembe a szekunder kutatásban.

Első lépésként leíró statisztikai adattáblákat képeztünk, majd Pearson-féle korrelációs analízist futtatunk le a demográfiai változók, illetve a Fidesz–KDNP

és az ellenzéki összefogás egyéni választóköri körzetben elért egyéni képviselői százalékos eredménye alapján.

Az adatok azt mutatják, hogy az egyes körzetekben az ellenzéknek alacsonyabb a minimum és a maximum eredménye is (21,48, illetve 60,53%, miközben a Fidesz–KDNP esetében 30,39, illetve 71,22%). Azaz a Fidesz–KDNP nagyobb szavazati aránnyal volt képes megnyerni egy-egy választóköri körzetet, sikertelensége esetén pedig általában magasabb százalékos szavazataránnyal veszített, összevetve azokkal a választóköri körzetekkel, amelyekben az ellenzék volt sikertelen. Érdekes, hogy a körzetek között komoly arányeltolódásokat figyelhetünk meg, például az egyetemi és főiskolai végzettséget tekintve míg a minimum 7,18 és a maximum 54,25, addig az átlag 17,34%, tehát akár egy 25–30%-os arány, amely a maximum fele környékén van, már kimagasló értéknek számít. További 3 esetben látunk kimagasló különbségeket, ilyen az ateista, a keresztény, illetve a református lakosság aránya. Fontos kiemelni, hogy a későbbiekben, amikor a kialakított klaszterek demográfiai leírását végezzük, akkor az átlagos értékekhez viszonyítjuk, hogy egy-egy változó értéke milyen.

1. táblázat

Az ellenzéki összefogás és a Fidesz–KDNP korrelációs értékei, illetve a klaszterezés során mért magyarázóerő

The correlation values of the Opposition Coalition and Fidesz–KDNP and the explanatory power measured during clustering

Megnevezés	Pearson-féle korreláció		A 6 ward alapú klaszter etanégyszetei
	ellenzéki összefogás	Fidesz–KDNP	
Ateista	0,476**	–0,524**	0,439
Katolikus	–0,277**	0,290**	0,677
Református	–0,316**	0,339**	0,623
Száz családra jutó gyermek	–0,481**	0,463**	0,688
Egyetemet/főiskolát végzettek aránya	0,797**	–0,769**	0,725
Száz lakosra jutó családtag	–0,687**	0,670**	0,797
Elváltak aránya	0,710**	–0,774**	0,655
Egy lakott lakásra jutó lakók száma	–0,277**	0,324**	0,500
Foglalkoztatottság	0,628**	–0,622**	0,580
Munkanélküliség	–0,290**	0,269**	0,384
Száz háztartásra jutó személy	–0,715**	0,698**	0,815
Nemcsaládos háztartások aránya	0,687**	–0,665**	0,819
Száz háztartásra jutó idősek aránya	–0,378**	0,396**	0,400
Száz lakott lakásra jutó lakó	–0,687**	0,668**	0,812
70 felettiek aránya	0,205*	–0,160	0,548
Magyarok aránya a népességben belül	–0,687**	0,679**	0,608

Forrás: saját szerkesztés a szekunder kutatás alapján.

A Pearson-féle korrelációs vizsgálat során 10 esetben (lásd. 1. táblázat) látunk legalább közepes vagy közepesen erős kapcsolatot, legerősebbet az egyetemi végzettség esetében (E: 0,797**, F: -0,769**). Ezek közül mindenütt a korreláció 0,01-es szinten szignifikáns. További erős kapcsolat figyelhető meg az elváltak, illetve a száz háztartásra jutó személyek száma között.

Ugyanezen változók segítségével hierarchikus klaszteranalízist készítettünk, először *between-groups linkage*, majd *within-groups linkage*, végül *ward's method* módszerrel. Az eredményeket összevetve a legmagasabb magyarázóerőt és a legjobban elkülönülő csoportokat választottuk ki, ami a wardmódszerrel képzett hatelemű klaszter lett. Ezt használtuk a továbbiakban a diszkriminanciaanalízis során is.

A független változók között többet is találunk, amelyeknek konstansan a legmagasabb a magyarázóerejük, függetlenül attól, hogy a klaszteranalízis során hány klasztert képeztünk. Ezeket nevezhetjük **elsődleges változóknak**, közöttük szoros összefüggéseket és hasonlóságokat is találunk: a) száz családra jutó gyermekek száma, b) egyetemi végzettség, c) elváltak aránya, d) nem családos háztartások aránya, e) száz lakásra jutó családtag, f) száz háztartásra jutó személyek száma, g) száz lakott lakásra jutó lakók száma. Ebben az esetben több változó a település méretével és milyenségével van kapcsolatban, például minél nagyobb a település sűrűsége, annál alacsonyabb a száz lakásra jutó családtagok, illetve a száz lakott lakásra jutó lakók száma.

További változókat is találunk, magas magyarázóerővel, ezeket **másodlagos változóknak** nevezhetjük: a) katolikusok aránya, b) reformátusok aránya, c) foglalkoztatottak aránya, és d) a magyarság részaránya a lakosságon belül.

Szükséges hangsúlyozni, hogy az átlagnál alacsonyabb foglalkoztatotti arány még nem jelent feltétlenül magasabb munkanélküliségi arányt, hiszen például a háztartásbeliek nem minősülnek munkanélkülinek.

A foglalkoztatottnak magasabb a magyarázóereje és a korrelációs vizsgálat során is nagyobb értéket találunk. Az első ránézésre szorosan összefüggő változók mélyebb vizsgálatot követően tehát komoly különbségeket mutathatnak. Hasonló a helyzet az ateisták, a katolikusok és a reformátusok esetében is: míg az elsőnél látjuk a legmagasabb korrelációs értéket, addig a klaszteranalízis során a másik kettőnek van minden esetben magasabb magyarázóereje.

A többi változó magyarázóereje általában átlagon aluli vagy gyengébb, ilyen az a) ateisták aránya, b) az egy lakosra jutó négyzetméter, c) a munkanélküliek aránya, d) a száz háztartásra jutó időskorúak és e) a 70 év felettiek aránya. Feltételeztük, hogy az életkornak és az időskorú népességnek nagyobb lesz a magyarázóereje, de ezt a vizsgálatok nem igazolták.

A hatelemű klaszteranalízis eredményeit összevetettük a választási eredményekkel, az első típusú választókörzet esetén látunk ellenzéki főlényt, a második-

ban kiegyensúlyozott a verseny, a többi 4-ben pedig a kormánypártok dominálnak (2. táblázat).

2. táblázat

Az ellenzéki összefogás és a Fidesz–KDNP átlagos választási eredményei a klasztereken belül

The average election results of the Opposition Coalition and Fidesz–KDNP within the clusters

			(%)
Klaszter	Ellenzék	Fidesz–KDNP	
1	51,88	39,03	
2	44,17	44,28	
3	36,66	51,82	
4	35,61	52,77	
5	31,09	59,61	
6	28,77	61,61	

Forrás: saját szerkesztés a szekunder kutatás alapján.

3.1. Szekunder demográfiai alapú klaszterek

1. *Urbánus körzet.* Átlagos ateista- és alacsony katolikus- és reformátusarány, nem vallásos közösség. Alacsony a gyermekek és a családok háztartások aránya, magas a nem családok háztartások aránya, és sok az elvált. Magas az egyetemi és főiskolai végzettséggel rendelkezők aránya. Magas foglalkoztatottság és alacsony munkanélküliség jellemzi. Nagyvárosban található (alacsony a száz háztartásra és száz lakott lakásra jutó személyek száma). Alacsonyabb a magyar nemzetiségűek aránya a lakosságon belül.

2. *Munkás-szingli körzet.* Magas az ateisták és alacsony a vallásosak aránya. Alacsony a családok háztartások aránya és magas az elváltak száma. Átlagos a magasabb iskolai végzettségűek aránya. Magas foglalkoztatottság és átlagos munkanélküliség jellemzi. Közepes méretű településen található (átlagos a száz háztartásra és száz lakott lakásra jutó személyek száma). Átlagos a magyar nemzetiségűek részaránya.

3. *Átlagos körzet.* Teljesen átlagos minden kategóriában, közepes méretű település.

4. *Családok vidéki körzet.* Átlagos, kisebb méretű település, ahol magasabb a családok háztartások és a gyermekek száma.

5. *Vallásos vidéki körzet.* Vallásos, közepes méretű településen található, ahol a katolikusok aránya magas. Átlagos a gyermekkel rendelkező és a családok háztartások aránya. Alacsony a magasabb iskolai végzettségűek aránya. Átlagos

foglalkoztatottság és munkanélküliség jellemzi. Magasabb a magyar nemzetiségűek részaránya.

6. *Vallásos kisvárosi körzet.* Vallásos, kisméretű településen található, ahol a reformátusok aránya magas. Magas a családok és a gyermekes háztartások aránya. Alacsony a magasabb iskolai végzettségűek aránya. Alacsony foglalkoztatási arány, magas munkanélküliség jellemzi. Magas a magyar nemzetiségűek részaránya.

3.2. Diszkriminanciaanalízis

A demográfiai klaszterekbe sorolás pártszimpátiára gyakorolt hatását vizsgálva diszkriminanciaanalízist végeztünk, amely során a csoportosítási változó a hat-
elemű klaszter, a független változók pedig az ellenzéki összefogásra és a Fidesz–
KDNP-re leadott szavazatok százalékos aránya volt. Arra voltunk kíváncsiak,
hogy milyen mértékben sikerül a demográfiai tulajdonságok alapján meghatároz-
ni, hogy valaki milyen pártszimpátiával rendelkezik. A modell ilyen formában
52,8%-ban határozta meg helyesen a csoportokba sorolást (részletes adatokat
lásd 3. táblázat).

3. táblázat

Az előre jelzett és a valós klasztertagság
Predicted and actual cluster membership

Klaszter	Előre jelzett klasztertagság						Összesen
	1	2	3	4	5	6	
1	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
2	15,0	75,0	5,0	0,0	5,0	0,0	100,0
3	0,0	12,5	56,3	18,8	6,3	6,3	100,0
4	0,0	25,0	25,0	25,0	5,0	20,0	100,0
5	3,7	0,0	3,7	11,1	40,7	40,7	100,0
6	0,0	0,0	0,0	13,3	33,3	53,3	100,0

Forrás: saját szerkesztés a szekunder kutatás alapján.

A klaszterek több esetben is nagy hasonlóságot és csak pár változó esetén mutatnak eltérést, ilyen például az átlagos és a családi átlagos, vagy a két utolsó, erősen vallásos klaszter. A legnagyobb valószínűséggel az első (100%) és a második (75%) számú klasztertagságot sikerült eltalálni, ezt követte a harmadik (56,3%) majd a hatodik (53,3%). A negyedik klaszter esetében látjuk a legnagyobb szórást és a legalacsonyabb sikerességet. Érdekes az ötödik klaszternél, hogy gyakorlatilag ugyanannyi választókörzetet sorolt helytelenül a modell a

hatodikba, mint helyesen az ötödikbe, valamint hasonló trendet látunk a hatodik csoportnál is, hiszen a második legnagyobb helytelenül bekezelített területet e helyett a modell az ötödikbe tette. Fontos kiemelni, hogy e két klaszternél látjuk a legmagasabb kormánypárti arányokat (59,61 és 61,61%), illetve demográfiai értelemben is ezek hasonlítanak a legjobban egymásra.

Összegezve: az ellenzéki összefogásnak kedvezett, ha a választókörzet olyan településen helyezkedett el, amely minél nagyobb lélekszámú, ha a lakosság kevésbé vallásos, ha a magas iskolai végzettséggel rendelkezők aránya nagy, ha magas a foglalkoztatottság és a nem családos háztartások aránya. A Fidesz–KDNP-nek kedvezett, ha a választókörzet kistélepülésen helyezkedik el, ahol sok a családos és gyermekkel rendelkező háztartás, és magas a vallásos lakosság aránya. A 6 klaszter közül leginkább az urbánus típusú körzetben találjuk a kormánykritikus ellenzéki szavazókat. A munkás-szingli körzetben a legkiegyensúlyozottabb a verseny és az erőviszonyok a két fél között. A többi 4 – az átlagos, a családos vidéki, a vallásos vidéki és a vallásos kisvárosi – körzetben találjuk főképp a kormánypárti, ellenzékszekeptikus szavazókat.

4. Primer kutatás

A primer kvantitatív kérdőíves kutatás során 4 demográfiai változót vizsgáltunk – nem, kor, lakóhely mérete és jövedelem – valamint 7 kommunikációs csatorna iránti bizalmat – család és barátok, közszolgálati tv, kereskedelmi tv, rádió, újság (napi- és hetilap), online oldalak (honlapok) és közösségi média. A vizsgálatba bevont pártok: Fidesz–KDNP, Jobbik, Magyar Szocialista Párt (továbbiakban MSZP), Demokratikus Koalíció (DK), LMP – Magyarország Zöld Pártja (LMP), Momentum (MOM) és Magyar Kétfarkú Kutya Párt (MKKP). A válaszadók hatelemű Likert-skálán tudtak nyilatkozni a pártok megítéléséről, 3 kérdés alapján: a) „Ön szerint mennyire fontos a következő pártoknak az emberek POLITIKAI szabadságjoga (szabadon jelölthetik magukat, illetve szavazhatnak), 1 – egyáltalán nem, 6 – teljes mértékben?”, b) Ön szerint mennyire fontos a következő pártoknak az emberek SZEMÉLYES szabadságjoga (például gyülekezés, véleménynyilvánítás)? 1 – egyáltalán nem, 6 – teljes mértékben, c) Ön szerint mennyire fontos a következő pártoknak az emberek GAZDASÁGI szabadságjoga (szabadon lehet vállalkozást indítani és kereskedni kül- és belföldön)? 1 – egyáltalán nem, 6 – teljes mértékben. Illetve a kommunikációs csatornák bizalmáról a következő kérdés alapján: „Kérem, jelölje, mennyire bíz meg a

következő információs forrásokban, 1 – egyáltalán nem, 6 – teljes mértékben”. A demográfiai adatok tekintetében 10 korcsoportot, 7 településkategóriát és 5 jövedelemkategóriát különböztettünk meg.

A válaszokat vizsgálva, a pártoknak nagyrészt negatív a megítélése (az 1–6-ig terjedő skála középértéke 3,5), ez alól kivételt képez a MOM (3,57) és az MKKP (3,97). A pártok közül az MKKP-nek a legnagyobb a szórása (1,736), tehát ennek a szervezetnek a legmegosztóbb a megítélése, ezt követi a Fidesz–KDNP (1,669) majd a többi párt. A klasszikus ellenzéki pártok, mint az MSZP, a Jobbik szórása valamivel alacsonyabb (1,3–1,4), az új ellenzéki pártok, mint a MOM szórása valamivel magasabb (1,5 körül).

A 4 demográfiai adatot vizsgálva, a Pearson-féle korreláció kevés esetben mutat kapcsolatot, erőset pedig egyik esetben sem találtunk. A nemnek semmilyen hatása sincs, egyik párt megítélésére sem, az életkor pedig csak két esetben korrelál gyengén, a Fidesz–KDNP (0,293**) és a MKKP (–0,189**) esetén. A népesség gyengén negatívan korrelál a Fidesz–KDNP-vel (–200**), illetve gyengén pozitívan az új típusú ellenzéki pártokkal (LMP: 0,104*, MOM: 0,126**, MKKP: 0,123**). A jövedelem esetében gyenge negatív kapcsolatot találunk a Fidesz–KDNP-t (–0,111**) és gyengén pozitívat az MKKP-t vizsgálva (0,159**). A korrelációs együttható mögötti csillagok száma utal a konfidenciaszintre. Az SPSS jelölésében a kétszillagos értékhez 99, az egyszillagos értékhez 95%-os konfidenciaszint tartozik – szignifikáns 0,01-os és 0,05-os szinten.

Összevetve a szekunder és a primer kutatás eredményeit, részben hasonló mintázatokat találunk. A feltételezésünkkel ellentétben az életkor hatása (például az idősebb népesség nagyobb aránya) gyenge. A szekunder adatokat párhuzamba állítva (a település mérete), illetve a foglalkoztatottság és a jövedelem esetében – feltételezve, hogy magasabb foglalkoztatottsági arány magasabb jövedelmet eredményez – részben hasonló mintázatot látunk, tehát a kormánypárt megítélésének kedvez a kisebb településméret, míg az ellenzék megítélését javítja a magasabb jövedelem.

Amennyiben klaszteranalízist futtatunk le a demográfiai adatok segítségével, úgy 8, méretükben eltérő, viszonylag homogén válaszadói csoportot vagyunk képesek megkülönböztetni. Ha ezt visszavetítjük a pártok megítélésére, azt látjuk, hogy az előzőeknek megfelelően az urbánus, magas jövedelmű, fiatal lakosság meglete kedvez az ellenzéki pártok és főképp az MKKP megítélésének, míg a közepes és kis településméret és valamivel magasabb életkor kedvez a kormánypártoknak. Feltételezésünk szerint ezt ismét párhuzamba lehet állítani a szekunder adatokkal, hiszen a magasabb életkor magasabb gyermekvállalási hajlandósággal is járhat.

4.1. Kommunikációs preferencia, bizalmi alapú elemzés

A kommunikációs preferencia hatását vizsgálva, először Pearson-féle korrelációs vizsgálatot futtattunk, majd klaszter- és diszkriminanciaanalízist végeztünk. A korreláció a legerősebben a kormánypártok és a közszolgálati tv esetén mutatható ki (0,522**), míg az ellenzéki pártok általában az új médiával, azaz az online megjelenésű oldalakkal és a közösségi médiával mutatnak kapcsolatot, szignifikáns de gyenge szinten (0,159** és 0,273**). Ez alapján azt feltételezzük, hogy a kormánypárti szavazók inkább a közszolgálati televízióból, míg az ellenzéki szavazók inkább online és a közösségi médián keresztül tájékozódnak. A közszolgálati televízió erős hatása visszaköszön a klaszteranalízis során is mint nagy magyarázóerővel rendelkező változó. Ez megerősíti *Hann és szerzőtársai (2020)* korábban bemutatott kutatását, miszerint polarizáció figyelhető meg a kormánypárti és az ellenzéki szavazók politikai témájú tájékozódási szokásai alapján.

Minden csoportban a család és barátok bizalmi értéke a legmagasabb (4,33–5,42), ezért a többi információforrást ehhez képest szükséges vizsgálni. A kommunikációs csatornák bizalmi értékei alapján elvégzett klaszteranalízis során 3 csoportot sikerült meghatározni (lásd 4. táblázat).

4. táblázat

A kommunikációs csatorna-bizalmi alapú klaszterek

The communication channel trust-based clusters

Wardmódszer		CSALBAR	KÖZSZOLG	KERESK	RADIO	UJSAG	ONLINE	KÖZMED
1	Átlag	4,3352	1,8920	1,9375	2,3068	2,2955	2,6023	1,8352
	N	176	176	176	176	176	176	176
	Szórás	1,25407	0,92874	0,77942	0,94848	1,02159	1,04788	0,74151
2	Átlag	5,4261	3,8239	3,6136	3,9318	3,7443	3,7045	3,2330
	N	176	176	176	176	176	176	176
	Szórás	0,69710	0,94276	0,86760	0,83215	0,98414	1,08137	1,05681
3	Átlag	5,0531	1,4336	2,8496	2,6549	2,5664	4,0708	3,1947
	N	113	113	113	113	113	113	113
	Szórás	0,81109	0,63914	1,29712	1,10817	1,14857	0,85269	1,02520
Összesen	Átlag	4,9226	2,5118	2,7935	3,0065	2,9097	3,3763	2,6946
	N	465	465	465	465	465	465	465
	Szórás	1,08000	1,35680	1,20539	1,19894	1,23019	1,19006	1,15467

Forrás: saját szerkesztés a szekunder kutatás alapján.

Az első csoportban olyan válaszadók vannak, akik csak a családban és a barátokban bíznak meg, és egyik másik csatornában sem igazán.

A másodikban azok, akik a család és barátokon kívül közepesen bíznak meg az összes többiben.

A harmadikban pedig azok, akik számára a családon és a barátokon kívül az online és a közösségimédia-csatornák is hitelesnek tekinthetők.

Függetlenül attól, hogy hány klaszteres csoportosítást vizsgáltunk, általánosságban a család és a barátok bizalmi értéke magas, legalább 4, általában 5 fölötti átlaggal. Szintén függetlenül a klaszterek számától, minden esetben a közszolgálati tv magyarázóereje a legmagasabb, a családé és a barátoké a legalacsonyabb. Mivel a legjobban elkülönülő csoportot 3 klaszternél találtuk, a további elemzéseket ennek megfelelően futtattuk le, ebben az esetben a család és a barátok magyarázóereje 0,198, a közszolgálati televízióé pedig 0,588. Az online és a közösségi média magyarázóereje a kettő között helyezkedik el (0,277 és 0,338).

Az első „család és senki másban” csoport 176, a második „család és közepesen mindenkin” szintén 176, a harmadik „család és online” csoportba pedig 113 személy tartozik, tehát a 3 klaszternek némileg eltérő a mérete.

Az első – „család és senki más” – csoportot elemezve az összes pártnál alacsony értékeket látunk. Ebből arra tudunk következtetni, hogy ebben a csoportban vannak azok, akik leginkább kiábrándultak és eltávolodtak a politikától, tehát feltételezhetjük, hogy nincs pártjuk, a meglévőkkel pedig ellenségesek.

A második – „család és közepesen mindenki” – csoportban elkülönülés figyelhető meg a klasszikus és az új pártok között. Az MSZP, a Jobbik és a DK megítélése egymáshoz közeli, e csoportosulás némileg alacsonyabb szinten van jelen, míg az LMP, a MOM és az MKKP pozíciója szintén közeli, de némileg magasabb szinten. A kormánypártok a két csoport között helyezkednek el, közepes értékekkel.

A harmadik – „család és online” – csoport esetében hasonló a csoportosulás, mint az előzőben, az MSZP, a Jobbik és a DK valamivel alacsonyabb szinten, az LMP, a MOM és az MKKP magasabb szinten, viszont ebben az esetben a Fidesz nem középen, hanem jól elkülönülten, a legalacsonyabb értékekkel rendelkezik. Összességében ebben a csoportban olyanokat találunk, akiknek inkább negatív a megítélése a kormánypárttal és inkább pozitív az ellenzéki pártokkal kapcsolatban. Mivel a korábbi klaszteranalízis azt mutatta, hogy az ellenzéki szavazók inkább online tájékozódnak, ez megerősíti az ott kapott eredményeket. Tehát ebben a csoportban találjuk a kormánykritikus, ellenzéki szavazókat. Végezetül *gapelemzést* végeztünk, amely a pártokra adott válaszok alapján a modell magyarázóerejét vizsgálja. A 3 klaszter összességében a kommunikációs csatornára adott bizalmi értékek alapján 57,6%-ban jelzik előre a válaszadó megítélését a pártokról: legjobban a „család és közepesen mindenkin” csoport (68,8%), utána a „család és senki másban” (53,4%) és végül a „család és online” esetén (46,9%).

5. táblázat

Az előre jelzett és a valós klasztertagság
Predicted and actual cluster membership

Klaszter	Előre jelzett klasztertagság			
	1	2	3	Total
1	94,0	56,0	26,0	176,0
2	40,0	121,0	15,0	176,0
3	33,0	27,0	53,0	113,0

Forrás: saját szerkesztés a szekunder kutatás alapján.

5. Eredmények és végkövetkeztetések

Összefoglalásként megállapítható, hogy mind a demográfiai változók, mind a kommunikációs csatorna-preferencia alapján lehetséges a választókat klaszterekbe sorolni. A választóköri elemzés során 6 klasztert sikerült megkülönböztetni, amelyek előre vetítik a választó pártszimpátiáját. Minden esetben az elsődleges változók magyarázóereje volt a legnagyobb: a) száz családra jutó gyermekek száma, b) egyetemi végzettség, c) elváltak aránya, d) nem családok háztartások aránya, e) száz lakásra jutó családtag, f) száz háztartásra jutó személyek száma, g) száz lakott lakásra jutó lakók száma. A demográfiai adatok alapján a diszkriminanciaanalízis során 52,8%-ban sikerült helyesen meghatározni a klasztereket, leginkább az 1., urbánus és 2., munkáskörzet esetén. Ha a különböző kommunikációs csatornák bizalmi értékelése alapján vizsgáljuk, hogy a választó honnan tájékozódik és mit tart megbízhatónak, úgy előre jelezhető a válaszadó pártokkal kapcsolatos megítélése. Ennek megfelelően 3 csoportot tudunk megkülönböztetni. A családjukon és barátaikon kívül más információs forrásban nem igazán megbízók a politikától eltávolodott csoport. A családjukban és barátaikban megbízók a többi információs forrásban közepesen bíznak meg – náluk a klasszikus ellenzéki pártok megítélése alacsony, a Fidesz–KDNP-é közepes, és inkább az új ellenzéki pártokat értékelik pozitívan. És végül azok, akik a családjukban és barátaikban, valamint leginkább az online forrásokban bíznak meg, lesznek az ellenzéki, kormánykritikus szavazók. Ebben az esetben a diszkriminanciaanalízis 57,6%-ban jelezte előre a pártok megítélését.

Irodalom

- Baines, P. R. – O'Shaughnessy, N. J. (2014): Political Marketing and Propaganda: Uses, Abuses, Misuses. *Journal of Political Marketing*. Vol. 13. No. 1–2, pp. 1–18.
<https://doi.org/10.1080/15377857.2014.866018>
- Cacciatore, A. M. – Meng, J. – Berger, B. K. (2017): Information flow and communication practice challenges – A global study on effective responsive strategies. *Corporate Communications: An International Journal*. Vol. 22. No. 3. pp. 292–307 <https://doi.org/10.1108/ccij-09-2016-0063>
- Danaher, P. J. – Rossiter R. J. (2011): Comparing perceptions of marketing communication channels. *European Journal of Marketing*. Vol. 45. No. 1/2. pp. 6–42.
<https://doi.org/10.1108/03090561111095586>
- Egri G. (2006): A nemzeti és etnikai kötődés szerepe a választói magatartás alakulásában Magyarországon a 20. században. *Múltunk*. 51. évf. 1. sz. pp. 170–197.
- Emanuele, V. (2017): *The hidden cleavage of the French election: Macron, Le Pen and the urban–rural conflict*.
<https://cise.luiss.it/cise/2017/05/07/the-hidden-cleavage-of-the-french-election-macron-le-pen-and-the-urban-rural-conflict/>
- Enyedi Zs. – Fábrián Z. – Tardos R. (2015): *Pártok és szavazók, 2002–2014*.
<https://www.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/b344.pdf>
- Hajdú Z. (2006): A 20. századi magyar parlamenti választások választási földrajzi kérdései. *Múltunk*. 51. évf. 1. sz. pp. 137–169.
- Hann E. – Megyeri K. – Polyák G. – Urbán Á. (2020): *Megfertőzött médiarendszer. A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon*.
https://mertek.eu/wp-content/uploads/2020/12/Megfertozott_mediarendszer.pdf
- Harlow S. (2013): It was a „Facebook revolution”: Exploring the meme-like spread of narratives during the Egyptian protests. *Revista de Comunicaci3n*. Vol. 12. pp. 59–82.
- IBM (2021): *SPSS Statistics – KMO and Bartlett's test*.
<https://www.ibm.com/docs/en/spss-statistics/version-missing?topic=detection-kmo-bartletts-test>
- Ignácz K. – Szabó B. (2017): Választási eredmények Budapest történelmi munkásnegyedeiben, 1994–2014. *Eszmélet*. 104. pp. 75–98.
- Kovács Z. (1991): Az 1990. évi választások politikai földrajzi tapasztalati. *Földrajzi Értesítő*. 15. évf. 1–2. sz. pp. 55–80.
- Kruikemeier, S. – Noort, G. – Vliegenthart, R. – Vreese C. H. (2016): The relationship between online campaigning and political involvement. *Online Information Review*. Vol. 40. No. 5. pp. 673–694 <https://doi.org/10.1108/oir-11-2015-0346>
- Kruzslíc F. – Kovács B. – Hornyák M. (2016): Összehasonlító klaszterjellemezés külső, szöveges források bevonásával. *Statisztikai Szemle*. 94. évf. 11–12. sz. pp. 1123–1148.
<https://doi.org/10.20311/stat2016.11-12.hu1123>
- KSH (2020a): *A háztartások internetkapcsolat típusainak aránya*.
https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0016.html
- KSH (2020b): *Az internethasználok arányának alakulása a lakosságon belül az utolsó használat időpontja szerint*. https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0017.html
- KSH (2020c): *Az információ, kommunikáció főbb mutatói*.
https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0001.html
- KSH (2020d): *A helyhez kötött internet- és a mobilhálózat adatforgalmának időbeli alakulása*.
https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0009.html

- KSH (2020e): *Helyhez kötött televíziószolgáltatás előfizetések száma típusonként, megye és régió szerint*. https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0024.html
- KSH (2020f): *A háztartások információs- és kommunikációs eszköz-használatának főbb jellemzői*. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/ikt/2020/01/index.html>
- Lestaeghe R. – Neigert L. (2017): *Spatial Aspects of the American „Culture War”*. Population Studies Center. Ann Arbor.
- Lind, M. R. (2001): An exploration of communication channel usage by gender. *Work Study*. Vol. 50. No. 6. pp. 234–240 <https://doi.org/10.1108/00438020110403338>
- Matsubayashi, T. (2012): Do Politicians Shape Public Opinion? *British Journal of Political Science*. Vol. 43. December. pp. 451–478. <https://doi.org/10.1017/s0007123412000373>
- Moraski, B. J. – Reisinger, W. M. (2010): *The diffusion of deference: Regional machine strength and federal election results in Russia*. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.476.8613&rep=rep1&type=pdf>
- NMHH (2020): *A három legnépszerűbb rádiót négymillió ember hallgatja*. https://nmhh.hu/cikk/209724/A_harom_legnepszerubb_radiot_negymillio_ember_hallgatja
- NMHH (2021): *Nyomtatott sajtótermékek és online megjelenéseik (2021. I. félév)*. https://nmhh.hu/cikk/223891/Nyomtatott_sajtotermekes_online_megjeleneseik_2021_I_felev
- Plesivcak, M. (2012): State of Urban–Rural Cleavage in Electoral Preferences caused by Socio–Political Situation in Functional Urban Regions of Western Slovakia. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis – Geographica*. Vol. 43. No. 2. pp. 83–99.
- Republikon Intézet (2021): *Médiafogyasztás Magyarországon: Televíziós csatornák, hírportálok, közösségi média, online*. <http://republiikon.hu/media/98833/republiikon-mediafogyaszta-21-06-28.pdf>
- Sajtos L. – Mitev A. (2007): *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Sievert, H. – Lessmann, C. – Henneboehl, J. (2017): Towards a societal discourse with the government? *Advances in Public Relations and Communication Management*. Vol. 2. pp. 69–89. <https://doi.org/10.1108/s2398-391420170000002004>
- Simon J. (2006): A klaszterelemzés alkalmazási lehetőségei a marketingkutatásban. *Statisztikai Szemle*. 84. évf. 7. sz. pp. 627–651.
- Sircar, N. – Kishore, R. (2019): *Winning back the rural heartland*. <http://164.100.47.193/fileupload/current/118608.pdf>
- Smith, D. A. (2010): American Nightmare: Images of Brainwashing, Thought Control, and Terror in Soviet Russia. *The Journal of American Culture*. Vol. 33. No. 3. pp. 217–229. <https://doi.org/10.1111/j.1542-734x.2010.00745.x>
- Szabó B. – Tátrai P. (2011): Területi különbségek a pártpreferenciákban Szlovákiában, 1992–2010. *Tér és Társadalom*. 25. évf. 4. sz. pp. 61–80. <https://doi.org/10.17649/tet.25.4.1886>
- Theocharis, Y. – Cardenal, A. – Jin, S. – Aalberg, T. – Hopmann, D. N. – Strömbäck, J. – Castro, L. F. – Van Aelst, P. – de Vreese, C. – Corbu, N. – Koc-Michalska, K. – Matthes, K. – Schemer, Ch. – Sheaffer, T. – Splendore, S. – Stanyer, J. – Stępińska, A. – Štětka, V. (2021): Does the platform matter? Social media and COVID–19 conspiracy theory beliefs in 17 countries. *New media & society*. <https://doi.org/10.1177/14614448211045666>
- Vega, A. – Cruz, M. (2022): *Are South Texas Latino Voters Really Trump Supporters or Is There Something Else Going On Here? – Still Another look at the 2020 Presidential Election Result*. <http://www.wpsanet.org/papers/docs/Are%20South%20Texas%20Latino%20Voters%20Really%20Trump%20Supporters%2022822.pdf>

- Vida Gy. (2016): Az egyenlőtlen politikai reprezentációt létrehozó választási földrajzi hatótényezők mérési lehetőségei. *Területi Statisztika*. 56. évf. 6. sz. pp. 643–659.
<https://doi.org/10.15196/ts560603>
- Vida Gy. – Kovács Z. (2017): Magyarország átalakuló választási földrajza a 2010-es és a 2014-es parlamenti választások tükrében. *Földrajzi Közlemények*. 141. évf. 2. sz. pp. 125–138.
- Voda, P. (2011): A Geographical analysis of elections in the V4 in 2010. *Contemporary European Studies*. 2. pp. 43–57.
- Yandri, P. (2017): The Political Geography of Voters and Political Participation: Evidence from Local Election in Suburban Indonesia. *Indonesian Journal of Geography*. Vol. 49. No. 1. pp. 57–64. <https://doi.org/10.22146/ijg.11315>