

OKOS SZAVAZÁS ÉS PROVOKÁLT RÉSZVÉTEL

Enyedi Zsolt

(Közép-Európai Egyetem, docens)

ÖSSZEFOGLALÓ

A politikai preferenciák és a pártálláspontok összevetésén alapuló szavazati tanácsadó portálok Európa szerte gyorsan terjednek. Működésük és hatásuk még nagyrészt felderítetlen. E tanulmány áttekinti a nemzetközi tapasztalatokat, majd beszámol egy magyar kísérletről. Panelkutatás részeként először kérdőívet töltöttünk ki a kísérletben résztvevőkkel, majd egy részüket két portálhoz, a Szavazatszondához és a Választási Iránytűhöz irányítottuk. A résztvevők egy csoportja mindkét portáltól tanácsot kapott, másik része csak egyikőtől, míg a kontrollcsoport egyik portált sem kereste fel. A második hullámban információkat gyűjtöttünk a résztvevők szubjektív benyomásairól, a harmadik hullámban pedig, immár a választások után, elsősorban arra kérdeztünk rá, hogy végül ki hogyan szavazott, illetve hogy szavazott-e egyáltalán. A nemzetközileg példátlan komplexitású kísérlet azt mutatta, hogy az eltérő kérdések ellenére a portálok nagyjából hasonló arányokban javasolták a különböző pártokat. A kisebb különbségek közül a Jobbikra vonatkozó ajánlatok eltérése tűnik visszavezethetőnek a kérdőívek tematikájára. A szubjektív beszámolók szerint a résztvevők mintegy hét százaléka a portálok hatására pártpreferenciát váltott, de a panel-vizsgálat harmadik hulláma sem ezt, sem a portálok mobilizáló vagy demobilizáló hatását nem igazolta. Ugyanakkor az adatok azt mutatták, hogy a mindkét portáltól ugyanazt az ajánlatot kapók szignifikánsan nagyobb arányban mentek el szavazni.

Kulcsszavak: internet ■ pártok ■ politikai viselkedés ■ okos szavazás ■ mobilizáció

BEVEZETŐ

Ahogy a világ számos országában, így az elmúlt évtizedben Magyarországon is megjelentek a szavazati tanácsot adó internetes oldalak, az 'okos szavazást' ('smartvote') lehetővé tevő portálok (más néven 'tájélok', 'iránytűk', stb.). Olyan webes felületekről van szó, melyek kérdőívre adott válaszok segítségével mérik fel a látogató és a pártok politikai álláspontjai közötti hasonlóságokat, majd beazonosítják a kérdőívet kitöltőhöz legközelebb álló, és ennyiben támogatására leginkább érdemes pártot.

Bár általában a szórakoztató jellegük domborodik ki, a smartvote portálok gyakran kapcsolódnak tudományos vagy oktatási vállalkozásokhoz. A szervezők céljai között szinte mindig megtaláljuk az ismeretterjesztést, az önisme-

ret-fejlesztést, a választások iránti érdeklődés növelését, a demokratikus kultúra támogatását és a racionális választás lehetőségeinek megalapozását. A felhasználók esetében nyilván keverednek a szórakozással és az ismeret-szerzéssel kapcsolatos motívumok. Minél nagyobb az utóbbiak súlya, annál nagyobb e portálok politikai jelentősége. De még a pusztán a játék kedvéért bekapcsolódók esetében is kialakulhat viselkedésbeli vagy attitűdbeli változás a pártokhoz való közelség megismerése és a közelségen alapuló tanács nyomán.

A smartvote portálok kialakításának számos dilemmája van: milyen kérdések mentén legyen megrajzolva a pártok és polgárok álláspontja, legyenek-e fontosságuk szerint súlyozva a kérdések, mely pártok szerepeljenek a kínálatban, milyen számolási technika révén jelenjen meg a pártok álláspontja, milyen válaszlehetőségeket kínáljon fel a portál a kitöltőknek, hogyan nézzen ki a honlap, lehessen-e javítani a már egyszer beírt válaszokon, a folyamat végén milyen információt kapjon meg a kitöltő – és így tovább. Hogy hogyan oldják meg a szervezők e dilemmákat, kihathat a portál által adott tanácsok jellegére, valamint arra, hogy a szavazási tanácsot mennyire veszik komolyan a felhasználók.

A portálok társadalmi jelentősége a felhasználók számának gyarapodásával együtt nő. Miután ma már számos országban milliós nagyságrendben látogatják a polgárok e honlapokat, már annak is komoly politikai következménye lehet, ha a felhasználók töredékének viselkedését és attitűdjeit befolyásolják. Kézenfekvően, a politikai viselkedés kutatóinak is foglalkozniuk kell tehát e portálok hatásával és működési logikájával. A témának etikai aspektusai is vannak. Az elmúlt években több szerző is felhívta a figyelmet arra, hogy a kérdések egyes pártoknak kedvezhetnek. A portálok működésének áttekinthetlensége tehát potenciális veszélyforrás (Thurman–Gasser, 2009).

Ehhez képest meglehetősen kevés részletes leírás és dokumentált elemzés született még ebben a témában. Keveset tudunk arról, hogy a honlapok hogyan épülnek fel, hogy az ajánlásaik hogyan viszonyulnak a polgárok választási preferenciáihoz, és hogy mekkora a hatásuk a kitöltőkre.

A legutóbbi parlamenti választások idején, 2010-ben, a magyar szavazó több portál között is választhatott. Az itt elemzettek mellett létezett például a Publicus által készített <http://www.valasztasom.hu>, vagy az EU-Profiler magyar oldala, a <http://www.euprofiler.eu>. Olyan honlapok is működtek, amelyek elsősorban nem pártokhoz való közelséget, hanem általánosabb ideológiai/világnézeti hovatartozást mértek (ilyen volt például a Progresszív Intézet <http://www.politikaiterkep.hu> oldala). A két legjelentősebb szavazati tanáccsal szolgáló portál a Szavazatszonda és a Politikai Iránytű volt.

Az alábbi írásnak három feladata van: leírni a Szavazatszonda és a Választási Iránytű működését, felmutatni a honlapok generálta tanácsok illetve a fel-

használók valós preferenciái közötti különbségeket, valamint felmérni a tanácsok hatását a felhasználókra.

Az alább ismertetett kutatás kimutatta, hogy az elemzett honlapok a kis pártokat a valóságos erejükénél nagyobb arányban javasolták. Ez az „elfogultság” következik a smartvote portálok felépítésének logikájából. A tanulmány számos részletben különbözőnek találja a két honlap felépítését, de megállapítja, hogy e különbségek nem vezettek markáns eltérésekre a felhasználóhoz legközelebb álló párt meghatározása tekintetében. A leginkább megbízható összehasonlítási technika a Jobbik és az LMP vonatkozásában mutatott jelentősebb eltérést a két honlap között. Az eltérés oka nagy valószínűséggel az, hogy az említett pártok témáihoz kapcsolódó kérdések eltérő arányban fordultak elő a két portálnál.

A felhasználók meglehetősen elégedettek voltak mindkét honlappal, azonban csak nagyon kevesen változtatták meg pártpreferenciájukat a javasolt irányba, vagy kaptak kedvet a szavazásra pusztán a kérdőívek kitöltése miatt. Miután az átlagnál tájékozottabb emberekről van szó, és miután a pártpreferencia valamint a választásokon való részvétel nem egyszerű vélemény, hanem tapasztalatok sokaságához kapcsolódó, beágyazott attitűd és viselkedési preferencia (Zaller, 1992), az új impulzustól (a tanácsadó portál rangsorától) nem vártunk drámai változásokat. Ugyanakkor a két portáltól egybevágó ajánlásokat kapók végül szignifikánsan nagyobb létszámban mentek el szavazni. A következtetés az, hogy a smartvote portáloknak nem annyira preferenciaváltoztató, mint inkább mobilizáló hatásuk lehet.

Az alább bemutatott kutatásnak három pillérje volt. Az első két pillért maguk a smartvote portálok jelentették, amelyekkel kutatási megállapodást kötöttünk. Működésük leírásában alapvetően Holndonner Róbert László (Szavazatszonda) és Sólyom Anna (Választási Iránytű) beszámolóira támaszkodtam.¹ A harmadik pillért egy saját kutatás jelentette, amelyet az Ipsos közvélemény-kutató cég² operatív és a Norvég Alap finansziális segítségével, a Magyar Választáskutató Program keretei között bonyolítottam le. A tanulmány első részében a portálokat mutatom be, a második részben a portálok fogadtatását, szubjektív és objektív hatását írom le.

A TANÁCSADÓ PORTÁLOK ELTERJEDÉSE, INFRASTRUKTÚRÁJA, ÉS HATÁSA EURÓPÁBAN

Az itt elemzett portáloknak számtalan nevük van, de a szakirodalomban megjelölésükre leginkább a VAA (Voting Advice Application) rövidítés terjedt el. Eredetük 1989-re nyúlik vissza. Ekkor jelentetett meg először egy holland alapítvány olyan szoftvert, amely a pártok programjának és a kérdőívet kitöltők politikai preferenciáinak összevetésén alapult. Az alapítvány célja eredetileg a

középiskolások pártpolitikában való tájékozódásának elősegítése volt (de Graaf, 2010). Az azóta világszerte megjelent portálok őrzik ezt a felvilágosító-oktató jelleget. Néhányuk mindentudó, objektív irányadóként jeleníti meg magát, de vannak olyanok is, amelyek felhívják a figyelmet korlátaikra, és vállalt céljuk az önálló gondolkodásra való serkentés. Az osztrák *Wahlkabine* például kifejezetten arra kéri a látogatókat, hogy a szavazás vonatkozásában a végső döntést egyéb kérdések figyelembevételével hozzák meg (Mayer–Wassermair, 2010).

A VAA portálok mára szinte egész Európát meghódították. 2006-ban Hollandiában a *Kieskompas* és a *StemWijzer* révén több mint ötmillió ajánlás született, vagyis a szavazók negyven százalékát is elérhették a kérdőívek (Walgrave et al., 2008). Svájcban 2007-ben a szavazók 15%-a szembesült a *smartvote* portál tanácsaival. Ugyanebben az évben Finnországban a választások után felvett reprezentatív mintában a válaszadók 41% mondta, hogy a szavazás előtt tanácsadó portált keresett fel. 2009-ben Németországban közel hétmillió kitöltés született (Marschall, 2009), míg Belgiumban egymillió tanács ment ki a négymilliós szavazóközönségnek (Nuytemans–Walgrave–Deschouwer, 2010). A 2009 EP választáson már pán-európai projektek is működtek, így az *EU Profiler*, és a holland *StemWijzer*-en alapuló, *VoteMatch Europe*, amelyeket százezrek töltöttek ki Európa szerte.

A nagy számok persze nem jelentenek reprezentatív mintákat. A kitöltők mindenhol fiatalabbak, iskolázottabbak és politikailag elkötelezettebbek, nemcsak az átlagnál, hanem általában az internet-használóknál is.

Ennek ellenére (vagy éppen ezért) számos országban a pártok, és időnként a kormányzatok is, nagyon komolyan veszik a *smartvote* portálokat. Az úttörő Hollandiában a pártok kampánystábjai és a programírók mellett ma már a pártapparátus többi szintje is bekapcsolódik a pártpozíciók körültekintő definiálásába. A kereszténydemokraták például negyven fős csapattal dolgozzák ki a válaszokat, bevonva az országos és EP vezetőket is (de Graaf, 2010). Svájcban, ahol a portálok nem pártokat, hanem képviselőket ajánlanak, 2007-ben a jelöltek négyötöde, a parlamentbe bekerült képviselőknek több mint 90%-a kitöltötte a *smartvote* kérdőívét. A média olyan sokat foglalkozik az eredményekkel, hogy a képviselőknek kockázatos kimaradni az adatbázisból. Az adatok megbízhatóságát jelzi, hogy egy vizsgálat szerint a képviselők 85%-a később a parlamentben valóban úgy szavazott, ahogy ezt a kérdőívben a választások előtt ígérte (Ladner–Felder–Fivaz, 2010). Svájcban egy időben maguk a pártok is fizettek azért, hogy a *smartvote* befogadja jelöltjeiket (Thurman–Gasser, 2009). Ilyen lelkesedés Kelet Európában a politikusok részéről még nem tapasztalható, de Litvániában a kutatók kérésére az EP képviselőjelöltek harmada pozícionálta magát (Dziewulska, 2010).

Az állami támogatásra a legjobb példa, a svájci kantonok mellett, Németország. A német *Wahl-O-Mat* mögött ugyanis a parlament által felügyelt kormányzati szerv, a *Bundeszentrale für politische Bildung* áll (Marschall és Schmidt

2010). A tömegkultúrába való integrálódást pedig talán Belgium esete illusztrálja a legjobban. Ott külön televíziós show-t is szerveztek a *Do the Vote Test* portálhoz kapcsolódóan (Walgrave–van Aelst–Nuytemans, 2008). A tudományos közegbe való integrálódásnak pedig Ausztria a szerencsés példája: ott az Innsbrucki Egyetem Politikatudományi Tanszéke és az Osztrák Politikatudományi Társaság is részt vesz a kérdések kialakításában (Mayer–Wassermair, 2010). Olaszországban a Sapienza Egyetem Politikatudományi Tanszéke adja a tudományos háttérrel (De Rosa, 2010).

A kérdőívek szerkezete országonként és vállalkozásonként különbözhet. Nagy szórás tekintetben is megfigyelhető, hogy miképp súlyozzák, illetve súlyozzák-e egyáltalán, a kérdéseket. A holland *StemWijzer* például kétszeresre szorozta fel a fontosnak ítélt kérdéseket (de Graaf, 2010). Egyes esetekben nemcsak a polgároknak, hanem a pártoknak és/vagy a jelölteknek is módjuk van jelentőségük szerint különbséget tenni a kérdések között. Ausztriában a pártok 1-től 3-ig terjedő skálán értékelhetik a kérdések súlyát, míg a polgárok kilenc fokozatot használhatnak (Mayer–Wassermair, 2010).

A honlapok persze támaszkodhatnak mindazokra az adatforrásokra, amelyeket a tudományos irodalom általában használ a pártpozíciók megjelenítésére, vagyis a politikai szereplők véleményére, szakértők becslésére, valamint a pártok által kibocsátott dokumentumokra. Legtudatosabban talán az *EU Profiler* estében történt a különböző források szembesítése, bár az ő esetükben a pártoknak kevesebb mint a fele (274 közül 103) töltötte ki a kérdőívet (Threchsel–Mair, 2011).

Nem csak a pártálláspontokat, hanem a kérdések súlyozását is lehet a pártok dokumentumaira alapozni. Például figyelembe vehető, hogy egy adott témának hány mondatot szán a programjában a párt, mint ahogy a *Do the Vote Test* esetében történt (Nuytemans–Walgrave–Deschouwer 2010). Ha a polgár egy olyan kérdésben ért egyet a párttal, ami fontos a pártnak (és/vagy a polgárnak), akkor az egyetértés jelentősége megnő.

A pártok sok esetben nemcsak az adott kérdésben elfoglalt pozíciójukat jelölik meg, hanem kommentálhatnak, magyarázhatnak, indokolhatnak is. Például a holland verziók esetében a pártszimbólumra rákattintva a párt részletesebb argumentációja is elérhető (de Graaf, 2010). Hasonló a helyzet Belgiumban, ahol a pártok 150 szóval indokolhatják álláspontjukat (Nuytemans–Walgrave–Deschouwer 2010). Ez egyben azt is jelenti, hogy a pártok számára a portál a meggyőzés terepévé válhat. A felhasználók szemszögéből pedig az ilyen jól dokumentált honlapok egyfajta deliberációra is módot adnak, ugyanis a pártok érveit áttekintve a szavazó meggondolhatja magát, illetve „útközben” alakíthatja álláspontját.

A legtöbb esetben a kérdőív által szerepeltetett programpontokra három kategóriával lehet válaszolni: egyetért, nem ért egyet, nem tudja/semleges. Bizonyos portálok részletesebb, tipikusan négyfokú Likert-skálát használnak (pl.

a lengyel és a litván, Dziewulska, 2010). Svájcban a *smartvote* ugyancsak négy válaszlehetőséget kínál fel: egyetért, nem ért egyet, talán igen, talán nem. Általában a hasonlóság maximálisnak minősül, ha a párt és a polgár ugyanazt a kategóriát jelöli be, de a svájci szervezők az utolsó két kategóriában (talán igen vagy talán nem) való egyezést kisebb fokú hasonlóságnak veszik, mint az első kettőben való azonosulást (Thurman–Gasser, 2009).

Végül pedig térjünk rá a portálok lehetséges hatásaira. A szavazás befolyásolására ott nyílik leginkább tér, ahol nemcsak pártok hanem jelöltek között is lehet választani. Ilyen Svájc, ahol a kitöltők kétharmada számolt be arról, hogy szavazási preferenciáira hatással volt a *smartvote*. Miután Svájcban a polgárok több szavazatot adhatnak le, és különböző pártok jelöltjei közül is válogathatnak, ezért a portál által adott ajánlás egy jelölt-lista. A kitöltők 15%-a azt állította, hogy végül egy az egyben ugyanazt a listát írta a szavazólapra mit amit a portáltól kapott (Ladner–Felder–Fivaz, 2010). A sok tekintetben hasonló Finnországban 2003-ban a szavazók (tehát nem a kitöltők!!) 7%-a, 2007-ben már 19%-a mondta azt, hogy a jelöltválasztására hatással volt az internetes tanács. A felhasználók 15%-a azt állította, egy eredetileg nem volt kedvenc jelöltje, s így kizárólag a VAA tanácsa alapján döntött (Ruusuvirta, 2010: 61.). Ugyanakkor (Mykkänen–Moring, 2006) a kitöltők 3%-ára teszi a valóságos szavazatmegváltoztatás arányát. A preferencia megváltozása, az önbevallások alapján, Németországban 6% (Marschall, 2005), Hollandiában (Kleinnijenhuis–van Hoof, 2008) 10% esetében valószínűsíthető. Olaszországban a megkérdezett kitöltők 2-3% jelezte, hogy esetleg megváltoztatja preferenciáját vagy emiatt elmegy szavazni. (De Rosa, 2010). A belga választás utáni felmérés viszont csak 1%-os hatást jelzett (Walgrave–van Aelst–Nuytemans, 2008). A több ország tapasztalatait összefoglaló Lorella Cedroni arra a megállapításra jut, hogy – legalábbis a *smartvote* portálokat régebben használó országok esetében – a kitöltők 10%-a a tanácsadás hatására mehetett el szavazni (Cedroni, 2010: 255.).

Ahogy a fentiek jelzik, a vonatkozó – még gyerekcipőben járó – irodalom elsősorban a portálok mobilizációs és pártpreferencia-alakító hatását vizsgálja. Elvileg demobilizáló következményük is lehet (akinek más pártot ajánlanak, mint amit amúgy választana, elkedvetlenedhet, és távol maradhat az urnáktól), de ilyen fejleményre nem találtam utalást. Tanulmányom elemző része ugyancsak a kitöltés által stimulált pártpreferencia- és aktivitásváltozást próbálja alapvetően felmérni. Feltételezésem szerint a markáns változásokról szóló beszámolók eltúlozzák a hatást. Az irodalomban szereplő, és fent ismertetett, számok alapvetően önmegfigyelésen alapulnak, melyekről többnyire még a valóságos szavazás előtt számoltak be a résztvevők. A szociálpszichológia irodalma azonban számtalanszor kimutatta, hogy az emberek meglehetősen rossz megfigyelői saját attitűdjeik megváltozásának. A valóságos hatás megragadá-

sához tehát ismernünk kellene a választásokon mutatott viselkedést is. Erre a mi kutatásunk esetében lehetőség nyílik.

Vannak olyan szerzők, akik azt gondolják, hogy a VAA portálok esetében az önbevallások kisebbnek mutatják a hatást, mint amekkora az valójában (Ruusuvirta, 2010), mert az emberek nem szívesen vallják be, hogy preferenciáik ilyen könnyen változnak. Én az ellenkezőjét tartom valószínűnek. A kérdőívet kitöltők és a további kutatásban önként résztvevők jó eséllyel az átlagnál nyitottabbak a tájolólagos meggyőző erejére, és hajlamosabbak túlbecsülni azok hatását. A minimális hatás hipotézise egyebek mellett Zaller (1992) kutatásain alapul, aki demonstrálta, hogy a tájékozott polgárok (mint amilyenek, legalábbis az átlaghoz viszonyítva, a portálok kitöltői) a legellenállóbbak a beállítódásaikkal meg nem egyező információkkal szemben, különösen a kampány végső szakaszában.

A kísérletünk sajátos szerkezete módot ad arra, hogy egy további kérdést, az ajánlás erősségének, egyértelműségének a hatását is elemezzem. A résztvevők egy szelete nem egy, hanem két portáltól kapott tanácsot. A tanácsok egybeváltak vagy különböztek egymástól. Elképzelhető, hogy az egymással szembemenő tanácsok elidegenítették a résztvevőket a választásoktól, míg az egybevágóak különösen meggyőző erővel bírtak.

A fentieknek megfelelően a smartvote portálok hatásának vizsgálatát négy szinten fogom elvégezni. Megvizsgálom a portálokra vonatkozó szubjektív beszámolókat; összevetem az eredeti szavazati szándékot és az (emlékezett) tényleges szavazást; figyelembe veszem, hogy milyen különbségek mutatkoztak azok között, akik használták, és akik nem használták a smartvote portálokat; valamint elemzem az eltéréseket azok között, akik a két portáltól ugyanazt a javaslatot kapták, és akik nem. De előtte következzen a portálok működésének leírása.

A VÁLASZTÁSI IRÁNYTŰ MÓDSZERTANA

A Választási Iránytű az Európai Választási Szakértők Egyesületének (ACEEEO) a vállalkozása volt. Az ACEEEO két évtizede létező, a választások megfigyelésével, a választásokban közreműködők munkájának háttéranyagokkal és tréningekkel való segítségével, valamint az elsőválasztók képzésével foglalkozó, Budapest központú nemzetközi szervezet. 2010-ben 24 tagország volt a tagja.

Az ACEEEO 2006-ban és 2009-ben is működtetett smartvote portált. A módszertani alapot a VoteMatch nevű nemzetközi szavazati tanácsadó (<http://www.votematch.net>) jelentette. A 2010-es választásokhoz kapcsolódó, 48 kérdést tartalmazó kérdőív már 2009 novemberére elkészült. A kérdésekre „egyérték”, „nem érték egyet”, „nem érdekel” válaszokat adhatott a kitöltő. A pártok álláspontját a Választási Iránytű szakemberei a pártközpontoknak ugyanerre a kérdőívre adott válaszaiból rekonstruálták. A kérdőívet a következő

pártok kapták: SZDSZ, MSZP, MDF, FIDESZ, KDNP, LMP, Jobbik. A kitöltött kérdőívek december végéig érkeztek vissza, azonban a Fidesz–KDNP blokk nem kívánt élni a válaszadás lehetőségével. Az ő álláspontjukat végül a párt publikus állításai alapján rekonstruálták a szerkesztők. Az országos listák kialakulása után, vagyis már a választási hajrában, a Civil Mozgalom is megkapta és kitöltötte a kérdőívet, így ez a párt is csatlakozott az ajánlható szervezetek köréhez.

A tanácsadó portál 2010. február 4-én indult a *www.magyarorszagvalaszt.hu* címen. A választásokig hátralévő két és fél hónapban 29 586-szor töltötték ki a honlapon lévő kérdőívet. A kitöltőket ábrák tájékoztatták arról, hogy milyen messze állnak a pártoktól.

A Választási Iránytű korán, talán túl korán, jelent meg a nyilvánosság előtt. Ez egyrészt azt jelentette, hogy a potenciális látogatók jelentős része már a választási kampány előtt, illetve még azelőtt ellátogatott a honlapra, hogy a versenyben induló pártok listája véglegesítődött volna. Továbbá a kérdéslista olyan konkrét problémákra vonatkozó kérdéseket is tartalmazott, melyek a választási kampány idejére elvesztették érvényességüket.

A Választási Iránytű esetében a válaszadók nem jelezhették, hogy mely témákat illetve kérdéseket tartják különösen fontosnak. Ugyanakkor a honlap lehetővé tette, hogy a látogatók visszaléphessenek az előző oldalakra és módosíthassák válaszukat.

A SZAVAZATSZONDA MÓDSZERTANA

A második, kutatásunkba bevont smartvote portál, a Politikon Intézet, a Politológiai Párbeszéd Társasága (PPT) és a Politológus Hallgatók Országos Egyesülete (PHE) Szavazatszondája (<http://szavazatszonda.hu>) volt. A Szavazatszonda, amely a nemzetközi portálok közül a Wahl-O-Mat (www.wahl-o-mat.de) mintáját követte, először a 2009-es EP-választás kampányában jelent meg, majd – a korábbihoz képest több ponton megújulva – 2010. március 25. és május 1. között működött. Ahogy a Választási Iránytű, a Szavazatszonda is a pártok képviselőinek egy kérdőívre adott válaszaikra alapozta a pártok álláspontját. A kérdőívet az országos listát állító pártok kapták meg: Fidesz–KDNP, MSZP, MDF, Jobbik, LMP és Civil Mozgalom. Szemben a Választási Iránytűvel, az SZDSZ itt már eleve nem került fel a listára. A kérdőív 2010. február 22-ére lett készen, a pártoktól a válaszok március 5-ére érkeztek vissza. Azonban csak négy párt válaszolt, az MDF, az LMP, a Jobbik és a Civil Mozgalom. A szervezők az MSZP és a Fidesz álláspontjának megjelenítésekor elsősorban a pártok egyes vezetőivel folytatott interjúkra és a pártok publikus megnyilvánulásaira alapoztak.

A pártoknak küldött 65 kérdésből végül csak 30 szerepelt az online kérdőívben, tehát egy rövidített verzió képezte a tanácsok alapját. A honlapon több

támogató szervezet logója volt látható, ezek közül egynek lehetett politikai konnotációja, a Heti Válasz hetilapnak.

A válaszlehetőségek „egyetért”, „közömbös”, „nem ért egyet” voltak. A ki-töltő és a párt válasza közötti 0 egységnyi távolság ért +1 pontot, az 1 egységnyi távolság 0-t, a 2 egységnyi távolság pedig -0,5-öt. A Szavazatszonda fel-ajánlotta, hogy a válaszoló jelölje be mely kérések voltak számára a legfonto-sabbak. A súlyozást a látogatók 71%-ában alkalmazták. Minden súlyozott állítás 1,5-szeres szorzóval került beszámításra. Így ha egy adott válaszadó esetén például A párt 20, B párt pedig 21 egyezést kapott, viszont A pártnál 3 súlyozott egyezés is szerepelt, B pártnál pedig egy sem, akkor A párt került előbbre a rangsorban. A Szavazatszonda esetében, bár jóval kisebb betűkkel, „nincs válasz” lehetőség is volt, az ilyen válaszok nem kerültek beszámításra. A honlap jobb sarkában lévő ikonra kattintva a felhasználó egy rövid ismer-tetőt talált az adott kérdés háttéréről. A végeredményt prezentáló oldal tartal-mazta a felhasználó és a pártok válaszait a harminc témakörben. A pártok esetében láthatóvá lehetett tenni azokat a megjegyzéseket is, amelyeket a párt képviselői az adott kérdésekhez fűztek. (Ilyen szolgáltatás a Fidesz és az MSZP esetében is működött.)

A Szavazatszonda honlapját összesen 85 133 látogató kereste fel, 63 023 ki-töltést eredményezve. A látogatók átlagban 7 és fél percet töltöttek a honlapon. A Szavazatszonda esetében, első látásra, két tényező okozhatott gondot: a két nagy párt formális együttműködésének hiánya, és a jobbközép médium fel-tüntetése a honlapon.

FŐBB KÖZÖS ELEMEEK

Mindkét honlap esetében az egyes kérdések háromértékű változókként mű-ködtek, a párttal azonos álláspont elfoglalása közelebb vonta, az ellentétes tá-volabb tolta a használót a párttól, míg a „közömbös”, illetve „nem érdekel” opciók köztes értéket jelentettek.

A szavazati tanácsokat adó oldalak számára az az egyik legfontosabb kér-dés, hogy miként rekonstruálják a pártpolitika ideológiai terét, azaz mely ál-lítások és politikai célok kerüljenek a kérdőívre. A szerkesztők mindkét honlap esetében arra törekedtek, hogy aktuális, fontos, közérthető, konkrét, a párto-kat megosztó kérdéseket szerepeltessenek. Ez utóbbi egyben azt is jelenti, hogy a pártversenyt meghatározó kétféle típusú kérdések (a pozicionális és a kon-szenzuális kérdések) közül, mint általában a tanácsadó portálok esetében (Walgrave–Nuytemans–Pepermans, 2009: 1168.), az utóbbiak kimaradnak. Arra is törekedtek a szervezők, hogy a pártok kampánytematikái megközelít-őleg azonos arányban jelenjenek meg. Objektív mérce hiányában nehéz per-sze megítélni, hogy a kérdések jól reprezentálták-e a politikai rendszer leglé-nyegesebb kérdéseit, és hogy a kérdések összeállításuként nem kedvezett-e egyes

pártoknak mások hátrányára. Miután a kérdéseket egymástól függetlenül alkották meg a szerkesztők, és miután mindkét vállalkozás esetében nagy szerepe volt az intuíciónak, okkal várhattuk, hogy meglehetősen különböző ajánlásokkal (és ezáltal különböző politikai terekkel) találkozunk a két honlap esetében.

A KÍSÉRLET LEÍRÁSA

Kísérletünk 2010. április 2-án indult. Az első hullám a parlamenti választások első fordulójának napjáig, április 11-ig tartott. Az Ipsos 6641 olyan személynek juttatta el a kérdőívet, aki korábban jelezte, hogy hajlandó online felmérésekben részt venni (mint az Ipsos online paneljének tagjai). A rendelkezésre álló rövid idő alatt 2502 válasz érkezett vissza, vagyis a válaszadási arány 38%-os volt. A kimaradtak és a mintába bekerültek szisztematikus összehasonlítására nem került sor, de a résztvevők valószínűleg a közéleti kérdések iránt érdeklődőbb polgárok voltak, ami egyszerre jelenthetett nagyobb nyitottságot az érvekre, ugyanakkor kikristályosodottabb preferenciákat, ami viszont a befolyásolhatóság ellenében hathatott.

A kérdőívek kitöltése után a válaszolókat négy egyforma nagyságú almintára bontottuk, amelyek a legfontosabb demográfiai változók mentén (nem, korcsoport, lakóhely, iskolai végzettség) reprezentálták a 18 évnél idősebb, legalább hetente internetező népességet. Az első csoportot a Választási Iránytű honlapjához irányítottuk, a másodikat a Szavazatszondához, a harmadikat mindkettőhöz, a negyediket egyikhez sem. Végül 517 paneltag töltötte ki a Választási Iránytűt, 596 a Szavazatszondát, 349 mindkettőt, 1036 egyiket sem. A „mindkettő” esetében különösen nagy volt a lemorzsolódás: sokan félreértve a feladatot, csak az egyik portál kérdőívét töltötték ki, így átkerültek egy másik csoportba. Összevonva a valamely és mindkét smartvote portált meglátogatókat, a Választási Iránytű esetében összesen 926 kitöltésünk lett, a Szavazatszonda esetében 945. A smartvote-os tanács átlagban három nappal előzte meg az országgyűlési választást.

A panel azon tagjai, akik kitöltötték a Választási Iránytűt, a Szavazatszondát, vagy mindkettőt, felkérést kaptak, hogy jellemezzék tapasztalataikat egy újabb, rövid kérdőív segítségével. A kutatásnak ez a szakasza április 8-a és 16-a között zajlott. A Választási Iránytűt 331 paneltag értékelte, a Szavazatszondát 335, mindkettőt párhuzamosan 248. Vagyis összesen 911 válaszoló maradt meg a mintából, 34%-os volt a lemorzsolódás, mindkét portál esetében közel 600 válaszadó által adott értékelés keletkezett.³

A választások második fordulója után, május 5-e és 13-a között újabb kérdőívvel kerestük meg az eredeti válaszolókat. A smartvote portálok kitöltése szempontjából a második hullám résztvevői a következő módon oszlottak meg: Szavazatszonda 455, Választási Iránytű 383, mindkettő 286, egyik sem 603. A

résztevők választási viselkedéséről ebből a kérdőívből szereztünk tudomást: olyan retrospektív kérdésekből tehát, amely majdnem egy hónappal korábbi eseményre utaltak vissza.

FELHASZNÁLÓI ÉRTÉKELÉSEK

Összességében a felhasználók elégedettek voltak a portálok működéssel. 93%-uk válaszolta, hogy érdemes volt kitölteni őket. Négyötödük megbízhatónak mondta őket. Mindkét portál esetében a túlnyomó többség úgy vélte, hogy a kérdések jól lefedték a legfontosabb politikai témákat. Csupán 7-8%-nak volt egyértelmű hiányérzete.

1. táblázat. Értékelő attitűdök megoszlása (százalékok).

	A kérdések jól lefedték a legfontosabb politikai témákat.		Mindent egybevéve mennyire bízunk a portálban.	
	Iránytű	Szavazatszonda	Iránytű	Szavazatszonda
Egyáltalán nem	1,5	0,9	4,2	6,0
Inkább nem	6,5	6,4	14,5	13,7
Nagyjából igen	75,7	75,8	69,0	70,4
Teljes mértékben	16,4	16,9	12,3	9,9
N	550	566	550	566

Valamivel kevésbé voltak meggyőződve a megkérdezettek a portálok pártatlanságáról (2. táblázat). A véleményt nyilvánítók 29 (Iránytű) és 33 (Szavazatszonda) százaléka úgy vélte, hogy a kérdések kedveztek bizonyos pártoknak. Leggyakrabban a Fideszt és a Jobbikot gondolták kedvezményezettnek. A valóságban, mint azt alább látni fogjuk, az eredmények nem voltak összhangban a Fidesszel kapcsolatos gyanúkkal. A Jobbiknak viszont, más kisebb pártokkal egyetemben, valóban kedveztek a kérdések abban az értelemben, hogy többeket mutattak közel a párthoz, mint ahányan szubjektíven ezt így gondolták.

2. táblázat. „A kérdőívben olyan kérdések szerepeltek, amelyek egyformán fontosak a pártoknak vagy a kérdések összeállítása egyes pártoknak kedvezett?” (százalékok)

	Iránytű (N = 447)	Szavazatszonda (N = 494)
Egyformán fontosak a pártoknak	71,3	67,2
Egyes pártoknak kedvezett	28,7	32,8

A megkérdezettek 4:3 arányban egyetértettek azzal a kijelentéssel, hogy pártválasztásukat más szempontok irányítják, mint amelyek a smartvote portálok kérdőívein megjelentek. Nem tudhatjuk, hogy pontosan melyek azok a más szempontok, amik a kérdőívekben szereplőknél nagyobb súllyal eshettek a latba. Kézenfekvően ilyen lehetett a párt vezetőjének megítélése, valamint a pártokhoz való érzelmi (pro és kontra) kötődés. A megkérdezetteknek felkínált „Elsősorban a szívemre hallgatva fogok szavazni” és „A programnál fontosabb, hogy ki egy párt vezetője” kijelentések azonban nem korreláltak a más szempontokra való hivatkozással. Továbbá csak egy kisebbség azonosult ezekkel a kijelentésekkel, ez előbbivel 40, az utóbbival 20 százalék, szemben az „Elsősorban az eszemre hallgatva fogok szavazni” kijelentést támogató 90 százalékkal. Az érzelmi és karizmatikus megfontolások természetesen szerepet játszhattak, azonban láthatóan a polgárok jelentős része nem ezekkel és nem a programokkal magyarázza választását. Feltehetőleg olyan értékek, mint a hitelesség, a korrupció-mentesség, a hozzáértés vagy az elszántság játszhattak jelentős szerepet a „kalkulációikban”. Ugyanakkor az eredmények emlékeztetnek arra is, hogy a motivációk szubjektív megnevezését mennyire fenntartásokkal kell kezelni.

AJÁNLÁSOK

A portálok által adott párt-ajánlásokról kétféle információ is rendelkezésünkre áll. Egyrészt a paneltagok beszámolóí, ⁴ másrészt a paneltagoknak a portálokat minősítő értékelései, melyekben jelezték, hogy egyezett-e a kapott ajánlás és a valódi preferencia.

Az ajánlások megoszlásának vizsgálata előtt érdemes emlékeztetnünk magunkat arra, hogy az internetezők több szempontból (kor, iskolázottság, lakóhely stb.) sajátos populációt képeznek. Az átlagszavazóhoz képest a Fidesz-preferencia és az MSZP-preferencia alul-, a többi párt iránti preferencia felül volt reprezentálva a mintánkban. ⁵

A 3. táblázat ⁶ azt mutatja, hogy a Fidesz, az MSZP és az LMP nem kapott annyi javaslatot a portáloktól, mint ahányan támogatták e pártokat. Az LMP harmadannyi ajánlatot kapott, mint amekkora tábora volt a felhasználó paneltagok körében, a valóságos választási eredményekhez képest pedig a legkevésbé a Fidesz erejét tükrözték vissza az ajánlások. Eközben sokan kaptak olyanok Jobbik, Civil Mozgalom-, és MDF-ajánlatot, akik nem ezekre a pártokra szándékoztak szavazni. Az utóbbi két törpepártból középpártokat kreáltak a programok. Mindkét portál ajánlásainak relatív többségét (a mintánkban) a Jobbik kapta. A legszembetűnőbb azonban az, hogy milyen hasonlóan kezelte a pártokat a két portál.

3. táblázat. Az eredeti pártpreferenciák és a portál-ajánlatok összevetése, százalékok

		MSZP	Fidesz	Jobbik	MDF	LMP	Civil
Iránytű (N = 428)	eredeti preferenciák	19,9	34,2	19,9	4,2	18,4	3,3
	ajánlatok a visszaemlékezések szerint	16,1	24,4	26,7	14,3	5,6	12,9
	különbség, kerekítve	-4	-10	+7	+10	-13	+10
Szonda (N = 466)	eredeti preferenciák	19,5	32,5	18,9	4,2	21,0	3,8
	ajánlatok a visszaemlékezések szerint	17,6	21,1	25,3	20,3	6,0	9,7
	különbség, kerekítve	-2	-11	+6	+16	-15	+6

Az ajánlásokról szóló beszámolók⁷ és az eredeti preferenciák egyéni szintű összevetéséből az derült ki, hogy az esetek többségében a kettő eltért egymástól. Az itt elemzett ajánlatoknak 44,6%-a ment ki olyanoknak, akik eleve az adott pártot támogatták. A szocialista (51,5%), fideszes (50,9%), és jobbikos (60,0%) szavazótábor nagyobb részét saját pártjához irányították az oldalak, de a Civil Fórum hívei (34,8%), az MDF-esek (39,1%) és különösen az LMP-szek (15,1%) nagyrészt preferenciáiktól eltérő tanácsot kaptak.

A szubjektív beszámolók (4. táblázat) is hasonló képet, bár részben eltérő arányokat, mutatnak. A megkérdezettek 23 százaléka azt jelezte, hogy preferenciájával teljesen egybevágó ajánlást kapott, míg 52 százalék azt, hogy az eredmény közel volt a valóságos preferenciához. Az utóbbi viszonylag magas arány nyilván részben annak is betudható, hogy a részletes eredmény nem csak egy pártnevet tartalmazott, hanem az összes párthoz való közelséget megmutatta.

4. táblázat. Mennyire volt az eredmény közel az Ön eredeti pártpreferenciájához? (százalékok)

	Iránytű (N =507)	Szonda (N =562)
Nagyon messze volt	10,6	10,8
Meglehetősen messze volt	15,1	17,4
Meglehetősen közel volt	53,0	48,4
Teljesen egybeesett vele	21,3	23,4

A két portálhoz irányított csoport tagjai, a véletlen kiválasztás ellenére, némileg különböztek egymástól, eredeti preferenciáikat illetően. Nem lehetetlen, hogy más vonatkozásban, így például pártosságuk intenzitása tekintetében is különböztek. Ahhoz, hogy a két portál különbségét pontosan meg tudjuk ragadni, olyan összehasonlítható populációkra van szükségünk, amelyek minden releváns vonatkozásban garantáltan hasonlóak. A kísérleti keretnek az a

része, amelyben a résztvevők egy csoportját arra kértük fel, hogy mindkét portált látogassák meg, éppen ezt biztosítja. Ebben a vonatkozásban, kiszűrve mindazokat, akiről valamelyik releváns információ hiányzott, 218 személy viselkedését tanulmányozhatjuk. Az ő megoszlásuk látható az 5. táblázatban.

5. táblázat. A mindkét portált felkeresők megoszlása az ajánlatok tekintetében, százalékok,* N=218

Szonda \ Iránytű	MSZP	Fidesz	Jobbik	LMP	MDF	Civil M.	Iránytű
MSZP	13,3	–	–	1,8	–	0,9	16,1
Fidesz	–	13,8	2,3	2,8	,5	2,3	21,6
Jobbik	1,4	4,6	22,5	1,8	–	1,8	32,1
LMP	1,4	0,5	0,9	9,6	0,5	0,5	13,3
MDF	–	0,5	0,5	0,9	3,21	–	5,0
Civil M.	–	1,8	1,4	–	0,5	8,3	11,9
Szonda	16,1	21,1	27,5	17,0	4,6	13,8	100,0

* A sorok a Választási Iránytű, az oszlopok a Szavazatszonda ajánlásait mutatják. A vastagbetűt az azonos ajánlásokat jelzik.

Az egyező ajánlásokat tartalmazó átlóban a vizsgált csoport 71 százaléka található. Vagyis az eltérő technikával készülő, számos dimenzióban egymástól különböző portálok ugyanazt a pártot ajánlották a látogatók majd' háromnegyedének. Más szóval, a smartvote portálok, mint a politikai hovatartozás felmérésének eszközei meglehetősen magas fokú megbízhatósággal működnek. Az a tény, hogy a legtöbb különbözőképpen megítélt esetben a Fidesz és a Jobbik, azaz a két, a választókat tekintve egymást viszonylag nagymértékben átfedő párt, jelentették az alternatív kategóriákat, szintén a portálok egybevághóságát jelzi.

Ugyanakkor az is tény, hogy a kérdezettek 29 százalékát más pártokhoz mutatták közel állónak a tájolók, és akadtak olyan résztvevők, akiket meglehetősen ellentétes karakterű pártokhoz soroltak. Feltéve, hogy a felhasználók preferenciái nem változtak a két kitöltés között, az eltérések a portálok eltérő működési módjából fakadnak.

A fenti táblázat tanúsága szerint a pártok tekintetében a legjelentősebb eltérés (4,6%) a Jobbiknál, a második legnagyobb (3,7%) az LMP-nél volt kimutatható. Érdeemes ezért a portálok kérdőíveit az e pártok által képviselt tematikák szempontjából megvizsgálni.

2010-ben a Jobbik megkülönböztető témái közé tartozott a cigányokkal és egyéb kisebbségekkel való bánásmód, a szociális kártya, a nemzetközi együtt-

működés (pl. NATO, EU) és a rendőrség mellett működő rendfenntartó alakulatok kérdése. A Választási Iránytű a következő kijelentéseket kínálta fel ezekkel a témákkal kapcsolatban: „A nagycsaládok támogatásának elsősorban a közvetlen természetbeni támogatáson, segélyezésen keresztül kell megvalósulnia.”; „Elsődlegesen a gyermekek természetbeni (taneszközök, ételmezés) támogatási rendszerét kell kialakítani, nem pénzt adni.”; „Csökkenteni kell Magyarország szerepvállalását a külföldi katonai akciókban.”; „A homoszexuálisokat ugyanolyan jogok kell, hogy megillessék, mint a heteroszexuálisokat, beleértve a házasságkötés és a gyerekek örökbefogadásának jogát is.”; „A rendőrség mellett nincs szükség más erőszakszervezetre (pl. csendőrségre), a rendőrséget kell megerősíteni, hogy jobban elláthassa feladatát.”; „A jelenlegi rendőrségi szerepekből – a bűnüldözést kivéve – önkormányzati rendőrséget kellene létrehozni.”; „A romák társadalmi integrációját segítő programokra sokkal több pénzt kell fordítani a költségvetésből.”; „Azokat a menekülteket, akik nem fogadják el a mi értékrendünket és képtelenek beilleszkedni a magyar társadalomba, ki kell utasítani az országból.”

A Szavazatszonda által szerepeltetett állítások a következők voltak: „A rendőrség mellett új állami rendvédelmi fegyveres testület felállítása szükséges a vidéki közbiztonság és terményvédelem érdekében.”; „A szegregációt – így például a romák elkülönített oktatását – fel kell számolni.”; „Országos szinten be kell vezetni a szociális kártyát, vagyis segélyből bizonyos árucikkekre, szolgáltatásokra (pl. alkohol, cigaretta, játékgépek) ne lehessen költeni.”

Mint látható, a Választási Iránytű 9, a Szavazatszonda 3 kérdést kínált fel ezekben a témakörökben. Elképzelhető, hogy ez a különbség vezetett az ajánlások eltérő arányára.

Az LMP mindenekelőtt a környezetvédelem és a pártfinanszírozás témáját hangsúlyozta a kampányban, de a választási rendszer arányosságának kérdése is erősen a párthoz kapcsolódott. A két honlap (a választók és a média prioritásaival egybevágóan) egyaránt viszonylag kevés figyelmet fordított e témákra. A Választási Iránytű esetében a következő állítások kapcsolhatók ide: „Növelni kell a megújuló energiaforrások felhasználásának támogatását.”; „Bővíteni kell a paksi atomerőmű kapacitását, mert ez a legolcsóbb energia, de a környezetvédelemre ügyelni kell.”; „A parlamenti választások során a jelenlegi vegyes rendszer helyett csak pártlistákra lehessen szavazni, mert ez biztosítja az arányosságot és a többpárt-rendszer megmaradását.”; „A parlamenti helyek csak egyéni választókerületben legyenek megszerezhetőek, egyáltalán ne legyen listás szavazás, mert ez biztosítja a valódi többséget és ez kiküszöböli a kispártokat a parlamentből.”. A Szavazatszonda menüjéből szintén 4 állítás emelhető ki: „A választási rendszerünkben meghatározott 5%-os parlamenti bejutási küszöböt csökkenteni kell.”; „A tubesi NATO-radart meg kell építeni, a természetvédelmi aggályok ellenére is.”; „Legyen tilos a dohányzás a nyilvános szórakozóhelyeken.”; „A választások után összeülő új országgyű-

lés egyik első dolga kell legyen a kampány- és pártfinanszírozás jelenlegi szabályozásának átláthatóbbá tétele.”. Ugyanakkor az Iránytű az arányokat tekintve kisebb teret adott e témáknak (a Szavazatszonda teljes kérdőíve jóval rövidebb volt), és az egyik állítás (a paksi erőműre vonatkozó) nem polarizálta a környezetvédelem kérdésében különböző álláspontra helyezkedőket. Ezek a különbségek hozzájárulhattak ahhoz, hogy a Szavazatszonda jelentősebb számú LMP-ajánlást produkált.

HATÁSOK

Az értékelő kérdőív egyik blokkja arra szólította fel a résztvevőket, hogy ők maguk minősítsék a kitöltés hatását. A mindkét portált meglátogatók fele eredeti véleményük megerősödéséről számolt be, és csak 7% jelezte, hogy az élmény hatására megváltoztatta szavazati szándékát. (6. táblázat).

6. táblázat. A különböző hatásokról beszámolók a mindkét tanácsadó portált meglátogatók körében, százalékok, N=248

	Megerősítette eredeti véleményemet	Megváltoztatta a szavazati szándékomat	Teljesen közömbösen hagyott
Iránytű	52	7	41
Szonda	49	7	43

A csak az egyik portált meglátogatóknak is feltettük a hatásra vonatkozó kérdést, de nekik több válaszlehetőséget adtunk, és megengedtük, hogy az egész blokkot kihagyják, valamint hogy egyszerre több hatásról is beszámoljanak, ezért az adatok közvetlenül nem összevethetők. Érdekes ugyanakkor, hogy miközben a „megváltoztatta a szavazati szándékomat” opciót szinte senki nem választotta, 5-6% jelölte be a „segített, hogy eldöntsem, melyik pártra szavazzak” lehetőséget és 6-8% választotta az „arra ösztönzött, hogy vegyek részt a parlamenti választásokon” opciót. Vagyis az aktivizálás tekintetében is körülbelül 7% esetében mutatható ki a hatás – a szubjektív beszámolók alapján.

Áttérve az objektívebb mutatókra, első körben érdemes megvizsgálni, hogy a valamely portált meglátogatók között többen vannak-e olyanok, akik pártpreferenciát változtattak, mint azok között, akik egyik honlapot sem keresték fel. Ha a válasz igen volna, az azt sejtetné, hogy a smartvote oldalak kitöltése új elemet vitt a döntési kalkulációba. Azonban a válasz negatív. A viselkedési preferenciáikat változtatók aránya azok között, akik az Iránytűt keresték fel 27,4% volt, akik a Szavazatszondát 26,1, akik mindkettőt 26,6, akik egyiket sem 24,9.⁸ Vagyis akár kitöltötték a tájolókat, akár nem, a résztvevők háromnegyede maradt az eredeti elhatározásnál. A preferenciáikhoz ragaszkodók és

a változtatók attitűdje nem különbözött az ésszel, a pártvezető minősége alapján, vagy a szívvel történő szavazáshoz való hozzáállásban sem.

Külön megvizsgálva azokat, akikről tudjuk, 1) hogy mi volt az eredeti pártpreferenciájuk (azaz volt nekik ilyen és nekünk elmondták), 2) hogy milyen ajánlatot kaptak a smartvote portáloktól (visszaemlékezéseik szerint), és 3) hogy végül hogyan szavaztak, azt tapasztaltuk, hogy az egyes párt-javaslatot megkapók közül nem szavaztak többen az adott pártra, mint amennyien eleve támogatták. Az MSZP-ajánlatot kapók között például 54-en eleve az MSZP-t preferálták, és végül ugyanennyien szavaztak rá. A többi pártra vonatkozó esetszámok: Fidesz 85:85, Jobbik 50:53, MDF 3:5, LMP 13:12, vagyis érdemi elmozdulás nem történt.

Azok közül, akik más pártra szavaztak, mint amelyikre eredetileg szándékoztak volna, vagy passzívból választóvá váltak, 19% szavazott a portálok által javasolt pártra. Az eredeti elképzelésükhöz ragaszkodók között ennél jóval nagyobb arányban, az esetek 45%-ában esett egybe a szavazat és az ajánlás. Egyértelmű, hogy az ajánlások nem orientálták a preferenciaváltókat.

Végül a mindkét portált meglátogatók körén belül összevethetjük azokat, akiknek különböző pártot javasolt a Szavazatszonda és az Iránytű, azokkal, akik azonos impulzust kaptak. Az ellentmondásos ajánlást kapók között többen (44%) voltak azok, akik más pártra szavaztak, mint amire eredetileg akartak, mint az azonos ajánlásokat kapók között (29%).⁹ Ez az adat már egybevág azzal az elvárással, hogy az egyértelmű üzenetet kapók megfogadják a tanácsot. Azonban két okból is jogosult a szkepticizmus azzal kapcsolatban, hogy az egybevágó ajánlás hatására változott volna meg a viselkedés. Egyrészt, bár a dupla biztatást kapók valamivel nagyobb arányban szavaztak arra a pártra amit ajánlottak nekik, mint akik csak egy portált látogattak meg, a különbség (20% helyett 23,3%) nem szignifikáns a khi-négyzet statisztika szerint (.305). Másrészt lehetséges, hogy az ideológiai szempontból ambivalensebb és pártkötődés szempontjából bizonytalanabbak nagyobb arányban kaptak eltérő ajánlásokat és pártpreferenciájukat annak eleve meglévő felszínessége következtében változtatták meg.

Az áttekintett irodalom alapján azt várhattuk, hogy a portálok megnövelik a részvételi hajlandóságot. Azonban összehasonlítva azokat, akik kitöltötték a smartvote-kérdőívet és azokat akik nem, újfent negatív következtetésre kell jutnunk. A kitöltők ugyan 3%-kal magasabb arányban vettek részt a választáson, mint a nem kitöltők, de ők eleve is nagyobb részvételi hajlandóságot mutattak.

Végül a részvétel szempontjából is összevethetjük az egyértelmű és a kétértelmű párt-ajánlások kapóit. A különbség ebben az esetben jól megragadható.¹⁰ Azok, akiknek ugyanazt a pártot ajánlotta a két portál, 96%-ban mentek el szavazni, az ellentmondásos impulzust kapók csak 87%-ban. Az utóbbiak eredetileg 84 százalékos arányban terveztek elmenni, míg az előbbieknél

csupán 82%-a jelezte az első hullámos kérdőív szerint, hogy részt kíván venni a parlamenti választáson. Az egyik csoport esetében tehát 3, a másik vonatkozásában viszont 11%-os megugrást tapasztaltunk. Az aggregált számok helyett a konkrét egyének változását vizsgálva hasonló arányokra bukkanunk (7. táblázat). Az ellentmondásos ajánlást kapók 3%-a, míg az azonos ajánlást kapók 13%-a mobilizálódott, azaz végül, eredeti szkepszise ellenére, elment szavazni.¹¹

7. táblázat. Az aktivizálódás összefüggése az azonos és különböző ajánlásokkal (N=207)

	nem aktivizálódott	Aktivizálódott
különböző ajánlást kapott	31,9	1,0
azonos ajánlást kapott	58,5	8,7

Ezt a különbséget kétféleképpen lehet értelmezni. Egyrészt plauzibilis, hogy a homályosabb ideológiai profilú polgárokra kevésbé lehet számítani a választásokon, mint az egyértelműbb arcélűekre, és az azonos ajánlást tekinthetjük, ahogy fentebb tettük, egyszerűen az ideológiai határozottság jelzőjének. Ez a magyarázat azonban nem teljes mértékben kielégítő, hiszen hogyha valaki valóban egyértelműen egy adott politikai táborba tartozik, akkor miért bizonytalankodna a részvétel tekintetében néhány nappal a szavazás előtt? Inkább arra kell következtetnünk, hogy itt, és tulajdonképpen csak itt, egyértelműen kitapintható a portálok hatása. A két csoport közötti különbség azt jelezheti, hogy a stimulus erőssége és egyértelműsége mobilizált. Az is egyértelmű, hogy nem az ellentmondásos ajánlás bátortalanított, hanem az egybevágó ajánlás lelkesített. A lelkesítettek létszáma elégséges ahhoz, hogy az összefüggés megjelenjen, de túl kicsi (18 eset) ahhoz, hogy mélyebb elemzésnek vessük alá. Miután azonban szavazatukkal ugyanannyira (vagyis nem jobban) követték a portálokat mint egyéb társaik, levonhatjuk a következtetést, hogy esetükben nem annyira meggyőződésről, mint inkább inspirációról vagy provokációról beszélhetünk.

ÖSSZEFOGLALÁS

Bár a vizsgált honlapok sok részletet illetően különböztek, a kísérletbe bevontak irányába tett ajánlásaik nagyrészt egybevágtak. Figyelembe véve, hogy milyen nagy szerepe volt az intuíciónak a kérdések összeállításánál, és hogy a két szerkesztői team egymástól függetlenül állította össze kérdőívét, a hetven százalék feletti azonosság meglepően magas szám. Valószínű, hogy a polarizált magyar pártrendszer és a résztvevőknek az átlagnál magasabb iskolázottsága és érdeklődése hozzájárult ehhez a magas adathoz.¹² Mindenesetre úgy tűnik, hogy az ideológiai-politikai teret a vizsgált honlapok meglehetősen hasonlóan jelenítették meg.

Ugyanakkor, ahogy ezt elsősorban a Jobbik példája mutatta, a szerkesztőknek nagy figyelmet kell fordítaniuk arra, hogy az egyes pártokhoz kapcsolódó témák milyen arányban jelennek meg a kérdőívben. A pártok közötti arányosságra való törekvés azonban egy nehezen megoldható dilemmát hoz a felszínre. Ha a kis pártok témái ugyanolyan arányban jelennek meg, mint a nagy pártoké, akkor az eredmény valószínűleg a kis pártok túltrevezetése lesz. A különbség oka részben nyilván az, hogy a kis pártok témái a médiában gyakran háttérbe szorulnak. A kérdés az, hogy a smartvote portáloknak feladata-e ezt a kiegyensúlyozatlanságot helyrebillenteni és ezáltal „fair módon” szimulálni a racionális választást? A válasz, véleményem szerint, nemleges, mivel az egyes témák súlya az ország politikai agendájában legalább annyira tükrözheti a közösség valós prioritásait, mint a kommunikációs és politikai intézmények torzító hatásait. Ez egyben azt jelenti, hogy a kísérletben résztvevőknek feltett kérdésünk, miszerint „A kérdőívben olyan kérdések szerepeltek, amelyek egyformán fontosak a pártoknak vagy a kérdések összeállítása egyes pártoknak kedvezett?”, némileg félrevezető volt. Az egyes pártokhoz kapcsolódó témák eltérő súlyozása nem feltétlenül hoz bizonyos pártokat mesterségesen előnyös helyzetbe.

Azonban miután a kérdőívek összeállítói nem tudhatják, hogy az egyes témáknak és az egyes pártoknak pontosan mekkora a társadalmi súlya, és miután minden versengő pártnak igyekezniük kell esélyt adni, ezért nagy valószínűséggel felül fogják reprezentálni a kis pártokat. Ugyancsak ezt a kimenetet valószínűsíti egy másik mechanizmus is, a taktikai szavazás jelensége. A kormányképesebb pártok nem csak az esélyeket „racionálisan” mérlegelők szavazatát gyűjtik be, hanem élvezik az esélyesebbekhez való húzásból és a szélsőségesnek bélyegzett pártoktól való idegenkedésből fakadó előnyöket is.

Ahogy a fenti adatok is mutatták, az ajánlások és a valóságos pártpreferenciák között jelentős volt az eltérés. Ennek két oka lehet. Egyrészt elképzelhető, hogy a honlapok negligáltak fontos politikai kérdéseket. Ennek a feltételezésnek a valószínűségét csökkenti, hogy a két honlap egymástól függetlenül összeállított mérőműszerei meglehetősen hasonló eredményeket hoztak ki. Ugyancsak ez ellen a feltételezés ellen szól, hogy a felhasználók túlnyomó többsége úgy vélte, hogy a kérdések lefedik a fontosabb politikai témákat. A másik kézenfekvő magyarázat az, hogy a polgárok más, nem policy-típusú kérdések kapcsán választanak pártok. Ezt a következtetést sok, választásokkal foglalkozó tanulmány erősíti, és a megkérdezettek relatív többsége is felvállalta, hogy „más szempontok” alapján döntött. Ugyanakkor a két, az irodalomban talán legtöbbet hivatkozott „más szempontot”, az érzelmi motívumokat és a vezető politikus vonzerejét csak a kisebbség jelölte meg döntő tényezőnek.

A valóságos szavazatok vagy szavazatintenciók és az ajánlatok egyezése nem lehet elvárás a VAA portálokkal szemben. Belgiumban a kérdések kivá-

lasztásánál figyelembe veszik, hogy melyek azok, amelyek alapján közelíteni lehet az ajánlásokat a létező pártpreferenciákhoz (Nuytemans–Walgrave–Deschouwer, 2010). Ez érthető, de ugyanakkor veszélyes szempont. A valóságot nem tekinthetjük mércének, a mérce az az ideális és hipotetikus állapot kell legyen amiben mindenki a hozzá leginkább hasonló politikai preferenciákat célul kitűző pártra szavaz.

Összességében, az ismertetett kutatások egy jelentős részének ellentmondva, nem találtam bizonyítékot arra, hogy a kitöltés élménye és a választási tanácsok önmagában aktivizáltak volna, illetve hogy megváltoztatták volna az eredeti pártpreferenciákat. Csak elenyésző számban voltak olyanok, akik, eredeti elképzeléseikkel szemben, a smartvote portálok által kihozott eredményeket követték a 2010-es parlamenti választáson. Úgy tűnik, hogy a polgárok túlnyomó része akkor sem hajlandó pártpreferenciát változtatni, ha egy számára hiteles forrásból tudja meg, hogy másik párthoz áll közel. Ugyanakkor az eredeti preferenciától eltérő vagy egymásnak ellentmondó ajánlásokat kapók sem maradtak nagyobb arányban otthon.

Nem teljesen kizárható azonban, hogy más körülmények között ezek a hatások is bekövetkezhetnek. A mi esetünkben a kísérletben résztvevők nem spontán módon, hanem a mi kérésünkre keresték fel a portálokat. A portálok tanácsát pedig közvetlenül a választás előtt kapták meg, olyan időszakban, amikor a szavazási preferenciák különösen kikristályosodtak. Ezek a tényezők eleve korlátozták a hatás nagyságát.

Továbbá fontos megjegyezni, hogy ha a közvetlen szavazatalakító és mobilizáló hatások csekélyek is, a portáloknak lehet politikai és állampolgári jelentőségük. A honlapokkal kapcsolatos pozitív tapasztalat mindenképpen bátoríthat további tájékozódásra. Németországban a választadók fele mondta, hogy motivált lett további információk begyűjtésére (Marschall, 2005). Finnországban 2007-ben a felhasználók többsége a tanácsadó portálokat jelölte meg a legfontosabb (a választás szempontjából releváns) információforrásnak, a tévé vagy az újságok előtt (Ruusuvirta, 2010). A kitöltők minden esetben ismeretekben gazdagabbnak, felkészültebbnek érzik magukat (pl. Boogers–Voerman, 2003).

Ezekhez a nemzetközi tapasztalatokhoz néhány új megfigyelést is hozzáilleszhetünk. Adataink azt mutatják, hogy a mindkét portált meglátogatók és tőlük azonos ajánlást kapók nagyobb arányban követték az ajánlásokat és különösen nagy számban mentek el szavazni. Az előbbinek lehet ésszerű alternatív magyarázata, az utóbbi azonban arra enged következtetni, hogy a smartvote portáloknak lehet mobilizáló hatásuk. Azonban csak akkor, ha az egyszerű ajánlásnál erősebb stimulust biztosítanak. A kísérlet keretei között az erősebb stimulust a két portál egybevágo ajánlata képviselte, de lehetséges, hogy a valóságban ugyanezt a hatást más módon (például a pártok és a vezetőkhöz való távolságot egyaránt jelezve) is el lehet érni.

Végezetül érdemes ráirányítani a figyelmet arra, hogy miközben a panel-kutatás nem mutatta ki a szavazói preferenciák és viselkedés megváltozását, a résztvevők nagyjából 7%-a (hasonlóan az ismertett nemzetközi kutatások egy részével), beszámolt ilyen hatásról. Ám amíg mások készpénznek vették az önbevallásokból következő arányokat, a jelen kutatás ennél objektívebb mércét keresett, és ez a mérce nem igazolta a csoport meglétét. Nem kizárható ugyanakkor, hogy a smartvote portálok a valóságos szavazásban még meg nem jelenő, de hosszú távon a politikai orientációváltást is elősegítő impulzusokat jelentenek, s a szubjektív beszámolók is ezt tükrözik.

A tanulmánynak nem volt feladata választási pszichológiai modell tesztelése. Azonban félretéve egy pillanatra az indokolt kételyeket fogadjuk el, hogy a racionális viselkedés a portálok által megadott szempontok szerinti választással azonos. Ennek alapján kijelenthető, hogy az internetezők közel fele racionális szavazó. Másik fele azonban megátalkodottan nem racionális: akkor sem vált pártot, ha egy másik hozzá hasonlóbbnak bizonyul. Végül pedig léteznek egy kis csoport, akiket a nagyon egyértelmű (azaz dupla) smartvote ajánlások választási részvételre inspirálnak. Ők tekinthetők a legirracionalisabbnak: az egyértelmű ösztökélés nem a pártválasztásukat erősíti, hanem a politikába való bekapcsolódásukat provokálja ki.

Az individualizálódó és egyre inkább az internetről tájékozódó szavazó viselkedésében, és ezáltal a politika egészének alakulásában, várhatóan jelentős szerepet játszanak majd az itt elemzettekhez hasonló portálok. Szisztematikus kutatásuk a következő évtizedek fontos feladata lesz.

JEGYZETEK

- ¹ Külön köszönet illeti a két vállalkozás főszervezőjét, Tóth Zoltánt és Krizmanits Józsefet, együttműködési készségükért és rugalmasságukért. Köszönöm Holndonner Róbert Lászlónak és Pintér Róbertnek, valamint a Politikaitudományi Szemle két anonim bírálójának kiváló tanácsait.
- ² Pintér Róbert, Szathmáry Gergely és Katona Petra irányították az empirikus munkát.
- ³ A végső eredményeket súlyoztuk, hogy a nem, a korcsoport, a lakóhely és az iskolai végzettség szerint megfelelően reprezentálják az internetezőket. Az alábbiakban tehát az eredmények – az alapegoszlásokat beleértve – súlyozottak.
- ⁴ Miután az SZDSZ nem indult a választásokon, ezért erre a pártra már nem kérdeztünk rá.
- ⁵ Emlékeztetőül a listás szavazatok százalékos arányai: Fidesz–KDNP: 52,7; MSZP: 19,3; Jobbik: 16,7; LMP: 7,5; MDF: 2,7; Civil Mozgalom: 0,9.
- ⁶ A táblázathoz tartozó két alapsokaságot azok alkották, akik az első hullámban beszámoltak pártpreferenciáról, méghozzá a hat itt elemzett párt közül szavaztak volna valamelyikre, meglátogatták a portálok valamelyikét, és emlékeztek arra, hogy mely pártot ajánlották a portálok.
- ⁷ A mindkét portált meglátogatók közül az ellentmondásos ajánlatokat kapókat kiszűrve 640 eset maradt a mintában.

- ⁸ Szignifikanciaszint.91, azaz nem szignifikáns, N=1160.
⁹ Szignifikanciaszint .05, N=168.
¹⁰ Szignifikanciaszint .02, N=208.
¹¹ Szignifikanciaszint.02, N=207.
¹² Némi szerepet a visszaemlékezés szubjektivitása is játszhatott.

IRODALOM

- Boogers, Marcel–Voerman, Gerrit (2003): Surfing citizens and floating voters: Results of an online survey of visitors to political websites during the Dutch 2002 General Elections. *Information Polity*, Vol. 8., No. 1., 17–27.
- Cedroni, Lorella (2010): Voting Advice Applications in Europe: A Comparison. In: Lorella Cedroni and Diego Garzia (eds.): *Voting Advice Applications in Europe: The State of the Art*. Napoli: CIVIS/Scriptaweb, 247–257.
- de Graaf, Jochum (2010): The Irresistible Rise of Stembijzter. In: Lorella Cedroni and Diego Garzia (eds.): *Voting Advice Applications in Europe: The State of the Art*. Napoli: CIVIS/Scriptaweb, 35–46.
- De Rosa, Roberto (2010): cabina-elettorale.it (Provides advice to Italian voters since 2009). In: Lorella Cedroni and Diego Garzia (eds.): *Voting Advice Applications in Europe: The State of the Art*. Napoli: CIVIS/Scriptaweb, 187–198.
- Dziewulska, Agata (2010): Glosuje.com.pl. In: Lorella Cedroni and Diego Garzia (eds.): *Voting Advice Applications in Europe: The State of the Art*. Napoli: CIVIS/Scriptaweb, 217–246.
- Kleinnijenhuis, Jan–van Hoof, Anita M. J. (2008): *The Influence of Internet Consultants*. Paper presented at the conference Voting Advice Applications between Charlatanism and Political Science, Antwerp, 16 May.
- Mykkänen, Juri–Moring Tom (2006): *Dealigned Politics Comes of Age? The Effects of Online Candidate Selectors on Finnish Voters*. Paper presented at the Conference of Politics on the Internet: New Forms of Media for Political Action, Tampere, November 24–25.
- Ladner, Andreas–Fivaz, Jan–Felder, Gabriela (2010): More than toys? A first assessment of voting advice applications in Switzerland. In: Lorella Cedroni and Diego Garzia (eds.): *Voting Advice Applications in Europe: The State of the Art*. Napoli: CIVIS/Scriptaweb, 91–123.
- Marschall, Stefan (2005): The Online Making of Citizens: Wahl-O-Mat. In: Viola B. Georgi (ed.), *The Making of Citizens in Europe: New Perspectives on Citizenship Education*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung. 137–141.
- Ruusuvirta, Outi (2010): Much Ado About Nothing? Online Voting Advice Applications in Finland. In: Lorella Cedroni and Diego Garzia (eds.): *Voting Advice Applications in Europe: The State of the Art*. Napoli: CIVIS/Scriptaweb, 47–64.
- Thurman, James–Urs, Gasser (2009): Three Case Studies from Switzerland: Smartvote. *Internet & Democracy Case Study Series*, March 2009. Berkman Center Research Publication, No. 2009-03.3. University of St. Gallen and The Berkman Center, St. Gallen.

- Threchsel, Alexander H.–Mair, Peter (2011): When Parties (also) Position Themselves: An Introduction to the EU Profiler. *Journal of Information Technology & Politics*, Vol. 8: No. 1, 1–20.
- Walgrave, Stefaan–van Aelst, Peter–Nuytemans, Michiel (2008). 'Do the Vote Test'. The Electoral Effects of a Popular Vote Advice Application at the 2004 Belgian Elections". *Acta Politica*, Vol. 43, No. 1, 50–70.
- Walgrave, Stefaan–Nuytemans, Michiel–Pepermans, Koen (2009): Voting Aid Applications and the Effect of Statement Selection. *West European Politics*, Vol. 32, No. 6, 1161–118.
- Zaller, John R. (1992): *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge: Cambridge University Press