



POLITICAL CAPITAL
POLICY RESEARCH & CONSULTING INSTITUTE

HÁTTÉRANYAG A KAMPÁNYCSENDRŐL ÉS A KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁS- MEGJELENÍTÉSI TILALOMRÓL

Sajtótájékoztató
2006. április 7.

1. ELAVULT ÉS FELESLEGES A KAMPÁNYCSEND INTÉZMÉNYE

Történet ide: Az, hogy a kampánycsend intézménye mennyire nem igazodik a mindennapi élethez, kiválóan illusztrálják az 1996-os orosz választáson történetek: a hatalmon lévő Jelcin elnök kampánystratégiája a vele szemben induló kommunista jelölt, Zyuganovval szemben annak folyamatos hangsúlyozására épült, hogy ellenfelével a kommunista idők térnek vissza. A kampánycsend folyamán a törvény betűje szerint nem történt törvénsértés, amikor a három nagynezettségű kereskedelmi és állami TV-csatorna a kommunizmus borzalmait hatásosan illusztráló Oscar-díjas és egyéb siker-filmeket sugárzott szinte egyszerre, egy nappal a választások előtt.

A kampánycsenddel kapcsolatos szabályozás elavultságát és feleslegességét több tényező is alátámasztja:

- A kampánycsend intézménye álságosnak tekinthető, hiszen immár közhely számba megy, hogy a **permanens kampány** jelensége Amerika után immár Európában, és Magyarországon is jelen van. A **személyes környezetből származó befolyás** a kampánycsend alatt is működik, és sokszor ez a döntő a médiabefolyással szemben. A kampánycsend-sértés nehezen betartatható, könnyen kijátszható és sok a vitás eset, érdemesebb ezért a **törvényeket a gyakorlathoz igazítani**.
- Nem valósul meg az a cél, hogy a választók minden külső befolyás nélkül gondolhassák át döntésüket az utolsó napon, hiszen a pártok nem függesztik fel a kampányolást a kampánycsend beálltával:
 - a plakátokat nem szedik le, sőt, azonosíthatatlan plakátok kitételére is sor kerülhet, továbbá ha valaki hetilapot vásárol szombaton, abban ugyanúgy fellelhetőek a politikai hirdetések.
 - a mindenkori kormány intézkedéseket hozhat továbbra is, az ellenzéknek azonban nincs lehetősége az ilyen megjelenésre. A jelenlegi súlyos árvízhelyzet különösen jól illusztrálja ezt. **Példa:** 2002-ben az Országos Választási Bizottság elutasította az **MSZP beadványát**, mely arra vonatkozott, hogy **a kampánycsend idején ne lehessen sugározni a kormány tevékenységét dicsérő reklámfilmeket**. Az OVB döntése értelmében ezek a reklámfilmek a kampánycsend idején is adásba kerülhetnek.

- A szabályozás túlhaladottságát mi sem bizonyítja jobban, mint hogy **az Internet és az sms korában** a kampánycsendet fizikailag képtelenség betartatni, ezek a csatornák különösen nehezen, illetve egyáltalán nem ellenőrizhetők, kontrollálhatók. Ezt az Országos Választási Bizottság is elismerte.
 - A pártok honlapjai továbbra is elérhetőek, a **Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete etikai kódexében annyit köt ki, hogy ne frissítsék a kampánnyal, programokkal kapcsolatos anyagaikat.**
 - Bizonyos fokig az internetes fórumon történő egymást-meggyőző kampány ez idő alatt tovább folytatódhat annak ellenére is, hogy a **Választási Monitoring Bizottság ez alkalommal is - mint 2002 óta többször is – 600 internetes tartalomszolgáltatást figyel majd a kampánycsend idején,** és ez kiterjed a fórumokra és politikusi blogokra is.
 - **Az OVB-t is felkészületlenül érte 2002-ben az sms-ek nyújtotta újabb agitációs lehetőség.** Komoly kérdést vet fel az is, hogy hol húzódik a határ az **sms-kampány** terén, hiszen a 2002-es aktív sms-kampányt tekintve ez a legkevésbé kontrollálható csatornák egyike volt és lesz is, hisz egyik párt sem vállalhat felelősséget szimpatizánsaiért.
- A felesleges szabályozás **olyan lépésekre kényszerít,** melyek révén **minden szereplő szabályszegővé** válik, ráadásul semmi nem támasztja alá, hogy ez egynapos kampánycsendtől tisztább lenne a választási kampány.
- **Nemzetközi példák is ezt támasztják alá, hiszen olyan fejlett, és komoly hagyományokkal bíró demokráciákban sem veszélyezteti a választások tisztaságát a kampánycsend intézményének hiánya,** mint az Amerikai Egyesült Államok, Nagy-Britannia, Belgium, Dánia vagy Ausztria. Itt általában csupán a szavazóhelységek 10-30 méteres körzetére vonatkoznak megkötések, ahol tilos propagandát folytatni. **Az, hogy ez valóban egy rendszerváltozás időszakából hátramaradt félelemből táplálkozik, alátámasztja az is, hogy a kampánycsend intézménye jellemzően Közép-Kelet-Európában elterjedt,** Szlovéniában, Horvátországban, Romániában és Szerbiában létezik egy van akár két napos kampánycsend.
- Mint minden választást követően, számos elhúzódo vita tárgyát képezte 2002-ben is a kampánycsend témája, amely hosszadalmas viták és procedúrák megelőzhetőek lennének e felesleges szabályozás eltörlésével.
Példa: amíg egyes amerikai lapok a 2004-es választást megelőző napon is egyik vagy másik fél mellett kiálló szerkesztőségi leveleket tartalmazó számokat jelentettek meg, addig 2002-ben az OVB, majd a Legfelsőbb Bíróság is a választópolgárok akaratának befolyásolására alkalmasnak, tehát kampánycsend -sértőnek ítélte a Magyar Nemzet a szombaton első oldalon megjelentetett, „Holnap választ Magyarország” című cikkét, a mellette lévő K.O. felirattal.
- Nincs szabályozva az sem, hogy a **külföldön szavazó magyar állampolgárok** esetében hogyan működik a magyar szabályozás, hiszen az országon kívül szavazó mintegy 8000 ember különböző csatornákon mondhatni szabadon befolyásolható.

- Az Európai Biztonsági és Együttműködési Szervezet 1998-as elemzésében is megállapította, hogy a magyar OVB nem képes érvényt szerezni a jognak, a kampánycsend sértés fogalma ugyan definiálva van, azonban a szankciókról nem esik komolyabban szó, mindössze közzétehetik a kampánycsend sértők nevét a médiában stb.
- Az, hogy a választások előtti napon a pártok nem ismertethetik üzeneteiket a választókkal, sérti **az információhoz jutás alkotmányos alapját** is, hiszen a szavazópolgárokat így a választást megelőző utolsó napon fontos, a döntésüket alapvetően segítő ismeretektől fosztják meg.

KORÁBBI VITÁK ÉS ÁLLÁSFOGLALÁSOK A KAMPÁNYSZENDEDEL KAPCSOLATBAN:

2003-ban Magyarországon komolyabb vita bontakozott ki a kampánycsend ügyében, az OVB emiatt több ponton is javaslatot tett a választási eljárás megváltoztatására.

A leglényegesebb javaslatok a választási eljárás módosítására:

- Részletesebben kellene szabályozni az alapelveket, különösen az esélyegyenlőség elvét a médiában;
- Összhangot kellene biztosítani a választási törvény és a kapcsolódó jogszabályok között;
- **Indokolt lehet a kampánycsend eltörlése;**
- **Másfél hónapnál rövidebb időre is korlátozni lehetne a kampányidőszakot;**
- **Felvethető a kopogtatócédula megszüntetése;**
- Egyértelműbben kellene szabályozni a kampánypénzekkel való elszámolást;
- Naptári nap helyett munkanapokban határoznák meg a jogorvoslati határidőket;
- A kisebbségi választásokon csak az adott etnikumhoz tartozókra voksolhatna a választópolgár;

A Választási Monitoring Bizottság a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete által létrehozott csoport, amely a kampánycsend ideje alatt felügyeli az MTE által - az Országos Választási Irodával együttműködésben - kidolgozott Választási Tartalomszolgáltatói Kódex ajánlásainak betartását. A Bizottság a 2002. áprilisi országgyűlési választások óta már összesen öt alkalommal végzett eredményes monitoring tevékenységet.

A Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete kérésére az **Országos Választási Bizottság 2002-ben állásfoglalást** tett közzé, mely segíti az **internetes tartalomszolgáltatókat** a választási szabályok internetes értelmezésében.

Ennek alapján a kampánycsend idején **nem lehet a választói akarat befolyásolására alkalmas hírt, információt frissíteni, ám a már korábban közzétett információk elérhetőek maradhatnak.** Eszerint a honlapokon a közvéleménykutatás-megjelenítési tilalom, illetve a kampánycsend ideje alatt is elérhetőek lehetnek a már korábban, a tilalom illetve a kampánycsend megkezdése előtt közzétett tartalmak, csupán azok frissítése tilos.

Kampánycsend fogalma a választási eljárásról szóló 1997. évi C. törvény 40-41§ szerint:
„A választási kampány a választás kitűzésétől a szavazást megelőző nap 0 óráig tart. A szavazást megelőző nap 0 órától a szavazás befejezéséig választási kampányt folytatni tilos (kampánycsend). A kampánycsend megsértésének minősül a választópolgárok választói akaratának befolyásolása, így különösen: a választópolgárok számára a jelölt vagy a jelölt

szervezet által ingyenesen juttatott szolgáltatás (szavazásra történő szervezett szállítás, étel-ital adása), pártjelvények, zászló, pártszimbólumok, a jelölt fényképét vagy a nevét tartalmazó tárgyak osztogatása, választási plakát elhelyezése, a választói akarat befolyásolására alkalmas információk szolgáltatása elektronikus vagy más úton.”

Az OVB 2006. március 9-i állásfoglalása a kampánycsenddel kapcsolatban:

"[A] kampánycsend megsértésének minősül a választópolgárok választói akaratának befolyásolása, így különösen: a választópolgárok számára a jelölt vagy a jelölő szervezet által ingyenesen juttatott szolgáltatás (szavazásra történő szervezett szállítás, étel-ital adása), pártjelvények, zászlók, pártszimbólumok, a jelölt fényképét vagy nevét tartalmazó tárgyak osztogatása, választási plakát (a továbbiakban: plakát) elhelyezése, a választói akarat befolyásolására alkalmas információk szolgáltatása elektronikus vagy más úton". Az Országos Választási Bizottság álláspontja szerint nem valósul meg a Ve. 41. § sérelme, ha a kampánycsend beálltát megelőzően megjelent, a választói akarat befolyásolására alkalmas információkat tartalmazó sajtótermékek a kampánycsend idején addigi terjesztési helyükön, a kampánycsend beálltát megelőző feltételekkel továbbra is megvásárolhatók. A kampánycsend megsértését jelenti azonban, ha az írott sajtótermék terjesztésének kezdete a kampánycsend napja.

NEMZETKÖZI PÉLDÁK - KAMPÁNYCSEND:

USA

A választás napja előtt az USA-ban nincs kampánycsend, sőt a **választás napján is teljes erővel folyik a kampány**. Egyedül a **szavazóhelyiségben tilos kampányolni** és a tagállamoknak joguk van törvényben szabályozni, hogy a szavazókörtől milyen távolságra tilos az agitáció (általában 10-30 méter).

Nyugat- Európa

- **Németország:** kampánycsend nincs. A pártok választási kampányának azonban csak egyetlen korlátja van: a választás napján a szavazóhelyiségek közelében tilos a pártpropaganda. Az is megszokott dolog, hogy az idős vagy mozgássérült választókat a pártok viszik el szavazni. A választási kampánynak nincs hivatalos kezdete. (Majdnem ugyanaz a szabályozás, mint z USA-ban!)
- **Ausztria:** Nincs meghatározott kezdete a kampánynak, és nincs kampánycsend sem.
- **Olaszország:** kampánycsend csak a választások napján. Berlusconi pl. legutóbb ennek megsértésével vádolták az EU-parlamenti választások alkalmával, mert a szavazófülkéből kilépve a baloldaliak kormányzásra való alkalmatlanságáról beszélt.
- **Belgium:** kampánycsend nincs. A kampány negyven nappal a választások előtt kezdődik meg hivatalosan.
- **Dánia:** nincsen kampánycsend. A kampánynak nincs meghatározva a kezdete.
- **Nagy- Britannia:** A kampánynak nincs törvényileg szabályozott kezdete és nincs kampánycsend sem.
- **Csehország, Portugália, Svédország:** nincs kampánycsend.

- **Finnország, Írország:** Nincs meghatározva törvényileg.
- **Spanyolország:** A választás napján éjféltől kampánycsend van.

Egyéb adatok:

- **Franciaország:** A kampány a választás napja előtt ötven nappal kezdődik.
- **Görögország:** a kampány 40 nappal a választások előtt kezdődik,
- **Hollandia:** nincs hivatalos kampánykezdet. Közvélemény-kutatási adatok nem készíthetők és jelentethetők meg médiában a választás napján.
- Közvélemény-kutatásokat a választás napján nem lehet végezni. Kampánycsend nincs szabályozva.
- **Luxemburg:** Közvélemény-kutatási adatokat a választás előtt egy hónappal tilos közzé tenni. a kampánynak nincs hivatalos kezdete, azt a pártok megállapodása határozza meg.
- **Olaszország:** A kampány harminc nappal a választás előtt kezdődik. Csak a választás napján van kampánycsend.
- **Portugália:** A kampány 13 nappal a választás napja előtt kezdődik. Kampánycsend nincs, de közvélemény-kutatások egy héttel a választás előtt már nem készíthetők.
- **Spanyolország:** A választás napján éjféltől kampánycsend van. Öt nappal a választás kezdete előtt tilos közvélemény-kutatásokat végezni. A kampány 38 nappal a választások kiírása után kezdődik és 15 napig tart. A legutóbbi választásokon Aznarék állítólagos cselekedeteire irányuló sms-áradat a szakértők szerint megváltoztatta vagy legalábbis jelentősen befolyásolta a parlamenti választások végeredményét.
- **Svédország:** A kampánynak nincs törvényileg szabályozott kezdete és nincs kampánycsend sem.

ELLENPÉLDÁK (KÖZÉP-KELET-EURÓPA JELLEMZŐJE):

- **Horvátországban** van kampánycsend.
- **Szlovákiában** van kampánycsend.
- **Szerbiában** a választás napja előtti 48 órában már elkezdődik a kampánycsend. (Tehát ha vasárnap van az elnökválasztás, akkor csütörtök éjféltől már kampánycsend van).
- **Romániában** szintén a választás napja előtti 48 órában már elkezdődik a kampánycsend.

2. A NYOLC NAPOS KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁS-MEGJELENÍTÉSI TILALOM ELTÖRLÉSE

Magyarországon nem tilos közvélemény-kutatást végezni a választást megelőzően, vagy a választás napján, így a választás befejeztével exit-poll adatokat is közzé lehet tenni. A választást megelőző 8 napban viszont az új adatok közzététele nem engedélyezett a médiában (közvéleménykutatás-megjelenítési tilalom).

XXI. Század Intézet – konferencia (2006. március 23.) „Újabb vizsga előtt a közvélemény-kutatók”

Hahn Endre (Medián): „Sarlatán dologra vagyunk kényszerítve azzal, hogy a választások előtt 9 nappal kell kiadnunk az utolsó felmérések eredményeit, hiszen az utolsó napokban még sok minden történhet, a pártok leginkább ilyenkor aktivizálják szimpatizánsaikat [...].

ÉRVEK A KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁS-TILALOM ELTÖRLÉSE MELLETT:

- **A pártok a kampány finisében a legaktívabbak, az utolsó napokban a legerőteljesebb a mozgósítás.** Nyolc nappal a választás napja előtt még számos olyan fontos üzenetet megfogalmaznak a pártok, amelyek lényeges befolyással bírnak a szavazópolgárokra. A leírtakból adódóan a szavazás előtt több mint másfél héttel készült adatfelvételek eredményei nem tükrözik hűen a kampányt, ezért közvélemény-kutató intézetek társadalmi megítélése szempontjából is probléma a kutatási csend.
- **A nyolc nappal a választás előtt megjelenő kutatások terepmunkáját legalább a választás előtt 10-15 nappal kell végezni.** Két hét alatt jelentősen megváltozhat a politikai közhangulat, így a közvélemény-kutatók választási előrejelzéseit utólag a választási hajrá legintenzívebb szakasza előtti állapotra vonatkozó mérésekkel fogják azonosítani. Amennyiben ezek a mérések a hibahatárnál nagyobb mértékben különböznek a választási eredménytől, akkor nem tudhatjuk, hogy a mérések voltak pontatlanok vagy politikai helyzet változott meg. **Ez aláássa a közvélemény-kutatókkal szembeni bizalmat, ami végül önbeteljesítő jóslatként valóban rosszabb közvélemény-kutatásokat eredményezhet.**
- A közvélemény-kutatásokra vonatkozó moratórium abból a feltételezésből indul ki, hogy a kutatási eredmények befolyásolhatják a választók véleményét. Ez az állítás több okból kifolyólag sem állja meg a helyét:
 - **A kutatások hatása kiszámíthatatlan, nem válik automatikusan előnyére egyik vagy a másik pártnak.** Ennek a logikának az alapján be kellene tiltani a közvélemény-kutatásokat, hiszen ha ez a befolyás káros a demokráciára nézve, akkor káros kilenc nappal a választás előtt is.
 - **A moratórium melletti másik érv, hogy a közvélemény-kutatások sokszor nem pontosak és így sokszor helyett, hogy informálják, dezinformálják a választókat.** A közvélemény-kutatások valóban nem tévedhetetlenek, még a félévszázados közvélemény-kutatási hagyományokkal bíró országokban is megesik, hogy a felmérések rosszul jelzik előre a végeredményt. Ez azonban éppen a kutatások korlátlan nyilvánosságára szolgálhat érvként, hiszen az

emberek fenntartásokkal kezelik a méréseket, esetleg tudják, hogy mely intézetek adatai megbízhatóak és melyek nem.

- **A közvélemény-kutatásokra vonatkozó moratórium így alapvetően sérti az információhoz való hozzáférés alkotmányos jogát.** Ráadásul súlyos egyenlőtlenségeket eredményezhet az, hogy akik képesek kutatásokat finanszírozni vagy bennfentes információkhoz hozzájutni, azok előnyben részesülnek a többi állampolgárhoz képest. Nem csak a szavazási szándékaik lehet ilyen szempontból megalapozottabbak, de például sikeresebben spekulálhat a választás miatt bekövetkező részvény-árfolyam változásokra is.
- A moratórium miatt a közvélemény-kutatók nem csak a pártok támogatottságára vonatkozóan nem tehetnek közzé adatokat, de a kampány eseményeinek a megítélésével kapcsolatban sem. Ha nem lenne moratórium, akkor ebben a kampányban bizonyosan megjelentek volna mérések a hazai terrorfenyegetettségéről, az árvízi helyzetről vagy a miniszterelnök-jelöltek vitájáról. **Az állampolgároknak éppen akkor nincs lehetőségük arra, hogy megtudják, a közvélemény hogyan vélekedik bizonyos politikai történésekről, akkor ez a legérdekesebb lehetne számukra.**
- A hazaihoz hasonló szabályozás elsősorban a kelet-közép-európai országokban jellemző, azokban, amelyekben valóban csekély a közvélemény-kutatások elfogadottsága. Komoly demokratikus hagyományokkal rendelkező országokban, így például az Egyesült Államokban és Nagy-Britanniában nem ismert a kutatási publikációk tilalma. Ezekben az országokban például kizárólag a szavazás egyetlen napjára vonatkozóan léteznek bizonyos korlátozások.

NEMZETKÖZI ELLENPÉLDÁK:

➤ USA:

A közvélemény-kutatók egészen a szavazófülkék nyitásáig onthatják az adataikat. **Az Exit Poll eredményét és a részeredményeket a szavazás napján egy-egy államon belül nem lehet a szavazókörök bezárása előtt nyilvánosságra hozni.** Az USA több időzónából áll, és ha egy államban befejeződött a szavazás (általában 19 órakor), akkor ott megkezdik az eredmények közzétételét a médiában és interneten. Így nem zárható ki, hogy hatással van eredmény közzététele azokban az államokban, ahol még folyik a szavazás.

➤ Nyugat-Európa:

Ausztria: közvélemény-kutatásokat csak a választás napján nem lehet végezni. Nincs meghatározott kezdete a kampánynak, és nincs kampánycsend sem.

Írország, Németország, Hollandia: Közvélemény-kutatási adatok nem készíthetők és jelentethetők meg médiában, de csupán a választás napján.

A MAGYAR RENDSZERHEZ HASONLÓ PÉLDÁK:

- **Franciaország, Portugália:** nem lehet közvélemény-kutatást végezni a választást megelőző héten.
- **Görögország:** a közvélemény-kutatások eredményeit az utolsó héten nem lehet nyilvánosságra hozni.

- **Luxembourg:** Közvélemény-kutatási adatokat a választás előtt *egy hónappal* tilos közzé tenni.
- **Spanyolország:** öt nappal a választások előtt nem készíthető kutatás.

A közvélemény-kutatásokkal kapcsolatos szabályozás a választási eljárásról szóló 1997. évi C. törvény II. 8. § szerint:

(1) „A szavazást megelőző nyolcadik naptól a szavazás befejezéséig a választásokkal kapcsolatos közvélemény-kutatás eredményét nem szabad nyilvánosságra hozni.
 (2) A szavazás napján közvélemény-kutatás az alábbi feltételekkel végezhető:
 a) a közvélemény-kutatás csak névtelen lehet, és az önkéntességen alapulhat,
 b) a közvélemény-kutatók abba az épületbe, amelyben a szavazóhelyiség van, nem léphetnek be, a választópolgárokat semmilyen módon nem zaklathatják, csak a szavazóhelyiségből kilépőket kérdezhetik meg.

Az OVB 2006. március 30-i állásfoglalása a közvélemény-kutatásokkal kapcsolatban:

A rendelkezés az értelmében a szavazást megelőző nyolcadik nap után bármely módszerrel folytatott közvélemény-kutatás eredménye csak a szavazóurnák lezárását követően hozható nyilvánosságra. A Ve. 6-8. §-hoz fűzött általános indoklásból egyértelmű, hogy a törvény 8. § (2) bekezdésének b) pontja az úgynevezett exit-poll módszerrel végzett közvélemény-kutatásokra vonatkozó garanciális jellegű korlátozásokat tartalmazza. A törvény mindazonáltal nem tiltja a szavazás napján más módszerrel végzett közvélemény-kutatás folytatását, feltéve, ha az a 8. § (2) bekezdés a) pontjában szabott korlátok között folyik, és azok eredményét legkorábban a szavazás lezárása után hozzák nyilvánosságra.

Összefoglaló táblázat - nemzetközi példák

| Ország | Kampánycsend (direkt politikai kommunikáció) | Közvélemény-kutatási csend | Kampány kezdetének szabályozása |
|----------------|--|--|---|
| USA | Nincs (csak a szavazóhelyiségek környékén) | A választás napján az exit poll eredményeket és részeredményeket az urnák lezárásáig nem lehet közölni (de: időeltolódás!) | Nincs korlátozás. |
| Ausztria | Nincs. | Közvélemény-kutatásokat a választás napján nem lehet végezni és közölni. | Nincs korlátozás. |
| Nagy-Britannia | Nincs | Nincs | Nincs korlátozás |
| Franciaország | Nincs. | nem lehet közvélemény-kutatást végezni és közölni a választást megelőző héten. | Választás előtt 50 nappal kezdődik. |
| Németország | Nincs (csak a szavazóhelyiségek környékén) | A választás napján az exit poll eredményeket és részeredményeket az urnák lezárásáig nem lehet közölni. A választás napján nem lehet kutatást végezni. | Nincs korlátozás. |
| Olaszország | A választás napján, éjféltől. | n.a. | Harminc nappal a választások előtt |
| Spanyolország | A választás napján, éjféltől. | | A kampány 38 nappal a választások kiírása után kezdődik és csak 15 napig tart. |
| Csehország | Nincs | Nincs | n.a. |
| Szerbia | A választás napja előtt | n.a. | n.a. |

| | | | |
|---------|--|--|------|
| | már 48 órával megkezdődik. | | |
| Szerbia | A választás napja előtt már 48 órával megkezdődik. | A választás napja előtt már 48 órával megkezdődik. | n.a. |