

KIRE SZAVAZ(NA) A KOLOZSVÁRI MAGYAR DIÁK?¹

Gál-Borus László

A szerző a Babeş-Bolyai Tudományegyetemen tanuló magyar diákok választói magatartását elemzi. Milyen a vizsgált népeség szavazói profilja? Milyen motivációk alapján hozzák meg választói döntésüket? Ezen kérdésekre kíván választ adni az empirikus tanulmány, melynek korábbi változata az OTDK-n került bemutatásra.

Bevezető · „A szünet nélküli médiatudósításoknak köszönhetően a közvélemény-kutatások a politika legérdekesebb mozzanatává váltak... A közvélemény-kutatások eredményei „megfestik” a híreket, amennyiben a politikusokból nyertéseket és veszteseket produkálnak. A „nyerés-vesztés” olyan üzenet, amelyet még a legközömbösebb polgárok is fognak. Sajátos játszma ez, mert az eredményeket össze lehet hasonlítani az újabb és újabb felmérések eredményeivel” (Newman 2000: 26). Newman az Amerikai Egyesült Államok politikai marketing-kutatásaiból és eredményeiből kiindulva a politikai marketing alapfogalmát fogalmazza meg, viszont a marketingtechnika alkalmazása és a közvélemény-kutatások eredményeit hírtértékkel való felhasználása már Románia esetében is megfigyelhető. A média tudatosan használja fel a politikai marketing következtetéseit: a 2000. évi választási kampány során a különböző televízió-csatornák műsoridejének jelentős részét² a politikai talk-showk és reklámfilmek tették ki³ Másrészt a politikai szereplők (pártok, pártszövetségek) is tudatosan használják a médiát nemcsak üzeneteik továbbítására, hanem egy meggyőző imázs felépítésére is.

A 2000. évi parlamenti és elnökválasztási kampány során minden héten valamelyik jelentősebb romániai közvélemény-kutató intézet⁴ közzétette mérési eredményét. Mindenik felmérésben a közvélemény-kutató intézetek kitértek a választói preferenciák alakulására a versengő pártokat és államelnök-jelölteket illetően. Az általam vizsgált öt felmérés eredményeiből egyértelműen kiderült, hogy Ion Iliescu és a Társadalmi Demokrácia Romániai Pártja⁵ élvezi a legtöbb választó bizalmát, viszont a kampány utolsó hetéig mindvégig bizonytalan maradt a második fordulóba való bekerülésre esélyes jelölt személye. A közvélemény-kutatásokban nyomon követhető volt a választói preferenciák időbeni dinamikája. A választási kampány jelentős változást hozott az egyes jelöltek megítélésében. A kü-

lönböző időpontban felvett adatokat egymás mellé téve azt láthatjuk, hogy jelentősen eltérnek a választások eredményeként kapott adatoktól⁶, ami annak jele, hogy a romániai választók jelentős hányada a kampányüzenetek következtében alakította ki és/vagy változtatta meg opcióját.

Akolozsvári magyar diák politikai tudatossága és választói magatartása · A normatív demokraciáelméletek szerint „...a demokrácia csak akkor működik, ha az állampolgárokat erőteljes politikai érdeklődés, az informáltság magas foka és kifinomult ítélőképesség jellemzi” (Gabriel 1997:56). A lakosság bevonása a politikába mind a normatív demokraciáelméletben, mind pedig az empirikus beállítódás-kutatásban a demokratikus politikai rendszer egyik legfontosabb ismervének számít. Gabriel kulcsszerepet tulajdonít a politikai érdeklődésnek, szerinte csak azok a személyek eléggé motiváltak arra, hogy politikailag informálódjanak, és tevékenyen kapcsolódjanak a politikába, akik legalább minimális mértékű érdeklődést tanúsítanak az általános politikai folyamatok iránt. A demokraciáelméletekből levezethető elvárásoktól eltérően az empirikus kutatások eredményei viszont azt mutatják, hogy a szavazók nagy része nagyon kevés politikai ismerettel rendelkezik (Vö. Vis 1994:33; Gabriel 1997:57). Vis szerint a társadalmi és politikai részvételhez szükséges ismereteket és kognitív képességeket az oktatás során sajátítják el az egyének, így a képzettség és a politikai tudás között egyenes arányú összefüggés van. Vis politikai tudás alatt az egyén által birtokolt politikai információk összességét érti. A politikai ismeretek két fajtáját különíthetjük el, amelyek egymással alá-felé rendelt viszonyban vannak: a tényismereteket és a háttértudást. A tényismeretek az aktuális politikai helyzetre vonatkozó ismeretek, ezekbe tartoznak a politikai pártoknak és pártprogramoknak, a különböző nemzetközi szervezetek rövidítésének az ismerete. A háttértudás a politikai eszmeáramlatok, politikai filozófiák ismeretét jelenti. A háttértudással rendelkező egyén képes a politikai eseményeket interpretálni, ideológiai keretbe helyezni. Zaller (1992) a politikai ismeretekhez való kognitív viszonyulást politikai tudatosságnak (*political awareness*) nevezi. Ehhez hasonló értelemben használja Vis a politikai kifinomultság (*political sophistication*) fogalmát, a politikai

tudás és az ideológiai gondolkodás szintjének mutatójaként. Politikailag kifinomult (*politically sophisticated*) személy az, aki nemcsak széleskörű politikai ismeretekkel rendelkezik, hanem olyan kognitív képességekkel is, amelyek az információk konceptualizációját lehetővé teszik.

A választási kampány természetesen nem egyformán hat a különböző politikai tudatossági szinttel rendelkező szavazókra. Ezt Zaller a következőkkel magyarázza: azok, akik általában nagy politikai műveltséggel rendelkeznek, a legnyitottabbak a választási üzenetek befogadására, ugyanakkor a leginkább képesek arra, hogy a hallott információkat értékeljék és bírálják (1992:12). Ha nem értenek egyet a jelölt által képviselt értékekkel, nem fogják támogatni őt. A tudatossági skála legalacsonyabb fokán levők alig figyelnek a politikai eseményekre, így viszonylag kismértékben érnek el hozzájuk a kampány során elhangzott üzenetek.

Mindezekből az következik, hogy a mérsékelt politikai tudatossággal rendelkezők a legbefolyásolhatóbbak a kampány során: eléggé követik a kampányt ahhoz, hogy a választási ígéretek eljussanak hozzájuk, de nincsenek meg a képességeik, hogy ezekhez kritikusan viszonyuljanak (Zaller 1992:12-15). A szavazók politikai preferenciáinak a pártok közötti megoszlása közvetlenül befolyásolja a választások eredményét, a pártok által elnyert mandátumok számát, arányát. A választók szavazói viselkedése tehát nemcsak abban tér el egymástól, hogy egy-egy csoportjuk más és más jelöltre vagy pártra szavaz, hanem abban is, hogy választásuk más-más kognitív-érzelmi folyamat eredménye. Azok, akik a választásokon részt vesznek, a szavazói magatartás, illetve a döntés meghozatalának mechanizmusa szerint két csoportba sorolhatóak: az egyikbe kerülnek a stabil szavazók - akik választásról választásra mindig ugyanarra a pártra voksolnak, míg a másik csoportba az ingadozó szavazók kerülnek. A stabil szavazók viselkedését Körösi (1993:92) szerint általában a párttal való erős azonosulás magyarázza, ami a családban végbemenő politikai szocializációnak az eredménye, amit az etnikai, vallási, kulturális hovatartozás nagymértékben befolyásol. Az erős azonosulás esetén a szavazás expresszív jellegű cselekedet, a szavazás a párt iránti elkötelezettség kifejezésére szolgál, esetükben nem beszélhetünk a jelöltek vagy programok közötti racionális választásról.

Az ingadozó szavazók választása alkalmi, választásról választásra módosulhat, esetükben sokkal nagyobb a választási verseny szerepe. A pártok választási programja, a jelöltek személyisége, a választási kampány hatékonysága dönti el, hogy kire adják voksukat, szavazatuk individuális döntés eredménye. E döntésben érzelmi és racionális motívumoknak egyaránt szerepe van. „A szavazat ebben a modellben nem a párt-hovatartozás kifejezésére szolgál, hanem racionális választást jelent a pártok által kínált politikai alternatívák közül.” A racionális választás modelljében a szavazás instrumentális jellegű cselekvés, valamely további cél elérésére szolgál (Körösi 1993:95). A továbbiakban nézzük még, a fentiekkel összhangban hogy jellemezhetőek az általunk vizsgált diákok.

A tanulmány empirikus alapját a Civil Kurázi II kérdőíves kutatás eredményei adják. Tanulmányomban arra kerestem választ, hogy milyen összefüggések figyelhetők meg az egyetemisták körében a politikai tudatosság és a választói magatartás között. Az a hipotézisem, hogy azon diákok, akik nem az

RMDSZ államelnökjelöltjére, hanem egy, a második fordulóra jutásra esélyes román jelöltre szavaztak, magasabb politikai tudatossággal rendelkeznek és választásuk racionális döntés eredménye.

A magyar diákok választói viselkedése mindkét fentebb bemutatott elméleti modell segítségével magyarázható. Esetükben a párttal⁷ való azonosulás egyben az RMDSZ-szel való azonosulásként jelenik meg. Az RMDSZ-re a „Babeş-Bolyain” tanuló magyar diákok 95%-a szavaz. Az RMDSZ-t alkotó különböző csoportosulások és platformok közül az RMDSZ-re szavazók 58%-a nem ismer egyetlen platformot⁸ sem. Ebből arra következtethetünk, hogy a szervezet felépítése és struktúrájának ismerete nem függ össze a szavazói hajlandósággal, vagyis az, aki az RMDSZ-re szavaz, nemzeti érdekképviselői szervezetre szavaz és nem mint valamilyen politikai ideológia megjelenítőjére. A szavazatok ebben az esetben a diákok magyarságának kifejezését szolgálják, az RMDSZ mint „magyar párt” jelenik meg számukra, amire „szavazni kell”. Ugyanakkor, bár az RMDSZ támogatottsága magas, a szövetséget alkotó csoportosulásokról a megkérdezettek 14%-a nyilatkozta azt, hogy egyik platformmal sem szimpatizál. Tehát az RMDSZ-re szavazóknak csupán 28%-a rendelkezik bővebb ismeretekkel az RMDSZ összetételére vonatkozóan.

Véleményem szerint a magyar diákok egy (sokkal kisebb) része a másik - a racionális - modell szerint jellemezhető: ésszerű megfontolások alapján adják le voksát. Ezt látszik bizonyítani az a tény is, hogy míg az RMDSZ-re a diákok 95%-a szavazna, addig az RMDSZ államelnökjelöltje - Frunda György - csupán a szavazatok 85%-ra számíthatott. A magyar érdekképviselő államelnökjelöltjére adott szavazatok szimbolikus értékkel bírnak, mivel nyilvánvaló volt esélytelensége. Azonban jelentős arányban szavaztak más jelöltekre is: Mugurel Constantin Isărescua (a Demokratikus Konvenció 2000 jelöltje, volt miniszterelnök) 9,9% és Theodor Stolojanra (a Nemzeti Liberális Párt jelöltje) a magyar nemzetiségű diákok 2%-a szavazna. Mindkét jelölt az RMDSZ korábbi koalíciós partnereinek volt a jelöltje és a kérdés időpontjában az országos közvéleménykutatások szerint reális esélyük volt a második fordulóra való bejutásra, hiszen a jobboldali választók számára az Iliescuval szembeni alternatívaként jelentek meg a választási küzdelemben. Ezért a racionális választás modelljében a két jelölt egyen-

1. számú táblázat. Melyik pártra szavazna?

	Esetszám	Százalék (%)
PDSR	2	0,6
PD	2	0,6
CDR2000	5	1,5
RMDSZ	325	95
PNL	4	1,2
PRM	1	0,3
Más	3	0,9
Total	342	100
Nem megy szavazni	64	
Összesen	406	

Platformok	Esetszám	Százalék (%)	Kumulált százalék (%)
Demokrata frakció	18	5,6	5,6
Erdélyi Magyar Kezdeményezés	9	2,8	8,4
Konzervatív Demokrata Mozgalom	1	0,3	8,7
Reform Tömörülés	13	4	12,7
Szabadelví Kör	48	14,9	27,6
Szociáldemokrata tömörülés	2	0,6	28,3
Egyikkel sem szimpatizálok	45	14	42,2
Egyetlen platformot sem ismerek	186	57,8	100
Összesen	325	100	

2. számú táblázat. RMDSZ platformok ismerete az RMDSZ-re szavazók diákok körében

lő esélyekkel jelent meg a magyar diákok megítélésében.

A Frunda Györgyre szavazók 60%-a nyilatkozta azt, hogy nem érdekli a politika, de azért mégis elmennek szavazni. Ezeknek a szavazóknak az esetében egyértelműen etnikai jellegű szavazásról beszélhetünk. Azok esetében, akik azt választották, hogy az első fordulóban az RMDSZ-re szavaznak, de az államelnökjelöltek esetében Stolojan, vagy Isărescut preferálják, sokkal nagyobb mértékben figyeltek a választási kampányra, mint azok, akik Frundát jelölték meg kedvelt elnökjelöltnek - 51,7%-a szemben a 21,6%-al a kampányra való figyelés tekintetében.

A politikai tudatosság befolyással van a közvéleményre és a szavazói viselkedésre egyaránt. A politikai tudatosság alatt Zaller azt érti, hogy a politikai jellegű információk nemcsak eljutnak az egyénhez, hanem azokhoz reflexíven is viszonyulnak (Zaller 1992, 22). A politikai tudatosság a közösségi problémákhoz való kognitív, intellektuális viszonyulást jelenti, megkülönböztetve azt az emocionális vagy affektívától, és a közömböségtől. A politikai tudatosság dimenziói a politika iránti érdeklődés, aktuálpolitikai események követése a médiában, a politikai ismeretek és a politikai részvétel. A felvett adatok alátámasztják azon feltevésünket, hogy azok a diákok, akik követik a politikai jellegű eseményeket a különböző médiában, inkább részt vesznek a szavazáson. Az RMDSZ állam-

4. számú táblázat. Szavazáson való részvétel és a hírek követése.

Elmegy-e szavazni?		Szoktál-e hírekre figyelni		
		Igen	Nem	Összesen
Igen	Esetszám	282	60	342
	Szoktál hírekre figyelni? (%)	87,9	70,6	84,2
Nem	Esetszám	22	13	35
	Szoktál hírekre figyelni? (%)	6,9	15,3	8,6
Nem tudja	Esetszám	17	12	29
	Szoktál hírekre figyelni? (%)	5,3	14,1	7,1
Összesen	Esetszám	321	85	406
	Szoktál hírekre figyelni? (%)	100	100	100

	Esetszám	Százalék (%)
Iliescu	2	0,6
Isărescu	34	9,9
Frundea	292	85,4
Roman	1	0,3
Stolojan	7	2
C. V. Tudor	1	0,3
Más	4	1,2
Nem tudja	1	0,3
Total	342	100
Nem megy szavazni	64	
Összesen	406	

3. számú táblázat. Kire szavazna?

elnökjelöltjére szavazók 36%-a csak alkalmoszerűen - hetente egyszer vagy ritkábban - foglalkozik a politikai eseményekkel, ez az arány az Isărescra vagy Stolojanra szavazók esetében csupán 19%.

A sajtóhasználat szoros összefüggésben áll a választásokon való részvételi szándékkal. A hírekre figyelők 88%-a kíván élni a szavazati jogával, míg azok esetében, akik a híreket nem figyelik ez az arány csupán 71%. A minta átlagától való jelentős eltérést a médiafogyasztók egyetlen szegmensénél figyelhetünk meg: azok a magyar diákok, akik gyakran hallgatnak román kereskedelmi rádiót, azok nagyobb arányban szavaznak a román jelöltek valamelyikére. A chi-négyzet próba⁹ alapján kijelenthetjük, szignifikáns összefüggés van a választási kampány követése és a racionális választás között. Más szavakkal: minél informáltabb a diák a választási programokat, másrészt a jelöltek esélyeit illetően, annál nagyobb annak a lehetősége, hogy ne az RMDSZ államelnökjelöltjére szavazzon. A politikai tudatosság mértéke a választási kampánynak a diákokra gyakorolt hatásában is megnyilvánul. A politikai tudatosság alacsony szintjével rendelkező diákokra - mint azt az adatok is mutatják - nem volt hatással a kampány. A politikai tudatosság szintje egyenes arányban növekszik a kampány követésének mértékével. Míg a kampány egyes elemeire figyelő diákok 8,5%-a sza-

vazna a román jelöltekre, addig azoknak, akik a kampány teljes spektrumát figyelemmel kísérik, a 31%-a.

Következtetés · Összességében a Babeş-Bolyai Tudományegyetem magyar nemzetiségű diákjairól elmondható, hogy a diákok döntő többsége kevés tényismeretekkel rendel-

kezett a választási kampányról - és közvetve a politikai folyamatokról (lásd Péter László tanulmányát). A választáskor etnikai alapon szavaztak a „magyar pártra”, és nem mondható el róluk, hogy voksukat racionális döntés eredményeképpen adják az egyik vagy másik pártra, illetve államelnökjelöltre.

JEGYZETEK

¹ A 2000-es romániai parlamenti és elnökválasztásokat közvetlenül megelőzően, 2000 november elején a kolozsvári Babeş-Bolyai Tudományegyetem magyar diákjainak politikai kultúráját és választási preferenciáit vizsgáló kérdőíves szociológiai felmérés - a Civil Kurázsii II. - során nyert adatok kerülnek elemzésre. Lásd továbbá a *Civil Kurázsii - Politikai kultúra kutatása a kolozsvári egyetemen* című műhelytanulmányt ebben a kötetben.

² Míg két választási kampány közötti periódusban a közszolgálati és a kereskedelmi tévékben csupán heti egy alkalommal van politikai műsor (természetesen a hírektől és a hírkomentároktól eltekintve), addig a választási kampány során nemcsak a választási hirdetések növelik a politikai jellegű adások számát, hanem a szakértők és politikusok közötti vitaműsorok is. A 2000-es parlamenti és elnökválasztások során heti három politikai műsorral jelentkeztek mind a közszolgálati tévék, mind pedig a kereskedelmi tévécsatornák.

³ A PRO TV (kereskedelmi TV) műsorában: hétközben 19⁵⁵-től 20⁰⁰-ig „Agendă electorală”; Hétfőn 20⁰⁰-től 21⁰⁰-ig „Alege!” – műsorvezetők: Silviu Brucan, Andrei Gheorghe, Lucian Mândrută; Keddtől Péntekig 20⁰⁰-től vagy 22⁰⁰-től „Eu vreau să fiu preşedinte” – műsorvezető Florin Călinescu;

A România 1 (közszolgálati TV) műsorában: Hétfőtől Szombatig 9³⁰-tól 10⁰⁰-ig „Agendă electorală”; Hétfőtől Szombatig 17⁰⁰-tól 17³⁰-ig „Studioul electoral”; Hétfőtől Csütörtökig 20⁴⁵-től 22⁴⁵-ig „Alegeri 2000” – műsorvezető G. Lazăr Az Antena 1 (kereskedelmi TV) műsorában: Hétfőn 20⁰⁰-tól 22⁰⁰-ig „Tu decizi” – műsorvezető Radu Herjeu.

⁴ BCS 2000 Október 27–november 2; IMAS 2000 November 4–8; CSOP November 2–7; CURS okt. 31–nov. 6; CURS, MAS, IRSOP nov. 20

⁵ A Társadalmi Demokrátia Romániai Pártja 2001-ben összeolvadt a Romániai Szociáldemokrata Párttal és Szociáldemokrata Párt néven kisebbségi kormányt alakított.

⁶ Forrás: Krónika, II. Évfolyam, 265. szám, november 9., II. Évfolyam, 271. szám, november 16, II. Évfolyam, 272. szám,

	Ion Iliescu	Mugur Isărescu	Theodor Stolojan	C. V. Tudor
BCS okt. 27–nov. 2	37,5	18,6	12	12
IMAS nov. 4–8	44	13	17	15
CSOP nov. 2–7	48,3	9,7	14,2	13,9
CURS okt. 31–nov. 6	47	13	13	14
CURS, IMAS, IRSOP nov. 20	41	10	16	19
BEC dec. 1	36,3	9,5	11,8	28,3

	PDSR	CDR2000	PRM	PD	PNL	RMDSZ	ApR
BCS okt. 27–nov. 2	42	13,6	12,2	8,7	8,2	7	5
IMAS nov. 4–8	48	7	15	5	14	7	2
CSOP nov. 2–7	51,6	6,3	12,6	6,3	12,6	6,1	2,8
CURS okt. 31–nov. 6	52	7	13	5	10	7	5
BEC dec. 1	36,6	5	19,5	7	6,9	6,8	4

november 17, II. Évfolyam, 275. szám, november 21, II. Évfolyam, 284. szám, december 1.

⁷ A 2000 november 26–ai választáson részt vevő legfontosabb politikai pártok:

PDSR – Partidul Democratiei Sociale din România (Társadalmi Demokrátia Romániai Pártja, a jelenlegi Szociáldemokrata Párt); PD – Partidul Democrat (Demokrata Párt); CDR2000 – Convenția Democrată Română 2000 (Román Demokratikus Konvenció 2000); RMDSZ – Uniunea Democrată Română din România (Romániai Magyar Demokrata Szövetség); PNL – Partidul Național Liberal (Nemzeti Liberális Párt); PRM – Partidul România Mare (Nagyrománia Párt)

⁸ A RMDSZ, a magyar kisebbség egyetlen érdekvédelmi képviselője több politikai ideológiát valló csoportosulásból áll, amit platformoknak neveznek.

⁹ A Pearson féle hi-négyszet 2 szabadságfokon 15,253

KÖNYVÉSZET

*** *Dicționar de sociologie*, coord. C. Zamfir și L. Vlăsceanu, 1998, București, Editura Babel

Almond, G. A. - S. Verba: *Állampolgári kultúra*, in Szofi II. folyam, 1997, I. évfolyam, 1-2 szám

Baudouin, J.: *Introducere în sociologia politică*, 1999, Timișoara, Editura Amarcord

Fábián Z.: *Tekintélyelvűség és előítéletek*, 1999, Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó

Gabriel, O. W.: *Politikai beállítódás és politikai kultúra*, in Szofi II. folyam, 1997, I. évfolyam, 1-2 szám

Körösényi A.: *Mentalitástörténeti rekonstrukció*, in Szofi II. folyam, 1997, I. évfolyam, 1-2 szám

Newman, B. I.: *A politika tömegmarketingje*, 2000, Budapest, Bagolyvár Könyvkiadó

Vis, J. C. P. M.: *Citizenship and Political Knowledge*, in From Subject to Citizen, szerk. Csepeli-Stumpf-Kéri, 1994, Budapest, HCPE