

Kampányelemzés: Tolna 2

A Tolna 2-es OEVK előrehozott választásán induló politikusok kampányának elemzése

A REPUBLIKON INTÉZET ELEMZÉSE



2025 január

- A Tolna 2-es OEVK-ban rendezett az első időközi választás egy parlamenti képviselői helyért, mióta megjelent a színen Magyar Péter és a Tisza Párt. Bár a felmérések alapján támogatottságuk hasonló a Fideszéhez vagy akár valamivel magasabb is, a párt végül nem állított jelöltet.
- A választás tétje innentől nem az, hogy az egyik nagy párt megmutassa ő a legerősebb, hanem a gyengülő Fidesz és a hosszú ideje parlamenti küszöb közelébe vagy alá mért ellenzéki pártok meg tudják-e mutatni, hogy nem érinti annyira őket a Tisza áradása, mint amennyire az a közvélemény kutatásokból kitűnik.
- A körzet korábban is erősen Fideszes volt, így Csibi Krisztina győzelme a Tisza indulásának hiányában egyáltalán nem meglepetés. Csibinek nem csak a Fidesz beágyazottsága segített, hanem az is, hogy személyét összekötötték a körzetet korábban képviselő Potápi Árpáddal. Ezen kívül Csibi az OEVK minden települését bejárta, ahol sikerült kapcsolatba lépnie az OEVK lakosságának kb. 60%-át kitevő nem városi választókkal is.
- Bár Csibi több ellenfele is nála ismertebb politikus, a Potápi-faktor, a korábbi hálózatépítés és természetesen a fideszes támogatottság nem hagyott kétséget győzelme felől.
- Bár nehéz kiszűrni, hogy az elért eredmény mennyire volt Csibi és mennyire a pártlogó érdeme, de összehasonlítva ellenfeleivel Csibi kampánya volt a legerősebb.
- A Tisza indulásának hiánya, az alacsony részvétel és a speciális terep miatt nem érdemes hosszú távú következtetéseket levonni az országos politikára.

A VÁLASZTÁS

Potápi Árpád a választási rendszer 2014-ben életbe lépett átalakítása óta volt a Dombóvár központú OEVK képviselője. Mandátumát 2014-ben nyerte (bár már korábban is Tolna megyei egyéni képviselő volt), majd 2018-ban és 2022-ben is újra ő nyerte el a szavazók többségének bizalmát. Potápi ráadásul egyre jobb eredményekkel tudta megnyerni a kerületet, 2014-ben 48 százalékkal, majd 58 és 62 százalékos eredményt ért el. Potápi halálával tehát egy helyben mélyen beágyazott képviselő helye üresedett meg. Az OEVK-hoz 58 település tartozik, melyek legtöbbször község vagy nagyközség, csupán két város van köztük: Bonyhád és az OEVK központja Dombóvár. Ez a két település nem csak azért érdekes, mert ezek városok csak a választókerületben, hanem amiatt is, mert az OEVK lakosságának körülbelül 40 százaléka él Dombóváron és Bonyhádon, körülbelül 30 ezer ember. Egy kampány a körzetben tehát egyszerre kell fókuszáljon 56 községre és két kisvárosra, hisz ez a két csoport hasonló mennyiségű potenciális szavazót jelent. Potápi beágyazottságát jól mutatja, hogy mind a falvakban, mind Bonyhádon, mind pedig Dombóváron magabiztos eredményekkel nyert 2022-ben. Míg azonban a falvakban és Bonyhádon ez 67 illetve 65 százalékos eredményt jelent, addig Dombóváron ennél jelentősen rosszabb eredményt ért el, ami így is 53 százalék, tehát a szavazatok abszolút többsége. Itt viszont az ellenzék jelöltje Szabó Lóránd 35 százalékos eredményt tudott felmutatni, ami még így is jelentősen el van maradva Potápiétól, viszont Bonyhádon csupán 27 a kistelepüléseken pedig 23 százalékát szerezte meg a voksoknak. Potápi népszerűsége az OEVK-ban egyébként túlmutatott a Fidesz népszerűségén, amit mi sem bizonyít jobban, hogy míg a kormánypártok listán 56 százalékos eredményt szereztek 2022-ben, 2024-ben az EP választáson pedig 54 százalékos eredményt, addig Potápi ahogy már fentebb említettük utolsó alkalommal 62 százalékos eredménnyel nyerte meg a körzetet.

A KSH 2022-es népszámlálás adatai szerint az OEVK nagykorú lakóinak legmagasabb iskolai végzettsége így nézett ki az országos átlaghoz viszonyítva.

Terület	általános iskola 8. évfolyamnál alacsonyabb	általános iskola 8. évfolyam	középfokú iskola érettségi nélkül, szakmai oklevéllel	érettségi	egyetem, főiskola stb. oklevéllel
Tolna 02. sz. oevk	2,73%	24,18%	30,02%	29,98%	13,09%
országos átlag	2,27%	21,70%	20,98%	32,87%	22,19%

Látszik, hogy az országos átlaghoz viszonyítva a nem érettségivel, de középfokú végzettséggel rendelkezők és a diplomával rendelkezők arányában van igazán jelentős eltérés. Magyarországhoz képest tehát a szakmunkás végzettséggel rendelkezők felül vannak reprezentálva körülbelül 9 százalékponttal, míg a diplomások ugyanúgy 9 százalékponttal kevesebben vannak.

2024 III. negyedévében a munkanélküliségi ráta Tolna megyében 7,1 százalék volt, ezzel országos szinten ebben a megyében a negyedik legmagasabb a munkanélküliek aránya. Eközben országosan ugyanez az érték ebben az időszakban 4,6 százalék volt.

Az időközi választás tétje elsőre marginálisnak tűnhet. A körzet elvesztése esetén nem szűnne meg a Fidesz-KDNP kétharmados többsége az országgyűlésben, a győzelem leginkább tehát csak erődemonstrációra lehet jó. Ugyanez igaz egy erős szereplésre is. Érdekes helyzetet teremthetett volna a Tisza Párt indulása, hiszen Magyar Péter pártja az év utolsó hónapjaiban számos közvéleménykutatásban megközelítette, sőt meg is előzte a Fideszt. Sokáig kérdés is volt, hogy elindulnak-e a választáson, ami mellett és ellen is számos érvet hoztak fel az elemzők. Egy győzelem a Fidesz ellen, egy a kormánypárthoz ennyire húzó körzetben óriási változást jelentett volna az erőviszonyok tekintetében, hiszen a kormány és a hozzá kötődő médiumok többé nem üthették volna el a Tisza erősödését annyival, hogy az azt mérő közvéleménykutatók csupán a közhangulat befolyásolására törnek. Az is igaz azonban, hogy egy szoros vereség bár szintén szép eredmény lenne a Tiszától

(az OEVK második helyezette még sosem érte el a 30 százalékos szavazati arányt), de a Fidesz azt kommunikálhatta volna, hogy nincs semmi látnivaló, továbbra is a kormánypártok a domináns politikai erő Magyarországon. A Tisza végül úgy döntött, hogy távol marad a választástól, a Fidesz jelöltjének azonban így is lesz öt kihívója.

A JELÖLTEK

A kormánypártok jelöltje Dr. Csibi Krisztina. Csibi korábban nem viselt választott tisztséget. Sokáig a Bonyhádi Közös Önkormányzati Hivatalnál dolgozott, majd 2014-től a Magyarok Háza igazgatója volt. Csibi saját bevallása szerint Bonyhádon született, jelenleg pedig a szintén az OEVK-hoz tartozó Kisdorogon lakik. Csibiről viszonylag kevés a nyilvánosan elérhető információ, politikusi Facebook oldala is csak a kampány kezdete óta aktív, emiatt az online térben is aránylag kevés követővel rendelkezik, mindössze 3,3 ezerrel. Ezzel a hat fős mezőnyben csupán negyedik helyen van online elérésében. Nem szabad azonban eltekinteni az online jelenlétben a kormánypártok befolyása alatt álló médiumoktól köztük a Tolnában is aktív megyei lapoktól, amik kulcsszerepet visznek Csibi kampányában.

Eközben a Mi Hazánk egy országosan is ismert jelöltet, Dúró Dórát, a párt elnökhelyettesét indította a választáson. Dúrót a párt már 2022-ben is jelölte egyéni képviselőnek, igaz ekkor a budapesti 6-os számú OEVK-ban, ahol 4,86 százalékos eredménnyel harmadik lett Sára Botond és a körzetet megnyerő Jámbor András mögött. Dúró internetes elérése messze felülmúlja a versenytársaiéért, csak a Facebook oldalának 332 ezer követője van.

Érdekeség, hogy a választási rendszer átalakítása óta először történik meg, hogy egy MSZP és egy DK jelölt egymás ellen indulnak egy OEVK-ban. Közülük a Szocialista Párt jelöltje az ismertebb, ő Harangozó Gábor, a párt korábbi országgyűlési és EP-képviselője. Harangozót hivatalosan nem a szocialisták jelölik, azonban a párt nyíltan támogatja. Harangozó internetes elérése is magasabb versenytársai egy részénél, neki 11 ezer követője van Facebookon.

A Demokratikus Koalíció a párt tolnai megyei képviselőjét, Grábóc korábbi polgármesterét, Takács Lászlót indította az időközi választáson. Takács korábban a

DK jelöltje volt a 2021-es ellenzéki előválasztáson a Szekszárd központú Tolna 1-es OEVK-ban, ám végül a DK és a Jobbik közötti koordináció értelmében visszaléptették és a DK a jobbikos Bozsolik Róbert mögé állt be. Bozsolikot az előválasztáson egyébként az az MSZP-s Harangozó Tamás győzte le, aki a szocialisták mostani jelöltjének, Harangozó Gábornak az öccse. Takácsnak van a legkisebb elérése Facebookon az indulók közül, mindössze 526-an követik oldalát a közösségimédia platformon (január 9-i adat).

Az utolsó valamilyen párthoz kötődő jelölt Ágoston Pál, aki a Második Reformkor színeiben mérettette meg magát Tolna 2-ben. Ágoston a 2RK kommunikációs igazgatója, korábban pedig a Dél-Dunántúl régió koordinátora volt a párton belül. Az ő politikusi Facebook oldala szintén a jelöltség bejelentésétől kezdve él, a politikust az oldalon jelenleg 717-en követik (január 9-án).

A hatodik jelölt Vilcsek Ernő, aki a 480 fős, Borsod-Abaúj-Zemplén megyei Jákfalva polgármestere volt 2002-2024-ig. Vilcsek a Politikai Hontalanok Szövetsége nevű, korábban Facebook-csoportként működő párt tagja, 44 ezer követővel rendelkező Facebook oldalán pedig gyakran oszt meg rövid videókat, amikben saját kifejezése szerint az emberek nyelvén beszél.

A KAMPÁNYTÉMÁK

A választási kampányok elemzésénél a jelöltek személye mellett az általuk vitt kampánytémák vizsgálata is elengedhetetlen. Ezek pedig felértékelődnek egy időközi választás esetében, Potápi képviselő halála és az időközi választás között ugyanis kevesebb, mint három hónap telt el, a pártoknak tehát ennyi idő áll rendelkezésükre, hogy felépítsék a jelöltjeiket azokkal a témákkal, amikkel helyben esélyesnek találják őket a győzelemre. A témákat, ahogy az OEVK-t magát is, áthatja Potápi személye, amit már az is jól mutat, hogy Csibi jelöltségének bejelentéséig tartotta magát a hír, hogy a Fidesz Potápi lányát indítja majd az időközi választáson, ahogy azt 2020-ban tették, mikor Koncz Ferenc halála miatt kellett időközit tartani, amit végül az elhunyt képviselő lánya, Koncz Zsófia nyert meg a Fidesz támogatásával.

Csibi Krisztina fő kampányüzenete egyértelműen a Potápi Árpádhoz való kötődése. Interjúiban központi szerepet kapott az elhunyt képviselő, a korábban vele közösen végzett munka emléke és annak a hangsúlyozása, hogy folytatni szeretné Potápi Árpád megkezdett munkáját, amit a térség fejlesztéséért végzett. Az, hogy Csibi szeretné magát minél erősebb asszociatív kapcsolatba hozni Potápiival nem csak a szavak, de performatív akciók szintjén is megjelent. A Fidesz jelöltje például kopjafát állított Potápinak, valamint megszerezte Potápi Árpád lányának a támogatását is. A Potápi örökség továbbvitele amiatt is érdekes kampánytéma, mert Csibinek ez volt az egyetlen értelmezhető üzenete, amit minden felületen kommunikált, ezen kívül konkrét, megoldásra váró problémákat nem nevesített. Ha el is hangzottak konkrétumok, azok a kormány országos üzenetei voltak, mint a tanárok béremelése. Az, hogy a kormánynak mennyire fontos volt a körzetben egy jó eredmény elérése, abból is látszik, hogy a Fidesz országosan ismert politikusai is csatlakoztak a kampányba. Nagy István, Kocsis Máté, Fülöp Attila és Gulyás Gergely Csibivel közösen járták az OEVK városait és falvait, ahol minden megszólalásukkal kihangsúlyozták azt, hogy Csibi az egyetlen alkalmas személy Potápi munkájának a folytatására.

A másik fontos téma Csibi kampányában a helyismeret. Akik elmentek Csibi kampányeseményeire, vagy csak találkoztak online hirdetésekkel, biztosan megtudták róla, hogy Bonyhádon született és hogy Kisdorogon lakik. Ez a lokalitás egyébként nem csak nála merül fel, de ő a helyismeretet tovább hangsúlyozta azzal, hogy az ünnepek előtt mind az 58 települést meglátogatta. A látogatások alkalmával jellemzően részt vett valamilyen eseményen (sportverseny, szabadidős körök foglalkozása stb.), ahol kiemelte az adott település értékeit és a Potápiival való kapcsolatát. Ezen kívül a településeken együtt mutatkozott helyben fontos személyekkel, polgármesterekkel, közösség-szervezőkkel, köztisztviselőkkel, álló emberekkel, akik később egy-egy videóban is felszólították az embereket Csibi Krisztina támogatására.

Csibi kampányában mindenképp említésre érdemes, hogy alapvetően pozitív kampányt vitt. Ő maga szinte egyáltalán nem operált negatív üzenetekkel, egyáltalán nem minősítette az ellene induló képviselőket (valójában nem is igazán

foglalkozik velük), következetesen a helyben való beágyazottságát hangsúlyozta. Ez azonban nem jelenti azt, hogy ne lett volna a kampányban egy erős, a politikai ellenfeleket dehonesztáló hang, ezt azonban nem Csibi vitte, hanem a fideszes sajtó, legfőképp a teol.hu megyei lap. Takács László kivételével minden ellenzéki jelölt megkapta az „ejtőernyős” bélyeget, azt tehát, hogy valódi kötődésük nincs a Tolna 2-es OEVK-hoz. A 2RK-s Ágoston esetében még csak a helyismeret hiánya és az ebből fakadó képtelenség a tolnai ügyek képviselőjére jelenik meg, Vilcsek Ernőnél pedig borsodi polgármesterségén túl csupán videóinak stílusa, Dúrónál azonban már a Mi Hazánk populizmusa is fel lett róva amellet, hogy 2022-ben még Budapesten indult egyéniben. Harangozó Gábor kapta talán a legerősebb támadásokat a kormánypárti médiától. Harangozót a megyei lap korrupciós ügyekkel hozza kapcsolatba, a jelöltek bemutató cikkben így írnak róla:

„Harangozó Gábor, aki politikai karrierjét az MSZP-ben kezdte, most függetlenként indul. Neve azonban számos botrányhoz kötődik, például az MSZP-s „páncélszekrény-ügyhöz”, amelyben állítólag hárommillió forinttal távozott egy pártirodából. Ezen kívül ügyvédje évekig az adócsalásért elítélt Czeglédy Csaba volt. Bár országos politikai tapasztalata van, főként Somogyban és Budapesten tevékenykedett, így Tolna vármegyében hiányzik a helyi kötődése és támogatottsága.”¹

Takács, aki megyei képviselő az „ejtőernyős” jelzöt nem kapta meg, őt azzal támadták, hogy Grábócon a polgármesteri tisztséget többször csak nehezen szerezte meg, valamint politikai kalandorságnak állítják be, hogy Grábóc után Bonyhádon is próbálkozott és a megyei közgyűlésben jelent meg, mint képviselő. Takácsnál felmerült vádpontként az is, hogy Csibivel ellentétben ő képtelen lenne a helyi érdekek hatékony képviselőjére országos szinten (az, hogy Csibi, aki még nem viselt választott politikai tisztséget erre miért alkalmasabb nem kerül kifejtésre a teol.hu anyagaiban). A lokalitás mellett a kampány elején erőt volt hivatott demonstrálni, hogy Csibi az aláírásgyűjtés első napján le is adta a szükséges

¹ <https://www.teol.hu/helyi-kozelet/2024/12/ok-indulnak-a-januari-idokozi-orszaggyulesi-valasztason>

mennyiségű támogatást. Ezzel azonban nem volt egyedül, Dúró Dóra és Takács László is még asnap leadta a szükséges számú aláírást.

Amennyire intenzív kampányt folytatott Csibi, annyira nehezen volt látható hozzá képest Dúró Dóra kampánya. Dúró egyetlen helyieket célzó kampánytémája a körzet lakosainak valóban fontos M9-es gyorsforgalmi út megépítésének követelése volt. Ezt leszámítva viszont kommunikációs felületein csak a pártja általános üzeneteit fogalmazta át kampányszlogenné (pl. közbiztonság javítása, falusi élet vonzóbbá tétele a fiataloknak, termelői piacok rendezésének szorgalmazása). Arról azonban, hogy ezeket hogyan kívánja megvalósítani nem közölt konkrétumokat. Dúró egyik fő kommunikációs felülete a Facebook oldala, itt az általa vitt országos politikai témák mellett nagyon kevés olyan tartalom található, ami a tolnai ügyekkel foglalkozna. Január 11-ig bezárólag összesen hét szereplése volt a körzetben, ebből négy Dombóváron három pedig Bonyhádon. A december 17-i rendezvénye egy beszélgetés volt Raffay Ernővel, ismert revizionista, szabadkőművességről előszeretettel értekező történésszel. A beszélgetés témája ebben az esetben sem helyi ügyek voltak, hanem a „politizáló szabadkőművesség”. A falvakba nem látogatott el (pontosabban néhány községbe ellátogatott, azonban csak a polgármesterekkel folytatott nem nyilvános találkozót), ami azért is érdekes, mert 2022-ben Tobak Gábor, a Mi Hazánk jelöltje a 7,66 százalékos eredményt ért el a körzet 56 községében, ami majdnem 2 százalékkal jobb eredmény volt, mint pártja országos eredménye. Látszik tehát, hogy ezeken a településeken lenne fogékonyság a Mi Hazánk üzeneteire, amit adott esetben az országosan ismert jelöl személye felerősíthet. Dúró kampányában arra nem reflektál, hogy 2022-ben valóban Budapesten indult el. Helyi kötődése azonban neki is van, a képviselő ugyanis Döbröközön nőtt fel és Dombóváron járta iskoláit. Döbröközön olyannyira emlékeztek is Dúróra, hogy a településen szerzett 176 szavazatával majdnem le is győzte a község választói között Csibit, aki 213 szavazattal nyert itt. A három szavazókör egyikében még szavazategyenlőség is volt köztük.

Harangozó Gábor kampányát lehetett még a jelöltekéi közül látványosnak nevezni. Harangozó bár saját elmondása szerint van helyi kötődése neki és családjának is (korábban említettük, hogy 2022-ben testvére, Harangozó Tamás Tolna 1-es OEVK-

ban indult képviselőjelöltként), azonban kevésbé a lokálpatrióta imázst épített magáról, sokkal inkább a helyiek gondjaival tisztában lévő szakértőjét. A jelöltek közül neki van a legrészletesebben kifejtett programja, amiben több helyi ügyre is konkrétan reflektál. Ilyen a már Dúronál is felmerülő M9-es autópálya építésének szorgalmazása, a Dombóvár számára fontos 611-es főút kátyútalanítása, a körzet településeinek a munkahelyteremtés reflektálva a magas munkanélküliségi rátára, valamint a bonyhádi és dombóvári idősök otthonának finanszírozási problémáinak megoldása. Az üzeneteit pedig tovább nyomatékosítják az MSZP ismert politikusai, mint Hiller István, aki egy lakossági fórumon beszélgetett Harangozóval, valamint Komjáthi Imre, aki nem csak a terepmunkában csatlakozott be a kampányba, hanem egy parlamenti ülésen is beszélt az M9-es autópálya megépítésének fontosságáról, felszólalásának felvételét pedig Harangozó is előszeretettel használta kampánya során. A szakértői imázst erősítendő az MSZP hangsúlyozza Harangozó agrárpolitikai tapasztalatait, amire szerintük a körzetnek a településszerkezete miatt (56 község, 2 kisváros) nagy szüksége van. Ennek megfelelően, Csibi után Harangozó tűnt még kifejezetten aktívnak a körzet településeinek bejárásában, fideszes ellenfeléhez hasonlóan ő is számos faluban megfordult a Tolna 2-es OEVK-ban, viszont nem tartotta azt a tempót a kampány során, mint Csibi. Harangozó a legtöbb időt Dombóváron töltötte, amiben, amennyiben nem a győzelem a cél, úgy lehet politikai realitás. Ahogy korábban már kifejtésre került, Dombóvár valamilyen szinten elűt a körzet többi településétől pártpreferenciában, itt a legkevésbé erős a Fidesz és itt indul legjobb esélyekkel az ellenzék. Amennyiben az MSZP elsődleges célja egy olyan eredmény elérése, ami azt mutatja, hogy továbbra is képesek bejutni a parlamentbe, úgy a baloldali üzenetekre amúgy is fogékonyabb dombóváriak elég nagy számban történő meggyőzése, egy akár két számjegyű százalékos eredménnyel, lendületet adhat a szocialistáknak.

Takács Harangozóhoz hasonlóan szintén konkrét problémákat és programpontokat nevezett meg, amikhez megválasztása esetén tartaná magát. A legfontosabb üzenete a munkahelyteremtés, ami szerinte nem csak az itt élők élen javítana, hanem ellentartana a térséget jellemző elvándorlásnak. Ehhez ő egy dombóvári ipari park megépítését mutatta be, mint legjobb eszközt. Ezen kívül foglalkozott még a bonyhádi piac (illetve piactér) és zsinagógák állapotával, valamint a hőgyészi

Apponyi-kastély állagmegőrzésének szükségességével. Takács ahogy látszik az ügyeiből is, főleg Bonyhádon és Dombóváron aktív, fórumjai jelentős részét is itt tartotta. Néhány kisebb településen, mint a már említett Hőgyészen is megjelent, ahol foglalkozott a helyi ügyekkel, ez azonban nem volt szerves része a kampányának sem a kommunikációjának. Üzenetei közvetítésében őt is támogatják a pártja országos politikusai, a lassan szintén kampányolni kezdő Varjú László és a párt országgyűlési képviselője, Gréczy Zsolt. A helyi beágyazottság hangsúlyozása Takács kampányának is elmaradhatatlan eleme volt, ő az egyetlen, akinél a Csibi mellett kampányoló teol.hu sem tudott olyan vádat megfogalmazni, hogy ejtőernyős lenne (legalábbis helyben, arról viszont írtak, hogy több település politikai életében felbukkant). Takács azt is kiemelte, hogy Csibivel ellentétben ő az elmúlt években is a körzetben dolgozott, míg a fideszes vetélytársa egy budapesti intézmény vezetője volt. Grábóc beágyazottsága nem tudni mennyi szavazatot jelentett végül, az azonban biztos, hogy Grábócon, ahol korábban polgármesterként szolgált 81 érvényes szavazatból mindössze 3-at szerzett, míg Dúró 5-öt, Csibi pedig 73-at.

Ágoston Pál vegyesen képviselt olyan üzeneteket a kampányában, ami direkte a tolnaiakat célozta volna meg, valamint a pártja országos témáit. Elhangzott, hogy át kell nyúlni a szekértáborok felett, hogy a Magyar-Menczer csörte a második középkor, Ágoston győzelme viszont a második reformkor kezdete lenne. Ezen felül beszélt a már említett Apponyi-kastély felújításának fontosságáról, viszont sok kis ügyben elveszett, nem igazán fogalmazott meg egy jól látható víziót. Egy példa erre²: Elment Kocsola községbe (~1100 fő), ahol arról beszélt egy videóban, hogy a településen hatszorosára emelkedtek az ingatlanok m²-re vetített árai, miközben a faluban uralkodó állapotok ezt nem teszik indokolttá. Ennek illusztrálására pedig mutatott néhány a helyi pataokban úszó sörös dobozt, egy döglött róka tetemet és pár eldobált csokimikulást. A konklúzió (A probléma egy köztisztasági egy lakhatási válság? Kiterjed Kocsolán kívül máshova?) azonban nem lett levonva, így azon kívül, hogy a videót néző ember elcsodálkozhat a megörökített állapoton vagy az ingatlanár emelkedésének tényén, valódi politikai üzenet nem került átadásra.

² <https://www.facebook.com/reel/614900124543970>

Kocsolán kívül egyébként Ágoston járt még néhány kisebb településen, főleg kopogtaott és szórólapozott, de Csibi mozgékony kampányát ő sem tudta hozni. Ezen kívül vitára hívta a többi indulót, ez a vita azonban nem került megrendezésre.

Vilcsek mindenképp a legfurcsább jelölt, és nem csak azért, mert 20 évig egy borsodi község polgármestere volt, akinek nem sok köze van Tolnához. Vilcsek a Politikai Hontalanok Szövetsége nevű Facebook csoportból alakult párt egyik elnöke. Mind Vilcsek, mind a csoport retorikája szélsőségesen populista, erősen elitellenes és sokszor talán az is mondható, hogy közönséges. Vilcsek egyik posztja, ami az ünnepek előtt ajándékokat és adományokat osztó vetélytársairól szól a „Politikai qrvák!!!! TAKARODÓ!!!!” szöveg kíséretében jelent meg (a videóban Vilcsek kiabál és többször politikai kurvának nevezi ellenfeleit). Ígéretei is hasonlóan populisták (konkrétumot keveset fogalmazott meg azon túl, hogy együtt megoldanak mindent a lakosokkal). Legnagyobb ígérete, ami bejelentésére külön videót szentelt, hogy megválasztása esetén a képviselői tiszteletdíja 90%-át a tolnai lakosoknak adja. Ezen kívül az árérzékeny szavazókat célozza videóival, amikben a zöldségek magas áráról beszél. Legfőbb üzenete, hogy ő a vidék embere, és mivel Tolna megye is vidéken van, ő maga pedig vidéki, ezért ez egy neki való terep.

PLAKÁTOK ÉS A MÉDIA

A választási kampányok elmaradhatatlan része a plakát- és médiakampányok. A tavalyi önkormányzati választások egy érdekes pontja volt, hogy sok jelölt, akár regnáló polgármesterek is, megérezve a választói igények változását, nem saját pártjuk arculatával, hanem attól részben elütő színekkel és grafikus elemekkel kampányoltak. Alább erre példa Böröcz László és Soproni Tamás plakátjai, akik párthovatartozásáról csupán a nem túl hangsúlyos logók árulkodnak. A plakátok színvilága, a megjelenő szlogenek azonban nem vágnak egybe a jelölő pártokéval.



Bár egy országgyűlési választáson (még akkor is, ha csak egy időközi egyéni helyről van szó) jóval nagyobb szerepet kap ennél a pártovatartozás, azonban felmerülhetett, hogy a parlamenti pártokkal szemben egyre erősebben megjelenő ellenszenv nem készíti-e a jelölteket arra, hogy ők is háttérbe tolják kicsit a jelölt szervezetüket. Ezzel a gondolatmenettel egybe is vág, hogy Harangozó független jelöltként indul az MSZP támogatásával. Elsőként lássuk most a plakátokat, szórólapokat (sajnos nem minden jelölt plakátjáról voltak elérhetőek jó minőségű fotók, így egy részüket az azokra legjobban hasonlító online elérhető arculati anyaggal helyettesítettük). Képek forrása: politikusi Facebook oldalak és 444.



Csibi esetében egy viszonylag standard, fideszes arculatot láthatunk. A “Folytatjuk!” persze értelmezhető Potápi munkájára való utalásként, de az arculat alapján inkább a kormány szokásos választási üzenete. A plakát alapján tehát azok az üzenetek, amik kampányában fontosak (Potápi, helyi beágyazottság, bukovinai székely identitás) egyáltalán nem hangsúlyosak, amennyiben valaki nem tudná, hogy melyik választásra készült a plakát ugyanúgy lehetne Tolna 2. mint Fejér 3., a plakáton ugyanis a megye neve vagy ábrája se szerepel. Természetesen helyben mindenki tudja, így ez nem probléma ebben az értelemben, csupán jól szemlélteti, hogy a Fidesz mennyire sablonban gondolkodott a választásra.

Harangozó Gábor plakátja ennél jóval érdekesebb. Egyrészt a mögötte lévő tájba egyszerre lehet belelátni a hegyhátot, valamint azt az étoszt, ami alapján Harangozó magát agrárpolitikusként próbálja pozícionálni. Szembetűnő, hogy mennyire

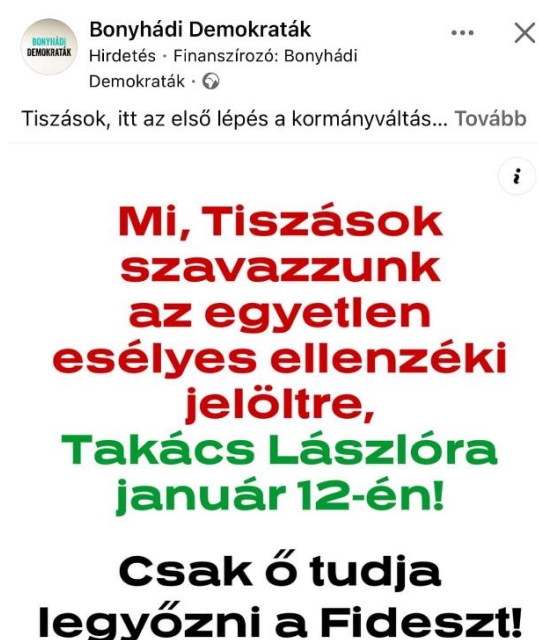
hangsúlyosak az MSZP a plakáton ahhoz képest, hogy Harangozó elviekben független jelölt. A “2026 most kezdődik” érezhetően pártüzenet, és a párt arculatát erősíti a piros alsó sáv, valamint a felette található logo. Kicsit komikus is, hogy a “Független jelölt az MSZP támogatásával” felirat apró betűkkel szerepel, ráadásul a fehér betűszín a világos zöld füves terület előtt már-már olvashatatlan. Joggal támadhat a plakátot megtekintő személy fejében a gondolat, hogy az MSZP valamiért titkolni akarta Harangozó függetlenségét. Ez pedig egy jelentős ellentmondást eredményez, hisz a független jelölti státuszt következetesen megszokták említeni.


Takács László ugyanúgy jól láthatóan egy párt jelöltje, plakátja a DK arculati színeiben készült, arca mellett pedig egy DK logo szerepel. Takács plakátja a helyiséget hangsúlyozza, plakátjain a háttér a halvány kék árnyalatot kapó Dombóvár, a “Változást a völgyéért, hegyhátért!” felirat pedig bár explicit módon nem említi Tolnát, de a megye és bizonyos települések neve helyett tájegységek használata bennfentes érzést kölcsönöz a plakátnak, amivel tovább erősíti a kampányában is hangsúlyos helyben beágyazott politikai pozícióját.

Dúró plakátja szintén nem kelti független jelölt látszatát, de itt sem volt ez cél. A képviselő nevével közel azonos méretű Mi Hazánk logo, és a pártszínek gondoskodnak arról, hogy felismerhető legyen ne csak a jelölt de a jelölőszervezet is. A plakáton explicit hivatkozás a helyszínre nem történik, azonban a jobb oldalon lévő történelmi atlasz stílusában ábrázolt település alighanem Dombóvár, a baloldalon pedig piros árnyalattal a parlament épülete látható. A plakát tehát azt próbálja érzékeltetni, hogy Dúró a helyieket kívánja képviselni az országban. Ezen kívül Dúró a plakáton is hangsúlyozza, hogy ő a legesélyesebb ellenzéki jelölt, amivel az ellenzéki választók azon reflexére próbált játszani, hogy azok hajlamosak a fideszt legnagyobb eséllyel legyőzni képes jelölt irányába húzni.

Ágoston Pálnál sajnos csak rossz minőségben volt elérhető a plakátjait ábrázoló fénykép, azonban látszik rajta, hogy a rajta szereplő üzenetek inkább országos ügyekhez kapcsolódnak (fiatalok hazahozása, egészségügy javítása). A plakát is a párt arany színével van fémjelezve, a helyszínre való utalás a választókerület

megnevezésében és néhány, az OEVK településein található épület ábrázolásában érhető tetten. Érdekes, hogy a plakáton szerepel, hogy Ágoston az “újellenzék jelöltje”, amivel a Tisza által kijelölt narratív ösvényen halad, miszerint el kell különíteni a parlamenti és az azon kívüli ellenzéki pártokat. Ágoston és a 2RK az óellenzék-újellenzék dichotómia beemelésével (és magukat utóbbiba pozicionálásával) egyértelműen a Tisza szimpatizánsokat próbálták megszólítani. A Tisza szimpatizánsok megszólítására egyébként nem csak Ágoston vállalkozott, egy Bonyhádi Demokraták nevű, 2024 decemberének végén létrejött Facebook oldal célzott hirdetésben szólított fel a DK-s Takács László támogatására.



Bonyhádi Demokraták
Hirdetés · Finanszírozó: Bonyhádi Demokraták · 

Tiszások, itt az első lépés a kormányváltás... [Tovább](#)

**Mi, Tiszások
szavazzunk
az egyetlen
esélyes ellenzéki
jelöltre,
Takács Lászlóra
január 12-én!**

**Csak ő tudja
legyőzni a Fideszt!**

Az, hogy az oldal és a hirdetések finanszírozása mögött ki áll, még nem derült ki.

Vilcsek esetében ahogy kampányüzenetei, úgy a plakátja is az üzenetek hiányát szenvedí. Képe mögött Tolna megye látható, aminek kettes számú választókerülete ki van jelölve. Ezen kívül Vicsek plakátja nem mond semmit el se a jelöltről, se annak céljairól, ami egy helyben kevésbé ismert jelölt esetében egy kihagyott ziccer volt.

A plakátok természetesen nem döntő erejűek önmagukban, legalább ugyanilyen, ha nem fontosabb a médiában való jelenlét is. Csibi szerepelt legtöbbit a jelöltek közül a médiában, mivel azonban egy elsősorban a helyi közvéleményt megmozgató eseményről van szó, így ő is csak ritkán jutott el az országos médiába. Ennek

ellenére kétszer, a kampány elején és a hajrában is, szerepelt a HírTV műsoraiban. Sokkal erősebben volt jelen a tolnai megyei lap, a teol.hu oldalain, ami naponta több cikket is megosztott Csibi kampányának aktuális eseményeiről. Ezen kívül fontos szerepet játszott még a 137 ezer követővel rendelkező Tolnatáj Televízió ami a teol-nál ritkábban, de szintén beszámolt Csibi kampányának sarokpontjairól (iskolalátogatások, kopjafa állítás). Dúró egyik bonyhádi kampányeseményéről is beszámolt a Tolnatáj, ezen kívül azonban kevés portálon vagy hagyományos/internetes televízióban szerepelt a Mi Hazánk jelöltje. Még a párthoz kötődő Magyar Jelen sem annyira foglalkozott Dúró jelöltségével, január hatodikán a Magyar Jelenen bár készült vele egy 1 óra hosszú interjú, ennek témája azonban a magyar gyermekvédelem. Az interjúban a bemutatás során sem hangzott el, hogy Dúró jelölt lenne egy választáson, csak hogy az országgyűlés alelnöke. A már említett bonyhádi fórumról egyébként egy relatíve magas (15 ezres) megtekintésű videó elérhető Toroczka László YouTube csatornáján is. A fórum témája a vidék felemelése volt.

A többi jelöltnek nem volt érdemi médiajelenléte. Harangozó, Takács, Ágosoton és Vilcsek kampányáról nem igazán számoltak be az indulásuk bejelentése után se az országos, se a helyben jelentős orgánusok. Takácsról a DK-val szimpatizáló Nyugati Fény oldalon összesen négy cikk van, amiből 3 az indulásáról és az aláírásgyűjtésről szól, a legfrissebb pedig, hogy Takács kampányát támogatandó Dobrev Klára Bonyhádon gyümölcsöt osztott.

Kiegyenlítettebb a terep a közösségi médiában való szereplésben. Ahogy már említettük mind a hat jelöltnek van saját közösségi oldala, amikre Vilcsek kivételével mindenki napi rendszerességgel (akár többször is) posztol. A posztoknak van számos közös pontja, ezeket nem szükséges kiemelni: fényképek a pultozásról, a kampánycsapatról, a fórumokról.

Voltak olyan tartalmak is, amik segítettek különbséget tenni a jelöltek közt, és néhányuknak adott valamilyen egyedi arcélt is. Csibi esetében két ilyen dolgot lehet kiemelni, amik szinergiát is ápoltak a Facebook oldalán kívül épített karakterével. Az egyik ilyen a hagyományok ápolásáról szóló posztjai. Számos fényképet és videót

osztott meg a szokásos fórumjain és körútjain készülteken kívül, amin valamilyen lokális vagy általános hagyományt ápol, amivel a helyben élő konzervatívabb beállítottságú, hagyományok tiszteletére fogékony közönséget próbálta elérni. Rakott ki több képet arról, hogy résztvett disznóvágáson, több posztban megemlékezett az ünnepek alatt a karácsony és a kereszténység fontosságáról, rengeteg olyan kampányanyagot tett közzé, ahol templomban hallgat misét, és beemelte hangsúlyosan a saját bukovinai székely identitását. Ez nem csak olyan videóiban mutatkozott meg, ahol a helyi bukovinai székely közösségek gyűlésén vesz részt. Több településen részt vett csobanoláson, ami a betlehemezéshez hasonló hagyomány a bukovinai székelyek között. Csibi ezeknek a tradícióknak az ápolásával egyszerre erősíti a helyi ember képét (hisz egy Tolnában új otthonra talált etnikai csoport hagyományait ápolja), valamint játszik a konzervatív/fideszes füleknek kedves húrokon a székely szokások, idealizált falusi mindennapok és a kereszténység eszményének építésével. A másik eszköz, amivel a közösségi média felületein a korábban kialakított perszónáját erősíti, a Facebook oldalát elöntő videók, amin az OEVK településeinek bizonyos köztisztelőben álló személyei a lakosokat Csibi támogatására biztatják. Vannak ezek között az emberek között átlagos civilek, falusi polgármesterek, a kulturális élet szervezői, helyi közösségek szószólói (német önkormányzat és a bukovinai székelyek elöljárói), helyi vállalkozó, kutyamentő egyesület tagja, a Fidesz országosan ismert arcai, Potápi lánya és egy pedagógus is, aki állítása szerint régről ismerte Potápi Árpádot és Csibi Krisztinában látja az ő méltó utódját. Összesen több, mint 40 ilyen rövid videó került fel pár hét alatt Csibi oldalára. Ezek a videók értelemszerűen a beágyazott politikus képét hivatottak mélyíteni, nem is sikertelenül. Az, hogy a társadalom több szegletéből megszólít embereket tovább nyomatékosítja, hogy Csibi mindenhol ott van és bárkinek lehet vele kapcsolata ha problémába ütközik majd. Ezen kívül van még néhány patetikus zenével és gyors vágásokkal operáló rövid videója, amik képi anyagain Csibi valamit aláír, emberekkel beszélget és folyton mozgásban van. Ez nyilván arra szolgál, hogy a lendületes, tettekész politikus érzetét keltse a nézőben.

Ezzel szemben Dúró közösségi média oldala bár hasonlóan sok anyagot tartalmaz, ezek csak elvétve kapcsolódnak a választáshoz. A néhány polgármesterrel közös kép nála is a beágyazottság hangsúlyozására szolgál, amiatt azonban, hogy képek,

a helyben adott esetben tekintéllyel bírő személyek így nem tudják elmondani a választóknak, hogy támogassák szavazatukkal Dúró Dórát. Ezen kívül még egy képet közölt egy helyben fogyatékkal élő fiatalokról gondoskodó intézmény vezetőjével Kaposszekcsőről, az viszont korántsem egyértelmű, hogy ki a célközönsége egy ilyen fotónak, mi az elérni kívánt cél. Ezen kívül csak néhány pultozós és fórumos kép, illetve a párt országos üzenetei vannak a Mi Hazánk jelöltjének oldalán.

Ahogy a független Harangozó oldalát is elsősorban az MSZP országos üzenetei töltik meg tartalommal. A szocialista politikus fényképeket szinte csak MSZP üzenetekről, a pultozásról, pár utcai fórumról és néhány helyi ügyről rakott ki. Videós tartalmai egy fokkal azonban érdekesebbek. A legtöbb rövid videó amit kirakott valamilyen probléma gyors bemutatására szolgál (lepusztuló épületek, fel nem épült ipari park, meg nem épült M9-es autópálya, rossz állapotú SZTK Dombóváron). Ezek a videók kiszolgálják azt amiért születtek, be tudják mutatni a problémákat, amiket Harangozó azonosítani kíván. Harangozónak ezen kívül még több hosszú 40-45 perces videója is van, amiken országos ismertségű politikusokkal és elemzőkkel (Hiller István, Lukácsi Katalin, Bíró-Nagy András) beszélget az ország fontos kérdéseiről. Ezek alapvetően a kampányát kívánták szolgálni, a beszélgetések helyszíne is Dombóvár, azonban a téma túl általános, hogy hatékony kampányeszköz váljon belőle, valamint a megválasztott vendégek is diszonzáns üzenetet közvetítenek. Hiller nyilván a baloldaliság van asszociatív viszonyban, míg a korábban KDNP-s, azóta Márky-Zay mozgalomhoz csatlakozott Lukácsi inkább a jobboldali választók felé lehet valamiféle referenciapont.

Takács hasonlóan Harangozóhoz rövid videókban próbálja bemutatni a problémákat, amik hasonlóak a szocialista jelölt által azonosítottakhoz (ipari park hiánya, lepusztult épületek, Apponyi-kastély állapota). Az ő videói azonban jóval hosszabbak. Harangozó videói a reel formátumba fértek bele, hosszuk egy perc alatt van, ettől anyagai lendületesek. Ezzel szemben Takács videói gyakran 3-4 perc hosszúak, sokkal vontatottabbak és bár részletesebben mutatnak be problémákat, kevésbé alkalmasak a figyelem megtartására. Takács mögött vélhetően nincs olyan profi stáb, mint Harangozó vagy Csibi mögött, ami nem csak ezekből látszik, hanem abból is, hogy számos fénykép, amit közöl kampányáról rosszabbul lett beállítva és

úgy lett feltöltve Facebook oldalára, hogy a telefon márkáját és típusát mutató vízjel is a képen maradt.



A két fenti kép szemléletesen ábrázolja, hogy mi a különbség Takács és Csibi kampánycsapatnál feltöltött képei közt. Csibivel a saját oldalán a kampánycsapatával nem is lehetett olyan képet találni, mint Takácsé, mert figyeltek arra, hogy minden olyan képet amit tudnak előre komponáljanak meg. A kompozíción túl pedig technikailag is sok különbség fedezhető fel, kezdve a már említett vízjellel, egészen addig, hogy a telefon ferdén tartása miatt Takács

fényképe egyszerűen lejt. A képen egyébként Arató Gergely és Vadai Ágnes is látható, a DK húzónevei (a már korábban említett Dobrev Klára is) a kampány utolsó hetében tűntek csak fel.

Ágoston Pál közösségi média jelenléte nem annyira érdekes elemzői szemmel, odafigyelt arra, hogy fotóin jelenjenek meg helyben ismert épületek (kakasdi faluház, Összetartozás és megbékülés emlékműve Tevelen, Apponyi-kastély, települések templomai), amivel szeretné a helyismeretét demonstrálni ő is. Ezen kívül az utolsó héten felkerült egy közös képe Vilcsek Ernővel, amihez tartozó posztjában pártja üzenetéhez hasonlóan a párbeszéd fontosságát hangsúlyozta. Ami kiemelendő nála viszont és egyértelmű hiba, az két rövid videója. Az egyik a már korábban említett Kocsola községben forgatott videó, amin azt mutatja be, hogy a település szemetes és egy róka tetem is szabadon hever. A másik Értényen készített anyaga, amiben a következő mondattal nyit a politikus: "Lehet azt hinnétek, hogy egy erdőben túrázok, de ez nem így van. Ez Értény."³ Majd a telefon kamerája egy sáros útszakaszra svenkel. A szándék egyértelműen a nem kívánatos közállapotok bemutatása lenne, azonban a videókban nem nevezi meg ezeknek a felelőseit (magukat a problémákat se definiálja, csupán tüneteket mutat), így azoknak a hangulatvilága inkább olyan, mintha valaki magát a települést akarná bánatani az ott uralkodó közállapotok miatt.

Vilcsek Ernőn látszik, hogy mögötte szinte semmilyen stáb nincs is kampánya során. Képeket nem igen, videókat (jellemzően 5-10 perc hosszúak) azonban annál többet rak fel oldalára. Ezekben alsóbb nyelvi regiszterben beszélt, amire ő a vidék hangjaként hivatkozik, a magasabb végzettségű választóknak azonban ezek taszítóak lehettek. A videókon, amiket ha nem otthon rögzít, akkor vezetés vagy séta közben, érződik, hogy azok szövegét sokszor ott rögtönzi, ezzel tovább erősítve azt a karaktert, amit képviselni akar. Videóiban a vidéki Magyarország hanyatlásáról értekezik, sokszor ezt az üzenetet erősítendő plasztikusan fekete-fehérre vált a kép. Végül január 8-án megjelent róla egy imázsvideó, ami inkább furcsa mintsem hatásos. Itt elektronikus zenei aláfestésre képeket látunk róla az OEVK

³ <https://www.facebook.com/reel/957185772948813>

településeinek szélét jelző táblákkal fotózkodva, miközben egy férfi és egy női hang felváltva laudálja Vilcseket. Vilcsek egyébként mindegyik képen ugyanabban a ruhában van, feltételezhető tehát, hogy egy nap alatt fotózkodott le az összes táblával. Ő az egyetlen, akinek nincs felvétele arról, hogy bármilyen fórumot tartana kampánya során.

AZ EREDMÉNY ÉS OKAI

Nehéz meghatározni, hogy Csibi győzelmében a vetélytársaihoz képest erős kampánya, mekkora szerepet játszott tekintve, hogy egy olyan körzetről beszélünk, ahol a Fidesz jelöltjeként Potápi Árpád mindig nagyon erős eredményt ért el. Ilyen nagyarányú győzelem nem is volt várható a helyben jóval kevésbé ismert Csibitől, akinek a kampányra összesen három hónapja volt. Az, hogy végül mégis még Potápinál jobb eredményt ért el nyilvánvalóan az alacsony részvétel és a Tisza távolmaradásának köszönhető. Csibi közel 64 százalékos győzelme azonban így is felül teljesítette az elvárásokat (a Fidesz a nyári EP választáson a körzetben 54 százalékot szerzett, Potápi 2022-ben pedig 62,5 százalékot).

Az eredmény kapcsán viszont beszélni kell a részvételről is, ami a második legalacsonyabb, az új választási rendszerben tartott időközi választási részvétel. Ennél csak a 2020-ban Fejér 4. OEVK-ban tartott 29%-os részvétel mellett zajlott időközi választáson jelentek meg kevesebben a kétfordulós rendszer eltörlése óta. Ez az eredmény ráadásul, ha figyelembe vesszük a kontextust, miszerint éppen egy politikailag rendkívül aktív időszakot élünk, méginkább alacsonynak tekinthető. Azt nehéz megállapítani, hogy a részvétel alacsony mivolta a pártok rossz mobilizációjának vagy a Tisza távolmaradásának és Magyar Péter állandó bojkottra felszólításának köszönhető-e.

Csibi kampányának több olyan pontja van, ami elengedhetetlen volt győzelméhez és amit fontos megérteni azoknak, akik politikai kampányra adják a fejüket. Az egyik a helyi beágyazottság hangsúlyozása. Bár szigorúan nézve nem Csibi volt a Tolnához legerősebben kötődő jelölt, hisz tíz évig Budapesten dolgozott, azonban korábbi tolnai munkahelyeit, egy tolnai faluban való lakhatását kiemelve el tudta érni, hogy ne Budapesttel azonosítsák. Beágyazottságát tovább erősítette azzal, hogy bejárta

az OEVK összes települését, ahol a helyi vezetőkkel mutatkozott, velük tekintette meg az adott község kulturális programjait, sporteseményeit, karácsonyi vásárját. A legfontosabb helyi tiszteletben álló személy, akivel kiépített több szinten egy asszociatív viszonyt, az Potápi Árpád volt. Potápi népszerűsége, amit az is mutat, hogy a Fidesz listájánál jóval népszerűbb volt a választókerületben, egy olyan erőforrás volt, aminek kihasználása kulcsfontosságú volt Csibi győzelmében. Ez nem csak a népszerű Potápi és Csibi közötti folytonosság felépítésére volt hivatott, hanem ugyanúgy a helyi viszonyokat jól ismerő politikus imázsának bemutatására is. Saját életét, a Potápival való viszonyát és a települések bejárását Csibinek, bár három különböző téma, de sikerült egy, jól felépített, koherens történeté formálnia, amiben az elhunyt, helyben népszerű képviselő munkáját egy közeli munkatársa veszi át, aki saját lokálpatriotizmusa révén folytatni tudja az előbbi munkáját, és bár helyiként ismeri a helyi problémákat, de ennek ellenére is elmegy és meghallgatja a legkisebb falvak lakóinak gondolatait is.

Azt persze nem lehet nem megemlíteni, hogy Csibi üzenetét nem volt elég megfogalmazni, azt intenzíven kommunikálni is kellett, amiben a kormánypárti sajtó, különösen a teol.hu jelentős szerepet vállalt. A portál nem csak Csibi üzeneteit vette át olykor szó szerint, de a negatív propagandát is magára vállalta. Bár az utóbbi országgyűlési választásokhoz képest a negatív kampány kevésbé érzékelhető, de a kormánypárti kötődésű sajtótermékek nem felejtették el sose megemlíteni Csibi kihívóiról, hogy ejtőernyősök, alkalmatlanok vagy populisták.

Csibi mellett azonban minden induló ellenzéki pártnak oka van az öröme, különösen igaz ez a DK-ra és a Mi Hazánkra. Nyilvánvalóan egyikük se számított a körzet behúzására, azonban jelöltjeik 10 és 19 százalékos eredménye bőven meghaladja az országos közvéleménykutatásokban mért népszerűségüket. Nyilván ők sem érhetek volna el ilyen, magukhoz képest jó eredményt, ha Magyar Péter pártja is állít jelöltet, vagy ha nem időközi, hanem rendes parlamenti választást tartanak, az eredmények azonban kommunikációs muníciót adtak ezeknek a sikerekben mostanában szűkölködő pártoknak. Az MSZP jelöltjeként induló Harangozó Gábor kevésbé örülhet, hisz se relatív ismertsége, se az őt támogató párt nem tudta elérni, hogy eredménye legalább megközelítse Takácsét. Bár az MSZP

számára egy erősen Fideszes kerületben a közel 2,5 százalékos eredmény lassan már hihetetlen eredmény, azonban kérdéses, hogy ezzel mennyire tudja meggyőzni a szavazókat a jövőben rájuk való szavazatleadásra.

A Potápi-faktor mellett a körzet településeinek bejárásáról is meg kell emlékezni. A jelöltek közül Csibi járt a legtöbb településen, minden kisebb faluban felbukkant, emellett viszont ugyanúgy jelen volt Dombóváron és Bonyhádon is. Ez nem csak azért fontos, mert erősítette a képet, amit Csibi magáról (és a propaganda Csibi ellenfeleiről) épített, miszerint ő egy helyi, beágyazott politikus és az egyetlen, aki érti és képviselni is tudja a helyiek problémáit. Az igazi előnye ennek, hogy szem előtt van, meg tudja teremteni azt az érzést, hogy hozzá bárki ugyanúgy fordulhat majd, mint anno Potápihoz. Ez értelemszerűen nem így van, beiktatása után vélhetően nem látogat ilyen nagy intenzitással meg minden kistelepülést a körzetében, az üzenet viszont ettől még világos: olyan politikus leszek, akit elérhetnek a választók, akivel lehet személyes kapcsolata bárkinek.

Bejárni egy választókerületet persze egyáltalán nem egyszerű. Bár elsőre azt gondolhatjuk, hogy ez a kampány egyszerű része, hiszen csak el kell utazni, mosolyogni, beszélni pár szót, majd indulni tovább, ez azonban téves feltételezés. A munka orozslánrésze ugyanis a látogatás előtt történik, ez pedig a hálózatépítés. Tudni kell kihez lehet menni egy ilyen látogatás alatt, kik azok az adott település legfontosabb véleményvezérei (polgármester, művelődési ház vezetője, helyi közösségi élet központi figurái), akik segíthetnek az üzenetek közvetítésében, akik legjobban össze tudják kötni a politikust a lakossággal. Ezt a munkát pedig nem lehet már a kampányban pótolni. Ezért láthattuk azt, hogy Ágoston Pál a községekben úgy kampányol, hogy kopogtat házról házra (ami valóban személyes, de a befektetett munka és idő vélhetően nem aránylik egyenesen a módszer sikerességével), Csibi Krisztina pedig ugyanúgy, tudott jelentékeny tömeg előtt beszélni a 350 fős Kisvejkén, ahogy Bonyhádon is.

KONKLÚZIÓ

A Fidesz győzelme csak a Tisza indulásával válhatott volna kérdésessé, Magyar Péterék távolmaradása viszont hamar kiszámíthatóvá tette a 2025-ös év első

választását. Annak érdekes vetülete innentől kezdve pedig nem az ország politikát követő részét lázban tartó Fidesz-Tisza háború egy tolnai csatája lett, hanem a parlamentben ülő ellenzéki pártok (és természetesen a Fidesz) erődemonstrációja, amin minden résztvevő azt próbálhatta meg bebizonyítani, hogy az ő támogatottságát nem erodálta a Tisza. Ez végül a maga módján mindenkinek sikerült, hisz a közvéleménykutatásokban utóbbi hónapokban elért gyengébb eredményeiket mind a Fidesz, mind az ellenzéki pártok meg tudták haladni azáltal, hogy a Fidesszel egyméretűre vagy akár a kormánypártnál nagyobbra is mért Tisza nem indított jelöltet a választáson. Legnagyobb nyertes mégis a Fidesz, aki hosszú idő után újra domináns pártként mutathatja magát, aki mintha csak fénykorában lenne egyértelmű győzelmet aratott kihívói ellen. A Fidesz kampánya tartalmazott rengeteg olyan elemet, amiből az ellenzék tanulhat a következő országos választásra. A jelenlét, a hálózatépítés már ezerszer ragozott, de mégsem megértett dolgok. Az, hogy elmenni a választókerület településeire nem csak a kampányidőszak sajátja kell legyen, hanem kapcsolatokat és alapszervezeteket építeni és fenntartani kell két választás között is. Ez győzelemre vihet egy politikust akkor is, ha ellenfele országosan ismert, vagy akkor is ha valóban a helyiek problémáiról beszél, hisz megfelelő személyes kapcsolat nélkül annak sincs fogantaja.

A számok mögé nézve és értékelve a körülményeket (olyan körülményeket, mint a Tisza nem indulása, a kormánypárti és ellenzéki kampányok ereje közti különbség, a parlamenti ellenzéki pártok válsága, a párt helyben elért korábbi eredményei, a választáson résztvevők aránya stb.), már közel sem egyértelmű, hogy a győzelmi serleg arany vagy rozsdáll. Hisz bár a vasárnapot megnyerték a kormánypártok, de az egyáltalán nem biztos, hogy ebből hosszú távon annyit profitálhatnak, amennyit szeretnének. Természetesen ugyanúgy kevésbé profitálhat Magyar Péter, aki nem vállalt kockázatot, azt azonban jól felismerte, hogy győzelme esetében is minimális lett volna a nyeresége. Maga a hír, hogy nyert a Tisza vélhetően többet ért volna, mint a képviselői hely, a győzelem hírértékét viszont gyorsan felváltotta volna a képviselő vélt vagy valós ügyeinek tárgyalása a kormánymédia által, és az erre történő kényszerű reakció. Viszont mivel a választás ennyire speciális körülmények között történt, így **hosszú távú következtetéseket nem is érdemes igazán levonni**

belőlük, mivel kétséges, hogy a 2026-ben esedékes választások is ilyen alacsony részvétellel és a legnagyobb ellenzéki párt távolmaradásával zajlanának le.