

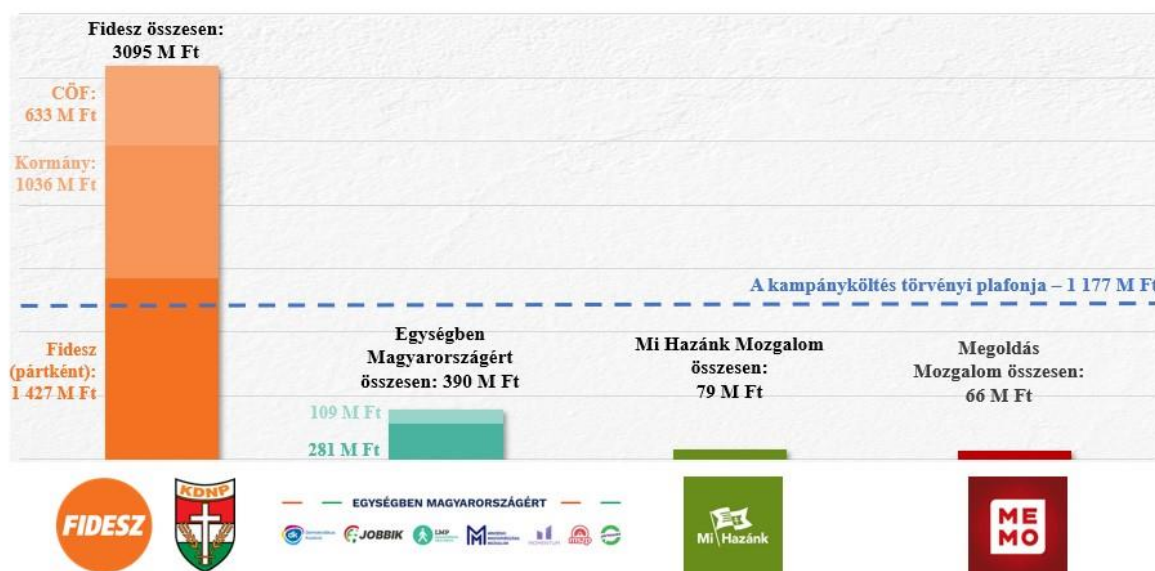
## Választási kampány 2022: törvényt sérthetett a Fidesz, nyolcszoros túlerőben a kormányoldal plakátkampánya az ellenzékkel szemben

- Civil szervezetek gyorsjelentése a választási plakátkampány 2022. márciusi költségeiről -

Márciusban több mint 3 milliárd forintot érő plakátkampánnyal tarolta le a közterületeket a NER, a kormányoldal érdekében álló üzenetek 12.171 darab plakáton jelentek meg. Ezzel szemben a Márki-Zay Péter vezette ellenzék 1.564 darabos plakátkampánya 390 millió forintot ért. Listaáron számolva az ellenzékhez képest nyolcszoros túlerővel és a törvényi előírásokat közel háromszorosan túlköltve zajlott a Fidesz érdekében a plakátkampány márciusban. Ebben a Fidesz segítségével volt a Civil Összefogás Fórum és a kormányzati propaganda is. A Fidesz kampányában a CÖF és a kormánypropaganda közreműködése „csak” tisztességtelennek tekinthető, ellenben a kormánypárt túlköltsége törvényileg védhetetlen. A szélsőjobboldali Mi Hazánk Mozgalom közel 80 millió forintért, míg Gattyán György Megoldás Mozgalom névre hallgató kamupártja 66 millió forintért vásárolt plakátokat.

Ha Magyarország működő demokrácia lenne, akkor ezt a jelentést az Állami Számvevőszék készítette volna el, egyszersmind intézkedett volna a törvénsértések miatt. Működő demokrácia hiányában az állami feladatokat civilszervezetek végezték el. A K-Monitor, a Political Capital és a Transparency International Magyarország a választásokat követően átfogó jelentést ad majd ki, amelyben már a 2022. áprilisi adatok is szerepelnek.

1. ábra: Politika tartalmú közterületi hirdetések listaár szerinti értéke, 2022. március



Forrás: az Outdoor Media Audit Kft.-től vásárolt adatok alapján készített számítások. Az ábra nem tartalmazza a Magyar Kétfarkú Kutyaipárt által megjelentetett 1 darab, listaáron 120 ezer forintba kerülő óriásplakátot, valamint a Háttér Társaság által megjelentetett 21 darab, listaáron 3 millió 610 ezer forintba kerülő plakátot.

## 1. A Fidesz érdekében álló közterületi hirdetések (12.171 plakát, 3,1 milliárd forint)

A Fidesz mint párt által megjelentetett közterületi hirdetéseken túl a közpénzből nagyvonalúan támogatott Civil Összefogás Fórum (CÖF), valamint a kormány által közétett plakátokat is a kormánypárt érdekében álló politikai kampány részének tekintettük. Tisztában vagyunk azzal, hogy a kampányfinanszírozási szabályozás általunk is gyakran kritizált hiányosságai következtében a CÖF nem sérti meg a törvényi előírásokat akkor, amikor a kormányoldal számára előnyös tartalmú politikai üzeneteket közöl különböző plakátokon. A jelenség ugyanakkor egyértelműen jelzi, hogy a Fidesz továbbra sem mondott le a kampánytevékenységek egy részének a kiszervezéséről. Az is világos, hogy a választási eljárási törvény 2018-as módosítása kiemeli a kormány lakossági tájékoztató tevékenységét a választási kampány fogalmából.

Ennek a szabályozásnak köszönhető az, hogy az [Alkotmánybíróság](#) nemrégiben törvényileg megengedett lakossági tájékoztatásnak minősítette azt, hogy a kormány a koronavírussal összefüggő kapcsolattartásra rendszeresített csatornán keresztül az ellenzéknek tulajdonított törekvéssel kapcsolatos kormányzati álláspontot terjesztett a polgárok között. Ebből következően a kormány sem sért törvényt akkor, amikor a választási kampány idején a kormányzópart üzenetével egyező vagy azt erősítő-alátámasztó üzenetet tesz közzé közterületi hirdetési felületeken, és mindezt lakossági tájékoztató tevékenységnek álcázza. A Fideszt segítő kormányzati propaganda továbbra is meghatározóan jelen van Magyarországon.

Az alábbiakban ismertetjük a Fidesz érdekében álló plakátkampányok adatait. Elsőként a CÖF által jegyzett kampányt, majd a kormány választási propagandáját, végül pedig a Fidesz mint párt által saját nevében megjelentetett közterületi hirdetéseket mutatjuk be.

### 1.1. Civil Összefogás Fórum – GYURCSÁNY! (2674 plakát, 632,5 millió forint)

A CÖF-höz kötődő Civil Összefogás Közhasznú Alapítvány által egy évvel ezelőtt alapított Kövess Minket 2022. Kft. összesen 2.674 darab plakáttal van jelen a közterületeken, ez a kampány listaáron összesen 632 millió 557 ezer forintba kerül. A CÖF plakátjai közül 393 darab már február hónapban is látható volt, ezek lista szerinti értéke 83 millió forintot tett ki. A CÖF márciusban az alábbi üzenetekkel volt jelen a közterületi hirdetések világában:

- i. „100 % Gyurcsány” (1.722 darab plakát, 370 millió 344 ezer forint)
- ii. „Beengednék a bevándorlókat” (58 darab plakát, 17 millió 113 ezer forint)
- iii. „Eltörölnék a rezsicsökkentést” (134 darab plakát, 42 millió 652 ezer forint)
- iv. „Elvennék a 13. havi nyugdíjat” (144 darab plakát, 45 millió 851 ezer forint)
- v. „Elvennék a családi adókedvezményt” (82 darab plakát, 26 millió 746 ezer forint)
- vi. „Főnöknek van egy klónja” (391 darab plakát, 82 millió 642 ezer forint)
- vii. „Privatizálnák a kórházakat” (111 darab plakát, 35 millió 510 ezer forint)
- viii. „Támogatnák a szexuális propagandát” (37 darab plakát, 11 millió 163 ezer forint)
- ix. „Stop Gyurcsány, Stop Karácsony” / „Stop Gyurcsány, Stop Márki-Zay” (1-1 darab plakát, 306 ezer, illetve 230 ezer forint)

## **1.2. Kormány = Fidesz (4247 plakát, 1 milliárd+ forint)**

A kormány nevében a Rogán Antal vezette Miniszterelnöki Kabinetiroda 2022 márciusában négyféle politikai hirdetéssel vett részt a közterületi kampányokban, ezek közül az egyik a koronavírus elleni 3. oltás felvételét ösztönözte. Mivel ez a megelőző időszakból kinn maradó hirdetés nem kapcsolódik közvetlenül a parlamenti választási kampányhoz, az erre a kampányra eső egyébként mindössze kevesebb mint 10 millió forintot nem számítottuk hozzá a kormány által a Fidesz választási sikere érdekében folytatott propagandatevékenység költségéhez.

A kormány tényleges választási propagandája 2022 márciusában összesen 4247 plakáton zajlott, és ez a hirdetésmennyiség listaáron 1 milliárd 35 millió 965 ezer forintot ért. A márciusi kormánypropaganda az alábbiak szerint oszlott meg:

- i. „Védjük meg a gyerekeket” (3792 darab plakát, 922 millió 623 ezer forint)
- ii. „Őrizzük meg Magyarország békéjét” (453 darab plakát, 112 millió 242 ezer forint)
- iii. „Magyarország előre megy” (3 darab plakát, 830 ezer forint)

Az utolsó helyen feltüntetett 3 darab plakát korábbi időszakból kinn maradó tételként jelent meg, és üzenetét tekintve emlékeztet a hivatalos kampányidőszakot megelőző masszív állami hirdetési kampányra.

## **1.3. Fidesz (5253 plakát, 1,4 milliárd forint)**

Pártként a Fidesz egyrészt a párt üzeneteit közvetítő, másrészt a Fidesz egyéni jelöltjeit bemutató tartalmakkal vesz részt a közterületi hirdetési kampányban. A kormánypárt egyéni jelöltjei 1.108 darab plakáton láthatók 2022 márciusában, ennek a hirdetésmennyiségnek a listára 304 millió 170 ezer forintot tesz ki. Ehhez hozzáadódik a Fidesz „Előre menjünk, ne hátra” elnevezésű kampánya, ami jelenleg 4146 darab plakáton fut, listaáron számolva 1 milliárd 122 millió 478 ezer forint értékben. E két üzenet együttesen 1 milliárd 426 millió 648 ezer forintba kerül és 5.253 darab plakátot foglal el.

\*

A CÖF, valamint a kormány és a Fidesz hármasa között valóságos kampány-munkamegosztás figyelhető meg. A kormány választási üzeneteinek a zöme egyértelműen az országgyűlési választások napján megtartásra kerülő népszavazáshoz kötődik, míg a CÖF feladata alapvetően a „gyurcsányozásra” szorítkozik. A CÖF tízfféle márciusi kampányüzenete közül mindössze egy kötődik a népszavazáshoz, ebben az ellenzékét lejárató üzenetet jelentet meg („Támogatnák a szexuális propagandát”). Ezzel szemben a kormány a népszavazáson feltett kérdésekre adandó válasz tartalmának a befolyásolására irányuló kampányt folytat. A Fidesz mint párt szerepe ebben a munkamegosztásban a saját jelöltjeinek a promócióján túl a kormány üzenetével („Magyarország előre megy”) szinte szó szerint megegyező tartalmú pártkampány („Előre menjünk, ne hátra”) sulykolásában merül ki.

A Fidesz érdekében álló közterületi hirdetések 2022 márciusában 12.171 darab plakátot töltöttek meg. Ez a márciusban a közterületi hirdetések összesen 14.343 plakátot számláló szeletének a 84 százalékát tette ki, vagyis a Fidesz dominálta a politikai plakátok piacát. Ennek a listaáron számolt teljes bekerülési költsége 3 milliárd 94 millió 90 ezer forintot tett ki. Ebből a CÖF jegyzett 632 millió 557 ezer forintot (2674 plakát), a kormánypropaganda 1 milliárd 35 millió 695 ezer forintot tett ki (4.247 plakát), míg pártként a Fidesz 1 milliárd 426 millió 648 ezer forintot költött a plakátkampányára (5.253 plakát).

Emlékeztetőül: törvényesen az egész választási kampányban, tehát 2022. február 12. és április 3. között összesen lehet 1,177 milliárdot költenie egy-egy pártnak, valamennyi kampányeszközre. Ehhez képest a Fidesz pártként márciusban csak a közterületi hirdetésekre majdnem 1,5 milliárd forintot fordított. A Fidesz márciusi plakátkampánya tehát törvényileg védhetetlen, még a CÖF és a kormánypropaganda Fideszt segítő költségeinek a hozzászámítása nélkül is.

Szemben a szabályozatlanság okozta zavarosban halászó CÖF-fel és az Alaptörvény, valamint a kormányhoz lojális Alkotmánybíróság által védelmezett propagandát folytató kormánnyal, a Fidesz pártként semmilyen körülmények között nem tudja kimagyarázni a plakátpiacon mért márciusi túlköltséget. Ha ugyanis az általunk ismert listaárakon vásárolta a plakátokhirdetéseket, akkor megszegte a kampányfinanszírozási törvény költségvetési plafonra vonatkozó előírásait. Ha pedig azzal találna védekezni, hogy a listaárból kedvezményt kapott, akkor elismeri, hogy a pártok gazdálkodását szabályozó törvény által tiltott céges támogatásban részesült.

Más kérdés, hogy a kampánya szabálytalan finanszírozására fordított összeg államkasszába történő befizetésének kötelezettségén túl semmit nem kockáztat a Fidesz. Vagyis még akkor sem kell súlyos következményekre számítani, ha az Állami Számvevőszék netán a körmére nézne. A legfeljebb néhány milliárd forintra rúgó fizetési kötelezettség nem lehet nagy ár a Fidesz számára a remélt választási győzelemhez képest.

## **2. A Márki-Zay Péter vezette ellenzék érdekében álló közterületi hirdetések (1.564 plakát, 390 millió forint)**

A DK, a Jobbik, az LMP, az MSZP, a Momentum és a Párbeszéd közös listája érdekében álló plakátokat két hirdető, az Egységben Magyarországért és a Mindenki Magyarországa Mozgalom (MMM) rendelte meg. Az ellenzék kerekén tíz különféle üzenettel jelentkezett a márciusi plakátkampányban, ezeknek a fele azonban összesen 10 darab, az MMM-hez köthető, korábbról kinn maradt plakátban nyilvánult meg. Az ellenzék márciusi közterületi hirdetései az alábbiak szerint oszlanak meg:

- i. Egységben Magyarországért – „Béremelést” (327 darab plakát, 86 millió 994 ezer forint)
- ii. Egységben Magyarországért egyéni jelöltjei (782 darab plakát, 194 millió 79 ezer forint)
- iii. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „MZP nem tűri a lopást” (187 darab plakát, 45 millió 538 ezer forint)
- iv. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „Orbán 43 ezer halott” (79 darab plakát, 16 millió 631 ezer forint)
- v. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „Orbán hazudik, ezért fél vitázni” (185 darab plakát, 45 millió 108 ezer forint)
- vi. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „Migránsszámláló” (2 darab plakát, 450 ezer forint)
- vii. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „Orbán megy, családtámogatás marad” (4 darab plakát, 850 ezer forint)
- viii. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „Orbán megy, egészségügyi minisztérium jön” (1 darab plakát, 260 ezer forint)
- ix. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „Orbán megy, határkerítés marad” (1 darab plakát, 120 ezer forint)
- x. Mindenki Magyarországa Mozgalom – „Orbán megy, rezsicsökkentés marad” (1 darab plakát, 300 ezer forint)

Az ellenzék 2022. márciusi plakátkampányának az összértéke, listaáron számítva, 390 millió 330 ezer forintot tett ki. Ez a Fidesz érdekében álló hasonló kampány értékének kerekén az egynolcadát érte el. Darabszáma is hasonlóan kiáltó az egyensúlytalanság: a Fidesz érdekében álló 12.171 plakáttal szemben az ellenzéki összefogás mindössze 1564 plakátot helyezett ki márciusban.

### 3. A két Mozgalom: Mi Hazánk és Megoldás

A formailag szintén az ellenzéki térfélen játszó Mi Hazánk Mozgalom 2022. márciusi közterületi hirdetésállománya 380 darab plakátot foglal magában, ennek listaáron számított összértéke 78 millió 468 ezer forint. Ez a kampány négy különféle üzenetet foglal magában, ezek közül azonban kettő is 1-1 korábbi kinn maradt plakáton jelent csak meg. A Mi Hazánk Mozgalom márciusi közterületi kampányüzenetei:

- i. Toroczkai László és Dúró Dóra arcképei (62 darab plakát, 12 millió 76 ezer forint)
- ii. „Kössük írni olvasni tudáshoz a szavazati jogot” (317 darab plakát, 66 millió 121 ezer forint)
- iii. „Ne legyen Covid oltás” (1 darab plakát, 108 ezer forint)
- iv. „Elég a Covid diktatúrából” (1 darab plakát, 163 ezer forint)

A Gattyán György által fémjelzett, magát ellenzéki formációként feltüntető, valójában azonban [rafinált kamupártként működő](#) Megoldás Mozgalom a maga 203 plakátjával márciusban, listaáron összesen 64 millió 464 ezer forintot költött az alábbi két üzenet közterületi megjelenítésére:

- i. „Bízva Egymásban” (182 darab plakát, 58 millió 96 ezer forint)
- ii. „Ha Ön is egy a kétmillióból” (19 darab plakát, 6 millió 248 ezer forint)

További egy darab plakáton, 120 ezer forintos listaértéken a Megoldás Mozgalom szegedi egyéni jelöltje látható. Ehhez hozzá kell számítani az ugyancsak Gattyán Györgyhez köthető Legnagyobb Vállalkozás Kft. által februárban közzétett, de márciusban is kinn maradt összesen négy darab, listaáron 1 millió 275 ezer forintot érő plakátot, amelyek közül két-két plakáton a „Digitalizáció”, illetve a „Nyomja meg!” üzenetek láthatók.

Ha már szó esett a kamupártokról, meg kell jegyeznünk, hogy a pártlisták támogatásának legalább 71 egyéni jelölt indításához kötése, bár nem szüntette meg a kamupártjelenséget, kétségtelenül megváltoztatta a kamupártfelhozatalt. Az ország egyik legvagyonosabb vállalkozójaként számontartott Gattyán György Megoldás Mozgalma aligha az állami kampánytámogatásért lépett pástra; nyilvánvalóan nincs más célja, mint a párt nélküli szavazók egy részének eltérítése az ellenzéki listára történő szavazástól. A két tény, miszerint a választás előtt néhány hónappal (de az előválasztás után) a semmiből jelent meg a politikai szintén, illetve az, hogy nincs komolyan vehető politikai célja, és ennek megfelelően képlékenyek az üzenetei is, elegendő ahhoz, hogy kamupártként tekintsünk rájuk.

Egész más a helyzet a Normális Élt Pártjával (NÉP). Míg elődje, a 2018-ban elindult, szintén Gődény Györgyhez kötődő Közös Nevező a kamupártok minden jellemzőjét magán viselte, a koronavírus-járvány idején Gődény György az egyik leggyakrabban szereplő közéleti személyiség lett, világos politikai üzenetekkel. Ha csak ez volna a kamupártteszt, a NÉP azon átmenne. Ugyanakkor a NÉP nem folytat plakátkampányt, vagyis nem küzd ezeken a felületeken a választók figyelméért. További gyanúra ad okot, hogy a NÉP jelöltjei buktak el a legnagyobb számban a jelöltállítás során, érvénytelen aláírások sokasága miatt. Összességében tehát a kamupártjelenség nem tűnt el, csak átalakult.

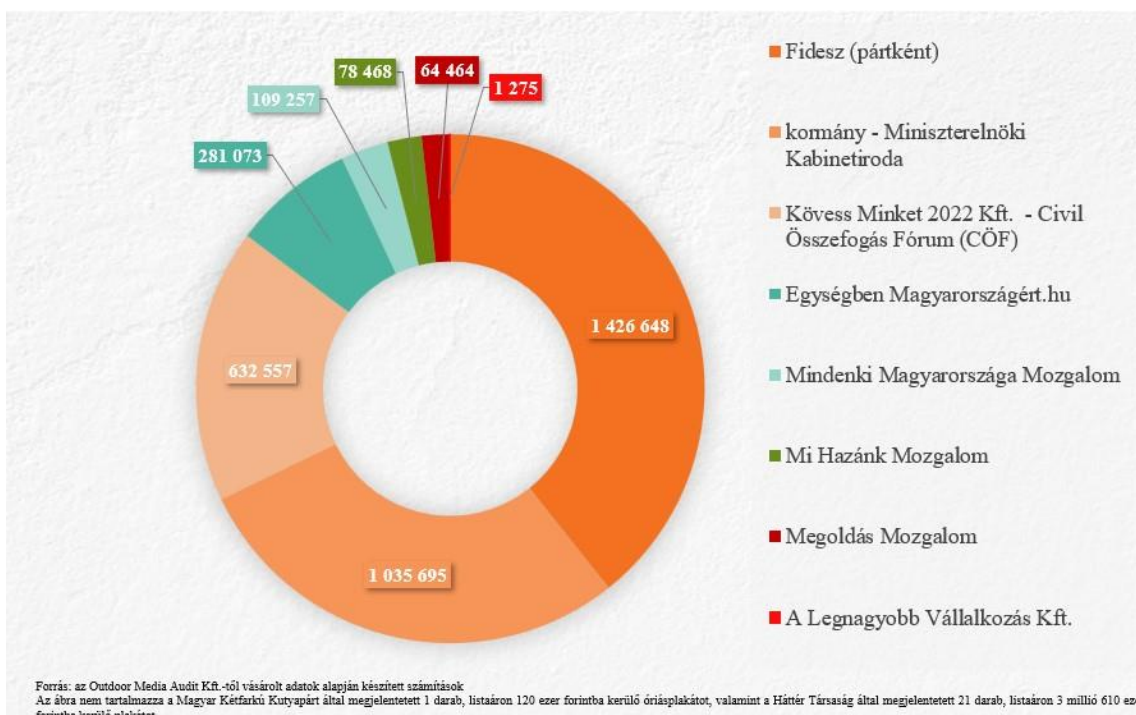
#### 4. A Magyar Kétfarkú Kutya Párt

A Magyar Kétfarkú Kutya Párt márciusban közzétett egyetlen óriásplakátja 120 ezer forintot ér listaáron, a megjelenített üzenet értelmében „Zita nő, Robi férfi, a kutya papagáj”.

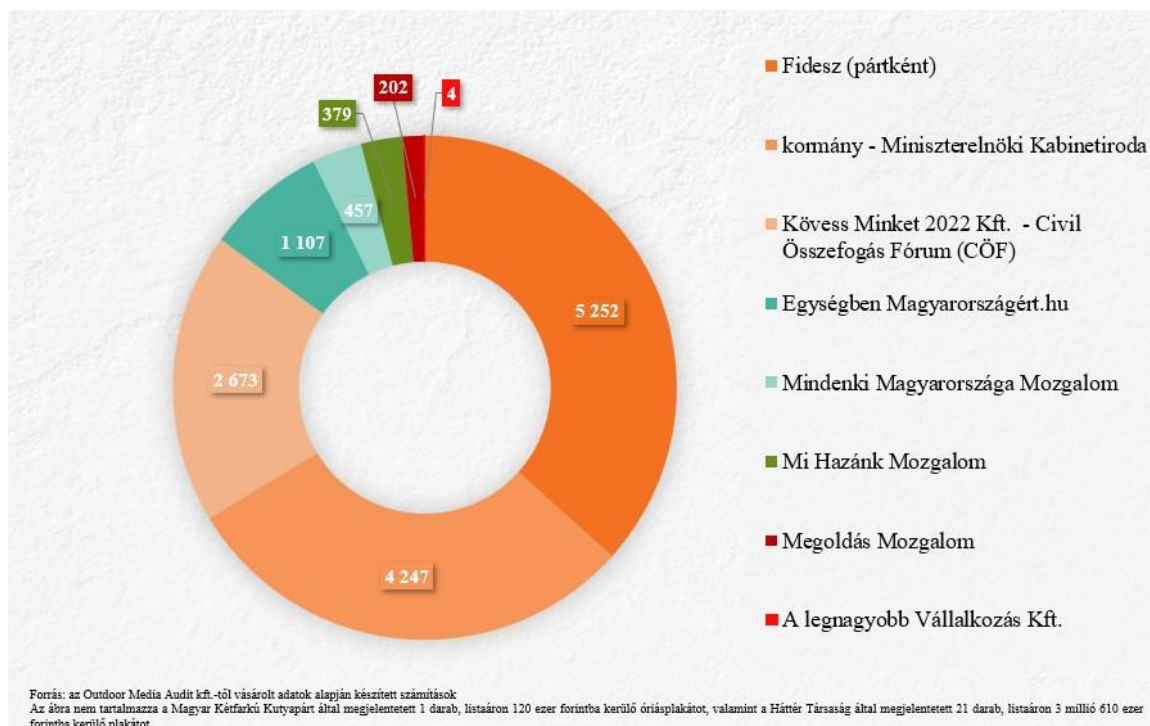
\*

További érdekességként utalunk a Háttér Társaság által 3 millió 610 ezer forint értékben közzétett 21 darab „Érvénytelen népszavazás” plakátjára.

2. ábra: Az országos listát állító pártok érdekében megjelent politika tartalmú közterületi hirdetések listaár szerinti értéke és megoszlása, 2022. március



3. ábra: Az országos listát állító pártok érdekében megjelent politika tartalmú közterületi hirdetések mennyisége és megoszlása, 2022. március



## 5. Összegzés

A kormánypárt súlyosan megszegte a kampányköltségi plafonra vonatkozó jogszabályi előírásokat 2022 márciusában. A Civil Összefogás Fórumnak nevezett fideszes fiókszervezet és a Rogán Antal vezette kabinetirodával megtámogatott kormánypárt 12.171 darabot számláló plakátsorozata listaáron több mint 3 milliárd forintba került. Ez a lehengerlő erőfölény mind a plakátok számát, mind a bekerülési költséget tekintve nyolcszorosan múlja felül a Márki-Zay Péter vezette ellenzék 1.564 darabból álló és 390 millió forintot érő plakátkampányát.

A szélsőséges Mi Hazánk Mozgalom közel 80 millió forintért, míg Gattyán György Megoldás Mozgalom névre hallgató kamupártja 66 millió forintért vásárolt plakátokat.

Minden jogszabályi előírás annyit ér, amennyit abból a gyakorlatban végre lehet hajtani. A kampányfinanszírozás magyarországi szabályozása e mércén mérve könnyűnek találtatott és elvérzett. A most közreadott jelentésünk egyszerre két korrupciós kockázatot is igazol. Egyrészt azt, hogy az álcivil CÖF-féle kampány-munkamegosztás és a Fidesz üzeneteit népszerűsítő kormánypropaganda formájában a vonatkozó törvények rendelkezéseinek a megtartása mellett is következmények nélkül lehet tisztességtelen választási kampányt folytatni. Másrészt azt, hogy pártként a Fidesz a saját plakátkampányával bármiféle komolyabb kockázat nélkül megszegheti a kampányköltségi plafonra vonatkozó előírásokat.

Ha Magyarország olyan működőképes jogállam lenne, ahol a politikafinanszírozás és a kampányköltségek ellenőrzésére rendelt államhatalmi szervezetek ellátják a feladataikat, akkor erre a jelentésre semmi szükség nem lenne. Ideális körülmények között az Állami Számvevőszék kérlelhetetlen szigorral vizsgálná az összes párt kampánykiadásait, és kemény szankciókkal sújtaná a szabálytalankodókat. Mivel azonban az ÁSZ nem teszi a dolgát, a civilek végezték el ezt a feladatot.

\*\*\*

Táblázat:

Politika tartalmú közterületi hirdetések listaár szerinti értéke és mennyisége, 2022. március

Kinek az érdekében áll a hirdetés?	Hirdető	Politikai plakátok összköltsége, listaáron (ezer forint)	Politikai plakátok teljes mennyisége (darab)
<b>Fidesz</b>	Fidesz (pártként)	1 426 648	5 252
	kormány - Miniszterelnöki Kabinetiroda	1 035 695	4 247
	Kövess Minket 2022 Kft. - Civil Összefogás Fórum (CÖF)	632 557	2 673
<b>DK - Jobbik - LMP - MSZP - Momentum - Párbeszéd közös lista (ellenzéki összefogás)</b>	Egységben Magyarországért.hu	281 073	1 107
	Mindenki Magyarországa Mozgalom	109 257	457
<b>Mi Hazánk Mozgalom</b>	Mi Hazánk Mozgalom	78 468	379
<b>Megoldás Mozgalom</b>	A Legnagyobb Vállalkozás Kft.	1 275	4
	Megoldás Mozgalom	64 464	202
<b>Háttér Társaság</b>	Háttér Társaság	3 610	21
<b>Magyar Kétfarkú Kutya Párt</b>	Magyar Kétfarkú Kutya Párt	120	1
<b>Végösszeg</b>		<b>3 633 167</b>	<b>14 343</b>

Forrás: az Outdoor Media Audit Kft.-től vásárolt adatok alapján készített számítások

## Vizsgálatunk módszertana

A parlamenti választáson induló és országos listát pártok által, illetve érdekében 2022 márciusában megjelent közterületi hirdetések, vagyis a választási eljárási törvény szerinti plakátok költségeit vettük számba. A közölt adatokhoz a közterületi hirdetési piac elemzésével foglalkozó Outdoor Media Audit nevű cég adatbázisának a megvásárlása útján jutottunk. Közterületi hirdetések alatt a különféle méretű plakátok értendők, így mindenekelőtt az óriásplakátok és az úgynevezett citylight plakátok, utóbbival egy tekintet alá esnek a hirdetőoszlopokon elhelyezett körplakátok. A költségek összegét az Outdoor Media Audit Kft. által közölt listaárakon számítottuk ki. A listaárakra vonatkozóan kapott adatokat összevetettük a közterületi hirdetéssel foglalkozó vállalkozások által [a településképvédelmi törvény előírásai alapján a kormányhivatallal közölt listaárakkal](#). Bár tisztában vagyunk azzal, hogy a kampányidőszakban nem kötelező a közterületi hirdetésekre vonatkozó listaárak alkalmazása, az összevetés abból a szempontból mégis hasznos volt, hogy a kétféle listaár nagyságrendi egyezősége visszaigazolta az Outdoor Media Audit Kft. által közölt és általunk a jelentés elkészítése során ténylegesen figyelembe vett listaárakat.

Az adatfelvételre 2022. március 5. és 10. napja között került sor, vagyis az adatok azt mutatják meg, hogy ebben az adatfelvételi időszakban milyen politikai hirdetések voltak láthatók a közterületi hirdetőfelületeken. A közterületi hirdetési piacon megszokott 30 napos hirdetési tartamra (átfutási időre) figyelemmel a jelzett időszámban megfigyelt hirdetések zöme a 2022. március hónapra kihelyezett plakátokat tartalmaz, miközben a hirdetések egy része úgynevezett "kinn maradó plakát". Az adatok között tehát részlegesen megtalálhatóak a 2022. február hónapról áthúzódó egyes plakátok is, de a hivatalos kampányidőszak kezdetére, tehát 2022.

február 12-ére visszamenően nem lehetséges teljes képet alkotni a közterületi politikai hirdetésekről.

További fontos adalék, hogy az adatfelvétel kizárólag a kereskedelmi hirdetési felületekre terjedt ki, ezért a kizárólag a választási kampányidőszakban megengedett közterületi felületeken, tipikusan villanyoszlopokon elhelyezett plakátok nem szerepeltek a vizsgálatban. A vizsgálat valamennyi olyan politikai hirdetésre kiterjedt, ami közterületen lévő kereskedelmi hirdetési felületen jelent meg.

\*\*\*

## A jogszabályi keretek

A parlamenti választási kampányra és az ennek során elkölthető pénzre vonatkozó szabályokat három törvény határozza meg. Ezek közül a választási eljárásra vonatkozó előírásokat tartalmazó törvényt, valamint a kampányfinanszírozási törvényt 2013-ban, vagyis a második Orbán-kormány időszakában fogadta el a parlament. A harmadik, a pártok gazdálkodását szabályozó 1989-es törvény a rendszerváltást megalapozó törvények közül utolsóként, immár 33 éve hatályban van.

A kampányfinanszírozási törvény egyebek mellett az országgyűlési választási kampányban a pártok, illetve a jelölő szervezetek által elkölthető pénz mértékét és részlegesen a forrását is meghatározza. A törvény értelmében minden egyes képviselőjelölt kampányára ötmillió forintot lehet fordítani, a teljes kampányköltségi keretet pedig az egy képviselő után elkölthető pénzösszeg és a parlamenti képviselők számának szorzata adja ki. A képlet tehát  $199 \times 5$  millió forintként írható le, a végösszeg pedig 995 millió forint – volt még a 2014-es választás idején. Mivel azonban a törvény alapján a kampányra fordítható összeget az inflációnak megfelelően növelni kell, jelenleg már – a Magyar Államkincstár közlése [szerint](#) – 1.176.981.122 forint, a jelölőszervezetenként elkölthető összeg, az egy jelöltre eső rész ezért 5.914.478 forint. Vagyis a 2022-es parlamenti választási kampány során a pártok minden egyes jelöltre kis híján 6 millió forintot, a teljes kampányra pedig közel 1,2 milliárd forintot fordíthatnak.

Az időközben többször módosított kampányfinanszírozási törvény arról is rendelkezik, hogy a pártok (jelölő szervezetek) az általuk indított egyéni jelöltek számától függően mekkora összegű állami támogatásra jogosultak. Idén legalább 71 egyéni képviselőjelöltet kell indítani az állami támogatás megszerzésért. A törvény értelmében 71-79 jelölt után nagyjából 470 millió forintot kitevő kampányjuttatás jár. Az a párt (jelölő szervezet), amelyik 80-105 egyéni jelöltet indít, valamivel több mint 588 millió forintot, amelyik pedig mind a 106 egyéni választókerületben jelöltet állít, 706 millió forintot meghaladó állami pénzre számíthat.

A választási kampány tartamát és a kampányeszközöket a választási eljárási törvény szabályozza. E törvény alapján kampányeszköznek minősül minden olyan eszköz, amely alkalmas a választói akarat befolyásolására vagy annak megkísérlésére. A törvény négy, a megalkotásakor tipikusnak tekintett kampányeszközt meg is nevez, ezek: 1) plakát, 2) a jelölő szervezet vagy jelölt által történő közvetlen megkeresés, 3) a politikai reklám és politikai hirdetés, továbbá 4) a választási gyűlés. Érintőlegesen a választási eljárási törvény is hozzátesz a kampányköltsékre vonatkozó szabályokhoz, amikor az Alaptörvénnyel összhangban előírja, hogy a médiaszolgáltatók a politikai reklámokat ingyenesen, míg a politikai hirdetéseket az Állami Számvevőszéknek bejelentett és nyilvánosságra hozott tarifák szerint kötelesek közzétenni. Ezzel szemben a plakátok, vagyis a közterületi hirdetések árazása a parlamenti választási kampány során titokban tartható, miközben az úgynevezett településképvédelmi szabályozás értelmében kampányidőszakon kívül a pártok kizárólag a szolgáltatók által a kormányhivatallal is közölt és nyilvánosságra hozott listaáron hirdethetnek közterületen. Vagyis a pártok plakátkampányai a négyévente 50 napig tartó kampányidőszakot leszámítva átlátható tarifák szerint zajlik, ám a parlamenti választási kampányban a közterületi politikai hirdetések árai titokban maradnak. További fontos szabály, hogy a hivatalos kampányidőszak

a választás napját megelőző 50. napon kezdődik, vagyis az idei, április 3-ára kitűzött országgyűlési általános választások kampánya február 12-én startolt.

A kampánykiadások szempontjából lényeges ráncfelvarráson utoljára a második Orbán-kormány idején átesett párttörvénynek a kampányköltségek szempontjából az az előírása fontos, amely megtiltja a pártoknak azt, hogy cégektől támogatást vagy adományt fogadjanak el.

A kampányköltségeknek, valamint a pártok gazdálkodásának az ellenőrzése az Állami Számvevőszék (ÁSZ) feladata. Ezúttal nem foglalkozunk az ÁSZ által a párt- és kampányfinanszírozás ellenőrzése terén nyújtott teljesítménynek az általános értékelésével. Emlékeztetünk ugyanakkor arra, hogy az ÁSZ már a [2014. évi parlamenti választási kampány](#) során feltárt [súlyos kampánykorrupció ügyében](#) sem mutatott [hajlandóságot](#) az érdemi intézkedésre. A legutóbbi időben pedig azzal borzolta a kedélyeket, hogy a választási eljárási törvény 2013-as elfogadása óta jelentős teret nyerő közösségi média kampányok költségeit évekig nem volt hajlandó hozzászámítani a kampánykiadásokhoz. Így úszta meg mindenféle következmény nélkül [Koncz Zsófia](#) kormánypárti parlamenti képviselő azt, hogy a 2020-as időközi választási kampánya során egyedül a közösségi médiában többet költött el, mint amennyit az egész kampányára fordíthatott volna. Az ÁSZ állásfoglalásai alapján minden jel arra mutat, hogy a most zajló kampányban is [vonakodni](#) fog közösségi média költségeket ellenőrzését illetően, és továbbra is a valóságosnál [szűkebben](#) értelmezi amandátumát.

A kampányköltségek, sőt, szélesebb értelemben a teljes politikafinanszírozás súlyos korrupciós kockázatokat magában hordozó visszásságairól, a vonatkozó szabályozás hiányosságairól, és [lehetséges reformjáról](#) már [sokszor](#) és [részletesen írtunk](#).

Ebben a jelentésben kizárólag a pártok közterületi (plakát)kampányának a 2022. márciusi költségeivel foglalkozunk. Pusztán utalásként emlékeztetünk a politikafinanszírozást illető legfontosabb kritikai észrevételeinkre. Súlyos hiányosságnak, egyben korrupciós kockázatnak tartjuk, hogy sem az önkormányzati választásokra, sem az európai parlamenti választásokra nem vonatkoznak törvényben lefektetett kampányköltségi szabályok. A témánk szempontjából közvetlen jelentőséggel bíró országgyűlési választási kampányszabályozást illetően pedig, örökzöldként, a hatalmon lévő pártokat közpénzből segítő kormánypropaganda megtiltásának az elmaradását, a pártok mellett kampányoló álciviliszervezetekre vonatkozó előírások hiányát, a [kamupártok elburjánzásához](#) vezető készpénzes párttámogatás rendszerét, valamint a semmitmondó és képmutató gyakorlatot eredményező beszámolási előírásokat soroljuk a legsúlyosabb problémák közé. A legutóbbi ráadásul nemcsak a kampányfinanszírozás, hanem a pártok rendes gazdálkodása és a működési költségvetésük tekintetében is érvényesül. Mindezeket tetézi az Állami Számvevőszék hanyag ellenőrzési gyakorlata, bár az ÁSZ nem minden alap nélkül állítja, hogy a rá vonatkozó törvények nem fogalmaznak egyértelműen. Az is tény, hogy a jelenlegi szabályok nem kötelezik az ÁSZ-t az elmúlt évtizedekben kialakítottnál szigorúbb ellenőrzések lefolytatására. Ugyanakkor a törvények nem is tiltják meg, hogy az ÁSZ megállapítsa a politikafinanszírozás, kiemelten pedig a pártok kampányköltségei során tapasztalható, legtöbbször a napnál is világosabb visszásságokat. Amikor ugyanis a kormány érdeke ezt diktálta, képes volt az ellenzéki pártok által kedvezményesen igénybe vett szolgáltatásokat megvizsgálni. Ez képezte az alapját például a Jobbik ellen 2017-ben indított és a párt által teljesítendő súlyos fizetési kötelezettséget eredményező megállapításokkal záruló számvevőszéki eljárásnak is.

A hatalom által évtizedek óta tudatosan fenntartott rossz szabályozás és az ÁSZ szintén évtizedes ellenőrzési mulasztásai az adófizetőknek súlyos közpénzmilliárdokba kerülnek. A kamupártok például 2014-ben és 2018-ban összesen körülbelül 7 milliárd forinttal rövidítették meg az államkasszát. De az ellenőrizetlen túlköltségeknek nincs semmilyen következménye.

A kampányfinanszírozási rendszer lényegileg 2014 óta változatlan, az idei lesz zsinórban a harmadik olyan országgyűlési képviselőválasztás, amely az itt ismertetett keretek között zajlik.