



POLITICAL CAPITAL
POLICY RESEARCH & CONSULTING INSTITUTE

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

AKTÍV FIATALSÁG VAGY APATIKUS FIATALSÁG?

**A fiatalok politikai mobilizálhatósága a 2014-es
választások előtt**

2013. október 16.

A tanulmányt a Friedrich Ebert Stiftung támogatta.



Tartalom

Összefoglaló	3
1. Helyzetkép.....	3
Politika iránti érdeklődés	4
Szavazási hajlandóság, választási részvétel	7
Pártpreferenciák	8
Közvetlen politikai aktivitás	11
Elvándorlás.....	14
Előítéletesség	16
Demokráciafelfogások	17
A szocializáció hatótényezői	19
Politikai környezet.....	22
2. Hogyan mobilizálhatók a fiatalok? – best practices.....	28
USA és Kanada	28
Távol-Kelet	34
Oroszország.....	36
Európai Unió	37
Anglia	37
Németország	39
Spanyolország	43
Skandinávia	44
Szlovákia.....	44
3. Mit tehetünk a magyarországi fiatalok mobilizásáért?.....	47
A fiatalok politikai passzivitásának okai	47
A fiatalok megszólításának lehetséges módszerei, eszközei, csatornái.....	48
Mi készítheti arra a politikusokat, hogy figyelmet szenteljenek a fiataloknak?.....	48
Mi mozgósíthatja a fiatalokat a 2014-es választásokon való részvételre?	49
Mi lehet egy mozgósító kampány legfőbb akadálya?	49
Mitől lehet sikeres egy mozgósító kampány?	50

Összefoglaló

Jelen tanulmányunk különböző kutatások áttekintésével bemutatja a fiatalok politikához fűződő viszonyát, különös tekintettel a jövő évi választások közeledte ellenére tapasztalható alacsony részvételi hajlandóságra. Arra hívjuk fel a figyelmet, hogy a politikától való távolságtartás okai elsődlegesen rendszerszintű, szocializációs, attitűdbeli problémákban gyökereznek. Igazi áttörést a fiatalok politikai részvételét illetően ezért csak hosszú távú, folyamatos és komplex programok hozhatnak. Ettől függetlenül indokolt lehet a rövidtávú mozgósítás is, ugyanis ez ráirányíthatja a közfigyelmet a fiatalok problémáira, ezzel megágyazva az összetettebb ifjúságpolitikai programoknak.

- **A fiatalokra általában a lanyha választási hajlandóság jellemző.** Több friss kutatás is azt mutatja, hogy az elmúlt években még alacsonyabb lett körükben a biztosan szavazni akarók aránya, miközben nőtt a biztosan távolmaradók részaránya. Ha ez a trend folytatódik, akkor 2014-ben kevesebb fiatal választó fog szavazni, mint a korábbi három választáson.
- **Stabil jellemzője a fiataloknak, hogy a legnagyobb részük egyik párttal sem szimpatizál. A pártpreferenciával rendelkezők körében** viszont az elmúlt egy évben – a választások közeledtével – **átrendeződés figyelhető meg** a szimpátiákat illetően. Az ebben a korosztályban 2012 első félévében még vezető **Jobbik népszerűsége csökken**, míg a Fideszé nő. A Tárki idén nyári adatbázisán végzett számításaink alapján a 18-25 évesek negyede kormánypárti szavazó, 11 százaléka Jobbik-támogató, míg nagyjából ugyanennyien a baloldali ellenzéki pártokra voksolnának, ugyanakkor **a korosztály több mint fele nem tudja, vagy nem mondja meg, hogy melyik pártra szavazna.**
- A pártoktól és a politikától való távolságtartás nem pusztán az alacsony választási hajlandóságban és pártpreferenciával nem rendelkezők magas arányában mutatkozik meg. **A fiatalok túlnyomó többsége emellett idegenkedik a direkt politikai aktivitástól, bizalmatlan a politikai intézményekkel és a képviseleti demokráciával szemben, és nem érzi úgy, hogy bármit is várhatna az általa taszítónak tartott politikától.** Éppen ezért lehettek az elmúlt években – így a 2010-es választáson is – a fiatalok körében sikeresek a politika megújítását, a politika újraértelmezését ígérők, akik nem pusztán a „régí” politikai szereplőket bírálták, hanem magának a képviseleti rendszernek is egyfajta kritikáját adták. Legyen szó akár a Jobbikról, akár az LMP-ről, akár az Orbán-kormány oktatási intézkedései ellen szerveződő diáktüntetések szereplőiről, valójában mind egyfajta politikán kívüli, jobb híján „civilnek” nevezett pozícióból beszélve hirdettek új politikát. Ezek a kísérletek azonban egyre inkább elbukni látszanak, mivel a politikai szintérről kivonulva nem lehet politikai cselekvést véghezvinni. A politikai rendszer részévé vált Jobbik és LMP egyre hiteltelenebb az apolitikus fiatalok körében, a 2012 végétől fellángolt diákmozgalmak pedig gyorsan eljelentéktelenítették magukat azzal, hogy a politikának kizárólag negatív jelentést tulajdonítottak. **Az apolitikus politizálás a politika és a civil társadalom fogalmának teljes félreértéséről tanúskodik, épp ezért eleve kudarcra van ítélve. Amíg ez marad az uralkodó felfogás, addig aligha beszélhetünk új nemzedékről a politikában, a fiatalok többsége pedig a politika színteréről való kivonulást fogja választani, a politikai részvétel helyett.**
- A tanulmányunkban megfogalmazott jó gyakorlatok és javaslatok elsősorban egy rövidtávú célt, a fiatalok következő választáson való részvételének erősítését segíthetik. **Az aktívabb, tudatosabb ifjúsági politikai részvétel a nemzetközi és a hazai tapasztalatok alapján csak hosszú távon érhető el.**

1. Helyzetkép

Politika iránti érdeklődés

A fiatalok túlnyomó többségét hidegen hagyja a politika. A European Social Survey (ESS) legfrissebb, 2010 novemberében felvett adatbázisa alapján a népesség mintegy 11 százalékát kitevő 17-25 éves fiatalok bő harmadát (35%) egyáltalán nem érdekli a politika és csupán minden ötödik nyilatkozott úgy, hogy eléggé, vagy nagyon érdekli. Az idősebbek körében ennél lényegesen nagyobb érdeklődési szintet mértek.

1. Táblázat: Mennyire érdekli önt a politika?

(%, ESS5 HU, saját számítások)

	nagyon érdekli	eléggé érdekli	alig érdekli	egyáltalán nem érdekli
17-25 évesek	5	15	45	35
26+	8	33	36	23

Az ESS öt hullámában¹ felvett eredmények szerint a fiatalok érdeklődési szintje 2002-ben volt a legmagasabb, 2005 tavaszán pedig a legalacsonyabb. Utóbbihoz képest javult ugyan némileg a helyzet 2010 őszére, de így is tízből nyolc fiatalat alig, vagy egyáltalán nem érdekelt a politika. A 25 évnél idősebbek körében 2008-ban és 2010-ben szinte azonos, a korábbiaknál alacsonyabb arányok születtek.

2. Táblázat: Mennyire érdekli önt a politika?

(%, ESS1-ESS5 HU, a legfeljebb 25 évesek körében, saját számítások)

	nagyon érdekli	eléggé érdekli	alig érdekli	egyáltalán nem érdekli
ESS1 (2002)	4	27	46	23
ESS2 (2004)	2	13	45	40
ESS3 (2006)	4	18	36	42
ESS4 (2008)	2	16	45	36
ESS5 (2010)	5	15	45	35

A 2000-ben, 2004-ben és 2008-ban végzett nagymintás Ifjúság-kutatások² szerint **az érdektelenség mértéke nő a fiatalok körében:** a 2000-es 55%-ról 2008-ra már a 15-29 éves fiatalok 60%-a mondta, hogy „egyáltalán nem” vagy „elenyésző mértékben” érdeklődik a politika iránt. **Az érdeklődés mértékét leginkább az iskolai végzettség és az életkor befolyásolja:** ezek emelkedésével nő a politika iránti érdeklődés mértéke.³

¹ A magyarországi adatfelvételek a következő időszakokban történtek: ESS1 (2002.10.29-2002.11.26.); ESS2 (2005.04.02-2005.05.31.); ESS3 (2006.11.21-2007.01.28.); ESS4 (2009.02.20-2009.04.20.); ESS5 (2010.10.19-2010.12.10.)

² Ifjúság 2004, 2008: 8000 fős országos, a 15–29 éves korosztályt reprezentáló minta alapján 4 évente készülő kutatások, amelyek az azonos módszertan miatt teljes mértékben összehasonlíthatók egymással. A minta területileg, településtípusonként, korcsoportok és nemek szerint tükrözi a vizsgált népességet.

³ Id. Szabó A., Kern T. (2011): A magyar fiatalok politikai aktivitása. 44. és Szabó A., Bauer B. (szerk.) (2009): Ifjúság 2008. Gyorsjelentés. 107-108. Az életkorral való összefüggés megállapításához a kutatók összevetették

Az Ifjúság 2012 kutatás megállapítja⁴, hogy jelentős mértékben csökkent a fiatalok politika iránti érdeklődése. Míg a megelőző Ifjúság kutatások során a politika iránti érdeklődés átlaga 2,08 – 2,19 értékek⁵ között mozgott, a 2012 őszi felvett mérésben már csak 1,8-es átlag adódott. Más szóval a megkérdezettek 57 százaléka nyilatkozott úgy, hogy egyáltalán nem érdekli a politika.

A növekvő érdektelenséget jól magyarázza az a – szintén az Ifjúság 2012 kutatásban megfigyelt – jelenség, miszerint a politikai intézmények iránti bizalom is jelentős csorbát szenvedett a korábbi mérésekhez képest. Folytatódott az Országgyűlés és a kormány megítélésének romlása. A köztársasági elnöki intézmény és az Alkotmánybíróság iránti bizalom is először került a negatív tartományba. Fontos eredmény, hogy míg a legtöbb intézmény iránti bizalom szignifikáns mértékben függ a válaszadó iskolai végzettségétől, addig a kormánnyal szembeni erős bizalmatlanság minden képzettségi csoportban megfigyelhető.

3. Táblázat: Intézmények iránti bizalmi szintek⁶

	2012	2008	2004
Köztársasági elnökben	-18	+10,4	
Alkotmánybíróságban	-12	+24,6	
Bíróságokban	+2	+15,4	+19,4
Helyi polgármesterben	-5	+13,1	
Honvédségben	+5	+11,9	+5,6
Rendőrségben	+3	+6,9	+11,1
Egyházakban	-14	-7,4	-5,2
Bankokban	-35	-10,5	
Országgyűlésben	-33	-22,4	-19,9
Kormányban	-40	-36,5	-7,7

A kutatás szerint a fiatalabbak (15-19 évesek) sokkal jobban bíznak a politikai intézményekben, mint az idősebbek (24-29 évesek). Ez azt mutatja, hogy a nagykorúsággal együtt járó nagyobb közéleti, politikai benyomások, tapasztalatok csökkentik a bizalmi szintet ezen intézmények irányában.

az *Ifjúság* kutatások érdeklődésre vonatkozó átlagpontszámát a felnőtt lakosság egészét vizsgáló, a Magyar Választáskutató Program keretében készült Tárki omnibusz felmérések hasonló kérdésére adott átlagpontokkal. Az eredmény szerint az életkorral együtt lineárisan emelkedik a politika iránti érdeklődés. ld. Szabó A., Kern T. (2011): A magyar fiatalok politikai aktivitása. 44-45.

⁴ Oross Dániel: *Társadalmi közérzet, politikához való viszony* in Magyar Ifjúság 2012 (2013)

⁵ A „Mennyire érdekli Önt a politika?” kérdésre adott válaszok az 1-5 skálán mozogtak, ahol a nagyobb érték jelenti a magasabb érdeklődési szintet.

⁶ A „Mennyire bízik a ...” kérdésre adott válaszok átlagai a -100..+100 skálán

A fiataloknak a politikusokról alkotott véleményét jól jellemzi, hogy a több mint háromnegyedük szerint a fiatalok véleménye nem érdekli a politikusokat. A megkérdezettek ebben a vonatkozásban nem éreztek különbséget az országos és a helyi politikusok között, azaz jelenleg a politika irányából minden szinten nehéz akadályokba ütközik a fiatal korosztály megszólítása.

4. Táblázat: Mennyire érdekli a fiatalok véleménye...⁷

	... az országos politikusokat	... a helyi politikusokat
Nagyon érdekli	1	1
Inkább érdekli	21	25
Inkább nem érdekli	43	40
Egyáltalán nem érdekli	35	34

A politika iránti érdeklődés mérésének eredeti módszertani újításával próbálkozott az *Aktív fiatalok Magyarországon, 2012* felmérés, amelyet egyetemisták és főiskolások körében végeztek. A kutatók a „politika” szó feltételezett diszkreditálódása miatt, a vele kapcsolatos esetleges averziók kicselezése érdekében kérdéseikben **megkülönböztették egymástól a „politika” és a „közélet” szavakat**. Mindkettővel kapcsolatban külön kérdéseket tettek fel, hogy lemérjék, van-e különbség a velük szembeni attitűdökben. Abból a feltevésből indultak ki, hogy míg a fiatalok a „politika” kifejezést a pártpolitikával azonosítják, megkülönböztetik ettől a klasszikus értelemben vett politikát kifejező „közélet” szót és a „társadalmi probléma” kifejezést.⁸ **Az eredmények igazolták a feltételezésüket: míg a politika iránti érdeklődés átlagpontszáma 3,1 volt (1-5 skálán), a közéleti iránti érdeklődés átlaga 3,7.** Nem találtak azonban olyan szociodemográfiai, szociokulturális tényezőt, amely magyarázná ezt a különbséget.⁹

A politika iránti érdektelenséget ugyancsak jelzi, hogy a politikai műsorok iránti alacsony érdeklődést regisztrálta az Ipsos 2013 áprilisában publikált kutatása is. A felmérés szerint a **fiatal felnőtteket a bulvárhírek érdeklik a leginkább, és a politikai-gazdasági kérdésekkel foglalkoznak a legkevesebbet**. A 15-25 éveseken belül főleg a 15-19 évesekre igaz ez, közel kétharmaduk rendszeresen tájékozódik a bulvárvilág eseményeiről, és alig 16%-uk olvas vagy hallgat politikai híreket.¹⁰ Mindez természetesen tájékoztatlansággal és a politika meg nem értésével jár együtt.

⁷ százalékos arányok az érdemi válaszadók körében. Uo. 307.o.

⁸ Szabó A., Oross D. (2012): A demokratikus részvétel tendenciái a magyar egyetemisták és főiskolások körében. 74.

⁹ U. o. 81-82.

¹⁰ Ipsos: Leginkább a tévéből tájékozódunk a fiatalok, 2013. április 8. <http://www.ipsos.hu/site/legink-bb-a-t-v-b-l-t-j-koz-dnak-a-fiatalok/>

Szavazási hajlandóság, választási részvétel

A fiatalok sokkal kevésbé élnének azzal a fontos demokratikus jogukkal, hogy beleszólhassanak az országot irányító politikai elit összetételébe. Egy 2013. júniusi közvélemény-kutatás¹¹ adatbázisán végzett számításaink azt mutatják, hogy míg a 25 évnél idősebbek 45 százaléka biztosan részt venne egy feltételezett „most vasárnapi” voksoláson, addig a 18-25 éves korosztálynak mindössze 28 százaléka nyilatkozott hasonlóan. **A 2014-ben első szavazók közül pedig csak minden ötödik (19%) menne el biztosan.** A biztosan távolmaradók magas aránya pedig arra utal, hogy az érdektelenség erőteljesebben jelenik meg a fiatalok körében, mint a 25 évnél idősebbek esetében.

A távolmaradás mellett jellemző még a bizonytalanság is a vizsgált korosztályra. A potenciális első szavazók bő ötöde, a 18-25 éveseknek pedig 14 százaléka nem tudta megmondani, hogy elmenne-e egy szavazásra. Az idősebbek között ennél lényegesen kisebb, 6 százalékos arány tapasztalható.

5. Táblázat: Szavazási hajlandóságok

	Biztosan elmenne szavazni	Valószínűleg elmenne szavazni	Valószínűleg nem menne el szavazni	Biztosan nem menne el szavazni	Nem tudja, nincs határozott véleménye
2014-ben első szavazók (1992-1995 között születettek, N=67)	19%	19%	13%	27%	22%
18-25 évesek (1988-1995 között születettek, N=130)	28%	22%	10%	26%	14%
25 évnél idősebbek (1988 előtt születettek, N=877)	45%	25%	7%	18%	6%
Teljes minta	43%	24%	8%	19%	7%

A szavazási hajlandóság tekintetében hasonló arányokat mértek az Ifjúság 2012 kutatói is. A megkérdezettek közel fele (49%) venne részt valószínűleg, vagy biztosan egy feltételezett választáson, míg minden negyedik biztosra ígérte távolmaradását. A négy évvel korábbi méréshez képest csökkent a biztosan szavazni akarók aránya, ezzel párhuzamosan nőtt a távolmaradók részaránya. Tehát 2008-2012 között a részvételi hajlandóság csökkenése jellemzi a fiatalokat¹².

Az ESS első, harmadik és ötödik hullámát hazánkban épp a választási évek októbertől decembere között kérdezték le, így lehetőséget adnak arra, hogy megvizsgáljuk a fiatalok részvételének változását az alapján, ahogyan arra bő fél évvel később emlékeznek, illetve vallják be.

¹¹ Tárki Omnibusz reprezentatív közvélemény-kutatás, N=1000.

¹² Oross Dániel: Társadalmi közérzet, politikához való viszony in Magyar Ifjúság 2012 (2013), 310. o.

A 2002 és 2010 között megrendezett három országgyűlési választás hivatalos adatai szerint a részvétel folyamatosan csökkent. A 2002. áprilisi 70,53 százalékról nyolc évvel később 6 százalékponttal esett vissza az urnákhoz az első fordulóban járulók aránya. Az ESS közvélemény-kutatásaiban is hasonló trend figyelhető meg a 26 évesnél idősebbek körében. A fiatalok esetében nehezíti az összevetést, hogy változó mértékű volt a voksolás idején szavazásra még nem jogosult megkérdezettek köre (magyarán, hogy hány 18 év alatti került a mintába). A részvételi arányokat a szavazásra jogosultak körében számítva azt az eredményt kapjuk, hogy 2002-ben és 2010-ben megközelítőleg ugyanannyi volt a legfeljebb 25 évesek részvételi aránya (64%), míg 2006-ban ennél kis mértékben magasabb. Az utolsó két választáson mintegy 10 százalékpontos volt az „olló” a két korosztály részvételi aránya között. Bár 2002-ben kétszer ekkora különbség adódott, ez elsősorban az idősebbek sokkal magasabb aktivitási szintjének volt köszönhető.

6. Táblázat: Részvételi arány a magyarországi országgyűlési választások első fordulójában – önbevallás alapján¹³

Választás időpontja (tényleges részvételi arány)	Korosztály	Szavazott	Nem szavazhatott	Nem szavazott	Összesen	Részvétel a szavazásra jogosultak körében
2002 áprilisában (70,53%)	legfeljebb 25 évesek (N=281)	54%	16%	31%	100%	64%
	26 évesek vagy idősebbek (N=1173)	84%	0%	16%	100%	84%
2006 áprilisában (67,83%)	legfeljebb 25 évesek (N=181)	51%	25%	24%	100%	68%
	26 évesek vagy idősebbek (N=1325)	78%	1%	22%	100%	78%
2010 áprilisában (64,38%)	legfeljebb 25 évesek (N=218)	53%	17%	30%	100%	64%
	26 évesek vagy idősebbek (N=1335)	74%	1%	26%	100%	74%

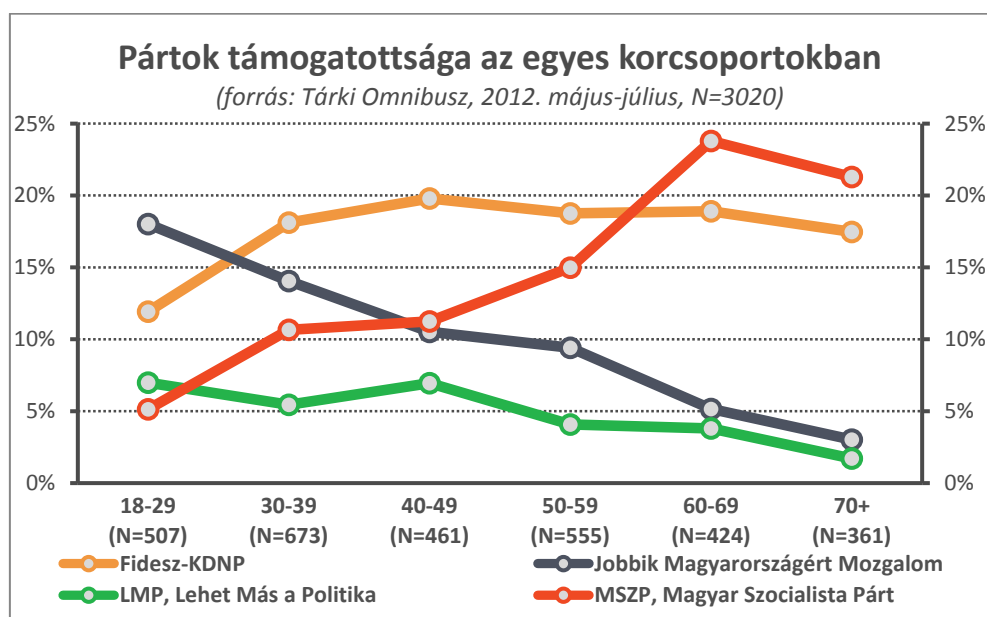
Pártpreferenciák

Stabil jellemzője a fiataloknak, hogy a legnagyobb részük egyik párttal sem szimpatizál. A pártpreferenciával rendelkezők körében viszont elmúlt egy évben – a választások közeledtével – átrendeződés figyelhető meg a szimpátiákat illetően. Az ebben a korosztályban 2012 első félévében még vezető Jobbik népszerűsége csökken, míg a Fideszé nő.

A Társki 2012. tavaszi felmérése szerint a Fidesz és az MSZP relatíve alacsony támogatottsággal rendelkezett a 18-29 évesek körében, fő bázisukat az idősebb korosztályok adták és adják máig: az MSZP a 60 év fölöttiek, a Fidesz a 40-49 évesek körében a leginkább támogatott (bár a Fidesz támogatóinak korfája a legegyenletesebb). A Jobbik és az LMP ezzel szemben relatíve erős volt ekkor a 18-29 éves korosztály körében.

¹³ „Manapság, ilyen vagy olyan okokból, sok ember nem megy el szavazni. Ön szavazott a legutóbbi országgyűlési választások első fordulóján?” kérdésre adott valid válaszok alapján. Saját számítások az ESS1, ESS3, ESS5 adatbázisain.

1. Ábra: Pártok támogatottsága az egyes korcsoportokban



A pártot választani nem tudók részaránya nagyon magas volt a fenti kutatásban is. Majdnem minden második (47%) 18-25 éves nem tudta, melyik pártra szavazna. Az idősebbek körében ennél kisebb – de azért még így is meglehetősen magas – értéket (39%) mértek. A pártválasztásukat eltitkolók arányában ugyanakkor mindössze egy százalékpontos eltérés volt a két korcsoport között: a fiatalok 9, a náluk idősebbeknek pedig 10 százaléka nem árulta el, hogy melyik pártra adná szavazatát egy hipotetikus választáson.

Az Aktív Fiatalok 2013. tavaszi kutatása¹⁴ némileg változó képet mutatott. Az összes egyetemista és főiskolás körében (tehát a többi kutatáshoz képest más bázison) két százalékponttal csökkent a Jobbik támogatottsága, de még mindig a legnépszerűbb pártnak számított 17 százalékkal. A Fidesz-KDNP 15 százalékkal feljött a második helyre, amihez az LMP megroppanására volt szükség: bő egy év alatt ugyanis a teljes hallgatói népességben 10 százalékpontot csökkent a párt támogatottsága, ami már csak a negyedik helyhez volt elegendő. Az újonnan alakult Együtt-PM szövetség a hallgatók 13,7 százalékát tudhatta maga mögött a felmérés szerint. A képet ugyanakkor erősen árnyalja, hogy összességében a hallgatók 60 százaléka tekinthető pártválasztónak, 40 százalékuk preferenciái pedig ismeretlenek.

A 2013. júniusi Társi adatbázison végzett számításaink is a fent említett folyamatot támasztják alá. A kormánypárt támogatottsága lényegében megegyezik a 25 év alattiak és az ennél idősebbek körében. A Jobbik – bár a szimpatizánsainak átlagéletkora még mindig a legalacsonyabb – támogatottsága már jóval elmarad a Fidesztől. A fiatalok körében mért második helyét viszont stabilan tartja az MSZP és az LMP előtt.

¹⁴ Aktív Fiatalok: Akár a magyar egyetemisták és főiskolások egyharmadáról is le kell mondanunk?, sajtóközlemény. http://aktivfiatalok.hu/wp-content/uploads/2013/07/Aktiv-fiatalok-kutatas_sajtoanyag.pdf

A részvételnél már említett bizonytalanság a pártválasztás vonatkozásában is markánsan megjelenik. Míg a 25 évnél idősebbeknek harmada (32%) nem tudta megmondani, hogy melyik pártra voksolna, addig a 18-25 éveseknek már 45 százaléka. A leendő első szavazók esetében még ennél is magasabb, 61 %-os arányt kaptunk.

7. Táblázat: Szavazási szándékok a megkérdezettek körében (2013. júniusi adatok a Tárki Omnibusz adatbázisa alapján)

	Fidesz-KDNP	MSZP	Jobbik	E14-PM	LMP	DK	Nem tudja	Nem mondja meg
2014-ben első szavazók (1992-1995 között születettek, N=67)	22%	9%	4%	0%	0%	0%	61%	5%
18-25 évesek (1988-1995 között születettek, N=130)	26%	5%	11%	1%	4%	0%	45%	7%
25 évnél idősebbek (1988 előtt születettek, N=877)	27%	14%	6%	4%	2%	1%	32%	12%
Teljes minta	27%	13%	7%	4%	3%	1%	34%	11%

A Nézőpont Intézet 2013. szeptemberi mérése¹⁵ alapján szintén megállapítható a Jobbik térvesztése a fiatalok körében. A kutatás szerint a 18-29 éves megkérdezetteknek 14 százaléka szavazott volna a Jobbikra. Ez nagyobb ugyan, mint a párt támogatottsága az összes választókorú körében (11%), lényegesen elmarad a kormánypárt támogatottságától (26%). Sőt, amennyiben a baloldali együttműködés jelenleg biztosnak mondható két pártjának (MSZP, E14-PM) támogatottságát összeadjuk (18%), a magát nemzeti radikálisként definiáló Jobbik csupán a harmadik helyre kerül a fiatalok körében.

A változásokat tekintve nem meglepő, hogy a Jobbik 2013 őszén kifejezetten a fiataloknak szóló országos kampányt indított óriásplakátokon és citylightokon. Ez utóbbiakat elsősorban Budapest belvárosában helyezték el, tehát ott, ahol a Jobbik támogatottsága az átlagosnál lényegesen alacsonyabb.

¹⁵ <http://mno.hu/nezopontok/nem-a-jobbik-a-legnepszerubb-a-fiatalok-koreben-1188653>



Forrás: [Facebook](#)

A kampányhoz illeszkedően a Hazai Pálya nevű lap ifjúsági különszámot¹⁶ adott ki. A lapban a Jobbik országosan ismert politikusai közül Dúró Dórával és Vona Gáborral találunk interjút, melyek hangvétele könnyed, és mind tartalmában, mind stílusában, mind megjelenési formájában a fiataloknak szóló magazinokat idézi. A kiadványban megjelenő további cikkek is rendre olyan témákkal foglalkoznak – pl. felsőoktatás, fiatalok elvándorlása, Facebook-jelenlét –, melyek egyrészt a fiatalok érdeklődési körébe tartoznak, másrészt azt közvetítik, hogy a Jobbikhoz tartozni trendi. Ezekkel az üzenetekkel a Jobbik célja egyfajta nemzedéki pártként való megjelenés, ezáltal pedig az elpártolt fiatal szavazók visszaszerzése.

Közvetlen politikai aktivitás

Direkt politikai aktivitásban a magyar 15-29 évesek mintegy háromtizede vett részt az Ifjúság 2008 felmérés szerint. A legtöbben valamilyen legális tiltakozásban, a második legtöbben valamilyen kampányaktivitásban, illetve e kettő kombinációjában. A válaszadók mindössze 3 százaléka igazán aktív, ők részt vettek többféle közvetlen demokratikus aktivitásban is. A különböző tiltakozási és kampányaktivitások között jelentős személyi átfedés figyelhető meg. **Általánosságban megállapítható, hogy a magyar fiatalok a kevés személyes bevonódással és kockázattal járó akcióformákat részesítik előnyben (pl. aláírásgyűjtés, petíciók és tiltakozó levelek aláírása).**¹⁷

8. Táblázat: Egyes kollektív cselekvésekben való részvétel (a kérdésre választ adók százalékában, forrás: Ifjúság 2004, Ifjúság 2008 kutatások)

	Részt vett-e?		Részt venne-e?	
	2004	2008	2004*	2008
Aláírások gyűjtése	25	14		21
Politikai nyilatkozatok, kezdeményezések aláírása	-	11		18
Engedélyezett politikai demonstráció, tüntetés	5	5		11

¹⁶ <http://www.alfahir.hu/sites/barikad.hu/files/2013/10/HP2012-05-ksz.pdf>

¹⁷ u. o.

Engedélyezett sztrájk	4	4		14
Ajánlócédula-gyűjtés	-	4		8
Személyekkel szembeni erőszak alkalmazása	4	3		2
Politikai plakátok ragasztása	-	3		6
Nem engedélyezett politikai tüntetés	1	2		4
Utcai zavargás	-	2		3
Köz- vagy magántulajdon megrongálása	3	2		1
Félpályás útlezárásban	3	2		4
Jelszavak falra festése	2	2		3
Személyek megdobálása (pl. tojással)	-	1		3
Bérleti díj, adófizetési díj megtagadásában	3	1		3
Egészpályás útlezárásban	2	1		3
Nem engedélyezett sztrájk	2	-		-
Gyárak, üzemek, épületek, lakások elfoglalása	1	-		-
Polgári kezdeményezésekben	7	-		-
Szórólap terjesztése**	-	16		18

(*2004-ben a potenciális részvételt más metodológiával kérdezték, a két adatsor tartalmi értelemben nem hasonlítható össze, ezért a 2004-es adatsort nem közölték; **A szórólap terjesztése félreértésre adhatott okot, mert a nagyvárosokban bevett diákmunka a kereskedelmi célú szórólaposztás.)

9. Táblázat: Kampánytevékenységben, valamint tiltakozásban való potens és aktuális részvétel (a kérdésre választ adók százalékában, forrás: Ifjúság 2008)

	Potenciális részvétel	Aktuális részvétel
Nem (volt vagy lenne) aktív	61	71
Mindenféle aktivitásban részt vesz/venne	5	3
Csak legális tiltakozásban (lenne) aktív	14	11
Csak kampányaktivitásban (lenne) aktív	5	7
Kampány és legális tiltakozásban is aktív	11	7
Csak illegális tiltakozásban vesz/venne részt	1	1
Egyéb részvételi formák	3	2

A magyarok közvetlen részvétele nemzetközi összehasonlításban kifejezetten alacsonynak mondható. A felnőtt lakosság tekintetében Magyarország az öt legkevésbé aktív nemzet közé tartozik a 28 ország között, a magyar fiatalok aktivitási indexe pedig még ennél is alacsonyabb. **A magyar 15-29 évesek az utolsó előtti pozíciót foglalták el. A kapott eredmények összességében egy atomizált, dezintegrált ifjúsági társadalom képét rajzolják ki.**¹⁸

A 2012-es Ifjúság kutatás sem mutatott érdemi változást a 2008-as, fent részletezett eredményekhez képest. A felsorolt 16 tevékenység egyikében sem vettek részt 10 százalékos, vagy azt meghaladó arányban a megkérdezett fiatalok, sőt, a jövőre vonatkozóan is csupán néhány százalékuk jelezte, hogy részt venne valamelyik politikai akcióban¹⁹.

A magyar fiatalok alacsony politikai aktivitását jelzik az ESS 2010-es eredményei is. A 17-25 évesek alig néhány százaléka tevékenykedett politikai pártban vagy más politikai szervezetben, és még ennél is kevesebben jelentek meg valamilyen törvényes felvonuláson. Csupán minden tízedik (11%) fiatal vett részt a felsorolt politikai akciók közül legalább egyen. Ugyanez az arány a 26 évesek, vagy idősebbek körében 20 százalék.

10. Táblázat: Politikai akciókban való részvétel

(az igen válaszok százalékos aránya²⁰ a válaszadó 17-25 évesek körében, ESS5 HU, saját számítások)

kapcsolatba lépett politikussal, kormányzati, vagy önkormányzati képviselővel	8
tevékenykedett politikai pártban vagy más politikai szervezetben	4
részt vett más szervezet vagy egyesület munkájában	5
viselt, vagy kihelyezett választási kampányjelvényeket/jelképeket	3
tiltakozó levelet, nyilatkozatot írt alá	2
részt vett törvényes, nyilvános felvonuláson	3
szándékosan nem vásárolt, bojkottált bizonyos termékeket	6

Az Ifjúság 2012 kutatás megállapítja, hogy a magyar fiatalok rendkívül vékony rétegét éri el az ifjúsági civil társadalom, és ez a réteg az elmúlt években vékonyodott el.²¹ A politikai közösségekből történt kivonulást mi sem jellemzi jobban, mint az a tény, hogy a kutatásban megkérdezett nyolcezer fiatalból mindössze 11 nyilatkozott úgy, hogy tagja valamilyen politikai ifjúsági szervezetnek és 10 olyan megkérdezett volt, aki vállalta, hogy tagja valamilyen pártnak.

¹⁸ U. o. 72-73.

¹⁹ Oross Dániel: *Társadalmi közérzet, politikához való viszony* in Magyar Ifjúság 2012 (2013), 309. o.

²⁰ Az eredeti kérdés így hangzott: „Különböző módokon lehet megakadályozni a problémák kialakulását és javítani a dolgokon, Magyarországon. Az elmúlt 12 hónap során előfordult-e, hogy Ön a következő dolgok valamelyikét tette? Tehát előfordult-e, hogy...”

²¹ Oross Dániel: *Társadalmi közérzet, politikához való viszony* in Magyar Ifjúság 2012 (2013), 308-309. o.

Elvándorlás

A Magyarországról történő elvándorlás **az utóbbi egy-két évben nem pusztán a politikai közbeszéd témája lett, hanem valójában nőtt mind a kivándorlást tervezők aránya, mind a hosszabb-rövidebb ideig ténylegesen külföldön dolgozók, tanulók száma is.** Bár pontos statisztikai adatok a kivándorlásra vonatkozóan nincsenek, annyi biztos, hogy az utóbbi néhány évben jelentősen nőtt az elvándorlás, ami a migráció természetéből fakadóan kiemelten a fiatal korosztály külföldre távozását jelenti.

A fogadó országokban bevándorlóként regisztrált magyar állampolgárok száma alapján a magyarországi kivándorlás a 2000-es évek első évtizedének végétől tapasztalható növekedése az utóbbi években felgyorsult. Az európai tükröstatistikákban 147 327 magyar állampolgár szerepel bevándorlóként. Ez az Eurostat adatbázis azonban nem tartalmaz adatokat néhány kiemelten fontos célországról. Ha a legfrissebb Eurostat adatokat, illetve az abban nem szereplő fő célországok (Németország, Ausztria és az Egyesült Királyság) saját adatait összesítjük, akkor becslésként elmondható, hogy 2012-ben mintegy 230 ezer – hivatalosan bejelentett – magyar állampolgár élt az európai országokban: egyharmaduk Németországban, egyötödük az Egyesült Királyságban, 13%-uk Ausztriában. Ez két és félszerese a 2001. évi létszámnak. Fontos kiemelni, hogy ezek az adatok nem tartalmazzák a hivatalosan be nem jelentett kint tartózkodókat, valamint azokat a kivándorlókat sem, akik már megszerezték az adott ország állampolgárságát. Az összesítés ráadásul csak az európai, egészen pontosan az Európai Gazdasági Térség országaira korlátozódik, és nincsenek benne az Európán kívüli országokban élők.²²

Az elvándorlási hajlandóságot tekintve a Társi 1993 óta tartó idősorából az derül ki, hogy az elmúlt két évtized alatt lényegében háromszorosára nőtt a külföldi munkavállalást vagy végleges letelepedést tervező felnőtt magyarok aránya. A kétezres évek folyamatosan emelkedő trendje tavaly érte el eddigi csúcspontját: 2012-ben a felnőtt magyarok 19 százaléka, a 30 év alattiak csaknem fele (48%) tervezett valamilyen típusú migrációt.²³ Szűk egy évvel később, 2013 januárjában halvány csökkenés után a lakosság 16 százaléka gondolkodott azon, hogy más országban folytatja életét. A fiatalok körében pedig kiugró mértékű maradt a migrációs potenciál: a tanulók, azaz a 18 éven felüli diákok több mint fele (56%) nem Magyarországon képzelel el (közeli) jövőjét.²⁴ Politikai szempontból érdekes, hogy a Jobbik szavazóinak harmada vándorolna ki, ami egyfelől persze jelzi e fiatalok elégedetlenségét, másfelől viszont azt is, hogy a nemzethez való szoros ideológiai kötődés nem akadályozza meg a globalizáció, az Európai Unió adta előnyök kihasználását.

A hazai közbeszédben a migrációt tervezők és a ténylegesen elvándorlók arányának jelentős növekedését sokan a 2010 utáni politikai változásoknak tulajdonítják, és kizárólag a rossz politikai közhangulatra vezetik vissza. Az adatokból azonban az is látható, **hogy az elvándorlás felgyorsulása egy hosszabb folyamatként értelmezendő, amelynek több és mélyebb társadalmi, illetve gazdasági oka is van.**

²² <http://www.seemig.eu/downloads/pressroom/SEEMIGh%C3%A1tt%C3%A9ranyag20130522.pdf>

²³ http://www.tarki.hu/hu/news/2012/kitekint/20120523_migracio.html

²⁴ http://www.tarki.hu/hu/news/2013/kitekint/20130220_migraciott_tervezok.html

1. Egyrészt a rendszerváltás óta **mostanra érett be több olyan társadalmi feltétel, amely elősegíti a fokozottabb mobilitást.** Az elvándorlásra leginkább kész fiatal generáció, amely már egy nyitott országba született, jobban beszél idegen nyelveket, így nem idegenkedik annyira a migrációtól.
2. Másrészt a magyar lakosság számára is adottá és természetessé vált, hogy élhet az **Európai Unió által biztosított szabad mozgás** jogával.
3. Harmadrészt Magyarországon 2006/2007 óta **gazdasági válság** van, jelentős megszorítások érték a lakosságot, miközben a gazdasági növekedés évek óta tartó elmaradása miatt kevés az új munkahely, csökken az életszínvonal, a középosztály egy jelentős részét lecsúszás fenyegeti. Ha megnézzük a kivándorlási statisztikákat, akkor látható, hogy a külföldre vándorlás mértéke 2007 óta folyamatosan, egyre gyorsuló ütemben növekszik.
4. Végül pedig a migránsok számának fokozatos növekedésével **mára épültek ki azok a migrációs hálózatok, amelyeken keresztül felgyorsulhatott az elvándorlás folyamata.**

A 2012-es Ifjúság kutatásban²⁵ minden második megkérdezett fiatal²⁶ nyilatkozott úgy, hogy elhagyná az országot, amennyiben lehetősége lenne arra, hogy akár tanulás, akár munka céljából hosszabb-rövidebb időt külföldön tölteni. Minden negyedik 5 évnél hosszabb idejű távolmaradást, vagy akár végleges letelepedést is vállalna. Ezzel együtt is harmaduk csak az országban tudná elképzelni az életét. Az életkor emelkedésével a migráció iránti hajlandóság csökken: míg a 15-19 évesek esetében 55, addig a 25-29 éves korosztályban már csak 44 százalékos a külföldi munkára, vagy tanulásra nyitottak aránya.

11. Táblázat: Külföldi munka és tanulás iránti hajlandóság²⁷ (%)

	15-19 évesek	20-24 évesek	25-29 évesek	Teljes minta
Igen, akár végleges letelepedés céljából is	12	13	11	12
Igen, akár 5 évnél hosszabbra is	12	14	10	12
Igen, akár fél évnél hosszabb időre is	17	16	12	15
Igen, de csak egy és hat hónap közötti időre	11	10	8	10
Igen, de csak egy hónapnál rövidebb időre	3	4	3	3
Nem, csak Magyarországon tudom elképzelni az életet	27	31	43	34
NT/NV	18	13	13	14

²⁵ Ruff Tamás: *Ifjúsági mobilitás: hajlandóság, lehetőségek és tervek* in Magyar Ifjúság 2012 (2013)

²⁶ 15-29 évesek, N=8000

²⁷ „Amennyiben lenne lehetősége arra, hogy külföldön tanuljon, dolgozzon, hajlandó lenne-e elhagyni az országot hosszabb-rövidebb időre?” kérdésre adott válaszok százalékos megoszlása.

A kutatás azt is megállapítja, hogy minél fiatalabb valaki, nőtlen vagy hajadon, nincsen gyermeke, jobb anyagi helyzetben van, és tanult vagy dolgozott már más országban, annál nagyobb mértékben lenne hajlandó elhagyni az országot, ha erre lehetősége lenne.

A migrációs szándék mögötti indokok között döntően a jobb megélhetési iránti igény áll. Ezt követi közel azonos említettséggel a nyelvtanulás, a tapasztalatszerzés, illetve a karrier. Politikai, ideológiai okot csak a megkérdezettek 2 százaléka jelölt meg.

12. Táblázat: A migrációs hajlandóság motivációs tényezői²⁸ (%)

Jobb megélhetés	66
Nyelvtanulás	22
Tapasztalatszerzés	20
Karrier	19
Új kihívások	14
Családi okok	6
Tanulás általában	5
Önkéntes munka	2
Politikai/ideológiai okok	2
NT/NV	14

Előítéletesség

A demokráciafelfogásról alkotott képhez hozzátartozik a társadalomnak, jelen esetben a fiataloknak a kisebbségi jogokról alkotott véleménye is. Ha ugyanis a kisebbségek iránti intolerancia túlságosan magas szinten van, az alááshatja a demokráciába vetett bizalmat. A legtöbb nemzetközi összehasonlító kutatás szerint a magyar társadalmat erős előítéletesség jellemzi, melynek egyik lényeges kiváltó oka az, hogy a kollektív önértékelés növelésének sokszor az egyik legkézenfekvőbb eszköze a kisebbségekkel szembeni előítéletesség és a külső csoportok leértékelése²⁹. A külső csoportok (pl. a zsidók) egyszerre szolgálnak magyarázatul a nemzeti sérelmekre (ld. Trianon, ahol a zsidók „hátba döfték” Magyarországot), leértékelésük és szimbolikus kizárásuk a hazai társadalomból pedig a magyar nemzet, mint közösség relatív értékét növeli.

Az adatokat tekintve a Political Capital szélsőjobboldali eszmék iránti keresletet mérő indexe (DEREX) alapján azt mondhatjuk, hogy **Magyarország európai összehasonlításban kiugróan előítéletesnek mondható**: a 2010 őszén végzett adatfelvétel szerint a 16 év feletti lakosság 48 százaléka szélsőségesen előítéletes. **Magas az előítéletesség mértéke a fiatalok körében is**, ugyanakkor nálunk is megfigyelhető az a nemzetközi szinten is általánosnak mondható jelenség, hogy a fiatalabbak valamivel nyitottabbak és elfogadóbbak, mint az idősebbek.

A Tárki 2011 tavaszi nagymintás omnibusz kutatásának adatbázisán végzett számításaink szintén azt mutatják, hogy a fiatalok körében erőteljesen megjelenik mind az előítéletesség, mind az idegenellenesség. Ugyanakkor az idősebbek körében még ezeket az értékeket is meghaladó arányokat kaptunk. A súlyos társadalmi problémát jelentő romakérdést illetően

²⁸ „Az alábbiak közül mi az, amiért (mégis) hajlandó lenne elhagyni az országot hosszabb-rövidebb időre?” kérdésre adott válaszok százalékos megoszlása.

²⁹ Tajfel, H. (1998): Csoportközi viselkedés, társadalmi összehasonlítás, társadalmi változás.

azonban szinte eltűnnek a fiatalok és az idősebbek közötti különbségek: a cigányokkal kapcsolatos „szoft” sztereotípiák lényegében egyformán beágyazottak minden korcsoportban.

A Political Capital 2013 júliusában felvett online, az internetező felnőtt lakosságra nézve reprezentatív (az életkor és az iskolai végzettség érdemben eltérő eloszlása miatt a teljes reprezentatív mérésekkel csak korlátozottan összehasonlítható) kutatása³⁰ alapján **a 18-29 évesek 39 százaléka ellenszenvez a zsidókkal, míg az idősebbek körében ennél alacsonyabb érzelmi antiszemitizmust mértünk, a 60 év felettieknek mindössze 13 százaléka tartotta őket ellenszenvesnek. Azaz míg az előítéletesség általában az idősebbekre jellemző, kutatásunk szerint az antiszemitizmus esetében épp fordított a helyzet.** Mindez egybevág azokkal az eredményekkel is, melyek szerint a Jobbik szavazói körében a fiatalok erősen felülreprezentáltak. Az sem kizárható természetesen, hogy az egyéb okokból (pl. cigányellenessége vagy rendszerellenessége kapcsán, esetleg annak „divatos” jellege miatt) a Jobbikhoz csapódó fiatal szavazók a Jobbiktól „tanulják” az antiszemitizmust.

A vonatkozó hazai és nemzetközi kutatások alapján tehát kijelenthető: a magyar társadalom és azon belül a fiatalok előítéletessége tág mozgásteret ad a demokráciára veszélyt jelentő politikai mozgalmaknak, melyek éppen a kisebbségi csoportokkal szembeni ellenérzéseket próbálják kanalizálni, artikulálni és elmélyíteni.

Demokráciafelfogások

A fiatalok politikáról vallott lesújtó véleménye után fel kell tennünk a kérdést, hogy a jövő generációja a rendszer egészére is kivetíti-e megállapításait, elutasító-e a demokráciával szemben is. Ennek vizsgálatához először azt kell látnunk, mit értenek a fiatalok pontosan demokrácia alatt. Ennek megértéséhez az *Iskola és társadalom* kutatások kínálnak elsődleges fogódzót.

Az *Iskola és társadalom* 2005 felmérés alapján **a középiskolások passzívan értelmezik a demokráciát: elsősorban személyes „védőpajzs” látják, ami az állam beleszólása ellen védi őket, nem pedig olyan eszköznek, amely a beleszólás, az aktivitás lehetőségét biztosítja számukra. A demokrácia elemei közül a tizenévesek legtöbbje személyes biztonságot vár a demokráciától: a magánélet tiszteletben tartását, törvény előtti egyenlőséget. Jóval kevesebben tartják részének a többpártrendszert, az egyesülési szabadságot, a beleszólást a politikába és a kisebbségi jogok érvényesülését.**³¹

³⁰ Krekó – Juhász – Molnár: Antiszemita bestiárium (2013). <http://www.szombat.org/politika/antiszemita-bestiarium>

³¹ Csákó M. (2007): Tizenévesek demokráciaképe. 1-3.

13. táblázat: Tizenévesek demokráciaképe (Forrás: *Iskola és társadalom 2005*)

Mennyire része a demokráciának:	Átlag (1-5)	Szórás
A törvény előtti egyenlőség?	4,11	1,17
A magánélet tiszteletben tartása?	4,10	1,14
A törvények betartása?	4,10	1,19
A társadalmi igazságosság?	3,99	1,15
A szólásszabadság?	3,99	1,18
A politikai választás lehetősége?	3,76	1,21
A társadalmi különbségek csökkentése?	3,72	1,50
Az egyesülési szabadság?	3,71	1,32
A szolidaritás a rászorulókkal?	3,69	1,34
A politikába való beleszólás lehetősége?	3,65	1,47
A többpártrendszer?	3,31	1,34
A kisebbség jogainak érvényesülése?	3,21	1,29

A válaszokból részben a Kádár-korban tapasztalhoz hasonló etatista-individualista államfelfogás köszön vissza ránk. A fiatalok ezt a mintát azonban feltehetően nem a szüleiktől vették át, hanem részben saját tapasztalataik, részben pedig a politikai szocializáció folyamán maguk alakították ki. Elvük mintha úgy szólna: „az állam ne szóljon bele a polgár életébe, cserébe a polgár sem szól bele a politikába.” Erre utal a magánélet tiszteletben tartása igényének vezető szerepe, szemben a beleszólás lehetőségének és a többpártrendszer igényének hátulra sorolásával.

Az egyensúly fenntartása érdekében a polgárok még elvárják az állam segítő kezét is (társadalmi igazságosság biztosítása). A politikai szabadságjogok fontosságának megítélése nem egységes: míg a szólásszabadság az élbolyban található, a választás lehetősége és az egyesülési szabadság már csak a középmezőnyben kapott helyet. Utóbbi valószínűleg szintén az individualista, széttöredezett, bizalomhiányos beállítottság jelének tekinthető. Ehhez kapcsolódik az eredmény is, hogy a fiatalok nem tartják a demokrácia központi elemének sem a rászorulókkal való szolidaritást, sem a kisebbségi jogok érvényesülését. Érdekes megvilágításba helyezi ezt az eredményt, ha belegondolunk, hogy a demokrácia egyik lényegi eleme éppen a kisebbség jogainak védelme a többség zsarnokságának megakadályozása érdekében.

A 2008-as *Iskola és társadalom* felmérés nem mutatott változást a fiatalok demokrácia-felfogását illetően. Továbbra is a magánélet tiszteletben tartását, a törvények betartását, a szólásszabadságot, a törvény előtti egyenlőséget és a társadalmi igazságosságot tartották leginkább a demokrácia részének, míg a demokrácia politikai elemeinek (politikai választás lehetősége, egyesülési szabadság, beleszólás a politikába, többpártrendszer) ezúttal is kisebb jelentőséget tulajdonítottak. A kisebbségi jogok érvényesülése 2008-ban is a legutolsó helyre került, vagyis a fiatalok szerint ez tartozik bele legkevésbé a demokrácia fogalmába.

Más kutatásokból³² az is tudható, hogy a magyar fiatalok rossz kényszerként értelmezik a versengést, félnek és frusztráltak tőle, a sikeres embereket pedig egyszerre irigylik és megvetik. Ugyanígy viszonyul a versengéshez a környezetük is. A verseny helyes, közösséget is segítő felfogását így vélhetően nincs módjuk megtanulni sem otthon, sem az iskolában. Ezek után nem meglepő, hogy a fiatalok nem tekintenek jó szemmel a demokratikus politikai versengésre sem. Sőt, a politikával kapcsolatos előítéleteik, ismereteik és tapasztalataik alapján a kompetitív politikai rendszerről még rosszabb véleményekkel vannak, mint a gazdasági versenyről.

Összefoglalva tehát a magyar fiatalok demokráciaképét, abban a politikai versengés pozitív hatásainak tagadása jelenik meg, nagy jelentőséget kapnak a személyes és anyagi biztonsággal összefüggő elemek, háttérbe szorulnak viszont a politikai és szociális jogok, értékek. Az adatok a kisebbségekkel és a marginális pozícióban lévőkkel szembeni tolerancia és szolidaritás alacsony szintjéről tanúskodnak.

A politikai rendszerekről, hangsúlyosan a demokráciáról, illetve a diktatúráról alkotott vélemények nem azt jelzik, hogy a fiatalok egyértelműen a demokrácia mellett állnak ki. Az Ifjúság 2012 kutatás megállapítja³³, hogy a megkérdezetteknek csupán 40 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a demokrácia minden más politikai rendszernél jobb³⁴. Ez nem jelenti azt ugyanakkor, hogy jelentős számú fiatal inkább a diktatúrát pártolná, mert mindössze 5 százaléka vélte úgy, hogy bizonyos körülmények között jobb a diktatúra, mint a demokrácia. Sokkal jobban jelzi az érdektelenséget az, hogy 31 százaléuk számára az egyik rendszer olyan, mint a másik. A bizonytalanságot pedig az, hogy majd' minden negyedik fiatal (24%) nem tudott, vagy nem akart válaszolni a kérdésre. Az pedig, hogy a 2008-as Ifjúság kutatáshoz képest nem történt érdemi változás, a demokráciára nevelés kudarcát jelzi.

A szocializáció hatótényezői

A család

A politikai szocializáció a szocializációs folyamat részeként nem vizsgálható külön a szocializáció egészétől, különösen nem fiatal korban. Színterei azonosak a szocializáció elsődleges (család) és másodlagos színtereivel (kortárs csoport, iskola, munkahely, tömegkommunikáció)³⁵. Ugyanakkor a politikai szocializáció szakirodalmában egyetértés van abban, hogy **a gyermek társadalmi személyiségének formálódásában a család játssza a meghatározó szerepet**, már csak érzelmi kötelékei miatt is – hívja fel a figyelmet Szabó Ildikó és Falus Katalin³⁶. A gyermekek politikához fűződő viszonyára gyakorolt erős családi befolyást támasztják alá Csákó Mihály megfigyelései is. Szerinte **a család tulajdonképpen átörökíti a szülők politikai érdeklődéssel, politikai részvétellel kapcsolatos mintáit a gyermekekre. Minél erősebben van ugyanis jelen a politika egy család életében, annál**

³² Fülöp, M. (2007): Az egyén versenyképességének lehetőségei.

³³ Oross Dániel: *Társadalmi közérzet, politikához való viszony* in Magyar Ifjúság 2012 (2013)

³⁴ A kérdésfeltevés a következő volt: „A következő kijelentések közül melyik áll közelebb az Ön véleményéhez?” A válaszopciók pedig a következők voltak: (a) *a hozzám hasonlók számára az egyik rendszer olyan, mint a másik*; (b) *bizonyos körülmények között a diktatúra jobb, mint a demokrácia*; (c) *a demokrácia minden más politikai rendszernél jobb*.

³⁵ Ld. bővebben: Csákó M. (2004): Ifjúság és politika. 541.

³⁶ Szabó I., Falus K. (2000): Politikai szocializáció közép-európai módra. 387.

valószínűbb, hogy a családban felnövő gyerek korábban és nagyobb érdeklődéssel fordul a politikainak tekintett jelenségek felé.³⁷

A gyermekek a családban sajátítják el azon készségeket és képességeket, amelyek nemcsak későbbi iskolai előmenetelük szempontjából, de az őket körülvevő világban történő eligazodáshoz is minden más tényezőnél, hatásnál nagyobb jelentőséggel bírnak. Sok esetben a családi szocializációra vezethetők vissza a társadalmi egyenlőtlenségek is, melyeket később az iskola már képtelen enyhíteni. Ez az egyenlőtlenség számos területen jelentkezik. **Témánk szempontjából azonban elsősorban az információhoz való hozzáférés, a médiatudatosság, a politikáról kialakított kép, a demokratikus értékek iránti elkötelezettség (igény), valamint az állampolgári tudatosság szempontjából releváns a családi szocializáció, bár a demokratikus közéletben való aktív részvételhez fontos számos más kompetenciát is elsősorban ebben a közegben sajátíthat el a gyermek (pl. együttműködés, érdekképviselés, vitakultúra, konfliktuskezelés).**³⁸ Alapvetően meghatározza ugyanis a fiatalok későbbi közéleti érdeklődését, aktivitását és politikával kapcsolatos tudását, hogy milyen mintákat látnak otthon például a hírfogyasztást vagy a demokratikus részvételi formákat illetően. **Legerőteljesebben pedig a politikai preferenciák továbbadásában érvényesül a családi szocializáció hatása, és abban hogy a politikai orientációk folyamatossága sokszor több nemzedéken keresztül is kimutatható.** Tehát a családon belüli interakciók, a közös beszélgetések visszaszorulása a legnagyobb akadály a sikeres családi szocializációnak.

Bár a család általános szocializációban betöltött szerepével kapcsolatban nincs egyetértés a kutatók között, **abban egyetértenek, hogy a család politikai szocializációban betöltött szerepe negatívvá vált a rendszerváltás után,** a család nem tudja betölteni ebbéli feladatait. Ezt jelzik az arról szóló megállapítások, hogy milyen magatartásformákat és véleményeket sajátítanak el a fiatalok a családban a politikával kapcsolatban. Csőzik Rita szerint **a gyermekek döntő többsége a családban a politikai élettől való távolságtartást sajátítja el,** mivel otthon egyfajta **tabuként kezelik a politikát.**³⁹ Szabó Andrea és Kern Tamás szerint a családi közeg a fiatalokat elsősorban a politikai hatalommal való konfliktusmentes viszony kialakítására készíti, aminek hatására háttérbe szorul a politikai értékek átadása, és a **konformizmus** nyer teret.⁴⁰ Ennek következtében a fiatalokban a szocializációjuk során nem, vagy csak kevéssé alakul ki a politikai részvétel igénye, **passzivitásra szocializálódnak. Így magukra maradnak a politika világában való eligazodással, és megerősödik bennük az a tudat, hogy a politika független a mindennapoktól.** A távolságtartás jegyében a fiatalok elzárkóznak az intézményes politizálástól, a civil aktivitástól, és egyáltalán a kollektív szereplési formáktól.

³⁷ Csáky M. (2011): Állampolgárokat nevel-e az iskola? 104.

³⁸ Szorosan kapcsolódik e témához a szülők iskolai végzettsége, mint a családi környezetet megalapozó, a szocializációt befolyásoló tényező. A szülők iskolai végzettsége és a fiatalok politikához, demokráciához való viszonya közötti konkrét összefüggésekről ld. a 4.1. fejezetet.

³⁹ Csőzik R. (2012): Átalakult lázadás. Magyar egyetemisták és főiskolások politikai szocializációjának változása. 45-64.

⁴⁰ Szabó A., Kern T. (2011): A magyar fiatalok politikai aktivitása. 45-64.

Az iskola

Az iskolának is kiemelkedő szerep jut a politikai szocializációban. Jelentősége nem éri el ugyan a családot, de már-már vetekszik vele. Már Szabó Ildikó és Örkény Antal 1996-os felmérése is jelezte, hogy az iskolarendszer meghatározó szerepet játszik a fiatalok politika iránti bizalmának, politikai érzelmeinek és ismereteinek alakulásában.⁴¹ A közoktatás ugyanis – elméletben – segíthet a fiatalok családi háttéréből adódó, hozott különbségek csökkentésében, az átadott ismeretek, elsajátított kompetenciák és a közösségi helyzetek gyakorlása révén pedig felkészít a későbbi munkahelyi, társadalmi és közéleti helytállásra. A fiatalokról szóló kutatások szinte mindegyike azonban azt mutatja, hogy **a magyar közoktatás nem tölti be azt a szerepet, amely elősegíthetné a tudatos állampolgárrá válást.**

A rendszerváltás előtti kor átpolitizált intézményeit az új rendszerben az intézmények depolitizálása váltotta föl, a pártokat és ifjúsági szervezeteiket kitiltották az oktatási intézményekből. Ma már azonban jól látszanak ennek a lépésnek a káros következményei. Csákó Mihály szavaival élve ugyanis **a (párt)politika kirekesztése révén a teljes politikumot kizárták az iskolai falai közül. Az intézkedés nem csak azt jelentette, hogy pártok nem folytathattak direkt politikai tevékenységet az iskolában, hanem azzal a következménnyel járt, hogy minden a politikáról szóló vagy ezzel kapcsolatos ismeret és gondolat gyanússá és tilalmassá vált** – egy-két tantárgy szorosan vett tananyagán kívül. A politika a kilencvenes évek során egyre ritkábban volt téma az iskolában a gyerekek között, és még kevésbé tanár és diák között.⁴² Ezt támasztja alá az előző alfejezetben bemutatott 12. ábra az *Iskola és társadalom 2008* kutatásból, amely szerint tanárokkal mindössze a diákok 11 százaléka beszélget politikáról a tanórák keretében, órákon kívül pedig csak 3,1 százaléka.

A politikai, közéleti témák száműzésének következménye, hogy Csákó Mihály kutatásai szerint a középiskolások negyedrésze nem észleli társadalmi-politikai ismeretek forrásának az iskoláját. Ez szerinte nem azt jelenti, hogy nem tanulnak e téren semmit az iskolában, hanem azt, hogy amit megtanulnak, arról nem ismerik fel, hogy társadalmilag releváns, hasznos ismeret. **A magyar iskola tehát nagyon hiányosan teljesíti az állampolgári nevelés feladatát.** Alig segít felismerni, hogy az állampolgárnak jogai vannak, és kevésbé segít annak elsajátításában, honnan ismerhetik meg jogukat és hogyan élhetnek velük.⁴³

Ennek eredményeként az **oktatási rendszer képtelen kezelni a családi szocializáció esetleges hiányosságait.** Nemhogy kiegyenlíteni, de még csökkenti sem képes a hozott különbségeket, sőt, szélsőségesen felerősíti ezeket a gazdasági és leginkább a kulturális töke egyenlőtlenségeinek tekintetében. Magyarország egyike azoknak az országoknak, ahol a legnagyobbak a képességekülbségek a különböző társadalmi rétegekből érkező tanulók között (ld. PISA-felmérések). Igaz ez a fiatalok politikai szocializációjára is. Szabó Ildikó és Falus Katalin szerint a poszt szocialista országok mindegyikének sajátossága, hogy **az iskolarendszer inkább reprodukálja a politikai kultúra megtanulásában is az előnyöket és a hátrányokat, mintsem csökkentené a különbségeket.** Bár a politikával szembeni negatív

⁴¹ Szabó I., Falus K. (2000): Politikai szocializáció közép-európai módra. 389.

⁴² Csákó M. (2004): Ifjúság és politika. 545.

⁴³ Csákó M. (2011): Állampolgárokat nevel-e az iskola? 107-112.

érzelmet alapvetően a családból hozzák magukkal a fiatalok, az iskolai szocializáció nem tud változtatni ezeken a mintákon.⁴⁴

A kortárscsoport

A serdülőkori kapcsolatok, csoportok speciális politikai szerepet töltenek be, mivel erőteljesen befolyásolják a politikai szocializáció folyamatát.⁴⁵ Szalai Erzsébet a radikális jobboldali szervezetekhez kötődő fiatalok kapcsán jutott arra a következtetésre, hogy vagy egyáltalán nem képesek megfogalmazni egyéni identitásukat, vagy pedig ez az identitás igen gyenge, töredezett, így csakis kollektív identitással rendelkeznek. Szalai ugyanakkor felhívja a figyelmet, hogy a **fiatalok többsége a közösségi életet alig ismeri. Ma már nincs olyan élethelyzet, ahol megismerhetnék a közös munka, a közös gondolkodás metódusait, valamint az egymás iránti felelősségvállalást.**⁴⁶ Ez utóbbi különösen fontos nem csak az állampolgári tudatosság vagy a demokratikus értékek iránti elkötelezettség tekintetében, de a politikai részvétel, illetve az esetleges politikai szerepvállalás tekintetében is. Épp az egymás iránti felelősségvállalás ugyanis az, ami ösztönzi a másikért, a közösségért való tenni akarást.

Politikai környezet

Kormányzati, strukturális keretek

A rendszerváltást megelőzően, az 1980-as évek utolsó éveiben egyszerre jelentek meg az államszocialista ifjúságpolitika leépítését és egy új politika kialakítását célzó lépések. A Kommunista Ifjúsági Szövetség (KISZ) és utódszervezetei megszűnését, illetve átalakulását követően megalakuló országos ifjúsági képviselő (Magyar Ifjúsági Szervezetek Országos Tanácsa) nem volt képes kikényszeríteni az intézményes, valódi részvételt biztosító párbeszéd rendszerének működtetését. Az intézményes keretek megvalósításához sem az anyagi források, sem a megfelelő fórumok, szervezetek nem voltak biztosítottak; lényegében ez mind a mai napig változatlan.

A rendszerváltás óta regnáló kormányok, pártok egyike sem fordított kellő figyelmet az ifjúságpolitikai célok meghatározására. Azt láthattuk, hogy a pártok programjaik és tevékenységük során sokszor nem is tekintettek külön, önálló területként az ifjúságpolitikára, az erre vonatkozó elképzeléseiket más szférákon – pl. családpolitika, oktatáspolitikai – keresztül kívánták és kívánják meghatározni.

Viszonylagos fordulópontot jelentett az 1998-as kormányváltás, amikor is az első Orbán-kormány megalakulásával az ifjúsági ügyek állami kezelése átrendeződött. Az Országgyűlés döntése alapján állandó bizottságként létrehozták az Ifjúsági és sportbizottságot, valamint Ifjúsági és Sportminisztérium néven külön tárcát is kapott a terület. Ez az új intézményesített rendszer uniós gyakorlatok és irányelvek szerint épült fel. Az 1998-2002-es ciklus második felében megkezdett jogalkotási tevékenység még inkább a politika horizontjába emelte az ifjúsági ügyeket. A 2000-ben elkészített és társadalmi vitára bocsátott ifjúsági törvény

⁴⁴ Szabó I., Falus K. (2000): Politikai szocializáció közép-európai módra. 389-392.

⁴⁵ Id. bővebben: Uo.

⁴⁶ Szalai E. (2011): Koordinátákon kívül. 181.

államigazgatási, szakmai és társadalmi vitája nagy lendülettel indult, melyet azonban menet közben elveszített. Így az ifjúsági ügyek továbbra is csak egy szűken értelmezett ágazati területre terjedtek ki, és nem érintették a fiatalok élethelyzetét alapvetően befolyásoló egyéb politikák tartalmát. Az ifjúsági tárca érdekérvényesítő képessége alacsony maradt a tárcaközi koordinációban.

A minisztérium a 2002-es kormányváltást követően még megmaradt, de 2004-ben kibővült, és Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztériumként működött tovább, az ifjúságügy fontossága pedig ismét leértékelődött. 2006 után már egyik minisztérium nevében sem találjuk meg az ifjúsági területet nevesítetten, mint ahogy hatékony kormányzati munkáról sem beszélhetünk ezen a téren. Ebben 2010 sem hozott változást: a második Orbán-kormány talán a legtöbb szakmai kritikát épp a fiatalokat kiemelten érintő területeken – például az oktatás és a felsőoktatás terén – tett intézkedéseiért kapta.

Pártpolitikai keretek

1989-90-től nézve a magyar párttörténetet azt látjuk, hogy három párt – a rendszerváltáskori Fidesz, a Jobbik és az LMP – esetében is használatossá vált a generációs vagy nemzedéki pártként történő meghatározás, ugyanakkor a fiatalok ténylegesen nem kerültek meghatározó politikai szerepbe az elmúlt több mint 20 évben. A felsorolt és részben nemzedéki alapon szerveződő pártok ugyanis önmagukban nem voltak és ma sem képesek aktivizálni a fiatalok többségét.

Mindegyik párt csupán a fiatalok egy részének megszólítását tudta megvalósítani. Mind támogatottságát, mind pozícióját tekintve kis pártként volt leírható a néppártosodása előtti Fidesz, mint ahogyan ma kis párt az LMP is, és önmagában csak a fiatal támogatóit tekintve ebbe a kategóriába lenne sorolható a Jobbik is.

Egyik nemzedéki alapon szerveződő párt sem került a kormányzás közelébe az elmúlt években. Amikor a Fidesz 1998-ban megkapta ezt a lehetőséget a választóktól, nemzedéki pártként már nem volt jellemezhető, sokkal inkább néppártként. Így a fiatalokhoz elvben legközelebb álló első Orbán-kormány kapcsán sem beszélhetünk arról, hogy előtérbe kerültek volna a fiatalok politikába történő bevonását célzó üzenetek és intézkedések, a fentebb említett kedvező folyamatok ugyanis rövid időn belül elhaltak. A rendszerváltás utáni magyar kormányok és politikai szereplők hagyományos célcsoportja ugyanis sokkal inkább az idősebb generációk voltak, nem függetlenül a demográfiai és a politikai részvétellel tekintetében megjelenő adottságoktól.

Az idősek népességen belüli arányának jelentős növekedése a munkaképes korúak részarányához képest jelentős gazdasági és politikai kockázatokkal is jár. Egyre nagyobb teher nehezedik a társadalombiztosítási ellátó rendszerekre, miközben ezek átalakításához éppen az egyre több idős választó miatt nem kapnak politikai támogatást a kormányok. Ebből a szempontból lényeges, hogy ráadásul az időskorú választók tekinthetők politikailag a legaktívabbnak. Két trend erősíti tehát egymást: a relatíve magasabb létszámú idősek relatíve magasabb politikai aktivitása fordítja felénk a pártok figyelmét.

Részben ennek a kettős trendnek a következtében a rendszerváltás óta szinte valamennyi kormánynál megfigyelhető volt, hogy tartózkodtak a nyugdíjasokat hátrányosan érintő politikai döntések meghozatalától. Mindez előbb növekvő, majd rendszerint a fiatalok kárára átrendeződő állami kiadáshoz vezetett. A válság hatására ráadásul minden államnak le kellett faragnia a jóléti kiadásaiból, így növekedett a sokszor generációs vetülettel jellemezhető társadalmi feszültség.

A politikai szereplők jól láthatóan továbbra igyekeznek az idők érdekeit támogató döntéseket hozni, de legalábbis tartózkodni a komolyabb érdeksérelmekről, konfliktusokról. Ez világosan megfigyelhető a jelenleg kétharmados parlamenti többséggel bíró második Orbán-kormány esetében is. A miniszterelnök többször teljesen nyíltan meg is fogalmazta még a hozzá köthető fiatal jobboldali véleményformáló holdudvar számára is, hogy a nyugdíjas generációk legfőbb érdekei politikai megfontolások miatt nem sérülhetnek, szemben a fiatalok érdekeivel, akiket az oktatás és a felsőoktatási rendszer átalakítása igen érzékenyen érint.

A fentiekből eredően a fiatalok legnagyobb része (a korábbi kormányok idején és most is) idegenkedéssel, bizalmatlanul vagy egyszerűen érdektelenséggel tekint a politikára. Körükben kevés az aktív állampolgár, és sokan ma már nem pusztán a közéletből való kivonulást vagy távolmaradást, hanem egyenesen az országból való elvándorlást választják (lásd fentebb).

Hosszú távon ez a folyamat rendkívül negatív hatással bír bármely politikai berendezkedés jövőjére, konszolidációjára nézve. Ahogy ugyanis az 1989-90-ben lezajlott rendszerváltást követően nem ment végbe a magyar alkotmányos berendezkedés társadalmi konszolidációja, úgy könnyen ez a sors várhat a jelenleg kiépülő rendszerre is. A fiatal korosztályok felnövekedésével a gazdasági és politikai viszonyokkal kapcsolatban kialakuló csalódottság, valamint a kormányokkal szembeni elégedetlenség kiterjedhet a politikai rendszer egészére. Épp úgy, ahogyan az utóbbi tíz évben is felgyorsult az intézményekbe vetett bizalom erodálódása.

A most regnáló kormány 2012. január 18-án mutatta be az Új Nemzedék Jövőjéért Programot⁴⁷. A keretprogram a 14-35 éves korosztály problémáira kíván választ adni és megoldást nyújtani. A program az ifjúság négy kiemelt – állampolgárság, otthon, karrier, szabadidő – problémakörére igyekszik reflektálni és javaslatokat megfogalmazni. A program létrejötté minden bizonnyal nem független a fiatal korosztályok egyre növekvő elvándorlási hajlandóságától, a tervből is egyértelműen kiolvasható, hogy az elsődleges cél a fiatalok itthon tartása. Ugyanakkor figyelemmel kell lenni arra, hogy a terv több olyan elemet – pl. otthonteremtés, nők munkaerőpiaci helyzetének segítése – is tartalmaz, melyek elsősorban nem az ifjúságpolitika keretében kezelendők a kormány által.

Az ilyen, és ehhez hasonló programok hatásukat azonban csak több éves, kormányzati ciklusokat átívelő, a benne foglaltakat következetesen képviselni hivatott politika következtében fejthetik ki. Ehhez pedig kevés, hogy a program koordinációjáért felelős kormányzati biztos mandátuma immár több alkalommal is meghosszabbításra került, vagy hogy az éppen aktuális kormányok tökéletesnek tartják magukat és bíznak saját leválthatatlanságukban. **Mint több más hosszú távú programot igénylő társadalompolitikai területen (pl. népesedéspolitika), a fiatalok ügyében is politikai oldalak közötti**

⁴⁷ http://www.ujnemzedek.hu/files/tiny_mce/keretprogram0116.pdf

egyetértésre, vagy legalábbis kompromisszumokra lenne szükség. Ez azonban ma kilátástalannak látszik, különösen akkor, ha az egymással szemben álló felek például épp az elvándorló fiatalok „hazatérítésében” versenyeznek egymással, mégpedig leginkább azzal, hogy a kivándorlás felgyorsulásáért egymást teszik felelőssé. Ha valami, akkor ez biztosan nem teremt vonzó környezetet a visszatéréshez.

Nem meglepő tehát, hogy a fiatalok körében nem érzékelhető jelentős pozitív változás a saját helyzetük jobbra fordulására vonatkozó várakozásokat illetően. Az elvándorlási kedv nem mérséklődött, és egyelőre nem mutatkoznak annak jelei, hogy a fiatalok nyitottabbak lennének a politika, vagy akár az állampolgári, közéleti ügyek iránt.

Szubkulturális keretek

A magyarországi ifjúságkutatások egyik általános megállapítása, hogy a fiatalok kapcsán nem beszélhetünk egységes generációról, mivel hiányzik a korosztály gondolkodását, politikához való hozzáállását meghatározó közös alapélmény. A felmérések alapján legfeljebb az ezredforduló után a 2002-es választási kampányidőszakot, illetve a 2006 őszén történeteket tekinthetjük közös alapélménynek. Ahogy azonban Keil András is utal rá egy tanulmányában⁴⁸: a fiatalok körében mindezek is inkább csak megerősítették a politikától való elfordulást és a politikai szereplőkkel szemben érzett bizalmatlanságot. 2006 őszének emléke is elsősorban csak a szélsőjobb oldalon, illetve a Fidesz táborának egy részében bír közösségsszervező erővel, a fiatalok más csoportjaiban nem.

Ezen a ponton felmerül az a kérdés, hogy milyen politikailag releváns ifjúsági szubkulturákról beszélhetünk egyáltalán Magyarországon. Szabó Andrea és Kern Tamás kutatásai alapján a Jobbik holdudvarát alkotó **„kuruc.info nemzedéket”** és a legtöbbször az LMP-vel kapcsolatba hozott **„critical mass nemzedéket”** szokás említeni.

Keil András leírása szerint utóbbi csoport tagjaira jellemző egy „alternatívna” nevezhető fogyasztói mentalitás, amely részben tudatosan szembe megy a mainstream fogyasztói profillal. Vásárlásaikkor odafigyelnek az egészség- és a környezetvédelem, valamint a méltányosság szempontjaira, előnyben részesítik a bio és/vagy háztáji, termelői, illetve a méltányos kereskedelemből származó termékeket, inkább piacon, mint hipermarketben vásárolnak. Bár e fogyasztói mentalitás bizonyos elemeiben hasonlóságot, átfedést mutat a szélsőjobb fogyasztói elveivel (pl. hazai termékek előnyben részesítése), a mozgatórugók különböznek (a „nemzeti” szempont helyett környezetvédelmi és közösségi megfontolások).

E sajátos fogyasztói profil mellett a „Critical Mass” csoport tagjait feltehetően egy sajátos értékorientáció is jellemzi, amelynek előterében a posztmateriális, közösségi, szociális és környezeti értékek, valamint a társadalmi és nemzetközi szolidaritás állnak. A csoport tagjait megkülönböztető sajátos jellemzők ellenére mégis sok jele annak, hogy a „kuruc.info nemzedék”-hez hasonló egységes szubkulturáról beszélhetnénk. **Bár a szélsőjobb oldali szubkulturához hasonlóan a „Critical Mass” csoport is nagyon sokrétű, önszerveződő hálózatokban gazdag társadalmi szegmens, de hiányzik belőle az a szoros kapocs, összetartó erő, amely a radikális táborban a nacionalizmus. Ennek alapján a „Critical Mass” csoportot inkább „életmód-csoportként” határozhatjuk meg, amelynek tagjait a**

⁴⁸ Keil András: Adalékok a Critical Mass nemzedékről. Az egyetemista-főiskolás LMP szavazók jellemzése. In: Szabó Andrea (szerk): Racionálisan lázadó hallgatók. Apátia - radikalizmus - posztmaterializmus a magyar egyetemisták és főiskolások körében I. Belvedere Meridionale. Szeged, 2012. 157-182.

hasonló értékorientáció, fogyasztási szokások és életmód kapcsolja össze, míg a szélsőjobb szubkultúrát „identitás-csoportként” értelmezhetjük, amelynek tagjait a közös identitás („nemzeti radikális”) fogja össze, sokkal szorosabb kötődést teremtve tagjai között.

Ezen túl más, politikailag releváns szubkulturaként leírható csoportról a fiatalok körén belül aligha beszélhetünk. A nyilvánosságban – azon belül is főként a blogoszférában – jelen lévő, és időnként akár meghatározónak tekinthető baloldali, liberális, vagy éppen a jelenleg talán legnépszerűbb ifjúkonzervatív véleményformálók köre semmiképpen nem tekinthető ilyennek. A valóságos, politikailag is aktív ifjúsági közösségek kínálata összességében tehát nagyon szűk.

Civil-társadalmi keretek – beszélhetünk-e egy új nemzedék születéséről?

A legtágabb értelemben vett politikai környezetet tekintve van egy közös jellemzője a fiatalok azon csoportjainak, amelyek az utóbbi években a politikai színtéren megjelentek. Ez pedig az, hogy mindannyian a politika megújítását, a politika újraértelmezését ígérték, amivel nem pusztán a „rég” politikai szereplőket bírálták, hanem magának a képviseleti rendszernek is egyfajta kritikáját adták. Legyen szó akár a Jobbikról, akár az LMP-ről, akár az Orbán-kormány oktatási intézkedései ellen szerveződő diáktüntetések szereplőiről, valójában egyfajta politikán kívüli, jobb híján „civilnek” nevezett pozícióból beszélve hirdettek új politikát.

Paradox módon tehát még az alapvetően pártpolitikai célokat megfogalmazó Jobbik- és LMP-szimpatizánsok jelentős része is „civilnek” tartja magát. Elképzelésük szerint a rossz, csak a hatalomért küzdő pártokkal szemben a „civilek” egy azonos érdekekkel jellemezhető, egységes, jó és tiszta közösséget képviselnek. Ez pedig kétségtelenül együtt jár bizonyos mértékű önszerveződéssel, amely az „alulról létrejövő” közösségekhez való tartozás élményét képes nyújtani.

De ugyanez a felfogás jellemző például a Hallgató Hálózatra, amelynek egyik aktivistája 2013 tavaszán a következőket írta: *„Általános alapvetés: Magyarországon a politikát pártok csinálják. Következtetés: ha valaki politizál, akkor azt azért teszi, hogy valakit hatalomra jutasson. Teljesen ésszerű, ha valakinek így jár az agya, csak azzal nem számol, hogy ez nem az egyetlen lehetőség. A civil politizálás pontosan ezt a rendszert akarja megkerülni, és emberek pozícióba juttatása helyett (hogy majd ők csinálnak valami jót, vagy legalább jobbat ha egyszer hatalmat kapnak) az ügyekért való kiállás, közvetlen beleszólás az eszköze, célja.”*⁴⁹

A tanulmányunk elején említetteknek megfelelően oda jutunk vissza tehát, hogy a fiatalok többsége számára a hatalomnak és a politikának kizárólag negatív jelentése van, amivel csak visszaélni lehet, de „élni” nem. **A politika ezen újradefiniálási kísérlete egyfajta apolitikus politizálás, amely a politika és civil társadalom fogalmának teljes félreértéséről tanúskodik, épp ezért eleve kudarcra van ítélve.** Mert ebben az értelmezésben - ahogy ezt a problémát eddig talán a legpontosabban leíró Berkovits Balázs fogalmaz - „[...] a közösségért való cselekvés nem politika, hanem éppen a „nempolitika”, a politika színteréről

⁴⁹ Birtalan Gy. Gergő: Még mindig menjetek a p***ába, Hallgatói Hálózat, 2013. április 12. http://hallgatoihalozat.blog.hu/2013/04/02/mi_a_helyzet_bajnai_gordonnal

való kivonulás, amely abban a makacs hitben fogan, hogy jelenleg létezik még más szintér is. Ezt az apolitikus politikát néha – pl. a felsőoktatásban szervezkedők – úgy nevezik meg, igencsak tévesen, hogy „szakpolitika”, s ezen egyszerre értenek valamiféle szakszervezeti tevékenységet (jóllehet Magyarországon ilyen jellegű érdekképviselések egyáltalán nem léteznek) és a „szakértelem” érvényesítését, amellyel ők rendelkeznek. Azt vallják, nem politikáról van szó, csupán a szakértelem kér beleszólást, meg az adott ágazat követeli törvényes jussát. Néha pedig „civil politikaként” határozzák meg tevékenységüket, ami korántsem teszi világosabbá, hogy miről is van szó.”⁵⁰

Amíg ez marad az uralkodó felfogás, addig aligha beszélhetünk új nemzedékről a politikában, a fiatalok többsége pedig a kivonulást fogja választani, a politikai részvétel helyett.

⁵⁰ Berkovits Balázs: Ellenzék és apolitika. Szuveren.hu, 2013. július 15. <http://szuveren.hu/politika/ellenzek-es-apolitika>

2. Hogyan mobilizálhatók a fiatalok? – best practices

A fiatalok választási mobilizációja világszerte komoly problémát okoz, mivel általánosságban is nehéz őket megszólítani, politikai aktivitásuk – országonként változó mértékben, de majd minden fejlett demokráciában – relatíve alacsonynak mondható. Ezen már számtalan program, szervezet, kampány vagy akár törvényjavaslat próbált változtatni a világ számos pontján – több-kevesebb sikerrel. Az alábbiakban a sikeresebbnek mondható példákat tekintjük át.

USA és Kanada

A legszervezettebb, legsikeresebb és a legtöbb tanulsággal szolgáló próbálkozások az USA-ban történtek. Az immár 21 éve aktívan tevékenykedő **Rock the Vote**⁵¹ nonprofit szervezet, amely az USA fiatal választóinak mobilizálását tűzte ki célul, a legismertebb és a legsikeresebb kezdeményezések közé tartozik. A Rock the Vote alapvetően – nevéhez híven – a zenével és a popkultúrával összekötve próbálja aktív politikai pályára terelni a fiatalokat, felkarolva nemcsak a mainstream, de az underground zenei irányzatok képviselőit – így közvetve azok potenciális szavazóit – is. A támogatók között található például Madonna, Christina Aguilera, will.i.am vagy éppen a N.E.R.D..

A zenei vonal mellett nagy hangsúlyt kap a potenciális szavazók interneten és mobiltelefonon történő megszólítása, az aktív utcai jelenlét vagy az olykor meglehetősen agresszív, ám a fiatalokat jobban elérő reklámkampányok is.⁵²

A hagyományos úton a legtöbb fiatal nehezen vagy egyáltalán nem elérhető a politikai pártok számára: aki sikerrel kíván járni ezen a téren, annak új kampányelemekre kell támaszkodnia, mint például a Facebook aktív használata, a gyors online regisztráció, vagy akár az sms-ben történő értesítés, ahogy ezt a Rock the Vote által az aktivisták számára készített instrukciós könyv is jól prezentálja.⁵³

A szervezet célja nem csupán az, hogy regisztrációra, majd szavazásra bírja a fiatalokat, hanem az is, hogy segítsen megtalálni a bizonytalanoknak azt a politikai irányzatot, pártot, amelyik a legközelebb állhat hozzájuk. **Nem csak egy rövid távú, a választások előtti kampányidőszakra koncentráló kezdeményezésről van tehát szó, hanem a fiatalok politika iránt érdeklődő, aktív állampolgárokká „neveléséről”** – közvetítő közegként felhasználva a hozzájuk közel álló kultúrát.

A Rock the Vote jelentős sikereket könyvelhetett el a 2008-as választások során. Szignifikáns javulást értek el a regisztrált fiatalok számát illetően: több mint 2 millió regisztráció történt a

⁵¹ Rock the Vote: <http://www.rockthevote.com/home.html>

⁵² Rock the Vote Campaign, 2008 Elections: <http://www.behance.net/gallery/Rock-The-Vote-2008-Election/222143>

⁵³ Winning Young Voters – A Handbook for Campaigns, Candidates, Political Parties & Organizations: <http://www.rockthevote.com/assets/publications/research/winning-young-voters.pdf>

szervezeten keresztül.⁵⁴ Meggyőzőek az adatok a fiatalok hosszú távú politikai érdeklődése kapcsán is: a szervezet felmérése szerint azok 77%-a, akik 2008-ban a Rock the Vote-on keresztül regisztráltak, a 2010-es időközi választásokon is szavaztak.⁵⁵

2007-ben a Rock the Vote partnerprogramot indított a George Washington Egyetem Politikai Kutató Intézetével, a **Young Voter Strategies** szervezettel, amelynek keretében a fiatal amerikai szavazókat és az Y-generáció politikai aktivitását vizsgálták.⁵⁶



Forrás: [Rock 104](#)

A 2012-es választásokra egy másik szervezet, a **L.O.V.E (Let One Voice Emerge)**⁵⁷ is működésbe lépett, amely a Rock the Vote-hoz nagyon hasonló céllal, üzenettel és taktikával igyekezte meggyőzni a fiatalokat a választások fontosságáról. Más civil szervezetek is foglalkoznak az USA-ban a fiatalok választásra ösztönzésével; például a **Circle**⁵⁸ e témában végzett kutatásai hasonló eredményeket hoztak, mint a már említett példák. A legfontosabb megállapítás, hogy az általános tévhitell ellentétben a fiatalok választási kedve nemhogy csökken, de határozottan növekszik az utóbbi időben – legalábbis az Egyesült Államokban.



Forrás: [Crescentspeak](#)

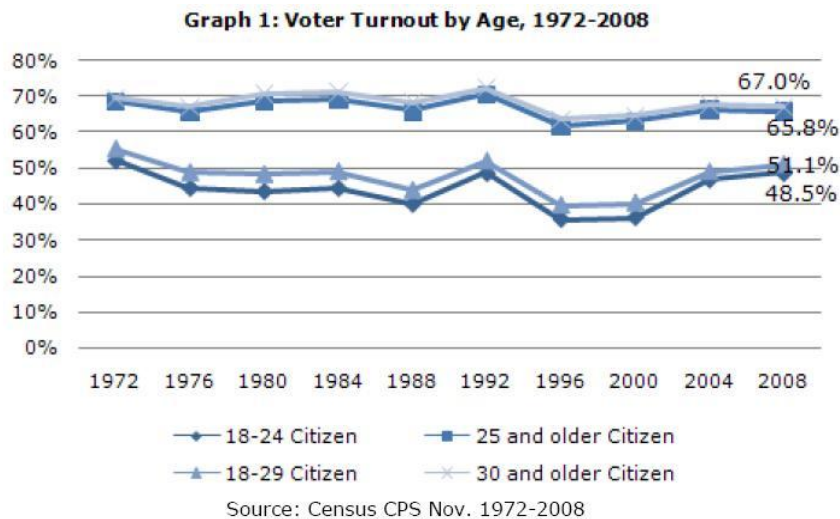
⁵⁴ Rock the Vote Polling Data Reveals Young Voters Remain Engaged, While Battling Feelings of Cynicism: <http://www.rockthevote.com/about/press-room/press-releases/2010rockthevotepoll.html>

⁵⁵ Uo.

⁵⁶ Young Voter Strategies: <http://www.youngvoterstrategies.org/>

⁵⁷ L.O.V.E (Let One Voice Emerge): <http://www.lovevoting.org/>

⁵⁸ Circle: <http://www.civicyouth.org/>

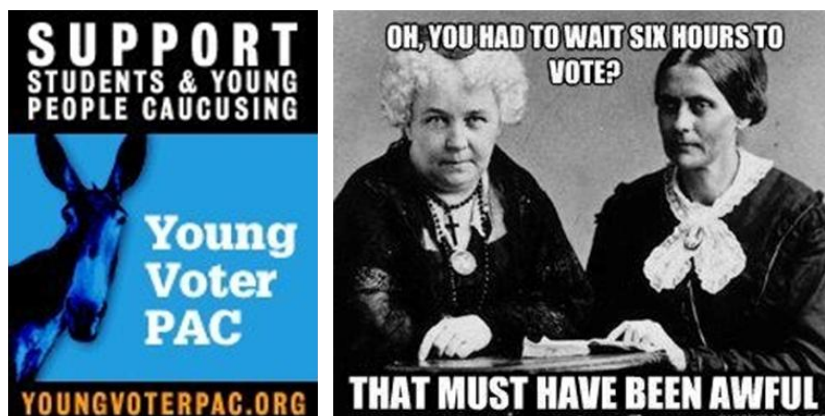


Forrás: Circle

A fiatalok elérését segítő hatások tekintetében szintén nagy az átfedés a Rock the Vote és a Circle között. Mindketten felismerték, hogy **a fiatalokkal folyamatosan tartani kell a kapcsolatot, informálni kell őket a változásokról és a lehetőségeikről, illetve érdemes a politikai tájékoztatást minél hamarabb, akár már az általános iskolában megkezdeni.** Az iskolázottság eleve összefügg a szavazási hajlandósággal: **minél tovább marad egy fiatal az oktatásban, annál nagyobb eséllyel fog aktívan részt vállalni a politikai döntésekben.**

A kutatás másik fontos pontja, hogy a regisztráció jelenti az egyik komoly akadályt a fiatalok és a választás között, ám azon fiatalok, akiket sikerült rávenni a regisztrációra, már igen nagy számban (84%) részt is vesznek a választásokon.⁵⁹

Számos diákszervezet, mint például a **PIRGs**⁶⁰, is folyamatosan buzdítja a diákokat a választásokon való aktív részvételre. A **Young Voter PAC** pedig éppen az ellenkező megközelítést alkalmazza: **a politikusoknak igyekszik segítséget nyújtani abban, hogy miképp is szólíthatják meg a fiatal szavazókat.**⁶¹



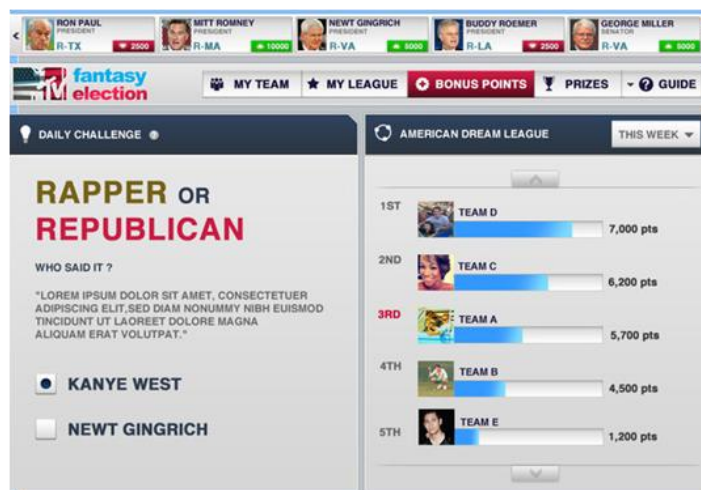
Források: Kevin Bondelli's Blog, Forward This! Together Young Voters Impact Disability Rights

⁵⁹ Why Youth Voting Matters: <http://www.civicyouth.org/quick-facts/youth-voting/>

⁶⁰ PIRGs: <http://www.studentpirgs.org/node/447/>

⁶¹ Young Voter PAC: <http://www.youngvoterpac.org/charter.php>

Az amerikai **nagy cégek** is próbálják a maguk eszközeivel rávenni a fiatalokat a politikában való aktív részvételre. Az **MTV 2012-ben a választásokkal egy időben elindította a maga fantáziaválasztását (Fantasy Election 2012)**⁶², ami interaktívan, egyfajta manager játékhoz hasonlóan mutatta be a politikusokat, pártokat és azok esélyeit. Hasonló eszközhöz nyúlt a **Microsoft**, ami a népszerű **Xbox Live** rendszerén publikálta **Election 2012 HUB**⁶³ néven a saját választási tájékoztató/show programját.



Forrás: *MTV-Fantasy Election 2012*

Voltak persze **kevésbé sikeres próbálkozások** is, mint például a 2006-ban indított, P. Diddy által promotált **Vote or Die!**⁶⁴ **kampány**, ami szintén a fiatalokat kívánta bevonni a politikába, ám – talán a nevéből is könnyedén leszűrhető – túlzottan agresszív hangvétele okán nem tudott megfelelni az eredeti céljának. A szociálpszichológiában régóta ismert a „reaktancia” jelensége⁶⁵: amennyiben a meggyőzni kívánt személy úgy érzi, hogy a meggyőző kísérlet személyes döntési és cselekvési szabadságában korlátozza, akkor szándékosan ellenkezőképpen cselekedhet, mint azt a kommunikátor szeretné, hogy ezzel döntési autonómiáját deklarálja. **Ezt az elvet a konkrét témára lefordítva: minél „agresszívebb” és direkter egy meggyőző kampány, annál inkább ellentétes hatást (a választásoktól való távolmaradást) érheti el, mint az eredeti szándéka volt.** Ez a jelenség különösen fontos lehet a saját szabadságukra és önállóságukra kényes fiatalok meggyőzése esetében.

Hosszú távon mégis hozhatott némi hasznát a kezdeményezés, hiszen rengeteg paródia született a témával kapcsolatban, köztük a mai napig az **egyik legnézettebb South Park epizódot is a Vote or Die! ihlette**⁶⁶.

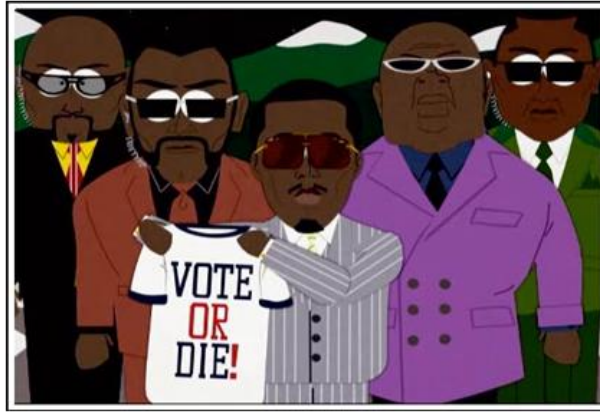
⁶² MTV Fantasy Election 2012: <http://fantasyelection.mtv.com>

⁶³ Microsoft to Launch “Election 2012 Hub on Xbox LIVE”: <http://www.microsoft.com/en-us/news/Press/2012/Aug12/08-23XboxLIVEElectionPR.aspx>

⁶⁴ P. Diddy Announces Campaign To Make Voting 'Sexy': <http://www.mtv.com/chooseorlose/voter101/news.jhtml?id=1489561>

⁶⁵ Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. Academic Press.

⁶⁶ South Park – Vote Or Die: http://hvg.hu/video/20121113_vote_or_die

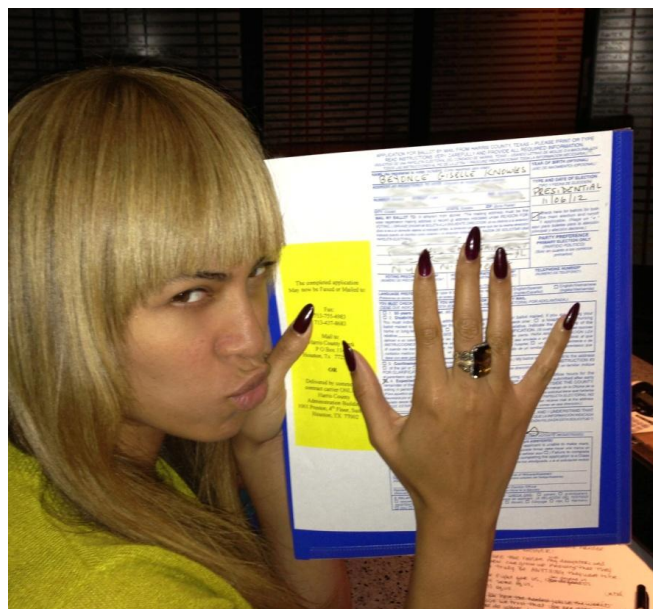


Forrás: [Hammer And Nigel](#)

Márpedig a fiatalok sok szempontból igen fontos részei a politikának. Mi sem bizonyítja ezt jobban, minthogy számos elemző szerint **Obama 2012-ben éppen azért tudta ismételten megnyerni a választásokat, mert – Romneyval ellentétben – önálló és hatásos stratégiával rendelkezett a fiatalok megszólítására.**

Érdeemes megnézni, hogy az Obama-kampánystáb mennyire megfogadta a fiatalok választási szokásaival foglalkozó szervezetek ajánlásait, míg Romney ezekre nem helyezett akkora hangsúlyt. Az eredmények Obamát igazolták, a fiatalok megközelítőleg kétharmada Obamara szavazott 2012-ben.⁶⁷

Obama már a regisztrációs időszakban is igyekezett hírességeket, a fiatalok között népszerű idolokat maga mellé állítani – elég csak Beyoncé híres képére gondolni, ahol a kitöltött regisztrációs lapjával pózol:



Forrás: [Beyonce.com](#)

⁶⁷ Barack Obama holds sway with African American, Latino and young voters:
<http://www.guardian.co.uk/world/2012/nov/07/barack-obama-african-american-latino-young-voters>

Az énekesnő honlapján, Facebook-oldalán és Youtube-csatornáján is rendszeresen felszólított a regisztrációra, illetve még egy külön, csupán az állampolgárok informálására létrehozott weblapot is üzemeltett.

Ahogy Jonathan Kopp a fiatalok megszólításában a valódi forradalmat hozó első Obama-kampány egyik irányító figurája is megjegyzi egy a győztes választások után vele készült interjúban, a fiatalokkal való kommunikáció teljesen más megközelítést igényel, mint egy „hagyományos kampány”.⁶⁸ Megítélése szerint **a fiatalokat nem szabad kitenni túl erős marketing-hatásoknak, sokkal célravezetőbbek az indirekt módszerek, mint, a „to your face” stratégia.** Itt jön be a képbe a közösségi média, ahol a reklámtevékenységet, a népszerűsítő akciókat lényegesen diszkrétebb módon lehet végrehajtani. Kopp szerint a fiatalok sokkal fogékonyabbak a barátaiktól kapott információkra, impulzusokra, mint akár egy nagyköltségvetésű direkt kampányra. Akár az olyan apróságok is sokat számíthatnak, minthogy a kampány során használt mobilkód is a szimbolikus 62262 volt, ami a telefonok billentyűzetére lefordítva kiadta OBAMA nevét.

Az Egyesült Államok szomszédságában, **Kanadában**, az Elections Canada⁶⁹ weblapján például több szekciót is külön a fiataloknak szenteltek.

The screenshot shows the Elections Canada website's 'Young Voters' section. The sidebar on the left lists various voter-related topics. The main content area is titled 'Welcome Students' and includes a section 'Spark interest in voting: We provide the tools!'. This section contains two featured resources: 'Canada at the Polls!' (Audience: Grades 5 to 12) and 'Election off the Shelf' (Audience: Post-secondary students). The 'Canada at the Polls!' resource is described as a student council election guide, and the 'Election off the Shelf' resource is described as a student council election guide for post-secondary students.

Információkat nyújtanak a szavazás menetéről, helyszínekről, időpontokról, de segítséget nyújtanak akár középiskolai projektek megvalósításában is a választásokkal kapcsolatban, mind a tanulóknak, mind a tanároknak. **Kanadában hagyományosan nagy hangsúlyt fektetnek a politikai kultúra oktatására, így fiatal kortól nevelve a gyerekeket arra, hogy aktív, felelős választókká váljanak.**

⁶⁸ Winning the Youth Vote for Obama: A Conversation With Jonathan Kopp by Susan Mach, in: Communication for Social Change Consortium: <http://www.communicationforsocialchange.org/mazi-articles.php?id=393>

⁶⁹ Elections Canada: <http://www.elections.ca/home.aspx>

Némileg a Rock the Vote-hoz hasonló kezdeményezés az **Apathy is Boring**⁷⁰, ami önmeghatározása szerint a zenén, a technológián és a művészeteken át kívánja kimozdítani a fiatalokat a politikai értelemben vett apátiából, buzdítani őket arra, hogy mondják el bátran véleményüket, formáljanak csoportokat és végül természetesen vegyenek részt a választásokon.



Forrás: [Apathy Is Boring](http://apathyisboring.com/en/)

Az amerikai tapasztalatok legfontosabb tanulsága, hogy a fiatalok felé nem a klasszikus és a túl direkt marketing-elemek keresztül vezet az út. Az ő életvitelükhöz és fogyasztói igényeikhez igazodva lehet csak felkelteni bennük az igényt a közéletben – végsősoron a választásokon – való részvétel iránt. A kampány keskeny mezsgyén kell, hogy egyensúlyozzon: át kell ütniük a célcsoport egyébként meglehetősen magas ingerküszöbét, de nem lehetnek elriasztóak túlzottan „propagandisztikus”, kioktató jellegük miatt. Fontos továbbá, hogy a kommunikátorok a fiatalokhoz közeli és számukra hiteles szereplők legyenek: főképp fiatal aktivisták, ismerősök, illetve számukra fontos modellek (rocksztárok stb.).

Távol-Kelet

Nemcsak a hagyományos „nyugati” demokráciákban okoz problémát a fiatalok urnákhoz csalogatása, **Japánban** is folyamatosan csökken a mobilizálhatóságuk: a 2009-es alsóházi választásokon például a 20-29 évesek mindössze 49%-a adta le szavazatát.⁷¹ Japánban a gyenge eredményekért sokan a médiát hibáztatják, miszerint **a kereskedelmi tévében nem foglalkoznak eleget a politikával és a közügyekkel**; az éppen aktuális JPOP együttessel kapcsolatos hírek valószínűleg jóval nagyobb visszhangot gerjesztenek a fiatalok között és a fiataloknak szóló médiában, mint akár az általános parlamenti választások.

A japán közvélemény jelentős része szerint a mai fiatalok teljesen elidegenedtek a politikától és a közügyektől. Szociológusok szerint míg a 60-as években Japánban is átsöpört a diáklázadások szele, addig ma a japán fiatalok „túl elfoglaltak” ahhoz, hogy legyen idejük a politikával foglalkozni, csekély szabadidejük nagy részét pedig tökéletesen kielégíti az igen

⁷⁰ Apathy is Boring: <http://apathyisboring.com/en/>

⁷¹ Why Do Young People in Japan Today Have so Little Interest in Politics?: <http://mitacampus.com/?p=499>

kiterjedt japán szórakoztatóipar, amiben jelenleg nincs helye a politikának. Ahhoz, hogy növekedjen az aktivitás, **újra „divatba” kell hozni a politikát.**

Ez azonban nem egyszerű feladat. Hikita Tamotsu szerint – aki vezető diákaktivista volt a 60-as években, jelenleg pedig az iVote szervezet tagja – a fentiek mellett az sem elhanyagolható, hogy a valódi gazdasági és szociális nehézségek megszűntek az országban, így nincs igazából miért vagy mi ellen harcolni. Véleménye szerint itt érzékelhető **a japán politikai rendszer már-már „túlzott” stabilitása, ami szintén közrejátszhat a fiatalok körében terjedő politikai apátiában.** A japán politikai életbe igencsak nehéz új szereplőként bekerülni, így a fiatalok némileg joggal érezhetik úgy, hogy nincs valódi erejük, nem tudnak valódi változást elérni a japán politikában. Tamotsu azon a vitatható állásponton van, hogy elsősorban ezen kell változtatni, és magának az államnak kell ösztönözni arra a fiatal, ambiciózus japánokat, hogy belépjenek a politika színtereire.⁷²

Az iVote elsősorban az oktatás reformjával kapcsolatos javaslatokkal állt elő, arra a hiányosságra reflektálva, hogy a japán rendszer **hiába adja át az állampolgári alapismereteket, ha egyáltalán nem ösztönzi őket aktív részvételre.** Márpedig felmérések szerint a japán fiatalokban lenne erre hajlandóság: a Twitter elterjedése óta az országban gombamód szaporodnak a politikai tartalmú bejegyzések, de ez még mindig nem hozta el az áttörést; **a közéleti tartalmakra való viszonylagos fogékonyságból tehát nem következik egyértelműen a választásokon való részvétel.**

Ezért vetődik fel immáron egyre magasabb szinteken, hogy korszerűbbé kell tenni a szavazáshoz való hozzáférést, hogy az ki tudja szolgálni a fiatalok és a japán társadalom megváltozott igényeit: az interneten, sőt mobiltelefonon is elintézhetővé kell tenni a szavazást, hogy bárhol, bármikor, pár perc alatt, akár a metrón is túl lehessen lenni rajta. Jelenleg ez a törvényi szabályozás miatt nem lehetséges, ám több cég is kutatja már a biztonságos online választás lebonyolításának lehetőségét, akár egy telefonra letölthető applikáció segítségével.⁷³

Japánhoz hasonló a helyzet **Dél-Koreában**, ahol a fiatalok részéről elsősorban a hagyományos 9-től 18 óráig nyitva tartó szavazó helyiségeket érte kritika, mivel ezen időbeosztás egyáltalán nem felel meg a fiatalok életstílusának. Azon megkérdezett fiatalok közül, akik nem jelentek meg a választásokon, 64% adta meg indokként a szavazóhelyiségek rövid nyitva tartását, ami összeegyeztethetetlennek bizonyult időbeosztásukkal.⁷⁴

⁷² Uo.

⁷³ Matthew J. Wilson – E-Elections: Time for Japan to Embrace

Online Campaigning: <http://stlr.stanford.edu/pdf/wilson-e-elections.pdf>

⁷⁴ South Korean Voters Call for Longer Poll Hours: <http://globalvoicesonline.org/2012/10/02/south-korean-voters-calling-for-longer-poll-hours/>

A távol-keleti példák bár rendkívül távolinak tűnnek, és részben mások is a problémáik (lásd a politikai rendszer túlzott stabilitását), rávilágítanak arra, hogy a szélesebb körű politikai ismeretek nem feltétlenül vonják maguk után a magasabb – akár közéleti, akár választási – részvételi hajlandóságot (vö. a magyarországi regisztrációs vita során sűrűn hangoztatott hamis érvvel⁷⁵, miszerint a „tudatos”, „tájékozott” választó megfontoltabb, józanabb döntést hoz).

A szavazási aktushoz a távol-keleti fiatalok számára körülményes hozzáférés egyelőre nem tűnik a magyarok problémájának, de az elektronikus szavazás fokozatos bevezetése előbb-utóbb megkerülhetetlen lesz Magyarországon is, amihez ma leginkább a bizalom hiányzik⁷⁶; ennek megteremtése például kiváló témája lehet egy hosszabb távú, alulról jövő, fiatalokra épülő kezdeményezésnek, ami közvetve mobilizációs hatást is kifejtethet.

Oroszország

Oroszországot nem szokás a demokrácia fellegetként emlegetni, de a fiatalok fásultsága ott is fejfájást okoz a politikai erőknél. Az orosz Közvélemény-kutató Alap felmérése szerint a 18-29 évesek több mint 60%-a egyáltalán nem érdeklődik a politika iránt. Mivel **a tévé és a mainstream média erős politikai kontroll alatt áll, a hagyományos kampányeszközök szinte teljesen hatástalanok rájuk.**⁷⁷ A vezető **Egységes Oroszország** párt, mikor a 2011. őszi kampány során érzékelte, hogy a fiatalok körében népszerűsége csökkenő tendenciát mutat, beterítette a piacot Putyint és Medvegyevet ábrázoló **műanyag maszkokkal**, s ennek rövidesen meg is lett a hatása. Khabarovskban több mint **3000 fiatal lány kezdett táncolós flash mobba, arcukon és pólójukon a politikusok arcával.** Az esemény híre gyorsan terjedt az interneten, elsősorban fiatalok osztották meg a videókat – a „vicces” akció önmagában nem volt elegendő a fiatalok mobilizálásához, de arra alkalmasnak bizonyult, hogy a politikától elforduló választók közösségi felületein is megosztásokat generáljon.

Nagy sikert aratott (és nem csak az orosz, de a világsajtót is bejáró) kezdeményezések voltak a Putyint, illetve Medvegyevet támogató fiatal lányok további akciói, mint a bikinis autómosás, illetve a „Medvedev girls” tánca.

⁷⁵ Juhász Attila – László Róbert: Az előzetes regisztráció és a demokrácia, in: Fundamentum, 2012/4, http://www.valasztasirendszer.hu/wp-content/uploads/Fundamentum_JuhaszAttila-LaszloRobert_AzElozetesRegisztracioEsADemokracia_2012_4.pdf

⁷⁶ Political Capital: Hibák a rendszerben – Audit a magyar országgyűlési választási rendszerről, 2009 (18-21. o.): http://www.valasztasirendszer.hu/wp-content/uploads/PC_ValasztasiAudit_090826.pdf

⁷⁷ Dancing, singing, blogging: Kremlin party campaigns for young voters: <http://www.dw.de/dancing-singing-blogging-kremlin-party-campaigns-for-young-voters/a-15536103>



Forrás: Fototelegraf.ru

Az orosz példák annak ellenére is tanulságosak, hogy nem civil szervezet, hanem a vezető politikai párt alkalmazta azokat: még egy korlátozott demokráciában is működőképeseek lehetnek a megszokott keretből kilépő, „szexi” és trendi, önálló életre kelő akciók.

Európai Unió

A Magyarországhoz földrajzilag, kulturálisan, politikailag és majd minden tekintetben közelebb álló **Európai Unió** belül is számtalan szervezet, kísérlet, gyakorlat, törvény született a fiatalok megszólítása érdekében.

Anglia

A **Votes at 16**⁷⁸ szervezet azt szeretné elérni, hogy az országban – Ausztriához hasonlatos módon – **tegyék lehetővé 16 éves kortól a szavazást**, így jobban bevonva a fiatalokat a társadalmi kérdésekbe, főleg a konkrétan fiatalokat érintő problémákkal kapcsolatban. A kritikusok a 16 éveseket még nem tartják elég érettnak ahhoz, hogy felelősségteljesen tudjanak döntést hozni az országot érintő kérdésekben. Azt mindenki elismeri, hogy vannak 16 évesek, akik készen állnak az aktív politikai részvételre, ám az ellenzők véleménye szerint az „átlagos” tömegeket kell alapul venni, márpedig a 16 évesek döntő többségét tekintve nem tűnik átgondoltnak a javaslat. Az osztrák tapasztalatok azt mutatják, hogy a fiatalok sokkal radikálisabbak, mint idősebb társaik, így szavazataikkal nagyobb arányban támogatják a szélsőjobbboldali pártokat (az ausztriai szélsőjobbboldali pártok 2008-as előretörésében bizonyosan nagy szerepe volt a 30 alattiaknak, a 16-18 közötti korosztály ezen belüli arányát viszont, az alacsony elemszám miatt nem lehet pontosan meghatározni).⁷⁹

⁷⁸ Votes At 16: <http://www.votesat16.org/about/>

⁷⁹ Youth Votes Right: <http://www.viennareview.net/news/front-page/youth-votes-right>



Forrás: [The Journal](#)

Szintén brit kezdeményezés a **BYC (British Young Council)**, ami a 25 év alattiak politikába való bevonását tűzte ki célul.⁸⁰ Alapvetően négy pilléren áll a koncepció. Az első és legfontosabb a fiatalok részvételének erősítése a politikában és a döntéshozatalban (**participation**). Második pont a fiatalok egyenjogúságát kiharcolni minden lehetséges téren, legyen szó akár a munkaerőpiacról, akár a politikai szinterről (**equality**). Harmadik célként a fiatalok sokszínűségének, eltérő véleményeiknek és igényeiknek elismerését jelölték meg (**diversity**), míg negyedik pontnak a társadalom fiatalokról kialakult képének megváltoztatását tűzték ki, kiemelve a fiatalok pozitív értékeit és tetteit a társadalom érdekében (**recognition**). Ez utóbbi főleg a 2012-es londoni zavargások után vált kiemelt témává.

Igyekeznek aktív kapcsolatot ápolni Westminsterrel, egy „**fiatal parlament**” (Youth Select Committee) létrehozásával. Cél, hogy az ott megtárgyalt kérdéseket, panaszokat, javaslatokat valóban a döntéshozók elé tudják terjeszteni. Ez a kezdeményezés meglehetősen sikeres, 2011-2012-ben több mint 590 000 (érdekes módon ez a szám arányaiban magasabb, mint a brit fiatalok aktivitása az általános választások esetén)⁸¹ brit fiatal adta le a voksát a fiatalok választásán.⁸²

Működtetnek egy **training** programot is, amelynek kereteiben megpróbálják a fiatalokat felkészíteni arra, hogy miképp tudják sikerrel képviselni a saját, illetve az általuk képviselt társadalmi csoport érdekeit. A megítélés itt is egyértelműen pozitív képet mutat, az előző évben képzett 1640 fiatal közül **több mint 83% nyilatkozott úgy, hogy a training hatására**

⁸⁰ British Young Council: <http://www.byc.org.uk/about-us/our-vision,-mission-and-values.aspx>

⁸¹ Local Government Group – Re-engaging Young People in Voting: http://www.local.gov.uk/c/document_library/get_file?uuid=c85f23f6-7824-4eb7-b5f3-c6cbc74f7a48&groupId=10171

⁸² British Youth Council – Annual Review 2012: http://www.byc.org.uk/media/170214/byc_ar_2012_final_web.pdf, 9. oldal

érdeklődőbb lett a közügyek iránt, és nőtt a motivációja a társadalmi életben való részvételre.⁸³

A szervezet ráadásul már nem kívánja kizárólag az Egyesült Királyság területére korlátozni tevékenységét, fiatal „**nagyköveteiket**” **képeznek**, számos országban van reprezentációjuk, hogy segítsék a helyi fiataloknak elérni a fent vázolt célokat. Legújabb projektjük keretében, a demokrácia tekintetében nem annyira fejlett Bangladesben akarnak létrehozni egy az anyaországhoz hasonló fiatal parlamentet.⁸⁴

A kormány is igyekszik a fiatalokat részvételre ösztönözni, a **Fiatalok Parlamentje (Youth Parliament)** a valódi parlamenthez nagyon hasonló módon, rendszeresen tart gyűléseket a fiatalok részvételével.⁸⁵



Forrás: [Guardian](#)

Németország

Németországban az egyik legismertebb választási részvételt ösztönző online eszköz a Bundeszentrale für politische Bildung (Szövetségi Ügynökség az Állampolgári Nevelésért) **Wahl-O-Mat**⁸⁶ nevű programja. A kezdeményezés 2002-ben indult, azóta minden szövetségi parlamenti választás előtt, valamint újabban tartományi parlamenti választások és az európai parlamenti választások előtt is elkészítik az aktuális változatát. **A Wahl-O-Mat egy interaktív online felület, amelynek célja a pártok programjának ismertetése, átfogóbban pedig a gondolkodásra és a közéleti kérdésekre való nyitottságra ösztönzés, a politikai életbe való bevonás.** A program elsődleges célcsoportja a fiatalok és az első választók. A felület központi eleme egy 38 tételből álló kérdőív. Mindegyik tétel 1-1 állítást fogalmaz meg valamely közéleti témával, szakpolitikai területtel kapcsolatosan, a résztvevőnek pedig négy válaszlehetősége van: (1) egyetért, (2) semleges, (3) nem ért egyet, (4) tétel átugrása. A tételek megválaszolása után a résztvevő megnézheti eredményét, hogy véleménye hogyan viszonyul a pártok álláspontjához, melyik párt programjához áll a legközelebb. **A Wahl-O-Mat azonban ennél komplexebb eszköz. Az érdeklődés felkeltése és a további tájékozódásra ösztönzés érdekében a program számos plusz információt is kínál** (pl.

⁸³ British Youth Council – Annual Review 2012:

http://www.byc.org.uk/media/170214/byc_ar_2012_final_web.pdf, 10. oldal

⁸⁴ British Youth Council – Annual Review 2012:

http://www.byc.org.uk/media/170214/byc_ar_2012_final_web.pdf, 12. oldal, <http://www.ukya.org.uk/YAs>

⁸⁵ Youth Parliament: <http://www.ukyouthparliament.org.uk/myps/house-of-commons/>

⁸⁶ <http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/>

információ a választáson induló pártokról, tények és adatok a választásról, pártok érvei, indoklásai, háttérinformációk minden egyes tételhez, oktatási segédanyagok stb.), és többféle tájékoztató formát is ajánl (pl. grafikonok, összefoglaló szövegek, linkek).

A program hatékonyságát az évek során felgyülemlett statisztikai adatok bizonyítják. 2002 óta 24 milliószor indították el a programot (egyedül a legutóbbi 2009-es országos választáskor 6,7 milliószor), a válaszadók több mint a harmada 30 év alatti, tehát a program sikeresen éri el a fiatalokat. **A felmérések szerint a program abban is sikeres, hogy a fiatalok hosszú távú érdeklődését felkeltse a politika iránt.** A Düsseldorf Egyetem diákjainak több mint 70 százaléka gondolta úgy a teszt kitöltése után, hogy az eredményeit meg szeretné beszélni a többi kitöltővel. 55,4 százalékuk pedig a további politikai információszerzésre is motiváltnak érezte magát. Az adatok szerint a válaszadók a további tájékozódásra is aktívan használják a programot. A 2009-es választás előtt 7,5 milliószor kérdezték le a felhasználók a pártok részletesebb indoklását az egyes kérdésekhez kapcsolódóan (vagyis az átlagos felhasználó több mint egy tételnél is kíváncsi volt a mélyebb kifejtésre).

A programnak már van tabletre és okostelefonra letölthető alkalmazása is. Amellett, hogy maga a kérdőív is egy átgondolt, jól felépített program, sikerének kulcsa abban a háttérstruktúrában is rejlik, amit az oktatás nyújt, és amit oktatási segédanyagok készítésével ösztönöznek is a programot gondozók. Így juthat el ugyanis a Wahl-O-Mat a diákok nagy részéhez, és így van a legtöbb utólagos lehetőség a program által felkínált problémák megbeszélésére is.

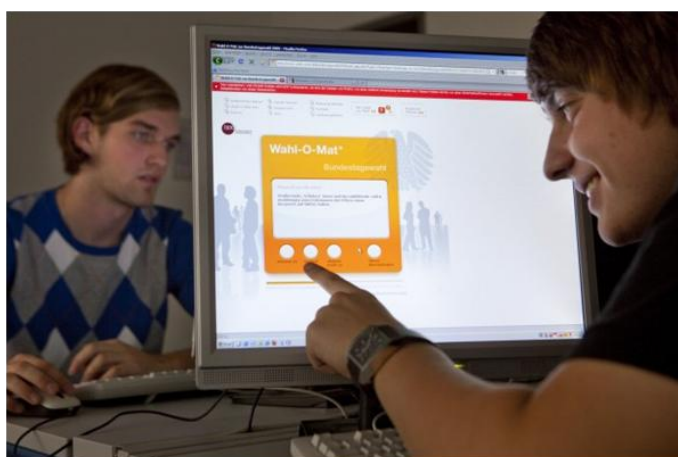


Forrás: [Android PIT](#)

A Wahl-O-Mat oktatásba való beillesztését számos segédanyag és alaposan végiggondolt módszertan segíti. A politikai jártasság megalapozását célzó tanórák tervébe építették be az eszköz használatát a 10. és magasabb évfolyamok számára. Az oktatási anyagok célja, hogy a diákok képessé váljanak a politikai tartalmakkal való foglalkozásra, álláspontok megfogalmazására különböző témákban, valamint reflektálni választási döntéseikre. Az oktatási egységek mások mellett az alábbi témákkal foglalkoznak: választás, választási programok, a Wahl-O-Mat használata, választható pártok, pártok élete, szélsőséges pártok, pártok imázsa, választási témák, érvelés, hatáskörök, pódium, koalíciós tárgyalás. Minden egyes modulban nagy szerepet kap a diákok részvétele és az interakció, a módszerek között

pedig hangsúlyosan alkalmazzák az önálló (online) kutatómunkát, a közös (kis)csoporthoz munkát, az eredmények bemutatását, prezentálását, valamint a hallottak, látottak közös megbeszélését.

A választással foglalkozó egység célja, hogy a diákok tisztában legyenek a demokratikus választás működésével és alapelveivel, képet kapjanak arról, hogyan zajlik a választás. A választási programokkal való ismerkedés során jól strukturáltan áttekinthetik a megosztó politikai témákban az egyes pártok által képviselt álláspontot. A Wahl-O-Mat használatát célzó egységben az osztály közösen nézi át a tesztet, majd a diákok maguk próbálnak hasonló tételeket alkotni kis csoportokban, az eredményeket pedig egy meghívott politikussal vitatják meg. A pártok életével foglalkozó egységben a diákok egy párt életciklusa alapján kutatnak és gondolkodnak olyan kérdésekről, hogy milyen szerepe van a pártoknak a társadalomban és milyen szabályok vonatkoznak rájuk. A szélsőséges pártokról szóló tanegység célja, hogy a diákok közösen definiálják, mitől tekinthető szélsőségesnek egy párt, illetve mi az a határ, amitől betiltható a működése, mert veszélyt jelenthet a demokráciára. A foglalkozás révén impliciten a demokrácia alapelveit is megerősítik a diákokban. Egy másik oktatási egységben a diákok egy-egy párt nevében töltik ki a Wahl-O-Mat-ot, majd az eredményeket prezentálják, és közösen megbeszélik. Az érvelés egységben két csoport egy-egy álláspontot képvisel egy adott kérdésben (az egyik támogatja, a másik ellenzi), és eszerint kell egymással szemben érvelniük, egymást meggyőzniük.



Forrás: [Die Welt](#)

A Wahl-O-Mat mellett számos más kezdeményezés is zászlajára tűzte Németországban a választási mobilizációt, miután drasztikusan csökkenni kezdett az aktív választópolgárok száma. A projektek fő célcsoportját a fiatalok jelentik.

Szintén a *Szövetségi Ügynökség az Állampolgári Nevelésért* kezdeményezése a **Promi-Lockrufe**⁸⁷ nevű akció, amely a 2009-es választási kampányban híres emberek üzenetével próbálta „szexivé” tenni a választási részvételt, „becsalogatni” az embereket a politikai életbe. Néhány perces videókban nyilatkoztak politikusok, énekesek, illetve hétköznapi emberek arról, szerintük miért fontos a választás.

⁸⁷ <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/hoerfunker/73773/prominente-lockrufe-zur-wahl>

A **Geh-Nicht-Hin**⁸⁸ (Ne menj el!) projekt is híres embereket vont be a kampányába, de ők „hátról támadtak”. A kampány elején készült videóban⁸⁹ a szereplők azt jelentik ki, hogy ők nem mennek szavazni, és ezt a társadalom körében is elterjedt indokokkal magyarázzák (pl. az egész politikai osztály korrump, minden párt ugyanolyan, úgyszintsemmilyen hatása a szavazatomnak stb.). Majd egy később megjelent 2. részben (amelyet aztán az első résszel összevágva jelentettek meg), a szereplők kifejezik értetlenségüket, miért kell ezt mondaniuk, és elmondják valós véleményüket, hogy el kell menni szavazni. A kezdeményezés az amerikai **Don't vote**⁹⁰ kampány mintájára készült.

A **Blumentopf** nevű német együttes is készített a 2009-es választás előtt egy választási reklámfilm (Wahl-werbespot)⁹¹, ami valójában egy erre az alkalomra írt rap szám klipje. A dalban a fiatalok számára vonzó és könnyen érthető stílusban mondják el véleményüket a választás fontosságáról, így buzdítva szavazási részvételre.

Szintén a 2009-es választási részvétel ösztönzését célozta a **Wechselwähler-WG**⁹² (bizonytalan szavazók albérlete) kezdeményezés is. Az internetes portálon követhető online valóságshow-ban 6 szereplő vett részt 6 héten át azzal a céllal, hogy aktívan kövessék a kampányt, és a kezdeti bizonytalanságukat, dilemmáikat lezárva eldöntsék, kire fognak szavazni a választásokon. A 6 hét során hetente egyszer ellátogatott hozzájuk 1-1 párt neves képviselője, akivel a párt programjáról beszélgettek. A fiatalok természetesen időről időre egymással is megvitatták nézeteiket. A nézők így figyelemmel kísérhették a teljes folyamatot (milyen témákról beszélgetnek az albérlet lakói, milyen kétségeik vannak), amely elvezet a választási döntés meghozatalához.



Forrás: [Tip Berlin](http://www.tipberlin.de)

Hasonló formátumot választott, és szintén a fiatalok ösztönzését célozta Oliver Pocher német humorista és énekes „**Európa, mi van?**” c. videója⁹³, amelyben laza rappernek öltözve az utcán sétálgatva fiatalokat kérdezett 2009-ben az európai parlamenti választásokkal kapcsolatban. A projektet a bajor Európa-minisztérium támogatta.

⁸⁸ <http://www.gehnichthin.de/>

⁸⁹ http://www.youtube.com/watch?v=Wfi_ivppEwI

⁹⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=d8y1e-z1JA0>

⁹¹ <http://www.youtube.com/watch?v=W96c9uVlhIE>

⁹² <http://www.wechsel-waehler.de/>

⁹³ http://www.youtube.com/watch?v=i_fFiRgiOIw



A Prosieben TV csatorna egy műsort sugárzott „**TV total Bundestagswahl – Wir wählen schon heute**”⁹⁴ (Mi már ma szavazunk) című műsora is kifejezetten a fiatal korosztályt célozta. A szavazás napjának előestéjén sugárzott adásba meghívták a 6 parlamenti párt kancellárjelöltjeit, egy beszélgetésre. Az élő adás alatt a nézők egyrészt feltehették kérdéseiket telefonon és sms-ben, valamint szavazhattak is – külföldi állampolgárok és a választókort még el nem érők is. A műsor célja a fiatal választók választási részvételének ösztönzése volt.



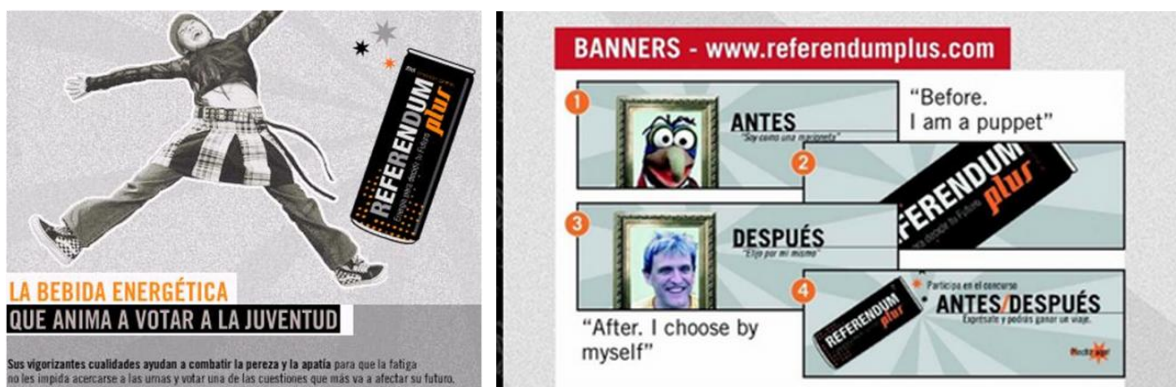
Forrás: [Klatsch-tratsch.de](http://klatsch-tratsch.de)

Spanyolország

Spanyolországban némileg egyszerűbb módon próbálták megfogni a fiatal szavazókat: **energialtal**. A fiatalok oktatásáért felelős kormány szerv először az EU alkotmányáról tartott 2005-ös népszavazás alkalmával bocsátott ki 232 ezer doboz energialtal, oldalán a szlogennel „**az energialtal, ami szavazásra készítet**”. Az akciót két élő futball-legenda, a Real Madrid *Emilio Butragueno*-ja és az FC Barcelona *Johan Cruyff*-ja promotálta. Az italokat aktivisták osztották szét a spanyol fiatalok között, akiknek csupán meg kellett hallgatniuk egy rövid összefoglalót a választásokkal kapcsolatban az italokért cserébe. Az akció kézzelfogható eredményeiről nincsenek konkrét adatok.⁹⁵

⁹⁴ <http://tvtotal.prosieben.de/tvtotal/specials/bundestagswahl2009/05314.html>

⁹⁵ 2005 Young voters targeted with energy drink: http://www.expatica.com/es/news/local_news/young-voters-targeted-with-energy-drink--16222.html



Forrás: www.referendumplus.com

Skandinávia

A **skandináv országok** élen járnak a fiataloknak készült programok tekintetében, a svéd oktatási rendszer például egészen a korai éveikben elkezd **tanítani és ösztönzi a fiatalokat az aktív társadalmi életre, majd később a választásokon való megjelenésre.**⁹⁶

A fiatalok pedig valódi politikai erőt birtokolnak **Svédországban**, hiszen a szinte kizárólag fiatalok támogatását élvező Kalóz Párt a 2009-es európai parlamenti választásokon, több mint 7%-ot ért el⁹⁷, így két főt delegálhatott az EP-be.⁹⁸ A párt fiatalokat tömörítő alszervezete (Young Pirate, Ung Pirat) pedig egyenesen a legnagyobb a saját területén, több mint 22 ezer aktív taggal.⁹⁹ A svéd példa **egyrészt** mutatja, hogy **a fiatalokat a megfelelő hangvétellel, kampánnyal és párttal, ki lehet mozdítani az apátiából, és el lehet érni, hogy részt vegyenek a választásokon, másrészt a Kalóz Párt sikere nem biztos, hogy a legelőremutatóbb példája a fiatalok aktivizálhatóságának.**

A svéd Kalóz Párt sikerén felbuzdulva egyébként számos országban alakultak hasonló szervezetek, például Angliában¹⁰⁰, Indiában¹⁰¹, Izraelben¹⁰² vagy akár Magyarországon is.¹⁰³

Szlovákia

Nem tanulság nélkül való a **szlovákiai OK'98 kampány**¹⁰⁴ sem, amely az **1998-as választások előtt** létrejött, Meciar elnök félautoriternek tartott rendszere ellen irányuló civil

⁹⁶ Look to Scandinavia for Engaging Youth Vote: Forum:

<http://www.winnipegfreepress.com/special/democracy-project/Look-to-Scandinavia-for-engaging-youth-vote-forum-121330549.html>

⁹⁷ Sweden's Pirate Party Captures Euro Seat: <http://www.reuters.com/article/2009/06/07/oukoe-uk-europe-election-pirates-idAFTRE55623320090607>

⁹⁸ Piratpartiet: <http://www.piratpartiet.se/>

⁹⁹ Ung Pirat: <http://ungpirat.se/>

¹⁰⁰ Pirate Party UK: <http://www.pirateparty.org.uk/>

¹⁰¹ Pirate Party of India: <http://pirateparty.org.in/>

¹⁰² The Israeli Pirate Party: <http://israelipirates.org.il/>

¹⁰³ Kalózpárt: <http://kalozpart.org/>

¹⁰⁴ Martin Bútora: OK'98 – Az összefogás technológiája. In: Krasztev P. – Jon Van Til (szerk.): Tarka Ellenállás, 129-159. o

programként működött. A széleskörű kezdeményezés céljai között szerepelt az állampolgári tudatosság erősítése, a választási részvétel fokozása, valamint a választások tiszta lebonyolítása – az állampolgárok és független megfigyelők bevonásával. A kezdeményező jellegű kampány pozitív hangvételével és a demokratikus alapelveket, jogállamiságot méltató üzeneteivel – elsősorban – az iskolázottabb városi rétegeket igyekezett megszólítani.

Az OK'98 sem lehetett volna sikeres **a szlovák civilek és külföldi partnereik közös stratégiája nélkül, amelyet sikerült is hatékonyan megvalósítani: önkéntesek ezreit, művészeket, üzletembereket, ismert közéleti személyiségeket sikerült bevonni, és a jó médiakapcsolatoknak köszönhetően a lefedettség is magas volt.** Szarkasztikus tévéreklámok figurázták ki a tekintélyelvűséget, ezzel is erősítve a közösségi érzést és a családi szellem kialakulását az állampolgárok körében. A vonzó alternatíva az adott tekintélyelvű rendszerrel szemben bizalmat keltett, és aktivitásra ösztönözte az érintetteket. Számos képzést, kulturális eseményt, koncertet, vitafórumot szerveztek, filmek, videoklipek, kiadványok tucatjai árasztották el a választókat.

A **„Nem vagyunk közönyösek”** kampány keretében a választási részvételre buzdító aláírásgyűjtő íveken **ujjlenyomatot** lehetett hagyni, amely mellett még személyes üzenetek is elfértek arról, hogy miért „nem vagyunk közönyösek”. A lelkes fogadtatáson túl a kampány sikerét igazolja a 84%-os (rekord) részvételi arány, illetve a tény, hogy **az első szavazók 80%-a jelent meg** az urnánál.

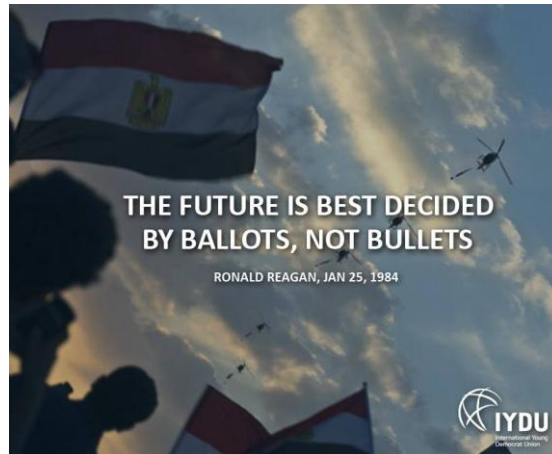
A kampányban résztvevő civil szervezetek egyébként továbbra is aktívak, jelenleg egyfajta watchdog szerepet töltenek be: elemzéseket, tanulmányokat jelentetnek meg az országos jelentőségű politikai ügyekről, szembesítik a mindenkori kormányt kampányígéreteikkel és a kormányprogrammal, ahogy a többi pártot is a pártprogramjával.

Léteznek **nemzetközi szervezetek** is, akik a fiatalok választási kedvét próbálják meghozni, ezt azonban nem országspecifikusan, hanem régiókra, nagyobb területi egységekre bontva, jellemzően az Európai Unió területére és tagországaira koncentrálva. A **Youth Votes az EU szervezete**, amelynek feladata, hogy kampányokkal, általános tájékoztatással és ösztönzéssel mozgósítsák a fiatalokat az európai parlamenti választásokra.¹⁰⁵ Tevékenységüket egyelőre nem övezik különösebben nagy sikerek, a 2009-es választásokon a 18-24 éves európai választók mindössze 29%-a jelent meg.¹⁰⁶

Vannak olyan, további nemzetközi politikai kezdeményezések is, amelyek kifejezetten a fiatalok megszólítását célozzák. Ilyen például a (főképp európai) mérsékelt jobboldali politikusokat International Young Democrats Union, mely számos kampányt indított már a szélsőségek ellen, illetve a választási részvétel növelése érdekében.

¹⁰⁵ Youth Votes: http://www.youthvotes.eu/?page_id=33

¹⁰⁶ http://ec.europa.eu/youth/youth-policies/participation_en.htm



Forrás: [IYDU FB page](#)

Nincs speciális „európai recept” a fiatalok mozgósítására. A brit kezdeményezések ugyanazokra az alapvetésekre épülnek, mint az amerikaiak, és a következtetések is azonosak: a fiatalokat partnerként kell kezelni, be kell vonni őket a vitákba, oda kell figyelni a problémáikra, folyamatosan tartani kell velük a kapcsolatot, mégpedig a számukra ismerős csatornákon. A BYC nagykövetképzése inkább hosszabb távon lehet adaptálható, a Fiatalok Parlamentjének ötlete viszont akár már rövid távon is kibontakoztatható. A spanyol „energíaitalos” kezdeményezés pedig arra kiváló példa, hogy kis elvonatkoztatással jóformán bármilyen váratlan felületen meg lehet próbálkozni az áttöréssel.

A szlovákiai OK'98 aktivitásainak jelentős része átemelhető a magyarországi gyakorlatba is, de a legfontosabb tanulság, hogy a civil szervezetek szövetségbe tömörülése nélkül nem valósulhatott volna meg ilyen erejű áttörés, sem a médiajelenlét, sem a mozgósítás tekintetében.

3. Mit tehetünk a magyarországi fiatalok mobilizásáért?

A korábban ismertetett kutatások szinte kivétel nélkül abba az irányba mutatnak, hogy a fiatalok megszólítása, a politika iránti érdeklődésük felkeltése és a választásokra történő mozgósításuk minden ország, így Magyarország számára is problémát jelent. Jelen fejezetben az eddig tárgyaltakat igyekszünk a magyarországi kontextusba belehelyezni, felvázolva egy esetleges mozgósító kampány kiindulási pontjait.

A fiatalok politikai passzivitásának okai

A Helyzetkép című fejezetben leírtakból kiderül, hogy a fiatalok megkülönböztetik a „közélet” és a „politika” fogalmait, és annak terheltsége miatt inkább az utóbbitól tartják távol magukat. Az okok összetettek, ugyanakkor az alábbi elemek mentén jól körülhatárolhatók:

- A politikai szféra jellegéből adódó bonyolultság, megközelíthetlenség.
- Az érdeklődők is inkább a helyi, kisebb ügyek felé fordulnak, mivel ott tapasztalnak valódi visszajelzést és sikereket.
- Nehéz megtalálni azt a pontot, szintet, ahol be lehet lépni, ahol el lehet kezdeni foglalkozni a közügyekkel, a politikával.
- Az oktatási rendszer, melynek nem képezi részét, hogy a fiatalokat ráébresszék, milyen jogokkal, kötelezettségekkel, lehetőségekkel jár demokráciában élni, miként tudnak aktív állampolgárokká válni.
- A fiataloknak – koruknál és helyzetüknél fogva – nincs politikai „felelősségérzetük”, nincs magántulajdonuk, így nem érzik azt, hogy van vesztenivalójuk, nem érzik, hogy a politika közvetlenül érintené őket.
- A politikai szereplőktől származó hiteles információk hiánya.
- A fiatalok tájékozatlansága.
- A nem megfelelő kommunikációs csatornák alkalmazása a politikai aktorok irányából a fiatalok felé.
- Az ifjúságpolitika helyzete. Ez a terület a rendszerváltást követően rendkívül sokszor esett át irányváltáson, nincs kontinuitás, nincs megfelelő életpályamodell a fiatalok előtt, és nincs olyan szakpolitikus „arca”, aki hosszú ideje kötődne a területhez.

A radikalizálódás veszélye

A politikai szereplők közül gyakran a radikális pártok szólítotják meg sikerrel a fiatalokat. Ők ugyanis rendszerint a politika bonyolult kérdéseire leegyszerűsítő válaszokat adnak, fekete-fehérként láttatva a problémákat. Ebben a formában pedig már a fiatalok számára is befogadhatóak a felmerülő problémák, illetve a rájuk adott egyszerű magyarázatok, válaszok.

A fiatalok megszólításának lehetséges módszerei, eszközei, csatornái

A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, az elkülönülten használt eszközök önmagukban nem fejtenek ki kellő hatást, a megszólítás csak komplex stratégia mentén, több csatorna párhuzamos, átgondolt működtetésével lehet hatásos (a közösségi médiumok nyilvánvalóan megkerülhetetlenek, de – kevésbé nyilvánvalóan – rendkívül korlátozott a hatásuk, ha kizárólag ezeken a csatornákon célozzák meg a fiatalokat).

Csatornák

- Online felületek, közösségi média: Facebook, twitter, blogok, infografikák, mémek
- Személyes jelenlét
- Applikációk (elsősorban okostelefonra, akár játékok formájában is)
- A téma megjelenítése magyar tévésorozatokban, tévéműsorokban

Eszközök, módszerek

- Videóüzenetek
- Referenciaszemélyek, példaképek (sportolók, művészek, celebek stb.) bevonásával
- Flashmobok
- Infografikák
- Oktatási programok (pl. alternatív tanórák)
- Disputaversenyek (a választásokhoz, a részvételhez kapcsolódó témákban)
- Konzultációs napok

Az online tér és a közösségi média csapdái

Bár a mai fiatalokat Facebook-generációként is szokás emlegetni, nem érdemes a közösségi média felületek mindenhatóságában bízni. Nem tanulták még meg ugyanis jól használni ezeket a felületeket sem azok, akik így szeretnék üzeneteiket célba juttatni, sem azok, akik ily módon szeretnének tájékozódni. A hatalmas információzajban a fiatalok – nem mindig tudatosan, de – kíméletlenül szelektálnak, így csekély azon – őket kevésbé érdeklő vagy közvetlenül nem érintő – üzenetek aránya, amelyek átjutnak a szűrőjükön, és valóban megragadják a figyelmüket.

Mi készítheti arra a politikusokat, hogy figyelmet szenteljenek a fiataloknak?

A hallgatói szervezetek korábbi akcióit többen is a politikát megmozgató megmozdulásnak tartják. Egyrészt, mert hagyományosan az egyetemisták köréből tudnak hatékonyan kiindulni az ilyen kezdeményezések, másrészt mert a közeg (felsőoktatási intézmények) eleve adja a szervezett kereteket. A politikusok ugyanakkor éppen arra játszanak, hogy elhálnak ezek az alulról jövő kezdeményezések. A fiatalok szerveződéseinek érdemes felderíteni azokat a társadalmi csoportokat, amelyek hasonló problémákkal küzdenek, és

velük kialakítani valamilyenfajta szövetséget, azaz rendszerszinten artikulálni egy-egy problémát. El kell mozdulni a hirtelen felvillanó, tűzijátékszerű esetek szintjéről.

Végső visszaszámlálás?

Amíg megközelítőleg sem jelentenek akkora politikai fenyegetettséget a mindenkori kormány számára az elégedetlen fiatalok, mint például az elégedetlen nyugdíjasok, addig nem várható, hogy fókuszba kerüljenek. A gazdasági válság következményei ugyanakkor, a fiatalok kiugróan magas munkanélküliségi rátája, illetve az ebből eredő zavargások, tüntetések idővel áttörhetik a politikusok ingerküszöbét. Több dél-európai országban ez már akut problémát jelent, és előbb-utóbb a magyar politikusok is kénytelenek lesznek odafigyelni a jelenségre – legkésőbb akkor, amikor a(z itthon maradó) fiatalok gazdasági kiszolgáltatottsága kritikus méreteket ölt.

Mi mozgósíthatja a fiatalokat a 2014-es választásokon való részvételre?

Tájékoztatás, kellő és megfelelő információk a választások időpontjáról, mikéntjéről, a választójoggal való élés fontosságáról. Azt érdemes közvetíteni a fiatalok irányába, hogy van súlya a részvételüknek, számít a véleményük, a szavazatuk.

- PR-akciók, helyi szintű kampányok, celebek, elkötelezett fiatal (korosztálytárs) példaképek bevonása a választásra buzdító kampányba.
- A pártok, politikusok részéről valós alternatíva felmutatására, valamint a fiataloknak, a fiatalokhoz szóló, őket közvetlenül érintő témák, szakpolitikák, programok előtérbe helyezése.

A rövid táv nehézségei

Rövidtávon nehéz eredményt elérni ezen a téren, a távolmaradás okai ugyanis elsődlegesen rendszerszintű, szocializációs, attitűdbeli problémákban gyökereznek. Igazi áttörést a fiatalok részvétele esetén ezért csak hosszú távú, folyamatos és komplex programok hozhatnak. Ettől függetlenül indokoltak az eseti kampányok is, ugyanis ezek – a nagyobb köz- és médiafigyelem következtében – ráirányíthatják a figyelmet a problémakörre, ezzel megágyazva az összetettebb programoknak.

Mi lehet egy mozgósító kampány legfőbb akadálya?

- Kellő anyagi háttér, mivel csak a komplex projektek tudnak működni.
- Elérés: országos lefedettség, saját körökön túli network hiánya.
- A fiatalok mozgósításáért küzdő szervezetek közös nevezőre jutása a pontos célok és a stratégia tekintetében.
- A jelenlegi politikai környezet: az iskolák rendkívül óvatosak, kérdés, beengednek-e egy-egy akciót, szervezetet.

- A pártpolitikától független üzenetek eljuttatása kifejezetten a fiatalok számára, illetve az akciók pártsemlegességének megőrzése.

Az akadályok ellenére szükség van a kampányra

A nyilvánvalónak tűnő akadályok ellenére nem kivitelezhetetlen egy átfogó, mozgósító kampány. A különböző ifjúsági szervezetek számára ez kiváló gyakorlóterep lenne arra, hogy az együttműködési mechanizmusokat továbbfejlesszék. Különösen érvényes ez a fővárosi és nem fővárosi szervezetek együttműködésére, ugyanis sok esetben, ami az egyik gyengesége, az a másik erőssége (ld. helyben könnyebb az elérés, amelyet a fővárosból irányítva nem lehet produkálni).

Mitől lehet sikeres egy mozgósító kampány?

- A rövidtávú cél a fiatalok aktivitásának a 2014-es országgyűlési választáson való erősítése lehet, de mindez arra is alkalmas lehet, hogy különböző ifjúsági szervezetek elmélyítsék az együttműködésüket és hatékonyabban léphessenek fel egyéb céljaikért a jövőben.
- Az **aktívabb, tudatosabb ifjúsági politikai részvétel minden kutatási adat, best practice és a hazai tapasztalatok alapján is csak hosszú távon érhető el.** Egy esetleges 2014-re mobilizáló projekt keretében szerzett tapasztalatokat ezért érdemes beépíteni az ifjúságpolitika eszköztárába: miként folytatható a kampány fiataloknak, miként épülhetnek be a jó gyakorlatok a hosszabb távú programokba, illetve miként lehet fenntartani bizonyos mértékű folyamatos szervezeti aktivitást az egyes választások között.
- A fentebb részletezett felmérések szerint a „közéletre” nyitottabbak a fiatalok, mint a „politikára”, a választást ezért érdemes úgy pozicionálni, hogy nem a pártokról szól, hanem a saját életünkről.
- Minen ilyen kampány során a szervezetek mellett **kiemelt szerep jut az aktivistáknak**, és a kvázi aktivistaként közreműködő referenciaszemélyeknek (művészek, sportolók, korosztálytársi példaképek és modellek, celebek), ugyanis ők azok, akik az elérés kulcsszereplői lehetnek.