

Bevezetés:

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság figyelemmel kísérte a 2026-os országgyűlési választás kampányidőszakában közzétett politikai reklámok közzétételi gyakorlatát. Elsősorban azt vizsgálta, hogy a politikai hirdetéseket közreadó médiaszolgáltatások gyakorlata megfelelt-e a Médiatörvény előírásainak.

1. A politikai reklámokra vonatkozó jogszabályi háttér

Az Alaptörvény rögzíti, hogy a választási kampányidőszakban szükséges megfelelő tájékoztatás érdekében politikai reklám kizárólag ellenérték nélkül, az esélyegyenlőséget biztosító feltételek mellett közzétehető. A választások politikai kommunikációját a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: Mttv.) és a választási eljárásról szóló 2013. évi XXXVI. törvény (a továbbiakban: Ve.) együttesen határozza meg. Az Mttv. 203. § 55. pontja szerint politikai reklámnak minősül valamely párt, politikai mozgalom vagy a kormány népszerűsítését szolgáló vagy támogatására ösztönző, illetve azok nevét, célját, tevékenységét, jelszavát, emblémáját népszerűsítő, a reklámhoz hasonló módon megjelenő, illetve közzétett műsorszám. A Ve. azzal egészíti ki a rendelkezést, hogy a párt, politikai mozgalom és kormány alatt jelölő szervezetet és független jelöltet kell érteni. Az Mttv.32. § (1)-(2) és (4) bekezdése értelmében a politikai reklám nem tartozik a reklámidőbe, közzétételét pedig az alábbi feltételek betartása mellett engedélyezi:

- a politikai reklám megrendelője, továbbá az, akinek ezek közzétételéhez érdeke fűződik a közzététel időpontja kivételével nem gyakorolhat szerkesztői befolyást a médiaszolgáltatásra;
- a politikai reklámot el kell választani a szerkesztett tartalomtól;
- a politikai reklám megrendelőjét fel kell tüntetni, illetve
- a politikai reklámot az audiovizuális médiaszolgáltatásokban el kell látni feliratozással és/vagy jelnyelvi tolmácsolással;
- a 32. § (3) bekezdése értelmében pedig *„Választási kampányidőszakban a választási eljárásról szóló törvény szabályai szerint lehet politikai reklámot médiaszolgáltatásban közzétenni.”*

A Ve. alapján a közszolgálati médiaszolgáltató az országos listát állító jelölő szervezetek politikai reklámjait köteles közzétenni. Amennyiben közszolgálatinak nem minősülő, országosan elérhető lineáris médiaszolgáltatást nyújtó, valamint a kizárólag interneten elérhető lineáris médiaszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató is biztosítani kívánja politikai reklám közzétételét, ezt a szándékát jogszabályban meghatározott határidőben közölnie kell a Nemzeti Választási Bizottsággal (NVB). Ilyen szándékot az országosan elérhető lineáris audiovizuális médiaszolgáltatások közül a Magyar RTL Televízió Zrt. RTL médiaszolgáltatása közölt az NVB-vel.

A Ve. 146-148.§-ai a politikai reklámok közzétételére vonatkozó főszabályként határozza meg, hogy a politikai reklám közzétételéért a médiaszolgáltató ellenszolgáltatást nem kérhet és nem fogadhat el, illetve a politikai reklámhoz véleményt, értékelést nem fűzhet. Mindezen túl a törvény előírja, hogy a médiaszolgáltató egyenlő feltételek mellett – különös tekintettel a politikai reklámok számára, megjelenési sorrendjére, időtartamára és az adásba kerülés időpontjára – teheti közzé a jelöltet, illetve a listát állító jelölő szervezetek és a független jelöltek politikai reklámjait. Közös jelölt, illetve közös lista esetén a jelölő szervezetek együttesen jogosultak a politikai reklám megrendelésére. A politikai reklámot a közszolgálati médiaszolgáltató a legnagyobb éves átlagos közönségaránnyal bíró médiaszolgáltatásában teszi közzé. A közszolgálati médiaszolgáltató naponta három alkalommal, a 6-8, a 12-14 és a 18-20 óra közötti időszakokban megszakítás nélkül köteles biztosítani a politikai reklámok közzétételét. A politikai reklámok megjelenési sorrendjét az esélyegyenlőség biztosítása érdekében naponta változtatni kell. A jelölő szervezet a politikai reklám közzétételét egy időszakban naponta csak egyszer, legfeljebb harminc másodperces időtartamban kérheti. A médiaszolgáltató abban az esetben köteles a politikai reklámot közzétenni, ha a jelölő szervezet legkésőbb a közzétételt megelőző harmadik napon átadja az általa készített politikai reklámot.

A vizsgálatba vont médiaszolgáltatások

A fentiek alapján 2026-ban politikai reklám közzétételére a Duna Médiaszolgáltató Zártkörűen Működő Nonprofit Részvénytársaság közszolgálati médiaszolgáltató lineáris médiaszolgáltatásai és a Magyar RTL Televízió Zrt. volt jogosult; a választási hirdetések politikai reklámblokkokban történő vizsgálatát a közszolgálati médiaszolgáltató legnagyobb éves átlagos közönségaránnyal bíró médiaszolgáltatásaira (Duna és a Kossuth Rádió), valamint a Magyar RTL Televízió Zrt. által üzemeltetett RTL elnevezésű országos kereskedelmi médiaszolgáltatásra terjedt ki.

A politikai reklámok bemutatására felhasználható időkeret

A politikai reklámok bemutatására felhasználható időkeretek pontos mértékét a Nemzeti Választási Bizottság állapította meg (lásd: <http://www.valasztas.hu/hatarozatok>) és azokat közleményekben tette közzé (lásd 1. táblázat). A felhasználható időkeret külön került megállapításra a pártlisták és a nemzetiségi listák esetén. Eszerint a közmédia pártlistánként 94 perc, míg nemzetiségi listák esetén jogosultanként 10 perc 50 másodperc politikai reklám közzétételére volt jogosult (összesen 470 perc a pártlisták esetén és 130 perc a nemzetiségi listák tekintetében), az RTL pedig pártlistánként 47 perc, nemzetiségi listánként pedig 5 perc 25 másodperc (összesen 300 perc) politikai reklámot tehetett közzé.

1. táblázat: A politikai reklámok közzétételének paraméterei

Politikai reklám közzétételére kötelezett közszolgálati médiaszolgáltató
a választási eljárásról szóló 2013. évi XXXVI. törvény 147/A. §-a alapján

Politikai reklám közzététele	A közzétételt és annak szabályait előíró határozat	Közzétételre kötelezett médiaszolgáltató	A közzététel időtartama összesen	A közzététel időtartama jogosultanként
Pártlisták esetén	148/2026. NVB határozat	Duna Médiaszolgáltató Zártkörűen Működő Nonprofit Részvénytársaság	470 perc	94 perc
Nemzetiségi listák esetén	121/2026. NVB határozat	Duna Médiaszolgáltató Zártkörűen Működő Nonprofit Részvénytársaság	130 perc	10 perc 50 másodperc

Politikai reklám közzétételére bejelentkezett, nem közszolgálatinak minősülő médiaszolgáltató
a választási eljárásról szóló 2013. évi XXXVI. törvény 147/F. §-a alapján

Politikai reklám közzététele	A közzététel bejelentésének dátuma	A közzétételt és annak szabályait előíró határozat	A közzétételt biztosító médiaszolgáltató	A médiaszolgáltatás, amelyben a politikai reklám megjelenik	A közzététel időtartama összesen	A biztosított időtartam listánként
Pártlisták esetén	2026. február 17.	149/2026. NVB határozat	Magyar RTL Televízió Zrt.	RTL	235 perc	47 perc
Nemzetiségi listák esetén	2026. február 17.	122/2026. NVB határozat	Magyar RTL Televízió Zrt.	RTL	65 perc	5 perc 25 másodperc

1.1. A politikai reklámok közzétételére jogosult pártok és szervezetek

Az országgyűlési képviselők 2026. évi általános választásával összefüggően politikai reklámok közzétételére jogosult pártlistát állító jelölő szervezetek alfabetikus sorrendben (148/2026. NVB határozat):

2. táblázat: Jogerősen nyilvántartásba vett pártlisták

1.	Demokratikus Koalíció
2.	FIDESZ - Magyar Polgári Szövetség-Kereszténydemokrata Néppárt
3.	Magyar Kétfarkú Kutya Párt
4.	Mi Hazánk Mozgalom
5.	Tisztelet és Szabadság Párt

Az országgyűlési képviselők 2026. évi általános választásával összefüggően politikai reklámok közzétételére jogosult nemzetiségi listát állító jelölő szervezetek (121/2026. NVB határozat):

3. táblázat: Nyilvántartásba vett nemzetiségi listák

1.	Bolgár Országos Önkormányzat
2.	Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata
3.	Országos Horvát Önkormányzat
4.	Országos Lengyel Önkormányzat
5.	Magyarországi Németek Országos Önkormányzata
6.	Országos Örmény Önkormányzat
7.	Magyarországi Romák Országos Önkormányzata
8.	Magyarországi Románok Országos Önkormányzata
9.	Országos Ruszin Önkormányzat
10.	Országos Szlovák Önkormányzat
11.	Országos Szlovén Önkormányzat
12.	Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat

2. Elemzés

A televíziókban és rádiókban közzétett politikai reklámok vizsgálatokor a Nielsen Közönségmérés adatait és a médiaszolgáltatók adásjegyzőkönyveit hívtuk segítségül. A kampányban részt vevő médiaszolgáltatók a politikai hirdetéseket a műsorfolyamtól elkülönítve, „Politikai reklám” inzeretek között, ún. választási reklámblokkokban tették közzé.

4. táblázat: A választási kampány során közzétett reklámok száma és hossza

A kampányban részt vevő médiaszolgáltatók	Politikai reklámok száma (db)	Politikai reklámok hossza (perc)
Duna	312	156
RTL	218	109
Kossuth Rádió	300	150
ÖSSZESEN:	830	415

forrás: Nielsen Közönségmérés, NMHH

A vizsgált időszakban összesen 830 politikai reklám volt látható, illetve hallható. Ebből a Duna 312, az RTL 218, a Kossuth Rádió 300 hirdetést jelenített meg. A legtöbbet hirdető szervezet a Demokratikus Koalíció volt összesen 201 alkalommal, míg a legkevésbé aktív pártlistás szervezetnek a Mi Hazánk Mozgalom bizonyult 87 hirdetéssel. A nemzetiségi listát állító szervezetek közül csak hat szervezet (Országos Örmény Önkormányzat, Országos Horvát Önkormányzat, Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat, Bolgár Országos Önkormányzat, Magyarországi Romák Országos Önkormányzata és Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata) használta ki a lehetőséget a politikai reklámok közreadására. Az RTL-en a felsorolt nemzetiségi listát állító szervezetek közül csak az Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat tett közzé reklámokat, összesen tíz alkalommal.

5. táblázat: A politikai reklámok megoszlása típus szerint

Listát állító szervezet	Duna	RTL	Kossuth Rádió	Összesen
Demokratikus Koalíció	69	63	69	201
FIDESZ - Magyar Polgári Szövetség-Kereszténydemokrata Néppárt	66	61	54	181
Magyar Kétfarkú Kutya Párt	54	27	54	135
Tisztelet és Szabadság Párt	33	30	33	96
Mi Hazánk Mozgalom	30	27	30	87
Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat	10	10	10	30
Országos Örmény Önkormányzat	11	0	11	22
Országos Horvát Önkormányzat	10	0	10	20
Bolgár Országos Önkormányzat	10	0	10	20
Magyarországi Romák Országos Önkormányzata	10	0	10	20
Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata	9	0	9	18
ÖSSZESEN:	312	218	300	830

forrás: Nielsen Közönségmérés, NMHH

A kampányban szerepet vállaló médiumok együttesen 6 óra 54 perc 25 másodpercnyi műsoridőben közölték a pártlistát állító szervezetek üzeneteit (Duna: 2:35:40, RTL: 1:49:00, Kossuth Rádió: 2:29:45). A politikai reklámot jegyző pártlisták és nemzetiségi listák sem használták ki maradéktalanul a médiaszolgáltatásonként rendelkezésre álló időkeretet.

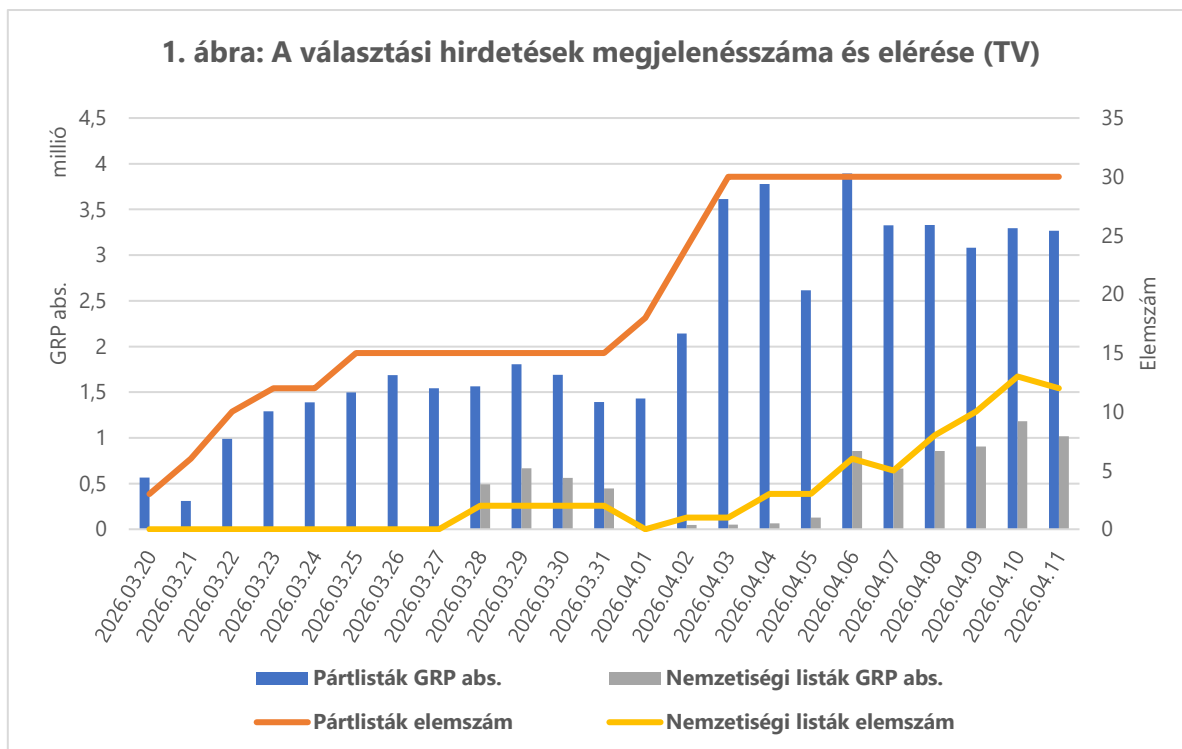
6. táblázat: A politikai reklámmal jelentkező szervezetek reklámidő kihasználása

Szervezet	Összidő	Pártlisták reklámidő kihasználtsága (%)			
		Duna	Kossuth Rádió	Teljes közmédia keret: 94 perc	RTL keret: 47 perc
Demokratikus Koalíció	1:40:30	36,70	36,70	73,40	67,02
FIDESZ - Magyar Polgári Szövetség- Kereszténydemokrata Néppárt	1:30:30	35,11	28,72	63,83	64,89
Magyar Kétfarkú Kutya Párt	1:07:30	28,72	28,72	57,45	28,72
Tisztelet és Szabadság Párt	0:48:00	17,55	17,55	35,11	31,91
Mi Hazánk Mozgalom	0:43:30	15,96	15,96	31,91	28,72
Szervezet	Összidő	Nemzetiségi listák reklámidő kihasználtsága (%)			
		Duna	Kossuth Rádió	Teljes közmédia keret: 94 perc	RTL keret: 47 perc
Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat	0:15:00	5,32	5,32	10,64	10,64
Országos Örmény Önkormányzat	0:10:25	5,50	5,59	11,08	0
Országos Horvát Önkormányzat	0:10:00	5,32	5,32	10,64	0
Bolgár Országos Önkormányzat	0:10:00	5,32	5,32	10,64	0
Magyarországi Romák Országos Önkormányzata	0:10:00	5,32	5,32	10,64	0
Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata	0:09:00	4,79	4,79	9,57	0

forrás: Nielsen Közönségmérés, NMHH

Az országgyűlési képviselők 2026-os általános választásának hivatalos kampányidőszaka 2026. február 21-től április 12-éig tartott, ebben az időszakban lehetett televízióban és rádióban közzétenni kampányüzenetet. A médiaszolgáltatók március 20-ától a választást megelőző napig, 2026. április 11-éig sugározták a listát állító pártok választási reklámjait. (A nemzetiségi listát állító szervezetek március 28-án jelentek meg először a hirdetőik között.) A korteshadjáratot március 20-án a Demokratikus Koalíció kezdte meg a Kossuth Rádión és a Dunán. Utolsóként (április 11-én) a pártlistás hirdetőik közül a Magyar Kétfarkú Kutya párt hirdetését láthatták a nézők az RTL-en, a nemzetiségi listás hirdetéseket pedig a Bolgár Országos Önkormányzat reklámja zárta a Kossuth Rádió műsorán ugyanezen a napon. A szpotok megjelenésszáma és elérése ugrásszerűen emelkedett a választás hónapjának kezdetén, azaz a listát állító szervezetek a hajrá időszakára időzítették a kampányra fordítható hirdetési kvótáikat.¹

¹ Közönségelérésre vonatkozó információkkal a televíziós megjelenésekre vonatkozóan rendelkezünk.



A listát állító szervezetek eltérő időpontokban kezdték meg a reklámozást. A Demokratikus Koalíció és a Fidesz-KDNP március 20-án és 21-én közel egyszerre indította meg kampányát, míg az országos pártlisták közül legkésőbb a Tisztelet és Szabadság Párt és a Mi Hazánk Mozgalom kapcsolódott be (április elején), ami jelentős eltéréseket okozott a megjelenések számában és a GRP²-ban is.

7. táblázat: A politikai reklámok számának heti alakulása

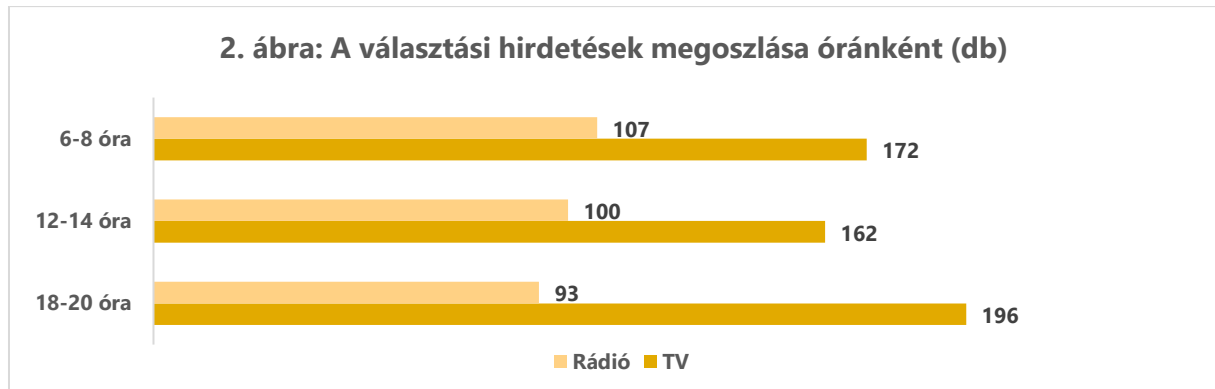
Listát állító szervezet	12. hét (03.20- 03.22.)	13. hét (03.23- 03.29)	14. hét (03.30- 04.05)	15. hét (04.06- 04.11)	Összesen
Demokratikus Koalíció	21	63	63	54	201
FIDESZ - Magyar Polgári Szövetség- Kereszténydemokrata Néppárt	7	57	63	54	181
Magyar Kétfarkú Kutya Párt	–	30	51	54	135
Tisztelet és Szabadság Párt	–	–	42	54	96
Mi Hazánk Mozgalom	–	–	33	54	87
Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat	–	6	6	18	30
Országos Örmény Önkormányzat	–	–	3	19	22
Országos Horvát Önkormányzat	–	–	8	12	20
Bolgár Országos Önkormányzat	–	–	–	20	20
Magyarországi Romák Országos Önkormányzata	–	–	4	16	20
Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata	–	–	–	18	18
ÖSSZESEN:	28	156	273	373	830

forrás: Nielsen Közönségmérés, NMHH

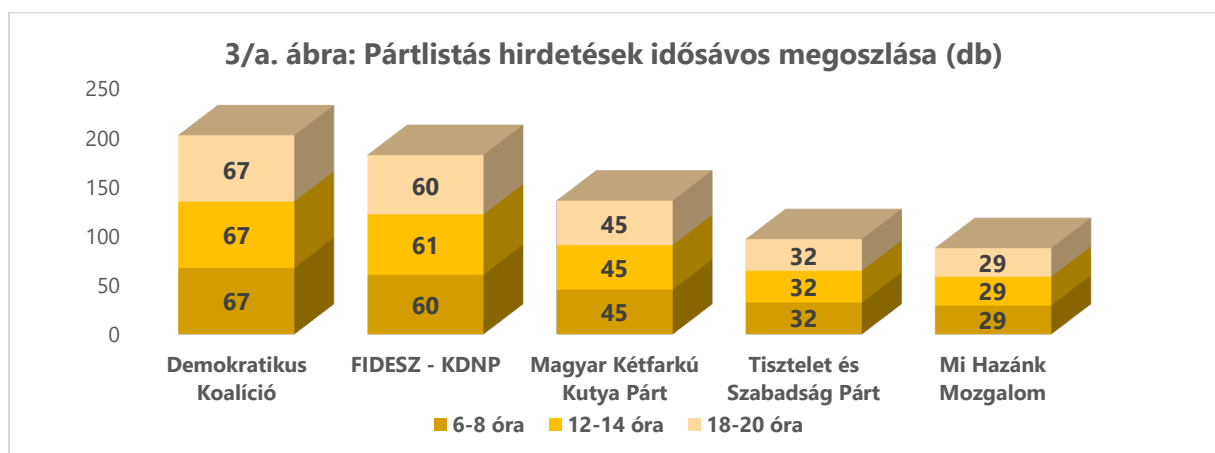
A Ve. értelmében a médiaszolgáltatók naponta három alkalommal, a 6-8, a 12-14 és a 18-20 óra közötti időszakokban megszakítás nélkül voltak kötelesek biztosítani a politikai reklámok

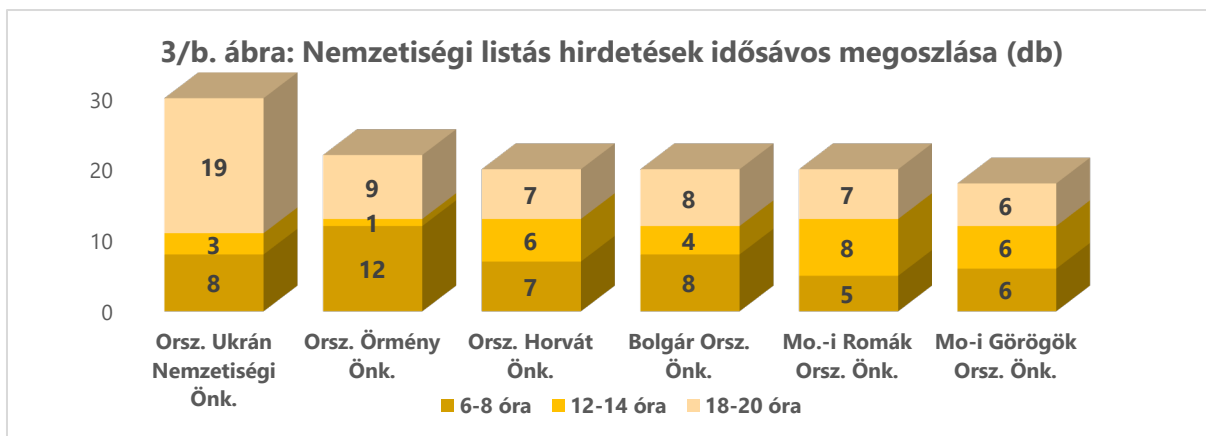
² GRP abs. jelentése: a „Gross Rating Point” (Bruttó Nézettségi Pont) a kampány kontaktusszáma. A GRP a reklámparban használt mértékegység, amely az adott médiumban megjelenő hirdetések elérését méri.

közzétételét. A kampány során a rádió esetében a 13:00-14:00 óra közötti időszáv bizonyult kiemelkedőnek, míg a televízióban leggyakrabban a 12:00-13:00 óra közötti időszávban tettek közzé politikai reklámot (a kétórás időszávokat tekintve a rádióban a reggeli, míg a televízióban az esti időszak bizonyult a legnépszerűbbnek). Az RTL műsorán egy alkalommal csekély mértékben eltértek a törvényben meghatározott időszávoktól, 2026. március 28-án 11 óra 58 perckor adtak közre egy politikai reklámblokkot két (Fidesz-KDNP és Demokratikus Koalíció) hirdetéssel. A néhány perces eltérés oka vélhetően a műsorstruktúra felépítéséből adódhatott, a két hirdetést egy vígjátéksorozatot megszakító reklámszünetben tették közzé.



A listát állító szervezetek hirdetési megjelenései kiegyenlített képet mutattak mind a televíziókban, mind a rádióban a három időszávban. Pártlisták esetében nem volt tetten érhető, hogy kizárólag az egyik vagy a másik időszávra pozicionálták volna magukat. A médiaszolgáltatók megfelelően rotálták a hirdetéseket, így azok mindhárom időszávban egyenlően jelentek meg. Ezt a mintát követte minden listát állító párt, komoly eltérés nem volt tapasztalható egyik vagy másik időszáv javára sem. A nemzetiségi listát állító szervezetek között látványosabb különbség bontakozott ki, míg az Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat hirdetése az esti órákban jelentek meg nagyobb számban, addig az Országos Örmény Önkormányzat esetében a reggeli órák számítottak frekventáltnak.





A különböző időszavokban történő közzététel a közönségelérés szempontjából kiemelt jelentőségű. Az alábbi hőtérképes kimutatásban látható, hogy órákra bontva miként változott a különböző időszavok elérése a jelölő szervezetek szerint. A sötétebb barna mező az elérések átlagnál magasabb arányát, míg a szürke mező az átlagnál alacsonyabbat, a színárnyalatok pedig az eltérések mértékét szemléltetik. A táblázatban kumulált értékek láthatók, amelyek a szervezetek reklámfilmjeinek összesített nézettségét szemléltetik az adott időszakban. A sötétebb háttérrel jelölt területek nem a közzétételből fakadó lehetséges előnyöket, hanem a megjelenésszámok közötti eltérésekből eredő közönségelérést tükrözik. A legtöbb nézőt a hagyományosan legnépszerűbbnek számító esti műsorszavban érték el a hirdetések.

8. táblázat: Az országgyűlési képviselők 2026. évi általános választásával összefüggő politikai reklámok közönségelérése időszavonként (TV)

Szervezet	Pártlisták közönségelérése – GRP abs. ³					
	6 óra	7 óra	12 óra	13 óra	18 óra	19 óra
Demokratikus Koalíció	488.964	950.514	2.204.252	88.616	5.456.146	5.712.908
FIDESZ - KDNP	455.986	961.023	2.159.476	108.159	4.712.168	5.715.688
Magyar Kétfarkú Kutya Párt	337.755	261.905	1.303.024	98.771	3.294.989	1.933.549
Tisztelet és Szabadság Párt	244.077	318.815	983.427	104.324	2.747.384	2.328.119
Mi Hazánk Mozgalom	237.952	262.190	881.347	99.400	2.660.793	1.941.574
Szervezet	Nemzetiségi listák közönségelérése – GRP abs.					
Szervezet	6 óra	7 óra	12 óra	13 óra	18 óra	19 óra
Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat	6.448	0	0	0	2.830.864	2.455.257
Országos Örmény Önkormányzat	103.563	0	0	0	254.220	0
Országos Horvát Önkormányzat	0	0	177.455	0	545.453	0
Bolgár Országos Önkormányzat	67.905	0	119.646	0	355.240	0
Magyarországi Romák Országos Önk.	48.567	0	0	0	518.144	0
Magyarországi Görögök Országos Önk.	65.642	0	152.129	0	238.359	0

forrás: Nielsen Közönségmérés, NMHH

A listát állító szervezetek többféle hosszúságú és tartalmú rádiós és televíziós hirdetést készítettek, így összesen 36 féle hirdetést regisztráltunk. A különböző variációk közül a Fidesz–KDNP „Állítsuk meg őket!” szlogenű, az ukrán olajblokádról szóló televíziós szpotja (122 eset), illetve a Demokratikus Koalíció „Ne hagyd, hogy a szélsőjobb legyen a mérleg nyelve” jelszavú

³ GRP abs. jelentése: a „Gross Rating Point” (Bruttó Nézettségi Pont) a kampány kontaktusszáma. A GRP a reklámparban használt mértékegység, amely az adott médiumban megjelenő hirdetések elérését méri.

népszerűsítette. A második legtöbb hirdetéssel jelentkező párt a Fidesz–KDNP volt, amely 181 szpotot tett közzé (21,8%). A legváltozatosabb hirdetési palettával a Magyar Kétfarkú Kutya párt jelentkezett, összesen hétféle szpottal kereste a választók kegyeit (16,3%).

10. táblázat: A választáson induló szervezetek reklám-változatai

Listát állító szervezet	Televízió			Rádió		
	Megjelenés db	Reklám változatai	Megjelenés %	Megjelenés db	Reklám változatai	Megjelenés %
Demokratikus Koalíció	132	2	24,91	69	1	23,00
FIDESZ – KDNP	127	2	23,96	54	1	18,00
Magyar Kétfarkú Kutya Párt	81	5	15,28	54	2	18,00
Tisztelet és Szabadság Párt	63	3	11,89	33	3	11,00
Mi Hazánk Mozgalom	57	1	10,75	30	1	10,00
Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat	20	1	3,77	10	1	3,33
Országos Örmény Önkormányzat	11	2	2,08	11	3	3,67
Országos Horvát Önkormányzat	10	1	1,89	10	1	3,33
Bolgár Országos Önkormányzat	10	1	1,89	10	1	3,33
Magyarországi Romák Országos Önkormányzata	10	1	1,89	10	1	3,33
Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata	9	1	1,70	9	1	3,00

forrás: Nielsen Közönségmérés, NMHH

Összegzés

A 2026-os kampányidőszakban, 2026. február 21. és április 11. között három országos médiaszolgáltatás (Duna, RTL, Kossuth Rádió) műsorában összesen 830 politikai reklám került közzétételre, melyek teljes időtartama mintegy 6 óra 54 percnyi műsoridőt fedett le. A politikai reklámok elhatárolása, a megrendelő megjelölése, feliratozása, időtartama és rotációja a törvényi előírások szem előtt tartásával valósult meg.

A hirdetési kampányt a Demokratikus Koalíció Kossuth Rádióon közzétett szpotja nyitotta meg (2026. március 20. - 06:33:49) és a Bolgár Országos Önkormányzat szintén a Kossuth Rádióon elhangzott üzenete zárta le (2026. április 11. - 18:59:53). A legtöbb politikai reklám (71 db) április 10-én szerepelt az érintett médiaszolgáltatások kínálatában. A beazonosított 36 féle üzenetet öt pártlistát és hat nemzetiségi listát állító szervezet jegyezte, a politikai céljaikat népszerűsítő szpotok időtartama 20 és 30 másodperc között alakult. Átlagos időtartamuk a törvény által maximálisan engedélyezett 30 másodperc volt.

A legtöbb politikai reklámmal a közmédia kínálatában (Duna: 312 db, Kossuth Rádió: 300 db) találkozhattak a nézők, hallgatók. A pártok közül a legváltozatosabb megjelenést a Magyar Kétfarkú Kutya párt érte el, amely a kampány során hétféle reklámüzenettel jelentkezett.

1. sz. Melléklet
A választáson induló szervezetek televíziós szpotjai

Listát állító szervezet	Szpot címe	Típusa	Közzététel száma
Demokratikus Koalíció	DEMOKRATIKUS KOALICIO KEZ+MERLEG+MENJ BIZTOSRA + APRILIS 12 30	Pártlista	40
	DEMOKRATIKUS KOALICIO MERLEG + MENJ BIZTOSRA + APRILIS 12 30	Pártlista	92
FIDESZ - Magyar Polgári Szövetség- Kereszténydemokrata Néppárt	FIDESZ - KDNP IGY IS AZ LESZ + A BIZTOS VALASZTAS 30	Pártlista	5
	FIDESZ - KDNP OLAJBLOKAD + ALLITSUK MEG OKET + APRILIS 12 30	Pártlista	122
Magyar Kétfarkú Kutya Párt	MAGYAR KETFARKU KUTYA PART AZT MONDJAK HELYI UGYEKBEN 30	Pártlista	9
	MAGYAR KETFARKU KUTYA PART KUTYA + DR. NEULINGER AGNES 30	Pártlista	9
	MAGYAR KETFARKU KUTYA PART KUTYA + SANDOR BALAZS 30	Pártlista	9
	MAGYAR KETFARKU KUTYA PART MI AZ ISKOLABAN... 30	Pártlista	39
	MAGYAR KETFARKU KUTYA PART SZAVAZZ APR. 12-EN ... 30	Pártlista	15
Tisztelet és Szabadság Párt	TISZA PART A TISZA KORMANY 5%-RA CSOKKENTI 30	Pártlista	23
	TISZA PART A TISZA KORMANY LEGFONTOSABB FELADATA 30	Pártlista	20
	TISZA PART A TISZA NEMET MOND A HAVORURA 30	Pártlista	20
Mi Hazánk Mozgalom	MI HAZANK SOK BESZED HELYETT MI TESSZUK A DOLGUNKAT+APR.12 30	Pártlista	57
Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat	ORSZAGOS UKRAN NEMZETISEGI ONKORMANYZAT 30	Nemzetiségi lista	20
Országos Örmény Önkormányzat	ORSZAGOS ORMENY ONKORMANYZAT 20	Nemzetiségi lista	2
	ORSZAGOS ORMENY ONKORMANYZAT 30	Nemzetiségi lista	9
Országos Horvát Önkormányzat	ORSZAGOS HORVAT ONKORMANYZAT 30	Nemzetiségi lista	10
Bolgár Országos Önkormányzat	BOLGAR ORSZAGOS ONKORMANYZAT 30	Nemzetiségi lista	10
Magyarországi Romák Országos Önkormányzata	MAGYARORSZAGI ROMAK ORSZAGOS ONKORMANYZATA 30	Nemzetiségi lista	10
Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata	MAGYARORSZAGI GOROGOK ORSZAGOS ONKORMANYZAT 30	Nemzetiségi lista	9

A választáson induló szervezetek rádiós szpotjai

Listát állító szervezet	Szpot címe	Típusa	Közzététel száma
Demokratikus Koalíció	MSC_12465 12_Politikai reklam DK - Demokratikus Koalicio 30	Pártlista	69
FIDESZ - Magyar Polgári Szövetség-Kereszténydemokrata Néppárt	MSC_12464 12_Politikai reklam FIDESZ Magyar Polgari Szovetseg - KDNP 30	Pártlista	54
Magyar Kétfarkú Kutya Párt	MSC_12462 12_Politikai reklam Magyar Kefarku Kutya Part 30	Pártlista	15
	MSC_12752 12_Politikai reklam Magyar Kefarku Kutya Part v2 30	Pártlista	39
Tisztelet és Szabadság Párt	MSC_12461 12_Politikai reklam TISZA - Tisztelet Es Szabadsag Part v1 30	Pártlista	11
	MSC_12799 12_Politikai reklam TISZA - Tisztelet Es Szabadsag Part v2 30	Pártlista	11
	MSC_12800 12_Politikai reklam TISZA - Tisztelet Es Szabadsag Part v3 30	Pártlista	11
Mi Hazánk Mozgalom	MSC_12463 12_Politikai reklam Mi hazank Mozgalom 30	Pártlista	30
Országos Ukrán Nemzetiségi Önkormányzat	MSC_12595 12_Politikai reklam Ukran Nemzetisegi 30	Nemzetiségi lista	10
Országos Örmény Önkormányzat	MSC_12812 12_Politikai reklam Orszagos Ormeny Onkormanyzat 30	Nemzetiségi lista	9
	MSC_12815 12_Politikai reklam Orszagos Ormeny Onkormanyzat 25	Nemzetiségi lista	1
	MSC_12814 12_Politikai reklam Orszagos Ormeny Onkormanyzat 20	Nemzetiségi lista	1
Országos Horvát Önkormányzat	MSC_12803 12_Politikai reklam Horvat Orszagos Onkormanyzat 30	Nemzetiségi lista	10
Bolgár Országos Önkormányzat	MSC_12724 12_Politikai reklam Bolgar Orszagos Onkormanyzat 30	Nemzetiségi lista	10
Magyarországi Romák Országos Önkormányzata	MSC_12636 12_Politikai reklam Magyarorszagi Romak 30	Nemzetiségi lista	10
Magyarországi Görögök Országos Önkormányzata	MSC_12851 12_Politikai reklam GOROGOK Orszagos Onkormanyzat 30	Nemzetiségi lista	9