

MONDD KIRE FIGYELSZ, MEGMONDOM MIT GONDOLSZ!

Politikai tájékozódás és véleményformálás
a sokcsatornás kommunikáció korában¹

Janky Béla

(MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont és BME Szociológia és Kommunikáció Tanszék)

Kmetty Zoltán²

(MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont és ELTE TÁTK Szociológia Intézet)

Szabó Gabriella

(MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont)

*A tanulmány beérkezett: 2018.07. 09.,
opponálás: 2018. 10. 02. – 2018. 10. 18., véglegesítve: 2019. 02. 28.*

ÖSSZEFOGLALÓ

A tanulmány a magyar választók politikai kommunikációs környezetét feltáró empirikus kutatás összegzése. Elemzésünk a politikai tájékozódás, a véleményformálás és a pártpreferencia közötti kapcsolatokat vizsgálja, mégpedig a Facebookon aktívak körében. Eredményeink szerint Magyarországon jelentős számban vannak olyanok, akik politikailag egyoldalú információs közegben élnek, mind tájékozódásuk forrása, mind politikai véleményük alapján. Az állampolgárok közéleti kérdésekben alkotott álláspontja a pártpreferenciákra kontrollálva is összefügg a tájékozódásuk forrásával. Ám a buborék csak egy a feltárt minták közül. A többség politikailag változatos interakciókat folytat, és nem zárkózik el az eltérő nézőpontoktól. Azt is állítjuk, hogy az internet és a közösségi média korában a televízió sokak számára továbbra is a legfontosabb hírforrás.

Kulcsszavak: információszerzés ■ politikai vélemények ■ szelekció ■
visszhangszoba ■ Magyarország

Az empirikus médiakutatások közel százéves történetének egyik nagy talánya a tömegkommunikáció vélekedésekre gyakorolt hatása (Angelusz et al., 2007; Bajomi-Lázár, 2008). A politikatudományt elsősorban a politikára vonatkozó aspektusok érdekelték: a politikai magatartást, a szavazói viselkedést, a po-

litikai attitűdöket, egy-egy ügy érzékelt fontosságát, politikusok és jelöltek megítélését magyarázó vizsgálatok sora köti össze a hírfogyasztást, a politikai információk megszerzésének módjait, a médiatartalmaknak való kitettséget vizsgálatuk tárgyával (Sweeney–Gruber, 1984; Stroud, 2010 és 2011; Knobloch–Westerwick, 2012; Strömbäck, 2017; Strömbäck et al., 2018). Jelen tanulmány e kísérletekhez csatlakozik az alábbi kérdés felvetésével: van-e kapcsolat a politikai információk megszerzésének útjai, az egyének politikai kérdésekről alkotott véleménye és pártpreferenciája között?

Empirikus tesztként 2017–2018 fordulóján kérdőíves vizsgálatot folytattunk Magyarországon a 18 és 65 év közötti internethasználókat reprezentáló mintán, amelyben egy aktuális politikai kérdéstről alkotott álláspontjukat vetettük össze kommunikációs környezetükkel. Előbbit az adatfelvételhez időben legközelebb kirobbant, jelentős médiafigyelmet kapott ügryhöz kapcsoltuk: Tállai András országgyűlési képviselő és a Nemzeti Adó- és Vámhivatal vezetőjének intézkedéséhez, melynek hatására Mezőkövesd (Tállai választókerületének központja) környékén a MOL töltőállomásain csökkentek az üzemanyagárak.³ Azt vizsgáltuk, hogy az egyének hírfogyasztása, közösségi médiajelenléte, továbbá személyközi kapcsolatai által kirajzolódó politikai kommunikációs környezet összefügg-e az említett esemény interpretálásával.

A témafelvetés relevanciáját éppen a kommunikációs környezet változása adja. W. Lance Bennett és Shanto Iyengar pontosan tíz évvel ezelőtt, 2008-ban megjelent tanulmányában lefektetett néhány teoretikus kiindulópontot a 21. századi politikai kommunikáció alapjairól (Bennett–Iyengar, 2008). A cikkben a médiahatárok megértésének új modelljét keresik, és a lazersfeldi, vagyis az egyének aktivitását hangsúlyozó útra kívánják visszaterelni a tudományos gondolkodást. A szerzőpáros érvelése szerint napjaink politikai kommunikációs környezete a csatornák bőségével, a platformok sokaságával, az információáramlás ütemének gyorsaságával írható le. Az új éra kulcskérdései immár nem a nagymédia, illetve a politikusok napirendje vagy értelmezési küzdelmei, hanem az emberek hírfogyasztási szokásai és politikai információknak való kitettsége, pontosabban annak kombinációi körül formálódnak (Webster–Ksiazek, 2012).

E gondolat nagyban épít az 1970-es években felfutó „használat és kielégülés” („Uses and Gratification”) médiamodellel megközelítésére, amely a mindent elsöprő tömegmédia hatását az egyének válogatásának és az előzetes beállítódásuk, motivációik fontosságával kívánta tompítani (Severin–Tankard, 2001). A 2000-es években újrainduló szakirodalmi hullám azonban nem elsősorban a befogadás kognitív hátterére, hanem az úgynevezett „high choice media environment” politikai következményeire fókuszál (Prior, 2005; Chen, 2012; Van Alst et al., 2017). Állításuk szerint napjainkban a sokféle tájékozódási forrás következtében politikai információszerzési mintázatok variánsai különít-

hetők el. E mintázatok politikai jelentőségét többféleképpen is tárgyalják. Egyrészt, mérik az információszerzési lehetőségek közötti választás és az egyének politikai tudása közötti összefüggést (Prior, 2007; Banducci et al., 2017), másrészt, a politikai részvétel és a tájékozódás kapcsolatát kutatják (Eveland–Scheufele, 2000; De Vreese–Boomgaarden, 2006; Blekesaune et al., 2012). Harmadrészt, adatokat vesznek fel a politikusok, politikai intézmények iránti bizalom és a hírfogyasztás összekapcsolódásáról (Arceneaux, 2013; Arceneaux et al., 2012; Prior, 2013; Ceron–Memoli, 2015).

Kevés elemzés áll azonban rendelkezésre az egyének sokcsatornás, fragmentált kommunikációs környezete és a politikai ügyekben alkotott véleményének együttjárásáról (Jansen–Neuenkirch, 2017). Bármilyen legyen a vizsgálatok kutatási kérdése, a vonatkozó szakirodalom a tájékozódás diverzitását a polarizációval köti össze (Garrett, 2009a; Gvirsman, 2014; Hopmann et al., 2016). Elsősorban amerikai adatokra hivatkozva erősítik egyes politikai elemzők azt a közvélekedést, hogy az egyének kommunikációs környezetében megjelentek olyan szelekciós mechanizmusok, amelyek politikai elkülönülést eredményezhetnek (pl. Mitchell et al., 2014). Az utóbbi időben végzett szisztematikus médiakutatások ugyanakkor arra jutottak, hogy a politikailag erősen szelektált médiahasználat az Egyesült Államokban sem jellemző (Garrett, 2009a; Prior, 2013). Ehhez kapcsolódva a polarizáció szempontját is bevonjuk kutatásunkba: megvizsgáljuk, hogy az egyének szelekciói alapján létrejövő politikai kommunikációs környezetek és a Tállai-ügyben alkotott vélemények kategorikusan elválasztják-e válaszadóink csoportjait. Tesszük mindezt úgy, hogy a sokat vitatott visszhangszoba (echo chambers) tézise mellett egy magyar kontextusban még nem tárgyalt koncepcióra, a *válogatott folyamat* (curated flow)⁴ elgondolására is támaszkodunk.

A Facebook-felhasználókra koncentrált felmérésünk adatai azt mutatják, hogy viszonylag jelentős számban vannak olyanok, akik politikai nézeteiknek megfelelő információs buborékba zárják magukat. Mintánkban ez a csoport baloldalként azonosítható. Ugyanakkor (összhangban az Egyesült Államokban végzett kutatások eredményeivel) összegészében többen vannak azok, akik az információs források politikai orientációja szempontjából vegyesen tájékozódnak. Elemzéseink eredményei szerint a tájékozódási források politikai orientációja és a választott közéleti kérdésben elfoglalt álláspont összekapcsolódik. Ezt a kapcsolatot a legkülönfélébb tájékozódási csatornák esetében megtaláltuk, beleértve a politikáról folytatott személyes beszélgetéseket is. Mindazonáltal a televízió véleményalkotásban játszott szerepe továbbra is kiemelkedik – még az aktív közösségi média használókat magában foglaló mintánkban is.

SZELEKCIÓ ÉS SZEGREGÁCIÓ AZ EGYÉNEK POLITIKAI
KOMMUNIKÁCIÓS KÖRNYEZETÉBEN

Kiindulópontunk szerint az egyének politikai kommunikációs környezetének kialakítása egyfajta szűrő- és kiválasztó mechanizmushoz köthető. Ezek a mechanizmusok a legjobban a politikai kommunikáció áramlásában (flow), illetve a kommunikációban érdekelt szereplők közötti interakciókban kutathatók. Érdekes tehát szemügyre venni, hogy az állampolgárok miként jutnak politikai információkhoz egy fragmentált, erősen pártos médianyilvánosságban. Magyarország mindkét feltételnek eleget tesz (Szabó–Kiss, 2012; Dobek-Ostrowska–Głowacki, 2015: 19.), így a magyar adatok hozzásegítenek bennünket az egyének kommunikációs elkülönülésének vagy éppen összekapcsolódásának megértéséhez. Mivel a politikai információk és interakciók nem köthetők kizárólag a hagyományos tömegmédiához, így vizsgálatunkba bevonjuk az online és offline személyközi kapcsolatokat.

Korai kitettség-irodalom

Kutatásunk egyik kiindulópontja a kitettség-irodalom (exposure theories), erre alapozzuk az állampolgárok politikai kommunikációs szegregációjának mérését. A kitettség problémáját felvető munkák a fogyasztókra gyakorolt erős médiahatás iskolájának kritikájaként jelentek meg az 1950-es évek végén. Később a „használat és kielégülés” (Uses and Gratifications)-elmélet tette igazán divatosá a szelektív kitettség koncepcióját, mely a pszichológiától vett megállapításhoz kötődik: az emberek hajlamosak előnyben részesíteni azokat az információkat, amelyek megerősítik az előzetes beállítódásukat, illetve elkerülni az azoknak ellentmondóakat (Blumler–Katz, 1974; Garrett, 2009a; Garrett et al., 2011). A politika kontextusában mindez elsősorban pártos válogatást jelent (Leeper–Slothuus, 2014). Más szóval, az emberek hajlamosak politikai és ideológiai alapon dönteni információforrásaikról és médiafogyasztásukról; egyes termékeket preferálnak, másokat elkerülnek (Stroud, 2008). Mindez szükségképpen befolyásolja politikai viselkedésüket. Az empirikus vizsgálatok azonban ellentmondó eredményekhez vezettek: a szelektív kitettség politikai hatásait mai napig sem sikerült minden kétséget kizárólag bizonyítani (Knobloch-Westerwick–Kleinman, 2012).

Az elgondolás előfeltételezéseit és módszerét számos kritika is érte. Az információknak való kitettség linearitása megkérdőjeleződött, felmerültek mérési problémák, illetve az egyének erős és határozott előzetes beállítódását sem sikerült megfelelően indokolni (Sears–Freedman, 1967; Zillmann–Bryant, 1985; Merakou, 2013). Vizsgálatunk számára e hagyomány azonban két okból még-

iscsak fontos. Egyrészt az emberek aktivitására, másrészt a politikai információs folyamatban megfigyelhető válogatási folyamatra irányítja a figyelmet.

Visszhangszoba

Nem véletlen, hogy az internetrobbanás, a közösségi média felfutása adott nagy lökést a kitettségi-irodalom továbbfejlődésének. A táguló kommunikációs tér, a sokasodó platformok és az új médiumok ideológiai elfogultságának nyílt vállalása vezetett az „*echo chambers*”-tézis megszületéséhez (Shirk, 2010; Morozov, 2011; Pariser, 2011). A magyarul leginkább „*visszhangszobaként*” hivatkozott koncepció szerint a csatornabőség válogatásra szorít, és a politikai-közéleti kérdésekkel foglalkozó platformok között a fogyasztók jelentős része politikai preferenciája alapján szelektál. Az így létrejövő kommunikációs környezetek működésének metaforájaként került használatba a „*visszhangszoba*” elnevezés, amely arra utal, hogy a politikai kommunikációban zárt terek alakulhatnak ki egyes témák, nézetek, vélemények homogén bemutatásával. A visszhangszoba „lakói” egyre erősebben győződnek meg mondandójuk koherenciája, érvényessége és elfogadottsága felől. Mikroszinten: minél erősebb a visszhangszoba hatása, annál rosszabb az állampolgári tájékozódás minősége, erodálja az intézményekbe vetett bizalmat, roncsolja a politikai közösségek közötti viszonyokat, és növeli az ellentétes táborok közötti érzelmi távolságot. Makroszinten pedig dezintegrálja a társadalmat, rombolja a nyilvánosságot. A széttöredezett kommunikáció pedig megnehezíti, hogy a politikai információk könnyen áramoljanak a közbeszéd platformjain (Sunstein, 2001; Adamic-Glance, 2005).

Az egyéni szelekció negatívumairól való gondolkodást az empirikus kutatások eredményei árnyalják. Akár a hírfogyasztást, akár a közösségi médiát elemezték, a kutatók rendre megállapítják, hogy a kommunikáció teremtette szegregáció jelen van, ám korántsem egyöntetű. Míg Mitchell és kollégái (2014) az amerikaiak televíziós hírfogyasztást vizsgálva erőteljes és kizárólagos pártos szelekciót állapítottak meg, addig más kutatások szerint csak kevesen szelektálnak (Garrett, 2009a; Prior, 2013); Nelson és Webster (2017) pedig az online médiumok esetében politikailag kifejezetten heterogén közönséget talált – összhangban Messing és Westwood (2014) kapcsolatháló-oldalakon végzett kísérletével, ahol a társas ajánlás teljesen elnyomta a hírforrás és a hírfogyasztó politikai orientációjának a hatását. Levendusky (2013) pedig arra hívta fel a figyelmet, hogy az elfogult médiatálatlás vonzza ugyan a politikailag erősen elkötelezett hírfogyasztókat, ám még ez a kör is hajlandó más forrásokból is tájékozódni (lásd még Garrett, 2009b).

A közösségi média sem zárja be a felhasználókat: a Twitteren például a reciprok követések által kialakult körökben többnyire érvényesül a politikai

homofflia elve, míg az egyirányú kapcsolatok sokkal inkább vegyesek (Colleoni et al., 2014). Mindemellett a közösségi média lehetőséget ad a szelektív mellett a véletlenszerű kitettségnek is. A Facebookon nem szándékolt módon talált politikai tartalmak legalább olyan lényegesek, mint a tudatos hírkeresés (Fletcher, 2017; Weeks et al., 2017).

Az „echo chamber”-irodalmak legnagyobb problémája alighanem a médiakörnyezet és a politikai információszerzés leegyszerűsítése. A redukció perze nagyrészt kényszerűség: bár a szakirodalomban régóta megállapítást nyert a politikai információkhoz való hozzáférés diverzitása (Ahlers, 2006; Dutton et al., 2009; Newman et al., 2017), módszertani okokból a kutatók ragaszkodnak a kommunikációs formák (hagyományos média, közösségi platformok, személyközi interakciók) kutatásának különválasztásához. Gondot okoz továbbá az empiria túlzott földrajzi torzítása is: a témával foglalkozó vizsgálatok túlnyomó többsége amerikai adatokkal dolgozik, a kutatók pedig hajlamosak az eredményeket az Egyesült Államok speciális politikai és társadalmi kontextusából kiragadva általánosítani. Végül, ellentmondásokhoz vezethet az okság irányának bizonytalansága. A vizsgálatokban eltérő eredmények születnek, amennyiben a politikai kommunikációtól teljesen független tényezőként feltételezzük az állampolgárok politikai preferenciáját vagy épp fordítva: a mintába bekerült kommunikációs platform hatásának tudjuk be a közvélemény politikai polarizációját.

Az ellentmondásos eredményekre hazai példa a Medián és a Mérték Médiaelemző közös kutatása (Győri–Tímár, 2017). A 2016-os adatfelvétel a felnőtt lakosság médiafogyasztási szokásait vizsgálta, mégpedig a politikailag sokszínű tájékozódás kérdésére koncentrálna. A megkérdezettek önbevallása alapján háromnegyedük egyaránt keresi a neki tetsző és nem tetsző politikai véleményeket. Mindössze a minta negyede figyel kizárólag saját politikai nézeteihez közelálló hírforrásokat. A kutatás szerint a zártabb tájékozódás a Jobbikkal szimpatizálók körében a legerősebb. Ám az egyének által választott médiatermékek politikai színezetét is tekintetbe véve világossá vált, hogy a válaszadók majd fele vagy kormánypárti vagy kormánykritikus információs buborékban van (Győri–Tímár, 2017: 9.). Mi okozza a két adat közötti eltérést? Lehetséges lenne, hogy a válaszadók a médiafogyasztásukat a komplexebb tájékozódásuk részeként értelmezték? Előfordulhat, hogy azért érezték kiegyensúlyozottnak a politikai kommunikációs környezetüket, mert óhatatlanul beleértették a közösségi platformokon, illetve a személyes interakciókban megtapasztalt diverzitást? Úgy látjuk, itt az idő olyan vizsgálatokra, amelyek a sokcsatornás tájékozódás megragadására törekcsenek.

Válogatás a sokcsatornás és többszereplős modellben: válogatott folyamat (curated flows)

A szelekció és szegregáció közötti összefüggés felderítésében tehát olyan konceptuális keretet kell felállítani, mely a politikai információk folyamatának különféle csatornáit és módjait képes kezelni. Mégpedig úgy, hogy ex-ante kutatói kalkulációk nélkül kimutathatóvá válnak az emberek elkülönülő és politikailag értelmezhető csatornahasználati kombinációi. Elgondolásunk szerint az egyének a politikai információkhoz típusosan csoportosítható módon jutnak. Másként fogalmazva: csoportok képezhetők a politikai kommunikáció folyamatában történő szűrő és válogató tevékenységeik alapján. E szűrés és válogatás nem ad hoc, hanem rendszeres és ismétlődő szokások összessége (Heeter, 1985; LaRose, 2010; Wolfsfeld et al., 2016). Így tudatosságot és tartósságot is feltételezünk. Minél nagyobb a különbség a típusosan eltérő csoportminták között, annál nagyobb biztonsággal értelmezhetőek azok kommunikációs enklávéként.

A szegregátumok kialakulása azonban nemcsak személyes döntés kérdése. Az általunk végzett szűrések és válogatások nem szakíthatók el más kommunikációs ágensek által végzett szelekcióktól. Korunk digitális és hibrid média-világában a politikai információknak való egyéni kitettség modellje a válogatások sokféleségére és körforgására épülő „*válogatott folyamat*” (curated flows) koncepciója. Kjerstin Thorson és Chris Wells (2015) teoretikus innovációja is a válogatást helyezi középpontba. A modell szerint a politikai információfolyamban érzékelhető különbségeket a kommunikációban résztvevők válogató és szelektáló tevékenysége közötti összjáték magyarázza, egyben felhívja a figyelmet a válogatást végző kulcsszereplők közötti hierarchia esetlegességére. A tömegmédiá uralta politikai kommunikáció korszakához képest a politikai vezetők és a médiaelit tagjai ugyan nem tűntek el a porondról, ám elveszítették az információáramlás meghatározása feletti monopóliumukat. Manapság erőteljesebben látszik az állampolgárok személyes autonómiája, illetve a társas kapcsolatok fontossága. Új ágensként listázzák az algoritmusokat is, amelyek az online szűrés és szelekció fontos tényezői. A kommunikációs szegregátumok iránt érdeklődőknek tehát ezen szereplők hálózatos pozícióira kell figyelniük: hogyan vesznek részt a válogatás folyamatában, kikhez kapcsolódnak és kikhez nem, mely szereplők esetében láthatunk hasonló mintázatokat stb. A politikai kommunikáció áramlásában megfigyelhető hatalmi helyzet azonban mintázatonként és szituációként változik.

Jelen kutatás az egyénekre koncentrált, így az egymással kölcsönhatásban lévő „kurátorok” közül az állampolgárok tevékenységét követi. A személyes és egyéni válogatás folyamán, más „kurátorokhoz” való kötődésük alapján, az állampolgárok képessé válnak kommunikációs környezetet teremteni, amelyben a politikai preferenciák adott esetben döntő szerepet játszhatnak.

Az elemzés hipotézisei

Az empirikus elemzést megalapozó kutatási kérdéseinket a szelektív kitettség és a válogatott folyamat koncepciói alapján fogalmaztuk meg. A vizsgálat előzetes állításai három hipotézisben foglalhatóak össze.

H1: A politikai orientáció összefügg a hírfogyasztással, de az internetet használó választók többsége politikailag vegyes tájékozódást végez. A szelektív kitettség csak a választók kisebbségére jellemző.

H2: A hírfogyasztás jellege önállóan, azaz a társadalmi háttérváltozókra és a pártpreferenciákra kontrollálva is összefügg a Tállai-ügy megítélésével. A kizárólag kormánykritikus véleményekkel találkozó válaszadók határozottabban ítélik el a képviselő akcióját, mint a politikai irányultság szempontjából többféle forrásból tájékozódók, valamint a kormánypártokkal szimpatizáló véleményekkel találkozóak. Továbbá a politikai irányultság szempontjából többféle forrásból tájékozódók is határozottabban ítélik el a képviselő akcióját, mint a kizárólag kormánypárti kommunikációs milliőben élők.

H3: A második hipotézisben megfogalmazott különbségek kormánypárti, vegyes illetve kormánykritikus orientációjú hírfogyasztók között minden egyes vizsgált tájékozódási forrás esetében hasonlóan működnek.

ADATOK ÉS MÓDSZEREK

Felmérésünkben azokra koncentrálnak, akik tájékozódásukba nemcsak az interneten elérhető hírforrásokat vonták be, de a közösségi médiát is használják. A fenti restrikciónak megfelelően a 18–65 éves, internetet használó népességet reprezentáló 1000 fős online kvótás mintán kérdőíves felmérést végeztünk.⁵ A mintába került válaszadók jelentős része (875 fő) Facebook használó is egyben, ők vizsgálatunk alanyai. Az adatfelvétel december közepe és január közepe között zajlott. A kérdezettek több, a politikai diskurzus részét képező témában fejthették ki álláspontjukat, és a politikai érdeklődés mértéke mellett rákérdeztünk a mintába került internethasználók jelentősebb politikai pártokkal kapcsolatos véleményére is.

A kérdőív véglegesítését megelőzően a hazai tömegkommunikációs térben zajló politikai-közéleti diskurzus szisztematikus kvalitatív elemzését végeztük el. Olyan témát kerestünk, amely az adatfelvételt megelőző két hónapban objektíve mérhetően jelentős teret kapott a tömegkommunikációban, és politikai szempontból releváns; megítélésünk szerint felkelthette a pártpolitika iránt kevésbé érdeklődő választópolgárok érdeklődését is; a témához köthető események, cselekmények több, akár egymással ellentétes morális értelmezésre adnak lehetőséget; továbbá a pártpolitikai törésvonalak erős útmutatást adnak az értelmezések közötti választásra.

Feltételeinknek a vizsgált időszakban Tállai András NAV-elnök és kormánypárti képviselő saját választókerületében az üzemanyagárrakkal kapcsolatos akciója felelt meg. A kérdőívben az esemény rövid ismertetése után kétpólusú formátumban prezentáltuk kérdésünket; azaz Tállai akciójának kormánypárti és kormánykritikus interpretációját is a válaszadók elé tártuk. A megkérdezetteknek azt kellett megmondaniuk, hogy a két interpretáció közül melyik és mennyire áll közel hozzájuk. A médiában megjelenő értelmezésekhez kvalitatív tartalomelemzés segítségével előkutatást végeztünk. A kormánypárti és a kormánykritikus narratívákat vizsgálva két karakteresen eltérő értelmezést azonosítottunk, ezek: Tállai „jót tett a választókerületével”, illetve „visszaélt a hatalmával”.⁶

A Facebook használói körében érvényesülő „válogatott folyamat” megragadásához a tájékozódás és a peer-to-peer politikai kommunikáció online és offline formáit próbáltuk mérni az online kérdés szűkös időkeretei között.⁷ A kérdőívben azt vizsgáltuk, hogy politikai és közéleti tájékozódás során melyek a használt hírforrások. Az újságok esetében az online és offline kiadás között nem tettünk különbséget. Külön blokk szólt arról, hogy a Facebookon milyen újságok/portálok jelennek meg a válaszolók falán, illetve melyik újság/portál tartalmát osztották meg, vagy kedvelték a közelmúltban.

Elemzéseinkben a fenti kérdésekre adott válaszokat három csoportban külön-külön értékeltük, pártosság szerint. A televízió nézésre,⁸ az újságolvasásra⁹ és a Facebookon történő hírolvasásra és hírmegosztásra¹⁰ vonatkozóan is megvizsgáltuk, hogy kizárólag kormánypárti, kizárólag kormánykritikus vagy a hírforrások politikai irányultsága szerint vegyesnek tekinthető hírfogyasztás jellemzi-e a válaszadót. A kormánykritikus felületeknél elkülönítettük a Jobbikhoz köthető és a baloldali ellenzékhez köthető csatornákat. Értelemszerűen minden csoportban önálló kategóriát alkotnak azok, akik az adott csatornán keresztül egyáltalán nem tájékozódnak. A hírforrások pártosság szerinti kategorizálása a politikai-közéleti diskurzusban és a politikai kommunikáció hazai kortárs elemzéseiben bevett kategorizálást követi (Győri-Tímár, 2017: 10).¹¹

Elemzésünkben a peer-to-peer politikai kommunikációra vonatkozóan is gyűjtöttünk adatokat. Egyrészt a közösségi médiában megjelenő kapcsolatokra kérdeztünk rá,¹² másrészt a személyközi kommunikációra.¹³ Azt vizsgáltuk, hogy a válaszadó beszélget-e politikáról, és ha igen, csak saját politikai beállítódásához illeszkedő véleményekkel találkozik-e, vagy rendszeresen szembeesül-e az övétől eltérő véleményekkel.

A fenti kérdésekből összeállt az az öt dimenzió, amelyben egymástól függetlenül mértük a politikai-közéleti témákkal kapcsolatos információáramlás pártosságát. Az elemzés első lépésében röviden bemutatjuk a tájékozódási csatornákat mérő változóink alapmegoszlását. Ezt követően a válaszadók párt-szimpatijára és szociodemográfiai hátterére kontrolláló többváltozós regressziós modellekben vizsgáljuk meg a Tállai-ügy megítélése és a tájékozódási

formák közötti összefüggést. Ezek az elemzések megmutatják az egyes információs csatornák véleményalkotásban betöltött szerepét a kormánypárti-, illetve a kormánykritikus információforrásokat kereső választók körében.

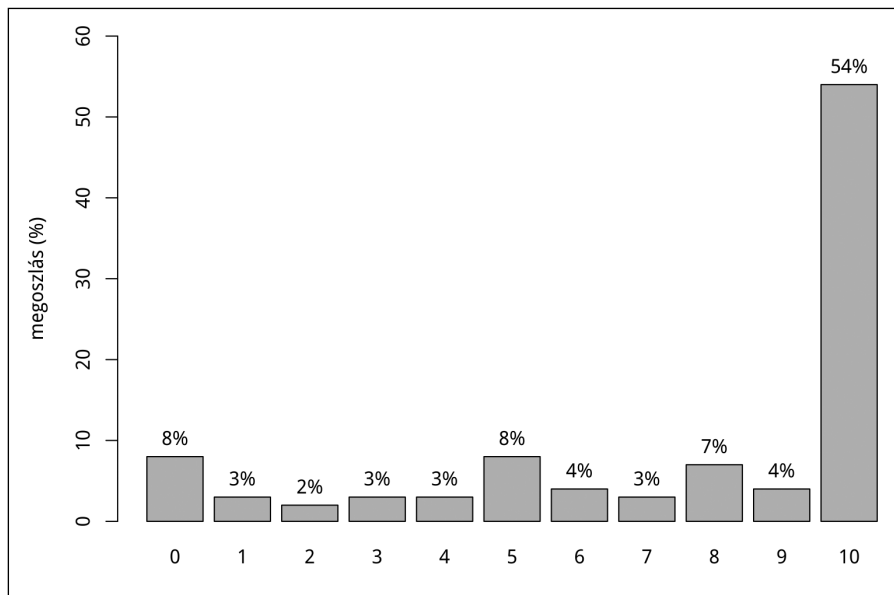
Még egy fontos módszertani megjegyzést kell tennünk. A kutatásunk mintája jelentősen kormányellenesebb, mint amit felmérésünk idején a standard lakossági felmérések, valamint a későbbi választási eredmények mutattak. A mintánkban a Fidesznek csupán 33 százalék volt a támogatottsága, a Jobbiknak viszont 26, az LMP-nek 8 és csak a DK-nak magában 13 százalék. Ezt a nagy eltérést ugyanakkor részben magyarázza az, hogy az online mintának valamennyire más a demográfiai szerkezete, kevesebb benne az alacsonyabb végzettségű válaszoló, kevesebb benne arányaiban az idős is. Nagyobb részben abból az anomáliából következik, hogy az online mintákban a Fidesz alulreprezentált. Nem áll rendelkezésünkre friss adat ennek az alátámasztására, de az MTA–ELTE Peripato kutatócsoport 2014-es, választás utáni adatfelvételét tudjuk ennek kapcsán idézni, ahol a személyes felvétel Facebook-használó almintájában a Fidesz támogatottsága 51 százalék volt, és az ugyanebben az időszakban, ugyanezzel a kérdőívvel lekérdezett online kutatásban mindössze 33 százalék mondta azt, hogy a Fideszre szavazott.¹⁴ Az elemzés kapcsán tehát fontos megjegyezni, hogy az abszolút számokat érdemes olyan keretben értelmezni, miszerint egy olyan mintán végezzük az elemzésünket, amely egy országos személyes mintához képest jóval kormányellenesebb. Kevesebb a Fidesz-szavazó a mintában, mint az országos mintánkon, és jóval több a Jobbik- és baloldali szimpatizáns. Az elemzésben ezért sem az ügy megítélésére fogunk elsősorban fókuszálni, hanem arra, hogy a véleményekben milyen különbségek vannak a különböző befogadói környezetekben.

ELEMZÉS

Az ügy általános megítélése

Mielőtt a különböző tájékozási csatornák mentén részletesen megvizsgál-nánk a Tállai-ügy megítélését, röviden bemutatjuk a vizsgált változónak az alapmegoszlását (figyelemmel a mintára vonatkozó fenti megjegyzésekre). 11 fokú skálán kellett értékelni a vizsgált ügyet, ahol a 0 azt jelentette, hogy Tállai jót tett a választókerületének lakóival, és a többi politikusnak is követnie kellene a példáját, a 10-es pedig azt jelentette, hogy a NAV vezetője visszaélt a hatalmával és olyan előnyt szerzett, amit más nem kaphatott meg. A válaszok átlaga 7,5 volt ezen a skálán, és az érdemben válaszolók több mint 50 százaléka 10-est adott a skálán, tehát visszaélésnek tekinti az ügyet. 7 százalék nem tudott, vagy nem akart válaszolni. Nulla és három közötti értéket az érvényesen válaszolók 16 százaléka adott, tehát mindössze a minta tagjainak negyede értett egyet azzal, hogy a NAV vezetője jót tett a választókerületével.

1. ábra. A Tállai-ügy megítélése a válaszadók körében.



A TÁJÉKOZÓDÁSI CSATORNÁK

A médiahasználat esetében három csatornára koncentrálnunk: a televízióra, az újságokra¹⁵ (offline és online), valamint a közösségi oldalakra (Facebook).¹⁶ Minden csatorna esetében nyolc kategóriás tipológiát képeztünk: nem tájékozik az adott csatornából (politikai, közéleti kérdésekben); többféle irányból tájékozik; csak baloldali kormánykritikus forrásból tájékozik; csak Jobbikhoz köthető kormánykritikus forrásból tájékozik; baloldali és Jobbikhoz köthető kormánykritikus forrásból is tájékozik; baloldali és kormánypárti forrásból is tájékozik; jobbikos és kormánypárti forrásból is tájékozik és végül: csak kormánypárti forrásból tájékozik.

1. táblázat. A tájékozódási források alapmegoszlásai (%).

	Tájékozódás: tévé	Tájékozódás: újság, portálok	Tájékozódás: Facebook
Nem tájékozódik az adott forrásból	29,9	51,2	57,8
Csak Jobbikhoz köthető forrás	1,1	0,6	0,9
Jobbikhoz és baloldalhoz köthető forrás	8,3	2,6	3,5
Csak baloldalhoz köthető forrás	17,3	22,7	17,9
Vegyes forrás	8,6	2,7	2,5
Kormánypárti és Jobbikos források	1,3	0,1	0,1
Kormánypárti és baloldali források	20,3	14,9	15
Csak kormánypárthoz köthető forrás	13,1	5,1	2,2
Esetszám	875	875	875

A három tájékozódási csatornán eltérő mintázatot látunk a tipológia szerint, bár vannak közös pontok (lásd: 1. táblázat). Az egyik a csak Jobbikhoz köthető forrásokból tájékozódók alacsony száma. A csak Jobbikhoz köthető és kormánypárti kommunikációs klímában élők száma is alacsony. Ezzel szemben viszonylag magas azoknak az aránya mind a három tájékozódási forma esetében, akik csak baloldali forrásokból tájékozódnak és azok is sokan vannak, akik egyaránt tájékozódnak baloldali és kormánypárti forrásokból. Ezzel szemben a csak kormánypárti forrásból tájékozódók aránya mérsékeltnek mondható, főleg az újság és még inkább a Facebook esetében. A televízió esetében 30 százalék azoknak az aránya, akik néznek egyszerre kormánypárti és kormánykritikus hírműsorokat is, ugyanezen arány jóval alacsonyabb az újságok és a Facebook esetén, mindössze 18 százalék körüli. Összességében azt mondhatjuk, hogy közéleti kérdésekben a televízióból tájékozódnak a leginkább és a Facebookról a legkevésbé, viszont ha tájékozódnak újságokból vagy Facebookról, azt inkább politikai véleménymilió szerint zártabb forrásokból teszik. Tehát ebben az esetben feltehetően erősebben működik a szelekció és kevesebb a véletlen hatás.

A kutatásban két módon vizsgáltuk a kapcsolathálózatot. Egyrésztől általánosságban kérdeztük, hogy milyen gyakran beszélget politikáról, közéleti kérdésekről a válaszoló és hogy mennyiben egyezik meg a véleménye azokkal, akikkel politikáról beszélget. A második kérdésblokkunk a közösségi médiában feltételezett politikai törésvonalak feltérképezésére irányult. Azt vizsgáltuk meg, hogy szoktak-e a kérdezett ismerősei, Facebookon politikai véleményt megfogalmazni és azt, hogy mennyiben egyezik meg a véleménye az ismerősei véleményével a közösségi oldalon. A médiáról szóló kérdésekkel ellentétben, itt ötelemű tipológiát tudtunk készíteni: a különböző vegyes kommunikációs miliókat nem tudtuk szétbontani a változók operacionalizálása miatt.

A válaszolók negyede szokott barátaival, ismerősivel gyakran politizálni. Nagyon ritka, hogy valaki csak ellentétes véleményekkel találkozzon, mind-

össze a minta 6 százaléka számolt be erről, a válaszolók fele azt mondta, hogy néha megegyezik, néha nem a véleménye az ismerőseivel, barátaival politikai kérdésekben, 44 százalék viszont mindig megegyező véleményekkel találkozók. Ebből a kérdésből nem derül ki, hogy ha egyező a politikai vélemény, akkor az kormánypárti vagy ellenzéki-e, ezért a tipológia kialakításához bevontuk a pártpreferencia és a párthőmérő (0–10 skálán, mennyire kedveli az adott pártot) kérdéseket. Ha most vasárnap nem a Fideszre szavazna a kérdezett (de választott baloldali pártot), vagy van olyan baloldali ellenzéki párt (MSZP, LMP, DK) amit legalább hetesre értékelt a párthőmérő kérdésen, és csak hasonló politikai véleménnyel találkozók, akkor a csak baloldali kapcsolathálózati csoportba került be. Ha Jobbik szavazó és/vagy legalább hetesre értékelt a Jobbikot és emellett csak egyező véleménnyel találkozók, akkor a jobbikos véleménymiliőbe soroltuk. Ha Fidesz szavazó, és/vagy legalább hetesre értékelt a kormánypártot, és emellett csak egyező véleménnyel találkozók, akkor pedig a kormánypárti kapcsolathálózati csoportba soroltuk be a válaszolót.¹⁷

A Facebook esetében a kérdezettek fele válaszolta, hogy ismerősei szoktak politikai tartalmat megosztani a közösségi médiaoldalon. Ám a kérdezettek kevesebb, mint 20 százaléka osztja meg politikai véleményét. A tipológia készítéséhez a Facebook esetén azt a kérdést használtuk fel, hogy többnyire megegyezik-e a véleménye politikai kérdésekben, vagy többnyire különbözik attól, amit ismerősei megosztanak a Facebook-oldalukon. A változó kialakításához a politikai beszélgetésekhez hasonlóan bevontuk a pártpreferenciát, és a párthőmérő kérdéseket. A kérdést azok is megkapták, akik azt válaszolták, hogy ismerőseik nem osztanak meg politikai tartalmat. A kérdezettek 28 százaléka a nem tudja, vagy a nem válaszol opciót jelölte. Őket soroltuk abba a kategóriába, akik nem ismerik az ismerősei politikai véleményét.

2. táblázat. Kapcsolathálózati tájékoztató források alapmegoszlásai (százalék)

	Politikai beszélgetések	Facebook-kapcsolathálózat
Nem beszélget politikáról ismerőseivel, nem ismeri a politikai véleményüket, nem azonosítható a véleménymiliő	26,5	31,4
Vegyes véleménymiliő	49,9	58,2
Csak baloldali véleménymiliő	12,7	6,6
Csak Jobbikos véleménymiliő	4,8	2,5
Csak kormánypárti véleménymiliő	6,1	1,3
<i>Esetszám</i>	875	875

A politikai diskurzusnak a kapcsolathálózati szintje egy vegyesebb politikai kommunikációs környezetet mutat. A személyközi kommunikációban a válaszadók fele találkozik eltérő véleménnyel is, míg a Facebookon ennél

még magasabb arányt kaptunk (közel 60 százalékot). A médián keresztüli tájékozódáshoz képest alacsonyabb volt azok aránya is, akik egyáltalán nem beszélgetnek politikáról és/vagy nem ismerik ismerőseik politikai nézeteit. A politikai beszélgetések esetében azonos nagyságú kizárólagosan kormánypárti, és Jobbikos kommunikációs miliót lehetett azonosítani. Valamivel magasabb volt azok aránya, akik csak baloldali kommunikációs kapcsolati térben mozognak. A Facebook esetében a homogén közegek ritkábbak voltak: a csak kormánypárti közegekben mozgó aránya a 2 százalékot sem érte el.

TÖBBVÁLTOZÓS MODELLEK

A különböző tájékozódási formákat mérő változóink alapmegoszlásai jól mutatják, hogy a közösségi médiát használó magyar lakosság közéleti tájékozódása sokszínű. Ezek az eredmények már önmagukban is érdekesek lehetnek, de témánk szempontjából az igazi jelentőségüket akkor nyerik el, ha egy kutatás idején aktuális közéleti kérdés kapcsán be tudjuk mutatni ezeknek a tájékozódási formáknak a működési mechanizmusát.

A különböző demográfia és politikai háttérváltozók hatásának kontrollálásához többváltozós környezetben vizsgáltuk meg az összefüggéseinket. Első lépésben egy alap modellt futtatunk, amelyben a nem, a kor, a településtípus, az iskolai végzettség és a szubjektív anyagi helyzet változók mellett egy Fidesz-szimpatia (7 és 10 közötti értéket adott a rokonszenvskálán a Fidesznek), és egy ellenzék-szimpatia változót (7 és 10 közöttit adott a rokonszenvskálán valamelyik ellenzéki pártnak) használtunk a modellben. A pártszimpatia változók szerepeltetése különösen fontos a modellekben, mert a tájékozódás összefügg a pártpreferenciával.¹⁸ A pártszimpatia változók használata lehetőséget ad arra, hogy a tájékozódási változók pártszimpatián felüli hatását is mérjük.

A bevont háttérváltozók esetében teszteltük a modell illeszkedéseit folytonos és kategoriális kódolás mellett is, végül minden változó esetében a jobban illeszkedő folytonos bevonás mellett döntöttünk. Ezután a következő lépésekben külön-külön bevontuk az összes korábban bemutatott médiabefogadási és kapcsolathálózati tipológiát. A lineáris regresszió eredményeit a 3. valamint a 4. táblázat tartalmazza. Az eredmények robusztusságának teszteléséhez ordinális logisztikus illesztéssel is vizsgáltuk az összefüggéseket. Az eredmények (szignifikanciaszintek, koefficiens irányok) minden esetben megegyeztek az OLS-modellekkel. A referencia-kategória minden esetben az adott tájékozódási formát nem használók voltak. A tájékozódási formákat vizsgáló tipológiák esetében nagyon alacsony esetszáma volt a csak jobbikos és a jobbikos/kormánypárti forrásokból együttesen tájékozódóknak, ezért az ezekbe a kategóriákba kerültek kivettük az elemzésből. Az összes modellt azokra a válaszolóokra futtattuk, akiknek minden kérdésnél volt érvényes válasza (734 fő).

3. táblázat. A Tállai-ügy megítélése a média tájékoztatósi tipológiák szerinti bontásban – OLS regressziós modellek (B együtthatók).

	Alapmodell		Tájékoztódás – tévé		Tájékoztódás – újság		Tájékoztódás – Facebook	
	B	Std. Hiba	B	Std. Hiba	B	Std. Hiba	B	Std. Hiba
Intercept	6,05***	0,77	6,54***	0,77	5,86***	0,80	5,90***	0,79
Neme (1: Férfi, 2: Nő)	-0,54*	0,23	-0,45	0,23	-0,54*	0,23	-0,53*	0,23
Korcsoport (5 kat.)	0,61***	0,08	0,63***	0,09	0,61***	0,08	0,61***	0,08
Iskolai végzettség (4 kat.)	0,46***	0,13	0,40**	0,13	0,43***	0,13	0,47***	0,13
Településtípus (4 kat.)	0,05	0,11	0,07	0,11	0,08	0,11	0,06	0,11
Szubjektív anyagi helyzet	-0,31*	0,13	-0,31*	0,13	-0,29*	0,13	-0,30*	0,13
Kedveli a Fideszt	-1,76***	0,30	-1,32***	0,32	-1,65***	0,31	-1,73***	0,30
Legalább 1 ellenzéki pártot kedvel	0,66**	0,24	0,51**	0,24	0,56*	0,24	0,61*	0,24
Tájékoztódás – Jobbik és baloldali forrás	0,24	0,46	0,24	0,46	0,62	0,76	-0,13	0,65
Tájékoztódás – csak baloldali forrás	-0,54	0,35	0,67*	0,30	0,67*	0,30	0,58	0,32
Tájékoztódás – vegyes	-1,05*	0,44	0,83	0,69	0,83	0,69	-0,43	0,76
Tájékoztódás – baloldali és kormányparti forrás is	-1,23***	0,33	-0,05	0,35	-0,05	0,35	-0,11	0,34
Tájékoztódás – csak kormányparti forrás	-1,65***	0,40	-0,36	0,53	0,53	1,11	1,11	0,75
Korrigált R ²	13,8%		16,4%		15,0%		13,9%	
Anova (sig)	0,000		0,000		0,000		0,000	

*p<0,05, **p<0,01, ***p<0,001

Az alapmodell csak demográfia változókat tartalmazott, valamint politikai szimpátiát mérő két változót (ellenzéki pártok/kormánypárt). A modell 13,8 százalékot magyarázott a függő változóból, és a településtípus kivételével minden változó szignifikánsnak bizonyult. A nők, valamint a fiatalabb válaszolók kevésbé negatívan ítélték meg a Tállai-ügyet, ezzel szemben a magasabb iskolai végzettségűek, illetve a jobb anyagi helyzetben lévők elítélőbben nyilatkoztak a kikényszerített benzinár csökkentésről. A politikai szimpátia változóink a vártak szerint működtek, a Fideszt kedvelők kevésbé ítélték el a NAV vezetőjének cselekedetét, míg azok, akik szimpatizáltak valamelyik ellenzéki párttal, inkább gondolták azt, hogy Tállai visszaélt a hatalmával.

A televíziós tájékoztatósi tipológia közel 3 százalékkal növelte meg a modell illeszkedését. Szignifikánsan kevésbé voltak elítélőek azok, akik bármilyen formában néztek kormánypárti médiát, azokhoz képest, akik nem tájékozódnak semmilyen televízióból közéleti kérdésekben. Ez független volt attól, hogy csak kormánypárti médiából tájékozódtak, vagy vegyesen néztek kormánypárti és ellenzéki médiát is. A Tállai-üggyel kapcsolatban a legkritikusabbak azok voltak, akik egyszerre néztek a Jobbikhoz és a baloldalhoz köthető csatornákat. A regressziós együtthatók alapján nem különült el az ő véleményük szignifikánsan a nem tájékozódóktól, de ez két dologgal is magyarázható.

Egyrészt a televízióból nem tájékozódók egy része politikailag nagyon tudatos és más forrásból (elsősorban online) szerzi be az információit. Azokhoz a televízióból nem tájékozódókhoz képest, akik nem érdeklődnek a politika iránt, a mindenfajta kormánykritikus médiát nézők már szignifikánsan elítélőbbek Tállai cselekedetével. A többféle kormánykritikus médiát néző csoport ráadásul politikailag nagyon aktív és tudatos. Párhuzamosan nézik az ATV mellett a Hír TV híreit is. (Az adatfelvétel a Hír TV 2018. augusztus 1-i tulajdonosváltása előtt készült.) Ez a nézői csoport feltehetően a politikai nézetei alapján szelektál már a csatornák között. A regressziós modellben azért nem tudnak szignifikánsan elkülönülni a nem tájékozódóktól, mivel a pártszimpátiával kontrollálunk a modellben. Ha mindenfajta kontrol nélkül vizsgáljuk az összefüggést, már egyértelműen kirajzolódik, hogy mennyivel kritikusabbak, mint a többi csoport. Ezt jól mutatja a mellékletben látható ábra is (lásd az *M2 ábrát* a mellékletben). A pártszimpátia és a televíziós tájékoztató közötti multikollinearitást az is bizonyítja, hogy a tipológia bevonása csökkentette mind a két politikai változó meredekségét a modellben.

Az újságok esetében már kevésbé erős az összefüggés a tájékoztatósi forma és a Tállai-ügy megítélése között. A nem tájékozódókhoz képest azok, akik baloldalhoz köthető forrásokat olvasnak, kritikusabbak voltak a NAV vezetővel. Itt a modell kicsit több mint 1 százalékot javult az alapmodellhez képest. Ebben az esetben is elmondható a tájékoztatósi tipológia és a politikai szimpátiák közötti összefüggés fontossága. A tipológia bevonásának hatására va-

lamennyivel mérséklődött a szimpátia változók hatása a modellben (a kétváltozós összefüggések kapcsán lásd az *M2.B ábrát* a mellékletben).

A Facebookos kedvelések és megosztások alapján készült tájékoztatósi tipológia viszont nem mutat szignifikáns összefüggést a Tállai-ügy megítélésével. Ebben az esetben az egyes kategóriák alacsony esetszámai is megnehezítik a modell illesztését. A kétváltozós összefüggések egyébként még szignifikánsnak bizonyultak, (Anova- és Post Hoc-tesztek alapján), a baloldali forrásokból tájékozódók problémásabbnak látták a benzinár csökkentését, mint a nem tájékozódók és az egyszerre baloldali és kormánypárti tájékozódók (lásd az *M3.C ábrát* a mellékletben).

4. táblázat. A Tállai-ügy megítélése a kapcsolathálózati tájékoztatósi tipológiák szerinti bontásban – OLS regressziós modellek (B együtthatók).

	Kapcsolathálózat – politikai beszélgetés		Kapcsolathálózat – Facebook	
	B	Std. Hiba	B	Std. Hiba
Intercept	6.01***	0.81	6.32***	0.81
Neme (1: Férfi, 2: Nő)	-0.55*	0.23	-0.53*	0.23
Korcsoport (5 kat.)	0.59***	0.08	0.60***	0.08
Iskolai végzettség (4 kat.)	0.454***	0.13	0.46***	0.13
Településtípus (4 kat.)	0.08	0.11	0.05	0.11
Szubjektív anyagi helyzet	-0.29*	0.13	-0.32*	0.13
Kedveli a Fideszt	-1.51***	0.35	-1.72***	0.31
Legalább 1 ellenzéki pártot kedvel	0.38*	0.26	0.64**	0.24
Kapcsolathálózat – vegyes	-0.11	0.29	-0.38	0.27
Kapcsolathálózat – csak baloldali	0.95*	0.43	0.41	0.51
Kapcsolathálózat – csak jobbkios	0.70	0.58	-0.126	0.77
Kapcsolathálózat – csak kormánypárti	-0.33	0.59	0.21	1.05
Korrigált R ²	14,3%		13,8%	
Anova (sig)	0.000		0.000	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

A politikai beszélgetések alapján kirajzolható kommunikációban eltérő volt a Tállai-ügy megítélése a regressziós modell alapján. A politikáról nem beszélgetőkkel szemben, a csak baloldali véleménymiliőben mozgó kritikusabbak voltak Tállaival szemben. A kapcsolathálózati tipológia bevonása azt is eredményezte, hogy jelentősen gyengült az ellenzéki szimpátia változó hatása. A

modell illeszkedése összességében alig több, mint 1 százalékkal haladta meg az alapmodellben mértet.

A Facebookon kialakuló kapcsolathálók még kevésbé hatnak a Tállai-ügy megítélésére. A regressziós modellhez nem is járul hozzá ez a változó, bár a kétváltozós összefüggések alapján a baloldali és jobbikos közegben mozgó az átlagnál kritikusabbak (lásd az M2. B ábra a mellékletben).

ÖSSZEGZÉS

Tanulmányukban a befogadói média és a kapcsolathálóra alapozott kommunikációs környezet, valamint egy aktuális közéleti kérdésben alkotott egyéni vélemények összefüggéseit vizsgáltuk. Feltételeztük, hogy vannak pártosan tájékozódók. Az adatok azt mutatják, hogy van egy jelentős csoport Magyarországon, akik egyoldalúan tájékozódnak, bár nem ők alkotják a választók többségét (H1). Mivel egy online mérésről van szó, ezért nem tudjuk az eredményeinket a teljes lakosságra kivetíteni, de még ezen az online-mintán is figyelemreméltó, hogy a televízió esetében volt a legmagasabb a pártosan tájékozódók aránya (31 százalék). A többi vizsgált média és kapcsolathálózati közegben ez az érték jóval több mint 30 százalék volt, kivéve a Facebookon megjelenő politikai diskurzust, ahol 15 százalék alatt volt az egyoldalú miliőben mozgó aránya. Ezt önmagában is fontos eredménynek gondoljuk, mert azt mutatja, hogy az elkülönülés jelentősége a Facebookon kisebb lehet, mint amit egyébként a hagyományosabb csatornák esetében (tévé, újság) mérni tudunk, és a személyes kapcsolathálózat összességében erősebben homofíl, mint a közösségi média kapcsolathálózat.

A buborékok akkor válnak politikai szempontból fontossá, ha képesek alakítani a narratívákat. Az eredményeink azt mutatták, hogy a Tállai-ügyben eltérően vélekedtek a kormánypárti és kormánykritikus médiából tájékozódók (H2). A többitől leginkább a csak a kormánykritikus televízókat nézők, újságokat olvasók váltak el, ők általánosságban negatívabban ítélték meg Tállai cselekedetét, mint a nem tájékozódók, illetve a vegyes vagy csak a kormánypárti médiát fogyasztók. A kapcsolathálózati miliők ugyanezt az összefüggést mutatták, bár a Facebook kapcsolati véleménymiliói kevésbé függtek össze a Tállai-ügy megítélésével (csak a kétdimenziós összefüggés működött, a regressziós modellben már nem volt szignifikáns a hatás). Az első hipotézist ezek az eredmények összességében csak félig igazolták. Az ellenzéki környezetben mozgó inkább ítélték meg negatívan a Tállai-ügyet a vegyesen tájékozódóhoz képest. Ám utóbbiak, illetve a kormánypárti média és kapcsolati miliőben lévők között nem találtunk szignifikáns eltérést az ügy megítélésben.

A kommunikációs környezet fontosságát jelzi, hogy a pártszimpátiával történő kontrollálás után, a televíziós hírfogyasztás, illetve a személyes network

összefüggése megmaradt a Tállai-ügy megítélésében. Leginkább a televízió hatása domborodik ki, több mint 3 százalékot tudott a modell illeszkedésén javítani a tipológia bevonása, de a kapcsolathálózati milió is szignifikánsnak bizonyult a teljes változószettet tartalmazó többváltozós modellben is. Ez az eredmény azt mutatja, hogy bár változnak a tájékozódási csatornák, a leginkább hagyományosnak mondható két közeg a televízió és a személyes kapcsolathálózat továbbra is domináns tud maradni a narratíva kialakításában. Ez az eredmény cáfolja a harmadik hipotézisünket (H3).

Jól látható módon az ellenzéki közegben alakult ki inkább buborék, és ebben a közegben vált el leginkább a narratíva az átlagtól. Későbbi kutatások feladata kideríteni, hogy más hasonló kérdéseket használó mérésekben visszaköszön-e ez a megállapítás. Azt tudjuk, hogy a korábbi években inkább az volt a jellemző, hogy a jobboldalon volt elsősorban kapcsolati elkülönülés (Kmetty, 2015), és a csak baloldali közegben mozgók aránya jóval alacsonyabb volt. Az időbeli összehasonlítást azonban sok tényező nehezíti. Egyrésztől korábban elsősorban jobb-bal-dichotómiára irányultak a mérések, a Jobbik pozíciójának átalakulása és a Fidesz illetőleg a Jobbik közötti szavazói átmenet csökkenésének következtében át kellett helyezni a hangsúlyt a kormánypárti-ellenzéki dichotómiára. A Jobbikkal szimpatizálók kevesebb, mint 20 százaléka válaszolt úgy, hogy a Fidesz is rokonszenves neki a felhasznált kutatásunkban, ez 2014-ben még közel 50 százalék volt.¹⁹ A mérés online módja, és a minta kormányellenessége pedig önmagában is gátját jelenti annak, hogy sommás kijelentéseket tegyünk az egyes változók alapmegoszlásáról.

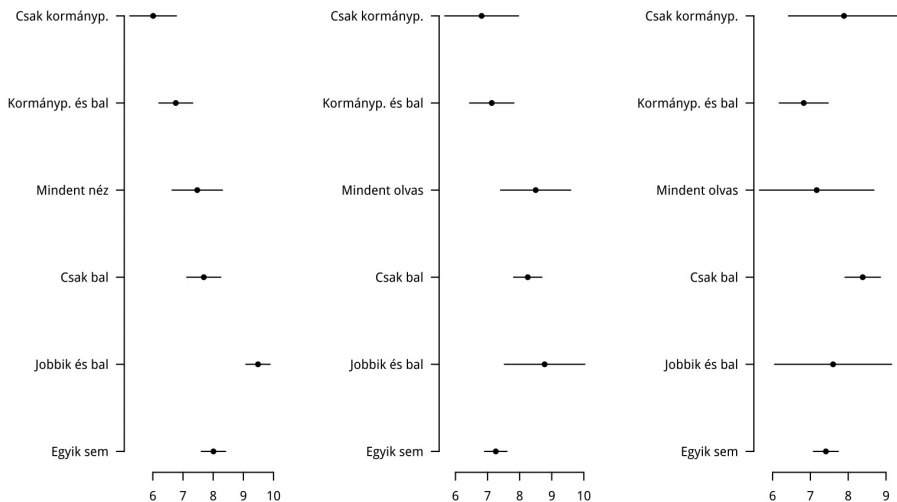
A feltételezethez képest nem várt eredmény volt, hogy a csak kormánypárti befogadói körben mozgók véleménye általánosságban nem tért el a egyes körben mozgóktól. Egyrésztől mondhatjuk azt, hogy elég az, hogy ha akár részben találkozik kormánypárti véleményekkel a válaszoló, és ezt az ellenzéki vélemények már nem tudják felülírni. Másrészt lehetséges, hogy vannak olyan ügyek, ahol a kormánypárti véleményközeg sem tudja eltolni a narratívákat a többségi véleménytől egy Fidesz számára kedvezőbb értelmezési keretbe. Hangsúlyoznunk kell, hogy 2018-ban sem lehet elhanyagolni a digitális szakadék túloldalán élő választópolgárok tájékozódási stratégiáit és az ezekhez kötődő specifikus véleményalkotási folyamatokat. Lehetséges, hogy a legerősebb buborékképző tényező maga az internetet használók és nem használók közötti digitális szakadék.

Óvatosan fogalmazunk az oksággal kapcsolatban. Mivel keresztmetszeti mérésünk van, és nem használtunk semmilyen kísérleti módszert ezeknél a változóknál, csak együttjárásokat tudtunk mérni. Nem mondhatjuk azt, hogy a befogadói közeg hatására változtak meg az értelmezések. Ennek ellenére azt gondoljuk, hogy vizsgálatunk egy újabb hozzájárulás az egyéni politikai kommunikációs környezetek leírásához és megértéséhez. Adatainkkal a bezárkózás mérsékelt jelenléte mellett érvelő irodalmakhoz csatlakozunk (Gentzkow-

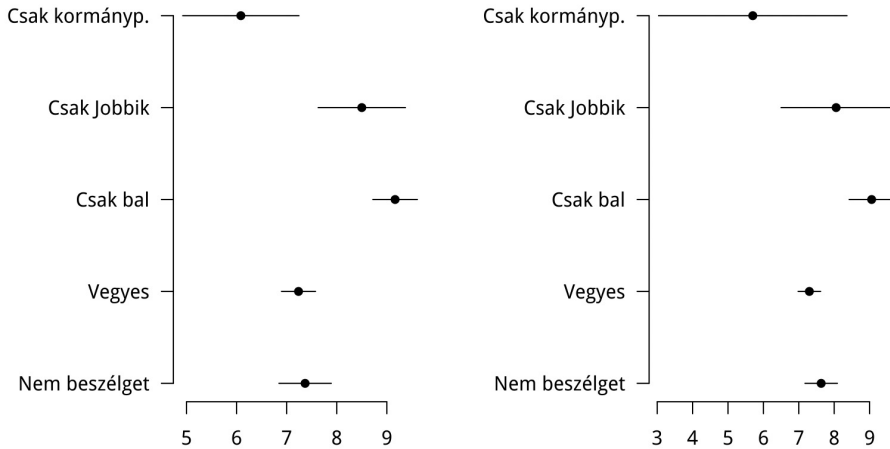
Shapiro, 2011; Garrett et al., 2011; Flaxman et al., 2016). Magyarország így arra lehet példa, hogy a politikailag megosztott médiatér ellenére a választók jelentős része heterogén interakciós közegben él. A népszerűség egészét nézve a politikai információk áramlását tehát nem akadályozzák hermetikusan zárt kommunikációs közegek. Észrevételünk alapján azonban a politikai érdeklődés és az elköteleződés együtt jár a kommunikációs elkülönülés valószínűségével. A kommunikációs buborék jeleit találtuk a jelenlegi ellenzéki pártokat támogatók körében. Mindez visszavezet bennünket a politikai polarizáció irodalmának egyik alapkérdéséhez: mennyiben beszélhetünk tömeges és mennyiben az elitekre jellemző folyamatról (Fiorina–Abrams, 2008; Prior, 2013; Robinson–Mullinix, 2016). További kutatásokat igényelne annak megértése, hogy vajon a magyarországi véleményformáló elit kommunikációs környezete zártabb-e, mint a teljes népszerűségé. Az utóbbi időben felvirágzó közösségi média-kutatások (Bene, 2016; Bene–Farkas, 2018) pedig új belátásokkal gazdagíthatnak bennünket a Facebook és a politikai tájékozódás összefüggéseiről. Amint az állampolgárok válogatási mechanizmusait megértjük és feltérképezzük, jobban fogjuk látni a további lehetséges buborékképző eljárásokat is (például a közösségi média algoritmusait).

MELLÉKLET

M1 ábra. A Tállai-ügy megítélése különböző tájékozódási csatorna szerinti bontásban (átlag + standard hibák). 1. oszlop: televízió; 2 oszlop: újságok, portálok; 3. oszlop: Facebook-megosztások.



M2 ábra. A Tállai-ügy megítélése különböző kapcsolathálózati tájékozódási formák szerint (átlag + standard hibák). 1. oszlop: politikai beszélgetések, 2. oszlop: Facebook



JEGYZETEK

- ¹ A kutatást az NKFIH 120070 számú projektje támogatta.
- ² Kmetty Zoltánt az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP 17-4 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programja támogatta a tanulmány elkészítésében.
- ³ Tállai András 2017. november 11-én jelentette be Facebook-profilján, hogy lakossági bejelentés alapján tárgyalásokat folytatott a Magyar Olaj- és Gázipari Részvénytársaság képviselőivel, akik ennek hatására csökkentették az üzemanyagárakat Mezőkövesd városában és környékén. Az eredeti poszt elérhető: <https://www.facebook.com/tallaiandrasfidesz/photos/a.470960079688006.1073741836.465622183555129/1461247887325882/?type=3&theater> A bejelentés híre bejárta a magyar sajtót, hetekig uralta a napirendet.
- ⁴ A „curated flow” kifejezésnek egyelőre nincs bevett magyar fordítása. A tanulmány által javasolt válogatott folyamat helyett a válogatott áramlás vagy folyam is elfogadható lehet.
- ⁵ Az adatfelvételt a Kutatócentrum végezte el.
- ⁶ Az előkutatás adatbázisa elérhető itt: [„Tállai mol” google-hírek]. Feltöltve: 2018. március 3.
- ⁷ Az online kérdezések a 15 perces telefonos adatfelvételeknél hosszabb, ám a személyes kérdésnél rövidebb adatfelvételre nyújtanak lehetőséget.
- ⁸ Kérdés szövege: A következő tévécsatornák közül az elmúlt két napban (tegnap vagy tegnapelőtt) melyeken nézett legalább egy alkalommal megszakítás nélkül legalább 15 percen keresztül híreket?
- ⁹ Kérdés szövege: A következő lapok közül az elmúlt két napban (tegnap vagy tegnapelőtt) melyikből olvasott el legalább egy közéleti témájú cikket?
- ¹⁰ Két kérdést használtunk fel a tipológia felállításához.

- Kérdés1: Az alábbiak közül melyik hírportál cikkeit szokta megosztani a Facebookon? Több válasz lehetséges.
- Kérdés: És melyik oldal cikkeit szokta a Facebookon kedvelni (lájkolni)? Több válasz lehetséges.
- ¹¹ Kormánypárti: közszolgálati televíziós csatornák, TV2, Echo TV, Origo, Lokál, Magyar Hírlap, Magyar Idők, Mandiner.
Jobbik közeli: Hír TV, Alfahír, Kurucinfo, Magyar Nemzet.
Baloldali: RTL Klub, ATV, Index, 24.hu, HVG, 444, Népszava, Vasárnapi Hírek.
- ¹² Kérdés: Kérem, mondja meg, hogy többnyire megegyezik-e a véleménye politikai kérdésekben, vagy többnyire különbözik attól, amit ismerősei megosztanak a Facebook oldalukon?
- ¹³ Két kérdést használtunk fel a peer-to-peer kommunikáció mérésére:
Kérdés1: Ön milyen gyakran szokott politikáról, közéleti kérdésekről beszélgetni családtagjaival, barátaival, ismerőseivel?
Kérdés2: Kérem mondja meg, hogy többnyire megegyezik-e a véleménye politikai, közéleti kérdésekben a családtagjaival, barátaival, ismerőseivel, vagy többnyire különbözik?
- ¹⁴ Saját számítás a felvételek alapján. Az MTA–ELTE-Peripato kutatócsoport 2014-es adatfelvétele elérhető az MTA-TK-KDK repozitóriumában.
- ¹⁵ Elemzésünkben egyben kezeljük a médiumok offline és online platformjait. Ezt elsősorban az indokolja, hogy online mintát elemzünk, és a csak offline olvasók aránya nagyon alacsony ezen a mintán, jellemzőbb a vegyes újságolvasás (vagy csak online). A kérdés itt arra vonatkozott, hogy az elmúlt két napban olvasott-e az adott újságon/hírportálon legalább egy közéleti témájú cikket.
- ¹⁶ A hírolvasás már nemcsak az újságokra, és portálokra koncentrálódik, sokan már (csak) a közösségi médián keresztül tájékozódnak. Ezért megvizsgáltuk azt is, hogy a Facebookon milyen portálok híreit szokta megosztani és vagy kedvelni a kérdezett. Ez a korábbi két hírfogyasztási tipológiához képest egy aktívabb, cselekvőbb válaszolót feltételez, aki nemcsak befogadja a híreket, hanem reagál rájuk, közvetíti ezeket az ismerősei felé. Ebben a tipológiában nem foglalkozunk azzal a kérdéssel, hogy ismerőseinek milyen megosztásait látja a kérdezett.
- ¹⁷ Ha megegyező véleményekkel találkozunk, de egyik párthoz sem köthető, vagy esetleg több párttal is szimpatizál, akkor a „Nem beszélget politikáról ismerőseivel, nem ismeri a politikai véleményüket, nem azonosítható a véleménymiliő” kategóriába tettük a válaszolót.
- ¹⁸ A kapcsolathálózati változóknál a leginkább nyilvánvaló az összefüggés, mivel a tipológiák megalkotásában is részt vett a pártpreferencia, illetve a pártszimpátia változó. De a médiaforrások esetében is van mérhető összefüggés, bár jóval gyengébb. Leginkább a televíziós tájékozódást határozza meg a pártszimpátia, a Fideszes pártszimpátiával a televíziós tájékozódási kérdés korrelációja 0,35 volt (a gyakorlatban ez az éta-mutatót jelenti a változók mérési szintje miatt). A pártszimpátia mellett azonban legalább olyan fontos a tájékozódás sokszínűségében a kognitív tényezők szerepe, a magasabb végzettségű, politikailag aktívabb válaszolók többször használják a tájékozódást, ami nagyobb valószínűséggel vezet politikailag vegyes miliőhöz.
- Peripato: Válság és Innováció személyes adatfelvétel, 2014 április-május.

IRODALOM

- Adamic, Lada–Glance, Natalie (2005): *The political blogosphere and the 2004 US election: Divided they blog*. HP Labs. Letöltve:<http://www.ramb.ethz.ch/CDstore/www2005-ws/workshop/wf10/AdamicGlanceBlogWWW.pdf> Letöltés időpontja: 2018. március 14.
- Ahlers, Douglas. (2006): News consumption and the new electronic media. *International Journal of Press/Politics*, Vol. 11, Issue 1. 29–52. <https://doi.org/10.1177/1081180X05284317>
- Angelusz Róbert–Tardos Róbert–Terestyéni Tamás (szerk.) (2007): *Média, nyilvánosság, közvélemény*. Szöveggyűjtemény. Budapest, Gondolat.
- Arceneaux, Kevin–Johnson, Martin–Murphy, Chad (2012): Polarized Political Communication, Oppositional Media Hostility, and Selective Exposure. *The Journal of Politics*, Vol. 74, Issue 1. 174–186. <https://doi.org/10.1017/S002238161100123X>
- Arceneaux, Kevin (2013): *Changing minds or changing channels? Partisan news in an age of choice*. Chicago, The University of Chicago Press.
- Bajomi-Lázár Péter (2008): *Média és társadalom*. Budapest, Jaffa.
- Banducci, Susan–Giebler, Heiko–Kritzinger, Sylvia (2017): Knowing more from less: how the information environment increases knowledge of party positions, *British Journal of Political Science*, Vol. 47, Issue 3, 571–588. <https://doi.org/10.1017/S0007123415000204>
- Bene Márton (2016): Virális politika. Állampolgári reaktivitás a képviselőjelöltek Facebook-oldalain. *Politikatudományi Szemle*, Vol. 25, No. 2. 84–110.
- Bene Márton–Farkas Xénia (2018): A közösségi média a 2018-as országgyűlési választások kampányában. In: Szabó Andrea–Böcskei Balázs (szerk.): *Várakozások és valóságok*. Napvilág kiadó. Budapest. pp.
- Bennett, Lance W.–Iyengar, Shanto (2008): A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, Vol. 58, Issue 4, 707–731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
- Blekesaune, Alrid–Elvestad, Eiri–Aalberg, Toril (2012): Tuning out the world of news and current affairs – an empirical study of Europe’s disconnected citizens. *European Sociological Review*, Vol. 28, Issue 1. 110–126. <https://doi.org/10.1093/esr/jcq051>
- Blumler, Jay. G.–Katz, Elihu (1974): *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, Sage.
- Colleoni, Elanor–Rozza, Alessandro–Arvidsson, Adam (2014): Echo Chamber or Public Sphere? Predicting political orientation and measuring political homophily in Twitter using big data. *Journal of Communication*. Vol. 64, Issue 2. 317–332. <https://doi.org/10.1111/jcom.12084>
- Ceron, Andrea–Memoli, Vincenzo (2015): Trust in Government and Media Slant: A Cross-Sectional Analysis of Media Effects in Twenty-Seven European Countries. *The International Journal of Press/Politics*. Vol. 20, Issue 40. 339–359. <https://doi.org/10.1177/1940161215572634>
- Chen, Hsuan-Ting (2012): Multiple issue publics in the high-choice media environment: media use, online activity, and political knowledge. *Asian Journal of Communication*, Vol. 22, Issue 6. 621–664. <https://doi.org/10.1080/01292986.2012.662518>
- De Vreese, Claes H.–Boomgaarden, Hajo G. (2006): News, political knowledge and participation: The differential effects of news media exposure on political knowledge and participation. *Acta*

- Politica. International Journal of Political Science*, Vol. 41, Issue 4. 317–341. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ap.5500164>
- Dobek-Ostrowska, Bogusława–Głowacki, Michał (2015): *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years On*. London, Peter Lang.
- Dutton, William H.–Helsper, Ellen J., Gerber, Monica M. (2009): *The Internet in Britain 2009*. Oxford, Oxford Internet Institute, University of Oxford.
- Eveland William P.–Scheufele, Daniel A. (2000): Connecting news media use with gaps in knowledge and participation. *Political Communication*, Vol. 17, Issue 3. 215–237. <https://doi.org/10.1080/105846000414250>
- Garrett, R. Kelly (2009a): Echo chambers online? Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer – Mediated Communication* Vol. 14, Issue 2. 265–285 <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01440.x>
- Garrett, R. Kelly (2009b): Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate. *Journal of Communication*, Vol. 59, Issue 4. 676–699. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01452.x>
- Garrett, R. Kelly–Carnahan, Dustin–Lynch, Emily. K. (2011): A turn toward avoidance? Selective exposure to online political information, 2004–2008. *Political Behavior*, Vol. 35, Issue 1. 1–22. <https://doi.org/10.1007/s11109-011-9185-6>
- Gentzkow, Matthew–Shapiro, Jesse M. (2011): Ideological Segregation Online and Offline. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 126, Issue 4. 1799–1839. <https://doi.org/10.1093/qje/qjr044>
- Gvirsman, Shira Dvir (2014): It’s not that we don’t know, it’s that we don’t care: Explaining why selective exposure polarizes attitudes. *Mass Communication & Society*, Vol. 17, Issue 1. 74–97. <https://doi.org/10.1080/15205436.2013.816738>
- Győri Adél–Tímár János (2017): *Adatok az online hírfogyasztásról*. Letöltve: http://mertek.eu/wp-content/uploads/2018/02/online_hirfogyaszta.pdf Letöltés időpontja: 2018. március 14.
- Heeter Carrie (1985): Program selection with abundance of choice: a process model. *Human Communication Research*, Vol. 12, Issue 1. 126–152. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00070.x>
- Hopmann, David N.–Wonneberger, Anke–Shehata, Adam–Höijer, Jonas (2016). Selective media exposure and increasing knowledge gaps in Swiss referendum campaigns. *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 28, Issue 1. 73–95. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv002>
- Fiorina Morris, Abrams Samuel (2008): Political polarization in the American public. *Annual Review of Political Science*, Sci. 11. 563–588. <https://doi.org/10.1017/S002238160808050X>
- Flaxman, Seth–Goel, Sharad–Rao, Justin M. (2016): Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 80, Issue 1. 298–320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>
- Fletcher, Richard (2017): Social media and incidental exposure. In: Newman, Nic–Fletcher, Richard–Kalogeropoulos, Antonis–Levy, David–Nielsen, Rasmus Kleis (szerk.): *Reuters Institute Digital News Report*, 2017, 43–44. Letöltve: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral Letöltés időpontja: 2018. március 14.

- Iyengar, Shanto–Hahn, Kyu S. (2009): Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use, *Journal of Communication*, Vol. 59, Issue 1. 19–39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>
- Jacobson, Susan–Myung, Eunyoung–Johnson, Steven L. (2016): Open media or echo chamber: the use of links in audience discussions on the Facebook Pages of partisan news organizations, *Information, Communication & Society*, Vol. 19, Issue 7. 875–891. <https://doi.org/10.1080/13669118X.2015.1064461>
- Jansen, David–Neuenkirch, Matthias (2017): News consumption, political preferences, and accurate views on inflation. *De Nederlandsche Bank Working Paper*, No. 549.
- Kmetty Zoltán (2015): Ideológiai és kapcsolathálózati törésvonalak a társadalmi-politikai térben a 2014-es országgyűlési választások előtt. In: Szabó Gabriella (szerk.): *Politika az intézményeken túl: kapcsolatok, interakciók, élmények*. Studies in Political Science. 2015: (1) 8–34.
- Knobloch–Westerwick, Silvia (2012): Selective Exposure and Reinforcement of Attitudes and Partisanship Before a Presidential Election. *Journal of Communication*. Vol. 62, Issue 4. 628–642. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01651.x>
- Knobloch–Westerwick, Silvia–Kleinman, Steven (2012): Preelection Selective Exposure: Confirmation Bias Versus Informational Utility. *Communication Research*, Vol. 39, Issue 2. 170–193. <https://doi.org/10.1177/0093650211400597>
- LaRose, Robert (2010): The problem of media habits. *Communication Theory*, Vol. 20, Issue 2, 194–222. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01360.x>
- Leeper, Thomas J.–Slothuus, Rune (2014): Political parties, motivated reasoning, and public opinion formation. *Political Psychology*, Vol. 35, Issue S1. 129–156. <https://doi.org/10.1111/pops.12164>
- Levendusky, Michael (2013): *How partisan media polarize America*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Mitchell, Amy–Gottfried, Jeffrey–Kiley, Jocelyn–Matsa, Eva K. (2014): *Political polarization & media habits*. Letöltve: <http://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-mediahabits>. Letöltés időpontja: 2018. március 14.
- Merakou, Arelina (2013): The Selective Exposure Hypothesis Revisited: Does Social Networking Make a Difference? Letöltve: http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/262829/AMerakou_3776964_Thesis.pdf?sequence=1 Letöltés időpontja: 2018. március 14.
- Messing, Solomon–Westwood, Sean J. (2014): Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online. *Communication Research*, Vol. 41, Issue 8. 1042–1063. <https://doi.org/10.1177/0093650212466406>
- Morozov, Evgeny. (2011). *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. Philadelphia, PublicAffairs.
- Nelson Jacob L.–Webster James G. (2017): The Myth of Partisan Selective Exposure: A Portrait of the Online Political News Audience. *Social Media + Society*, 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305117729314>
- Neuman, Nic–Dutton, William H.–Grant, Blank (2012): Social Media in the Changing Ecology of News: The Fourth and Fifth Estates in Britain. *International Journal of Internet Science*. Vol. 7, Issue 1. 6–22. ISSN 1662-5544.
- Pariser, Eli (2011): *The filter bubble*. London, Penguin Press.

- Prior, Marcus (2005): News versus Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*, Vol. 49, Issue 3, 577–592. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2005.00143.x>
- Prior, Marcus (2007): *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. New York, Cambridge University Press.
- Prior, Marcus (2013): Media and Political Polarization. *Annual Review of Political Science*, 101–27. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>
- Robison, Josuah–Mullinix, Kevin J. (2016): Elite Polarization and Public Opinion: How Polarization Is Communicated and Its Effects, *Political Communication*, Vol. 33, Issue 2. 261–282. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1055526>
- Sears, David O.–Freedman Jonathan L. (1967). Selective Exposure to Information: A Critical Review. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 31, Issue 2. 194–213. <https://doi.org/10.1086/267513>
- Severin, Werner J.–Tankard, James W. (2001): *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, New York, Addison Wesley Longman.
- Shirk, Susan (2010): *Changing media, changing China*. Oxford, Oxford University Press.
- Szabó, Gabriella–Kiss, Balázs (2012): Trends in Political Communication in Hungary: A Postcommunist Experience Twenty Years after the Fall of Dictatorship. *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 17, Issue 4. 480–496. <https://doi.org/10.1177/1940161212452448>
- Stroud, Natalie J. (2008): Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, Vol. 30, Issue 3. 341–366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>
- Stroud, Natalie J. (2010): Polarization and partisan selective exposure, *Journal of Communication*, Vol. 60, Issue 3. 556–576. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Stroud, Natalie J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. New York, Oxford University Press.
- Strömbäck, Jesper (2017): News Seekers, News Avoiders, and the Mobilizing Effects of Election Campaigns: Comparing Election Campaigns for the National and the European Parliaments. *International Journal of Communication*, Vol. 11, Issue 3. 237–258. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Strömbäck, Jesper–Falasca, Kajsa–Kruikemeier, Sanne (2018): The Mix of Media Use Matters: Investigating the Effects of Individual News Repertoires on Offline and Online Political Participation. *Political Communication*, Vol. 35, No. 3. 413–432. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1385549>
- Sunstein, Cass R. (2001). *Republic.com*. Princeton, Princeton University Press.
- Sweeney, Paul D.–Gruber, Kathy. L. (1984): Selective exposure: Voter information preferences and the Watergate affair. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 46, Issue 6. 1208–1221. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.6.1208>
- Thorson, Kjerstin–Wells, Chris (2016): Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age. *Communication Theory*, Vol. 26, Issue 3. 309–328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>
- Van Aelst, Peter–Strömbäck, Jesper–Aalberg, Toril–Esser, Frank–de Vreese, Claes–Matthes, Jörg–Hopmann, David–Salgado, Susana–Hubé, Nicolas–Stepinska, Agnieszka–Papathanassopoulos, Stylianos–Berganza, Rosa–Legnante, Guido–Reinemann, Carsten–Sheafer, Tamir–Stanyer,

- James (2017): Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, Vol. 41, Issue 1. 3–27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Weeks, Brian E.–Lane, Daniel S.–Kim, Dam–Slogi, Lee S.–Kwak, Nojin (2017): Incidental Exposure, Selective Exposure, and Political Information Sharing: Integrating Online Exposure Patterns and Expression on Social Media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 22, Issue 6. 363–379. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12199>
- Zillmann, Dolf–Jennings Bryant (eds.) (1985): *Selective exposure to communication*. New Jersey, Lawrence Erlbaum.
- Wolfsfeld, Gadi–Yarchi, Moral–Samuel–Azran, Tal (2016): Political information repertoires and political participation. *New Media & Society*, Vol. 18, Issue 9. 2096–2115. <https://doi.org/10.1177/1461444815580413>
- Webster, James G.–Ksiazek, Thomas. B. (2012). The dynamics of audience fragmentation: Public attention in an age of digital media. *Journal of Communication*, Vol. 62, Issue 1. 39–56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01616.x>

KUTATÁS ELÉRHETŐSÉGE

- Janky, Béla and Kmetty, Zoltán (2017) *Explaining welfare attitudes: general moral principles, issue framing and survey design*. DOI: 10.17203/KDK378 <http://openarchive.tk.mta.hu/378/>