

JANKY BÉLA

Politikai identitás és társadalmi attitűdök – a szociológiai/társadalmi szemléletmód visszatérése a politikatudományba¹

Irodalmi áttekintés

Az alábbi szakirodalmi áttekintésben a politikai elit közpolitikai kérdésekről alkotott állampolgári véleményekre gyakorolt hatását vizsgálom.² A tanulmány elsősorban az utóbbi hat-nyolc évben, többnyire (de nem kizárólag) az Egyesült Államokban született eredményekre összpontosít. Ebben az időszakban jó néhány, az amerikai politika ideologizálódása által motivált kutató fordult a kísérleti módszertan felé, hogy mélyebben megértse azokat a folyamatokat, amelyek során az elvileg a választókat képviselő pártok álláspontjai visszahatnak a közvéleményre. Bemutatom, hogy az elméleti nyitottság és néhány év kísérleteinek eredményei hogyan vezették el a kutatókat a Downs-féle racionális szavazó alapmodelljétől a csoportidentitás véleményformáló szerepét hangsúlyozó modellekig.

Az Egyesült Államok politikai rendszerében és politikai közbeszédében kiemelt szerepet kap(ott) a politikai döntések „issue”-k mentén történő, egymástól és sokszor a pártpolitikától is alig függő értékelése. Ez – más tényezők mellett – elősegíthette, hogy a nemzetközi szakmai kommunikációt uraló amerikai politikatudományban meghatározó jelentőségűvé váljon az issue-pozíciók alapján pártot választó Downs-i racionális szavazó modellje (*Downs* [1990]; angol eredetijének megjelenési éve 1957). Az amerikai politikai rendszer pártosodása azonban a döntéseméleti keretek átgondolására készítette a kutatókat. Az utóbbi tizenöt évben ugyanis a döntéshozatal issue-centrikusból egyre inkább pártossá vált, és pártosabbá váltak a választók is (*Layman és szerzőtársai* [2006], *Jacobson* [2013]), továbbá egyre szembevetőbb lett a politikai elit közvélemény-formáló ereje (*Druckman–Jacobs* [2015]). Aggodalommal tölt el sokakat, hogy az új infokommunikációs technológiák és a használatuk nyomán átalakuló nyilvánosság segít a szavazóknak abban, hogy még inkább csak saját beállítottságuknak megfelelő, ugyanakkor a politikai elitesoportok aktuális érdekei mentén szűrt híreket, véleményeket és értelmezéseket olvassanak (*Iyengar–Hahn* [2009], *Iyengar és szerzőtársai*

¹ Tanulmányom két szálon is kapcsolódik Farkas János munkásságához. Egyrészt, az itt ismertetett kutatások egyik alaptézise az új infokommunikációs technikák informáltságra és demokráciára gyakorolt hatásával szembeni borúlátás. János sokat foglalkozott az infokommunikációs technológiák társadalmi hatásaival, és már igen korán, egy erősen technooptimista közegben megfogalmazta az optimista jövőképekkel kapcsolatos, némely itt idézett neves politikatudóséhoz hasonló kételyeit (pl. *Farkas* [2002]). Másrészt, tanulmányom kapcsolódik János tanszékvezetői, tudományos szervezői tevékenységéhez is. A hazai politikatudomány fejlődése a társtudományokénál nagyobb hátránnyal indult a rendszerváltást követő években. A BME általa alapított és vezetett szociológia tanszéke már a nyolcvanas évek végétől az egyik fontos sziget volt, ahol a kortárs egzakt nyugati politikatudomány eredményeit használták politikai folyamatok mérésére és értelmezésére.

² Az elemzéshez kapcsolódó kutatást az NKFIH K 120070 sz. projektje támogatta.

[2012], *Stroud* [2008], [2010]). A pártosodást válságjelenségként érzékelik a szűkebb akadémiai világon kívül is (*Mann–Ornstein* [2012], *Rauch* [2016]).

Ezek a folyamatok és perspektívák sok kutatót ösztönöztek a pártok befolyásoló szerepének vizsgálatára. A 2000-es években hagyományos kérdőíves módszerrel végzett vizsgálatok eredményei arra utalnak, hogy a pártok álláspontja valóban befolyásolja az állampolgárok véleményét (*Carsey–Layman* [2006], *Highton–Kam* [2011], *Leeper–Slothuus* [2014]). Látni kell, hogy Amerikában már a kilencvenes évekbeli adatok azt mutatták, hogy a pártidentitás stabilabb, mint néhány fontos társadalompolitikai kérdésben elfoglalt álláspont, és a választók attitűdváltozása részben visszavezethető a pártok pozíció-változtatására – miközben a pártok álláspontjának változását (a vizsgálat pár éves távlatában) nem magyarázzák az attitűdök változásai.

A hagyományos kérdőíves, ún. megfigyeléses módszerekkel azonban nehéz megkülönböztetni az oksági kapcsolatokat az egyszerű asszociációktól. Ehhez a tudományos kísérleti módszert alkalmazó felmérésekre van szükség, ahol a válaszadók egy véletlenszerűen kiválasztott csoportja bizonyos társadalmi kérdésekben alkotott véleményének kifejtése előtt a pártokhoz, pártok álláspontjához vagy a pártosodáshoz kapcsolódó ingereket kap. Az alábbiakban ilyen, a kísérlet módszerét alkalmazó vizsgálatok eredményeit mutatom be.

Pár éve *Slothuus* [2010] még arra panaszkodott, hogy nincsenek a pártálláspontok hatását vizsgáló kísérletes kutatások. Azóta megváltozott a helyzet, és fontos eredmények születtek. A következőkben a pártok választói attitűdökre gyakorolt hatását vizsgáló (elsősorban kísérleti módszert alkalmazó) politikatudományi kutatások közelmúltbeli eredményeit foglalom össze. Azt igyekszem megmutatni, hogyan váltja fel a politikai viselkedés kortárs kutatóinak körében a klasszikus, közgazdaságtani paradigmára építő Downs-i racionális választó modellt a továbbra is atomizált szavazókat feltételező, de korlátozott racionalitásra építő szemléletmód; majd hogyan kezdik ezt ki a legjobban csoportidentitással magyarázható kutatási eredmények. Amellett érvelek, hogy a csoportidentitásra építő magyarázatok a racionális döntéshozó feltételezéseivel nem feltétlenül, a közgazdaságtanban, a politikatudományban és az attitűdöket vizsgáló szociológiai kutatások egy részében népszerű atomizált döntéshozói modellel viszont teljességgel összeegyeztethetetlenek.

Az alábbiakban először azokat a vizsgálatokat tekintem át, amelyek a pártálláspontok és a lényegi policy- (közpolitikai) információk befolyásoló szerepére kerestek kísérleti bizonyítékot. Ezután rátérek a pártok befolyásoló szerepét magyarázó különböző modellek tesztjeire. Kiindulópontom a Downs-i racionális szavazó, aki információkeresési erőfeszítését csökkenti a pártok figyelésével. Ezt követően e modell bírálóinak eredményeit mutatom be, akik az információk torzított keresését és észlelését feltételező pszichológiai elméletek alapján próbálják értelmezni az elit választói attitűdökre gyakorolt hatását. A negyedik alfejezetben térek rá a csoportidentitás szerepét hangsúlyozó empirikus tanulmányokra. A konklúzió előtt külön alfejezetet szentelek a pártok közötti konfliktusok identitás erősítő szerepét vizsgáló kutatásoknak.

Közpolitikai vélemények kialakítása: mennyit számítanak az elitek álláspontjai és mennyit a releváns tartalmi információk?

Bullock [2011] tanulmánya az egyik legtöbbet hivatkozott, kísérleti módszertant alkalmazó kutatás arra, hogy a pártálláspontok és policy-információk attitűdökre gyakorolt relatív befolyásoló erejét kiegyensúlyozott módon vizsgálja. Kísérletében a válaszadók véletlenszerűen csoportosított almintái különböző ingereket kapnak, mielőtt egy adott közpolitikai kérdésben véleményt alkotnának. Ebben az esetben a vizsgált policykérdéshez kapcsolódó pártálláspontok, illetve tartalmi információk különböző verziói voltak az ingerek. Kísérletében a korábbi tanulmányokkal szemben részletes policyinformációkkal látta el a válaszadókat, és vizsgálta az információ jellegének hatását is.

Az utóbbi években hasonló kísérletek sora vizsgálta a pártálláspont és a policyinformációk relatív erejét kísérleti módszertant alkalmazó kutatásokban (*Bolsen és szerzőtársai* [2014], *Boudreau–MacKenzie* [2014], *Ciuk–Yost* [2016], *Druckman és szerzőtársai* [2013], *Leeper–Slothuus* [2015]). *Boudreau–MacKenzie* [2014] vezette be a mindenféle kezelés nélküli kontrollcsoportot a téma vizsgálatába, miközben sok (kilenc) kérdést vizsgáltak, ráadásul olyanokat, melyek egy aktuális kaliforniai népszavazás napirendjén szerepeltek; *Leeper–Slothuus* [2015] különböztette meg a pártok ideológiai alapú reputációjának és a konkrét kérdésben elfoglalt álláspontjának hatását; *Bolsen és szerzőtársai* [2014] explicit módon ösztönözték a válaszadók egy részét arra, hogy megfontolt véleményt alkossanak; *Ciuk–Yost* [2016] pedig már azt vizsgálta, hogy milyen körülmények között használják az emberek inkább az érdemi információkat, és mikor a pártok útmutatásait.

Arra vonatkozóan voltak már korábban eredmények, hogy amennyiben direkt és erős módon kéri a válaszadókat arra, hogy egy policykérdésben gondoljanak át mindent, akkor a politikai orientáció mentén kevésbé polarizált válaszok érkeznek a policykérdésekre. Az egyik ilyen, erős ingert alkalmazó kutatás *Barker–Hansen* [2005] nevéhez fűződik. Ők egy, a többszemponútú gondolkodást kieroszakoló üzleti döntési modellt, az ún. Analytic Hierarchical Processing eljárást kényszerítették rá a válaszadókra, és ezzel tudtak politikailag kevésbé polarizált kinyilvánított attitűdöket elérni. Ez annyiban volt érdekes, hogy korábbi pszichológiai tanulmányok azt mutatták, hogy amennyiben a kérdezettek szabadon gondolkozhatnak egy kérdésről, akkor nemhogy mérséklődne, de akár polarizálódhat is a véleményük a gondolkodás nélküli helyzethez képest (lásd például *Tesser–Conlee* [1975] tanulmányát a prostitúcióval kapcsolatos véleményekről).

A pártok véleménybefolyásoló szerepére vonatkozó eredményekkel párhuzamosan népszerűvé vált az a vélemény, hogy a pártok álláspontjára figyelő választók kevesebb figyelmet szentelnek a konkrét policykérdésekre vonatkozó információknak. Azaz átváltás van a pártok álláspontjának figyelembevétele és az adott közpolitikai kérdéssel kapcsolatos tartalmi információkra fordított figyelem között (*Bullock* [2011]). Ehhez kapcsolódott az a feltételezés, miszerint a kétféle információ együttes jelenlétében a pártokkal kapcsolatos információ dominálja a közpolitikával kapcsolatos információt (*Bullock* 2011).

Bullock [2011]) legfontosabb eredménye, hogy a pártok álláspontjára vonatkozó információ nem csökkentette a válaszadók tartalmi policyinformációkra vonatkozó figyelmét. Nevezetesen a pártok álláspontjának megjelenítése esetén a kísérleti alanyok a kontrollcsoport tagjaihoz képest nem töltöttek kevesebb időt a policy következményeit ismertető cikk olvasásával, legalább ugyanolyan jól visszaemlékeztek a cikkben szereplő információkra, nem hatottak kevésbé rájuk az egyes policyinformációk, és nyitott kérdésre válaszolva nem fűztek kevesebb kommentárt a témához. Sőt, különböző policykérdéseket és információkondíciókat vizsgálva, a párthatás ritkán nagyobb és néha jóval kisebb, mint egyes policyinformációk

hatása. *Bullock* [2011] eredménye nagy meglepetést okozott, noha igazából nem mondott ellent a korábbi párthatás-vizsgálatok tapasztalatainak, tekintettel arra, hogy ezekben a kutatásokban egyaránt található jelentős és jelentéktelen mértékű párthatás is (*Bullock* [2011]). *Boudreau–MacKenzie* [2014] némileg más módszerrel készült kísérlete szintén a tartalmi policyinformációk jelentőségét erősítette meg, még abban az esetben is, amikor a pártálláspont jelen van a policykérdés előtti ismertetőkből. *Ciuk–Yost* [2016] eredményei megerősítik e kísérletek tapasztalatait. Kutatásuk azt mutatja meg, hogy a választók elsősorban akkor figyelnek a tartalmi policyinformációkra, ha számukra mérvadó és valamennyire időszzerű kérdéssről van szó. *Bolsen és szerzőtársai* [2014] kísérletében a pártok bemutatott álláspontjának attitűdökre gyakorolt hatása teljesen eltűnt, ha a válaszadókat pontos és pártatlan válaszadásra kérték. Ők, némileg hasonlóan *Barker–Hansen* [2005] korábbi vizsgálódásához, meglehetősen erős ingert használtak a pártosság és a pártatlanság előhívására is. Minden válaszadót arra kérték, hogy „próbálja pártatlanul, különböző nézőpontokból szemlélni ezt a policyt. Később kémi fogjuk arra, hogy megindokolja...” Igaz, a pártosságot előhívó kísérleti kezelés is hasonlóan explicit volt.

Ne feledjük ugyanakkor, hogy mindezek a kísérletek, miközben nem titkolt céljuk a tartalmi policyinformációk jelentőségének bemutatása volt, a korábbi megfigyeléses adatokat az oksági kapcsolatok azonosítására alkalmas kísérleti eredményekkel alátámasztva azt is megmutatták, hogy – kisebb megszorításokkal – a pártok álláspontja tényleg befolyásolja a választók véleményét. Mind a policyinformációk mind a pártok hatására vonatkozó eredmények általánosíthatóságát növeli, hogy a felméréseket (internetes) lakossági mintákon végezték – csökkenti viszont az, hogy az itt idézett alapkutatásokat egy-két dániai kivételtől eltekintve mind az Egyesült Államokban végezték. Kérdés, hogy a pártosság, értékek és egyéb tényezők hatása más pártrendszerekben hogyan működik (*Leeper–Slothuus* [2014]). A pártok hatására vonatkozó kevés összehasonlító kutatás egyike (*Brader–Tucker* [2012]) Magyarországot is érintette, és azt találta, hogy itt a pártok befolyása kisebb, mint Nagy Britanniában, de erősebb, mint Lengyelországban.

Van egy további, a külső érvényességet esetlegesen csökkentő tényező: a kísérleti szituációk letisztult ingerei nem feltétlenül tükrözik a valós politikai kampányok és médiadiskurzusok idején létrejövő komplex környezetet. *Boudreau–MacKenzie* [2014] például valós referendum javaslatokat, valós következményeket és pártálláspontokat ismertetett. Ugyanakkor a választókat ténylegesen érdeklő és jelentős kérdésekben nem tudott érdemi hatásokat kimutatni. *Bechtel és szerzőtársai* [2015] kísérletükben egy svájci népszavazási kampány idején vizsgálták a pártálláspontoknak és a médiakeretezésnek a bevándorlókval kapcsolatos valós policy-javaslatokkal kapcsolatos véleményekre gyakorolt hatásait. A valós kampány idején végzett lakossági felmérésben a keretezés (azaz a policyreleváns információ) nem a megadott információknak megfelelően hatott a véleményekre. A válaszadók pártállásuknak megfelelően reagáltak, a keretezés hatására közelítve saját pártjuk népszavazással kapcsolatos álláspontjához. Ez elsősorban akkor mutatkozott meg, amikor a kérdésfeltevés előtt ismertették velük a pártok álláspontját. De részben akkor is kimutatható volt némi párt alapú polarizáció, amikor a kutatók nem kapcsolták a pártok álláspontját a téma ismertetéséhez. *Bechtel és szerzőtársai* [2015] felmérésének ez az eredménye, bár további támogatást még nem kapott, a pártosság erőteljesebb szerepére utal az előzőleg ismertetett laboratóriumi tisztaságú kísérletekben tapasztaltnál.

A fentiek alapján megállapíthatjuk: sok, különféleképpen végzett vizsgálat utal arra, hogy az emberek figyelembe veszik az általuk kedvelt (illetve elutasított!) pártok álláspontját

saját közpolitikai véleményük kialakításában (az elutasított pártok álláspontjától annak megismerése után jellemzően inkább távolodnak). Azonban ahogy politikai pszichológiai áttekintésében *Mutz* [2011] rámutatott, az ilyen fajta befolyás számos mechanizmuson keresztül érvényesülhet, és a társadalmi következmények szempontjából fontos lehet e mechanizmusok megismerése. A pártosság többek között befolyásolhatja a tartalmi információk közötti szelektálást, bizonyos források és ismeretek érzékelt hitelességét és maguknak az információknak a feldolgozását. *Mutz* [2011] az akkori ismeretek alapján e mechanizmusok kibontására biztatja a kutatókat (357. o.). A tartalmi policyinformációk preconcepciók miatt torzuló felhasználását még *Lau–Redlawks* [2006] vizsgálta korábban egy olyan kísérletben, ahol az alanyoka véleményalkotás előtt szelektíven kereshettek információkat (egy táblázatból választhattak különböző források különböző típusú információi között). Kutatásuk tapasztalata szerint az információk nyújtása és a véleményalkotás közötti folyamatban több ponton jönnek létre torzulások, a szelekciótól elkezdve az információk preconcepcióhoz igazodó értelmezéséig.

Pártálláspontok figyelembevétele: a racionális tanulás

Egy népszerű elmélet szerint a pártálláspontok figyelembevételének alapja a takarékos gondolkodás. A pártok álláspontja információt nyújt a benne bízó választók számára arról, hogy valamely viszonylag bonyolult kérdésben mi lehet az adott választóhoz hasonló emberek számára a legkedvezőbb alternatíva (*Slothuus* [2010], *Zaller* [1996]). Eszerint a pártok álláspontja, továbbá a tömegkommunikáció által nyújtott információk és általában a különböző csatornákon közvetített kampányok megfontoltabb döntésekhez segítik az állampolgárokat (*Chong–Druckman* [2007], *Petersen és szerzőtársai* [2010]). Nem csupán a különböző források által bemutatott következményekről és az egyének ezekhez köthető saját (anyagi) érdekeiről van itt szó. Például a pártok vetélkedése és egy-egy kérdésben kialakuló nézeteltérései jelzik a választók számára, hogy milyen értékek forognak kockán a terítéken lévő közpolitikai kérdésben (*Petersen és szerzőtársai* [2010]). Dániai választók körében végzett kísérletes felmérésükben valóban azt találták, hogy a pártok bevonása egy téma keretezésébe növelte a válaszok értékonzisztenciáját, azaz ebben az esetben a saját értékrendjüknek jobban megfelelően válaszoltak az emberek.

A pártálláspont mint információs segítség elméletét elfogadó politikatudományi kutatók, jóllehet a folyamat racionális döntéseméleti modellekben is értelmezhető, és ahogy *Leeper–Slothuus* [2014] hangsúlyozza, kongruens *Downs* [1990] klasszikus modelljével, leggyakrabban a „dual process”-gondolkodás pszichológiai modelljére hivatkoznak.. Eszerint szisztematikus és heurisztikus gondolkodást kell megkülönböztetnünk. A heurisztikus gondolkodás egyszerű ökölszabályokat alkalmaz az összes információ költséges felkutatása és értékelése helyett. Ilyen ökölszabály lehet közpolitikai véleményalkotáskor a politikai (és egyéb) elit véleményének figyelembevétele (akár egyszerű követése). Az elmélet szerint az efféle egyszerűbb gondolkodáshoz folyamodás az emberek részéről racionális olyankor, amikor nincs elég tétje számukra az adott kérdésnek ahhoz, hogy érdemes legyen sok energiát fektetniük módszeres információfeldolgozásba (például *Bullock* [2011]). Tehát eleve kevésbé lényegesnek érzékelt és/vagy az elit által nem központba helyezett kérdésekben fordulnak a politikai elithez iránymutatásért (*Ciuk–Yost* [2016]). Látni kell ugyanakkor, hogy ebből a modellből nem feltétlenül a választó érdekeinek megfelelő attitűd következik. Például az

általános értékek és a pártálláspontot követő attitűdök konzisztenciája között hamis oksági kapcsolat keletkezik: mivel a pártok valamilyen módon reflektálnak a választói csoportok értékeire, a konzisztencia nem azért nő egy-egy kutatásban vizsgált példában, mert a pártok felvilágosították a választókat, hanem mert az adott esetben működött az ökölszabály (*Petersen és szerzőtársai* [2010]). Más esetekben a politikai elit követése eltérítheti az egyént saját értékeitől.

Túl a racionalitáson: a motivált érvelés modellje

A kognitív erőfeszítések költségeire és hasznaira koncentrázó elméletek mellett nagy hatással vannak a politikai viselkedés tanulmányozására a gondolkodás motiváció alapú megközelítései is (*Druckman és szerzőtársai* [2013], *Leeper–Slothuus* [2014], *Petersen és szerzőtársai* [2013]). Közülük a motivált gondolkodás elmélete (motivated reasoning theory – MRT) kapott jelentős szerepet az állampolgári attitűdök és a politikai elit általi befolyásolásának megértésében. Ennek az iránynak a politikatudományi alapjait egyesek egészen *Campbell és szerzőtársai* [1960] klasszikus művéig vezetnek vissza (lásd *Leeper–Slothuus* [2014]). Az MRT feltételezi, hogy az attitűdök formálásában szerepet játszó kognitív folyamatoknak többféle, egymással konfliktusban álló célja lehet. Az egyik alapvető, a racionális döntéshozatal paradigmája alapján legkönnyebben megérthető motiváció a pontos információk beszerzése és annak alapján az érdekeknek leginkább megfelelő álláspont kialakítása (*Slothuus–Vreese* [2010]). A politikai viselkedés tanulmányozásában emellett egy másik lehetséges motiváció vizsgálata is központi szerephez jutott a pártos attitűdformálás modellezésében. Ez az irányított cél felé haladó érvelés és gondolkodás motivációja (directional goals). Az irányított célt követő érvelés és gondolkodás mögöttes értelme lehet korábban kialakított attitűdök védelme, de szolgálhatja az egyén identitásának védelmét is (*Mutz* [2011]). E célok nem csak a pontos és kiegyensúlyozott érvek és információk szerzésének vágyával ütközhetnek, hanem egymással is, amikor például az identitás védelme valakit korábbi véleményének felülvizsgálatára kényszerít (*Klar* [2013], *Leeper–Slothuus* [2014]).

Konkrét helyzetre lefordítva, az MRT alapján az irányított célt követő érvelés során azt akarjuk elérni, hogy az adott kérdés végiggondolása során ne kelljen feladnunk eddigi elveinket, azaz tarthatóak legyenek eddig vallott értékeink, továbbá önképünk is ép maradjon (az érvelés eredményeképpen előálló álláspontunk ne ütközzön az olyan emberekre jellemző véleményekkel, amilyenek mi is lenni szeretnénk).

Látni kell, hogy az MRT-nek is lehetséges a racionális döntéshozatal szemszögéből is értelmezhető, takarékos erőforrás-használatra építő értelmezése, amely hasonlóan tekint az ilyen típusú kognitív folyamatokra, mint az előző részben tárgyalt information shortcut modell. Eszerint az emberek dolgokhoz és fogalmakhoz kötődő, korábban kialakult viszonyát a hozzájuk kapcsolódó érzelmek összegzik. Az egyéneknek nem kell megőrizniük a fogalmakhoz kapcsolódó összes információt, a fogalom felmerülésekor keletkező érzelmek összegzik a korábbi tapasztalatokat és gondolkodási folyamatok „végeredményét”. Ezek az érzelmek adnak utat az irányított gondolkodásnak (*Mutz* [2011]). Tehát a korábbi előhívott információk helyett csak az azokat összegző érzelmek vannak jelen, amelyek a korábbi konklúziókkal megegyező irányba terelgetik a gondolkodást és érvelést. Így az attitűdök nemcsak az épp kéznél lévő információkra építenek, hanem sokkal több információt csatornáznak be gazdaságosan (*Mutz* [2011]).

Amikor a politikai elit befolyásoló szerepét értelmezzük, a korábbi attitűdök megvédésének motivációja az előző alfejezetben tárgyalt information shortcut modellhez vezet vissza. Ebben az egyén más állampolgároktól függetlenül kapcsolódik a programokat és ideológiát szolgáltató politikai elit egyes csoportjaihoz, az irántuk érzett rokon-, illetve ellenszenv az eddigi tevékenységük reputációjának összegzése az egyén érdekei/értékei szempontjából. A másik, az identitásra vonatkozó motiváció ellenben nem önmagában a pártokhoz vagy az elit máshogy definiált csoportjaihoz kötődik, hanem a tevékenységük által létrehozott társadalmi csoporthoz. Ebben az esetben a választó viszonyát az elé kerülő információkhoz nem önmagában a politikusokba vetett bizalom motiválja, hanem az a vágy, hogy a párt által definiálódó szavazói csoporthoz lojális tudjon maradni, és kialakuló véleménye jól megkülönböztethető legyen a rivális/ellenséges csoportok tagjainak tipikus álláspontjától (*Druckman és szerzőtársai* [2013], *Han–Wackman* [2017]). Itthoni példával élve: e mechanizmus működésekor a „Fideszes”–„Emeszpés” állampolgárt nem a pártvezetőhöz való viszonya motiválja, hanem hogy úgy vélekedjen és nyilatkozzon a világról, ahogy egy Fideszesnek”–„Emeszpésnek” illik. Ilyenkor ha a választó által kedvelt/elutasított párt neve kapcsolódik egy témához és állásponthoz, nem racionális bizalom/bizalmatlanság ébred benne, hanem politikai csoportidentitása aktiválódik, amely aztán automatikusan befolyásolja, hogy a témához kötődő információkat hogyan dolgozza fel (*Leeper–Slothuus* [2014]). Nyilván úgy dolgozza fel, hogy a számára kedves politikai csoportosulások irányából érkező információkra jobban odafigyel, nyitottan fogadja őket, míg az elutasított pártok és politikusok érveit semmibe veszi, vagy éppen energiát fektet abba, hogy magának, illetve másoknak megcáfolja azokat (*Slothuus–Vreese* 2010).

Általánosabban, az MRT alapján az emberek keresik az álláspontjukat, illetve identitásukat megerősítő érveket és információkat, és igyekeznek kerülni a gyengítőeket (confirmation bias); továbbá, a predispozícióikat, illetve identitásukat gyengítő információkat elutasítják, vagy ellenérveket keresnek hozzájuk (disconfirmation bias); végül, a meglévő álláspontjukat támogató érveket és bizonyítékokat erősebbnek érzik más érveknél (prior attitude effect) (például *Bolsen és szerzőtársai* f2014], *Kunda* [1999], *Taber–Lodge* [2006]). Ezt az irányított gondolkodást különösen a kontraszthatás jelentkezésekor lehet tetten érni akkor, amikor az erős politikai identitással rendelkezők elutasítják az ellentétes politikai oldalhoz kapcsolt érveket és információkat (*Chong–Druckman* [2007], *Slothuus–Vreese* [2010]). Mindezeket a torzításokat gyors, érzelmi reakciók indítják el, akármilyen lassan kimódolt, gondosan előadott érveket alapoznak is meg (*Taber–Lodge* [2006]). Bár az elmélet szerint maga az indító lökés automatikus, érzelmi alapú, érdemes megkülönböztetni a kevés erőfeszítést kívánó egyszerű alkalmazkodást a feltételezett csoportnormákhoz attól a folyamattól, amikor az egyén magasabb gondolkodási költségeket vállalva érveket keres a saját politikai tábor álláspontjának megvédésére (*Leeper–Slothuus* [2014]). E megkülönböztetés fontos annak megértéséhez, miért feltételezi az MRT, hogy az emberek több időt töltenek az identitásukat, illetve előzetes álláspontjukat gyengítő érvek cáfolatával, mint a saját gondolati pozíciójukat támogató vélemények megerősítésével (*Taber–Lodge* [2006]).

Nem utolsósorban *Taber–Lodge* [2006] megalapozó munkái nyomán, az utóbbi öt évben a kísérleti módszereket alkalmazó politikatudósok kutatásaiban születtek az MRT politikai attitűdök alakításában játszott szerepére utaló eredmények. *Petersen és szerzőtársai* [2013] például dániai lakossági mintán azt vizsgálták, hogy a pártok álláspontjának jelenléte policykérdések tálalásakor komolyabb vagy kevésbé komoly gondolkodásra készíti-e a válaszadókat. A hagyományos dual process modellen nyugvó information shortcut elmélet

alapján a pártok álláspontjának megjelenése terhet vesz le a véleményt formáló állampolgárok válláról. Ezzel szemben az MRT alapján azt várták, hogy a pártok álláspontjának megjelenése feladatot jelentő új információ – különösen ha a szokásos ideológiai pozícióval szemben kell védeni a pártos álláspontot. *Petersen és szerzőtársai* [2013] online felmérésükben a válaszadási idővel operacionalizálták a kognitív erőfeszítéseket. Várakozásaiknak megfelelően azt találták, hogy a pártálláspont megjelenésével növekedett a policykérdések megválaszolási ideje. Szokatlan (amúgy nem valós) pártálláspont ismertetése pedig tovább növelte ezt az időt. *Bechtel és szerzőtársai* [2015] korábban már említett svájci kutatásukban nem közvetlen bizonyítékokat kerestek az MRT igazolására, de részben váratlan eredményeik egybevágóan az MRT következtetéseivel. Egy népszavazás kampányában vizsgálták a referendumban érintett bevándorláspolitikai javaslatok fogadtatásának érzékenységét a téma előzetes keretezésére és a pártálláspontok megjelenésére. A válaszadók véleményei a pártálláspontok megjelenésére és a saját pártállásukra reflektáltak (a téma előzetes keretezésének hatására megerősítve a támogatott párt álláspontját a keretezés nélkül véleményt nyilvánító kontroll csoportéhoz képest). Azaz például a javaslatot elővezető párt támogatói az ellenérvek hatására a kontrollcsoporthoz képest még nagyobb eséllyel értettek egyet a javaslattal. És ilyen kontraszthatás nem csak a pártok álláspontjának megjelenésekor volt megfigyelhető, hanem néha a téma pártok nélküli keretezésekor is.

Születtek olyan eredmények is, amelyeket a kutatók az MRT cáfolataként értelmeztek. Például *Boudreau–MacKenzie* [2014] fent ismertetett kutatása ilyen következtetésre jutott. Igaz, az information shortcut elmélet mögötti dual process gondolkodásnak nyomát sem találták, amikor a kognitív erőfeszítések ingerek hatására érzékelhető változásai alapján próbálták azt tetten érni.

Túl az atomizált szavazó modelljein: a csoportidentitás hatása

A politikai viselkedés kortárs kutatói közül egyre többen gondolják úgy, hogy a pártok közvélemény-befolyásoló szerepében az identitás hatása is benne van. Az emberek szerintük nem elsősorban ideológiai terminusokban gondolkodnak a pártokról, hanem a pártok iránti érzéseik politikai identitáson alapulnak (*Iyengar és szerzőtársai* [2012]). Az ideológiai diszpozíciók a tapasztalatok szerint a policyattitűdök szűk tartományában tudják jól magyarázni a vélemények szórását, ráadásul kontextusfüggő, hogy melyik téma milyen értékekhez kapcsolódik éppen, továbbá hogy bizonyos kérdésekben elfoglalt álláspont tipikusan milyen álláspontokhoz kapcsolódik más kérdésekben – ez pedig az identitás jelentőségére mutat rá a politikai preferenciák kialakításában (*Malka–Lelkes* [2010]). Tehát hogy például egy adott országban a hazafiasság és nemzeti függetlenség értékeinek támogatása jellemzően az állam alacsony vagy magas gazdasági szerepvállalásának támogatásával jár-e együtt, nehezen levezethető értékek összekapcsolásából, és országonként, továbbá országokon belül korszakonként jelentős mértékben változik.

Ugyanakkor még kevés munka született azoknak a mechanizmusoknak az empirikus szétválasztására, amelyekben keresztül az állampolgárok identitásai a pártok álláspontjához igazodást erősítik (*Leeper–Slothuus* [2014]). Az identitás és vele a társadalmi csoportok szerepének megértése a közeljövő fontos feladata a politikai viselkedés kutatásában (*Bolsen és szerzőtársai* [2014]). Az elméleti alapok ugyanakkor ismertek, továbbá ezt a szerepet a pártok

és választói viselkedés szempontjából már többen elemezték, és az identitás befolyásának azonosítását célzó néhány empirikus kutatás is született.

Identitásról itt az önkategorizáció értelmében beszélek (*Malka–Lelkes* [2010]), ami szűkítő értelmezés. Az identitás politikai viselkedésen messze túlmutató, rendkívül szerteágazó irodalmára itt nem térhetek ki. A politikai viselkedésre (ezen belül is az állampolgári/választói attitűdök és döntések kialakítására) szűkítve a kérdést, azt feltételezik, hogy az emberek pártok támogatóiként is értelmezik magukat. Ennek nyomán a támogatói csoportok feltételezett normáihoz igazodnak, és ennek fontos velejárója az úgynevezett önsztereotipizálás (*Han–Wackman* [2017], *Hogg* [2003]). Az önsztereotipizálás az identitás szembetűnővé válásának automatikus következménye (*Han–Wackman* [2017], *Turner és szerzőtársai* [1987]). Az identitás szembetűnővé válása pedig a szituáció és az egyén percepciói közötti egymásra hatásból keletkezik (*Han–Wackman* [2017], *Oakes* [1987] és [2002], *Turner és szerzőtársai* [1994]). Például, ha egy társaságba érkeve valamely jól látható vagy nyilvánvalóvá váló tulajdonságban csak mi különbözünk a többiektől, és ez világossá válik számunkra – például férfiként egy csak nőkből álló csoportba pottyanunk, vagy szociológusként üzletemberek harsány társalgásához csatlakozunk –, akkor automatikusan e tulajdonság szerint kategorizáljuk magunkat, és ennek megfelelően viselkedünk. Minél erősebb az inger – például az üzletemberek társalgásának témája minél inkább foglalkozásuk körül forog –, és minél erősebb a kötődésünk már eleve a szóban forgó csoporthoz – például nagyon közel érezzük magunkat szociológus kollégáinkhoz –, az identitás annál szembetűnőbb, ezzel együtt pedig magunk és mások sztereotipizálása is annál erősebb (*Iyengar és szerzőtársai* [2012]).

Az identitás szorosan kapcsolódik e tanulmány témájához, a közpolitikai vélemények befolyásolásához. Csak éppen nem feltétlenül az elszigetelt egyén és a politikai elit egyszerű egymásra hatásáról van szó. A szembetűnővé vált identitás által meghatározott társadalmi környezet ad jelzéseket az egyénnek arra vonatkozóan, hogy mi a helyes, és mit kell gondolnia egyes kérdésekről (*Malka–Lelkes* [2010]). Az identitás alapú attitűdfőmálódás a csoportdinamikáról szól. A közvélemény alakítása ebben a keretben nem politikai vállalkozók bizalmi alapú meggyőzési tevékenysége, hanem a politikai táborok közös tevékenysége, csoportfolyamat (*Price* [1989]).

S persze itt is visszatérünk a racionális döntésemélet információkeresési logikájához, és egyúttal a társas élet szociológiai alapvetéseihez. Szociológus számára alapvető tézis, hogy a társas befolyásolás is legalább kétféle fő mechanizmuson keresztül érvényesül: az identitás által definiált csoporton belüli társaink egyrészt információt nyújthatnak számunkra arról, merre érdemes menni, másrészt társas, normatív nyomást helyezhetnek ránk arra vonatkozóan, hogy a helyes értékeket kövessük (*Deutsch–Gerard* [1955], *Malka–Lelkes* [2010]).

A politikai elit nem télen ebben a modellezési keretben sem. Azonban e modellek nem a pártok politikai véleményeket közvetlenül befolyásoló szerepét hangsúlyozzák, hanem azt, hogy a politikai elit gyakran bizonyos identitások hangsúlyozásával próbálja a választók preferenciáit befolyásolni (*Druckman–Lupia* [2016]). Tipikus példa a modern demokráciák történetéből a nemzeti identitás és a gazdag–szegény-ellentét harca a napirend meghatározásáért, és az alacsonyabb státuszú szavazók megnyeréséért a jobb, illetve baloldal számára (megint csak itthoni példával: „Állítsuk meg Brüsszelt!” kontra „Fizessenek a gazdagok!”).

Nem a pártosság a politikai identitás egyetlen kifejeződése (*Leeper–Slothuus* [2014]). Különösen fontos ezt tudni az olyan, némileg képlékeny pártrendszerekben, mint a jelenlegi

magyar. Egyes kutatók a politikai orientáció szerinti kötődéseket is identitás alapúnak tekintik. *Malka–Lelkes* [2010] például azt állítják, hogy bár Amerikában a liberális–konzervatív szembenállást tipikusan az ideológiai különbségek kifejeződésének tekintik, valójában ezek identitásalapon szerveződő politikai csoportok, amelyekben belül az aktuális politikai körülményeknek megfelelően alakulnak különböző közpolitikai témákban az értékek.

Említettük, hogy az identitás alapú politikai attitűdök azonosítására kevés kísérlet született eddig. *Iyengar és szerzőtársai* [2012] közvetlenül a politikai csoportok közötti ellentéteket vizsgálták. Azt mutatták ki, hogy az elmúlt évtizedekben a demokraták és republikánusok közötti ellenségesség növekedett, anélkül, hogy ideológiailag polarizálódott volna az ország. Ezt az ideológiákon túlmutató, csak csoportidentitás segítségével magyarázható jelenségnek tekintették. *Petersen és szerzőtársai* [2013] korábban már említett, pártbefolyást mérő kísérletükben közvetett módon, a közpolitikai attitűdök változásán keresztül próbálták a csoportlojalitás jelentőségét kimutatni. Az identitás szempontjából fontos kísérleti helyzetben azt nézték, hogy mi történik, ha a válaszadó nem ért egyet a pártjával, illetve ha olyan kérdésben fejezi ki egyetértését, amelyben ideológiai diszpozíciója alapján el kellene utasítania a pártálláspontot. (V.ö. *Mullinix* [2016], akinek az eredményei azt mutatják, hogy az atipikus pártálláspont hatását összességében elnyomja a válaszadó erős előzetes prediszpozíciója.) A válaszadási időben mérhető feltételezett stresszelést vezették vissza a kutatók a csoportlojalitás motivációjára: olyan kérdések esetén, ahol a politikai identitás és az ideológiai prediszpozíció konfliktusban áll egymással, a válaszok lassabban születnek meg. Ez azért meglehetősen közvetett bizonyíték; könnyű alternatív hipotéziseket felállítani arra, miért telik több időbe a párt mellé állni olyankor, amikor atipikus, meglepő álláspontot képvisel.

Han–Federico [2017] a korábbiakban bemutatott kutatásokéhoz hasonló vinyettás kísérleti vizsgálatukban közvetlenebb bizonyítékokat próbál szerezni az identitás alapú döntésekre, szembe állítva az MRT alapján várható viselkedéssel (*Petersen és szerzőtársai* [2013] a csoportlojalitást az MRT keretein belül kezelik). Egyrészt, az MRT alapján feltételezhető kognitív folyamatok észleléséhez a kísérleti ingerként adott policyérvek meggyőző voltára kérdeznek rá. Másrészt, az identitás azonosításához a válaszadóknak saját véleményük megvallása mellett a számukra kedves párt adott policykérdésben érzékelt pozícióját is jelezniük kellett. Azt találták, hogy ennek önálló hatása volt a közpolitikai attitűdökre. *Malka–Lelkes* [2010], akik a politikai orientáció identitás-jellegét hangsúlyozzák, azt találták attitűdöket magyarázó többváltozós elemzésükben, hogy az orientációnak az ideológiáktól és a pártidentitástól független önálló hatása van a véleményekre – különösen amikor a téma releváns a konzervatív *kontra* liberális identitás szempontjából. Egy további statisztikai modellben ugyanakkor azt is megmutatták, hogy az attitűd szempontjából releváns témára vonatkozó ténybeli hitek bevonása a magyarázó tényezők közé megszünteti az orientáció önálló hatását. Ebből arra következtettek, hogy információs, nem pedig normatív hatáson keresztül érvényesül a csoportbefolyás (*Malka–Lelkes* [2010]).

A politikailag releváns véleményeket befolyásoló identitást a pártosságtól egész messze is lehet keresni. Szociálpszichológiai kutatások például a nemi identitás szembetűnővé tételének szerteágazó hatásait mutatták ki. *Kuppens–Yzerbyt* [2012] például európai diákok muszlimokkal kapcsolatos félelmeit vizsgálta úgy, hogy diáklányok különböző identitását helyezte előtérbe a kérdőívben (fiatalok, diákok, illetve nők). A női identitás a muszlimoktól való erősebb félelemmel párosult.

A politikai konfliktusok szerepe az identitás erősítésében

Mindenféle identitás szembetűnővé válásában jelentős szerepet játszhatnak társadalmi csoportok, esetünkben politikai táborok közötti konfliktusok. A csoportközi konfliktus önmagában szembetűnőbbé teszi az identitást, s nincs ez másképp a politikai konfliktusok esetében sem (*Han–Wackman* [2017]). Ha látható, hogy egy közpolitikai kérdésben mely elit vagy más társadalmi csoportok állnak konfliktusban egymással, az jelzést ad egyúttal arra vonatkozóan is, hogy milyen identitások (és vele a sztereotípiák és a társas befolyás különböző formái) lényegesek az adott téma szempontjából (*Price* [1989]). Tehát egy téma (tömegkommunikációs) prezentálása során a viták és törésvonalak bemutatásának módja befolyásolja, hogy milyen csoportok tagsága válik jelentőségtelivé az elit diskurzusát figyelő állampolgárok számára (*Kinder* [1998], *Leeper–Slothuus* [2014]). Értelemszerűen, minden olyan prezentáció, amely egy-egy témával kapcsolatban a konfliktusokat és a konfliktusos pontokat hangsúlyozza, növeli az identitás attitűdöket befolyásoló szerepét az adott kérdésben (*Druckman és szerzőtársai* [2013]). Fontos konkrét érzelm, amely témától függetlenül ilyenkor felmerül: a szembetűnővé tett csoport tagjaként érzett fenyegetettség és félelem érzése (*Dancey–Goren* [2010], *Mullinix* [2016]).

Ezen a ponton ugyanakkor egy paradoxnak tűnő mechanizmus is működésbe lép. Eleddig a pártbefolyásolásról mint a tartalmi információk és értékek szerepét szükségképpen csökkentő tényezőről beszéltem. Amikor arra utaló eredményről számoltam be, hogy a tartalmi információk pártálláspontok jelenlétében is erős befolyást gyakorolnak a véleményekre, az ilyen eredményt a pártbefolyás gyengeségének tudtam be. Azonban a konfliktust és a nyomában fellépő fenyegetettségtőlően széleskörű feltételezés, hogy fokozza az érintett emberek érdeklődését a konfliktus tárgyát képező téma iránt, hiszen megnöveli a tétjét annak, hogy mi lesz a viták kimenetele, ha a releváns csoportok (véleményvezérei) összevesznek. A megnövelt érzelmi involváltság és a belőle fakadó érdeklődés egyik következménye lehet viszont a tartalmi kérdések iránti megnövekedett érzékenység, amely látszólag a pártos befolyás tézisének cáfolja (*Bullock* [2011], *Marcus és szerzőtársai* [2000], *Petersen és szerzőtársai* [2013]). *Petersen és szerzőtársai* [2013] erre az ellentmondásra vezetnek vissza, hogy nem lehet a politikai ismeretek egyértelmű kapcsolatát kimutatni a pártossággal. A tudás ugyanis eszerint egyrészt a téma iránti intellektuális érdeklődésnek, másrészt a politikai vitákban való érzelmi involváltságnak is függvénye.

A konfliktus által megnövelt érzékenység ugyanakkor nem csupán a tartalmi szempontok iránti odafigyelést növeli. A konfliktusban álló felekről alkotott sztereotípiák alapján egyúttal jelzést ad arról, hogy milyen értékek forognak veszélyben, elvi szempontból mi mentén szerveződik az adott vita. Ez pedig ezeket az értékeket helyezi előtérbe a vitában szereplő témával kapcsolatos attitűdök formálásában (*Petersen és szerzőtársai* [2010], [2013]). A politikai konfliktus tulajdonképpen mobilizálja, előhívja a háttérből az egyén egyes predispozícióit (*Leeper–Slothuus* [2014]). Ami számunkra különösen fontos, döntéshozatali modelljünkben *Leeper–Slothuus* [2014] azt is feltételezik, hogy a politikai konfliktus egyben az állampolgár előtt álló döntési alternatívákat is meghatározza, azaz keretezi a döntési dilemmát.

A konfliktus véleménybefolyásoló szerepét is többen, többféle megközelítésben vizsgálták empirikusan. *Slothuus–Vreese* [2010] korábban már idézett dániai, survey-kísérleti módszert alkalmazó tanulmányukban a pártbefolyás szerepét vizsgálták különféle témákban. Elválasztották egymástól a pártok közötti konfliktusokban központi szerepet játszó témákat a

konszenzusos kérdésektől. Azt találták, hogy szemben a racionális döntésmélet szignálméletével és az ezt megerősítő korábbi tanulmányokkal, a pártálláspontok attitűdöket befolyásoló szerepe megerősödött a konfliktusos témák esetében. *Druckman és szerzőtársai* [2013] amerikai kísérletükben a nem megkérdőjelezett pártálláspontok véleménybefolyásoló hatását hasonlították ahhoz a helyzethez, amikor a policykérdést megelőző vinyették a pártok közötti ellentétet hangsúlyozzák. Slothuusékhoz hasonlóan ők is azt találták, hogy a polarizációra utaló jelek az identitás attitűdformáló szerepét erősítik. Ugyanakkor látni kell, hogy a kísérletek és konkrétan a vinyették (fiktív újságcikkek, téma-ismertető) kivitelezése nagyban befolyásolhatja az eredményeket. Levendusky–Malhotra [2016] például azt találta, hogy a politikai megosztottságot hangsúlyozó újságcikkek (ezek inkább általánosságban és negatívan szóltak a polarizációról) csökkentik a politikai táborok közötti véleménykülönbségeket, ugyanakkor növelik a másik tábor tagjaival szembeni ellenérzéseket (akiket ezért a negatív jelenségért felelőssé tesznek).

Összegzés

A modern 20. századi demokráciák kutatói sokáig építhettek olyan modellekre, amelyek általános modernizációs narratívába illetve értelmezték a társadalmi attitűdök s a politikai programok és törésvonalak átalakulását. Például a politikai hatalom gyakorlóinak egyre erősebb demokratikus kontrollját feltételezték. A politikának a kilencvenes évek második felétől sok helyen felgyorsult mediatisálódása és a médiának új infokommunikációs technikák megjelenése nyomán bekövetkező átalakulása (s a vele egyesek szerint bekövetkező „posztobjektív” fordulat) megkérdőjelezi a megállíthatatlan demokratizálódás narratíváit. Sok kutató azt gyanítja, hogy az egyre kifinomultabb politikai kommunikációs gépezetek ma már, a politikai jelöltek iránti preferenciákon túl a szavazók alapvető társadalmi attitűdjeivel is 'játszanak', s egyre sikeresebben: az értékrendek politikai elit vezérelte és az átalakult médiaszervezet támogatta új törésvonalai jönnek létre. Ezek a jelenkori mechanizmusok néha gyorsíthatják, más esetekben viszont meg is fordíthatják az attitűdök hosszú távú modernizációs trendjeit.

Ebben a tanulmányban olyan friss politikatudományi kutatásokat mutattunk be, amelyeket az itt idézett folyamatok ösztönöztek, és amelyek a **surveykísérlet** módszerének segítségével igyekeznek megalapozni a politikai viselkedésnek az atomizált és racionális szavazót feltételező hagyományos modelljén túllépő, a demokráciák jelenlegi működését jobban leíró elméleteit.

Hivatkozások

- BARKER, D. C.–HANSEN, S. B. [2005]: All Things Considered: Systematic Cognitive Processing and Electoral Decision-Making. *Journal of Politics*, 67(2), 319–344. o.
- BECHTEL, M. M.–HAINMUELLER, J.–HANGARTNER, D.–HELBLING, M. [2015]: Reality Bites: The Limits of Framing Effects for Salient and Contested Policy Issues. *Political Science Research and Methods*, 3(3), 683–695. o.
- BOLSEN, T.–DRUCKMAN, J. N.–COOK, F. L. [2014]: The Influence of Partisan Motivated Reasoning on Public Opinion. *Political Behavior*, 36(2), 235–262. o.

[jb1] megjegyzést írt: ehhez a terminushoz ragaszkodnék, ha lehet, kollégáimmal így hivatkozunk a survey-experiment-re.

- BOUDREAU, C.–MACKENZIE, S. A. [2014]: Informing the Electorate? How Party Cues and Policy Information Affect Public Opinion About Initiatives. *American Journal of Political Science*, 58(1), 48–62. o.
- BRADER, T.–TUCKER, J. A. [2012]: Following the Party's Lead: Party Cues, Policy Opinion, and the Power of Partisanship in Three Multiparty Systems. *Comparative Politics*, 44(4), 403–403. o.
- BULLOCK, J. G. [2011]: Elite Influence on Public Opinion in an Informed Electorate. *American Political Science Review*, 105(3), 496–515. o.
- CARSEY, T. M.–LAYMAN, G. C. [2006]: Changing Sides or Changing Minds? Party Identification and Policy Preferences in the American Electorate. *American Journal of Political Science*, 50(2), 464–477. o.
- CHONG, D.–DRUCKMAN, J. N. [2007]: Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126. o.
- CIUK, D. J.–YOST, B. A. [2016]: The Effects of Issue Salience, Elite Influence, and Policy Content on Public Opinion. *Political Communication*, 33(2), 328–345. o.
- DANCEY, L.–GOREN, P. [2010]: Party Identification, Issue Attitudes, and the Dynamics of Political Debate. *American Journal of Political Science*, 54(3), 686–699. o.
- DEUTSCH, M.–GERARD, H. B. [1955]: A Study of Normative and Informational Social Influences upon Individual Judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629–636. o.
- DOWNES, A. [1990]: Politikai cselekvés a demokráciában: egy racionális modell. *Közgazdasági Szemle*, 38(9), 993–1011. o.
- DRUCKMAN, J. N.–JACOBS, L. R. [2015]: *Who Governs? Presidents, Public Opinion, and Manipulation*. University of Chicago Press, Chicago
- DRUCKMAN, J. N.–LUPIA, A. [2016]: Preference Change in Competitive Political Environments. *Annual Review of Political Science*, 19, 13–31. o.
- DRUCKMAN, J. N.–PETERSON, E.–SLOTHUUS, R. [2013]: How Elite Partisan Polarization Affects Public Opinion Formation. *American Political Science Review*, 107(1), 57–79. o.
- FARKAS JÁNOS [2002]: *Információs- vagy tudástársadalom?* Aula, Budapest
- HAN, J.–FEDERICO, C. M. [2017]: Conflict-Framed News, Self-Categorization, and Partisan Polarization. *Mass Communication and Society*, 1–26. o.
- HAN, J.–WACKMAN, D. B. [2017]: Partisan Self-Stereotyping: Testing the Salience Hypothesis in a Prediction of Political Polarization. *International Journal of Communication*, 11, 603–625. o.
- HIGHTON, B.–KAM, C. D. [2011]: The Long-Term Dynamics of Partisanship and Issue Orientations. *The Journal of Politics*, 73(1), 202–215. o.
- HOGG, M. A. [2003]: *Social Identity*. Guilford Press, New York
- IYENGAR, S.–HAHN, K. S. [2009]: Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication*, 59(1), 19–39. o.
- IYENGAR, S.–SOOD, G.–LELKES, Y. (2012). Affect, Not Ideology: A Social Identity Perspective on Polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405–431. o.
- JACOBSON, G. C. (2013). How the Economy and Partisanship Shaped the 2012 Presidential and Congressional Elections. *Political Science Quarterly*, 128(1), 1–38. o.
- KINDER, D. R. [1998]: Communication and Opinion. *Annual Review of Political Science*, 1, 167–197. o.

- KLAR, S. [2013]: The Influence of Competing Identity Primes on Political Preferences. *The Journal of Politics*, 75(4), 1108–1124. o.
- KUNDA, Z. [1999]: *Social Cognition: Making Sense of People*. MIT Press
- KUPPENS, T.–YZERBYT, V. Y. [2012]: Group-Based Emotions: The Impact of Social Identity on Appraisals, Emotions, and Behaviors. *Basic and Applied Social Psychology*, 34(1), 20–33. o.
- LAYMAN, G. C.–CARSEY, T. M.–HOROWITZ, J. M. [2006]: Party Polarization in American Politics: Characteristics, Causes, and Consequences. *Annual Review of Political Science*, 9, 83–110. o.
- LAU, R. R.–REDLAWSK, D. P. [2006]: *How Voters Decide: Information Processing in Election Campaigns*. Cambridge University Press
- LEEPER, T. J.–SLOTHUUS, R. (2014). Political Parties, Motivated Reasoning, and Public Opinion Formation. *Political Psychology*, 35(S1), 129–156. o.
- LEEPER, T. J.–SLOTHUUS, R. [2015]: Can Citizens Be Framed? How Information, Not Emphasis, Changes Opinions. *Kézirat*, Aarhus University
- LEVENDUSKY, M.–MALHOTRA, N. [2016]: Does Media Coverage of Partisan Polarization Affect Political Attitudes? *Political Communication*, 33(2), 283–301. o.
- MALKA, A.–LELKES, Y. [2010]: More Than Ideology: Conservative–Liberal Identity and Receptivity to Political Cues. *Social Justice Research*, 23(2–3), 156–188. o.
- MARCUS, G. E.–NEUMAN, W. R.–MACKUEN, M. [2000]: *Affective Intelligence and Political Judgement*. University of Chicago Press
- MULLINIX, K. J. [2016]: Partisanship and Preference Formation: Competing Motivations, Elite Polarization, and Issue Importance. *Political Behavior*, 38(2), 383–41. o.
- MUTZ, D. C. [2011]: Political Psychology and Choice. In R. Goodin (szerk.): *Oxford Handbook of Political Science*. Oxford University Press, 345–364. o.
- OAKES, P. J. [1987]: The Salience of Social Categories. In Turner, J. C.–Hogg, M. A.–Oakes, P. J.–Reicher, S. D.–Wetherell, M. S.: *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*. Basil Blackwell, 117–141. o.
- OAKES, P. [2002]: Psychological Groups and Political Psychology: A Response to Huddy’s “Critical Examination of Social Identity Theory”. *Political Psychology*, 23(4), 809–824. o.
- ORNSTEIN, N. J.–MANN, T. E. [2012]: *It's Even Worse than It Looks: How the American Constitutional System Collided with the New Politics of Extremism*. Blackstone Audio
- PETERSEN, M. B.–SLOTHUUS, R.–TOGEBY, L. [2010]: Political Parties and Value Consistency in Public Opinion Formation. *Public Opinion Quarterly*, 74(3), 530–550. o.
- PETERSEN, M. B.–SKOV, M.–SERRITZLEW, S.–RAMSØY, T. [2013]: Motivated Reasoning and Political Parties: Evidence for Increased Processing in the Face of Party Cues. *Political Behavior*, 35(4), 831–854. o.
- PRICE, V. [1989]: Social Identification and Public Opinion: Effects of Communicating Group Conflict. *Public Opinion Quarterly*, 53(2), 197–224. o.
- RAUCH, J. [2016]: How American Politics Went Insane. *The Atlantic*, július–augusztus
- SLOTHUUS, R. [2010]: When Can Political Parties Lead Public Opinion? Evidence from a Natural Experiment. *Political Communication*, 27(2), 158–177. o.

- SLOTHUUS, R.–DE VREESE, C. H. [2010]: Political Parties, Motivated Reasoning, and Issue Framing Effects. *The Journal of Politics*, 72(3), 630–645. o.
- STROUD, N. J. [2008]: Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341–366. o.
- STROUD, N. J. [2010]: Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576. o.
- TABER, C. S.–LODGE, M. [2006]: Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755–769. o.
- TESSER, A.–CONLEE, M. C. [1975]: Some Effects of Time and Thought on Attitude Polarization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(2), 262–270. o.
- TURNER, J. C.–OAKES, P. J.–HASLAM, S. A.–MCGARTY, C. [1994]: Self and Collective: Cognition and Social Context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), 454–463. o.
- ZALLER, J. [1996]: The Myth of Massive Media Impact Revived: New Support for a Discredited Idea. In Mutz, D. C.–Sniderman, P. M.–Brody, R. A. (szerk.): *Political Persuasion and Attitude Change* University of Michigan Press, Ann Arbor, 17–78. o.

Political Identity and Social Attitudes: Returning to Sociological/Social Approaches in Political Science

In this literature review I investigate recent findings about the the influences of political elites's opinions on voters' attitudes toward policy issues. I focus my attention on the results of survey-experiments carried our mostly (but not exclusively) in the US during the past six-eight years. Survey experiments provide the opportunity for identifying and disentangling causal effects. and, moreover, unlike laboratory experiments, have a relatively high level of external validity. Those survey experiments show that political parties do have an independent influence on citizens' opinions. The experimental evidence also indicates that rational learning from parties' positions on issues cannot fully account for the elites' influence on voters' policy preferences. Motivated reasoning theory provides a mechanism by which ideologically biased citizens process information about policy issues and parties. According to this theory, citizens look at this information through partisan lenses, and seek reinforcement of the position indicated by their worldview or partisan attachment. Empirical results give support for this theory of political opinion formation. At the same time, some findings indicate that there is an additional motivation that could lead to substantial elite influence on public attitudes, namely, the voters' feelings of attachment to political communities (e.g. to „conservative people of the country”, or to voters of the Socialist Party). In the concluding part of the review, I point out results that highlight the role of political conflict in fostering feelings of political identity.