

# A TÉNYEK NEM MAKACS DOLGOK – POLITIKAI MARKETING ÉS VÁLASZTÓI HEURISZTIKÁK POLITICAL MARKETING AND VOTER'S HEURISTICS

A COVID – 19 következtében a kormány által kihirdetett gazdasági válságkezelő program a legfontosabb témának tekinthető a politikai napirenden 2020-ban, amely a 2022-es országgyűlési választás kiemelt témája lehet. A Gazdaságvédelmi akcióterv mint politikai termék választói megítélését diskurzuselemzés segítségével, netnográfiai módszerrel vizsgálták a szerzők. Közpolitikai diskurzuselemzésre építve a politikai vezetés marketing-szemléletmódú vizsgálatára és választói heurisztikák azonosítására fókuszáltak. Az empirikus kutatás során 1861 különböző személytől származó 3300 hozzászólás segítségével elemezték a választók információfeldolgozási folyamatát és céljuk volt az ítéletalkotás során fellépő kognitív torzítások, heurisztikák azonosítása. Az eredmények a politikai nyelv konzekvens használatára irányítják a figyelmet és két főbb következtetésre épülnek. Az első a heurisztikák ítéletek megerősítésében betöltött szerepét, a második a folyamatos nyelvi keretezés révén kialakuló választói tanulás fontosságát hangsúlyozzák, ami segíthet a politikai diskurzus uralásában. A tanulmányban öt heurisztikát azonosítottak és egy visszatérő kognitív reakciót, a „politikai mantrákat”. A heurisztikák ismerete segíthet a politikusoknak a szavazóbázis lojalitásának erősítésében és a döntések elfogadtatásában.

**Kulcsszavak:** politikai marketing, választói heurisztikák, választói magatartás, netnográfia, diskurzuselemzés

The economic policy program of the Hungarian government regarding COVID-19 is a crucial issue of the political agenda in 2020, and it may be the primary issue of the next parliamentary election in 2022. The “Economic Protection Action Plan” is a political product and its effect to voter's behaviour can be analysed through discourse analysis in netnography. The theoretical approach taken within this paper is based on the influence of political marketing on public policy-making processes. The authors move beyond classical economic theory and public choice theory to focus on cognitive information processing of voters with the help of behavioural economics. They identify various voter's cognitive heuristics. The results show the importance of political language. Their primary conclusions highlight the linkage between heuristics and cognitive dissonance reduction. The authors also discuss how voters use continuous framing activity to learn the interpretation techniques of parties. They identify five heuristics and a recurrent cognitive reaction.

**Keywords:** political marketing, voter's heuristics, voting behaviour, netnography, discourse analysis

#### Funding/Finanszírozás:

A szerző a tanulmány elkészítésével összefüggésben nem részesült pályázati vagy intézményi támogatásban. The author did not receive any grant or institutional support in relation with the preparation of the study.

#### Szerző/Author:

Honti Tamás, PhD-hallgató, Szegedi Tudományegyetem, (honti.tamas@eco.u-szeged.hu)

A cikk beérkezett: 2020. 12. 19-én, javítva: 2021. 04. 19-én, elfogadva: 2021. 04. 27-én.

This article was received: 19. 12. 2020, revised: 19. 04. 2021, accepted: 27. 04. 2021.

Kutatásunk tárgya a *Gazdaságvédelmi akcióterv*, ami egy gazdaságpolitikai program (nevezhetjük politikai terméknek is), melyet az átlagosnál nagyobb figyelem övez az állampolgárok részéről és közvetlen vagy közvetett hatása a társadalom jelentős részét érintette, érinti vagy érinteni fogja. Emiatt a politikai vezetés marketing-szemléletmódú vizsgálatára és a választói információfeldolgozás technikáinak elemzésére kifejezetten alkalmasnak tartjuk.

Kutatásunk e kiemelt jelentőségű szakpolitikai csomag választói megítélésére és az ítéletalkotás folyamatára fókuszál a *kognitív heurisztikák elméletének* segítségével. Az állampolgárok értékítéletei során felmerülő kognitív torzításokkal és heurisztikákkal kevés hazai kutatás foglalkozik (Harkányi, 2018), azonban, ahogy Kahneman (2013) is megállapítja a viselkedés-gazdaságtan eredményei a politika piacán is használhatóak, így a nemzetközi szakirodalomban egyre több szerző fókuszál a heurisztikák

kus ítéletalkotás jellemzőire (Riker, 1995; Ross & Ward, 1996; Lau & Redlawsk, 2001; Evans & Curtis-Holmes, 2005; Mattes et al., 2010; Knobloch-Westerwick, Mothes & Polavin, 2017; Harkányi, 2018).

A választói ítéletalkotást a közpolitikai *diskurzuselemzés* tudományfilozófiai megközelítésére és módszer-tani alapelveire építve elemezzük, amely értelmében a valóságot a nyelv által megteremtettnek tekintjük és politikai szereplők konstrukciós eljárásait azonosítjuk (Carver, 2004; Torfing, 2004; Szabó, 2016). Vegyes módszer-tant (mixed method) használunk (Neulinger, 2016), amely során a netnográfát ötvözzük a tartalomelemzéssel és a mélyebb megértés érdekében a diskurzuselemzésben domináns kvalitatív módszer-tant kvantitatív elemekkel egészítjük ki. A netnográfia használata újszerűnek mondható a területen és segítségével a véleményekben megjelenő sémákat kereshetünk (Géring, 2017), emellett az információ – a szakpolitika bejelentése – által kiváltott első, azonnali reakciókat is képesek vagyunk megvizsgálni nyelvi eljárások segítségével. Az eredmények, illetve a levonható következtetések elsősorban a *politikai marketing* területén alkalmazhatók. Politikai termékek létrehozásában, illetve szakpolitikai intézkedések politikai szereplőkkel történő elfogadtatásában (Osman, 1999) és a bizalom erősítésében (Györffy, 2012) segíthetnek.

Központi kérdésünk: *milyen választói heurisztikákat azonosíthatunk a Gazdaságvédelmi akcióterv választói megítélése során?* A válasz érdekében először a választói ítéletalkotás főbb összefüggéseit vizsgáljuk meg a választó magatartás iskoláinak segítségével, ezután térünk rá a heurisztikák és kognitív torzítások elméletére, majd a diskurzuselemzés megközelítéséből kiindulva az újszerűnek nevezhető kutatási módszert mutatjuk be részletesen, végezetül az eredményeket és a következtetéseket ismer-tetjük.

## Az ítéletalkotás jellemzői a választói magatartás iskoláinak tükrében

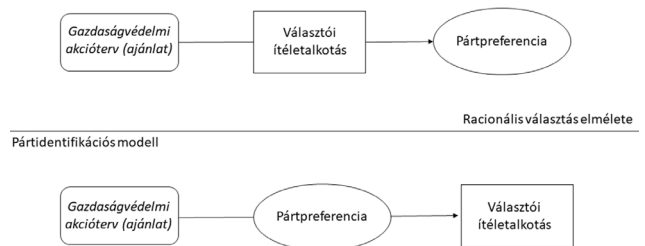
Az ítéletalkotás kognitív eljárásainak megértéséhez szükséges, hogy tágabb összefüggérendszerben is megvizsgáljuk a választói magatartás jellemzőit és választ keres-sünk arra a kérdésre, hogy mi teremt értéket számukra, vagyis miért szavaznak egyes jelöltekre. Erre a választói magatartás iskolái (politikai gazdaságtan, politikai pszichológia, politika szociológia) eltérő válaszokat adnak (Szabó, 2015), ezért kutatási kérdésünk megválaszolásá-hoz az egyén felől, a politikai gazdaságtan és a politikai pszichológia felől közelítünk.

A neoklasszikus közgazdaságtan homo oeconomicus emberképe nagy sikert aratott a társadalomtudományokban (Fukuyama, 1995; Boda, 2013) és a politikai gazdaságtani iskolának – másképpen közösségi döntések elmélete (Public Choice Theory) – a kiinduló modelljét jelentti (Johnson, 1999). Schumpeter (1942) és Downs (1957) klasszikus alapművei az önérdékkövető politikai szereplők viselkedéséből vezetnek le a demokrácia működését és központi hipotézisük, hogy a választók, akik a keresleti oldalt jelentik, és a politikusok, akik a kínálati oldalt, önérdé-

dekkövetők és a saját hasznosságuk növelése érdekében vesznek részt a politikai folyamatokban. A politikus célja a pozíciók, a hatalom megszerzése, míg a választópolgárok olyan politikusokat kívánnak hatalomra juttatni, akik a preferenciáiknak megfelelő szakpolitikákat valósítják meg. Az önérdékkövető egyének, mivel tökéletesen informáltak és rendelkeznek preferenciákkal, minden szakpolitikai kérdésben költség-haszon kalkulust végeznek, ami alapján annak a jelöltnek az ajánlatát fogadják el, amelyik a legnagyobb hasznosságot ígéri számukra (Downs, 1957). Ez alapján minden egyes intézkedést – így a válságkezelést is – az önérdékük alapján értékelnek, vagyis a szavazásukra az issue-voting jellemző (Fiorina, 1981). A racionális választás elmélete alapján a választók akkor ítélik meg kedvezően a kormány válságkezelő gazdaság-politikáját, ha az önérdékkövetés értelmében a saját, egyéni hasznosságukat növeli a program. Ha elfogadjuk, hogy a politikai napirenden 2020-ban a járvány következtében kialakult válságkezelés a legfontosabb kérdés és azon belül is a gazdaságpolitikai program, akkor arra a következtetésre jutunk, hogy a pártpreferenciát meghatározó legfontosabb téma jelenleg a *Gazdaságvédelmi akció-terv*, amiből az 1. ábrán látható összefüggés következik.

1. ábra

### A választói ítéletalkotás folyamata a racionális választás elmélete és a pártidentifikáció alapján



Forrás: saját szerkesztés

A választói magatartás másik nagy iskolája – michigani iskola – a pszichológia felől közelít az állampolgárok értékítéletének megértéséhez. A racionális választás elméletét a politikai pszichológia területének egyes szerzői bírálják (Sears, 1983), míg mások elfogadják, de finomítják és kiegészítéseket tesznek (Riker, 1995). A pártidentifikációs modell (1. ábra) lényege, hogy a választó nem költség-haszon kalkulussal segítéssel dönt, hanem érzelmi alapon, pártidentifikáció révén, vagyis a politikai erővel és annak táborával történő azonosulás határozza meg preferenciáját. A pártidentifikációs megközelítést alkalmazva azt mondhatjuk, hogy a *Gazdaságvédelmi akciótervet* a pártpreferencia alapján ítélik meg az állampolgárok, tehát az számít, hogy kivel szimpatizálnak (a Fidesz-KDNP-vel vagy az ellenzéki pártokkal). Ellentétben a racionális választás elméletével, itt a pártpreferencia nem következmény, hanem az értékítélet forrása.

Iyengar és Otati (1994) az információfeldolgozási folyamatot állították a középpontba, különös tekintettel a politikai jelöltek észlelésére és értékelésére. Szerintük a választói magatartás nagymértékben függ bizonyos

politikai, de legfőképpen gazdasági eredményektől. A választóknak korlátozottan vannak információik a közügyekről, így tehát az állampolgárok nem a jelöltek programjai között, hanem az éppen hivatalban lévő politikusok teljesítményének elfogadásával, illetve elutasításával gyakorolják befolyásukat (Fiorina, 1981). Sears (1993) az önérdéknél sokkal fontosabbnak tartja a szimbólumok szerepét, melyekkel tele van a nyilvánosság és a kézzel fogható eredmények helyett a szimbolikus megnyugtatás szerepe felértékelődik. A bonyolult világot néhány egyszerű, széleskörben ismert mítosz helyettesíti és a választók e történetek alapján szavaznak (pl. „*A jó szándékú vezető, aki megóvjaa a népet a veszélytől.*”, „*Az önkényúr, aki a saját hobbija miatt feláldozza az emberek életét*”). A két iskola megközelítése rávilágít a választói magatartás főbb összefüggéseire, így a következő fejezetben ezen alapokra építkezve szűkítjük vizsgálódásunkat az információfeldolgozás folyamatára.

## A választói információfeldolgozás és heurisztikák

A választói információfeldolgozási technikák vizsgálatához a kognitív heurisztikák jól használható elméleti keretet nyújtanak, melyre a két iskola ötvözeteként is tekinthetünk. A politikai pszichológia a 70-es években megjelent irányzatai az információfeldolgozás problémáját állítják a középpontba (Iyengar & Olati, 1994), akárcsak a viselkedés-gazdaságtan Simon-féle korlátozott racionalitás elmélete, amely szintén a kognitív képességek korlátait hangsúlyozza, miközben az önérdékkövetést, mint elsődleges motivációt elfogadja (Simon, 1982). A kognitív korlátok miatt az állampolgárok nem képesek a politikai napirendről minden információt befogadni, összegyűjteni, feldolgozni és nem képesek költség-haszon kalkulációt végezni minden szakpolitikai kérdésben, mert nincs ekkora kognitív kapacitásuk, illetve nincs meg hozzá a kompetenciájuk sem, ebből adódóan információs aszimmetria (Szántó, 2009), illetve erkölcsi kockázat lép fel, így a szakpolitikák „minőségének” megítélése és az elszámoltathatóság nehezebbé válik (Csontos, 1997). A COVID-19 esetében ez azt jelenti, hogy az egyének nem képesek a kormányzati intézkedések egészségügyi, virológiai, gazdasági és jogi elemzésére egyaránt. Az információ feldolgozásának problémáját kognitív torzítások segítségével oldják meg, melyek a döntést, az ítéletalkotást és a magatartást is befolyásolják (Kahneman, 2013). Ezeket a kognitív reakciókat heurisztikáknak, az emberi gondolkodás szisztematikus hibáinak nevezi Kahneman (2013), olyan torzításoknak, amelyek a megismerési folyamat során keletkeznek. A heurisztikák mentális műveletek, rövid utak, hüvelykujj-szabályok melyek segítenek a döntések meghozatalában (Hámori, 1998). A heurisztikus gondolkodásra nem tekinthetünk káros jelenségként, mivel támogatja a hatékony ítéletalkotást és döntéshozatalt, melyek sok esetben hasznosnak mondhatók (Esse, 2012). Kahneman (2013) szerint a heurisztikák vizsgálata a politika piacán is jól használható megközelítés és a politikai kommunikáció egyes jelenségeinek megértéséhez is hozzájárulhat. A

politikai döntésekkel kapcsolatban a terület szerzői már sok heurisztika azonosítására tettek kísérletet és próbáltak egyedi, a politika piacán különösen fontos kognitív torzításokat is feltárni, mint például az ideológiák választói döntésekben betöltött szerepe (Lau & Redlawsk, 2001). Egyes szerzők kiemelik, hogy a viselkedés-gazdaságtani megközelítés a politikai magatartás vizsgálatára jól alkalmazható és a kísérleti módszertan elterjedése is megfigyelhető (Marcus, 1984; Lau & Redlawsk, 2001).

Ezek a mentális műveletek a bizonytalanságot okozó körülmények között fellépő, a döntéseket megkönnyítő szabályszerűségeket (Hámori, 2003). Gigerenzer (2004) szerint ahhoz, hogy heurisztikáról beszélhessünk a kognitív folyamatok szabályszerűsége mellett további kritériumokat kell állítanunk, ezért az azonosításhoz szükséges:

- a szabály folyamatának leírása,
- a tapasztalat, tudás, képesség azonosítása, amire építkezik a szabály, illetve
- a környezeti struktúra, a szituáció leírása, melyben működésbe lép.

Kahneman (2013) a gondolkodást két rendszerként szemlélteti, melyben az első felel a gyors, a második a tudatos, energiaigényes, átgondolt ítéletalkotásért és döntéshozatalért. Az első gondolkodási mechanizmus az intuíciónak, az észlelésért, az asszociációkért felel, addig a második rendszer a koncentrációért, a mentális erőfeszítésekért. Az első rendszer mindig aktívan működik, míg a második rendszer alacsony energiafelhasználásra törekszik. Az első rendszer egyes benyomásai a második rendszer engedélyével meggyőződéseké válhatnak, ami a politika piacán különösen fontos jelenség. Azonban érdemes kiemelni még, hogy az attitűdök tekintetében a második rendszer inkább önigazoló szerepet tölt be, mintsem értékelőt. Az irracionális viselkedés az első rendszer kritikátlan használatából ered, vagyis a második rendszer nem kapcsolódik be az adott témáról való gondolkodásba. Az önigazoló szerep kiemelése a kutatás szempontjából fontos, mivel felveti a választói kognitív disszonancia (Festinger, 2000) és heurisztikus ítéletalkotás közötti kapcsolat kérdését. Az információfeldolgozási folyamat alatt keletkező kognitív torzítások és a társadalmi identitás közötti kapcsolat vizsgálata során azt láthatjuk, hogy a médiafogyasztást és az internetes hírkeresést alapvetően meghatározza az identitás (Knobloch-Westerwick, Mothes & Polavin, 2017).

Riker (1995) a heurisztikáknak kiemelt szerepet tulajdonít az állampolgárok döntéseit illetően és a *heresztetikus manipulációt* a politikai preferenciák formálásának elsősorú eszközének tartja. Tversky és Kahneman kísérleteinek legfontosabb eredményének nevezi a *heresztetikus manipuláció* gyakorlati bizonyítását, azonban a heresztetika és viselkedés-gazdaságtan heurisztika fogalma nem szinonimák, de kapcsolat van közöttük. A heresztetika lényege olyan politikai döntési szituáció felállítása, mely során az egyén eltér a preferenciáitól, így az ítéletalkotás folyamatát manipulálja a politikai szereplő (Körösenyi, 2019). Riker (1995) öt különböző típusát különbözteti meg: az új alternatíva bevezetését, a politikai napirend formálását, a szavazási eljárás manipulálását, a

stratégiai szavazást és az új döntési szempont bevezetését (Riker, 1995). Ezek olyan ismert heurisztikákra épülnek, mint a keretezés (framing), az előfeszítés (priming) és az előhívási heurisztika (availability heuristic), amelyekkel a választói ítéletalkotást befolyásolni lehet. A választói heurisztikákkal kapcsolatban itthon kevés kutatással találkozhatunk, azok is elsősorban a szavazási eljárás és az ebből adódó stratégiai szavazás jelenségét vizsgálják. A stratégiai szavazásra tekinthetünk úgy is mint heurisztika, mivel a döntés bizonytalan környezetben, a választási rendszer jellemzőinek megtanulásával egy egyszerűsítő szabály alapján történik, nem pedig az egyén elsődleges preferenciája szerint, hanem a versenyző pártok esélyeinek észlelése révén (Harkányi, 2018).

A heurisztikákat, mint szisztematikus hibákat, melyek esetében a racionális döntéshozatal vagy ítéletalkotás nem valósul meg, általában listaszerűen szemlélteti a szakirodalom, ezért nincs egy általánosan elfogadott kategorizálás, melyben az egyes kognitív torzítások egymáshoz kapcsolódó viszonya (pl. rész-egész viszony), rendszere széleskörűen elfogadottan tisztázva lenne (Esse, 2012). A következőkben a választói ítéletalkotással kapcsolatban a leggyakrabban azonosított, a legismertebb és az empirikus kutatás szempontjából legrelevánsabb heurisztikákat ismertetjük (1. táblázat).

A választói magatartás iskoláiból kiindulva ismertetjük az ítéletalkotás jellemzőit és eljutottunk az információfeldolgozás folyamatának vizsgálatához, amit a heurisztika

1. táblázat

Gyakori választói heurisztikák a szakirodalmi áttekintés alapján

Választói heurisztika	Heurisztika értelmezése a politika piacán
<i>előhívási heurisztika (availability heuristic)</i>	Olyan azonnali kognitív reakció, amely révén egy téma kapcsán gyakoribbnak és fontosabbnak gondoljuk azokat az eseteket, amelyekre hirtelen példát is tudunk hozni (Tversky & Kahneman, 1973). A segítségével megmagyarázható, hogy egyes politikai napirendi témákat a választók miért tartanak fontosabbnak, mint másokat. Szerepe az issue-voting szempontjából kiemelten fontos, mivel az egyes pártokkal, illetve az egyes ügyekkel kapcsolatban felmerülő politikai napirendi témák hatnak az ítéletalkotásra. Például azt, hogy egy pártot mennyire tartunk korruptnak alapvetően befolyásolja a médiában feltűnő esetek száma.
<i>keretezés (framing)</i>	A <i>keretezés (framing)</i> a politika esetében az egyes politikai napirendi témák szavakkal és kifejezésekkel történő megjelenítését jelenti (Iyengar, 1996), a politikai szereplő narrációját, álláspontját egyes ügyekkel kapcsolatban (Török, 2005). A viselkedés-gazdaságtan <i>framing effects</i> fogalma körülbelül megegyezik a médiaelméleteken belül az agenda-setting framing fogalmával. A viselkedés-gazdaságtan kerethatás fogalmának jó példája a politikai nyelv, melyben egyes melléknevekkel vagy kitalált kifejezésekkel gyakran előnyhöz próbálnak jutni az egyes szereplők. 2009-ben az örökösödési adó körüli vitákban az ellenzék „haláladóként” kezdte el emlegetni az öröklési törvénytervezetet, amelyet így vett át a média és a közvélemény napirendje is. A kifejezés már önmagában negatív attitűdöket rendel a törvényjavaslatához, így befolyásolja annak értékelését.
<i>előfeszítés (priming)</i>	Az <i>előfeszítés (priming)</i> megteremti a jellemző asszociációkat, melyek egyes téma kapcsán az állampolgárok észébe jut (Kahneman, 2013). A priming viselkedés-gazdaságtani értelmezése, nem egyenlő az agenda-setting elméletének priming fogalmával, ami témák fontosságának észlelését jelenti (így inkább az előhívási heurisztikához kapcsolható). Példaként a kerítés szót említhetjük, amely megteremtheti a határzár, a bevándorlás és a Brüsszellel szembeni ellenállás asszociációit.
<i>dicsfény-hatás (halo effect)</i>	A <i>dicsfény-hatás (halo effect)</i> révén az állampolgárok egy politikus minden tettét kedvezően ítélik meg, ha szimpatizálnak vele. Mattes et al. (2010) a politikusok külső megjelenésének fontosságát (pl. Mennyire vonzó?, Mennyire tűnik kompetensnek?) kísérletekkel igazolták az Egyesült Államokban. Lau és Redlawsk (2001) szerint a politikus vizuális imázsa rengeteg fontos információt rejt magában a választók számára, mint a nem, a kor és a kellemes megjelenés.
<i>helyettesítési heurisztika</i>	<i>Helyettesítési heurisztika</i> során az egyének egy összetett probléma megválaszolását leegyszerűsítik és gyakran érzelmi választ adnak egy másik kérdésre az eredeti helyett (Kahneman, 2013). Tipikus példája, amikor egy politikai napirendi témában a választók nem az alapján foglalnak állást, hogy mennyire értenek egyet egy szakpolitikai javaslattal, hanem arról nyilatkoznak szeretik-e az adott pártot.
<i>érzelmi heurisztika (emotional heuristic)</i>	Az <i>érzelmi heurisztika (emotional heuristic)</i> az érzelmek által vezérelt döntéseket állítja a középpontba, melyeket meghatározhat egy adott párt iránti szimpátia (Lau & Redlawsk, 2001), vagy egy adott ügy által kiváltott affektív reakció (Marcus, 1984).
<i>megegyeztetési heurisztika (confirmation bias)</i>	<i>Megegyeztetési heurisztika (confirmation bias)</i> olyan információk keresését jelenti, melyek az egyén értékeit, meggyőződéseit, preferenciáit megerősítik (Kahneman, 2013), és így képesek a kognitív disszonancia csökkentésére (Festinger, 2000). A megegyeztetési heurisztika fajtáiként, aleteiként is tekinthetünk olyan kognitív torzításokra, mint a harmadik fél hatás, a naiv realizmus vagy a belief bias. A <i>harmadik fél hatás (third person effect)</i> értelmében az egyén azt gondolja, hogy azért fogalmaznak meg mások ellentétes véleményt az álláspontjával, mert a médiafogyasztásuk révén „agymosottakká” váltak (Davidson, 1983). A <i>naiv realizmus (naive realism)</i> során az egyén úgy gondolja, hogy a többi szavazóval ellentétben ő a politikai valóságot objektíven képes értelmezni és elfogulatlan ítéletet képes alkotni, mivel tájékozottabb és nagyobb tudással rendelkezik (Ross & Ward, 1996). A belief bias révén az érvek közül azokat tartja a legfontosabbnak az egyén, amelyek leginkább támogatják az általa levonni kívánt végkövetkeztetést (Evans & Curtis-Holmes, 2005).

Forrás: saját szerkesztés



kák segítségével teszünk meg. Az empirikus kutatásban e heurisztikák jelenlétét vizsgáljuk meg a Gazdaságvédelmi akciótervre adott választói reakciókban.

### Módszertan: diskurzuselmzés, netnográfia, tartalomelemzés

Tanulmányunk a diskurzuselmzés tudományos szemléletmódját alkalmazza, amelyre alapozva vegyes módszertanú kutatást hajtunk végre netnográfia és a tartalomelemzés segítségével. Kutatásunk tárgya a *Gazdaságvédelmi akcióterv*, ami a kihirdetés pillanatában egy információcsomag, melynek hatásairól a választók csak később fognak empirikus tapasztalatokat (pl. infláció) szerezni, azonban már a bejelentéskor elindulnak a kognitív információfeldolgozó folyamatok és megtörténik az ítélethozatal. Az online bejelentések és kommunikáció révén képesek vagyunk a közösségi médiumokban kialakult diskurzusok vizsgálatára.

A diskurzuselmzés egyszerre jelent tudományfilozófiai megközelítést, axiómákat és módszertani irányelveket. A pozitívista tudományfelfogással ellentétben a nyelvet nem a valóságot pontosan tükröző eszköznek, hanem a valóság teremtőjeként értelmezzük (Szabó, 2016). A „társadalmi – politikai tények” nem maguktól értetődőek, így a társadalmi problémák meghatározása, illetve a megoldási javaslatok diskurzusok révén alakulnak ki és a leginkább elfogadott, domináns álláspontok révén jön létre a diskurzuskoalíció, amit közjöként is értelmezhetünk (Szabó, 2016). Az értelmezés és a jelentés áll a középpontban, a közös nyilvános értelemadás, melynek logikus következménye a kulcsfogalmak diskurzusba való bevonása és a kisajátításukért való küzdelem (Kiss, 2019). A diskurzuselmzés két alapvető megközelítést különböztethetjük meg egymástól, melyek közül az első, az etnometodológia, amely a jelentések létrehozását, szabályait és megosztását vizsgálja. A másik a Foucault-hoz (2002/1969) visszavezethető hatalomközpontú, kritikai diskurzuselmzés, ami a társadalomban fennálló diskurzusstruktúrák determináló erejét és a szubjektum felszabadítását célozzák meg (Cook, 2008). Ezt a 70-es években végbemenő társadalomtudományi fordulatot posztmodernnek nevezhetjük (Mitev & Horváth, 2015; Simon, 2016) és élénk viták kísérik. A mainstream pozitívista, kvantitatív megközelítést több kritikával illeti Szabó (2016), aki szerint az érvényességet illetően komoly kritikákat fogalmazhatunk meg mind a közvélemény, mind a napirendkutatás esetében. Az egyes napirendi témákban nem biztos, hogy mindenki határozott véleménnyel rendelkezik, tehát könnyen lehet, hogy a közvéleményt csak előállítjuk (Rudas, 2006). A kérdések érthetőségének és érvényességének problémája is felmerül (Letenyey, Hoffer & Horzsa, 2017) és a standardizált helyett a rugalmas kérdőívek szerepét hangsúlyozza. Ezen problémákra Szabó (2016) javaslata, hogy valódi párbeszédet a természetes környezetükben kell megvizsgálni ezzel növelve az érvényességet. A diskurzuselmzés alkalmazhatósága folyamatosan tudományfilozófiai vitákat gerjeszt (Gajduschek, 2013; Pál, 2013; Bretter, 2014), mivel tanulmányunk nem tudományfilozófiai ihletettséggű, ezért

nem a vitában való állásfoglalásra fókuszálunk, inkább egy kísérletet teszünk egy újszerű diszkurzív közpolitikaelemzés elvégzésére. A diskurzuselmzés alkalmas az egyes politikai események kapcsán létrejövő társadalmi tapasztalat mélyebb megértésére (Kiss, 1994). Szabó (2012) az alkalmazás előnye kapcsán kiemeli az állampolgári részvételt, a laikus tudás elemzésbe való bevonását, illetve az elfogadás folyamatának mélyebb megértését. Luhmann (2008) médiaelmélete alapján, amit a körülöttünk lévő világról, illetve társadalmunkról tudunk, azt elsősorban a tömegmédiából, másodlagos megfigyelés révén tudjuk és minden megismerés konstrukció. Az internet elterjedése a választói információfeldolgozás folyamatában is új jelenségeket generált (Markó, 2002) és a kognitív diszszonancia csökkentése iránti vágy megjelenik a szelektív hírfogyasztás erősödő jelenségében (Kiss, 2019). Emellett a felhasználói tartalmak előállítás (User Generated Content) és a nyilvánosságban folyó dialógusban való részvétel sokkal egyszerűbbé vált (Gálik, 2018). Kutatásunkban az etnometodológiai megközelítést tekintjük kiindulópontnak és közpolitikai diskurzuselmzést alkalmazunk, azon belül pedig argumentatív diskurzuselmzést, amely során az állampolgárok érveire, illetve a meggyőzési folyamatra fókuszálunk.

A diskurzuselmzés nem rendelkezik saját, domináns módszertannal, de elsősorban a kvalitatív megközelítés jellemzi (Virág, 2014; Szabó, 2016; Géring, 2017), így a netnográfiaival és a tartalomelemzéssel is jól összeegyeztethető. A kvalitatív módszer egyre nagyobb teret nyer, miközben egyszerre láthatjuk, hogy a határok elmosódnak a mennyiségi és minőségi megközelítés között (Simon, 2016; Neulinger, 2016), azonban, ahogy Sas (2016) is hangsúlyozza, a politikai szimbólumokat leginkább a kommunikáció kvalitatív elemzésével ismerhetjük meg. A netnográfiai kutatás „atyjának” Kozinetset (2006) nevezhetjük és elsősorban az ő munkássága révén vált széleskörűen elterjedté az üzleti tudományokon belül (Dörnyei & Mitev, 2010). Gyökerei az etnográfiai kultúrakutatásokban keresendők és ezek szemléletmódját ülteti át a fogyasztói közösségek vizsgálatára. Leggyakrabban web 2.0-ás felületek elemzésére épül (pl. blogok, fórumok, azonnali üzenetküldők, közösségi oldalak, játékelületek), amely során a fogyasztói kommentek vizsgálata segítségével szereznek ismereteket a kutatók. A netnográfiai elemzés eredményeinek interpretálása során találhatunk olyan hazai kutatásokat, melyek fogyasztói szerepeket (Dörnyei & Mitev, 2010), vagy érvelési és meggyőzési technikákat azonosítanak (Csordás & Markos-Kujbus, 2018), illetve az információáramlásra és az információfeldolgozásra fókuszálnak (Csordás & Nyirő, 2012). A módszer előnye között megemlítenő a gyorsaság és az olcsóság, de kutatásom szempontjából az időbeliség a legfontosabb, mert a kormányzati intézkedések bejelentése utáni első – a média és az ellenfelek keretezési tevékenysége előtti – reakciók vizsgálatát teszi lehetővé. Így lehetőségünk nyílik arra, hogy olyan kommenteket tegyünk a vizsgálat tárgyává, melyekben az ítéletalkotáson túl megjelenik a választó értelmezése is, mivel a hozzászólók között kialakuló vita rákényszeríti a résztvevőket az érvelésre.

A netnográfia alkalmazásakor a kutató elsődleges technikája a tartalomelemzés, amely révén a fogyasztók által generált tartalmakat vizsgálja meg. A tartalomelemzés szisztematikus, tudatos elemző eljárást jelent (Heidi, 2008) és magában hordozza a mennyiségi (*Mit?*) és a minőségi (*Miért?*) megközelítés jellemzőit. Géring (2017) inkább kvantitatív elemzési technikának tartja, melyet az adatgyűjtés előtt rögzített kódrendszerre lehet építeni (Benaquisto, 2008), amely révén gyakoriságok számítása és egyéb statisztikai eljárások is elvégezhetők (Heidi, 2008) (2. táblázat).

- kevés ismerőssel rendelkezik (50 alatt), így kiszűrhetők a frissen erre a célra létrehozott profilok,
- a Facebook profil létrehozásának dátuma,
- Google képkereső segítségével a profil arccal ellátott fotóinak ellenőrzése, hogy megtalálható-e a kép más oldalon, más neve alatt.

Jelentős módszertani kérdés még, hogy a heurisztikákat kísérleteken kívül – ami a domináns módszertan a viselkedés-gazdaságtanban belül (Golovics, 2015) – más eszközökkel hogyan lehet azonosítani, illetve kvalitatív mód-

2. táblázat

Módszertani áttekintés

	Diskurzuselemzés	Netnográfia	Tartalomelemzés
Leírása	Tudományfilozófia és módszertani irányelvek	Kutatási módszer	Kutatási módszer
Megközelítés	Inkább kvalitatív	Inkább kvalitatív	Inkább kvantitatív
Tárgya	Politikai szereplők, társadalmi intézmények, közpolitika és napirendi ügyek	Online közösségek és kultúra	Szituációs-specifikus
Jellemző forrásai	Szituációs-specifikus	Online felhasználók által készített tartalom	Szöveg, kép, videó, hang
Jellemző diszciplína	Társadalomtudományok	Üzleti tudományok (kiemelten: online marketing)	Társadalomtudományok

Forrás: saját szerkesztés

Az elemzés forrásai a *Magyarország Kormánya* Facebook oldalán közzétett gazdaságpolitikai témájú posztok közül tíz bejegyzés és Orbán Viktor miniszterelnök 2020. április 6-i *Gazdaságvédelmi akciótervének* videóformátumban történő bejelentése (online melléklet: 1. táblázat). A posztok közül azok kerültek be az elemzésbe, melyeket a bejelentés hetén publikáltak és gazdasági vonatkozással rendelkeznek. Az időbeliség ebben az esetben is fontos szempont, mivel a közhangulat egyes aspektusait képesek vagyunk általa megragadni. Minden poszt esetében az első 300 kommentet vettük vizsgálat alá, tehát összesen 3300 bejegyzést, ami 1861 külön személytől származik, akiknek 45%-a férfi, 55%-a nő. A posztonkénti 300 hozzászólás elemzését szükségessé tette a nagy elemszámra (1000 fő felett) való törekvés az alanyok és a heurisztikák tekintetében (egy személy többször is hozzászólhat és nem tartalmaz minden hozzászólás heurisztikát). A hozzászólások rögzítését, a kategorizálást és a kódolási folyamatot, majd a gyakoriságok számítását Microsoft Excel segítségével végeztük el. A *hamis profilok* – valódi személyazonossággal nem rendelkező közösségi-média-profilok – kérdése a netnográfiai vizsgálatok során gyakran fontos lehet, azonban a politika világában szerepük felértékelődik, mivel szervezett politikaimarketing-eszközként jelennek meg a politikai erők kezében. Fontos elkülönítenünk őket a trolloktól (Maticsek, Neulinger & Gáti, 2019), akik számunkra hasznos tevékenységet fejtenek ki provokáló tevékenységükkel, mivel belobbantják a valóságértelmezési harcot. Az adattisztítás során négy kritérium segítségével szűrtük a hamis profilokat, ami alapján a gyanúsá váló kommenteket kivettük az elemzésből:

- gyakori hozzászóló és mindig ugyanazt vagy hasonló kommenteket ír,

szerek révén mennyire vizsgálhatók. A szakirodalomban található kvalitatív eszközök használatára, illetve netnográfiai kutatásra is, mint például Bae és Koo (2018) tanulmánya, akik az Airbnb esetében online értékelések segítségével azonosítottak információfeldolgozási folyamatokat és kognitív torzításokat. A vegyes módszertanunk alkalmas lehet heurisztikák feltárására, azonban az elemzés előtt szükséges egyes kritériumok felállítása, melyek „mankóként” szolgálhatnak a vizsgálat során. Gigerenzer (2004) megközelítését felhasználva az alábbi feltételek teljesülése esetén nevezünk heurisztikának egyes gondolatokat:

- Tartalmaz egy *egyszerűsítő szabályt*, amelyet az értékelés elsősorú forrásaként jelöl meg a kommentelő, és érvelését erre építi. Gyakori ilyen egyszerűsítő szabály például, hogy a vállalkozások támogatásának oka a munkahelyvédelem és -teremtés szándéka, ami a munkaalapú társadalom létrejöttét segíti elő, elmentésben a segélyezéssel vagy a feltétel nélküli alapjövedelem megoldásaival. Tehát a probléma (újra) értelmezése segítségével vonja le következtetését az egyén (framing).
- Egyes visszatérő *vitaszituációkban* jellemző a heurisztika használata. Az előző példánál maradva, amikor felmerül a kommentekben a munkanélküli segély mértékének és időtartamának növelése, vagy a feltétel nélküli alapjövedelem gondolata, akkor létrejön egy gyakran visszatérő vitaszituáció, ami előhívja és „bekapcsolja” az egyszerűsítő szabály alkalmazását (jelenlegi példában framing).
- Az egyén gyakran visszatérő, a kommentelők között széleskörben megjelenő *tudásra, tapasztalatra* építi

véleményét. A munkaalapú társadalom koncepciója a rendszerváltozás után a 2010-es évek derekáig megtapasztalt magas munkanélküliségre és ennek választói észlelésére épít elsősorban.

- Negyedik szempontként a *gyakoriságot* kell megemlítenünk, amely értelmében választói heurisztikának csak azokat a kognitív információfeldolgozó rövidutakat nevezzük, melyek gyakorta visszatérnek a kommentekben (minimum 50 kommentben azonosítható).

A következő fejezetben e négy kritérium alapján azonosított választói heurisztikákat mutatjuk be, majd megvizsgáljuk szerepüket a valóságértelmezés és az ítéletalkotás folyamatában.

### Eredmények: azonosított választói heurisztikák

3300 hozzászólásból 1576-ban, tehát a kommentek körülbelül felében (47,85%), fedezhetjük fel valamilyen heurisztika vagy kognitív torzítás használatát. Egy hozzászólásban több heurisztikát is felfedezhetünk, de jellemzően egyre épült a kinyilvánított vélemény, így 1660 heurisztikát azonosíthatunk a kommentekben, melyekben az érzelmi heurisztika tudott a „legkönnyebben házasodni” más kognitív torzításokkal.

A szakirodalomra alapozva összesen öt különböző kategóriába (érzelmi, előhívási, keretezési, helyettesítési, megerősítő) sorolhatjuk az azonosított heurisztikákat és a következőkben külön-külön ismertetjük őket (4. táblázat).

Az *érzelmi megnyilvánulásokat* 777 kommentben egyértelműen megfigyelhettük, így a leggyakoribb ítéletalkotást segítő kognitív reakciónak tekinthető. Ez persze nem azt jelenti, hogy az érzelmek a többi hozzászólás esetében ne játszhattak volna szerepet az ítéletalkotás során, csupán azt, hogy ezeknél az érzelmi reakció és a hozzájuk kapcsolódó ítélet egyértelműen azonosítható. Az érzelmi töltet meghatározása a komment stílusa (pl. káromkodás, nagy betűk használata, írásjelek, személyeskedés), a megfogalmazott érzelmek (pl. félelem, irigység, gyűlölet), vagy a látványosan kinyilvánított pártlojalitás révén történt. Kiemelendő, hogy azon felhasználók, akik közösségimédia-posztokhoz szívesebben hozzászólnak, általában nagyobb érintettséggel, erősebb érzelmi töltettel és gyakran panasszal rendelkeznek (Csordás & Markos-Kujbus, 2018). Az érzelmi érintettséget kiválthatják a politikai napirendi témák, a pártpreferencia, a személyes értékek, vagy az egyén társadalmi-gazdasági érintettsége is a szakpolitikával kapcsolatban. Az érzelmek szerepe a döntéshozatalban leginkább a pártidentifikációs modell, illetve a viselkedés-gazdaságtan megközelítése segítségével értelmezhető. A személyeskedő indulatok mellett, melyek természetesen megjelentek a kommentekben, a düh,

3. táblázat

A kódolás folyamata

Címkék/	Tartalmaz-e heurisztikát?	Melyiket tartalmazza?	Gyakoriság	Mélyebb értelmezés
Tudod én nem azt várom, hogy a sültgalamb a számba repüljön, hanem teszek a boldogulásomért.	Igen	Keretezés és előfeszítés	10,6% (176 db)	Megjelenik a munkaalapú társadalom értelmezési keret használata.
2000 milliárdot adott az Európai Unió. Az merre van?	Igen	Előhívási heurisztika	26,2% (435 db)	Másik témára kívánja terelni a figyelmet, másik témát tart fontosnak.
„X nagyon primitív. Nem csodálom, hogy kirúgtak.	Nem			Személyeskedés másik kommentelővel.
Helyes Orbán úr!	Nem			Támogatás kifejezése.

Forrás: saját szerkesztés

A tartalomelemzés során a kódolási folyamatot három körös iterációs eljárás segítségével végeztük el (a folyamatot a 3. táblázatban illusztráljuk):

- „*tisztítás*”: először a potenciálisan heurisztikákat tartalmazó kommenteket szűrtük ki a Gigerenzer (2004) nyomán felállított négyes kritériumrendszernek megfelelően (*Mely kommentek tartalmaznak heurisztikákat?*),
- „*kategorizálás*”: második körben az ismertett szakirodalom alapján kategorizáltuk a heurisztikákat (*Milyen heurisztikákat tartalmaznak?*),
- „*kvantifikáció*”: harmadik körben az egyes kategóriákba tartozó elemek gyakoriságát vizsgáltuk meg (*Hány elem tartozik az egyes kategóriákba?*).

a járvány következményeitől való félelem és az irigység is feltűnt az olyan célzott támogatások esetében, mint az egészségügyi dolgozók juttatása, a 13. havi nyugdíj, vagy az egyes kiemelt iparágakról való gondoskodás.

Az *előhívási heurisztika* a második leggyakrabban megfigyelhető kognitív reakció volt a kommentekben, melynek segítségével az egyének a napirendi témák egyes részleteire – kvázi altémáira – irányítják a figyelmet és a teljes csomagot ez alapján ítélik meg. Az ítéletalkotás mellett gyakran kognitív disszonanciacsökkentő szerepet is betölthetnek, így a választók „éjjeliőr” módjára olyan témákat emelnek be a politikai diskurzusba, vagy olyan részleteit hangsúlyozzák a programnak, melyek megerősítik a kormányhoz való viszonyulásukat, és alátámasztják meggyőződéseiket. A mintában leggyakrabban és leg-

4. táblázat

Azonosított választói heurisztikák a Gazdaságvédelmi akcióterv megítélésével kapcsolatban

	Érzelmi heurisztika	Előhívási heurisztika	Keretezés és előfeszítés	Megerősítő heurisztikák	Helyettesítési heurisztika	Disszonancia csökkentő mantra
<b>Heurisztika leírása</b>	A politikával, pártokkal napirendi témákkal kapcsolatos érzelmek alapvetően meghatározzák az ítéletet.	Az egyén a napirendi téma egyes aspektusaira vagy más, kapcsolódó issue-ra irányítja a figyelmet, hogy fontosságát hangsúlyozza az ítéletalkotás során.	A probléma megfogalmazása alapvetően befolyásolja az ítéletalkotást. Az egyének az egyes kereteket megtanulják és új témák esetén is alkalmazzák (munkalapú társadalom).	Olyan információkat keres az egyén, melyek előítéleteit, meggyőződéseit, értékeit alátámasztják.	Az egyén a komplex kérdés helyett (pl. adópolitika), inkább egy egyszerűbbre válaszol (pl. politikai rendszer iránti bizalom).	A politikai diskurzusban visszatérően megjelenő érvek és kognitív reakciók, melyek témától és szituációtól függetlenül használhatnak a választók.
<b>Azonosítási szempontok</b>	Kifejezett érzelmek, agresszív stílus, káromkodás, emoji használata.	Témához kapcsolódó új ügy felidézése.	Átértelmezés, új kontextus, új narráció teremtése.	Attitűdöt, meggyőződést megerősítő reakció.	Az eredeti kérdés helyett, egy másikra való reakció.	Visszatérő valóságkonstruáló technika.
<b>Gyakorisága a heurisztikák között</b>	46,8% (777 db)	26,2% (435 db)	10,6% (176 db)	6,1% (102 db)	3,1% (52 db)	7,1% (118 db)
<b>Jellemző kommentek</b>	„Gyerekek! Család! Le vagyunk szarva. Rohadt köcsög.”;  „Ha felelőtlenül elkezdik szórni a pénzt, akkor MINDENKI bajba kerül. Ön is, a családok is, a nyugdíjasok is.”	„nyugdíj és a családipótlék hol marad?? Kb 15 éve ugyan anyi”;  „2000 milliárdot adott az európai unió. az merre van?”	„Tudod én nem azt várom, hogy a sültgalamb a számba repüljön hanem teszek a boldogulásomért!”;  „Addig is pénzt kell adni az embereknek mire újra kezdődik minden az hónapok addig nagyon kell a fizetés az embereknek!”	„Ezt pofázom már mióta. Csak erre menne ki az egész vírusbalhé. Az embereket nincstelenné tenni, aztán rájuk akasztani megint hitelt dollár milliárdokért. Ébresztő emberek! Nem kell hitel, nem kell EU. Magyarság képes ellátni önmagát.”;  „Minden agymosott betegnek jobbulást kívánok”	„Már megint csak a lopás meg a lopás! Köszönjük a támogatókat!”; „A másik meg nem vagyok Fidesz párti egy percig sem de most a vírus alatt szerintem meg tesznek amit lehet! Az hogy lopni fognak az sajnos biztos! De legalább legyen a népnek is valami adva!”	„2008-ban az alkalmatlan elődje nemhogy nem tudta kezelni a helyzetet, de megszorításokkal sarcolt és pofátlan módon akkor tette zsebre a legtöbbet, amikor nyomorgott a többség.”;  „Jajji, szegény liberálisok! Most jön a van sapka, nincs sapka szitu.”

Forrás: saját szerkesztés

megosztóbban az Európai Unió által biztosított támogatás, a családi pótlék mértéke, a 13. havi nyugdíj és az egyes iparági támogatások igazságossága merült fel, melyek közül az első kettőt érdemes közelebbről is megvizsgálunk. Az európai uniós támogatás kérdése a *post truth* világnak és az álhírek terjedésének (Krekó, 2018) egy kitűnő példája, mivel a hozzászólók egyszerre kérték számon a kormányon, illetve egyszerre minősítették álhírnek a létezését pártpreferenciától függően. Ironikus, hogy ebben az esetben mindkét tábornak lehetett egy „kicsit igaza”, mivel az EU valóban átcsoportosított forrásokat, és lazított a szabályozásokon azok felhasználását illetően, azonban nem beszélhetünk plusz támogatásról. Érdemes kiemelni, hogy a hozzászólók a családi pótlék emelésének igényét gyakran megfogalmazták és a családok támogatását is hiányolták a válság alatt. Ez a kormány pozicionálása szem-

pontjából különösen fontos, és egy elhúzódó válság esetén veszélyessé is válhat, mivel megkérdőjeleződne a kommunikáció és a szakpolitika egyik alapvető pillérének hitelessége. A hozzászólók a családok támogatása alatt a családi pótlékon túl nagyon gyakran az álláskeresői segítyt és akár a feltétel nélküli alapjövédelmet is ide értették. Összegezve az előhívási heurisztika középpontjában az egyes napirendi témák fontosságának hangsúlyozása áll.

A *keretezés* (framing) és az *előfeszítés* (priming) jelenségét érdemes egy kategóriába sorolnunk és egyszerre elemeznünk a politikai nyelv természetéből adódóan. A pártok, politikusok küzdenek a politikai helyzet értelmezésért (Körösényi, 2019), melynek különösen nagy jelentősége van a *Gazdaságvédelmi akcióterv* esetében, mert az a politikai erő, aki jobb narratívát épít fel, a válság gazdasági következményeit is képes lesz jobban „becsomagolni” a



választópolgárok számára. A hozzászólásokban egyértelműen azonosíthatunk egy értékkonfliktust, amely elsősorban a szolidaritás értéke és a Fidesz által képviselt munkaalapú társadalom eszméje között feszül. Ez jól láthatóan visszaköszön a megszólalásokban is, és a kormánypárti kommentelők gyakran használják érvelésük során, akár a kognitív disszonancia csökkentése (Festinger, 2000) érdekében is. A szolidaritás értéke nagyon gyakran együtt jár a feltétel nélküli alapjövedelem gondolatának támogatásával. Az előfeszítés jelensége azért kiemelendő számunkra, mert a netnográfia segítségével látványosan megmutatkozik, hogy egy politikai erő konzekvensen felépített politikai nyelve, amit a választók megtanulnak, elsajátítanak és értékeivel azonosulnak, komoly stratégiai előnyt jelenthet. Már az első reakciókban, az első vitákban megjelenik a munkaalapú társadalom értéke mint fő érv a kormánypárti kommentelők között, tehát a tudatosan felépített politikai nyelv lehetővé teszi, hogy a saját szavazótábor egyből, kevés magyarázattal vagy magyarázat nélkül is megértse a politikai intézkedések okát.

A megerősítő heurisztikák a politikai diskurzusban a lojalitás megőrzése szempontjából kiemelt figyelmet érdemelnek, mivel a választó találkozik olyan információkkal, melyek a meggyőződésével ellentétesek, és ez disszonanciát okoz a gondolatai, érzelmi között. Ezt a kényelmetlen állapotot minél gyorsabban és minél egyszerűbben fel szeretné oldani az egyén így olyan információkat keres, olyan magyarázatokat gyárt, melyek segítenek neki ebben. A megerősítő heurisztikák a kormánypárti és ellenzéki kommentelők esetében is látványosan megmutatkoztak, és szinte teljesen megegyező szófordulatokat is használtak a disszonancia csökkentése érdekében. Megfigyelhető, hogy gyakran a diskurzust lezáró, a párbeszédéből való kilépést előkészítő szituációkban használatosak, és képesek megmagyarázni az egyén számára azt, hogy a vitapartnernek miért nincs igaza, miért látja rosszul a helyzetet. A heurisztikák kategorizálására nincs általánosan elfogadott elmélet (Esse, 2012), azonban egyes torzításokat a megerősítési heurisztika kategóriájába be tudunk sorolni, így kísérletet teszünk az egyes alfajtainak azonosítására és rendszerezésére a netnográfia, illetve a szakirodalom alapján:

- *A naiv realizmus* értelmében a választók úgy gondolják, hogy ők ismerik a valódi igazságot, míg mások nem, mert irracionálisak, elfogultak és tájékozatlanok (Ross & Ward, 1996). Pl. „*A narancs kód elborította agyadat! Na, az enyémet egyik sem!*”
- *A harmadik fél hatása*: a kommentelők a vitákban gyakran kifejtik, hogy azért nincs igaza a másik félnek, mert a médiumok révén „agymosottá” vált, így nem látja racionálisan az objektív valóságot (Davidson, 1983). Pl. „*...magának kéne tájékozódni, nemcsak a ballibbant hazugságot szajkózni. Nincsenek Uniós milliárdok, csak a ballibbantak meséiben...*”
- *Belief Bias*: nem az érvek erőssége alapján alkot ítéletet az egyén, hanem a következtetés vonzósága, meggyőződéseihez való illeszkedése alapján. Ez azt is jelenti, hogy két adat közül azt találja fontosabbnak és megbízhatóbbnak, amelyik előzetes várakozá-

sait alátámasztja (Evans & Curtis-Holmes, 2005). Pl. „*Azt hiszem itt nem nekem kell tájékozódnom! Most kiszállok ebből a Fidesz cunamiból elég volt az elvakultságból! A béke és Orbán legyen Önökkel! Ha pár hónap múlva még élek, állok rendelkezésükre a számok tükrében elemzett valósággal!*”

- *Hamis konszenzus*: az egyén saját álláspontja népszerűségét hajlamos túlbecsülni, így azt gondolhatja, hogy többségben van (Kahneman, 2013). Ez a heurisztika harmonizál Noelle-Neumann (1974/2007) hallgatási spirál elméletével, mely szerint mindig létezik egy véleményklíma. Akinek az álláspontja megegyezik az általa észlelt domináns állásponttal sokkal inkább hajlandó hangosan kifejezni véleményét, mint aki kisebbségben érzi magát. Pl. „*Rengeg dologban hazudoznak! Ha az emberek ki mernének állni a nyilvánosság elé lenne meglepetés! Csak hát féltik a munkahelyüket, ami érthető!*”

Ezeket a megerősítési heurisztikákat a vitákban, az érvelés során egymásra reflektálva használják a kommentelők, ezért lehet szerepük a bizonytalanok ítéletalkotásában is, azonban a hozzászólásokban inkább kognitív disszonanciacsökkentő szerepet töltenek be, akárcsak az általam kognitív disszonanciacsökkentő mantrának elnevezett hatodik kategória is.

Ahogy már említettük a választók kognitív korlátaik miatt nem képesek minden információt feldolgozni, minden napirendi témában és szakpolitikai kérdésben álláspontot kialakítani és költség-haszon kalkulust végezni. A *helyettesítési heurisztika* egy látványos példa, mellyel az egyén az összetett, komplex kérdéseket leegyszerűsíti, majd ítéletet alkot. A helyettesítési heurisztika jelenlétét elsősorban két fajta komment esetében láthattuk. Az egyik, ahol az egyén a politikai rendszer, a kormány és a politikai pártok iránti bizalom alapján ítéli meg a Gazdaságvédelmi akciótervet. Ez a választók (megbízók) várakozásait jelenti azzal kapcsolatban, hogy a kormány (ügynök) az érdeküknek megfelelően fog cselekedni és nem él vissza az állampolgárok sebezhetőségével (Szabó, 2004), aminek oka elsősorban az információs aszimmetria (Szántó, 2009). Bakonyi (2011) szerint ebben a tekintetben nem állunk fényesen, mivel a rendszerbizalom (confidence) komoly sérüléseket szenvedett Magyarországon a rendszerváltás óta, ami az állampolgárok közügyektől való elfordulásához vezetett. A másik típus, amikor az egyén a kormány észlelt kompetenciája szerint dönt, vagyis kormány jó szándékát nem vonja kétségbe, de a képességeit igen. Tehát a komplex szakpolitikai probléma helyett a leggyakrabban két egyszerű kérdésre válaszolnak a hozzászólók, még pedig arra, hogy megbíznak-e a kormányban, hogy érdekeiknek megfelelően fog cselekedni, illetve, hogy rendelkeznek-e a megfelelő kompetenciával, hogy leküzdjék a válságot.

Létrehoztunk egy hatodik kategóriát is, melynek az elemei nem nevezhetők heurisztikának, ezért érdemes külön kezelni őket az alábbi szempontok miatt:

- nem egyeznek meg a szakirodalomban idáig azonosított heurisztikákkal,

- nem az ítéletalkotást segítő információfeldolgozási szabályok, csupán az egyén értékeit és hiedelmeit megerősítő gyakran visszatérő kognitív reakciók és érvek,
- a magyar politikai kultúra termékei, univerzális információfeldolgozási folyamatoknak.

A *kognitív disszonanciacsökkentő mantrák* abban különböznek, hogy nem heurisztikák, tehát nem egy komplex döntési probléma egyszerűsítései, nem az információ feldolgozásának módozatai, hanem olyan kognitív reakciók, melyek elsődleges célja a disszonanciacsökkentés. Olyan politikai mondások, szimbólumok, melyek a politikai helyzetek többségben használhatók és megerősítik a pártpreferenciát. Mivel a kritika és a panasz természetesen leggyakrabban az ellenzéktől érkezik, így elsősorban a kormánypárti szimpatizánsokra jellemző megoldásokkal találkozhatunk:

- *„Bezzeg a baloldal!”* – elsősorban a Gyurcsány-kormány válságkezelő gazdaságpolitikájával való összehasonlítást jelent, de megjelenhet benne az ellenzéki pártok járvány alatti viselkedésének kritizálása is. Pl. *„Írj ide nem sok, három segítséget 2008- ból amikor legalább ekkora szarba kerültek sokan. Egyre én is emlékszem, „Nem kell félni nem fog fájni”.*
- *„Van sapka, nincs sapka”* – gyakran használt mondás a kormánypárti hozzászólók között, arra utal, hogy az ellenzéki szimpatizánsok mindenben keresik a hibát és semmi sem jó nekik. Pl. *„mindenért az Orbán a hibás bizonyos emberéknél. A pozitív hírekben a negatívumot keresik. Azt mondta visszaépítjük a 13. Havi nyugdíjat. Visszaépítik!!! Amit a bal oldal vett el anno...”*
- A *„Bezzeg külföldön!”* mantra inkább az ellenzéki kommentelők körében jellemző, olyan más országokban tapasztalható példák kiemelését jelenti, ami demonstrálja, hogy a kormánypártok miért kezelik rosszul válságot. Pl. *„Ausztriában mar meg is érkezett kint elo ismeroseim szamlajara az elso „fizetes” potlas vagy segely ahogy akarod ugy nevezed. Online igenyles utan masnap kaptak penzt!!! Es amig tart a helyzet havonta szamithatnak ugyanarra a penzre. Ezáltal megnyugodtak. A nehez helyzetben nem erzik, hogy magukra hagytak oket.”*
- Fontosnak tartom még kiemelni a *„hamis dilemmának”* nevezett jelenséget, amely egy érveléstechnika és arra utal, hogy egy problémának csak kétféle megoldása lehet, az egyén által preferált politikai párt vagy az ellenfél megoldása, de harmadik út nem létezhet. Ebből következik, hogy aki kritizálja az egyén preferált pártjának megoldását, az automatikusan az ellenfél pártnak kell, hogy a szimpatizánsa legyen. Egyszerűben megfogalmazva, aki nincs velünk, az ellenünk van. Pl. *„Asszonyom nem érti vagy nem akarja érteni, hogy létezik olyan ember, aki nem komcsi meg is kritizálja a kormányt?”*

Megerősítő heurisztikákat mindkét párt hívei használnak, azonban a disszonanciacsökkentő mantrák inkább a kor-

mánypártok szimpatizánsainak hozzászólásai között jellemzőek. Ennek oka egyfelől, hogy mindig – különösen egy válsághelyzetben – a kormány teljesítménye kerül a figyelem középpontjába, emellett pedig a Fidesz kommunikációjában gyakran feltűnnek a lojálisoknak szóló mantarák, melyek segítenek a kritikákra egyből választ találni.

## Következtetések és javaslatok

Az empirikus kutatás során öt heurisztikát azonosítottunk és ezen felül a kognitív disszonanciát csökkentő információfeldolgozási technikákat is. A politikai napirend befolyásolása minden heurisztika esetében kiemelten fontos, mivel a kognitív rövidút használatának feltételeit teremtik meg, így a politikaimarketing-tevékenység egyik stratégiai területének, fókuszpontjának kell lennie. Az eredmények leginkább a politikai marketing stratégiaalkotási folyamatához, politikai termékek tervezéséhez, illetve szakpolitikai intézkedések elfogadtatásához használhatóak. A politikai erők egyik legfontosabb stratégiai eszköze az általuk használt nyelv, az általuk felépített szókapcsolatok, melyek azon túl, hogy megjegyezhetőek és pozicionálásra alkalmasak, edukációs funkcióval is rendelkeznek. Ami azt jelenti, hogy új napirendi témák esetén a párt támogatói felismerik a mintákat, az asszociációs lehetőségeket és megpróbálják maguktól alkalmazni az új politikai szituációban. Ebből következik, hogy a nyelvi keretezés konzekvens használata megeremti az előfeszítést, ami segít a politikai diskurzus uralásában. Ezt a jelenséget láthattuk a munkaalapú társadalom és a segély kérdésének választói vitáiban is.

Az empirikus kutatás leginkább figyelemre méltó eredménye, hogy a választói heurisztikák szerepe nemcsak az egyén ítéletalkotása szempontjából fontos, hanem az ítélet alátámasztása miatt is, mivel szinte minden heurisztika esetében beszélhetünk *kognitív disszonanciát csökkentő szerepről*. Például az egyén pártpreferenciája és meggyőződése megerősítéséhez napirendi témákat, illetve információkat keres (előhívási és megerősítési heurisztika), a problémát eszerint fogalmazza meg (framing) és inkább válaszol arra a kérdésre, hogy kit tart kompetensnek, mint hogy egy összetett gazdaságpolitikai javaslatot megértsen (helyettesítési heurisztika). Ezzel függ össze, hogy bár a közbeszédben a politikai mantrákat és lözungokat gyakran „haszontalannak” tartják, mégis szerepük a párt iránti lojalitás erősítése szempontjából kiemelten fontos.

Kutatási korlátként meg kell említenünk, hogy az online tartalmak elemzése során a szándékokat nem lehet teljes biztossággal azonosítani és a szöveg értelmezése is bizonytalan lehet egyes hozzászólások esetében. Emellett kiemelendő, hogy az attitűd intenzitását, a viszonyulás és a vélemény stabilitását, illetve állandóságát nem lehet megítélni. A kutatás feltáró jelleggel jól alkalmazható és „valóságközelisége” miatt értékes insightokhoz juthatunk. A választók az egymással folytatott online és offline diskurzusaik révén hatnak egymásra és a politikai napirendre. E technikák új szavazók megnyerésére valószínűleg kevésbé alkalmasak, azonban a hűséges választókat „felfegyverzi” egy olyan érvkészlettel, amellyel a saját kognitív

disszonanciájukat képesek csökkenteni, ha ellentétes álláspontokkal, információkkal találkoznak, illetve képesek lesznek érveket használni a legkülönbébb politikai szituációkban is. Ezért az olyan mondanások, mint a „*Bezzeg a baloldal*”, ami elsősorban a Gyurcsány-kormányral való összehasonlításra épít, vagy a „*Van sapka, nincs sapka*” érv, ami az ellenzék folyamatos kritikáit jeleníti meg ironikusan, a lojalitás megőrzését jól támogatják. Azt mondhatjuk, hogy a disszonanciacsökkentő választói reakciók terjednek és a választók „megtanulhatják” egymástól az egyes technikákat, ami a bizonytalan szavazók esetében kevésbé fontos, de a meglévő szavazói bázis megőrzésében kiemelkedő jelentőségű.

## Összegzés

John Stuart Mill (1859) megállapítása szerint az uralkodó vélemény ritkán képviseli a teljes igazságot, de az emberi gondolkodást és magatartást alapvetően befolyásolja. A diskurzuselemzés során az érdeklődésünk elsősorban a választók valóságkonstrukciós eljárásaira fókuszált, ami a nyelven keresztül történik. A nyelv révén uralhatóvá válik a kultúra, ami a (politikai) preferenciák formálásának hosszú távú eszköze, ezért szerepe nehezen túlbecsülhető. Ezt az egyes politikai oldalak időről – időre felismerik és igyekeznek hosszú távú stratégiát kidolgozni e területeken. Erről szól Gramsci hegemonia elmélete, illetve Foucault nyelvi hatalom koncepciója, de ezt a programadó álláspontot képviseli az Egyesült Államokban a progresszív demokrata gondolkodó Lakoff (2006) és a hazai konzervatív történetész Békés (2020) is. A nyelvpolitika és a politikai marketing fogalma elválaszthatatlan egymástól, mégis kevés tanulmány foglalkozik a kapcsolattal.

A diskurzus uralásáért folyó csata tétje, hogy a választók sikeresnek tartják-e majd a kormány járvány- és válságkezelését. Az a politikai erő nyeri meg a csatát, aki a nyilvánosságban saját érdekei szerint képes definiálni a sikeresség legfontosabb kritériumát (pl. munkahelyteremtés vagy államadósság, oltások száma vagy halottak száma stb.) és képes ezt a szempontot igazságként elfogadtatni minél több választóval, így megteremtve a diskurzusközpontot. A választói heurisztikákra való fókuszálás a viselkedés-gazdaságtan szemléletmódjára támaszkodva újszerű megközelítésnek mondható és a magyar szakirodalomban kimondottan hiányterületnek nevezhető. Így a kutatásban már önmagában értékkel bír e heurisztikák azonosítása a magyar politikai kultúrában egy olyan politikai napirendi téma esetében, amely a 2020-as és a 2021-es év kiemelt ügye lehet és az elmúlt évtized kiemelkedő jelentőségű gazdaságpolitikai intézkedéscsomagja.

A tanulmány végén fontos, hogy pár gondolatot szenteljünk a választói heurisztikák szerepének a politikai kultúra és a politikai diskurzus „minősége” szempontjából is. Kiemelendő, hogy ezekre a kognitív rövidutakra nem hibaként vagy választói „butaságként” kell tekintenünk, hanem a politika és a politikai kommunikáció természetéből adódó jelenségként, melyek segítenek a választóknak a közéletben való eligazodásban. A választók tudatosságának és politikai érdeklődésének növelése lehet egy re-

leváns társadalmi cél, azonban a heurisztikák és kognitív torzítások elleni küzdelem semmiképpen, mivel még a politikusok körében sem elvárható, hogy az egyén minden szakpolitikai kérdésben tájékozott és kompetens legyen, illetve, hogy minden napirendi témát nyomon tudjon követni.

## Felhasznált irodalom

- Bae, J., & Koo, D.-M. (2018). Lemons problem in collaborative consumption platforms: Different decision heuristics chosen by consumers with different cognitive styles. *Internet Research*, 28(3), 746-766. <https://doi.org/10.1108/intr-08-2017-0332>
- Bakonyi E. (2011). *Bízni vagy nem bízni? – A demokratikus intézmények iránti bizalom a rendszerváltás után Kelet- és Közép-Európában – és ezen belül Magyarországon* (Doktori disszertáció). Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem. [http://phd.lib.uni-corvinus.hu/619/1/Bakonyi\\_Eszter.pdf](http://phd.lib.uni-corvinus.hu/619/1/Bakonyi_Eszter.pdf)
- Benaquisto, L. (2008). Codes and Coding. In Given, L. M. (Eds.), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods, vol. 1-2*. Los Angeles: SAGE. <https://dx.doi.org/10.4135/9781412963909.n48>
- Békés M. (2020). *Kulturális hadviselés – A kulturális hatalom elmélete és gyakorlata*. Budapest: Közép- és Kelet-európai Történelem és Társadalom Kutatásért Közalapítvány.
- Boda Zs. (2013). *Legitimitás, bizalom, együttműködés – Kollektív cselekvés a politikában*. Budapest: Argumentum Kiadó.
- Bretter Z. (2014). „Őrült beszéd: de van benne rendszer” – Töredékes elemzések és megértő kritikák. Hozzászólás Szabó Márton Közpolitikai diskurzuselemzés című tanulmányához. *Politikatudományi Szemle*, 23(1), 131–145. [http://www.poltudszemle.hu/szamok/2014\\_1szam/bretter.pdf](http://www.poltudszemle.hu/szamok/2014_1szam/bretter.pdf)
- Carver, T. (2004). Diskurzuselemzés és a „nyelvi fordulat”. *Politikatudományi Szemle*, 13(4) 143–148. [http://real.mtak.hu/112522/1/2004\\_4\\_carver.pdf](http://real.mtak.hu/112522/1/2004_4_carver.pdf)
- Cook, K., E. (2008). Discourse analysis. In Given, L. M. (Eds.), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods, vol. 1-2*. Los Angeles: SAGE. <https://dx.doi.org/10.4135/9781412963909.n48>
- Csontos L. (1997). A politika tanulmányozása és a közgazdaságtan. *Közgazdasági Szemle*, 46(7), 557-668. <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00029/pdf/csontos2.pdf>
- Csordás T., & Markos-Kujbus É. (2018). Netnográfia – a pozitív és negatív online szájreklám tartalmi tulajdonságai. *Replika*, (1-2), 185–198. <https://doi.org/10.32564/106-107.11>
- Csordás T., & Nyirő N. (2012). Az információterjedés szerepe az innováció-elfogadásban. Az okostelefonok és az on-line kollektív intelligencia. *Vezetéstudomány*, 43(1) 64-73. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2012.01.06>
- Davidson, P. W. (1983). The Third-Person Effect in Communication. *The Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1-15. <https://doi.org/10.1086/268763>



- Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135-150. <https://doi.org/10.1086/257897>
- Dörnyei K., & Mitev A. (2010). Netnográfia avagy on-line karosszék-etnográfia a marketingkutatásban. *Vezetéstudomány*, 41(4), 55-68. <https://doi.org/10.14267/veztud.2010.04.06>
- Esse B. (2012). *Elméti döntések – Heurisztikus folyamatok a beszállítóválasztási döntésekben* (Doktori disszertáció). Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem. <https://doi.org/10.14267/phd.2013026>
- Evans, J. St. B. T. & Curtis-Holmes, J. (2005). Rapid responding increases belief bias: Evidence for the dual-process theory of reasoning. *Thinking & Reasoning*, 11(4), 382–389. <https://doi.org/10.1080/13546780542000005>
- Festinger, L. (2000). *A kognitív diszonzancia elmélete*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Fiorina, M. P. (1981). Economic Retrospective Voting in American National Elections: A Micro-Analysis. *American Journal of Political Science*, 22(2), 426-443. <https://doi.org/10.2307/2149903>
- Foucault, M. (2002/1969). *Archaeology of Knowledge*. London and New York: Routledge.
- Fukuyama, F. (2007). *Bizalom – A társadalmi erények és a jólét megteremtése*. Budapest: Európa Könyvkiadó.
- Gajdoschek Gy. (2013). „Diskurzus” vagy „süket duma”? – Gondolatok, megjegyzések Szabó Márton: Közpolitikai diskurzuselemzés című dolgozatához. *Politikatudományi Szemle*, 22(1), 117–127. <http://real.mtak.hu/111156/1/gajdoschek.pdf>
- Gálik M. (2018). A média átalakulása – A tömegmédiától a digitális hálózati médiáig. *Vezetéstudomány*, 49(12), 58-66. <https://doi.org/10.14267/VEZ TUD.2018.12.07>
- Géring Zs. (2017). Kevert szövegelemzési módszertan alkalmazása gazdasági és társadalmi jelenségek vizsgálatához – Online CSR-kommunikáció vizsgálata tartalomelemzéssel és diskurzuselemzéssel. *Vezetéstudomány*, 48(4), 55 – 66. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.04.08>
- Gigerenzer, G. (2004). Fast and frugal heuristics: the tools of bounded rationality. In D. Koehler & N. Harvey (Eds.), *Blackwell handbook of judgment and decision making* (pp. 62–88). Oxford, UK: Blackwell.
- Golovics J. (2015). Korlátozott racionalitás és altruizmus: behaviorizmus a közgazdaság-tudományban. *Hitelintézet Szemle*, 14(2), 158–172. <https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/6-golovics.pdf>
- Gyórfy D. (2012). Intézményi bizalom és a döntések időhorizontja. *Közgazdasági Szemle*, 59(4), 412–425. [http://epa.oszk.hu/00000/00017/00195/pdf/EPA00017\\_Kozgazdasagi\\_szemle\\_2012\\_04\\_02%20Gyorffy.pdf](http://epa.oszk.hu/00000/00017/00195/pdf/EPA00017_Kozgazdasagi_szemle_2012_04_02%20Gyorffy.pdf)
- Harkányi Á. (2018). A stratégiai szavazás arcai. *Politikatudományi Szemle*, 27(1), 115-140. [http://www.poltudszemle.hu/szamok/2018\\_1szam/harkanyi.pdf](http://www.poltudszemle.hu/szamok/2018_1szam/harkanyi.pdf)
- Hámori B. (1998). *Érzelemgazdaságtan – A közgazdasági elemzés kiterjesztése*. Budapest: Kossuth Kiadó.
- Hámori B. (2003). Kísérletek és kilátások. Daniel Kahneman. *Közgazdasági Szemle*, 50(9) 779–799. <http://epa.niif.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf>
- Heidi, J. (2008). Content analysis. In Given, L. M. (Eds.), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods, vol. 1-2*. Los Angeles: SAGE. <https://dx.doi.org/10.4135/9781412963909.n48>
- Horváth D. & Mitev A. (2015). *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv*. Budapest: Alinea Kiadó.
- Iyengar, S., & Ottati, V. (1994). A politikai pszichológia kognitív nézőpontból. In Hunyady Gy. (szerk.), *Történeti és politikai pszichológia* (pp. 326-349). Budapest: Osiris. [https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011\\_0001\\_520\\_torteneti\\_es\\_politikai\\_pszichologia/ch03s08.html](https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_torteneti_es_politikai_pszichologia/ch03s08.html)
- Iyengar S. (1996). Framing Responsibility for Political Issues. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. *The Media and Politics*, 546, 59-70. <https://doi.org/10.1177/0002716296546001006>
- Johnson, D. B. (1999). *Közösségi döntések elmélete – Bevezetés az új politikai gazdaságtanba*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Kahneman, D. (2013). *Gyors és lassú gondolkodás*. Budapest: HVG Kiadó Zrt.
- Kiss B. (1994). Michel Foucault hatalomfelfogásáról. *Politikatudományi Szemle*, 3(1) 43 – 68.
- Kiss B. (2019). *A szavakon túl*. Budapest: L’Harmattan Kiadó.
- Knobloch-Westerwick, S., Mothes, C., & Polavin, N. (2017). Confirmation Bias, Ingroup Bias, and Negativity Bias in Selective Exposure to Political Information. *Communication Research*, 47(1) 104-124. <https://doi.org/10.1177/0093650217719596>
- Kozinets, R. V. (2006). Netnography 2.0. In Belk, R. W. (2006). *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing* (pp. 129-142). Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 129–142.
- Körösényi A. (2019). *Manipuláció és demokrácia*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Krekó P. (2018). *Tömegparanoia – Az összeesküvés-elméletek és álhírek szociálpszichológiája*. Budapest: Athenaeum Kiadó.
- Lazarsfeld, P. (1944). A közvélemény és a klaszszikus hagyomány. In Angelusz R., Tardos R., & Terestyéni T. (szerk.), *Média, nyilvánosság, közvélemény* (pp. 148-163). Budapest: Gondolat Kiadó. [https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/12876/04\\_Media-nyilvanossag-kozvelemeney.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/12876/04_Media-nyilvanossag-kozvelemeney.pdf?sequence=4&isAllowed=y)



- Lakoff, G. (2008). *Ne gondoldj az elefántra!* Budapest: Napvilág Kiadó.
- Lau, R. R. & Redlawsk, D. P. (2001). Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making. *American Journal of Political Science*, 45(4), 951-971. <https://doi.org/10.2307/2669334>
- Letenyei L., Hoffer Á., & Horzsa G. (2017). Értelmezési problémák egy mai magyar politikai kérdőívhez kapcsán, rugalmas kérdőívvel – Apolitikus módszertani írás. *Vezetéstudomány*, 48(12), 3–13. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.12.01>
- Letenyei L. & Nagy G. D. (2007). Rugalmas kérdőív – A standard kérdőív kritikái és javaslat a kérdőíves adatgyűjtés terepközeli alkalmazására. *Szociológiai Szemle*, 17(1-2), 29-46. <https://szociologia.hu/dynamic/070102letenyei.pdf>
- Luhmann, N. (2008/1995). *A tömegmédiá valósága*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Marcus, G. E. (1984). The Structure of Emotional Response: 1984 Presidential Candidates. *The American Political Science Review*, 82(3), 737-761. <https://doi.org/10.2307/1962488>
- Markó R. (2002). [www.politikaimarketing.net](http://www.politikaimarketing.net). *Vezetéstudomány*, 33(2), 47–52. [http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4716/1/VT\\_2002n2p47.pdf](http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4716/1/VT_2002n2p47.pdf)
- Maticsek F., Neulinger Á., & Gáti M. (2019). Trollok jelentősége az online közösségek életében. *Jelkép*, 40(1), 34 – 52. <https://doi.org/10.20520/jel-kep.2019.1.35>
- Mattes, K., Spezio M., Kim, H., Todorov, A., Adolphs, R., & Alvarez M. R. (2010). Predicting Election Outcomes from Positive and Negative Trait Assessments of Candidate Images. *Political Psychology*, 31(1), 41–58. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2009.00745.x>
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). A tömegmédiá témakijelölő funkciója. In Angelusz R., Tardos R., Terestyéni T. (szerk.), *Média, nyilvánosság, közvélemény* (pp. 86-94). Budapest: Gondolat Kiadó. [https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/12876/02\\_Media-nyilvanossag-kozvelemeny.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/12876/02_Media-nyilvanossag-kozvelemeny.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Mill, J., S. (2020/1859). *A szabadságról*. Budapest: Helikon Kiadó.
- Mitev A. & Dörnyei K. (2015). Netnográfia. In Horváth D. & Mitev A. (szerk.), *Alternatív kutatási kézikönyv* (pp. 157-185). Budapest: Alinea Kiadó.
- Neulinger Á. (2016). Több-módszertanú és vegyes-módszertanú kutatások – Korreferátum Simon Judit „Kutatás-módszertani trendek a marketingben” című tanulmányához. *Vezetéstudomány*, 47(Különszám), 63–66. <https://doi.org/10.14267/veztud.2016.04.11>
- Noelle-Neumann, E. (1980). A hallgatáspirál elmélete. In Angelusz R., Tardos R., Terestyéni T. (szerk.), *Média, nyilvánosság, közvélemény* (pp. 174-198). Budapest: Gondolat Kiadó. [https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/12876/04\\_Media-nyilvanossag-kozvelemeny.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/12876/04_Media-nyilvanossag-kozvelemeny.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Osman, P. (1999). A kockázati törvényről – Eredmények, tennivalók. *Vezetéstudomány*, 30(2) 44–51. [http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/5076/1/VT\\_1999n2p44.pdf](http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/5076/1/VT_1999n2p44.pdf)
- Pál G. (2013). A közpolitikai diskurzuselemzés perspektívái – Hozzászólás egy vitához. *Politikatudományi Szemle*, 22(2), 117–129. [http://www.poltudszemle.hu/szamok/2013\\_2szam/pal.pdf](http://www.poltudszemle.hu/szamok/2013_2szam/pal.pdf)
- Riker, W. H. (1995). A racionális döntések elméletének politikai pszichológiája. In Hunyady Gy. (szerk.), *Történeti és politikai pszichológia* (pp. 639-657), Budapest: Osiris. [https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011\\_0001\\_520\\_torteneti\\_es\\_politikai\\_pszichologia/ch04s06.html](https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_torteneti_es_politikai_pszichologia/ch04s06.html)
- Ross, L. & Ward, A. (1996). Naive Realism: Implications for Social Conflict and Misunderstanding. In Brown, T., Reed, E. S., & Turiel, E. (Eds.), *Values and Knowledge* (pp.103-135). New York: Psychology Press.
- Rudas T. (2006). *Közvélemény-kutatás – Értelmezés és kritika*. Budapest: Corvina Kiadó.
- Sas G. (2016). Politikai kommunikáció és közösség. *Politikatudományi Szemle*, 25(1) 29–47. [http://www.poltudszemle.hu/szamok/2016\\_1szam/szabo.pdf](http://www.poltudszemle.hu/szamok/2016_1szam/szabo.pdf)
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Urwin.
- Sears, D. O. (1993). Szimbolikus politika. Társadalomlélektani elmélet. In Hunyady Gy. (szerk.), *Történeti és politikai pszichológia* (pp. 608-638). Budapest: Osiris. [https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011\\_0001\\_520\\_torteneti\\_es\\_politikai\\_pszichologia/ch04s05.html](https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_torteneti_es_politikai_pszichologia/ch04s05.html)
- Simon, H. A. (1982). *Az ésszerűség szerepe az emberi életben*. Budapest: Gondolat Kiadói Kör Kft.
- Simon J. (2016). Kutatás-módszertani trendek a marketingben. *Vezetéstudomány*, 47(Különszám), 54–62. <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/2352/1/VT-2016n4p54.pdf>
- Szabó A. (2015). A választók. In Körösenyi A. (szerk.), *A magyar politikai rendszer – negyedszázad után* (pp. 279-308). Budapest: Osiris. <https://mek.oszk.hu/16000/16042/16042.pdf>
- Szabó K. (2004). Az ezerarcú bizalom: a bizalom formáinak fejezetei. *Szociológiai Szemle*, 13(3), 128 – 144. <https://szociologia.hu/dynamic/0403szabo.pdf>
- Szabó M. (2012). Közpolitikai diskurzuselemzés. *Politikatudományi Szemle*, 21(3), 7–31. [http://www.poltudszemle.hu/szamok/2014\\_2szam/szabo.pdf](http://www.poltudszemle.hu/szamok/2014_2szam/szabo.pdf)
- Szabó M. (2016). *Diszkurzív politikatudomány – Bevezetés a politika interpretatív szemléletébe és kutatásába*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Szántó Z. (2009). Kontraszelekcio és erkölcsi kockázat a politikában. Vázlat az információs aszimmetria közgazdaságtani fogalmainak politikatudományi alkalmazhatóságáról. *Közgazdasági Szemle*, 56(6) 563–571. [http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/405/1/Kszemle\\_CIKK\\_1104.pdf](http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/405/1/Kszemle_CIKK_1104.pdf)

Torfig, J. (2004). Diskurzuselemzés és a Laclau–Mouffe-féle posztstrukturalizmus. *Politikatudományi Szemle*, 13(4), 149–153. [http://real.mtak.hu/112580/1/2004\\_4\\_torfig.pdf](http://real.mtak.hu/112580/1/2004_4_torfig.pdf)

Török G. (2005). *A politikai napirend*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1973). Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207-232. [http://doi.org/10.1016/0010-0285\(73\)90033-9](http://doi.org/10.1016/0010-0285(73)90033-9)

Virág A. (2014). Diskurzuselemzés a politika- és vezetéstudományban. *Vezetéstudomány*, 45(3), 30–38. <http://doi.org/10.14267/veztud.2014.03.03>

## Melléklet

1. táblázat

### A netnográfiai elemzés forrásai

A poszt tartalma	Dátum	Poszt szövege	Kedvelések száma	Megosztások száma	Kommentek száma
Munkahelyteremtés	2020.05. 03.	„Orbán: Annyi munkahelyet fogunk teremteni, amennyit a vírus elpusztít. Ebben kell az egység.”	7600	1000	461
Egészségügyi dolgozók támogatása	2020.05.03.	„Orbán: Idén minden egészségügyi dolgozónak 500 ezer forintos pluszjuttatást biztosítunk. Köszönet a helyállásukért!”	18000	2700	2300
Egészségügyi dolgozók támogatása	2020.05.04.	„Gulyás: A koronavírus megállításáért az egészségügyben folyó heroikus küzdelem elismerése a dolgozókénti 500 ezer forintos plusz juttatás.”	2500	108	573
Díjmentes parkolás	2020. 05.05.	„A koronavírus-járvány elleni védekezés egyik legfontosabb eszköze az emberek közötti biztonságos távolság fenntartása. Ezért hétfőtől díjmentes lesz a közterületi parkolás Magyarországon.”	7700	1300	1200
Gazdaságvédelmi akcióterv	2020. 05.05.	„Pénzügyi alap jön létre a járványvédelmi kiadásokra. A kormány magán kezdte a járvány miatti takarékoságot.”	4200	637	1100
Gazdaságvédelmi akcióterv	2020. 05.05.	„Gyuláys: A kormány intézkedései elegendőek lesznek ahhoz, hogy fedezzék a koronavírus-járvány elleni védekezéshez szükséges költségeket és a lehető leghamarabb újra lehessen indítani a gazdaságot.”	1900	97	360
Gazdaságvédelmi akcióterv	2020. 05.06.	„Itt a gazdaságvédelmi akcióterv.”	6300	1800	2100
Szabálybetartás	2020. 05.06.	„Ismételten kérjük a budapestieket, hogy szigorúbban tartsák be a magatartási szabályokat a járvány lassítása érdekében.”	3100	488	459
Gazdaságvédelmi akcióterv bejelentése (videó)	2020. 05.06.	„Gazdaságvédelmi akcióterv: itt a miniszterelnöki bejelentés.”	12000	459	3000
Gazdaságvédelmi akcióterv	2020. 05.07.	„Orbán: „Egyszerre kell megküzdenünk a járvánnyal és a gazdasági következményekkel is. Menteni az emberéletet és gondoskodni a jövőről.”	2900	143	480
Gazdaságvédelmi akcióterv	2020. 05.07	„Palkovics: Az új gazdaságvédelmi költségvetés nem növeli a kitettségünket, nem akarunk kívülről segítséget kérni. A saját problémánkat magunk akarjuk megoldani.”	2100	96	358

Forrás: saját szerkesztés