

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
BÖLCÉSZETTUDOMÁNYI KAR
Nyelvtudományi Doktori Iskola
Nyelv és Kommunikáció Doktori Program

Szávai Petra

Buborékok és visszhangkamrák a magyar nyilvánosságban
Egy hírmédia-repertoár megközelítés

DOKTORI TÉZISFÜZET

Témavezető:

Dr. habil. Szijártó Zsolt PhD

egyetemi tanár



2023

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés és a dolgozat elméleti kerete	3
2. Az empirikus kutatás módszertana.....	6
3. A hazai hírmédia egy napja: hírmédiaszövegek tartalomelemzése	11
4. A hírbuborék modell	15
5. A hírbuborék modell tájékozási csoportjainak kvalitatív vizsgálata	17
6. Összegzés	21
7. Válogatott irodalomjegyzék.....	23

1. Bevezetés és a dolgozat elméleti kerete

A doktori értekezés a szűrőbuborék-elméletből kiinduló, de a közbeszédben már más népszerű fogalmakkal – mint a visszhangkamrák és a polarizáció – összekapcsolódó buborék metaforával és a mögötte rejlő összetett kommunikációs-mediális jelenségekkel foglalkozott. Abból a népszerű feltételezésből indult ki, hogy egyes hírfogyasztók, vagy akár teljes csoportok – különböző okok miatt, mint a médiapiac eltorzult kínálata, vagy a közösségi média algoritmusai – bezáródnak nézőpontjuk és véleményeik „buborékába”, vagyis nem találkoznak a sajátjuktól eltérő szempontokkal és információkkal. Ez a feltételezés általában a közbeszédben és a tudományos diskurzusban egyaránt normatív keretben jelenik meg: ha az emberek nem jutnak hozzá a sokszínű információkhoz, akkor sérül a demokratikus nyilvánosság és nem valósulhat meg a racionális diskurzuson alapuló politikai akaratképzés.

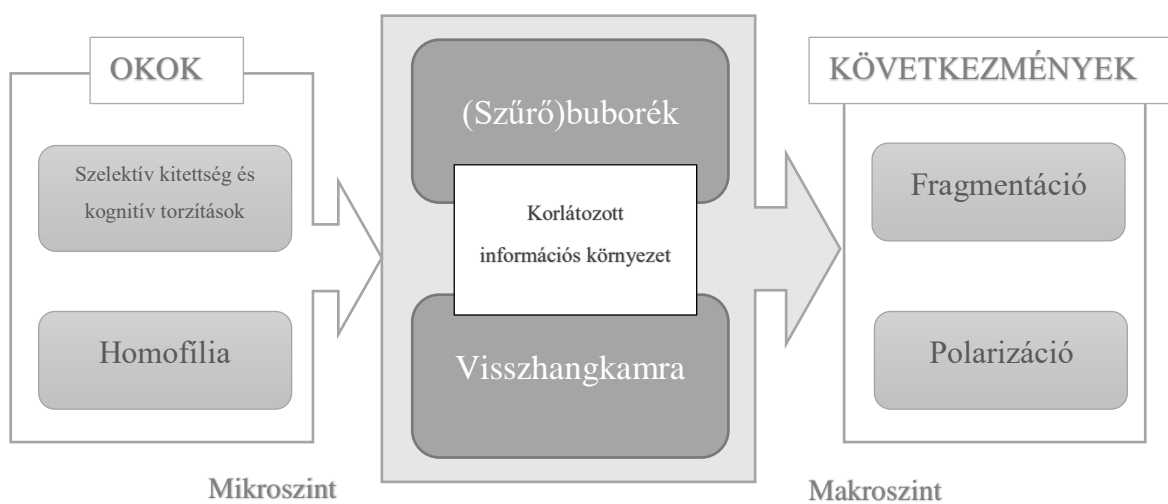
Doktori értekezésemmel a hírbuborékok empirikus vizsgálatának hazai szakirodalmához kapcsolódtam. A buborék metafora 2022-es országgyűlési választás után látványos felívelése miatt a dolgozat első része e metafora köznyelvi használatára és a szűrőbuborékok és visszhangkamrák közbeszédben is elterjedt népszerű elméleteire fókuszált: a második fejezet a buborék metafora ismertté válása és elterjedése mögött sejtethető okokat vizsgálta, hogy milyen képzetek és korábbi jelentések kapcsolódnak hozzá, minek köszönhető a népszerűsége a közbeszédben és a tudományos közösségben. A harmadik fejezetben amellet érveltem, hogy a buborék és a hozzá kapcsolódó diskurzus egy technológiai morális pánik, vagyis technopánik jegyeit hordozza. A fejezetben a buborék-pánik előzménytörténetét, a pánikban résztvevő szereplők félelmeit, motivációit és fő pánik-narratíváikat elemeztem.

A dolgozat negyedik fejezete, a szakirodalmi áttekintés összefoglalta a szűrőbuborékok (Pariser, 2011) és visszhangkamrák (Sunstein, 2001) elméleti és empirikus tanulmányozásának tradícióit, mely során először kitértem a metaforák mögött rejlő jelenség(ek) definiálására tett kísérletekre, majd a kapcsolódó társjelenségeikre, a fogalmak és a kutatás irányainak előzménytörténetére. A szűrőbuborékok és visszhangkamrák mögött sejtett okok, mint a homofília és a szelektív kitettség, valamint a nekik tulajdonított következmények, mint a fragmentáció és polarizáció kapcsolódó kérdésköreinek beemelésével áttekintettem a témakör vizsgálatának különböző diszciplináris hagyományait.

A szűrőbuborékok és visszhangkamrák rokon fogalmak, egyes szerzők felcserélhető módon is használják őket, definíciójuk pedig kutatásról kutatásra változik, attól

függően, hogy milyen kontextusokban alkalmazzák őket. Több, a témával foglalkozó szerző is azon a véleményen van, hogy a fogalmak definiálatlansága komoly problémákat okoz a jelenségkör vizsgálatára nézve (Bruns, 2019a, 2019b, 2019c, 2021; Kitchens et al., 2020; Leysen et al., 2022). A kutatók e definiálatlanság miatt kénytelenek minden új vizsgálat és publikáció esetében saját maguk meghatározni a fogalma(ka)t, ami – azon túl, hogy összehasonlíthatatlanná teszi a kutatásokat –, ellentmondásos eredményekhez is vezethet (Bruns, 2019b:3).

A szűrőbuborékokkal és visszhangkamrákkal foglalkozó szakirodalom egy része inkább a jelenségek mögött álló okokat kutatja, míg másik része a lehetséges következményekkel foglalkozik. A témában született elméleti és empirikus irodalom az 1. ábrán felvázolt kauzális struktúra mentén fogalmazza meg elméleti koncepcióját, és ennek valamely elemére koncentrálnak. Ebben a struktúrában a szűrőbuborékok és visszhangkamrák egy folyamat, egy hatás eredményét ragadják meg, egy állapotot írnak le.



1. ábra: A szűrőbuborék és visszhangkamra problémakör folyamatábrája

Az okok a társadalom mikroszintjéről, az egyéntől, a kognitív folyamatok és a társas kapcsolódás alapvető szervezőelveitől indulnak. A szakirodalomban leggyakrabban a különböző kognitív torzítások – mint például a kognitív disszonancia és a megerősítési torzítás, valamint a társas kapcsolatok kialakítását befolyásoló homofília – szerepelnek olyan okokként, melyek a szűrőbuborékok és visszhangkamrák kialakulásában szerepet játszanak. Szűrőbuborékban vagy visszhangkamrában létezni – nagyon leegyszerűsítve – nem jelent mást, mint korlátozott információs közegben lenni. Ez az állapot pedig további feltételezett hatásokkal és folyamatokkal jár együtt, melyek a társadalom makroszintjén jelennek meg. A kutatók leggyakrabban a nyilvánosság fragmentációját és

a társadalom polarizációját kötik ide, melyek egyes normatív megközelítések szerint magát a demokratikus társadalmat is veszélyeztetik.

Az eredmények tekintetében a szűrőbuborékok és visszhangkamrák empirikus irodalma igen ellentmondásos képet fest. Ez egyrészt köszönhető a tisztázatlan és szerteágazó konceptuális kereteknek – a nem egyértelmű fogalmaknak, a folyamatok, hatások és eredmények kuszaságának. A konceptualizáció hiánya pedig az operacionalizációra is hatással van: a metodológiai sokszínűség inkonzisztens eredményekhez vezet, melyeket gyakran nehéz hozzáilleszteni a már meglévő ismeretekhez, és így sok esetben ezek az eredmények nem is összehasonlíthatók egymással (Kitchens et al., 2020).

A fejezet utolsó részében a sokszínű és gyakran ellentmondásos empirikus eredmények ismertetése közben elsősorban a módszertani megközelítések tekintetében amellett érveltem, hogy ha a széles választékú médiakörnyezetben (high-choice media environment) a hírbuborékok tanulmányozását olyan vizsgálatokra alapozzuk, melyek csak egy-egy platformot vagy médiumtípust vesznek figyelembe (single-platform studies), akkor nem kapunk teljes képet a felhasználók sokrétű médiahasználatáról és mindazokról az információkról, melyek nap mint nap eléri őket. Dolgozatom empirikus kutatásának kiindulópontja, alapállítása, hogy ha azt akarjuk vizsgálni, hogy a hírfogyasztó közönség vagy annak egy része, netán bizonyos egyének buborékban vannak-e, akkor azt csak a teljes hírfogyasztási spektrumuk figyelembevételével tehetjük meg.

2. Az empirikus kutatás módszertana

Saját empirikus kutatásomban ezért a (hír)média-repertoár megközelítés mellett tettem le voksomat, mely komplexitásában igyekszik vizsgálni a hírfogyasztást, figyelembe véve az adott hírmédia környezet kínálati és keresleti tényezőit is.¹ Ennek megfelelően abból indultam ki, hogy a felhasználók többféle médiatípus, platformok és tartalmak kombinálásával alakítják ki hírfogyasztási szokásaikat (Hasebrink & Popp, 2006; Yuan, 2011). Hasebrink és Domeyer (2012) szerint a médiarepertoár megközelítés egy szemléletmód, egy analitikus keret a médiafogyasztás/médiahasználat vizsgálatában, mely rugalmasan tud alkalmazni különböző elméleteket és módszertanokat. Ahogy Edgerly (2015:2) megfogalmazta: „*a repertoár-megközelítés lehetőséget nyújt a megnövekedett választási lehetőségekkel szembesülő közönség döntéshozatali stratégiáinak megismerésére.*” Hasebrink és Popp 2006-os tanulmányukban bemutatták a médiarepertoárok empirikus vizsgálatának módszertani lehetőségeit. Ebben egy olyan kevert módszertant javasoltak, amely a médiahasználatot felmérő kérdőíves vizsgálatokat másodlagos feldolgozás során ötvözi kvalitatív kutatási elemekkel. Ez a strukturális tényezők jelentős hatását és a közönség aktív befogadását egyaránt feltételező megközelítés nagyon különböző módszertanokat is képes megmozgatni, elegánsan jelöli ki a módszertani trianguláció irányait a hírbuborékok vizsgálatában.

A témakör bonyolultsága megkövetelte, a dolgozat keretei pedig lehetővé tették, hogy az empirikus kutatásban a médiarepertoár megközelítés jegyében többféle módszertant együttesen használjak.² A hazai hírbuborék-jelenség megértésére irányuló kutatást a módszertani triangulációt szem előtt tartva terveztem meg (Flick, 1998). Dolgozatomban a trianguláció célja elsősorban nem az eredmények több irányból történő megerősítése volt, hanem a módszertani sokszínűség – az, hogy az egy irányba mutató, egymást kiegészítő módszerek segítségével gazdagabb eredményekhez és mélyebb megértéshez juthassak. A kutatás kvantitatív és kvalitatív módszereket és részvizsgálatokat kapcsolt össze, de maguk a részkutatások is alkalmaztak vegyes módszereket. Ezek a részkutatások egymásra épültek és ki is egészítették egymást, így nevezhető egy több módszertanú kutatásnak is (multi-methods research). Voltak azonban olyan részei is, melyek ugyanazokat a

¹ A dolgozat 5. fejezete.

² A dolgozat 6. fejezete.

kérdéseket vizsgálták több, különböző módszertan segítségével, így a kutatás tekinthető kevert módszertanúnak (mixed-methods research) is (Király et al., 2014).

Dolgozatom empirikus része három részkutatásból állt össze.³ Noha a részkutatók sok önmagukban is értelmezhetők, mégis alárendelődtek a dolgozat fő kérdésének:

R1a: Beazonosíthatók-e politikai alapon elkülönülő hírbuborékok a magyar hírfogyasztó közönség soraiban?

A média- és hírfogyasztást nagymértékben határozzák meg a különböző szociodemográfiai jellemzők, így a következő kérdés arra az esetre vonatkozott, ha az elemzésnek sikerül kimutatni politikai alapú hírbuborékokat:

R1b: Kimutatható-e összefüggés valamely hírbuborékba való kerülés és bizonyos demográfiai tényezők között?

Ahhoz, hogy beazonosíthassa a politikai hírbuborékban lévő fogyasztókat, a hírbuborék-modell kirajzolt más politikai irányultság szerinti tájékozódási mintázatokat is, melyek tanulmányozását szintén érdekesnek véltem a hírbuborék jelenség vizsgálatában is, ezért a következő kérdést fogalmaztam meg:

R2a: A hírforrások politikai irányultságát tekintve milyen jellemző hírmédia-repertoárak rajzolódnak ki, milyen tájékozódási csoportokba sorolhatók a magyar hírfogyasztók?

E tájékozódási csoportok esetében is érdekesek a tagjaik szociodemográfiai tényezői, illetve a rájuk jellemző hírfogyasztási szokások, melyek kiolvashatók a modellből, így erre is kerestem a választ:

R2b: Mi jellemzi ezeket a tájékozódási csoportokat? Mi tudhatunk meg az ő hírfogyasztási szokásaikról?

³ A kutatási kérdéseket és a módszertani megfontolásokat a dolgozat 6. fejezete tárgyalta.

A modellben az egyes tájékoztató csoportokat az alapján különítettem el, hogy milyen politikai irányultságú hírforrásokat fogyasztanak. Ebből viszont csak annyit sikerült megtudni, hogy politikai irányultság szerint milyen összetételű az egyes felhasználók hírmédia-repertoárja, mennyire jutnak politikailag sokszínű információkhoz. Azt azonban, hogy a felhasználók számára játszik-e bármilyen szerepet az általuk használt hírforrások politikai irányultsága, illetve, hogy a különböző repertoárokkal rendelkező csoportok tagjai egyáltalán milyen tényezők miatt döntenek egy-egy hírforrás használata mellett, nem lehet a kvantitatív módszereken alapuló modellből megtudni. A kvalitatív kutatási részben ezekre a kérdésekre kerestem a választ:

R3a: A különböző csoportokba tartozó hírfogyasztók miként alakítják ki hírmédia-repertoárjaikat? Mekkora szerepet játszik a hírforrások politikai irányultsága abban, hogy a felhasználó kiválaszt egy hírforrást a repertoárja összeállításakor?

Valamint:

R3b: Milyen egyéb tényezők játszhatnak szerepet az egyes tájékoztató csoportok tagjainak a hírmédia-repertoárjaik kialakításában?

A hírbuborék modell alapja egy reprezentatív kérdőíves felmérés volt: a Mérték Médiaelemző Műhely és a Medián Piac- és Közvéleménykutató közösen, nagyjából két-évente méri fel a hazai felnőtt lakosság politikai és közéleti tájékoztató szokásait. A hírbuborék modell ezeknek az adatoknak a másodlagos feldolgozásával készült, tehát egy teljes mértékben kvantitatív elemzésről van szó.⁴ Az empirikus vizsgálat középpontjában ez a modell állt, a kutatás másik két részével pedig a modell két olyan területét jártam alaposabban körül, melyeket problémásnak találtam a hírbuborék jelenség minél teljesebb megragadása szempontjából (lásd a 2. ábrán).

Az egyik rész kutatás a modellben szereplő hírforrások tartalomelemzésével azok politikai irányultságát igyekezett minél egzaktabban beazonosítani.⁵ Emellett arról is képet kívánt adni, hogy a felhasználók milyen információkkal találkozhatnak, ha ezeket a hírforrásokat használják. A tartalomelemzés kombinált, induktív és deduktív kategóriákat

⁴ A dolgozat 8. fejezete.

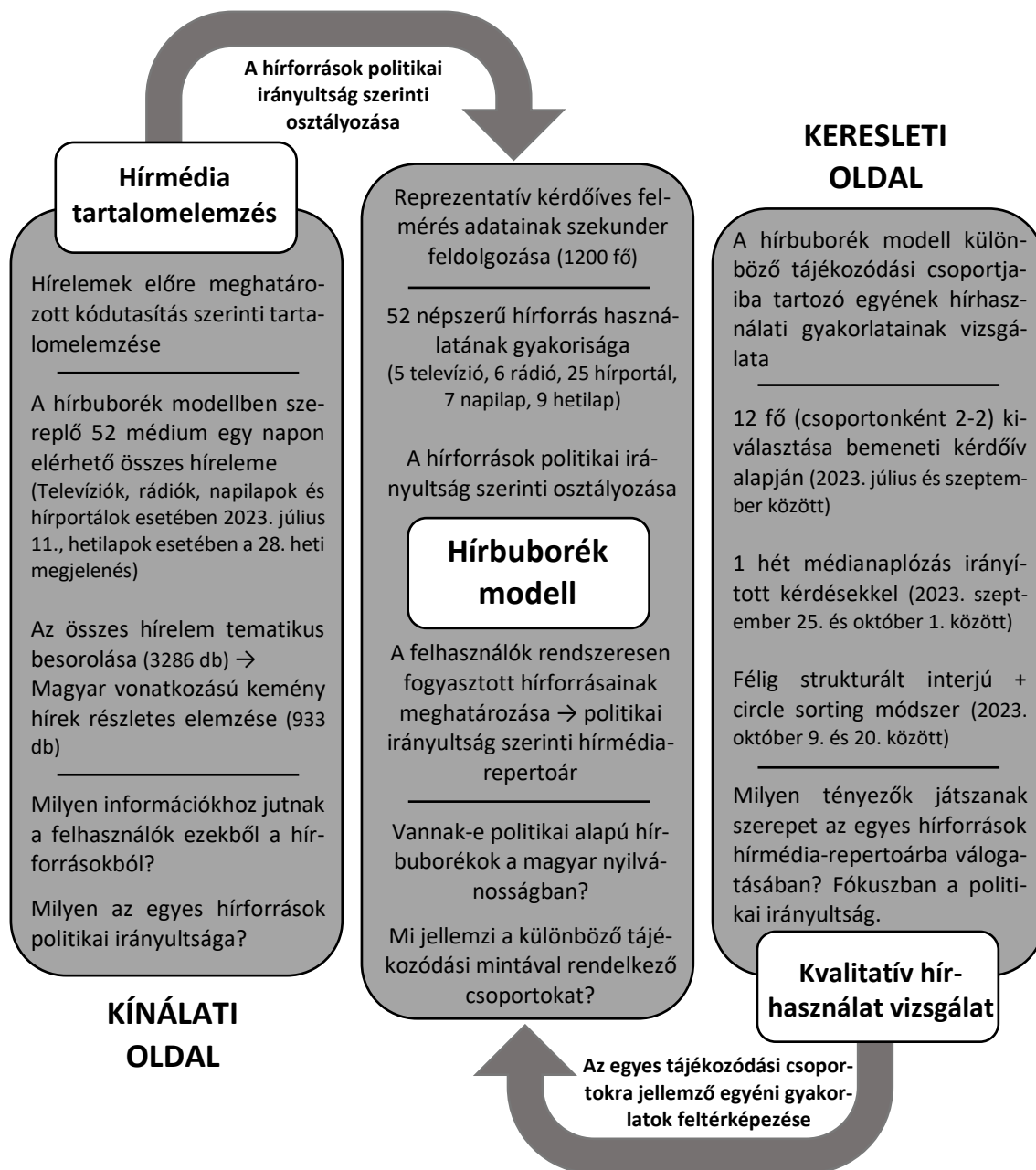
⁵ A dolgozat 7. fejezete.

is használt: egy előre kidolgozott kódutasítás mentén rögzítettem a hírelemek bizonyos mennyiségi és minőségi jellemzőit, miközben az elemzési szempontok egy másik részét induktív kódolással határoztam meg, melyek utólagos konceptualizás során váltak használható elemzési kategóriákká. Tekintettel a terjedelmes korpuszra, vagyis az elemzett hírelemek nagy számára (lásd a 2. ábrán), mindkét típusú információt kvantifikáltan dolgoztam fel és elemeztem. Tehát az empirikus kutatás ezen része is inkább a kvantitatív hagyomány jegyében készült.

A másik részkutatás szintén a hírbuborék modellt igyekezett tovább árnyalni és kiegészíteni, kvalitatív módszerekkel is megvizsgálni a felhasználók hírhasználati gyakorlatait.⁶ A korábbi kutatások megállapították, hogy a kérdőíves hírfogyasztás felmérések során az emberek hajlamosak – akár nyolcszorosan is – túlbecsülni saját fogyasztásukat (Prior, 2009). E torzítás kiküszöbölésére érdemes más módszerekkel is megvizsgálni, hogy az emberek miként érzékelik saját hírhasználatukat. A médiarepertoár kutatások ezért alkalmazzák szívesen a különböző szortírozási technikákat, melyek segítségével a felhasználók rangsorolhatják és egymáshoz viszonyíthatják az általuk használt médiumokat (Swart et al., 2016). A hírbuborék modell különböző tájékozódási csoportjaihoz rendelhető kutatási alanyok hírmédia-repertoárjait én medianaplózással, a repertoárjuk kialakítása mögött álló tényezőket (például a politikai irányultság szerepét) pedig egy szortírozási technikával (circle sorting) kombinált, félig strukturált interjú segítségével igyekeztem feltárni.

Kutatásom fókuszában tehát a médiarepertoár egy speciális területe állt: a hírfogyasztás, illetőleg a hírmédiumok politikai irányultságának szerepe a felhasználók hírhasználatában. A modell fő empirikus indikátorai így a különböző hírforrások (hírmédiamárkák) használatának gyakorisága, illetve e hírforrások politikai irányultsága. A hírbuborék modell azt vizsgálja, hogy a közönség milyen hírforrásokat fogyaszt rendszeresen, illetőleg az egyes fogyasztói repertoárok mennyire sokszínűek politikai irányultság szempontjából. A modell ez alapján hozott létre tájékozódási csoportokat és azonosította be a politikai alapú hírbuborékban lévő felhasználókat. A kvalitatív kutatási rész e tájékozódási csoportok individuális gyakorlatait próbálta megragadni, tehát a felhasználók egyedi hírhasználati mintái és a hírmédia-repertoárjuk kialakítása mögött álló személyes tényezők – motivációk, attitűdök, preferenciák – képezték a vizsgálat tárgyát.

⁶ A dolgozat 9. fejezete.



2. ábra: Az empirikus kutatás – módszerek, minták és fő kérdések

3. A hazai hírmédia egy napja: hírmédiaszövegek tartalomelemzése

Az empirikus kutatás ezen része a kutatás középpontjában álló hírbuborék-modellben szereplő hírforrások tartalmainak elemzésével foglalkozott.⁷ Elsődleges célja az volt, hogy megállapítsa a modellben szereplő hírmédiumok politikai irányultságát, hogy azokat be lehessen sorolni a hírbuborék-modell kategóriáiba (Hann et al., 2023). A tartalomelemzéssel egyrészt azt vizsgáltam, hogy az egyes médiumok milyen színben tüntetnek fel politikai szereplőket és milyen, bizonyos politikai aktorokhoz köthető, illetve a nyilvánosságot foglalkoztató narratíváknak adnak helyet. Másrészt arra vonatkozóan is gyűjtöttem adatokat, hogy ezek a hírmédiumok a tartalmaik szintjén mit nyújtanak a szerkesztési elveket és újságírói teljesítményt illetően: milyen típusú hírekre koncentrálnak (kemény és puha hírek aránya, preferált témák és újságírói műfajok), mi a médiumra jellemző beszédmód és stílus, a tartalmak szerzője vállalja-e kilétét stb.

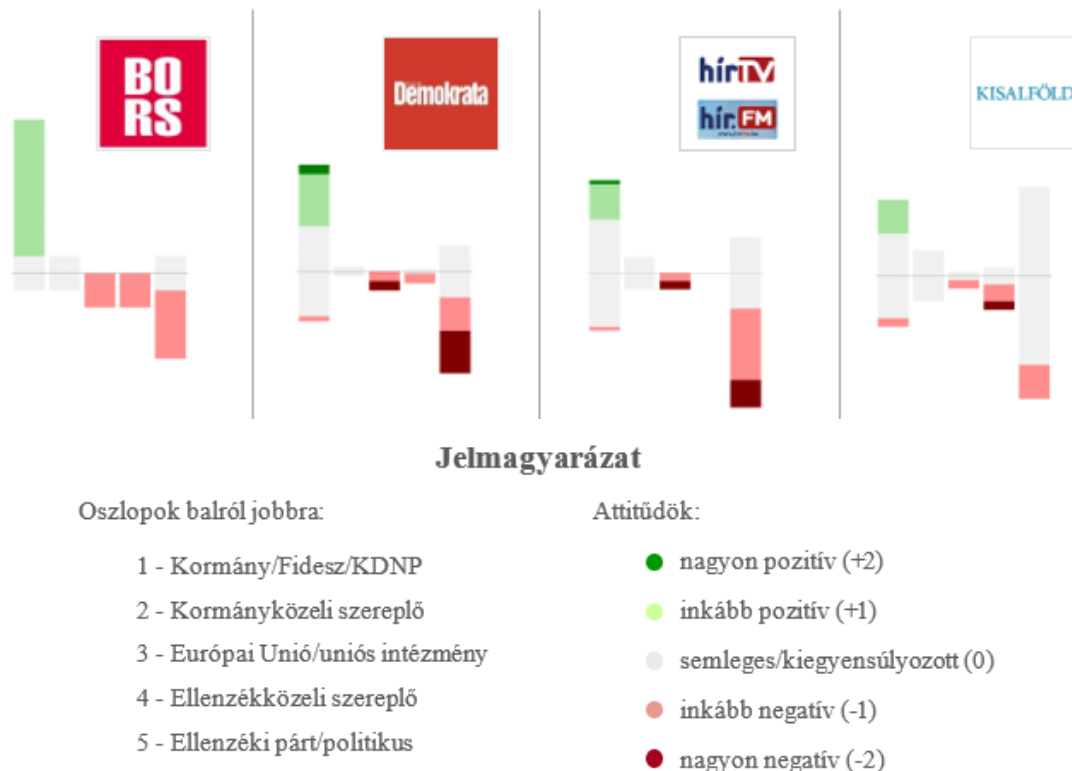
A fejezet átfogó célja tehát az volt, hogy minél részletesebben megismerjük a magyar hírmédia kínálatot abból a szempontból, hogy milyen tartalmak ér(het)ik el a hírforrasztókat, a közönség milyen típusú és minőségű információkhoz jut(hat), amikor ezeket a hírforrasztókat fogyasztja. A fejezet a hírbuborék-modellben szereplő médiumok (52 db) egy adott napon (2023.07.11., hetilapok esetében a 28. hét) megjelent tartalmainak szisztematikus elemzését mutatta be, mely több minőségi és mennyiségi jellemző alapján – ha nem is átfogó, de széleskörű tudással szolgál a hazai hírmédiában elérhető tartalmakról.

A hírbuborék modell médiumainak osztályozásához az elemzésben a *kormánypárti-kormánykritikus* dimenzió mentén különböztettem meg a hírmédiumokat, négy hírforrás *bizonytalan* besorolást kapott, mert egyik kategóriával sem mutattak hasonló min-táztatokat.

A politikai szereplők megjelenítésének attitűdjét vizsgáló részben a kormánypárti médiumok esetében az osztályozás elsődleges indikátoraként a kormánypártok megjelenítését azonosítottam. A megjelenések attitűdjét pedig egy ötfokozatú szemantikus differenciál-skálán pontoztam, mely a -2 és +2 közötti egész értékeket vehette fel, ahol -2 a nagyon negatív, a -1 az inkább negatív, a 0 a semleges, a +1 az inkább pozitív, a +2 pedig a nagyon pozitív megjelenést jelenti.

⁷ A dolgozat 7. fejezete.

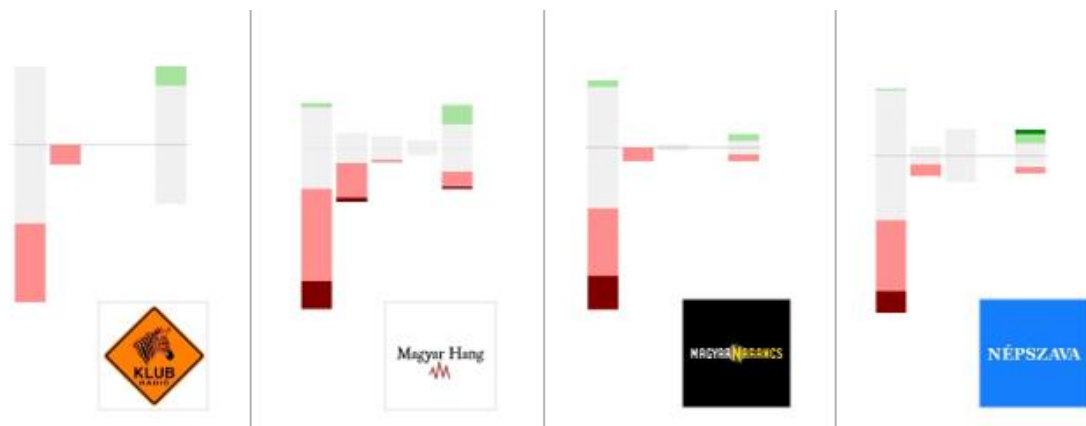
A kormánypárti médiumokra jellemző volt, hogy a többi szereplőhöz képest sokkal nagyobb arányban festettek pozitív képet a kormányról és a kormánypartokról. A semleges szerepeltetések aránya változó volt az egyes hírforrásoknál, de mindegyikről elmondható volt, hogy az ellenzéki pártok nagyarányú negatív megjelenítése mellett az Európai Uniót, illetve annak alintézményeit is negatívan ábrázolták (lásd például a 3. ábrán).



3. ábra: Részlet az elemzés egyik ábrájából: Szereplőtípusok megjelenítésének attitűdje a kormánypárti-ként kategorizált hírmédia-márkákban

A kormánykritikusként besorolt médiumokra teljesen más reprezentációs mintázatok voltak jellemzők (lásd például a 4. ábrán), és ami közös aspektus volt, és amely alapján egy kategóriába voltak rendezhetők ezek a hírforrások, az az, hogy a kormány és kormánypartok nagyon nagy arányban jelentek meg náluk negatívan. E tekintetben mondhatjuk, hogy éppen ellentétei a kormánypárti médiumoknak, hiszen hasonlóan kevés alkalommal jelenítettek meg pozitív attitűddel kormánypárti szereplőt (ha egyáltalán), mint amilyen kevésszer találkozni a kormánypartokat negatívan ábrázoló tartalommal a kormánypárti médiumok esetében. Ezek az arányok és mintázatok megerősítették nemcsak az egyes hírforrások besorolhatóságát ezekbe a kategóriákba, de a kategóriák

elnevezésének relevanciáját is: a kormánypárti média a kormányt jellemzően pozitívan jelenítette meg, a kormánykritikus média pedig jellemzően negatívan.



Jelmagyarázat

Oszlopok balról jobbra:

- 1 - Kormány/Fidesz/KDNP
- 2 - Kormányközeli szereplő
- 3 - Európai Unió/uniós intézmény
- 4 - Ellenzékközeli szereplő
- 5 - Ellenzéki párt/politikus

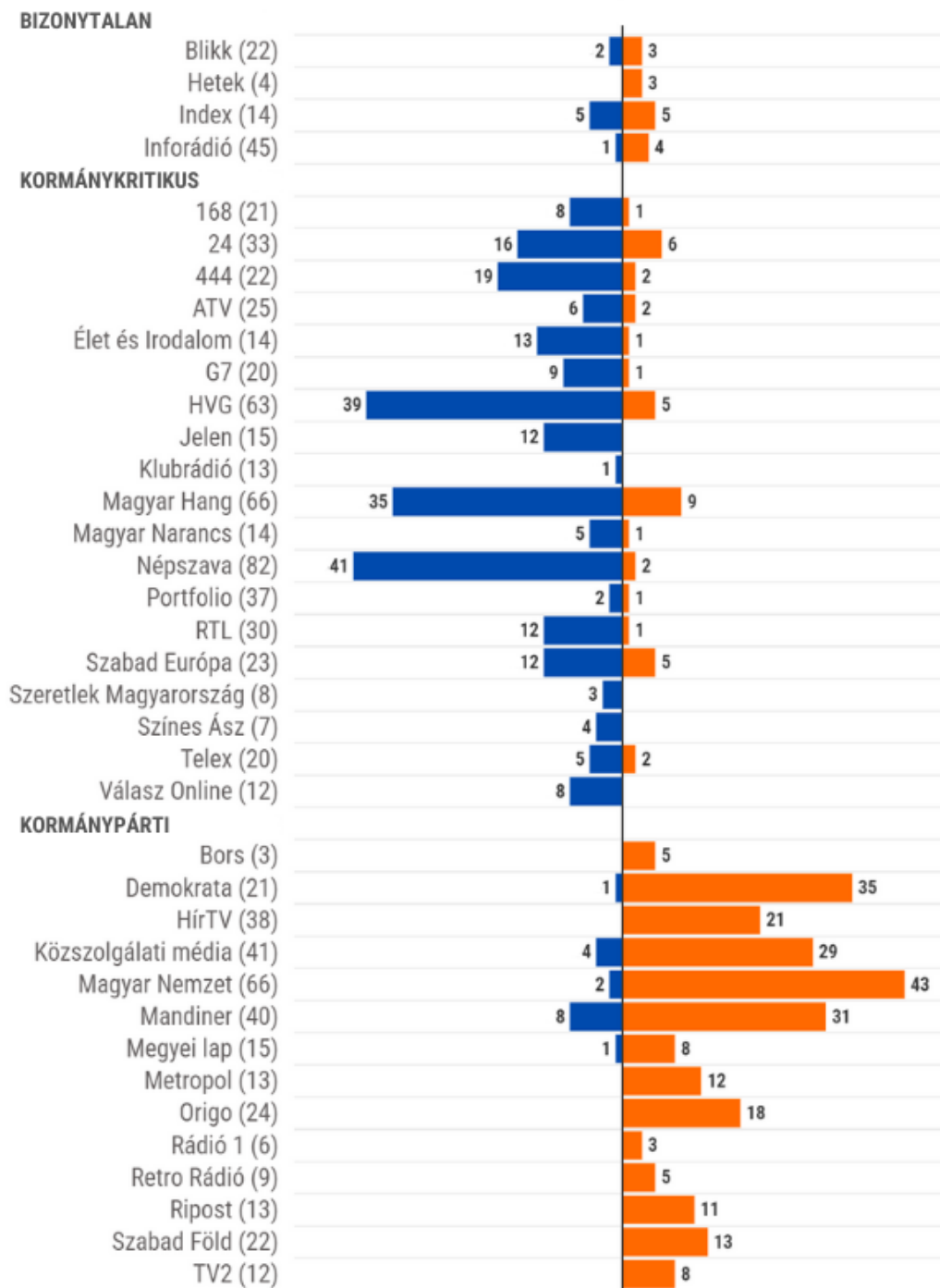
Attitűdök:

- nagyon pozitív (+2)
- inkább pozitív (+1)
- semleges/kiegyensúlyozott (0)
- inkább negatív (-1)
- nagyon negatív (-2)

4. ábra: Részlet az elemzés egyik ábrájából: Szereplőtípusok megjelenítésének attitűdje a kormánykritikusként kategorizált hírmédia-márkákban

A szereplők megjelenésének attitűdjét vizsgáló elemzési szempontban felmerülő szubjektív értékelés lehetősége miatt egy induktív kategórián keresztül is szerettem volna megragadni a hírmédiumok politikai irányultságát. A hazai közbeszéd és nyilvánosság éppen aktuális és állandó jelleggel jelenlévő témáira vonatkozó előzetes ismereteim alapján azt feltételeztem, hogy az elemzendő közéleti és politikai tartalmakban jól azonosítható módon megjelennek azok a narratívák, melyek jellemzően köthetők a kormánypártok politikai kommunikációjához, valamint a nyilvánosság kormánykritikus szereplőihöz.

Ebben az elemzési részben kirajzolódott, hogy a kormánypárti és kormánykritikus hírforrások napirendjében kevés az átfedés. Az 5. ábrán az utólagos osztályozás szerint elkülönítve, hírmédia-márkánként látható, hogy mennyire eltérő mintázat rajzolódik ki a rájuk jellemző narratívák tekintetében a különböző irányultságú médiumoknál.



5. ábra: Kormánypárti és kormánykritikus narratívák darabszáma hírmédia-márkánként

4. A hírbuborék modell

A dolgozat fő kutatási része egy nagymintás, az ország felnőtt lakosságára reprezentatív kérdőíves lekérdés adatain alapuló kvantitatív elemzés volt, mely politikai irányultság szempontjából vizsgálta a legfontosabb hazai hírmédiumokat fogyasztó közönség különböző tájékozódási mintázatait (Hann et al., 2023).⁸ A hírbuborék modell a kínálati és keresleti oldal találkozását vizsgálta, azt, hogy az egyes fogyasztók rendszeres hírfogyasztásában milyen arányban szerepelnek kormánypárti és kormánykritikus hírforrások. Ez alapján megállapítható volt, hogy a hazai közönség mekkora része tájékozódik politikai irányultság szerint sokszínűen, vagy van eltolódva (biased) valamely irányba, esetleg olyannyira, hogy hírfogyasztásában valamelyik típus kizárólagosan dominál, tehát hírbuborékban van. Ez az elemzés az egyes tájékozódási csoportok demográfiai összetételét és e tényezők, illetve a különböző politikai irányultság szerinti hírmédia-repertoárok összefüggéseit is vizsgálta.

A fogyasztott hírforrások politikai irányultságát tekintve a rendszeresen tájékozódó közönséget öt csoportba⁹ soroltam: a két végleten a kizárólag kormánypárti vagy kizárólag kormánykritikus hírforrásokat használókat találjuk. Konceptióm alapján ők vannak hírbuborékban, ők azok, akik 100 százalékban egyik vagy másik típusú hírforrásokat fogyasztják.

Kategória	Frequency	Percent
Valid Kizárólag kormánypárti hírfogyasztás	133	11
Főként kormánypárti hírfogyasztás	226	19
Kizárólag kormánykritikus hírfogyasztás	120	10
Főként kormánykritikus hírfogyasztás	218	18
Kiegyensúlyozott hírfogyasztás	404	34
Nincs rendszeres hírfogyasztás	98	8
Total	1200	100

6. ábra: A hírbuborék modell tájékozódási csoportjai (fő, százalék; N=1200 fő)

⁸ A dolgozat 8. fejezete.

⁹ Válasz az R2a kutatási kérdésre.

A hírbuborék modell alapján tehát beazonosíthatók a hazai hírfogyasztó közönségben politikai alapon elkülönülő hírbuborékok: egy 11 százalékos *kormánypárti* és egy 10 százalékos *kormánykritikus hírbuborék* rajzolódott ki (R1a kutatási kérdés). A modell szerint a felnőtt választókorú lakosság 8 százaléka pedig egyáltalán nem is használja rendszeresen a modellben szereplő médiumokat – ez alapján ők is egy hírbuborékban vannak, akikhez nem tudni, hogy milyen politikai-közéleti információk, milyen csatornákon jutnak el.

A modellben szereplő többi felhasználó politikai irányultság szerinti hírmédia-repertoárjaiban már mindkét kategóriából találunk hírforrásokat. A „főként” csoportokban megfigyelhető az egyik vagy másik irányba történő eltolódás, vagyis – ha azt feltételezzük, hogy a hírforrások kiválasztásában szerepet játszik azok politikai irányultsága, akkor – ezen csoportok tagjai az egyik vagy másik típusú hírmédiumokat jobban preferálják, de átfogyasztanak a „másik oldalra” is. A modell szerint a magyar választókorú lakosság 19 százalékának rendszeres hírmédiahasználatában *inkább kormánypárti* hírforrások, 18 százalékának pedig *inkább kormánykritikus* hírforrások szerepelnek.

A hírbuborék modell által kirajzolódó politikai irányultság szerinti hírmédia-repertoárokkal összefüggő demográfiai tényezők közül (R1b kutatási kérdés) főként a pártpreferencia emelkedett ki, de egyes tájékozódási csoportok esetében a kor, a végzettség és a lakóhely is valószínűsítheti a csoporthoz tartozást. Ezeket figyelembevéve azt feltételezhetjük, hogy a hírfogyasztók egy részére jellemző a pártpreferencia szerinti hírválogatás, de a nagytöbbség számára ez nem jár együtt a saját nézeteikkel nem egyetértő médiumok kizárásával.

5. A hírbuborék modell tájékoztató csoportjainak kvalitatív vizsgálata

A kutatás harmadik, kvalitatív módszertant alkalmazó eleme a hírfogyasztó közönség mélyebb megértésére irányult.¹⁰ A kutatás 12 résztvevőjének hírhasználatát rögzítő médianaplós vizsgálat, és egy szortírozási technikával (sorting technique) kiegészített félig strukturált interjú kombinálása azt a kutatási célt szolgálta, hogy láthatóvá váljanak azok a médiahasználati és hírfogyasztási szokások, motivációk és attitűdök, melyeket a kvantitatív felmérésekkel nem lehet feltérképezni. A kvalitatív kutatási rész a hírbuborék modellben kirajzolódó politikai irányultság szerinti hírmédia-repertoárok összeállításában szerepet játszó egyéni tényezőket, a hírhasználat alternatív módozatait és az egyéni preferenciákat vizsgálta. A kvalitatív vizsgálat célja elsődlegesen az volt, hogy megnézze, a különböző politikai irányultság szerinti hírfogyasztási mintával rendelkező felhasználók mindennapi életében milyen szerepet tölt be a hírhasználat, és hogy milyen szempontok játszanak szerepet az általuk fogyasztott hírforrások kiválasztásában (R3b kutatási kérdés) – fókuszban annak kérdésével, hogy a politikai irányultság meghatározó-e ebben a válogatásban, és amennyiben igen, akkor milyen attitűdök és motivációk jelennek meg ehhez kapcsolódóan (R3a kutatási kérdés).

A médiarepertoár megközelítést kidolgozó német médiakutatók, Uwe Hasebrink és Andreas Hepp által vezetett, több német szervezetet és intézetet is átfogó kutatócsoport¹¹ 2020 után elkezdte kifejleszteni a módszertani koncepciójuk egyes elemeinek számítógépes szoftveres támogatását. A *MeTag*¹² szoftver és annak különböző felületei a médianaplózáshoz nyújtanak segítséget, a *MeSort*¹³ pedig a különböző szortírozási technikák digitalizált felülete, ahol a személyes vagy online interjúk keretében a kutatási alanyok interaktív módon tárhatják fel és vizualizálhatják médiarepertoárjaikat (például circle sorting technikával), vagy rangsorolhatnak különböző médiumokat egy-egy meghatározott szempont szerint (például Q-sort technikával).

Saját kutatási koncepciómat e szoftverekre alapozva dolgoztam ki, és a résztvevők hírmédia-repertoárjait a Mérték-Medián hírfogyasztás felmérés lekérdezésén túl egy egyhetes médianaplózással, a repertoárjuk kialakítása mögött álló tényezőket – és

¹⁰ A dolgozat 9. fejezete.

¹¹ Universität Bremen – ZeMKI, Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung; Institut für Informationsmanagement, Bremen; Leibniz Institut für Medienforschung – Hans-Bredow-Institut, Hamburg

¹² Lásd: <https://mesoftware.org/index.php/metag/>

¹³ Lásd: <https://mesoftware.org/index.php/mesort/>

kimondottan a politikai irányultság szerepét a válogatásban – pedig egy circle sorting rangsorolási technikával kombinált, félig strukturált interjúban igyekeztem feltárni.

A résztvevők listáját úgy alakítottam ki, hogy a kutatási alanyok minél sokszínűbbek legyenek a különböző demográfiai jellemzőik szerint, így a hírbuborék modell egyes csoportjainak való megfelelésen túl a résztvevők nemét, korát, a lakhelyük típusát, az iskolai végzettségüket és pártpreferenciájukat is számításba vettem.

Álnév	Nem	Kor	Település	Végzettség	Pártpreferencia
Kizárólag kormánypárti hírfogyasztó					
Terézia	nő	76	város	felsőfok	kormánypárti
Zoltán	férfi	61	falu	felsőfok	kormánypárti
Főként kormánypárti hírfogyasztó					
Mária	nő	62	falu	szakmunkás	kormánypárti
Ferenc	férfi	69	falu	-	kormánypárti
Kizárólag kormánykritikus hírfogyasztó					
Imola	nő	26	város	felsőfok	ellenzéki
Gábor	férfi	47	Budapest	felsőfok	ellenzéki
Főként kormánykritikus hírfogyasztó					
Bella	nő	33	megyeszékhely	felsőfok	ellenzéki
Antal	férfi	82	megyeszékhely	érettségi	ellenzéki
Kiegyensúlyozott hírfogyasztó					
Rita	nő	37	város	felsőfok	nincs pártja
Mátyás	férfi	61	falu	felsőfok	kormánypárti
Nem rendszeres hírfogyasztó					
Ildikó	nő	60	megyeszékhely	8 általános	nincs pártja
Dani	férfi	43	város	érettségi	ellenzéki

7. ábra: A kvalitatív hírfogyasztás kutatás résztvevői és demográfiai adataik (12 fő)

A legtöbb résztvevőnél az jött ki, hogy valamennyire mindenképpen szerepet játszik a hírmédia politikai irányultsága abban, hogy használnak-e bizonyos hírforrásokat közéleti tájékozódásra vagy sem. Legtöbbükön kívül azonban ezen kívül más szempontok is érvényesültek, például a televízió nézők inkább a médiumtípus, vagyis a televízió, mint médium és az elérhető csatornákínálat lehetőségei miatt néznek bizonyos hírforrásokat, mintsem azok politikai irányultsága miatt.

A hírbuborék modell és a kvalitatív vizsgálat eredményeinek összevetésével egyértelművé vált, hogy a legtöbb résztvevő esetében a modell jól azonosította a csoporttagságot, viszont éppen a hírbuborék csoportok egy-egy résztvevőjénél derült ki a kvalitatív elemzés segítségével, hogy a modell – azzal, hogy csak a hagyományos hírmédia használatra terjed ki – hibásan feltételezte, hogy ezek a résztvevők hírbuborékban lennének.

Zoltán, aki a modell alapján a kormánypárti hírbuborékba került, mert rendszeresen csak a *Retro Rádió*t használja, a térképére számos más egyéb médiumot – köztük kormánykritikusakat is – fontosnak tartott elhelyezni (lásd a 8. ábrán). Az interjú alapján egyértelmű, hogy főleg a közösségi médiában, de akár a Google Híreken keresztül is diverz tartalmak érik el. Igaz, hogy nem rendszeresen, de sok, különböző politikai irányultságú hírforrást használ. Zoltán számára nem fontos, így meg sem nézi, hogy melyik hírportál cikkét látja, a cím alapján dönt arról, hogy rákattint-e az adott tartalomra, vagy sem. Kiterjedt offline és online kapcsolati hálóval rendelkezik, és gyakran vitat meg ismerőseivel közéleti kérdéseket, így egyáltalán nem mondható, hogy csak egyoldalú véleményekkel vagy nézőpontokkal találkozna.

Ugyanígy a hírbuborék modell szerint a kormánykritikus hírbuborékba tartozó Imola hírmédia-repertoárja is sokkal sokszínűbb, mint ahogy azt a modell képes volt megmagyarázni. Az ő esetében főként a közösségi médián keresztüli hírhasználat, a Facebook-csoporttagságok és az ott elérhető információk, illetve a saját nézeteivel nem egyező hangvételű helyi médiumok használata miatt egyáltalán nem mondható, hogy buborékban lenne. Hírhasználatát eltolódott a saját világnézetéhez hasonló elveket valló hírforrások irányába, de számos fórumon találkozik a sajátjától eltérő véleményekkel és nézetekkel.

A nem rendszeresen tájékozódó csoport egyik tagjának, Daninak szintén nem jól határozta meg a modell a hírmédia-repertoárját. A korábban nagyon aktívan közéleti tartalmakat fogyasztó férfi „*addiktológiai megfontolásból*”, tudatosan igyekszik kerülni a napi sajtót, de még így is több olyan hírforrást elhelyezett a circle sorting térképén, melyek tartalmait olvasni szokta. Dani esetében a nagyon aktív Facebook-kapcsolatai, és az, hogy sokakkal szokott közéleti kérdéseket megvitatni, egyértelműen elhatárolja őt például Ildikó hírkerülő hírmédia-repertoárjától, aki szinte egyáltalán nem találkozik közéleti információkkal.

Zoltán

kizárólag kormánypárti
hírmédiafogyasztó

A modell szerinti csoporttagság



“Egy üzletnél nagyon kell vigyázni arra, hogy senkit ne sértsek meg. Tehát a közösségi médiában én soha nem foglalkozok állást.”



Nem

61

Kor



FALU
Település

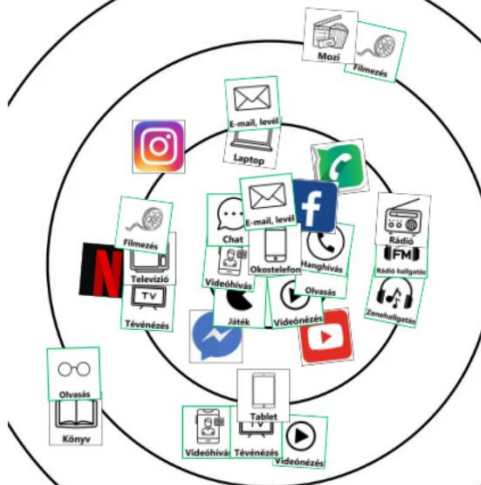


FELSŐFOK
Végzettség



Pártpreferencia

ÁLTALÁNOS MÉDIAHASZNÁLAT



Fő eszközök



Okostelefon



Televízió

Kedvenc tevékenységek



Tévénézés



Filmezés



Rádió hallgatás

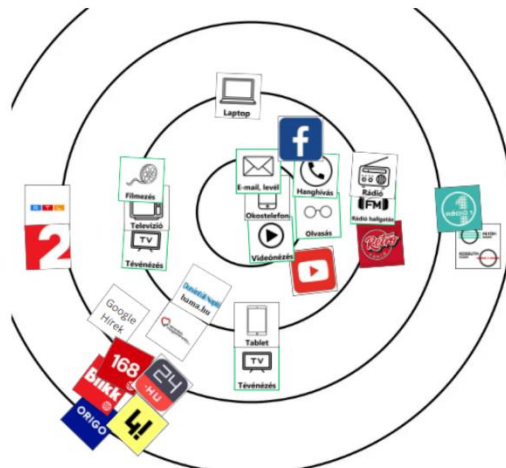
Motivációk

Szórakozás

Tájékozódás

Egyéb

HÍRFOGYASZTÁS



Közösségi média és hírek



Híraggregátor



Leggyakoribb hírmédiumok



8. ábra: Zoltán (61), a hírbuborék-modell szerint kizárólag kormánypárti hírmédiafogyasztó, általános és hírmédiahasználata a médianapló és az interjú alapján

6. Összegzés

A hírborék modell bár a hírforrások széles körére kérdezett rá, – ahogy az várható volt – a hírfogyasztás és a hírekkel való találkozás lehetőségeinek számos formáját és platformját nem azonosította, vagy nem jól kezelte. A szakirodalomban bevett szokás, hogy a felhasználók hírhasználatának ideológiai sokszínűségét vizsgáló kutatások csak a rendszeresen használt hírforrásokkal számolnak (lásd például Dubois & Blank, 2018; Tóth et al., 2022; Weeks, Ksiazek & Holbert, 2016). A kvalitatív kutatás során több résztvevőnél is beigazolódott, hogy tájékozódásukban fontos szerepet játszanak olyan hírmédiumok is, melyeket a kérdőíves felmérésben nem jelöltek be rendszeresen használt hírforrásként, mégis az interjúban és a circle sorting térképen meghatározó helyen pozícionálták őket. Ezen kívül a közösségi médián keresztüli hírhasználat számos formája jött elő a kvalitatív felmérésnek köszönhetően, úgy mint az influenszerek és politikusok követése, illetve az online kapcsolati háló, vagy online közösségek (mint Facebook-csoportok és Reddit fórumok) által megosztott hírek és információk szerepe.

A kvalitatív kutatási rész és az, hogy a hírmédia-repertoár megközelítés segítségével azt közvetlenül sikerült a kvantitatív modellhez kapcsolni, jelentős módosító hatást gyakorolt a hírborék modell eredményeire. Főként – és a dolgozat szempontjából legrelevánsabb kérdésben – a hírborékban lévő felhasználók esetében sikerült árnyalni a képet. A nem rendszeres hírfogyasztói, a kormánypárti és kormánykritikus hírborék csoportokban is egy-egy résztvevőről kiderült, hogy ha a modell által azonosítható, más tájékozási formákat és forrásokat is figyelembe vesszünk – nem is beszélve a személyes kapcsolati háló szerepéről, akkor bizony egyáltalán nem mondható, hogy hírborékban, vagy politikailag egyoldalú információs közegben lennének. Mindegyik hírborék csoportból a másik résztvevők esetében pedig egyértelműen a tudatos elzárkózás volt megfigyelhető. A hírkerülő Ildikó mind a hírhasználatában (vagy inkább hír-nem-használatában), mind pedig a személyes kapcsolataiban elkerüli a politikai és közéleti kérdéseket. Gábor és Terézia a saját nézeteihez közel álló hírforrásokat használja és hasonló gondolkodású emberekkel veszi körbe magát – bár kettejük esetében más-más attitűdök és motivációk voltak jellemzők. Míg Gábor úgy gondolja, hogy az ország a kormánypárti és kormánykritikus dimenzió mentén megosztott, és az ellenzéki térfélen egy demokratikus nyilvánosság és a világnézeti, politikai viszonyulások teljes spektruma megtalálható – ő tudatosan határolódik el a propagandától, a jobboldali és konzervatív vélemények viszont érdeklik és találkozik is ezekkel. Terézia interjújából az derült ki, hogy ő sem mindig

zárkózott el a tőle különböző nézeteket vallóktól, de idősebb korára úgy döntött, már nem kíváncsi ezekre a véleményekre, és a saját közegében – buborékában – szeretné tölteni az idejét.

A kutatás eredményeinek fényében úgy gondolom, hogy a hírbuborék modell is nagyon érdekes és értékes eredményekkel szolgált a hazai hírfogyasztó közönség politikai irányultság szerinti tájékozódási szokásairól, viszont számos korlátja is van egy ilyen jellegű vizsgálatnak. A közönség ugyanis sokkal több forrásból jut közéleti információkhoz, mint azt egy ilyen kvantitatív megközelítés feltételezni és mérni képes. A hírmédia-repertoár szemlélettel és annak metodológiai ajánlásainak segítségével viszont sikerült finomítani a kutatást, és a kérdéskörnek számos más aspektusát is feltérképezni.

A téma további kutatása során érdemes lenne a kvalitatív kutatásokat mind a résztvevők számának, mind pedig a vizsgálandó kérdések tekintetében kiterjeszteni. A nagyobb mintán történő vizsgálat alkalmas lenne, hogy jobban általánosítható kategóriákat azonosítson, illetve a hírfogyasztási motivációk és a válogatás szempontjai szerint új felhasználói tipológiákat hozzon létre.

Azt is tudjuk, hogy a politikai irányultság szerinti hírfogyasztás és a pártpreferencia között egyértelmű összefüggés áll fenn, az azonban, hogy melyik következik melyikből, nem állapítható meg az eddig használt módszertanokkal. Ez a kérdés is új megközelítéseket kíván.

A hírbuborékok létét rendre cáfoló empirikus vizsgálatok pedig abba az irányba mutatnak, hogy a figyelmünket érdemes más kérdésekre irányítanunk. A probléma nem a fragmentáció, hanem a polarizáció, – mondja Bruns (2019a), aki szerint a társadalomban megfigyelhető politikai és világnézeti polarizációt nem a szűrőbuborékok és visszhangkamrák okozzák. Az emberek bár egyre polarizáltabbá válnak a politikai és világnézeteikben, úgy gondolja – és saját kutatásom is ezt a feltételezést erősíti –, hogy az emberek és csoportok hallani hallják egymást, csak meghallgatni és odafigyelni nem akarnak egymásra. Ez végett érdemes lehet a kutatásaink irányát az információfeldolgozás stratégiái, az értelmezés, a kogníció és kognitív torzítások, a különböző csoportdinamikák vizsgálata felé fordítani, és annak kérdését fókuszba helyezni, hogy mit is kezdünk az információval, ami elénk kerül.

7. Válogatott irodalomjegyzék

- Adoni, H., Perusko, Z., Nossek, H., & Schroder, K. C. (2017). Introduction: News consumption as a democratic resource – News media repertoires across Europe. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 14(2), 226-252.
- Areeb, Q. M., Nadeem, M., Sohail, S. S., Imam, R., Doctor, F., Himeur, Y., . . . Amira, A. (2023). Filter bubbles in recommender systems: Fact or fallacy - A systemic review. *WIREs Data Mining and Knowledge Discovery*. doi:10.1002/widm.1512
- Arguedas, A. R., Robertson, C. T., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2022). Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review. Reuters Institute for the Study of Journalism - University of Oxford.
- Babarczy, E. (2018). Őcsény a Facebookon: a viták tartalomlemezése. *Médiakutató*, 19(1), 67-75.
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, F. M., . . . Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216-9221.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132.
- Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. In N. Persily, & J. A. Tucker (szerk.), *Social media and democracy. The state of the field and prospects for reform* (old.: 34-55). Cambridge University Press.
- Beam, M. A., & Kosicki, G. M. (2014). Personalized news portals: Filtering systems and increased news exposure. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(1), 59-77.
- Bene, M., & Szabó, G. (2019). Bonded by interactions: Polarising factors and integrative capacities of the news media in Hungary. *Javnost - The Public*, 26(3), 309-329.
- Bozdog, C. (2020). Managing diverse online networks in the context of polarization: Understanding how we grow apart on and through social media. *Social Media + Society*, 6(4).
- Bruns, A. (2017). Echo chamber? What echo chamber? Reviewing the evidence.
- Bruns, A. (2019a). *Are filter bubbles real?* Cambridge: Polity Press.
- Bruns, A. (2019b). Filter bubble. *Internet Policy Review*, 8(4).
- Bruns, A. (2019c). It's not the technology, stupid: How the 'echo chamber' and 'filter bubble' metaphors have failed us. IAMCRA Conference 2019.07.07-11. Madrid.
- Bruns, A. (2021). Echo chambers? Filter bubbles? The misleading metaphors that obscure the real problem. In M. Pérez-Escobar, & J. M. Noguera-Vivo (szerk.), *Hate speech and polarization in participatory society* (old.: 33-48). Routledge.
- Bukovics, B., Pavalacs, A., Stefkovics, Á., & Zenovitz, L. (2022). Mennyi múlik a médián? A médiafogyasztás területi különbségei és hatása a pártválasztásra Magyarországon. In O. Hortay, P. Pillók, & Á. Stefkovics (szerk.), *Századvég Riport 2021 - Társadalom, gazdaság és politika napjainkban* (old.: 39-57). Századvég Közéleti Tudásközpont.
- Dahlgren, P. M. (2021). A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure. *Nordicom Review*, 42(1), 15-33.

- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729-745.
- Dvir-Gvirsman, S. (2022). Understanding news engagement on social media: A media repertoire approach. *New Media & Society*, 24(8), 1791-1812.
- Eady, G., Nagler, J., Guess, A., Zilinsky, J., & Tucker, J. A. (2019). How many people live in political bubbles on social media? Evidence from linked survey and Twitter data. *SAGE Open*, 9(1).
- Edgerly, S. (2015). Red media, blue media, and purple media: News repertoires in the colorful media landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(1), 1-21.
- Farkas, A. (2020). Politika és média - A magyar médiahálózat szerkezete 2018 őszén. *Metszetek*, 9(2), 107-129.
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320.
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Are news audiences increasingly fragmented? A cross-national comparative analysis of cross-platform news audience fragmentation and duplication. *Journal of Communication*, 67(4), 476-498.
- Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2023). More diverse, more politically varied: How social media, search engines and aggregators shape news repertoires in the United Kingdom. *New Media & Society*, 25(8), 2118-2139. doi:10.1177/14614448211027393
- Fletcher, R., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). How many people live in politically partisan online news echo chambers in different countries? *Digital Media*, 2021(1), 1-56.
- Flick, U. (2018). *Doing triangulation and mixed methods*. SAGE.
- Gálik, M. (2018). „Emit a gépek s számok titkai!": Töprengések a hírmédiában megjelenő kommunikációs buborékról. In T. Csordás, & Á. Varga (szerk.), *MMDC terelő: Tanulmányok a marketing-, média- és designkommunikáció területéről*. (old.: 9-16). Budapesti Corvinus Egyetem.
- Gálik, M. (2019a). A hálózati hírmédia sajátosságai, különös tekintettel a visszhangkamra és a szűrőbuborék-jelenségre. In *Medias Res*, 8(2), 330-342.
- Gálik, M. (2019b). Az egyéni médiafogyasztás és médiahasználat alakulását befolyásoló tényezők a médiatartalmaknak való kitettség változásainak tükrében. *Médiakutató*, 20(1), 73-83.
- Gálik, M. (2020). Visszhangkamrák és szűrőbuborékok. A hírfogyasztásról szóló vita a digitális hálózati média-ökoszisztéma világában. *Médiakutató*, 21(1), 27-35.
- Garrett, K. R. (2009a). Echo chambers online? Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265-285.
- Garrett, K. R. (2009b). Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate. *Journal of Communication*, 59(4), 676-699.
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2011). Ideological segregation online and offline. *The Quarterly Journal of Economics*, 126(4), 1799-1839.
- Geschke, D., Lorenz, J., & Holtz, P. (2019). The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a meta-theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers. *British Journal of Social Psychology*, 58(1), 129-149.

- Gunn, H. K. (2021). Filter bubbles, echo chambers, online communities. In M. Hannon, & J. de Ridder (szerk.), *The Routledge Handbook of Political Epistemology* (old.: 192-202). Routledge. doi:10.4324/9780429326769
- Győri, A., & Timár, J. (2017). Adatok az online hírfogyasztásról. Mérték Médiaombudsman. Mérték Médiaelemző Műhely.
- Hann, E., Megyeri, K., Urbán, Á., Horváth, K., Szávai, P., & Polyák, G. (2023). Tájékoztató szigetek egy polarizált médiarendszerben. Mérték Füzetek 28. Mérték Médiaelemző Műhely.
- Hasebrink, U., & Domeyer, H. (2012). Media repertoires as patterns of behavior and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. *Participations*, 9(2), 757-779.
- Hasebrink, U., & Hepp, A. (2017). How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(4), 362-377.
- Hasebrink, U., & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*, 31(3), 369-387.
- Hohmann, F., Belli, A., & Hepp, A. (2020). Manual for the sorting software MeSort. *Communicative Figurations*, Working paper 33. University of Bremen: ZeMKI. Centre for Media, Communication and Information Research.
- Hohmann, F., Belli, A., & Hepp, A. (2022). Manual for media diary software: MeTag Analyze & MeTag App. *Communicative Figurations*, Working paper 34. University of Bremen: ZeMKI. Centre for Media, Communication and Information Research.
- Hohmann, F., Belli, A., & Hepp, A. (2023). Software presentation: MeTag Analyze and MeTag App media diary software. *Mobile Media & Communication*, 11(2), 331-335.
- Hölig, S., Hasebrink, U., & Behre, J. (2021). Keeping on top of the world: Online news usage in China, the United States and five European countries. *New Media & Society*, 23(7), 1798-1823.
- Interian, R., Marzo, R. G., Mendoza, I., & Ribeiro, C. C. (2023). Network polarization, filter bubbles, and echo chambers: an annotated review of measures and reduction methods. *International Transactions in Operational Research*, 30(6), 3122-3158. doi:10.1111/itor.13224
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, 59(1), 19-39.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2010). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press.
- Janky, B., Kmetty, Z., & Szabó, G. (2019). Mondd kire figyelsz, megmondom mit gondolsz! Politikai tájékozódás és véleményformálás a sokcsatornás kommunikáció korában. *Politikatudományi Szemle*, 28(2), 7-33.
- Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., Wollebaek, D., & Enjolras, B. (2017). Echo chamber and trench warfare dynamics in online debates. *European Journal of Communication*, 32(3), 257-273.
- Kim, S. J. (2014). A repertoire approach to cross-platform media use behavior. *New Media & Society*, 18(3), 353-372.

- Kitchens, B., Johnson, S. L., & Gray, P. (2020). Understanding echo chambers and filter bubbles: The impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption. *MIS Quarterly*, 44(4), 1619-1649.
- Köuts-Klemm, R., & Jansová, I. (2022). Conceptual and operational variables in the media usage domain. In Model for a holistic approach to news media related risks and opportunities. D-1.1. (old.: 73-86). Mediadelcom Consortium.
- Ksiazek, T. B. (2019). Fragmentation of news audience. In T. P. Vos, & F. Hanusch (szerk.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley.
- Leysen, J., Michiels, L., Goethals, B., & Smets, A. (2022). What are filter bubbles really? A review of the conceptual and empirical work. *Adjunct Proceedings of the 30th ACM Conference on User Modeling, Adaptation and Personalization*. doi:10.1145/3511047.3538028
- Mahrt, M. (2019). Beyond filter bubbles and echo chambers. The integrative potential of the internet (Digital Communication Research 5. kötet). *Digital Communication Research*.
- Mahrt, M. (2020). Why we find little evidence of digital fragmentation, but should not stop researching it. In V. Gehrau, A. Waldherr, & A. Scholl (szerk.), *Integration durch Kommunikation (in einer digitalen Gesellschaft): Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019* (old.: 27-35). Münster: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.
- Mascheroni, G., & Zaffaroni, L. G. (2022). MeTag App and MeTag Analyze. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 70(3), 292-302.
- Matuszewski, P., & Szabó, G. (2019). Are echo chambers based on partisanship? Twitter and political polarity in Poland and Hungary. *Social Media + Society*, 5(2).
- Meineck, S. (2018. március 9). Deshalb ist "Filterblase" die blödeste Metapher des Internets. *Motherboard*. Forrás: <https://www.vice.com/de/article/pam5nz/deshalb-ist-filterblase-die-blodeste-metapher-des-internets>
- Merten, L. (2020). Contextualized repertoire maps: Exploring the role of social media in news-related media repertoires. *Forum: Qualitative Social Research*, 21(2). Forrás: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/3235/4605>
- Möller, J., Trilling, D., Helberger, N., & van Es, B. (2018). Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity. *Information, Communication & Society*, 21(7), 959-977.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: Alfred A. Knopf.
- Nelson, J. L., & Webster, J. G. (2017). The myth of partisan selective exposure: A portrait of the online political news audience. *Social Media + Society*, 3(3).
- Német, S. (2023. Február 24). Ellenzéki viszhangkamra és oroszpartí kavalkád: Honnan tájékozódnak a háborúról a magyar facebookozók? *Lakmusz*. Forrás: <https://www.lakmusz.hu/ellenzeki-viszhangkamra-es-oroszparti-kavalkad-honnan-tajekozodnak-a-haboruro-l-a-magyar-facebookozok/>
- Nguyen, A., & Vu, H. T. (2019). Testing popular news discourse on the "echo chamber" effect: Does political polarisation occur among those relying on social media as their primary politics news source? *First Monday*, 24(6).

- Pariser, E. (2011). *The filter bubble. What the internet is hiding from you*. New York: The Penguin Press.
- Polyák, G. (2016). A frekvenciaszűkösségtől a szűrőbuborékig. In A. Tóth, *Technológia jog. Új globális technológiák jogi kihívásai*. (old.: 116-141). Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar.
- Polyák, G., Szávai, P., & Urbán, Á. (2019). A politikai tájékozódás mintázatai. *Médiakutató*, 20(2), 63-80.
- Polyák, G., Urbán, Á., & Szávai, P. (2022). Information patterns and news bubbles in Hungary. *Media and Communication*, 10(3), 133-145.
- Prior, M. (2009). The immensely inflated news audience: Assessing bias in self-reported news exposure. *The Public Opinion Quarterly*, 73(1), 130-143.
- Quattrociochi, W., Scala, A., & Sunstein, C. R. (2016). Echo chambers on Facebook. *Economics of Networks eJournal*.
- Rau, J. P., & Stier, S. (2019). Die Echokammer-Hypothese: Fragmentierung der Öffentlichkeit und politische Polarisierung durch digitale Medien? *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, 13(3), 399-417.
- Rosa, H. (2021). Demokratischer Begegnungsraum oder lebensweltliche Filterblase? Resonanztheoretische Überlegungen zum Strukturwandel der Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert. In M. Seeliger, & S. Seignani, *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Leviathan Sonderband 37*. (old.: 252-276). Baden-Baden: Nomos.
- Schmidt, J.-H., Merten, L., Hasebrink, U., Petrich, I., & Rolfs, A. (2017). *Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Sindermann, C., Elhai, J. D., Moshagen, M., & Montag, C. (2020). Age, gender, personality, ideological attitudes and individual differences in a person's news spectrum: how many and who might be prone to “filter bubbles” and “echo chambers” online? *Heliyon*, 6(1). doi:10.1016/j.heliyon.2020.e03214
- Slater, M. D., Shehata, A., & Strömbäck, J. (2020). Reinforcing spiral model. In J. Van den Bulck (Szerk.), *The International Encyclopedia of Media Psychology*. Wiley.
- Stark, B., Magin, M., & Jürgens, P. (2021). Maßlos überschätzt. Ein Überblick über theoretische Annahmen und empirische Befunde zu Filterblasen und Echokammern. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Etinger, & R. Blum, *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Stegmann, D., Magin, M., & Stark, B. (2022). Echo chambers. In A. Ceron (Szerk.), *Elgar Encyclopedia of Technology and Politics* (old.: 201-215). Edward Elgar Publishing.
- Stegmann, D., Magin, M., & Stark, B. (2022). Filter bubbles. In A. Ceron (Szerk.), *Elgar Encyclopedia of Technology and Politics* (old.: 220-224). Edward Elgar Publishing.
- Steppat, D., Castro Herrero, L., & Esser, F. (2022). Selective exposure in different political information environments – How media fragmentation and polarization shape congruent news use. *European Journal of Communication*, 37(1), 82-102. doi:10.1177/02673231211012141
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556-576.
- Suiter, J., & Fletcher, R. (2020). Polarization and partisanship: Key drivers of distrust in media old and new? *European Journal of Communication*, 35(5), 484-501.

- Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2007/2013). *Republic.com 2.0*. Budapest: Wolters Kluwer.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press.
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2016). Navigating cross-media news use. *Journalism Studies*, 18(11), 1343-1362.
- Szabó, G., & Bene, M. (2015). Hivatkozlak, tehát vagy(ok)! Kommunikációs kapcsolatok a magyar médianyilvánosságban. In G. Szabó (Szerk.), *Politika az intézményeken túl: Kapcsolatok, interakciók, élmények*. *Studies in Political Science* (old.: 35-68). Budapest: MTA TK.
- Szabó, G., & Bene, M. (2016a). Interaction networks of the Hungarian media. In S. F. Krishna-Hensel, *Media in process. Transformation and democratic transition* (old.: 119-141). Routledge.
- Szabó, G., & Bene, M. (2016b). Széttöredezett vagy összekapcsolódó? A magyar médianyilvánosság hálózatszerkezete három eset tükrében. *Politikatudományi Szemle*, 25(3), 33-58.
- Szeidl, Á., & Szűcs, F. (2021). Media capture through favor exchange. *Econometrica*, 89(1), 281-310.
- Taneja, H., Webster, J. G., Malthouse, E. C., & Ksiazek, T. B. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoires. *New Media & Society*, 14(6), 951-968.
- Tóth, F., Mihelj, S., Stetka, V., & Kondor, K. (2022). A media repertoires approach to selective exposure: News consumption and political polarization in Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*. Forrás: <https://doi.org/10.1177/19401612211072552>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., . . . Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27.
- Vincze, H. O. (2019). *Hírközösségek és véleménybuborékok*. *ME.DOK: média - történet - kommunikáció*, 2019(2), 5-18.
- Weeks, B. E., Ksiazek, T. B., & Holbert, R. L. (2016). Partisan enclaves or shared media experiences? A network approach to understanding citizens' political news environments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(2), 248-268.
- Wojcieszak, M., de Leeuw, S., Menchen-Trevino, E., Lee, S., Huang-Isherwood, K. M., & Weeks, B. (2023). No polarization from partisan news: Over-time evidence from trace data. *The International Journal of Press/Politics*, 28(3), 601-626. doi:10.1177/19401612211047194
- Yuan, E. (2011). News consumption accross multiple media platforms. *Information, Communication & Society*, 14(7), 998-1016.
- Zuiderveen Borgesius, F., Trilling, D., Moeller, J., Bodó, B., de Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1).