

Informacinių šulinių ir filtro burbulų socialinėse medijose keliamos grėsmės politinių naujienų gavimo procesui

Justina Januškevičiūtė

Vilniaus universitetas, Lietuva
justina.januskeviciute@kf.vu.lt
<https://orcid.org/0000-0002-1617-2988>

Santrauka. Kartu su socialinių medijų platformų, tokių kaip socialiniai tinklalapiai „Facebook“ ir „Twitter“, atsiradimu XXI amžiuje augo optimizmas, jog naujosios skaitmeninės medijos turi demokratinį potencialą. Galimybė įsitraukti į politinį diskursą, socialinėse medijose sekant nenutrūkstamą politinių naujienų srautą, dalyvaujant įvairiose politinėse apklausose, išsakant savo nuomonę politiniais klausimais ar dalinantis aktualijomis su savo socialinio tinklo draugais, iš pirmo žvilgsnio atrodo kaip visuomenei lygias teises priimančias sprendimus valstybei aktualiais klausimais suteiksiantis įrankis. Tačiau socialinėse medijose sustiprėjusi selektyvumo politinių naujienų atranka, naujienų gavimo proceso personalizavimas ir dėl to besiformuojantys nauji informaciniai reiškiniai, tokie kaip filtro burbulai ir informaciniai šuliniai, verčia permąstyti naujų skaitmeninių medijų vaidmenį demokratinėje visuomenėje. Šiame straipsnyje analizuojama naujų, socialinėse medijose besiformuojančių informacinių reiškinų – informacinių šulinių ir filtro burbulų – galima įtaka politinių naujienų gavimo procesui. Detalai, tačiau koncentruotai, vienoje vietoje aptariami informacinių šulinių ir filtro burbulų susidarymo socialinėse medijose mechanizmai ir sąlygos, glaustai pristatomi iki šios dienos atliktų, šiuos reiškinius įrodančių tyrimų rezultatai. Straipsnyje nagrinėjamos politinių naujienų sklaidos socialinėse medijose galimybės bei dėl naujų informacinių reiškinų atsirandantys apribojimai įvairiapusiškos politinės informacijos gavimui. Aptariamos su šiais apribojimais susijusios politinių šalininkų naujienų suvokimo problemos, galimai kylantys kraštutiniai jų veiksmai bei įtaka demokratiniams procesams.

Pagrindiniai žodžiai: socialinės medijos; politinės naujienos; informaciniai šuliniai; filtro burbulai.

Threats to the Process of Receiving Political News from Echo Chambers and Filter Bubbles on Social Media

Abstract. The intensified selective exposure of political news on social media, personalization of the news receiving process, and emerging new information phenomena, such as filter bubbles and echo chambers, call for a rethink of the role of new digital media in a democratic society. This article analyzes the possible influence of new information phenomena on social media – information wells and filter bubbles – in receiving political news. The mechanisms and conditions of the formation of echo chambers and filter bubbles in social media are discussed in detail, and the results of the research conducted to date proving these phenomena are briefly presented. The article examines the possibilities of disseminating political news on social media and the restrictions on accessing comprehensive political information due to new information phenomena. The problems of political partisans' perception of the news related to these restrictions, their possible extreme actions, and their influence on democratic processes are discussed.

Keywords: social media; political news; echo chambers; filter bubbles.

Received: 2022-05-23. Accepted: 2020-12-19.

Copyright © 2022 Justina Januškevičiūtė. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Licence, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Per pastaruosius penkiolika metų socialinės medijos tapo ne tik neatsiejama visuomenės gyvenimo dalimi, naudojama beveik taip pat dažnai, kaip rašytinė spauda, tačiau buvo pradėtos vertinti kaip politinių naujienų šaltinis. „Eurobarometro“ žiniasklaidos priemonių naudojimo Europos Sąjungoje ataskaitos (2017) duomenimis, 58 proc. europiečių teigė socialinėmis medijomis besinaudojantys bent kartą per savaitę, o keturi iš dešimties – kasdien arba beveik kasdien. Taip pat daugėja europiečių, socialinių medijų kanalus vertinančių kaip politinių naujienų šaltinį: 59 proc. respondentų sutinka su teiginiu, jog socialiniai tinklalapiai gali sudominti politinėmis aktualijomis; beveik tiek pat žmonių, 57 proc. apklaustųjų, mano, jog socialinės medijos yra šiuolaikinė priemonė, padedanti neatsilikti nuo politinių aktualijų; o 54 proc. europiečių socialinius tinklalapius laiko tinkamu kanalu pasisakyti politiniais klausimais (Commission, 2017). Daugiau nei pusė visos Europos Sąjungos gyventojų ne tik kasdien naudojami socialinėmis medijomis, tačiau naudojami jomis tam, kad pasiektų politines naujienas arba išsakytų savo nuomonę politiniais klausimais.

Žmonėms vis dažniau naudojantis socialinėmis medijomis kaip politinių naujienų šaltiniu, socialinių medijų organizacijos ėmėsi priemonių šiai auditorijai kuo ilgiau išlaikyti socialinių medijų erdvėje. Viena iš tokių priemonių – tai žmonėms pateikiamas didesnis naujienų kiekis bei bendradarbiavimas su žiniasklaidos priemonėmis šiam tikslui pasiekti. Didžiausio socialinio tinklalapio „Facebook“ įkūrėjas Markas Zuckerbergas gana anksti priėmė sprendimą, jog vienas pagrindinių organizacijos tikslų – „Facebook“ naudotojams pateikti jiems įdomiausias, aktualesnias naujienas (Pariser, 2011). Šiam tikslui pasiekti socialinių medijų turinys imtas personalizuoti, pasitelkiant algoritmus. Būtent naujienų personalizavimas – pasitelkiant algoritmus žmonėms pateikiamos jų išankstinius nusistatymus atitinkančios naujienos – sukėlė vieną didžiausių grėsmių demokratiniam socialinių medijų potencialui.

Nepaisant vis dažniau juntamos socialinių medijų įtakos žmonių nuomonės formavimui, mokslininkai nevienareikšmiškai pasisako apie naujų informacinių reiškinių įtaką ar net raišką (Dubois & Blank, 2018; R. K. Garrett, 2009; Zuiderveen Borgesius et al., 2016). Dėl šios priežasties empiriniuose tyrimuose pateikiami argumentai neretai yra nukreipiami į arba prieš vieną iš informacinių reiškinių ar jų formavimosi perspektyvų. Taip pat koncentruojamasi į pavienes arba į ribotą skaičių socialinių medijų platformų, kurių analizė yra paprastesnė. Atsižvelgiant į ribotą egzistuojančių tyrimų apimtį šiame straipsnyje analizuojamos dvejų, bene daugiausia klausimų keliančių naujųjų informacinių reiškinių sąvokos, jų susidarymo perspektyvos ir sąlygos. Ši analizė leis pažvelgti į socialinėse medijose galimai besiformuojančių filtro burbulų ir informacinių šulinių keliamas grėsmes naujienų vartotojų informacinei elgsenai ir demokratiniams procesams.

Rengiant straipsnį remiamasi prielaida, jog socialinės medijos daro tiesioginę įtaką naujienų gavimo procesui, taip sukurdamos palankų kontekstą selektyviosios naujienų atrankos raiškai. Suintensyvėjusi selektyvioji naujienų atranka socialinėse medijose sukuria prielaidas tokiems naujiems informaciniams reiškiniams kaip filtro burbulai bei informaciniai šuliniai. Straipsnyje šie socialinių medijų reiškiniai analizuojami per politinių naujienų vartojimo prizmę, atsižvelgiant į tai, jog politinis šališkumas yra laikomas viena iš palankiausių sąlygų filtro burbulų ir informacinių šulinių formavimuisi.

Socialinių medijų kaip politinių naujienų šaltinio apibrėžtis ir pagrindinės savybės

Per beveik penkiolika metų socialinės medijos evoliucionavo ir iš vieno universiteto bendruomenės narius jungiančio vidinio tinklo tapo beveik visą pasaulį sujungusiu socialiniu tinklu. 2021 m. pradžioje socialinėmis medijomis naudojosi 4,2 milijardo registruotų vartotojų¹. Didžiausias socialinis tinklalapis „Facebook“, kiekvieną dieną sulaukiantis daugiau kaip 2,5 milijardo aktyvių naudotojų ir neapleidžiantis lyderio pozicijos nuo pat 2004-ųjų, teigia per dieną pasidalinantis didesniu naujienų kiekiu nei bet kuri kita žiniasklaidos priemonė per visą savo gyvavimo ciklą (Pariser, 2011).

Socialinės medijos apibrėžiamos kaip internetinės bendruomenės, kurios skatina socialines sąveikas tarp naudotojų ir išimtinai yra paremtos vartotojų generuojamu turiniu, o tai reiškia, jog vartotojai nustato diskusijos toną ir kryptį (Johnson et al., 2017). Pavyzdžiui, socialinis tinklalapis „Facebook“ ir mikrotinklaraštis „Twitter“ šį apibrėžimą atitinka todėl, kad jų naudotojai turi susikurti asmeninį profilį, kad galėtų jungtis ir sąveikauti su „draugais“, skelbdami (*angl.* posting), pamėgdami (*angl.* liking), dalindamiesi (*angl.* sharing) ir komentuodami (*angl.* commenting) tai, ką parašė kiti. Tinklaraščiai (*angl.* blogs) taip pat priskiriami socialinėms medijoms, kadangi yra paremti vartotojų sukurtu turiniu ir tarpusavio sąveika (Kushin & Yamamoto, 2010). Pamatiniai skirtumai tarp socialinių medijų platformų pasireiškia skirtingais socialinių santykių modeliais, kuriais yra susieti medijų naudotojai (Bakshy et al., 2015). Studijoje nurodoma, jog mikrotinklaraščio „Twitter“, tinklaraščių vartotojų tinklai dažniausiai yra siejami bendrų interesų, domėjimosi tomis pačiomis temomis, o „Facebook“ naudotojų tinklo pagrindą sudaro įvairus socialinis kontekstas, pavyzdžiui, mokyklos, darbo, šeimos ar kiti socialiniai ryšiai. Dėl šios priežasties šiame straipsnyje orientuojamasi į socialinės tinklaveikos svetaines, tokias kaip socialinis tinklalapis „Facebook“, kuris gali būti įvardijamas kaip viena tikslingiausių platformų tokiems informaciniams reiškiniams kaip filtro burbulai bei informaciniai šuliniai nagrinėti.

Socialinės medijos kaip naujienų šaltinis išpopuliarėjo dėl patogios informacijos sklaidos bei komunikacijos, galimybės ištraukti į diskusiją ir plėtoti socialinius ryšius su bendraminčiais. Tačiau kaip naujienų šaltinis šios platformos gali būti vertinamos iš skirtingų perspektyvų: viena vertus, tai sąlygiškai nemokamos, lengvai prieinamos ir naudojamos internetinės platformos, kuriose informacija sklinda lengvai ir greitai, todėl žmonės dažnu atveju yra suinteresuoti ir socialiniuose tinklalapiuose naujienų ieško patys; kita vertus, mažai kontroliuojamoje platformoje, kurioje naujienų šaltiniu, kanalu ar gavėju gali būti bet kuris socialinio tinklalapio naudotojas, pastebimai kinta naujienų ekosistema bei formuojasi naujienų vartojimo įpročius keičiantys informaciniai reiškiniai ir procesai. Teigiama, jog politinės naujienos pasiekia ir galimai daro įtaką auditorijai socialinėse medijose, panašiai kaip ir kitose medijose, tokiose kaip naujienų portalai ar tradicinė žiniasklaida (Bode, 2016). Anot mokslininkų, lengvo turinio naujienos socialiniuose tinklalapiuose padidina atskirtį tarp auditorijos politinių žinių ir skatina politinį

¹ <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.

cinizmą (Pearson & Knobloch-Westerwick, 2018). Kraštutinių nuomonių šalininkų teigimu, socialinių medijų naudotojai patys renkasi būti informaciniuose šuliniuose, taip išvengdami jų nuomonei prieštaraujančių politinių naujienų (Nelson & Webster, 2017), o politika nesidomintys arba mažai besidomintys vartotojai gali būti lengvai paveikiami. Dėl šių priežasčių į socialines medijas ir jose vykstančius naujienų ekosistemos procesus turi būti žiūrima taip pat rimtai, kaip į bet kurio kito naujienų gavimo kanalo.

Kadangi vis daugiau žmonių naujienas pasiekia per interaktyvias, naujasias platformas, tokias kaip socialinės medijos, neišvengiami ir pokyčiai naujienų vartojimo bei žurnalistikos suvokimo procesuose. Nenutrūkstamas naujienų srautas ir perteklius suformavo tam tikrą naujienų vartojimo elgesį, kuris savo ruožtu gali turėti įtakos naujienų vartotojų požiūriui į tradicines žurnalistikos normas ir praktikas. Keičiasi tokių žurnalistikos normų, kaip naujienų skaidrumas, objektyvumas ir patikimumas, ir tokių praktikų, kaip naujienų sklaidos greitis bei naujienų kokybė, suvokimas bei vertinimas (Lee et al., 2017).

Socialinėse medijose vyraujantis naujienų sklaidos greitis daro tiesioginę įtaką tiek naujienų kūrėjams, tiek naujienų gavėjams. Naujienų tiekėjai jaučia spaudimą naujienas jų gavėjams pateikti kaip įmanoma greičiau, dėl ko gali pastebimai nukentėti naujienų kokybė. Dėl didelio informacijos sklaidos greičio dažnai atvejais naujienos publikuojamos dar neužbaigtos. Taip naujienų ruošimo procesas, anksčiau vykęs užkulisiuose, pereidavęs faktų rinkimo ir apdoravimo etapus, tapo viešas (Karlsson, 2011). Naujienų gavėjai, matydami keletą naujų tos pačios naujienos versijų socialinėse medijose, gali būti skeptiškai nusiteikę žurnalistų objektyvumo, patikimumo ir etiškumo atžvilgiu (Lee et al., 2017). Nepaisant to, žmonės yra įpratę naujienas gauti nedelsiant, jaučia poreikį jas gauti dažnai tam tikriems įvykiams dar vykstant ir gali stebėti naujienų redagavimo procesą. Taip greitas, nuolatinis ir nenutrūkstantis naujienų ciklas sumažino naujienų gavėjų pasitikėjimą naujienų šaltiniu (Karlsson, 2011).

Socialinių medijų kontekste, naujienų gamybos procesui tapus atviram ir matomam auditorijai, pastaroji turi galimybę matyti ir suprasti šį procesą, todėl pasitikėjimas žiniasklaida natūraliai mažėja. Tradicinėje žiniasklaidoje dėl uždaro naujienų ruošimo proceso auditorija neturėjo kito pasirinkimo kaip pasitikėti žurnalistų darbu, kadangi nebuvo jokios išorinio proceso vertinimo ar poveikio procesui galimybės. Žiniasklaidos autoritetas bei galios centras tiesiogiai priklauso nuo naujienų gavėjų pasitikėjimo, o pastarasis yra glaudžiai susijęs su žurnalistų gebėjimu atlikti pagrindines žiniasklaidos funkcijas, tokias kaip tiesos sakymas (Karlsson, 2011). Galima prielaida, jog auditorijos pasitikėjimas žiniasklaida yra tiesiogiai susijęs su žurnalistinių praktikų pokyčiais, tiksliau, žurnalistų gebėjimu prisitaikyti prie socialinių medijų inicijuotų naujienų gavimo proceso pokyčių bei auditorijos požiūrio, kokios žurnalistinės praktikos yra teisingos. Tradicinės žurnalistikos atveju galios centru buvusi žiniasklaidos institucija šiandien prisitaiko prie auditorijos poreikių, siekdama ne tik patenkinti naujienų poreikį, tačiau susigrąžinti auditorijos pasitikėjimą. Taip dalį galios žiniasklaida perduoda naujienų gavėjams.

Pagrindinės žiniasklaidos funkcijos, tokios kaip tiesos sakymas, skaitmeninių medijų kontekste nedingo, tačiau joms pasiekti pradėti naudoti nauji būdai. Yra dvi tiesos sakymo strategijos: tradicinė ir skaidrumo strategija. Tradicinės strategijos atveju auditorijai perduodama patikrinta, galutinė informacija, o skaidrumu paremta strategija tiesą kuria

betarpiškame diskurse, todėl laikui bėgant tiesa gali keistis (Karlsson, 2011). Pirmosios strategijos atveju tiesa yra paremta žurnalistų gebėjimu tirti ir tikrinti informaciją, antriosios – atvirumu ir auditorijos dalyvavimu. Atvirumas kartu su atskaitomybe yra svarbiausios žiniasklaidos skaidrumo, glaudžiai susijusio su tiesa, sudedamosios dalys – tai reiškia būti sąžiningiems apie tai, kas yra žinoma ir kaip tos žinios buvo gautos (Singer, 2007). Iš skaidrios žurnalistikos tikimasi, jog naujienų organizacijos paaiškins savo sprendimus, o tai yra visiška priešingybė įprastam, tradiciniam naujienų gamybos procesui (Karlsson, 2011). Nors žiniasklaidos skaidrumas siejamas su politinėmis filosofijomis, pabrėžiančiomis visuomenės gebėjimą tikrinti valdžios institucijas, jis taip pat yra susietas su platesnėmis socialinėmis atsakomybėmis (Singer, 2007). Galima prielaida, jog nauja skaidrumo strategija, paremta auditorijos dalyvavimu ir žiniasklaidos atvirumu, taip pat yra nukreipta į tiesos sakymą kaip svarbiausią auditorijos pasitikėjimo žiniasklaida elementą.

Dėl pakitusio naujienų gamybos ir sklaidos greičio bei link auditorijos pasislinkusio galios centro keitėsi naujienų kokybė. Nors dėl naujienų gamybos greičio bei atviro redagavimo galima tikėtis kokybės suprastėjimo, pastebimi naujienų kokybės vertinimo pokyčiai. Tie žmonės, kurie yra linkę įsitraukti į naujienas socialinėse medijose, gali turėti kitokį požiūrį į tai, kas yra kokybiškos, geros naujienos. Pavyzdžiui, jie gali vertinti naujienas, kurios įtraukia piliečių žurnalistiką, nišinius tinklaraštininkus, arba naujienas, kurias auditorija vertina kaip laisvalaikio praleidimo būdą ar pramogą (Lee et al., 2017). Dėl šios priežasties naujienų redaktoriai, siekdami pateikti kokybiškas naujienas, atitinkančias visus žurnalistikos standartus, socialinėse medijose nepaisant naujienų turinio jas pateikia lengvesne, socialinėms medijoms priimtinesne forma (Lischka, 2018). Tokia naujienų forma gali sudaryti prastesnės kokybės išpūdį, nors pateikiamos tokios pačios naujienos, kaip ir tradicinėje žiniasklaidoje, gali būti keičiamos tik antraštės ar šalia naujienų pateikiami komentarai.

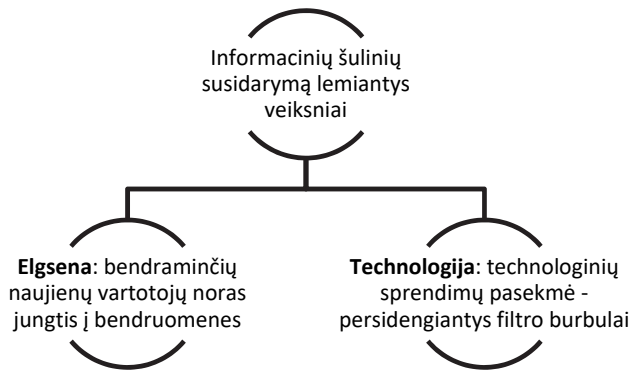
Selektyvioji politinių naujienų atranka: informacinių šulinių ir filtro burbulų susidarymo sąlygos ir priežastys

Selektyvioji naujienų atranka nėra naujas reiškinys, tačiau socialinių medijų kontekste įgavo pagreitį bei sulaukė didesnio susidomėjimo nei kada nors anksčiau. Selektivosios atrankos (*angl.* selective exposure) sąvoka apibūdinama kaip tikslingas išankstinius žmogaus įsitikinimus atitinkančios informacijos pasirinkimas (Stroud, 2007). Jis tampa svarbus vertinant internetinių naujienų (*angl.* online news) ir naujienų neprisijungus (*angl.* offline news) skirtumus. Selektvyioji atranka gali būti vertinama kaip bet koks sistemingas auditorijos šališkumas medijos, žinutės ar pasirinktų pranešimų atžvilgiu (Pearson & Knobloch-Westerwick, 2018). Tai viena pagrindinių sąvokų komunikacijos ir medijų moksluose, teigiančių, jog esant laisvam pasirinkimui individas rinksis tą naujienų turinį, kuris sustiprins jo išankstinius įsitikinimus (Cardenal et al., 2019). O skaitmeninėse medijose, stipriai išaugus naujienų šaltinių kiekiui ir atsiradus pastoviam naujienų pertekliui, žmonės renkasi tą naujienų turinį, kuris yra artimesnis jų požiūriui ir interesams, kadangi neturi galimybės panaudoti viso jiems pateikiamo naujienų turinio.

Selektyvioji naujienų atranka dažnai aptariama kartu su kognityvinio disonanso teorija, davusia pagrindą selektyviosios naujienų atrankos teorijai ir paskatinusiai tolesnius jos tyrimus (Miller et al., 2015). Kognityvinis disonansas – tai psichologinė įtampa, kuri gali atsirasti, kada individas susiduria su informacija, nesuderinama su kitais aspektais (pavyzdžiui, rūkančiam žmogui pateikus informaciją apie rūkymo žalą, gali būti juntamas kognityvinis disonansas) (Bardin et al., 2018). Atsiradusi įtampa individui yra tokia nepatogi, jog motyvuoja ateityje vengti tokios informacijos, kuri sukeltų tokią įtampą, dar kitaip apibūdinamą kaip kognityvinį disonansą. Sąmoningas išankstiniam požiūriui prieštaraujančios informacijos vengimas taip pat sustiprina ir selektyvią gaunamos informacijos atranką.

Selektyviosios atrankos proceso stiprėjimas, kartu padidinantis požiūrių poliarizaciją, yra vertinamas kaip nepageidaujamas Sąmoningos demokratijos teorijos perspektyvoje, kuriai ypač svarbus pilietinis diskursas ir konfrontacija su skirtingomis, išankstiniams požiūriams prieštaraujančiomis nuomonėmis (Dylko, 2016). Tačiau selektyvioji naujienų atranka nevyksta besąlygiškai, o, kaip ir politinė homofilija diskusijose, priklauso nuo aplinkybių (Boulianne et al., 2020). Tam tikrame kontekste selektyvioji naujienų atranka pasireiškia stipriau, pavyzdžiui, yra akivaizdžiai matoma tarp žmonių, pasižyminčių stipriais partiniais ryšiais, aiškiai išreikšta politine pakraipa. Teigiama, jog tiesioginės politinės informacijos selektyvioji atranka sukuria vadinamuosius informacinius šulinius, kuriuose individai, save stipriai asocijuojantys su tam tikra politine partija, dar labiau sustiprina išankstinį nusistatymą bei gali perimti kraštutines pažiūras tam, kad atspindėtų grupės normas arba įgytų pagarbą toje grupėje (Johnson et al., 2017; Stroud, 2010).

Informacinių šulinių sąvoka mokslininkų darbuose dažnai aptariama iš dviejų skirtingų perspektyvų: vieni ją apibrėžia kaip naujienų vartotojų norą jungtis į bendraminčių bendruomenes homogeniškoms diskusijoms, kiti – kaip interaktyvių platformų informacinių mechanizmų, tokių kaip naujienų personalizavimas ir filtro burbulai, rezultata. Pirmuoju požiūriu teigiama, jog informaciniai šuliniai susidaro, kai žmonės, turintys tokias pačias pažiūras ir interesus, renkasi bendravimą tarpusavyje. Individai ieško ir dalinasi tokia informacija, kuri atitinka jų grupės normas ir stiprina išankstinius įsitikinimus (Dubois & Blank, 2018). Antrasis požiūris informacinius šulinius apibrėžia kaip natūralią komercinių socialinių medijų tikslų pasekmę, kada stipriai sutampa tarpusavyje sąveikaujančių asmenų filtro burbulai (Geschke et al., 2019; Khosravini, 2017). Pirmoji perspektyva informacinius šulinius apibrėžia kaip auditorijos elgsenos, savarankiško pasirinkimo pasekmę, antroji – kaip technologinę, susikertančių filtro burbulų, į kuriuos žmonės patenka dėl socialinių medijų algoritmų veiklos, pasekmę (žr. 1 paveikslą). Politinių pažiūrų homogeniškumas gali būti analizuojamas iš abiejų informacinių šulinių apibrėžties perspektyvų. Politiniai informaciniai šuliniai gali būti vertinami kaip homofilija (žmonių polinkis sąveikauti su į save panašiais individualais (Cardenal et al., 2019), priskiriamas elgsenos perspektyvai) ar naujienų vienalytiškumas, bendramintiškumas ir įvairiapusiškos informacijos trūkumas (technologinė perspektyva) (Boulianne et al., 2020). Dėl šios priežasties politinės naujienos yra vienas tinkamiausių tyrimo objektų analizuojant informacinių šulinių susidarymo priežastis.

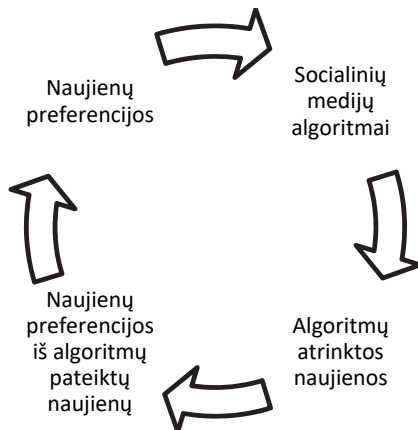


1 paveikslas. **Informacinių šulinių susidarymo perspektyvos** (sudaryta autorės)

Kaip vienos svarbiausių informacinių šulinių susidarymo priežasčių išskiriamos: auditorijos susiskaidymas, kitaip dar įvardijamas kaip fragmentacija, ir auditorijų poliarizacija. Dėl šaltinių įvairovės ir naujienų pasirinkimo auditorijos yra susiskaidžiusios ir galimai poliarizuotos, atsižvelgiant į jų pasirinkimus, nulemtus išankstinių preferencijų. Susiskaidymas, arba kitaip fragmentacija, apibūdina procesą, kurio metu auditorija, anksčiau koncentruota į tris ar keturias matymo alternatyvas, pasiskirsto kur kas plačiau (Dubois & Blank, 2018). O poliarizacija vyksta tada, kai tam tikros auditorijos atsiskiria nuo kitų ir segmentuojasi pagal klausimą ar interesus. Poliarizuotos grupės susivienija ir pasislenka ne link vidutinių ankstesnių nuostatų, tačiau link ekstremalesnės tų pačių nuostatų pozicijos (Sunstein, 2002). Tokiu būdu informaciniai šuliniai gali būti žalingi, kadangi auditorijos nuomonės gali tapti kraštutinės ir sukelti tokias pačias pasekmes.

Filtro burbulų kaip atskiro informacinio reiškinio egzistavimas retai analizuojamas. Šis reiškinys dažniausiai vertinamas kaip informacinių šulinių pasekmė arba, priešingai, kaip veiksnys, paskatinantis informacinio šulinio formavimąsi. Filtro burbulai (*angl.* filter bubbles) – tai reiškinys socialinių medijų platformose, kada socialinių medijų algoritmai, pritaikantys ir personalizuojantys kiekvieno naudotojo internetinę patirtį, patalpina naudotoją į burbulą, kuriame jį pasiekianti informacija atitinka jo ankstesnę informacinę elgseną (Pariser, 2011). Taip pat filtro burbulai apibūdinami kaip individualus informacijos paieškos, suvokimo, atrankos ir atsiminimo rezultatas, dėl kurio atskiri naujienų vartotojai iš daugybės egzistuojančios informacijos gauna tik jiems pritaikytas, jų turimas nuostatas atitinkančias naujienas (Geschke et al., 2019). Atsižvelgiant į skirtingas sąvokos apibrėžtis „filtro burbulai“ apibūdinami kaip technologinis, algoritmais paremtas procesas, kuris gali būti vertinamas kaip bendras žmogaus elgsenos ir technologijų veikimo rezultatas. Prieš pateikdamas į informacinį burbulą naujienų vartotojas sukaupia tam tikrą elgsenos istoriją, atspindinčią jo naujienų pasirinkimus ir preferencijas, kuria vėliau naudojasi socialinių medijų algoritmai, pateikdami personalizuotą turinį (žr. 2 paveikslą). Tokiu būdu informacinis burbulas stiprėja, kas kartą naujienų naudotojui pateikiant jo ankstesnes preferencijas atitinkantį turinį. Nors naujienų vartotojas gauna socialinių medijų algoritmu

jam parinktas naujienas, tai, su kuriomis naujienomis jis pasirenka susipažinti, priklauso nuo jo aktyvaus veiksmo, t. y. pasirinkimo. 2 paveiksle pavaizduotas nenutrūkstantis, ciklinis procesas, jei socialinių medijų naudotojas nuolat renka jam algoritmų atrinktas, ankstesnius jo veiksmus atspindinčias naujienas ir tokiu būdu daro įtaką tolesniems algoritmų veiksmams.



2 paveikslas. **Informacinio burbulu susidarymo procesas** (sudaryta autorės)

Socialinės medijos paskatino filtro burbulų, o kartu ir informacinių šulinių susidarymą, suteikdamos galimybę auditorijai pateikti personalizuotą turinį. Socialiniame tinklalapyje „Facebook“ naujienų personalizavimas įgalintas 2011 m. vasarį, suteikiant sąlygas trečiųjų šalių aplikacijoms prieiti prie asmeninių vartotojų duomenų ir pateikti jiems pritaikytą turinį (Beretich, 2016). Moksliniai tyrimai taip pat patvirtina turinio personalizavimo mechanizmų įtaką selektyviosios naujienų atrankos stiprėjimui. Pavyzdžiui, autoriai (Dylko et al., 2017) teigia, jog tokios turinio pritaikymo technologijos kaip algoritmai sustiprino politinę selektyviąją atranką (Dylko et al., 2017). Taikant šias technologijas padidėjo paspaudimų skaičius ant išankstinės naujienų vartotojų nuomos atitinkančių straipsnių bei pailgėjo jų skaitymo laikas. Tai reiškia, jog, tyrimų duomenimis, socialinėse medijose identifikuojamos palankios sąlygos selektyviajai naujienų atrankai bei filtro burbulams ir informaciniams šuliniams susidaryti.

Vertinant socialinių medijų algoritmų įtaką filtro burbulų ir informacinių šulinių susidarymui, negalima pamiršti ir paties individo elgsenos. Socialinė homofilija, arba kitaip noras jungtis su į save panašiais individais, taip pat vertinama kaip stiprus veiksnys, lemiantis informacinių šulinių ir filtro burbulų susidarymą. Autoriai (Bakshy et al., 2015) išanalizavo daugiau nei 10 milijonų „Facebook“ socialinio tinklalapio vartotojų, identifikavusių save kaip liberalių, neutralių arba konservatyvių politinių pažiūrų. Dėl to, jog „Facebook“ vartotojai savo socialiniame tinkle turėjo daugiau draugų, pasižyminčių tokia pačia politine orientacija, tyrimo rezultatai parodė, jog dauguma informacijos atrankos veiksmų yra homofilijos rezultatas (Bakshy et al., 2015). Galima teigti, jog į informacinį šulinį dėl homofilijos žmonės patenka savo noru, tai yra pasirinkdami į save panašius socialinio tinklo draugus. Tokiu atveju socialinių medijų algoritmų filtro burbulai negali

būti vertinami kaip vienintelė informacinių šulinių susidarymo sąlyga – žmonių asmeninis pasirinkimas, su kuo sąveikauti socialinių medijų platformose, taip pat turi didelės įtakos.

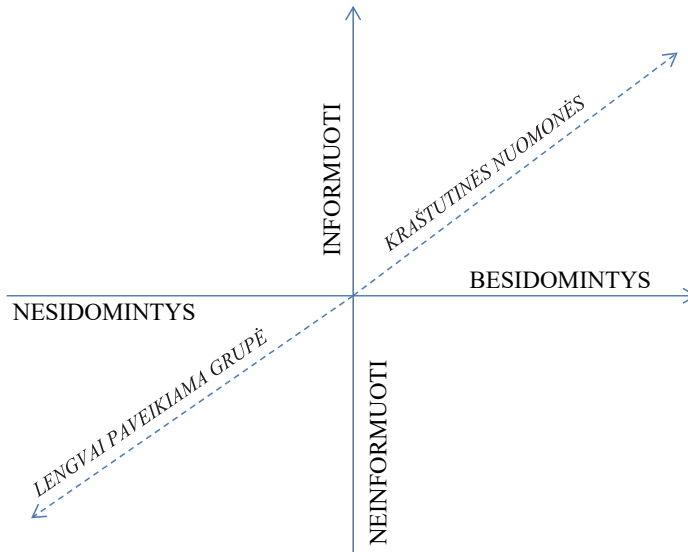
Tačiau individų elgsenos ir technologinės informacinių šulinių susidarymo priežastys nėra vertinamos vienodai. Moksliniai tyrimai rodo, jog technologiniai naujienų personalizavimo veiksniai padidino selektyviają politinių naujienų atranką, o pačių individų pasirinkimai ją sumažino (Beam, 2014; Dylko et al., 2017). Socialinių medijų algoritmai, personalizuojantys naujienų naudotojų gaunamą turinį, kaip jau minėta anksčiau, padidino auditorijos įsitraukimą į išankstines nuostatas atitinkantį turinį, bet kartu nesustiprino noro išvengti prieštaraujančių nuomonių naujienų turinio. Deja, žmonių motyvacija rinktis jų požiūrį atitinkančias naujienas yra stipresnė nei noras išvengti jų nuomonei kontrastingų naujienų (K. R. Garrett, 2009). Remiantis šiomis tyrimų išvadomis galima teigti, jog socialinių medijų algoritmai, parinkdami personalizuotas politines naujienas naudotojams, daro didesnę įtaką informacinių šulinių susidarymui nei pačių žmonių elgsena. Jei individas nėra motyvuotas domėtis kontrastingomis jo požiūriui naujienomis, jo polinkis rinktis nuomonę palaikančią turinį bus dar labiau sustiprintas socialinių medijų algoritmų ir taip padidins tikimybę atsidurti informaciniame šulinyje.

Informacinių šulinių ir filtro burbulų įtaka demokratiniam procesams: informacinių reiškinių keliamą grėsmę politinių naujienų suvokimui

Kalbant apie politinę informaciją ir naujienas, susirūpinimą kelia dvi auditorijos segmentavimo kryptys. Pirmoji – tai atskirtis tarp tų, kurie yra informuoti apie politiką, ir tų, kurie nėra. Antroji – tai politinė poliarizacija tarp bent šiek tiek politiką besidominčių individų ir visiškai nesidominčiųjų. Šioje vietoje informacinio šulinio susiformavimas gali turėti itin neigiamų pasekmių demokratinėi politinei sistemai, kuri funkcionuoja tik tuo atveju, jei auditorija kalbasi tarpusavyje ir taip randa kompromisus arba tampa labiau informuota (Dubois & Blank, 2018). Tad, jeigu informacinis šulinys susiformuotų aplink politiką nesidominčių individų bendruomenę, tokia žmonių grupė būtų silpnai informuota arba visai neinformuota, todėl nedalyvautų lygiavertėje politinėje diskusijoje ir būtų lengvai paveikiama kitų, suinteresuotų politinių grupių. O politiškai suinteresuotų šalininkų informacinis šulinys dar labiau sustiprintų homogeniškos grupės pažiūras ir įsitikinimą jų teisumu.

Informaciniai šuliniai, keliantys didžiausią grėsmę demokratiniam procesams visuomenėje, formuojasi apie šias dvi stipriausiai poliarizuotas naujienų vartotojų grupes – politiškai informuotus ir neinformuotus naujienų vartotojus bei politiką aktyviai besidominčius ir politiką nesidominčius naujienų vartotojus (žr. 3 paveikslą). Kuo stipresnė kiekvienos iš naujienų vartotojų grupių poliarizacija, tuo ryškiau gali pasireikšti šalutiniai poliarizacijos efektai – informacinio šulinio susiformavimas. 3 paveiksle pavaizduotas šių naujienų vartotojų grupių poliarizacijos procesas, kur matyti, jog stipriausi informaciniai šuliniai gali susiformuoti tarp dviejų politinių naujienų naudotojų grupių: politinėmis naujienomis besidominčių ir apie politines aktualijas gerai informuotų naujienų naudotojų bei politinėmis naujienomis nesidominčių ir prastai informuotų arba visai neinformuotų naujienų naudotojų. Galima daryti prielaidą, jog į pirmąjį informacinį šulinį patekė

naujienu naudotojai gali dar labiau sustiprinti savo išankstines nuomones ir įsitikinimus, stiprindami juos sąveikų su bendraminčiais metu, ir taip pereiti prie kraštutinių nuomonių suformavimo. Antrajame informaciniame šulinyje esantys naujienu naudotojai, nesidomintys politika ir prastai apie ją informuoti, taip pat gali tapti lengviausiai suinteresuotų politinių jėgų paveikiama visuomenės grupe. Taigi, kuo stipresni šių informacinių šulinių auditorijų bruožai, tuo didesnę neigiamą įtaką jie gali turėti demokratiniais procesams.



3 paveikslas. **Paveikiami politiniai informaciniai šuliniai demokratinuose procesuose (sudaryta autorės)**

Politika aktyviai besidomintys, todėl gerai informuoti ir aiškia politinę kryptį turintys individai yra labiau įsitikinę savo teisumu, todėl stipriau gina savo politines pažiūras. Gynybinė pozicija verčia dvejoti prieštaraujančiomis nuomonėmis dėl patiriamo stipresnio kognityvinio disonanso nei silpnesnes politines pozicijas turintiems asmenims (Dylko et al., 2017). Galima teigti, jog tokie individai yra labiau linkę laikytis savo išankstinės nuomonės, dėl to dažniau sąveikauja su tokias pačias pažiūras ir nuostatas turinčiais individualais, taip formuodami ir stiprindami informacinį šulinį. Tačiau tie žmonės, kurie palaiko politines partijas, yra labiau linkę peržiūrėti jų pažiūroms prieštaraujančias naujienas nei tie, kurie savęs kaip tam tikros partijos šalininko aiškiai neidentifikuoja (Beam, 2014). Tokie veiksmai taip pat gali būti atliekami siekiant sustiprinti pirminius įsitikinimus, apginti „teisingą“ nuomonę. Tokiu būdu individai, turintys aiškia politinę pakraipą bei besidomintys politika, patekę į informacinį šulinį sunkiai iš jo išstrunka, tačiau, priešingai nei politika nesidomintys ir savęs kaip tam tikros politinės pakraipos šalininko neidentifikuojantys individai, vis tiek gali palaikyti demokratiniais procesams būtina politinę diskusiją. Deja, kraštutinės nuomonės taip pat gali būti ginamos kraštutiniais būdais ir priemonėmis, taip prarandant galimybę plėtoti produktyvią politinę diskusiją.

Išvados

Šiame straipsnyje atlikta socialinių medijų įtakos naujų informacinių reiškinių formavimosi ir politinių naujienų gavimo procesui literatūros apžvalga, pateiktos išvados apie jau atliktus tyrimus, jų privalumus ir nepakankamumą. Tokių ypatingą reikšmę socialinių medijų kontekste įgavusių reiškinių kaip filtro burbulai ir informaciniai šuliniai sąvokos apibrėžtos remiantis dviem teoriniais konceptais – socialiniu ir technologiniu. Šiuos konceptus savo darbuose nagrinėję mokslininkai pateikė skirtingus argumentus, pagrindžiančius straipsnyje analizuojamų informacinių reiškinių egzistavimą bei poveikį politinių naujienų gavimo procesams. Atsižvelgiant į tai, jog skirtingų teorinių perspektyvų argumentai papildė filtro burbulų ir informacinių šulinių sąvokas naujais, skirtinguose konceptuose trūkstamais argumentais, pateikiamos naujos išvados apie šių reiškinių sąvokas, jų susidarymo sąlygas ir priežastis.

Iki šios dienos atlikti socialinių medijų kaip naujienų šaltinio tyrimai, kuriais siekiama nustatyti, ar informaciniai šuliniai ir filtro burbulai turi įtakos žmonių pasirinkimams, rodo, jog egzistuoja tam tikri dėsningumai. Nors išsiskiria mokslininkų požiūriai, kas yra atsakingas už šių dėsningumų atsiradimą ir vystymąsi – technologiniai socialinių medijų platformų sprendimai ar pačių socialinių medijų naudotojų elgsena, – aišku tai, jog jie daro įtaką žmonių informacinei elgsenai ir sprendimams. Filtro burbulai tam tikrais aspektais apriboja socialinių medijų naudotojų gaunamų naujienų įvairiapusiškumą, o, patekus į informacinius šulinius, individų natūralus elgsenys pasikeičia, nes yra skatinamas arba ribojamas informacinio konteksto.

Socialinės medijos, sustiprinusios selektyviąją naujienų atranką, kartu paskatino filtro burbulų ir informacinių šulinių formavimąsi. Šiems reiškiniams vystytis suteikiamos palankios sąlygos, tokios kaip įgalintas naujienų personalizavimas, lengvas vartotojų elgsenos stebėjimas, galimybė jungtis į socialinius tinklus su bendraminčiais. Informaciniai šuliniai, anot mokslininkų, gali būti vertinami iš dviejų perspektyvų: žmonių elgsenos, kai patys žmonės nori jungtis ir dalintis informacija su į save panašiais asmenimis, ir technologinės – kai informaciniai šuliniai susiformuoja apie stipriai sutampančius, algoritmų suformuotus filtro burbulus. Tačiau analizuojant atliktus tyrimus prieita prie išvados, jog šios perspektyvos negali būti vertinamos kaip du atskiri požiūriai į informacinius šulinius. Tam, kad informacinis šulinys stipriai įtrauktų socialinių tinklų naudotojus, pastarieji turi būti aktyviai įsitraukę į jiems pateikiamą naujienų turinį – tai yra rinktis jį skaityti, juo dalintis, diskutuoti ar kitaip su juo sąveikauti. Tokią išvadą apie informacinius šulinius padarė ir mokslininkai, atradę, jog filtro burbulai, pateikiantys auditorijai personalizuotą informaciją, sustiprino selektyviąją politinių naujienų atranką.

Filtro burbulai, kurie socialinių medijų naudotojams nuolat pateikia personalizuotą turinį, tobulomis aplinkybėmis galėtų būti vertinami kaip ciklinis procesas. Filtro burbulai mokosi iš socialinių medijų naudotojų informacinės elgsenos, kuri taip pat gali būti paveikta filtro burbulė individą pasiekiančios, jam parinktos informacijos. Tokiu būdu, jei žmogus nepakeičia savo elgsenos, didėja tikimybė būti įtrauktam į informacinį šulinį.

Analizuojant skirtingas perspektyvas nagrinėjančių mokslininkų darbus sudarytos naujos informacinių šulinių ir filtro burbulų sąvokos apibrėžiančios ir paaiškinančios

schemos (žr. 2 ir 3 paveikslus). Šiose schemose atitinkamai vaizduojami filtro burbulų susidarymo ir stiprinimo procesas bei galimas informacinio šulinio poveikis politinių šalininkų grupėms ir jų informacinei elgsenai. Informacinio šulinio paveikta informacinė elgsena gali turėti įtakos vėlesniems politinio šalininko veiksams bei tokiu būdu paveikti demokratinius procesus valstybėje.

Kaip didžiausia grėsmė demokratiniam procesams įvardijami skirtingas poliarizuotas žmonių grupes apimantys du politiniai informaciniai šuliniai: politinėmis naujienomis besidominčių ir apie politines aktualijas gerai informuotų naujienų naudotojų; politinėmis naujienomis nesidominčių ir prastai informuotų arba visai neinformuotų naujienų naudotojų informacinis šulinys. Kaip didžiausia grėsmė sąmoningiems demokratiniam procesams šie informaciniai šuliniai įvardijami dėl galimų kraštutinių padarinių ir veiksnių į juos patekusių žmonių atžvilgiu. Pirmojo, neinformuotų ir politinėmis aktualijomis nesidominčių žmonių informacinio šulinio atveju galimos dvi neigiamos pasekmės. Pirmą, žmonės, patekę į šį šulinį, neturi pakankamai informacijos ir žinių, todėl negali dalyvauti arba lieka neišgirsti politinėse diskusijose, taigi negali būti pilnaverčiais demokratinio proceso dalyviais. Antra, šiame informaciniame šulinyje naujienų vartotojai neturi griežtos pozicijos ar išankstinių nuostatų, todėl gali būti lengviau pasiekiami ir įtikinami suinteresuotųjų politinių grupių. Antrojo, gerai informuotų ir politinėmis naujienomis besidominčių naujienų vartotojų informacinio šulinio atveju žmonės, patekę į tokį šulinį, ne tik dar labiau sustiprina savo išankstinius įsitikinimus, tačiau gali susidaryti kraštutines nuomones ir požiūrius, vedančius link kraštutinių veiksnių. Kraštutinės nuomonės gali reikšti ne tik į sutarimą nevedančias diskusijas tarp skirtingų pažiūrų politinių grupių, tačiau ir politinius protestus ar kitus kraštutinius veiksmus.

Susidūręs šiems dviem informaciniams šuliniams, kurie atspindėtų kraštutinumus tarp poliarizuotų naujienų vartotojų grupių, galėtų būti pastebimos vienos didžiausių demokratinio proceso silpnųjų. Kraštutinių politinių pažiūrų auditorija, diskusijose tvirtai besilaikanti savo nuomonės, nebūtų linkusi išklaudyti ar ieškoti bendro sutarimo su silpnesne, tvirtos politinės pozicijos neturinčia auditorija. Prastai informuota, politika nesidominti auditorija gali būti nelaikoma lygiaverte sprendimų priėmimo proceso dalyve. Tokiu būdu informaciniai šuliniai ir filtro burbulai gali tapti įrankiu, padidinsiančiu nelygybę tarp visuomenės narių vykiančiose diskusijose bei demokratinuose procesuose.

Literatūra

Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>

Bardin, B., Vidal, P., Facca, L., Dumas, R., & Perrissol, S. (2018). The Effect of Information Quality Evaluation on Selective Exposure in Informational Cognitive Dissonance: The Role of Information Novelty. *International Review of Social Psychology*, 31(1), 21. <https://doi.org/10.5334/irsp.173>

Beam, M. A. (2014). Automating the News: How Personalized News Recommender System Design Choices Impact News Reception. *Communication Research*, 41(8), 1019–1041. <https://doi.org/10.1177/0093650213497979>

Beretich, T. M. (2016). How Online Tracking and the Filter Bubble Have Come to Define Who We Are. *SSRN Electronic Journal*, October. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2878750>

- Bode, L. (2016). Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media. *Mass Communication and Society*, 19(1), 24–48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045149>
- Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2020). Right-wing populism, social media and echo chambers in Western democracies. *New Media and Society*, 22(4), 683–699. <https://doi.org/10.1177/1461444819893983>
- Cardenal, A. S., Aguilar-Paredes, C., Galais, C., & Pérez-Montoro, M. (2019). Digital Technologies and Selective Exposure: How Choice and Filter Bubbles Shape News Media Exposure. *International Journal of Press/Politics*, 24(4), 465–486. <https://doi.org/10.1177/1940161219862988>
- European Commission. (2017). *Standard Eurobarometer 88 Autumn 2017: Media use in the European Union* (Issue November). <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82786>
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information Communication and Society*, 21(5), 729–745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Dylko, I. B. (2016). How Technology Encourages Political Selective Exposure. *Communication Theory*, 26(4), 389–409. <https://doi.org/10.1111/comt.12089>
- Dylko, I., Dolgov, I., Hoffman, W., Eckhart, N., Molina, M., & Aaziz, O. (2017). The dark side of technology: An experimental investigation of the influence of customizability technology on online political selective exposure. *Computers in Human Behavior*, 73(August), 181–190. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.031>
- Garrett, K. R. (2009). Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate. *Journal of Communication*, 59(4), 676–699. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01452.x>
- Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265–285. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01440.x>
- 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. <https://doi.org/10.1111/bjso.12286>
- Johnson, T. J., Kaye, B. K., & Lee, A. M. (2017). Blinded by the Spite? Path Model of Political Attitudes, Selectivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*, 25(3), 181–196. <https://doi.org/10.1080/15456870.2017.1324454>
- Karlsson, M. (2011). The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, 12(3), 279–295. <https://doi.org/10.1177/1464884910388223>
- Khosravini, M. (2017). Right wing populism in the west: Social media discourse and echo chambers. *Insight Turkey*, 19(3), 53–68. <https://doi.org/10.25253/99.2017193.04>
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608–630. <https://doi.org/10.1080/15205436.2010.516863>
- Lee, S. K., Lindsey, N. J., & Kim, K. S. (2017). The effects of news consumption via social media and news information overload on perceptions of journalistic norms and practices. *Computers in Human Behavior*, 75, 254–263. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.007>
- Lischka, J. A. (2018). Logics in social media news making: How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884918788472>
- Miller, M. K., Clark, D. J., & Jehle, A. (2015). Cognitive Dissonance Theory (Festinger). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1(January 2015), 543–549. <https://doi.org/DOI:10.1002/9781405165518.wbeos0107>
- Nelson, J. L., & Webster, J. G. (2017). The myth of partisan selective exposure: A portrait of the online political news audience. *Social Media and Society*, 3(3). <https://doi.org/10.1177/2056305117729314>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. The Penguin Press.
- Pearson, G. D. H., & Knobloch-Westerwick, S. (2018). Perusing pages and skimming screens: Exploring differing patterns of selective exposure to hard news and professional sources in online and print news. *New Media and Society*, 20(10), 3580–3596. <https://doi.org/10.1177/1461444818755565>
- Singer, J. B. (2007). Contested autonomy: Professional and popular claims on journalistic norms. *Journalism Studies*, 8(1), 79–95. <https://doi.org/10.1080/14616700601056866>

Stroud, N. J. (2007). Media effects, selective exposure, and fahrenheit 9/11. *Political Communication*, 24(4), 415–432. <https://doi.org/10.1080/10584600701641565>

Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>

Sunstein, C. (2002). The Law of Group Polarization. *The Journal of Political Philosophy*, 10(2), 175–195. <https://doi.org/10.1002/9780470690734.ch4>

Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>