

”ANDRA UNDVIKER INFORMATION SOM TALAR EMOT DERAS ÅSIKTER, MEN INTE JAG”

PETER M. DAHLGREN

Sammanfattning

Har du någonsin tänkt att du är bättre än alla andra? Då är du i gott sällskap, för vi människor tenderar att sätta fler positiva etiketter på oss själva jämfört med vad vi sätter på andra. I det här kapitlet ser vi samma sak när det gäller vilka som undviker information. Ungefär 16 procent av svenska befolkningen säger att de själva undviker information som går emot deras åsikter, men däremot säger ungefär 63 procent av befolkningen att *andra* undviker sådan information. Det finns alltså ett stort glapp mellan vad medborgarna tror om andra och vad de själva säger att de gör. Det här glappet kan påverka hur vi ser på andra människors kunskapsnivå och vilken slags information de tar till sig, liksom hur vi tycker att digitala medieplattformar bör utformas.

Samhällsdiskussionen framstår ibland som om det är ett givet naturtillstånd att människor undviker information som de inte tycker om. Vi pratar om allt från filterbubblor och ekokammare till selektiv exponering och fakta- eller kunskapsresistens. Men som redan antytts i sammanfattningen är det bara en minoritet som undviker information samtidigt som en stor majoritet tror att andra gör det. Vad beror detta gap på? En viktig förklaring som det här kapitlet ska fokusera på är *tredjepersonseffekten*, vilket i korthet betyder att ”andra påverkas, men inte jag”. Innan detta fenomen beskrivs mer ingående ska vi däremot först göra en kort rundtur i filterbubblornas värld, för att sedan se vilka grupper av medborgare som faktiskt säger sig undvika information och vad de tror om andra.

Filterbubblor – en seglivad myt

När Donald Trump vann presidentvalet i USA 2016 uppstod debatter om filterbubblor. Det påstods att amerikanska medborgarna bara läste nyheter som bekräftade deras befintliga åsikter, och detta förstärktes ytterligare av algoritmerna på exempelvis Facebook, Google och YouTube. Samma argument har använts för att förklara Storbritanniens utträde ur EU (Brexit), liksom högerpopulistiska partiers framgångar i bland annat Brasilien (Fisher & Taub, 2019). Trots att filterbubblor till stor del är en seglivad myt utan större förankring i verkligheten (Bruns, 2019; Dahlgren, 2018, 2019; Zuiderveen Borgesius m.fl., 2016), har de ändå tenderat

att beskrivas som ett faktum även i svenska medier samtidigt som få kritiska röster kommit till tals (Henriksson, 2017).

Det är dessutom en minoritet som säger att de bara tar del av nyheter som stämmer överens med deras politiska åsikter på sociala medier, vilket bland annat framgår av en undersökning under 2017 i Sverige och sju andra västeuropeiska länder (Matsa m.fl., 2018). Runt 22 procent av svenskarna uppgav även i början av 2019 att de undviker nyheter, främst på grund av att nyheterna påverkar deras humör negativt (Newman m.fl., 2019). Liknande slutsatser om att informationsundvikande är relativt sällsynt har ekat upprepade gånger i olika undersökningar genom åren (t.ex. Arceneaux & Johnson, 2019; Garrett, 2009; Malinen m.fl., 2018; Sears & Freedman, 1967; Sweeny m.fl., 2010). Hur kan det komma sig att dessa fenomen å ena sidan verkar vara begränsade till en minoritet, men å andra sidan diskuteras som om de förekommer överallt? En viktig förklaring kan vara tredjepersonseffekten.

Tredjepersonseffekten: andra påverkas, men inte jag

Tredjepersonseffekten handlar om hur människor tror att de själva respektive andra påverkas av mediernas innehåll, och kan i korta drag sammanfattas som att *andra påverkas, men inte jag* (Davison, 1983). Du som läser det här undviker naturligtvis inte information som talar emot dina åsikter, och inte jag som skriver heller, men det gör ju däremot de där *andra*. Det är de som är tredje person.

Tredjepersonseffekten handlar främst om uppfattningen om medieinnehålls förmåga att påverka, men tredjepersonseffekten kan ses som en del av ett bredare psykologiskt fenomen som innebär att vi gärna ser oss själva i bättre dager i jämförelse med andra (så kallad *self-serving bias*). Det är en förklaring till att en majoritet tror sig vara smartare än genomsnittet (Heck m.fl., 2018), tror sig vara mer moraliska än andra (Tappin & McKay, 2017), eller tror sig vara bättre på att upptäcka falska nyheter än andra (Corbu m.fl., 2020).

Skillnaden mellan vad man tror om sig själv och vad man tror om andra (vilket vi kan kalla *själv/andra-gapet*) är dessutom ofta väldigt stort.¹ Det finns mängder med förklaringar till varför detta gap existerar (se t.ex. Perloff, 1999; Kenny & West, 2010), men den mest grundläggande förklaringen handlar om att vi har direkttillgång till våra egna tankar men vi kan bara indirekt ta reda på vad andra tänker (genom att observera vad de säger eller gör). Det leder till en mängd snedvridningar i vårt sätt att tänka och framför allt vad vi fäster vår uppmärksamhet på. Exempelvis tenderar vi att se våra egna handlingar utifrån hur omgivningen påverkar oss ("jag kom försent till jobbet för att det var mycket trafik"), medan vi ser andras handlingar som ett karaktärsdrag hos individen ifråga ("han kom försent till jobbet för att han är dålig på att planera"). Det är ett fundamentalt sätt för oss människor att tänka (Ross, 1977), även om det finns en del kulturella skillnader (Järvå & Dahlgren, 2013).

Få undviker information, men en majoritet tror andra gör det

Vilka är det då som undviker information som talar emot deras åsikter? Om vi vänder blicken mot svenska befolkningen, och mer specifikt figur 1 med data från den nationella SOM-undersökningen 2019, så säger ungefär 16 procent av svenskarna att de själva undviker information som går emot deras åsikter eller övertygelser, medan 63 procent av befolkningen tror att *andra* undviker sådan information. Det är en skillnad på 47 procentenheter, vilket är ett ansevärt gap.

Om man bryter ned själv/andra-gapet på demografi så skvallrar siffrorna om samma sak. Både män och kvinnor, liksom unga och gamla, tror att andra undviker information mer än vad de själva gör. Eller rättare sagt, hur man än vänder och vrider på siffrorna framkommer samma fenomen och i samma riktning: alla grupper tror (i genomsnitt) att andra undviker information som talar emot deras åsikter mer än vad de själva gör.

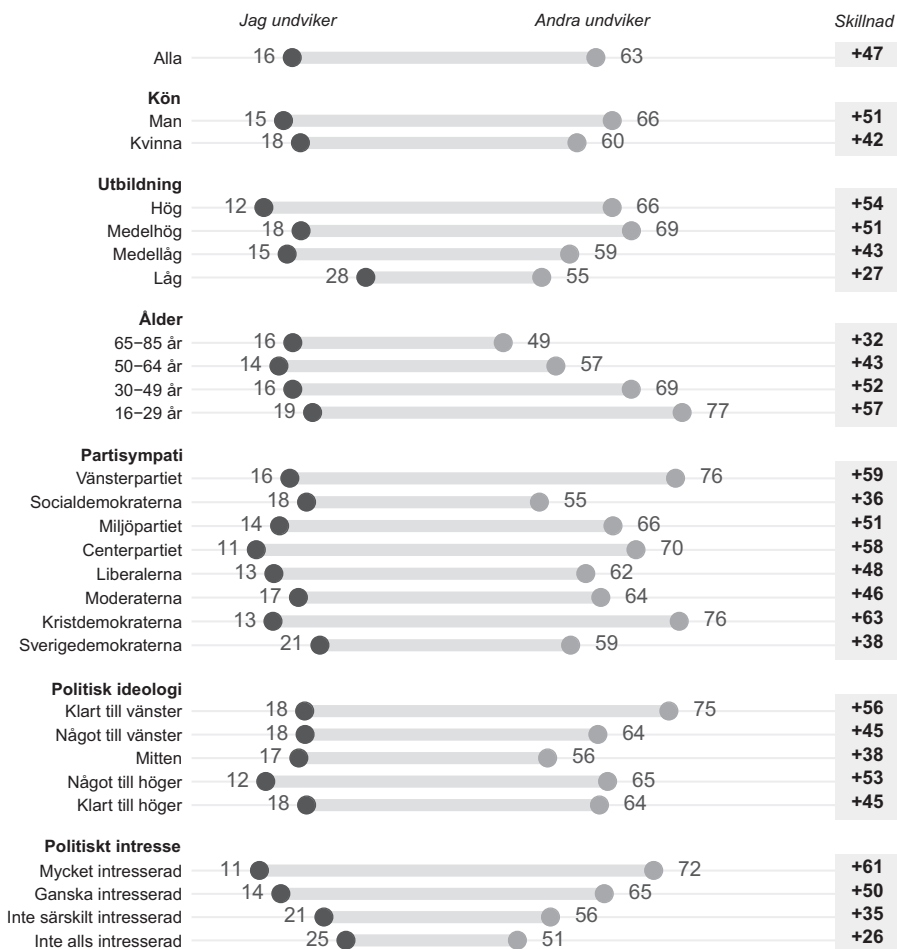
Däremot finns det en del intressanta skillnader i *hur mycket* själv/andra-gapet varierar beroende på vilken grupp vi talar om. Exempelvis, ju högre politiskt intresse, desto större blir gapet (jämför Johansson, 2005). Med stigande ålder blir gapet däremot mindre.

Just bland medborgare med olika åldrar hittar man kanske de mest utpräglade skillnaderna. De yngre tenderar att både undvika information mer (19 procent instämmer) och dessutom säga att andra gör det i hög utsträckning (77 procent instämmer) jämfört med äldre. Detta kan säkert hänga ihop med att unga ibland undviker att uttrycka politiska åsikter på sociala medier, där de upplever att tonen är bitvis hård och ohyfsad, utan föredrar i stället att diskutera politik i utrymmen med mindre konflikter (Powers m.fl., 2019).

Tittar man på den politiska vänster/höger-skalan verkar det inte vara några systematiska skillnader mellan vänster- och högerväljare, och inte heller mellan personer med olika partisympatier. Medan socialdemokrater och sverigedemokrater tenderar att uppvisa det minsta själv/andra-gapet så uppvisar i stället vänsterpartister och kristdemokrater det största gapet. Det är med andra ord partisympatisörer från både vänsterkanten och högerkanten som uppvisar både det största och minsta gapet.

Vänder man blicken mot figur 2 och medborgarnas medieanvändning, är det även där svårt att hitta några systematiska skillnader i medieanvändning i relation till själv/andra-gapet. Ett undantag verkar dock finnas bland de som använder *Dagens Nyheter* på nätet (dn.se), där ökad användning är förknippat med ett större själv/andra-gap. Huruvida man har förtroende för medier är också intressant ur två aspekter. Dels eftersom gapet ökar ju större förtroende man har för medierna. Och dels eftersom de med stort förtroende i lägre utsträckning undviker information som talar emot deras åsikter (9 procent undviker) än de som har litet förtroende (27 procent undviker). Detta kan verka självklart om man anser att de som använder medier och tar del av deras information därmed också visar sitt förtroende för dem, men så förhåller det sig dock inte. *Aftonbladet* är exempelvis ett av de

Figur 1 Vilka som säger att de själva undviker utmanande information och vilka som säger att andra undviker utmanande information, 2019 (procent och procentenheter)

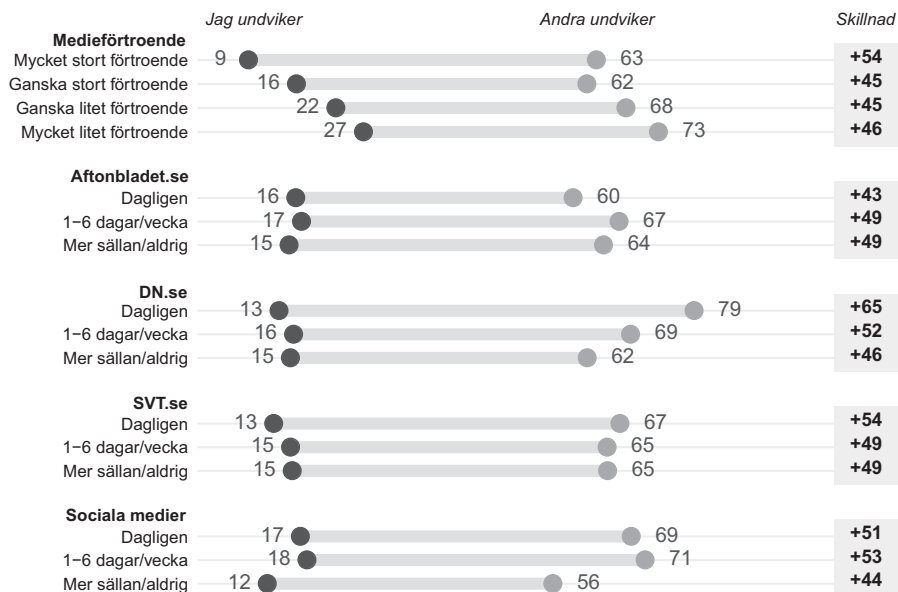


Kommentar: Siffrorna avser procent, förutom skillnad som avser procentenheter. Frågan lyder: "I vilken utsträckning instämmer du i följande påstående?" följt av påståendena "Jag undviker information som går emot mina egna övertygelser eller åsikter" samt "Andra personer undviker information som går emot deras övertygelser eller åsikter". Svartalternativen lyder: instämmer helt, instämmer delvis, instämmer knappast, instämmer inte alls, samt ingen uppfattning. Figuren visar andelen som svarat instämmer helt eller instämmer delvis (alternativet ingen uppfattning togs bort). Totalt ingår 1 422 samt 973 personer i analysen som svarat på frågan om sig själva respektive andra (fler personer valde ingen uppfattning när de skulle uppskatta informations- undvikande hos andra, därför är det färre). Skillnaderna inom respektive kategori (t.ex. mellan åldersgrupper) är statistiskt signifikanta på 5 %-nivån för alla utom partisynpati. Ingen justering för multipla tester har gjorts eftersom det är en explorativ analys.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

största medierna i Sverige, samtidigt som de ligger nära botten av medborgarnas förtroende.² Även de som använder sociala medier ofta tenderar att dels undvika något mer information och dels i högre utsträckning överskatta andras tendens att göra likadant (jämfört med de som använder sociala medier mer sällan).

Figur 2 Vilka som säger att de själva undviker utmanande information och vilka som säger att andra undviker utmanande information, 2019 (procent och procentenheter)



Kommentar: Siffrorna avser procent, förutom skillnad som avser procentenheter. Frågan lyder: ”I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden?” följt av påståendena ”Jag undviker information som går emot mina egna övertygelser eller åsikter” samt ”Andra personer undviker information som går emot deras övertygelser eller åsikter”. Svarsalternativen lyder: instämmer helt, instämmer delvis, instämmer knappast, instämmer inte alls, samt ingen uppfattning. Figuren visar andelen som svarat instämmer helt eller instämmer delvis (alternativet ingen uppfattning togs bort). Totalt ingår 1 422 samt 973 personer i analysen som svarat på frågan om sig själva respektive andra (fler personer valde ingen uppfattning när de skulle uppskatta informationsundvikande hos andra, därför är det färre). Jämförelser inom respektive kategori (t.ex. daglig användning respektive mer sällan) är statistiskt signifikanta på 5 %-nivån för endast DN.se och sociala medier, även om en del enstaka skillnader (t.ex. ”jag undviker” för medieförtroende) också är signifikanta. Ingen justering för multipla tester har gjorts eftersom det är en explorativ analys.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Undviker någon information mer än andra?

Om det nu är så att nästan alla grupper och medborgare uppvisar samma riktning på detta själv/andra-gap (att andra undviker information mer än de själva) så kan det vara intressant att ställa sig den helt omvända frågan. Det vill säga, finns det över huvud taget några medborgare som *själva* undviker information i högre utsträckning än andra? Ja, det handlar om en liten minoritet på ungefär 3 procent av befolkningen. Det kan jämföras med 56 procent som säger att *andra* undviker information mer än dem själva. De resterande 41 procent säger att de undviker information som talar emot deras åsikter eller övertygelser i samma utsträckning som andra.

Denna uträkning sker genom att titta på hur medborgarna har svarat på båda frågorna samtidigt. Detta tillvägagångssätt skiljer sig alltså mot den uträkning som gjordes tidigare i figurerna som endast visar andelen svar på respektive fråga, samt skillnaden mellan dem.³

Nu är det förstås viktigt att påpeka att hela detta kapitel handlar om vad svenska folket själva säger baserat på deras eget minne av deras beteende. Det reflekterar inte nödvändigtvis vad de faktiskt gör, och det är även möjligt för människor att undvika information som de *tror* är utmanande, men som i själva verket inte alls är det (och tvärtom, att de tar till sig information som de inte uppfattar som utmanande, men som i själva verket är det). Det kan ske när man missförstår innehållet, om man till exempel tolkar satir och ironi bokstavligt, eller tolkar selektivt (Sullivan, 2009). Det ligger också i sakens natur att man inte alltid vet om information kommer att utmana ens åsikter om man på förhand har undvikit det. Då är det bättre att prata om informationsundvikande i största allmänhet, och inte att man specifikt undviker information som går emot ens övertygelser (Sweeney m.fl., 2010).

Vilken betydelse har själv/andra-gapet?

Sammanfattningsvis verkar det vara en majoritet av alla svenska medborgare som anser att *andra* undviker information som går emot deras åsikter eller övertygelser jämfört med vad de själva gör. Denna tredjepersonseffekt är ett robust och starkt fenomen som kvarstår även om man väljer andra metoder eller ändrar frågorna (Sun m.fl., 2008a). Även i den här analysen är riktningen densamma oavsett hur man skärskådar resultaten: *alla* medborgare oavsett gruppstillhörighet tenderar att säga att andra undviker information i högre utsträckning än vad de själva säger att de gör. Åtminstone när man tittar på genomsnitt (det är trots allt 3 procent av befolkningen som säger att de själva undviker information mer än andra). Samtidigt är det viktigt att påpeka att även om stödet för tredjepersonseffekten är starkt, är det däremot mer osäkert om våra tankar om andra kan översättas till konkreta handlingar i samma utsträckning (Sun m.fl., 2008b). Kort sagt, tankar och upp-

fattningar är en sak, men beteende ett annat. Vad det betyder i praktiken är svårt att säga, men vi vet i alla fall att de som tror att andra påverkas mer tenderar att i högre utsträckning förespråka censur (exempelvis för att skydda dem), i synnerhet när det gäller våld, pornografi och alkohol men däremot inte nödvändigtvis politiska budskap (Perloff, 1999).

Gapet mellan uppfattningen om oss själva kontra andra kan däremot vara en viktig förklaring till varför diskussioner om filterbubblor och ekokammare diskuterats så frekvent de senaste åren. Inte minst för att det är betydligt lättare att säga att andra människor har hamnat i en bubbla där de bara ser och läser sådant som stryker deras övertygelser medhårs, än att hitta någon som faktiskt gör det. Anekdoter om allsmäktiga filterbubblor och deras negativa konsekvenser finns i överflöd i båda svenska och utländska medier (se t.ex. Fisher & Taub, 2019; Jones, 2016), vilket förmodligen bidrar till att stärka gapet mellan vad vi tror om oss själva kontra andra.

Att människor har en felaktig bild av andra kan få flera konsekvenser, dels i samhället när politiska förslag utformas med utgångspunkten att medborgare undviker information de inte tycker om, och dels mellan individer när man felaktigt tror att de människor man pratar med måste ha kommit till sina övertygelser genom att undvika sådant som säger emot dem. Det kan därför vara lätt att tro att medborgarna *saknar* information, och att eventuella problem enkelt kan lösas genom att bara ge dem mer av den varan. Men det är tveksamt om det över huvud taget fungerar att bara öka informationsmängden, vilket studier på klimatförnekare har visat (Suldoovsky, 2017).

En variant är att ge människor ökad kunskap om vanliga tankemässiga vurpor (så kallade kognitiva bias). Det kan vara svårt att se nackdelarna med ökad kunskap på ett generellt plan, men man får vara medveten om att ökad kunskap paradoxalt nog också kan *öka* benägenheten att se dessa tankemässiga vurpor hos andra snarare än hos sig själv (Wang & Jeon, 2020; se även Lilienfeld m.fl., 2009). I psykologiska sammanhang pratar man mer generellt om *bias blind spot* (Pronin m.fl., 2002), det vill säga att vi inte ser bjälken i våra egna ögon men är trots det utomordentligt duktiga på att identifiera den hos andra. Med ökad kunskap riskerar vi med andra ord att lägga märke till ännu fler bjälkar i andras ögon, vilket Homer Simpson kanske uttryckte mest kärnfullt av alla, i ett avsnitt av tv-serien Simpsons: ”Alla är korkade utom jag”.

Noter

- ¹ Tredjepersonseffekten har en genomsnittlig effektstorlek på $r = 0,31$ enligt tidigare forskning (Sun m.fl., 2008). Eftersom den genomsnittliga effektstorleken i kommunikation och socialpsykologi är båda $r = 0,21$ (Rains m.fl., 2018; Richard m.fl., 2003) innebär det att tredjepersonseffekten är en stark effekt i jämförelse. I den här analysen i detta kapitel, däremot, hittade jag en effektstorlek om Spearmans $r_{ho} = 0,35$ för själv/andra-gapet. Alla dessa mått kan variera från 0 till 1 (i absoluta tal), där ett högre värde betyder starkare samband.
- ² Ungefär 16 procent av befolkningen har ganska stort eller mycket stort förtroende för *Aftonbladet*, enligt Medieakademiens förtroendebarameter som genomfördes februari 2020.
- ³ Med andra ord, jämförelsen här är huruvida *själv* > *andra*. Figuren visar däremot själv respektive andra separat, samt skillnaden (det vill säga *andra* – *själv*).

Referenser

- Arceneaux, Kevin, & Martin Johnson (2019). Selective Avoidance and Exposure. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.110>
- Bruns, Axel (2019). *Are filter bubbles real?* Oxford, United Kingdom: Polity Press.
- Corbu, Nicoleta, Denisa-Adriana Oprea, Elena Negrea-Busuioc & Loredana Radu (2020). 'They can't fool me, but they can fool the others!' Third person effect and fake news detection. *European Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1177/0267323120903686>
- Dahlgren, Peter (2019). Filterbubbla. I *Nationalencyklopedin*. Malmö: NE Nationalencyklopedin AB.
- Dahlgren, Peter M. (2018). Filterbubblor – ett hotfullt och vilseledande begrepp. I Lars Truedson (red) *Fejk, filter och faktaresistens – hotar sociala medier demokratin?* (s. 39–70). Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Davison, W. Phillips (1983). The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly* 47(1): 1–15. <https://doi.org/10.1086/268763>
- Fisher, Max & Amanda Taub (2019, 11 augusti). How YouTube Radicalized Brazil. *The New York Times*. Hämtad från <https://www.nytimes.com/2019/08/11/world/americas/youtube-brazil.html>
- Garrett, R. Kelly (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>
- Heck, Patrick R., Daniel J. Simons & Christopher F. Chabris (2018). 65% of Americans believe they are above average in intelligence: Results of two nationally

- representative surveys. *PLOS ONE*, 13(7): e0200103. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0200103>
- Henriksson, Sofia (2017). *Med nålen mot filterbubblan: En diskursanalys av DN:s och SvD:s användning av begreppet filterbubbla* (Stockholms universitet). Hämtad från <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:1107037>
- Johansson, Bengt (2005). The Third-Person Effect. *Nordicom Review* 26(1): 81–94. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0248>
- Jones, Evelyn (2016, 13 december). SVT vill sticka hål på bubblorna: ”Vi måste ha tålmod istället för att obetänksamt dela allt”. Hämtad från <https://www.dn.se/kultur-noje/svt-vill-sticka-hal-pa-bubblorna-vi-maste-ha-talamod-istallet-for-att-obetanksamt-dela-allt/>
- Järvå, Håkan & Peter M. Dahlgren (2013). *Påverkan och manipulation*. Lund: Studentlitteratur.
- Kenny, David A. & Tessa V. West (2010). Similarity and Agreement in Self-and Other Perception: A Meta-Analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 14(2), 196–213. <https://doi.org/10.1177/1088868309353414>
- Lilienfeld, Scott O., Rachel Ammirati & Kristin Landfield (2009). Giving Debiasing Away: Can Psychological Research on Correcting Cognitive Errors Promote Human Welfare? *Perspectives on Psychological Science: A Journal of the Association for Psychological Science* 4(4): 390–398. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2009.01144.x>
- Malinen, Sanna, Aki Koivula, Teo Keipi & Ilkka Koironen (2018). Exploring Selective Exposure and Selective Avoidance Behavior in Social Media. *Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society* 350–354. <https://doi.org/10.1145/3217804.3217943>
- Matsa, Katerina Eva, Laura Silver, Elisa Shearer & Mason Walker (2018, 30 oktober). A minority in all eight countries say the news they see on social media reflects their own political views. Hämtad från <https://www.journalism.org/2018/10/30/younger-europeans-are-far-more-likely-to-get-news-from-social-media/>
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos & Rasmus Kleis Nielsen (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Hämtad från <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Paul, Bryant, Michael B. Salwen & Michel Dupagne (2000). The Third-Person Effect: A Meta-Analysis of the Perceptual Hypothesis. *Mass Communication and Society* 3(1): 57–85. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_04
- Perloff, Richard M. (1999). The Third Person Effect: A Critical Review and Synthesis. *Media Psychology* 1(4): 353–378. https://doi.org/10.1207/s1532785xmep0104_4
- Powers, Elia, Michael Koliska & Pallavi Guha (2019). “Shouting Matches and Echo Chambers”: Perceived Identity Threats and Political Self-Censorship on Social Media. *International Journal of Communication* 13(20).

- Pronin, Emily, Daniel Y. Lin & Lee Ross (2002). The Bias Blind Spot: Perceptions of Bias in Self Versus Others. *Personality and Social Psychology Bulletin* 28(3): 369–381. <https://doi.org/10.1177/0146167202286008>
- Rains, Stephen A., Timothy R. Levine & Rene Weber (2018). Sixty years of quantitative communication research summarized: Lessons from 149 meta-analyses. *Annals of the International Communication Association* 1–20. <https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1446350>
- Richard, F. D., Charles F. Bond & Juli J. Stokes-Zoota (2003). One Hundred Years of Social Psychology Quantitatively Described. *Review of General Psychology* 7(4): 331–363. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.7.4.331>
- Ross, Lee (1977). The Intuitive Psychologist And His Shortcomings: Distortions in the Attribution Process. I L. Berkowitz (red) *Advances in Experimental Social Psychology* 10: 173–220. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60357-3](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60357-3)
- Sears, David O. & Jonathan L. Freedman (1967). Selective Exposure to Information: A Critical Review. *The Public Opinion Quarterly* 31(2): 194–213. <https://doi.org/10.1086/267513>
- Suldozsky, Brianne (2017). The Information Deficit Model and Climate Change Communication. I B. Suldozsky (red) *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.301>
- Sullivan, Larry (2009). Selective Interpretation. I *The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences* 1–3: 465–465. <https://doi.org/10.4135/9781412972024>
- Sun, Ye, Zhongdang Pan & Lijiang Shen (2008). Understanding the Third-Person Perception: Evidence From a Meta-Analysis. *Journal of Communication* 58(2): 280–300. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00385.x>
- Sun, Ye, Lijiang Shen & Zhongdang Pan (2008). On the Behavioral Component of the Third-Person Effect. *Communication Research* 35(2): 257–278. <https://doi.org/10.1177/0093650207313167>
- Sweeny, Kate, Daria Melnyk, Wendi Miller & James A. Shepperd (2010). Information Avoidance: Who, What, When, and Why. *Review of General Psychology* 14(4): 340–353. <https://doi.org/10.1037/a0021288>
- Tappin, Ben M. & Ryan T. McKay (2017). The Illusion of Moral Superiority. *Social Psychological and Personality Science* 8(6): 623–631. <https://doi.org/10.1177/1948550616673878>
- Wang, Qi, & Hee Jin Jeon (2020). *Bias in Bias Recognition: People View Others but not Themselves as Biased by Preexisting Beliefs and Social Stigmas* [Preprint]. <https://doi.org/10.31234/osf.io/d38rt>
- Zuiderveen Borgesius, Frederik J., Damian Trilling, Judith Möller, Balázs Bodó, Claes H. de Vreese & Natali Helberger (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review* 5(1). <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>