

September 2017

SNS ANALYS

nr 43

Sociala medier och politisk polarisering

DET FINNS MYCKET SOM talar för att amerikaner har blivit alltmer politiskt polariserade under de senaste årtiondena. Många forskare hänför den här trenden åtminstone delvis till framväxten av internet och sociala medier. Men hur mycket vet vi egentligen om de digitala mediernas roll för polariseringen? I den här skriften sammanfattas en del av de senaste årens forskning om digitala medier och mer specifikt sociala mediers betydelse för politisk polarisering. Dessutom analyserar författaren med hjälp av data från American National Election hur utvecklingen av den politiska polariseringen är kopplad till människors benägenhet att tillägna sig nyheter och information via internet eller sociala medier.

FÖRFATTARE



Matthew Gentzkow är professor i nationalekonomi vid Stanford University.

INNEHÅLLET I SOCIALA MEDIER ÄR POLARISERAT.

Människor har högre sannolikhet att följa likasinnade på Twitter. Facebooks algoritmer påverkar delvis nyhetsflödet, men flödet påverkas mest av vad folk själva väljer att dela med sina vänner. Människor överskattar dock i vilken utsträckning de delar åsikter med sina vänner.

DIGITALA MEDIER UTGÖR EN LITEN DEL AV MEDIEKONSUMTIONEN.

De flesta amerikaner får sina nyheter från många olika källor: tv, tryckta tidningar och större nyhetssajter som Yahoo eller CNN, vars publik är representativ för den internetanvändande allmänheten i stort.

DEN ÖKADE POLITISKA POLARISERINGEN TYCKS INTE BERO PÅ SOCIALA MEDIER.

Användningen av sociala medier har ökat mest i de yngre åldersgrupperna medan den politiska polariseringen ökar mest bland de äldre. Detta talar emot att sociala medier driver den politiska polariseringen.

SNS ANALYS En stor del av den forskning som bedrivs är vid sin publicering anpassad för vetenskapliga tidskrifter. Artiklarna är ofta teoretiska och inomvetenskapligt specialiserade. Det finns emellertid mycket forskning, framför allt empirisk och policyrelevant sådan, som är intressant för en bredare krets. Målet med SNS Analys är att göra denna forskning tillgänglig för beslutsfattare i politik, näringsliv och offentlig förvaltning och bidra till att forskningen når ut i medierna. Finansiellt bidrag har erhållits från Jan Wallanders och Tom Hedelius Stiftelse. Författarna svarar helt och hållet för analys, slutsatser och förslag.



Den politiska polariseringen har ökat under de senaste årtiondena.

Trenden hänförs till framväxten av sociala medier.

Det finns mycket som talar för att amerikaner har blivit alltmer politiskt polariserade under de senaste årtiondena.¹ År 1960 uppgav cirka 5 procent av både republikaner och demokrater att de skulle "[känna sig] 'missnöjda' om deras son eller dotter gifte sig med någon utanför deras politiska parti". År 2010 var det närmare 50 procent av republikanerna och mer än 30 procent av demokraterna som "kände sig lite eller mycket ledsna inför utsikterna om giftermål över partigränserna".²

Partianhängarnas favorisering av det egna partiet har ökat med drygt 50 procent mellan 1980 och 2015,³ och andelen väljare som röstar på samma parti i både presidentval och kongressval har ökat från 71 procent 1972 till 90 procent 2012.⁴

Många forskare hänför den här trenden åtminstone delvis till framväxten av sociala medier och internet. En del hävdar att internet kan skapa ekokammare⁵ där individer bara hör nyheter från likasinnade källor och att sociala medier förstärker trenden när likasinnade delar varandras åsikter.⁶

I en ny studie menar forskarna att ett enskilt teknikföretag potentiellt skulle kunna avgöra utgången av nästa val.⁷ Kraven på regleringar för att främja en mångfald av röster blir allt fler. Det märks tydligast i Europa men också i USA och runt om i världen.

Den sammantagna bilden av utvecklingen är tydlig: den politiska polariseringen är verklig och dessutom allvarlig (se rutan "Politisk polarisering i USA"). Men hur mycket vet vi egentligen om de digitala mediernas roll i denna utveckling?

Polarisering och digitala medier

Det är mycket som tyder på att den digitala tekniken spelat en roll i utvecklingen av polariseringen. För det första började polariseringen i USA i mitten av 1990-talet, det vill säga samtidigt som internet blev ett massfenomen.⁸

För det andra verkar innehållet på internet ofta bekräfta våra värsta farhågor. Det finns politiska webbplatser för både demokrater och republikaner, med en betydande läsekrets, som är mycket mer extrema än något som existerade i traditionella medier. Ett snabbt besök i vilket kommentarsfält eller på vilket diskussionsforum som helst avslöjar en hätskhet och extrem partiskhet av sådant slag som man aldrig kunde skåda i debattartiklar eller insändare i de traditionella dagstidningarna.

Till sist, de första studierna av hur individer väljer forum på internet verkar vara vattentäta bevis på ekokammare. Uppgifterna om hur personer konsumerar nyheter och åsikter via internet var till en början begränsade. Forskarna fick därför använda sig av något som var lättare att mäta, nämligen länkar. När man granskade mönstret av länkar på exempelvis bloggar framträdde två tydliga kluster: ett liberalt och ett konservativt.⁹

Dessa belägg tycks ge starkt stöd för uppfattningen om att internet skulle vara fullt av skurkar. En noggrannare granskning av uppgifterna tyder dock på att den uppfattningen förmodligen är överdriven. Det finns minst tre obekväma fakta som stöder den hypotesen.

Digitala medier utgör bara en liten del av mediekonsumtionen

För det första har digitala nyheter och digital information helt enkelt utgjort en mycket mindre del av amerikaners nyhetskonsumtion än vad många bedömare tror. En McKinsey-rapport från 2013 konstaterade exempelvis att hela det årets samlade digitala mediekällor – fasta och bärbara datorer, smarta telefoner och surfplattor – endast utgjorde 8 procent av amerikaners totala tid för nyhetskonsumtion.

1 Flera studier har diskuterat både hur polarisering ska definieras och i vilken mån den ökar. Se exempelvis Abramowitz och Saunders (2008), Fiorina och Abrams (2008), Prior (2013), Lelkes (2016) och Gentzkow (2016) för översikter.

2 Iyengar, Sood och Lelkes (2012).

3 Gentzkow (2016).

4 American National Election Study (2015).

5 En ekokammare är en beskrivning av en situation eller ett system där information, idéer eller åsikter utvecklas eller förstärks.

6 För vidare läsning, se exempelvis Sunstein (2001; 2009; 2017), Pariser (2011), Gabler (2016), Haidt (2016) och Remnick (2016).

7 Epstein och Robertson (2015).

8 Gentzkow (2016).

9 Till exempel Adamic och Glance (2005).

Politisk polarisering i USA

Undersökningar visar att de flesta amerikaner inte identifierar sig själva med extrema ideologier eller har extrema åsikter i frågor som exempelvis abort eller omfördelning. Fördelningen av åsikter i olika frågor har för det mesta bara en stark topp och har förblivit relativt stabil över tid.

Samtidigt har korrelationen ökat mellan åsikter i olika frågor och mellan frågor och partiidentitet, vilket innebär att det är mer befogat nu än tidigare att beskriva amerikaner som uppdelade i två tydliga läger. Det är mindre troligt att hitta individer med liberala åsikter i en del frågor och konservativa åsikter i andra, eller att träffa på en liberal republikan eller en konservativ demokrat.

Dessutom visar undersökningar att politiken har blivit alltmer personifierad. De på motståndarsidan uppfattas i mindre utsträckning som välmenande personer som råkar ha andra åsikter eller väger motstridiga politiska mål annorlunda. De uppfattas i stället i högre utsträckning som ointelligenta och själviska, med åsikter som enbart kan förklaras av att de är extremt okunniga eller har bakomliggande motiv.

(Gentzkow, 2016).

Amerikaner är uppdelade i två tydliga politiska läger.

Televisionen stod för en mycket större andel, 41 procent, och, vilket kanske förvånar, gamla hederliga tryckta tidningar för 35 procent.

Digitala medier har blivit viktigare sedan 2013 och vi kan förvänta oss att effekten på det politiska landskapet ökar i framtiden. Men dessa fakta gör det svårt att se hur digitala medier (ensamma) kan vara ansvariga för de starka trenderna i attityder och åsikter hos allmänheten under de senaste årtiondena.

Ekokamrarnas roll och antal överskattas

För det andra visar detaljerade studier av amerikaners nätkonsumtion att företeelsen ekokammare gravt har överskattats. I studien Gentzkow och Shapiro (2011) mäter vi hur individer betar sig på nätet genom att använda uppgifter om hur personerna klickar från ComScore och jämför dessa med mediekonsumtion utanför internet som tagits fram i intervjuundersökningar. Vi finner att de flesta amerikaners nyhetskonsumtion inte är särskilt ensidig. Snarare får den typiske amerikanen främst sina nyheter från webbplatser som Yahoo eller CNN, vars publik är representativ för den internetanvändande allmänheten i stort.

Många personer besöker naturligtvis extrema webbplatser, men de som gör det tillbringar mycket tid på internet och är intresserade av politik. De konsumerar stora mängder information från källor som inte bara är likasinnade, utan även håller till i mitten och till och med på motsatta sidan av den politiska skalan.

Verkliga ekokammare är anmärknings-

värt sällsynta. En person som uteslutande tagit del av nyheter via foxnews.com eller via nytimes.com – webbplatser där besökarna i hög utsträckning delar samma åsikter, men utan att vara extrema på något vis – skulle ha en mer ensidig nyhetskonsumtion än 95 procent av alla amerikaner.

Återigen, de senaste trenderna med tillväxtökning av sociala medier kan mycket väl ha ökat förekomsten av ekokammare något. Men vi vet åtminstone att antalet ekokammare har varit begränsat under största delen av den period som polariseringen har ökat.

Liten inverkan på aggregerad nivå

För det tredje finns det ett antal noggrant genomförda studier som direkt mäter mediernas inverkan på individens attityder och röstningsbeteende. Dessa ger starkt stöd för uppfattningen att internet har både inflytande och stor inverkan på individnivå. Men resultaten tyder nästan alltid på liten inverkan på aggregerad nivå.

Sociala mediers roll

Många av de belegg som har presenterats här kommer från en tid då sociala medier spelade en begränsad roll för spridningen av politiska nyheter och information. Beläggen för vilken roll sociala medier har spelat de senaste åren är fortfarande begränsade, men många värdefulla observationer har gjorts.

Ekokammare är sällsynta och deras betydelse har överskattats.



Facebooks nyhetsflöde

En studie prövar till exempel om filtrering kan leda till att människor hamnar i ideologiska ekokammare eller så kallade filterbubblor.¹⁰ Filterbubblor uppstår genom individualiserade sökningar när algoritmer bestämmer vilka resultat som ska visas, baserat på information om användaren.

Studien utgår från uppgifter om hur amerikanska Facebookanvändare interagerar med nyheter som delats via sociala medier. Forskarna har data på 10,1 miljoner amerikanska Facebookanvändare som uppgivit sina politiska preferenser. Cirka två tredjedelar av vännerna (de som angivit några preferenser) har samma politiska uppfattningar. Forskarna kunde pröva sin hypotes om filterbubblor genom att studera vilka artiklar som delats inom ett nätverk av vänner, vilka av dessa som Facebooks algoritmer väljer ut till nyhetsflödet och vilka som i sin tur användaren till sist väljer att klicka på. Dessa steg tillsammans innebär en väsentlig filtrering, men omfattningen av filtreringen som sker via nyhetsflödesalgoritmen är relativt liten. Den starkaste effekten är individens egen filtrering, det vill säga vilka artiklar som användaren väljer att dela med sina vänner.

Dina vänner är inte de du tror att de är

I en undersökning av 2 504 Facebookanvändare i början av 2008 tillfrågades deltagarna om sina åsikter i en rad politiska och sociala frågor.¹¹ Deltagarna ombads också att gissa vad deras vänner svarade på samma frågor. Föga överraskande visade resultaten att vänner tenderar att tycka likadant; sannolikheten för att instämma med en vän i en slumpvis utvald fråga var 75 procent, betydligt högre än de 63 procent som vi skulle finna om vänner matchades slumpvis.

Det mest slående resultatet var dock att människor tror att deras vänner håller med dem i högre grad än vad de faktiskt gör; de svarande trodde att andelen av deras vänner som instämmer med dem var 80 procent.

Politikberoende på Twitter

Ny forskning studerar mönster i informations-spridning och följare på Twitter. Forskarna fokuserar på ett urval av 2,2 miljoner användare som följer minst en av kandidaterna till USA:s representanthus i valet 2012.¹² De definierar följare som liberala om de följer enbart eller huvudsakligen demokratiska kandidater och som konservativa om de följer enbart eller huvudsakligen republikanska kandidater. De mäter alla länkar bland användarna (definierade som en som följer en annan) liksom ett stort urval retweetar av både inlägg från kandidaterna till representanthuset och inlägg som omnämner kandidaterna.

Som förväntat finner forskarna att det är mycket troligare att användarna följer och har flest kontakter med dem som har samma politiska inriktning. Delvis som ett resultat av detta är det också troligare att användarna blir exponerade för retweetar från likasinnade.

Sociala medier i ett större sammanhang

En studie har undersökt hur ett urval Internet Explorer-användare under 2013 läser på nätet. Författarna har analyserat hur konsumtion av nyheter och debattartiklar via sociala medier skiljer sig från konsumtion via andra kanaler, exempelvis direkt i webbläsaren, via en sökmotor eller nyhetsförmedlare, och hur sociala medier påverkar ideologisk segregering i allmänhet.¹³ Studien är inriktad på en liten delmängd av användare (cirka 50 000) som regelbundet läser nyheter och debattartiklar.

För det första finner forskarna att åsiktsinnehållet i sociala medier är avsevärt mer ideologiskt segregerat än åsiktsinnehållet i andra kanaler. Men, för det andra, även om det åsiktsinnehåll som människor möter via sociala medier på det hela taget är mindre varierat så innehåller det faktiskt mer från motsatta ytterligheter av det politiska spektrumet än vad som erbjuds i andra kanaler. Slutligen är nettoeffekten på människors konsumtion av nyheter och åsikter ganska liten. Andelen nyheter och åsikter som nådde människor via sociala medier var i själva verket mycket liten: endast cirka 6 pro-

Facebooks nyhetsfiltrering är relativt liten.

Sociala medier är mer ideologiskt segregerade än andra kanaler.

¹⁰ Bakshy, Messing och Adamic (2015).

¹¹ Goel, Mason och Watts (2010).

¹² Halberstam och Knight (2016).

¹³ Flaxman, Goel och Rao (2016).

cent av nyheterna och 10 procent av åsikterna under 2013.

Det råder ingen tvekan om att Facebook-flöden och Twitternätverk ger användarna ett mer ideologiskt begränsat innehåll än de skulle få om de gjorde ett slumpmässigt urval bland allt det som finns tillgängligt. Detta beror på just de faktorer man kan förvänta sig: det är troligare att människor dras till dem som delar deras åsikter, dessa användare delar bara sådant innehåll som de sympatiserar med, algoritmiskt urval som det i Facebooks nyhetsflöde kan ytterligare förstärka selektionen (även om data tyder på att omfattningen är liten) och att det som användare faktiskt väljer att läsa kommer troligen att vara ännu närmare den egna uppfattningen. Resultaten i dessa undersökningar tyder sammantaget på att den ideologiska segregeringen i digitala medier troligen är lägre än vad som ofta påstås i den allmänna debatten.

Demografiska belägg

Med hjälp av undersökningsdata från American National Election (ANES) har jag och två medförfattare studerat hur trender inom politisk polarisering är kopplade till svarspersonernas benägenhet att tillägna sig nyheter eller information via internet eller sociala medier.¹⁴

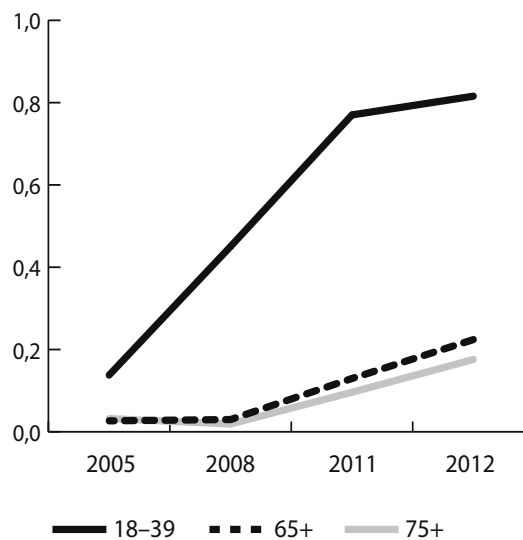
Användning av sociala medier

Vi delade upp personerna som svarat på undersökningen utifrån demografi, här främst ålder, som förutsäger hur sociala medier används.

Yngre använder internet och sociala medier i mycket större utsträckning än äldre. År 2012 använde mindre än 20 procent av dem över 75 år sociala medier, att jämföra med 80 procent i åldrarna 18–39 år.

Eftersom ANES inte ställer några frågor om hur sociala medier används kompletterar vi med mikrodata från Pew Research Center för att kartlägga tendenser i användningen av sociala medier från 2005 till 2012 i figur 1.¹⁵ De äldre använder sociala medier i betydligt mindre grad än yngre under samtliga år.

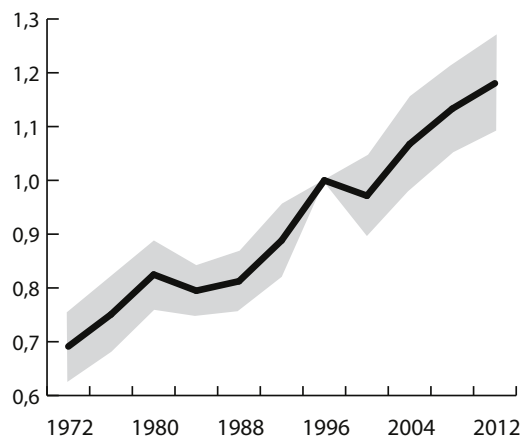
Figur 1. Utvecklingen av användning av sociala medier kopplat till åldersgrupp (andel).



Yngre använder sociala medier mer än äldre.

Not: Figuren visar den beräknade andelen av den vuxna amerikanska befolkningen som använder sociala medier i respektive åldersgrupp.

Figur 2. Politisk polarisering (index).



Not: Det skuggade området visar 95-procentiga konfidensintervall som har skapats genom att använda ett icke-parametriskt verktyg (*bootstrap*) 100 gånger.

Politisk polarisering

Vi skapade ett polariseringsindex genom att använda nio mått på politisk polarisering som föreslagits i tidigare forskning och som ökat på senare år.¹⁶ Figur 2 visar utvecklingen av polariseringsindexet, som normaliserats så att det

¹⁴ Boxell, Gentzkow och Shapiro (2017).

¹⁵ Pew Research Center (2005; 2008; 2011; 2012).

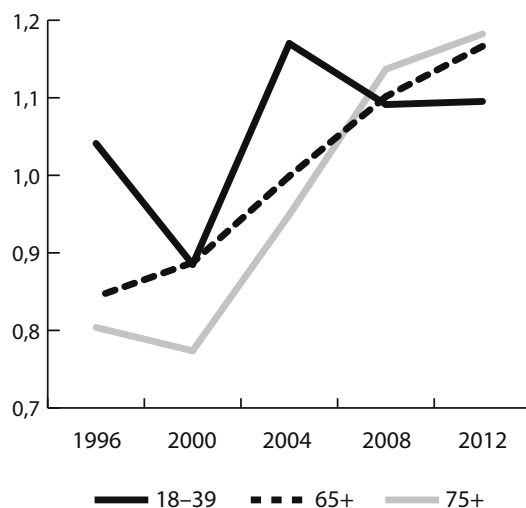
¹⁶ Vi tar inte ställning till huruvida polariseringen ökar eller hur polariseringen borde föreställas. Både den korrekta definitionen av polarisering och i vilken utsträckning den ökat diskuteras i litteraturen. Se Abramowitz och Saunders (2008), Fiorina och Abrams (2008), Prior (2013), Lelkes (2016) och Gentzkow (2016) för översikter.



har värdet 1 år 1996. Det har utformats så att indexet visar en allmän ökning av polarisering, där index ökar med 0,18 punkter mellan 1996 och 2012. Det är intressant att notera att indexet ökade nästan lika snabbt under decennierna före internets genombrott, som det gjorde efter, ett mönster som bekräftas av många av de enskilda polariseringsmåten.

Figur 3 visar utvecklingen i vårt polariseringsindex i olika åldersgrupper. Polariseringsindex bland de som är över 75 år växer med 0,38 indexpunkter mellan 1996 och 2012, medan polariseringen bland vuxna under 40 år ökade med 0,05 indexpunkter under samma period. Skillnaden i utvecklingen mellan olika åldersgrupper är statistiskt signifikant.

Figur 3. Utveckling av polariseringsindex i olika åldersgrupper.



Not: Figuren visar polariseringsindexet uppdelat på olika åldersgrupper. För ett givet mått och grupp är polariseringsvärdet normaliserat till värdet för 1996 för hela urvalet. Indexet är genomsnittet av dessa normaliserade polariseringsmått för varje grupp.

Genom att kombinera dessa resultat med resultaten från figur 1, finner vi att ökningen i polarisering är störst i de grupper som är minst troliga användare av internet och sociala medier.

Dessa resultat talar emot hypotesen att internet i allmänhet och sociala medier i synnerhet är de främsta drivkrafterna i den växande polariseringen. En sådan förklaring behöver ta hänsyn till den snabbt ökande polariseringen bland personer som använder internet ganska

sällan och sociala medier knappt alls. Det är dock inte omöjligt att tänka sig en sådan förklaring. Det kan vara så att sociala medier ökar polariseringen bland de unga medan andra faktorer ökar polariseringen bland de äldre. Det kan finnas spridningseffekter mellan olika åldersgrupper; unga vuxna polariseras via sociala medier och de i sin tur påverkar åsikterna hos äldre vuxna eller kan indirekt påverka äldre vuxna genom de politiker som väljs eller hur traditionella medier positionerar sig i olika frågor. Våra resultat utesluter icke desto mindre det som förefaller vara den mest självklara förklaringen, det vill säga att ökad polarisering huvudsakligen är kopplad till internetanvändning.

Vad kommer att hända i framtiden?

Kommer sociala medier att fördjupa de klyftor som finns och föra oss längre in i ideologiska ekokammare? Sanningen är att vi ännu inte vet det. De studier som har presenterats skrapar bara på ytan av vad som händer just nu och de kan naturligtvis inte förutsäga hur läget kommer att förändras i framtiden.

När vi bedömer trender i samhället tenderar vi att ta ut rätt riktning, men ha fel i fråga om omfattning och tidpunkt. De som på 1950-talet förutsåg att vi alla skulle tala i videotelefoner hade rätt, men det dröjde 50 år längre än vad de hade räknat med.

Under samma årtionde spekulerade många om att televisionen kunde komma att ersätta lärare i klassrummen. De såg framför sig en möjlighet som fortfarande är tänkbar eftersom webbaserade studier och det digitala innehållet hotar betydande delar av den högre utbildningen. Omfattningen av denna förändring är emellertid ännu inte i närheten av den enorma omvandling som man föreställde sig då.

På samma sätt är både den växande polariseringen bland väljare och digitala mediers roll i den utvecklingen en realitet. Det avgörande är att vi noga studerar fakta så att vi inte styrs av de förändringar vi tror sker, i stället för de som faktiskt sker.

Polariseringen har ökat mest i de grupper som använder sociala medier minst.

Vi får inte styras av de förändringar vi tror sker, i stället för de som faktiskt sker.

Referenser

- Abramowitz, Alan I. och Kyle L. Saunders (2008). "Is polarization a myth?". *The Journal of Politics* 70(2): 542–555.
- Adamic, Lada A. och Natalie Glance (2005). "The political blogosphere and the 2004 U.S. election: Divided they blog". *Proceedings of the 3rd International Workshop on Link Discovery*, 36–43.
- American National Election Study (2015). "The ANES guide to public opinion and electoral behavior: Split ticket voting presidential/congressional 1952–2012". Hämtad på http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab9b_2.htm.
- Bakshy, Eytan, Solomon Messing och Lada A. Adamic (2015). "Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook". *Science* 348(6239): 1130–1132.
- Boxell, Levi, Matthew Gentzkow och Jesse M. Shapiro (2017). "Is the internet causing political polarization? Evidence from demographics". NBER Working Paper nr 23258.
- Epstein, Robert och Ronald E. Robertson (2015). "The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections". *Proceedings of the National Academy of Sciences* 112(33): E4512–E4521.
- Fiorina, Morris P. och Samuel J. Abrams (2008). "Political polarization in the American public". *Annual Review of Political Science* 11: 563–588.
- Flaxman, Seth, Sharad Goel och Justin Rao (2016). "Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption". *Public Opinion Quarterly* 80(S1): 298–320.
- Gabler, Neil (2016). "The internet and social media are increasingly divisive and undermining of democracy". Hämtad på <http://www.alternet.org/culture/digital-divide-american-politics>.
- Gentzkow, Matthew (2016). "Polarization in 2016". Toulouse Network for Information Technology Whitepaper. Hämtad på <http://web.stanford.edu/~gentzkow/research/PolarizationIn2016.pdf>.
- Gentzkow, Matthew och Jesse M. Shapiro (2011). "Ideological segregation online and offline". *Quarterly Journal of Economics* 126(4): 1799–1839.
- Goel, Sharad, Winter Mason och Duncan J. Watts (2010). "Real and perceived attitude agreement in social networks". *Journal of Personality and Social Psychology* 99(4): 573–594.
- Haidt, Jonathan (2016). "Why social media is terrible for multiethnic democracies." Hämtad på <https://www.vox.com/policy-and-politics/2016/11/15/13593670/donald-trump-jonathan-haidt-social-media-polarization-europe-multiculturalism>.
- Halberstam, Yosh och Brian Knight (2016). "Homophily, group size, and the diffusion of political information in social networks: Evidence from Twitter". *Journal of Public Economics* 143: 73–88.
- Iyengar, Shanto, Gaurav Sood och Ypthach Lelkes (2012). "Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization". *Public Opinion Quarterly* 76(3): 405–431.
- Lelkes, Ypthach (2016). "Mass polarization: Manifestations and measurements". *Public Opinion Quarterly* 80(S1): 392–410.
- Pariser, Eli (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. New York, NY: Penguin Press.
- Pew Research Center (2005). "September 2005 — Online dating survey." Hämtad på <http://www.pewinternet.org/datasets/september-2005-online-dating/>.
- (2008). "May 2008—Cloud computing, politics, and adult social networking survey." Hämtad på <http://www.pewinternet.org/datasets/may-2008-cloud-computing-politics-and-adult-social-networking/>.
- (2011). "July 25–Aug. 26, 2011 — Apps and social media climate survey." Hämtad på <http://www.pewinternet.org/datasets/august-2011-apps-and-adult-sns-climate/>.
- (2012). "July 16–Aug. 7, 2012 — Civic engagement survey." Hämtad på <http://www.pewinternet.org/datasets/august-2012-civic-engagement/>.
- Prior, Markus (2013). "Media and polarization". *Annual Review of Political Science* 16: 101–127.



Remnick, David (2016). "Obama reckons with a Trump presidency". *The New Yorker* 28 november 2016.

Sunstein, Cass R. (2001). *Republic.com*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

— (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

— (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton, NJ: Princeton University Press.