

Vejleder: Nicolai Jørgensgaard Graakjær
Antal tegn/sider: 87.439/36.4

**Moderne, sociale medier og confirmation bias:
Radikaliseres vores holdninger?
- et mediehistorisk og meta-analytisk projekt.**

Nicklas Leander Jensen
Studienummer: 20114829

Speciale ved Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet
Oktober 2016

Abstract

A great amount of current research has a tendency to show modern and social media as a huge factor influencing confirmation bias - which is our tendency to search for and confirm prior beliefs.

The purpose of this master's thesis, from fall 2016, is to challenge whether this tendency - identified in the research - is true or not, by looking at it from a media historic perspective.

In order to understand this I need to understand how and why confirmation bias is created, and how external elements - with the proper knowledge - can affect and possibly manipulate it.

During this thesis I - therefore - present different factors affecting confirmation bias. Including - but not limited to - a cognitive perspective presenting the process in which a confirmation bias is created with several psychological elements affecting it such as 'ingroup vs outgroup', 'the halo effect' and 'the belief-bias effect'.

Furthermore I present external factors, that possibly has an effect on confirmation bias; For example during the Nazi propaganda and oppression of the Jews during World War 2.

The thesis also includes an examination of the evolution of the society of information while - at the same time - presenting the evolution of media. Furthermore it contains an explanation as to why the internet is special, and how it changed the way we communicate.

I have tried to answer the questions regarding confirmation bias with a qualitative meta-analysis where I combine research with relevant theory in order to gain an understanding.

Other than understanding and explaining the questions concerning confirmation bias, the thesis also treats my - the narrator's - process of learning as one of its main purposes. The approach of this thesis is something, I have had no prior experience with, which is why I during the process consider my own way of thought and whether/how I evolve during the process - both academically and personally.

In the very last part I try to discuss whether being affected by a bias is part of human nature.

Forord

Denne specialerapport er udarbejdet af specialestuderende, Nicklas Leander Jensen ved Aalborg Universitet, 10. semester, Kommunikation.

Rapporten er skrevet med henblik på at opfylde kravene, som studieordningen italesætter for kandidatspecialet.

Der skal lyde en tak til min vejleder, Nicolai Jørgensgaard Graakjær for faglig sparring.

God læselyst

Nicklas Leander Jensen

Indholdsfortegnelse

1. INDLEDNING, MOTIVATION OG PROCES	5
2. METODISK OVERVEJELSE	6
2.1 DOKUMENTANALYSE	6
2.1.1 <i>Hvad er et dokument?</i>	6
2.1.2 <i>Indsamling af dokumenter med henblik på at udtænke problemfeltet</i>	7
3. AT FINDE ET PROBLEM - ET HELT ANDET STED, END HVOR JEG STARTEDE	8
3.1. PROBLEMFELT	9
4. SPECIALETS FOKUS OG	9
MIN PERSONLIGE LÆRINGS PROCES	9
4.1 MATHIASSENS MODEL	10
4.2. MULTIMODAL KONSTITUERINGSANALYTIK.....	11
5. INTRODUKTION AF KOGNITIVE BIAS.	13
5.1 EN MÅDE AT FORSTÅ OG BEKRÆFTE.....	14
5.2 HALO-EFFEKTEN	15
5.3 ET LIGNENDE BIAS - THE BELIEF-BIAS EFFECT	15
5.4 EN SIDSTE TILFØJELSE.....	16
6. MEDIER	17
6.1 MEDIE OG KOMMUNIKATION.....	17
6.2 EVOLUTIONSTEORI SOM EPISTEMOLOGISK GRUNDLAG.....	17
6.3 DE FEM INFORMATIONSSAMFUND	17
6.4 HVORFOR ER INTERNETTET SPECIELT?	19
6.5 AFSENDER, MEDIE OG MODTAGER SAMT KOMMUNIKATIONSBEGREBET	20
6.6 MODERNE MEDIER SKABER ØGET REFLEKSIVITET.....	21
7. FØR INTERNETTETS UDBREDELSE	22
7.1 PARTIPRESSEN.....	22
7.2. CONFIRMATION BIAS I NAZI-TYSKLAND (TILFØJET PERSONLIG ANEKDOTE).....	23
7.3 NAZISMENS PROPAGANDA.....	23
7.3.1 <i>The Stanford Prison Experiment og dehumanisering af jøderne</i>	24
7.3.2 <i>Social sammenligning med 'ingroup-Outgroup'</i>	25
7.3.3 <i>Hvorfor kunne tyskerne ikke se det? (Hindsight bias)</i>	26
7.5 DELKONKLUSION.....	27
8. INTERNETTETS INDTRÆDEN	27
8.1 ELI PARISER: THE FILTER BUBBLE	27
8.1.1 <i>Diskussion af Parisers teori</i>	28
8.2 INGROUP-OUTGROUP SOM IDEOLOGISK UDFORDRING FOR 'ECHO-CHAMBERS'.....	28
8.3 DELKONKLUSION.....	29
9. EN SIDSTE OVERVEJELSE: ER BIAS ALTID NEGATIVT?	30
10. KONKLUSION	31
11. LITTERATURLISTE	33
12. BILAG	36

1. Indledning, motivation og proces

Denne æra af digitale og sociale medier kan karakteriseres af en kæmpe mængde information fra diverse kilder og af et stadigt stigende niveau af mulighed for brugerinvolvering. IBM estimerede i 2014, at 90% af hele verdens online data blev skabt inden for de to forgangende år (IBM). Informationen - som nu er mere tilgængeligt end nogensinde før - kan vi selv opsøge, men medierne spiller også en vigtig rolle. Flere medier har inkluderet algoritmer, som selekterer og prioriterer information for brugeren på baggrund af en vurdering af relevans. Men vi er slet ikke rationelle nok, til at forholde os til alt dette. At se et fly, der styrter ned på TV'et, kan ændre vores holdninger til risikoen ved at flyve - uden at forholde os til den reelle risiko (Dobelli 2013). Det vi bliver eksponeret for, kan - hvis vi ikke forholder os til det - rationalisere vores holdninger og følelser.

Adgangen til internettet åbner en langt bredere udvalg for information sammenlignet med traditionelle tiders medier og massemedier. Brugere kan både finde information, som både er skabt af offentlige institutioner men også af andre brugere, hvorfor kvaliteten af informationen kan være en udfordring, man skal forholde sig til. Disse karakteristika for mediekulturen kan have vigtig indflydelse på brugernes selektive eksponering til information - eksempelvis om politik og offentlige anliggender.

På en ene side kan dette væld af indhold have et enormt potentiale ift. en informeret borger, som søger information fra forskellige ståsteder. På den anden side - og som store dele af forskningen viser som den generelle tendens - kan denne frihed også ende med selektion af indhold, som udelukkende styrker umiddelbare holdningning og som i mindre grad udvider horisonten Dette kollektive filter kan potentielt isolere os i såkaldte *informationsbobler* (Berlinske, 2016), som kun delvist er skabt på baggrund af egne valg. Det er ironisk, at søgemaskinernes filtrering og hjemmesiders algoritmer - som udvælger den information, vi får vist - potentielt øger uvidenhed i stedet for viden.

Det tyder på, at den voldsomme brug af sociale medier intensiverer en følelse af ideologisk isolation. Men er det hele sandheden? Det vil jeg - med dette speciale - forsøge at undersøge.

2. Metodisk overvejelse

Et litteraturmæssigt fundament er nødvendigt for at retfærdiggøre specialets akademiske relevans i det forskningsmæssige felt. Derfor præsenteres metodiske overvejelser ift. indsamling af datamateriale forud for præsentation af projektets problemfelt, fordi litteratur er en af de faktorer, der skaber det.

2.1 Dokumentanalyse

Som konsekvens af at specialets empiriske grundlag findes i allerede eksisterende forskning og teori, er der metodiske overvejelser, jeg er nødt til at forholde mig til ift. indsamlingsprocessen. Denne proces er inspireret af Kennet Lynggaards (2010) terminologi, der behandler dokumentanalyse som metodisk grundlag. Lynggaard mener, at dokumentanalysen ofte vil have fokus på at identificere udvikling eller stabilitet inden for et givent undersøgelsesområde og over en vis tidsperiode (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 137).

Denne tilgang til arbejde med empirisk data er noget, jeg endnu ikke har prøvet under projektarbejde på universitetet, hvorfor jeg på forhånd stillede spørgsmålstegn til måden, hvormed jeg skulle indhente min viden. Lynggaard ekspliciterer flere af de problemstillinger, som jeg selv havde forudset; Efter hvilke kriterier indsamler jeg mit dokumentmateriale? Hvordan kan jeg på en hensigtsmæssig måde præsentere resultaterne af en dokumentalanlyse? (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 137-138)

Forud for besvarelse af ovenstående spørgsmål må jeg nødvendigvis definere, hvad der karakteriserer et dokument i dette speciale.

2.1.1 Hvad er et dokument?

Et dokument kan - kort sagt - defineres som sprog, der er fikseret i tekst og rum (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 136). Begrebet tekst skal ikke nødvendigvis forstås bogstaveligt, men kan også inkludere bl.a. fotografier, teknologier eller fysiske objekter. I denne opgave vil der dog udelukkende blive fokuseret på skreven tekst - altså dokumenter, artikler m.m. som udgøres af sprog, der er nedskrevet og fastholdt på et givent tidspunkt (Lynggaard i Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 13). At et dokument er fastholdt på et givent tidspunkt betyder ikke, at det ikke har potentiale for udvikling. Tværtimod sker der ofte en udvikling - eksempelvis på hjemmesider, der konstant udvikles og opdateres eller i lovgivning, som har behov for opdatering ift. den naturlige udvikling, der sker (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 138)

Dokumenter kan inddeles i tre forskellige kategorier; primære, sekundære og tertiære.

Et dokument, der klassificeres som primær, er cirkuleret af et begrænset antal personer og tæt på den begivenhed eller situation, det omhandler. Adgang til primære dokumenter er ikke åben for den gængse offentlighed, og denne type dokument indeholder ofte privat eller følelsesmæssig information (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 138).

Mødereferater eller dagbøger vil ofte blive anskuet som primære dokumenter.

Jeg forudser ikke, at jeg kommer til at indhente eller behandle primær-dokumenter i denne proces. I kraft af, at jeg ikke samarbejder med en virksomhed eller privatperson om en konkret case, har jeg ikke brug for information, som ikke er offentlig tilgængelig.

Den kategori, som jeg primært kommer til at behandle, er sekundære og tertiære dokumenter. Et sekundært dokument er tilgængeligt for offentligheden, men er ikke skabt med denne som målgruppe. Sekundære dokumenter er - lige som primære - udarbejdet i umiddelbar tidsmæssig nærhed til den situation, det omhandler (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 139).

Et tertiært dokument adskiller sig fra et sekundært ved at være produceret efter den begivenhed eller situation det omhandler, har fundet sted. Eksempelvis kan notetagning under et interview kategoriseres som et sekundært

dokument (eller primært - afhængig af indholdet og konteksten), mens analyse af noterne og interviewet vil anses som et tertiært dokument.

Størstedelen af den datamængde, jeg kommer til at behandle er offentlig tilgængelig forskning - forskning som ikke har den brede offentlighed som målgruppe. Jeg kommer både til at arbejde med og bearbejde data, som er skabt tæt på en begivenhed (eksempelvis umiddelbare noter fra et feltstudie) eller forskning, der behandler situationer, der går tilbage i tiden (eksempelvis forskning om medieudvikling).

Skelnet mellem de tre ovenstående kategorier er ikke skarpt defineret, og pointen er heller ikke, at jeg får adgang til mere direkte 'sandhed' ved enten at behandle primære, sekundære eller tertiære dokumenter. I stedet er formålet, at jeg nødvendigvis må forholde mig til dokumentets tidsmæssige kontekst, hvordan dokumentet er skabt, og med hvilket formål dokumentet er skabt (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 139).

2.1.2 Indsamling af dokumenter med henblik på at udtænke problemfeltet

Hvilke dokumenter der skal indsamles, afhænger nødvendigvis af de spørgsmål, jeg stiller. Derfor er det nødvendigt at overveje og explicitere hvilke kriterier jeg har for de dokumenter, der skal hjælpe til at besvare spørgsmålene (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 141).

Denne speciales metodiske tilgang til generering af dokumenter inspireres af 'sneboldmetoden'. Tanken bag denne metode er at forfølge dokumenters indbyrdes referencer. Første step i denne proces er at udpege ét moderdokument eller et par moderdokumenter, der indholdsmæssigt dækker interesseområdet (Brinkmann & Tanggard, 2010, s. 141). Information indsamles herefter med udgangspunkt i moderdokumenternes referencer. Derefter i referencernes referencer, og sneboldeffekten er sat i gang (se illustration i bilag 1).

En overvejelse til denne metode tilføjes i kraft af, at et moderdokumenterne også er tilgængeligt på Aalborg Universitetsbiblioteks hjemmeside, hvorpå der yderligere kan findes dokumenter, som anvender moderdokumentet til citationer.

Alle moderdokumenterne i dette speciale er peer-reviewet forskningsartikler. Moderdokumenterne præsenteres nedenfor:

- 'Feeling Validated Versus Being Correct: A Meta-Analysis of Selective Exposure to Information' publiceret i *Psychological Bulletin*¹ i 2009, som jeg blev præsenteret for af forelæser i Media Literacy på San Diego State University, Dr. George Dionisopoulos, under mit ophold på universitet, da vi diskuterede den danske tilgang til eksaminering i forhold til den amerikanske, og hvor vi i den kontekst kom til at tale om den nært forestående specialeproces. Forskningsartiklen indeholder over 150 referencer.
- 'The spreading of misinformation online' er publiceret i *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 19 January 2016, Vol.113. Denne forskningsartikel var en af de første, jeg stødte på i min indledende søgen, og har været med til at danne grundlag for dette speciales problemfelt. Artiklen inkluderer 42 referencer.

Jeg tilgår ikke dokumentanalysen med indsamlingen af et konkret empirisk dataset i øjemed. Dette speciales empiriske fundament er forankret i viden og erkendelse², hvorfor jeg tilgår den metodiske tilgang med henblik på at skabe så stort vidensgrundlag som muligt med henblik på at anvende den i et meta-analytisk perspektiv, hvor jeg forsøger at skabe viden-om-viden.

¹ Månedlig peer-reviewed akademisk journal der publicerer forskning inden for psykologien.

² Se 4.2

3. At finde et problem - et helt andet sted, end hvor jeg startede

Lemmingeffekt, online-empati, bevidst online selvfremsstilling og kognitive bias er alle emner, jeg har arbejdet med som potentielt problemfelt for specialet. Fælles for alle i denne kontekst er, at de er individfokuserede. Min primære faglige interesse omhandler psykologiske perspektiver på kommunikation. Hvorfor skriver vi, som vi gør? Hvorfor agerer vi, som vi gør? Hvorfor reagerer vi, som vi gør?

Gruppearbejde har præget min tid på Aalborg Universitet. Og det har både været fantastisk og forfærdeligt. At finde en gruppe, der fungerer på et personligt plan og samtidig deler samme faglige interesse, er ikke en nem opgave. Derfor har kompromisser været (og skal være) en naturlig del af være i en gruppe. Indholdsmæssigt har mine projekter indeholdt løsning af kommunikative udfordringer for virksomheder (fjerde og femte semester), markedsføring af produkter (tredje og femte semester) eller analyse af reklamer (første semester). Selvom alle projekter hver især var lærerige, var min faglige interesse ikke nødvendigvis fuldstændig stimuleret. På andre semestre fik jeg mulighed for at arbejde med retorisk samspil under et redaktionsmøde (andet semester), medarbejderes reaktion på en fusion (sjette semester) eller interessenters kommunikative handlingsmønstre under en krisesituation (syvende semester).

Jeg var derfor i tvivl forud for specialeprocessen. Skulle jeg indgå i en gruppe, og muligvis gå på kompromis med emne, eller skulle jeg skrive alene og fuldstændig selv bestemme? Den største udfordring var, at jeg stort set ikke kendte mine medstuderende. Syvende semester (og første semester på kandidaten) delte jeg med dem. Efter det syvende semester foregik det ottende - for mit vedkommende - på San Diego State University. Niende semester var et praktiksemester med yderst begrænset tid på Universitet, og nu tiende semester, som er specialesemesteret. Derudover har jeg aldrig prøvet at skrive et større projekt alene.

I sidste ende valgte jeg at gå i gruppe med en medstuderende ud fra deisen om, at to hjerner tænker bedre end én. Og vi blev hurtigt enige om at fokusere bevidst på online selvfremsstilling med eksempler som #JeSuisParis, flag som baggrund for profilbilleder, 'synes godt om'-tilkendegivelser m.m. Hvor han ønskede at fokusere på, hvordan medierne forsøger at 'vejlede' os - eksempelvis via tilføjelse af mulighed for at anvende flag som profilbillede på Facebook, ønskede jeg at fokusere på de indre mekanismer. Hvorfor ønsker vi at lave bevidst selvfremsstilling? Har vi behov for anerkendelse, eller forsøger vi at skabe en online illusion?

Vi behandlede bevidst selvfremsstilling ud fra en hypotese om, at individet blandt andet agerede ud fra et behov efter bekræftelse. Dette udviklede sig til en interesse for, hvorfor individet søger bekræftelse, og en af de termer som, i denne kontekst, blev brugt var *confirmation bias*³. Termet, som også kaldes *cogniality bias* (Eagly & Chaiken, 1993, 2005) er veldokumenteret (Wason, 1960; Myers, 2010; Pohl, 2004; Matlin, 2014; Kahneman, 2011) og bliver præsenteret i sin helhed senere, definerer - kort sagt - vores tendens til at selekttere og fortolke information på en sådan måde, at det forstærker allerede eksisterende holdninger og overbevisninger. Et af de tidligste studier (Adams, 1961) undersøgte, hvorledes mødre påvirkede deres børn ved at selekttere, hvad de blev eksponeret for. Undersøgelsen viste, at langt størstedelen af mødre valgte at eksponere information (denne undersøgelse anvendte taler), som stemte overens med deres holdninger.

Under vores indledende arbejde blev - min tidligere⁴ gruppekammerat og - jeg hurtigt opmærksomme på en fælles diskurs hos forskellige nutidige nyhedsmedier om, at confirmation bias er et stort problem, og moderne medier i høj grad påvirker det i en negativ retning med nyhedsartikler (The Guardian, 2014; Berlingske, 2016; NY Times, 2013). Store dele af den tidsvarende forskning fokuserer på moderne - og især sociale - medier som faciliteter til styrkelse af confirmation bias. World Economic Forum (2013) kalder 'massiv digital misinformation' for en af de største trusler i det moderne samfund. Pariser (2011) mener, at sociale mediers algoritmer leder os i en 'filterboble', hvor vores holdninger ikke bliver udfordret, fordi vi ikke bliver eksponeret for potentielt udfordrende information.

³ Se 5.1

⁴ Undervejs i processen blev vi enige om at gå hver til sit på grund af forskellige forventninger til specialet, processet og tilgangen.

Quattrociocchi et al. (2014, 2015, 2016) konkluderer i tre forskellige kvalitative undersøgelser, at confirmation bias øger spredningen af falsk information på sociale medier (2014, 2015), og at confirmation bias skaber såkaldte 'ekko kamre' hvori personer med samme holdninger mødes og forstærker denne overbevisning og sågar radikaliserer den (2016). Fælles for alle tre kvalitative undersøgelser er, at de primært er afsenderfokuserede (forstået som brugergenereret materiale).

Hart et al. (2009) er derimod modtager-fokuseret med undersøgelsens meta-analytiske perspektiv på selektiv eksponering for information i relation til opførsel, holdninger og viden, og identificerede en præference for selektion af information baseret på *congeniality/confirmation bias*, der var påvirket af eksempelvis forsvarsmekanismer. Denne forskningsartikel har inspireret dette speciales meta-analytiske tilgang.

Det undrer mig, at store dele af forskningen⁵ præsenterer sociale medier som den store katalysator for udbredelse af confirmation bias uden at forholde det til en historisk kontekst. Dette søger jeg derfor at gøre. Frem for at behandle på hvilken måde sociale medier påvirker og/eller er polariserende for confirmation bias, vil jeg i stedet undersøge om de reelt set er - vurderet fra et diskuterende historisk perspektiv.

3.1. Problemfelt

Ovenstående leder til identifikationen af dette speciales problemformulering.

Med udgangspunkt i nuværende litteratur og forskning vil min specialerapport være en mediehistorisk meta-analyse af begrebet *confirmation bias*, der har til formål at belyse, om vi er mere tilbøjelige til at efterleve et *confirmation bias* i det nuværende mediebillede vurderet ift. tidligere tiders mediebillede.

Specialets omdrejningspunkt vil være en teoretisk og forskningsbaseret analyse og diskussion, der vil have til formål at besvare dets problemformulering, der lyder som følger:

Hvilken påvirkning har internettet haft på brugeres allerede eksisterende confirmation bias' vurderet i et mediehistorisk perspektiv?

Til ovenstående problemformulering hører flere konkretiserende underspørgsmål, som følgende afsnit har til formål at besvare:

Specialet vil blandt andet indeholde et afsnit om *confirmation bias*, hvori jeg vil profilere denne kognitive form for tænkning samt holde det op mod andre typer af bias.

Derudover vil det indeholde afsnit om *confirmation bias* i et mediehistorisk perspektiv hvori jeg vil vurdere om nuværende medier - ift. tidligere medier - påvirker polarisering og/eller radikalisering af holdninger i større eller mindre grad.

Gennem hele specialet vil jeg vurdere flere forskellige elementer; Hvilket kommunikationssyn arbejdes der med? - er det modtager-, medie-, eller afsenderorienteret, og hvilken indflydelse har det? Derudover vil jeg konstant kvalificere materiale ift. et videnskabsteoretisk perspektiv - både i anvendt forskning, teoretisk baggrund samt mit eget arbejde.

4. Specialets fokus og

min personlige læringsproces

Under denne overskrift vil jeg sætte rammen for udformningen af denne projektrapport, samt afklare, hvad der kan forventes af rapporten.

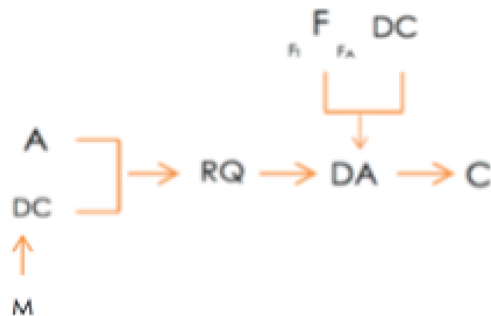
⁵ Forstået som den del af forskning, som jeg er blevet eksponeret for. Der findes givetvis forskning, der siger det modsatte. Databaser, som min undersøgelse af forskningen primært har taget udgangspunkt i inkluderer (men er ikke begrænset til); Sage Publications, Ebsco, Google Scholar, Infomedia. Der skelnes derudover mellem nyhedsartikler, blogs i forhold til refleksive praksisser, manualer og tekstbøger og til sidst mod peer-reviewed (PR) data, der er accepteret af Uddannelses- og Forskningsministeriets autoritetslister for serier og forlag (Web 1). Formålet med vurderingen af litteratur er for at opretholde en forskningsmæssig standard. Denne standard vurderes yderligere ift. den viden jeg behandler. En høj standard er nødvendig i litteraturen, hvor data er behandlet med henblik på at danne viden, som jeg benytter.

Nærværende speciale udgør kulminationen på over fem år, 10 semestre og uendelig mange timer med bøger, forelæsninger, workshops og projektskrivning. I løbet af min studietid har jeg tilegnet mig en lang række kompetencer og stor viden, som jeg kan trække på i dette sidste projekt på universitet (i denne omgang). En anden ting, der har kendetegnet min studietid, har været lysten til at udfordre, hvad jeg i forvejen kan og ved. Jf. studieordningen skal jeg, som studerende identificere egne læringsbehov (Studieordningen, 2014). På bachelorprojektet arbejdede mine gruppemedlemmer og jeg med metodiske tilgange til projektskrivning, som vi ikke før havde prøvet. Kandidatspecialet gør det samme, og er mit første forsøg på et meta-analytisk og refleksivt projekt, hvor jeg ikke skaber empirisk data, der passer til den konkrete problemstilling. I dette projekt tager jeg udgangspunkt i andres forskning, og behandler den sammen med teoretiske tilgange for at identificere mulige svar på min problemformulering. Jeg anskuer specialet som et metodisk eksperiment, hvor jeg både fokuserer på (lærings-)processen og samtidig forsøger at besvare problemformuleringen.

Denne måde at tilgå projektskrivningen på er på én og samme tid både udviklende og forvirrende. Som konsekvens af, at jeg arbejder med en - for mig - ny tilgang, er tvivl og usikkerhed et konstant element i processen. Men denne tvivl betyder også, at læringspotentialet og -udbyttet kan være enormt. Jeg må hele tiden forholde mig til det, jeg gør. Processen er nærmest et iterativt forløb, hvor jeg konstant gennemgår og revurderer faserne.

4.1 Mathiassens model

En ny tilgang til projektskrivning kan - som jeg skriver i ovenstående - skabe enorme mængder usikkerhed og forvirring. Derfor har jeg, både for min og læsers skyld, forsøgt at illustrere og eksplicite processen med en fortolkning af Lars Mathiassens (2010) strukturmodel⁶:



Figur 1: Fortolkning af Mathiassens (2010) model.

Projektets problemfelt (A) - her koblet sammen med min faglige interesse - omhandler confirmation bias. Hvilke kognitive mekanismer påvirker vores confirmation bias? Og hvilken indflydelse har eksterne faktorer (især medier)? - er der sket en udvikling? Min personlige interesse er - desværre - ikke nok til at retfærdiggøre at skrive et speciale om det. Der er nødt til at være videnskabelig relevans. Projektets empiriske fundament (DC) indsamles med inspiration i elementer fra dokumentanalyse og 'sneboldmetoden', der udgør projektets metodiske tilgang (M). Herefter præsenteres specialets problemformulering (RQ), som er skabt i samspil mellem det empiriske fundament og den faglige motivation.

Projektets meta-analytiske tilgang gør, at samme forskningsmateriale, der blev anvendt til at udarbejde problemformulering igen tages i brug til specialets analytiske del (DA). Analysen har til formål at sætte spørgsmålstejn ved den tidligere hypotese, som dette speciale fokuserede på; Er sociale medier et fænomen, der skaber øgning af polarisering ift. confirmation bias? Dette vil jeg forsøge at undersøge fra et mediehistorisk

⁶ Den oprindelige model kan ses i bilag 2.

perspektiv, hvor jeg fokuserer på to forskellige tidsmæssige nedslag: 1) Før internettets udbredelse. 2) Efter internettets indtog som kommunikationsmedie.

Analysen har primært til formål at identificere kognitive mekanismer, der påvirkes ift. confirmation bias og hvordan de kommer til udtryk i hvert nedslag. For at forstå, hvordan vi bliver påvirket, må jeg nødvendigvis også vide, hvad vi bliver eksponeret for, og hvilke metoder der bliver taget i brug. Derfor vil dele af analysen være fokuseret i kognitive mekanismer (Fi) - altså om mennesket som modtager for information. Den anden del (FA) kan både være fokuseret i afsenderen af informationen eller mediet, der faciliterer distributionen af informationen. Afslutningsvis vil resultaterne fra analysen blive præsenteret i en konklusion (C).

4.2. Multimodal konstitueringsanalytik

Nærværende speciales videns- og analytiske forståelsesramme læner sig op af Højgaard og Søndergaards præsentation af *multimodale konstitueringsprocesser* fra 'Kvalitative metoder - en grundbog' af Brinkman & Tanggaard (2010).

Formålet med multimodal konstitueringsanalytik er - kort sagt - at forstå hvordan virkeligheden bliver til (Brinkmann & Tanggaard, 2010, s. 315). Det handler om at forstå processen, som er foranderlig, kompleks og flydende med sedimenteringer, modsætninger og forandringer. Dette forfølges af bearbejdning af forskellige typer af konstituerende processer, som i dette tilfælde udgør det konstituerende forhold mellem medie og menneske - både forstået som medie-afsender-forhold og medie-modtager-forhold.

Begrebsudvikling og skabelse af analytiske perspektiver er fundet hos feministiske tænkere; Judith Butler (1990, 1993, 2004, 2007) arbejder med diskursers materialiserende effekt og undersøge også subjekters mulighed for at modarbejde og udfordre diskurser (Tanggaard & Brinkmann, 2010, s. 315) Butler anser diskurser som både konstituerende og subjektiverende. Et andet perspektiv er Annemarie Mol (2002), som i høj grad vægter det materielles konstituerende kraft. Derudover arbejder min tidligere forelæser, Anete Strand (2012), med Material Storytelling, der er inspireret af Karen Barads (2007) Agential Realism, og behandler 'meaning mattering' - altså det konstituerende forhold mellem det fysiske objekt og mening/viden. Hos Strand er det humane element og det non-humane element konstituerende elementer, der emergerer (Strand, 2012).

I nærværende speciale er jeg inspireret af Barads og Strands erkendelse af, at viden skabes i en konstituerende relation mellem objekt (medie) og mening/viden (diskursiv praksis(afsender)/kognitive mekanismer (modtager)), som jeg - på samme tid - anser som en epistemologisk tilgang og en ontologisk tilgang, der bygger på en erkendelse af, at viden er skabt af gensidige tilblivelsesprocesser, hvor væren og erkendelse emergerer i en vedvarende proces. På studiet er vi blevet 'opflasket' med videnskabsteoretiske tilgange som fænomenologi og socialkonstruktivisme, og begge kunne ud fra mit første møde med Strands Material Storytelling kobles på metoden - men det er mere komplekst end som så. I den traditionelle fænomenologiske tilgang stræbes der efter at undersøge et fænomen, sådan som det umiddelbart fremtræder - altså undersøge fænomenet fra et objektivt perspektiv. Den onto-epistemologiske forståelsesramme er lige modsat. Her gælder det om at kende det, der er (erkendelse), (re)konfigurere det for derefter at (be)gribe det, som (til)bliver (Barad, 2003: 815). Der kan ikke tales om det *værende* adskilt fra *erkendelse* - de er gensidigt konstituerende - altså en *onto-epistemologi*. Strand anvender i samme kontekst også begrebet *konstitutiv entanglement*, som dækker over denne samtidige konfigurerings som multimodal konstitution.

Med multimodal konstitueringsanalyse vil jeg forsøge at udfordre den stabile tilstand, jeg har identificeret i forskningen - definitionen af sociale medier som polariserende objekt for confirmation bias - og undersøge mediehistoriske tilblivelsesprocesser og/eller forandringer i forholdet mellem medie (objekt) og confirmation bias

(mening). Derudover italesætter Højgaard og Søndergaard (i Brinkmann & Tanggaard, 2010, s. 336), at tilgangen åbner for udvidelse af analytisk fantasi og kreativitet og potentielt øger omfanget og arten af interaktionsformer, der inddrages. Dette tillader mig at inddrage mangeartede konstitueringsmodi - fx. påvirkning af confirmation bias fra et socialt, diskursivt, materielt, semiotisk eller kognitivt perspektiv.

5. Introduktion af kognitive bias.

Kognition er vores tanker, perspektiver og forventninger. Kognition handler om at vide, huske, forstå, kommunikere, og lære (Myers, 2010, s. 368). Uanset hvor fantastisk vi tror, vi er - så kan vi være ufatteligt dårlige til alle disse ting. Mange eksperter mener, at det er kognition, der gør os menneskelige og at alle de ting, som kommer med det - vores præferencer, forudindtagethed, frygt og intuition gør os til de individer, vi er. Vi er dog ikke det eneste dyr, der viser tegn på kognition: Chimpanser og gorillaer kan planlægge, fugle kan bygge reder, elefanter underviser hinanden. Men vores kapacitet til at løse problemer er kun matchet af vores kapacitet til fuldstændig at tage fejl. Lige så tilbøjelige vi er til at benytte viden og klogskab lige så tilbøjelige er vi til at bukke under for irrationel tankegang og falsk intuition (Myers, 2010, s. 368).

Vi vil alle skabe en mening med verden. En af måderne hvorpå vores hjerne tillader os det, er ved at bruge koncepter. Koncepter er mentale grupperinger af sammenlignelige objekter, mennesker, ideer, eller begivenheder (Myers, 2010, s. 369). Koncepter simplificerer vores tænkning på en sådan måde, at vi aldrig skal stoppe op og tænke på at benytte dem - det er underbevidst. Uden koncepter ville vi have behov for et unikt navn til alt. Ingen vil kunne bede mig om at skrive på min computer, fordi der ikke ville være et koncept for at skrive eller for computer. Hvis jeg mistede min computer ville jeg være tvunget til at fortælle om mine følelser, deres intensitet - selv de ord, jeg benyttede ville jeg være nødsaget til at forklare.

Vi organiserer vores koncepter ved at forme prototyper, som er mentale billeder eller markante eksempler på en given ting (Myers, 2010, s. 370). Hvis jeg sagde ordet "fugl" vil de fleste givetvis forestille sig formen på en sangfugl før en pingvin, kylling eller struds, fordi solsorten og krager udgør vores prototype.

Koncepter og prototyper sætter tempo på vores tankegang, men kan samtidig sætte det i kasser med forudindtagelser, hvis vi ser noget, der ikke passer til vores prototyper. For 100 år siden ville et billede af en kvindelig læge have skabt en konflikt, fordi prototyperne for læger og kvinder ikke passede på det tidspunkt i historien. Det er derfor vigtigt at holde sindet åbent til muligheden for udvikling af koncepter og prototyper. En måde hvorpå vi kan anvende kognition er gennem dens evne til at løse problemer (Myers, 2010, s. 370) - et fokus jeg - gennem mine fem år på universitet - i høj grad har fået lov til at anvende og udvikle.

Vi problemløser dagligt. Enten skal vi samle svenske møbler, bage kager selvom vi mangler en ingrediens eller håndtere skuffelser over en dårlig film med høje forventninger. Og vi tilgår problemløsning ud fra forskellige perspektiver. Nogle gange skal det gå hurtigt, andre gange vil det være velovervejet. Nogle problemer løses ved *trial-and-error-tilgangen*, hvor vi prøver en løsning, den fejler, og vi prøver en ny løsning indtil vi finder den rette (Myers, 2010, s. 369). Andre gange kan vi benytte *algoritmer* og *heuristikker*. Algoritmer associeres sandsynligvis til diverse medier, men inden for psykologien defineres de som logiske, metodiske, step-by-step procedurer, hvor en løsning i sidste ende er garanteret. Denne proces kan dog være langsom at gennemføre (Myers, 2010, s. 370). Er man eksempelvis i en dagligvarebutik og skal købe ris, kan man benytte en algoritme og metodisk gennemgå hele butikken, hvorfor man nødvendig på et tidspunkt vil finde ris.

På den modsatte side er heuristikker simple strategier, der tillader os at løse problemer hurtigere. Denne tilgang er dog mere tilbøjelig til at fejle end med algoritmer. Skulle vi igen købe ris, og anvendte heuristikker, ville vi først undersøge hylder med asiatiske varer eller hylden med pasta og gryn - altså de steder der giver mening baseret på det, vi allerede ved.

En helt anden måde hvorpå problemer bliver løst er med "aha!-oplevelser", hvor opgaver bliver løst på baggrund af et hurtigt glimt af genialitet, held eller på mavefornemmelse (Myers, 2010, s. 371). Forskere har undersøgt dette fænomen, og ved brug af hjernescannere på subjekter der har fået til opgave at løse et problem, har de observeret, at den problemløsende del af processen foregår i hjernens frontallap, mens der forekommer et hurtigt udbrud af

aktivitet i den højre tindingelap (Myers, 2010, s. 372), som er den del af hjernen der - blandt mange andre ting - arbejder med genkendelighed (Myers, 2010, s. 372).

Udfordringen er, at selvom noget føles rigtigt, er det ikke ensbetydende med, at det er korrekt. Vores kognition kan nemlig ofte lede os på afveje, og vi kan blive påvirket af et *bias*. Et bias defineres som en menneskelig tendens til at tænke eller forstå på en sådan måde, at det systematisk objektivitet, rationalitet eller sunde argumenter (Kahneman & Tversky, 1972). Bias opstår fra den kognitive proces, men kan være svære at adskille. Kahneman & Tversky opstiller følgende processer, hvor bias kan opstå:

- Når vi forsøger at processere information med heuristikker.
- Når vi rammer grænsen for hjernens kapacitet for ny information.
- Når vi bliver påvirket af følelser eller moral.
- Når vi bliver påvirket af sociale faktorer.

Vores tendens til ofte at søge efter og favorisere beviser, der understøtter vores ideer og holdninger, mens vi er mere tilbøjelige til at undvige og ignorere modstridende beviser kaldes *confirmation bias*, og er primært den type bias, jeg undersøger i dette speciale.

5.1 En måde at forstå og bekræfte

Megen forskning har taget udgangspunkt i Peter Wasons (1968) selektionsopgave, der påviste, at vi oftest søger at bekræfte en hypotese eller holdning frem for at afkræfte den⁷ (Matlin, 2014, s. 416). I dette speciale anses Wasons selektionsopgave ikke nødvendigvis som *confirmation bias*, men er snarere et udtryk for en *Positiv Test Strategi*, hvilket vil blive præsenteret i det følgende.

Kahneman (2011, s. 80-82) præsenterer den kognitive proces, der finder steder, når vi skal processere information. Han erklærer - med udgangspunkt i psykologen, Daniel Gilbert, at evnen til at forstå en budskab starter med et forsøg på at tro på det: man er nødt til at vide, hvad budskabet betyder, hvis det var sandt. Først derefter kan man beslutte, om man ikke vil ikke-tro på det (Kahneman, 2011, s. 81). Det indledende forsøg på at tro på et budskab er en underbevidst, automatisk proces, der forsøger at skabe den bedst mulige fortolkning af budskabet - uanset om det er nonsens. Hvis budskabet var 'Bjørne spiser slik' vil en automatisk proces skabe en forestilling af budskabet baseret på viden og hukommelse - altså anvendes vores prototyper og koncepter - ift. henholdsvis 'bjørne' og 'slik' med henblik på at koble de to ting sammen til noget, der ikke er nonsens (Kahneman, 2011, s. 81).

Hvis vi skal forholde os til spørgsmålet 'Er det danske uddannelsessystem godt?' vil vi genkalde andre hukommelsesmæssige bider, end hvis spørgsmålet lød 'Er det danske uddannelsessystem skidt?'. Der foregår en bevidst søgning for beviser, der bekræfter spørgsmålet - også kaldet *Positive Test Strategi* (Kahneman, 2011, s. 81) At undersøge et fænomen med henblik på at bekræfte det er en metode, der anvendes både i det videnskabelige felt og i dagligdagen (og som der typisk gøres i Wasons selektionsopgave). Hvor dette bliver problematisk er når, *Positiv Test Strategi* bliver til *Confirmation Bias*.

Confirmation bias er - i modsætning til *Positiv Test Strategi* - ikke en bevidst metodisk tilgang, men foregår i stedet som ubevidst processering af information. Termet dækker over en tendens til at søge efter, fortolke og huske information på en sådan måde, at det stemmer overens med allerede eksisterende holdninger og viden - og på en sådan måde, at holdninger ikke bliver udfordret (Myers, 2010, s. 369).

Hvis jeg havde fået til formål at undersøge, om Danmark er det bedste land i verden ville jeg - ud fra en *Positiv Test Strategi* eksempelvis lave følgende søgning: "*Er Danmark det bedste land i verden?*" - Søgningen vil givetvis

⁷ Opgaven udfoldes i sin helhed i bilag 3

generere information, der bekræfter spørgsmålet. Alligevel tillader det også information der siger, 'Nej, Danmark er ikke det bedste land i verden'. Hvis jeg søgte ud fra et confirmation bias (ubevidst) kunne søgningen se således ud: "Hvorfor er Danmark det bedste land i verden?". Søgningen er tydeligvis baseret på en holdning, og måden spørgsmålet er udformet tillader ikke, at holdninger bliver afkræftet.

Tilfælde hvor Positiv Test Strategi bliver til bias inkluderer:

- Hvis vores søgen efter information ikke tillader, at vores holdninger bliver udfordret.
- Hvis vi - i den hukommelsesmæssige genkaldelsesproces (eksempelvis ift. halo-effekten) - selektivt genkalder information, der søger mod at bekræfte en holdning.
- Hvis vi fortolker eksisterende information på en sådan måde, at det altid vil stemme overens med en holdning - uanset informationens objektive værdi (Pohl, 2004, s. 87)

5.2 Halo-effekten

Hvis man kan lide en præsidentkandidats politik, er man ofte også tilbøjelig til at kunne lide ting som vedkommendes stemme og/eller hans udstråling. Tendensen, hvor man kan lide (eller ikke kan lide) alt om en person - også ting, som man endnu ikke har oplevet - er kendt som halo-effekten (Kahnemann, 2011, s. 82). Halo-effekten beskriver et bias, der spiller en stor rolle ift. måden vi anser og vurderer mennesker på (Kahnemann, 2011, s. 82).

Hvis vi eksempelvis møder en kvinde til en fest, som vi synes er behagelig og rar at snakke med, vil hendes navn givetvis vise sig, hvis vi skulle finde personer, der ville være interesserede i at donere til velgørenhed. Men hvad ved vi om hendes generøsitet? - reelt set ingenting, fordi oplevelser af mennesker i sociale kontekster ikke nødvendigvis siger noget om dette. Men vi bryder os om kvinden, og vi genkalder os den følelse, når vi tænker på hende. Samtidig bryder vi os om generøsitet og generøse mennesker. Gennem associering skabes der nu en forståelse af, at kvinden er generøs, hvilket nu er blevet tilføjet til hendes liste over behagelige egenskaber - uanset om det er sandhed eller ej.

I ovenstående historie mangler vi reelle beviser for, at kvinden er generøs, men anvender en heuristisk tilgang og udfylder hullet med et bud, som passer til vores følelsesmæssige holdning til hende. Halo-effekten hænger sammen med confirmation bias, når vi bevidst genkalder information, der bekræfter en holdning - at vi bevidst genkalder information om kvinden således, at hun kommer til at fremstå som generøs.

5.3 Et lignende bias - The Belief-Bias Effect

Som jeg præsenterede tidligere kan det være vanskeligt at skelne mellem de forskellige typer af bias. *The Belief-Bias Effect* kan kobles sammen med den del af et confirmation bias, der får os til at fortolke information på en sådan måde, at det kommer til at stemme overens med vores holdninger - uafhængigt af informationens objektive værdi.

The Belief-Bias-effekten hænder, når personer drager konklusioner, der er baseret på egne overbevisninger og baggrundsviden i stedet for på baggrund af logik (Matlin, 2014, s. 415). Vi begynder at lave fejl så snart der er uoverensstemmelser mellem en logisk konklusion og vores egen viden (Matlin, 2014, s. 415). *Belief-Bias-effekten* er et eksempel på en *top-down* processering. Vores viden hjælper os med at organisere oplevelser samt med at forstå verden. Hvis vi eksempelvis kan forstå en konklusion til en given opgave, som ser rigtig ud i den "virkelige verden" kan vi være tilbøjelige til ikke at opdage processen, hvori konklusionen blev draget.

Baggrundsviden hjælper os med at fungere i det daglige liv. Men inden for det psykologiske felt laves der flere øvelser, hvori man påviser, at vores baggrundsviden får os til at tage fejl (Matlin, 2014: 415). Dette ses eksempelvis i nedenstående eksempel.

Hvis en fjer kastes mod et vindue, vil vinduet gå i stykker.

En fjer kastes mod et vindue.

Derfor vil vinduet gå i stykker.

I dagligdagens liv vil ovenstående konklusion være fejlagtig, fordi vi ved, at en fjer ikke kan ødelægge et vindue. I logikkens verden - derimod - vil det ikke være en fejl, fordi første regel sagde, at vinduet ville gå i stykker, hvis en fjer blev kastet mod det.

Jeg anser The Belief-Bias Effect som forklaring på den ene proces, der finder sted ift. confirmation bias - vores tendens til at misfortolke information således, at det kommer til at stemme overens med vores holdninger og idéer. The Belief-Bias Effect tillader os at underkende logiske sammenslutninger og i stedet tilføje vores egne holdninger og baggrundsviden.

5.4 En sidste tilføjelse

Mennesker varierer i stor grad ift. deres modtagelighed til både Confirmation bias og The Belief-Bias Effect. Matlin (2014) erklærer, at der er forskel på, hvor tilbøjelige vi er til at efterleve holdningsbaserede bias. Folk med relativ lav intelligens er mere tilbøjelige til at blive påvirket af disse typer bias, fordi de ikke er gode til fleksibel og kritisk tænkning (Macpherson & Stanovich, 2007 i Matlin, 2014, s. 416). En u-fleksibel tænkner er mere tilbøjelig til at være enig i holdninger som, "Ingen kan tale mig fra noget, som jeg ved er rigtigt". Fleksible tænkere vil i stedet være enige i følgende, "Folk skal altid bevismateriale tage, som går mod deres holdninger, med i deres overvejelser." (Matlin, 2014, s. 416).

6. Medier

6.1 Medie og kommunikation

Ordet 'medie' stammer fra 'medium', som betyder 'mellemed' (Gregersen, 2011, s.), hvilket netop er, hvad de er - mellemed mellem mennesker. De er redskaber eller tekniske systemer, der karakteriseres ved at viderebringe information og kommunikation. Kommunikation er i denne kontekst en betegnelse for vores evne til at anvende symboler med henblik på at udtrykke os (Helles, 2014, s. 142). Medier er yderligere en afgrænset kanal, der forbinder en (eller flere) afsender(e) og en (eller flere) modtager(e)⁸ (Helles, 2014, s. 144).

I takt med menneskehedens udvikling har vi samtidig udviklet forskellige medieplatforme, som faciliterer vores kommunikation - og udviklingen er accelererende (Helles, 2014, s. 142). I langt størstedelen af menneskets eksistens har vores egne kroppe fungeret som det eneste medium for kommunikation - eksempelvis i form af berøring, lyde, anvendelsen af sprog eller symboler (Helles, 2014, s. 142). Finnemann (2005) præsenterer fem markante spring i det mediehistoriske billede. Denne udvikling har ændret vores kommunikations forhold til tid og rum, hvilket jeg vil udfolde i det kommende afsnit.

6.2 Evolutionsteori som epistemologisk grundlag

Ud fra et mediehistorisk perspektiv kan man udpege fem markante komplekse kulturhistoriske spring (Finnemann, 2005, s. 16).

Det første opstår i forbindelse med talens brug. Det andet er skriften, det tredje muligheden for at bogtrykke, mens det fjerde er brugen af elektroniske, analoge medier. Det femte, og seneste, spring omhandler digitale medier (Finnemann, 2005, s. 16). At disse spring kan defineres som evolutionære spring skyldes, at alle øger mediematricens kompleksitet, fordi hvert nyt spring kan anvende og samarbejde med de tidligere spring (eksempelvis kan tale og digitale medier kobles sammen i videomateriale). Emergeringen mellem de evolutionære spring skaber altså udvikling, som i sidste ende har resulteret i dannelsen af en ny mediematrice (Finnemann, 2005, s. 16).

Evolutionær teori har den begrænsning, at den ikke kan forudsige det næste spring, men udelukkende forklarer tidligere udviklingsforløb. Fra talen kunne man ikke forudsige skriftens brug, hvorefter man ikke kunne forudsige anvendelse af tryk. Ligeledes kunne man ikke forudsige springet mellem det trykte medie til digitale medier (Finnemann, 2005, s. 16). Det betyder altså, at vi må nøjes med at studere, hvad der eksisterer, og hvordan det udvikler sig og interagerer. I evolutionær teori er erkendelse derfor situeret og fast i den erfaring, der er tilgængelig.

Jeg har - på tidligere semestre - forsøgt at forudse tendenser, lavet handlingsplaner, hvis noget skulle ske o. lign. En konsekvens af ovenstående er, at jeg ikke kan forudse medieudviklingen, hvorfor projektet - som tidligere nævnt - skal anskues som en onto-epistemologisk undersøgelse, der tager udgangspunkt i den viden og erfaring, der eksisterer.

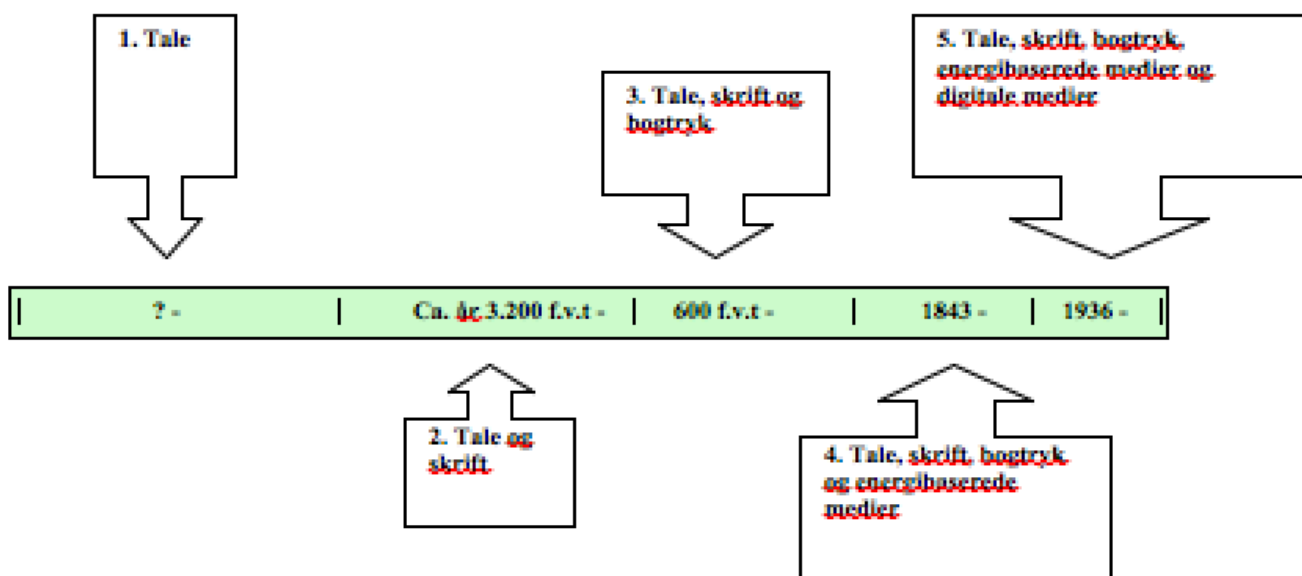
6.3 De fem informationssamfund

Nærværende afsnit har til formål kort at præsentere fem civilisationshistoriske epoker i mediehistorien med henblik på at kunne betragte den medie- og kommunikationsteknologi udvikling i et bredere perspektiv for til sidst at placere internettet i en mediehistorisk kontekst.

Ethvert samfund er fokuseret omkring kommunikation af information og viden (Finnemann, 2005, s. 34). Naturligvis er kommunikationen påvirket af de midler et givent samfund har til rådighed. I det ovenstående forklarede jeg, hvordan hvert enkelt kulturhistoriske spring emergerede med de tidligere. Derfor præsenteres hvert

⁸ Dette udfoldes i 6.5

enkelt informationsfund ikke udelukkende ud fra anvendelse af et nyt medie, men i forhold hvilke medier et samfund nu har til rådighed.



Figur 1: Tidslinje der illustrere de fem informationsfund.

De fem typer er:

1) De orale samfund

Dette samfund havde fokus på det talte sprog, som f.eks. blev anvendt af jægere. Vi ved ikke hvornår, de orale samfund opstod, fordi anvendelse af tale ikke kan spores. Orale samfund har givetvis anvendt forskellige visuelle kommunikationsformer - eksempelvis røgsignaler, hulemalerier samt andre lydssignaler end tale (Finnemann, 2005, s. 35). På dette tidspunkt i det mediehistoriske billede var den eneste mulighed for informationsoverførsel ansigt-til-ansigt (Helles, 2014, s. 142).

2) Samfund der anvender tale og skrift

Skriftkulturer kan dateres helt tilbage til cirka år 3.200 f.v.t og opstod både i Mesopotamien, Iran, Ægypten, Kina og Mesoamerika uafhængigt af hinanden (Finnemann, 2005, s. 35). Med skriftens indtræden var det nu muligt at lagre og genkalde information, og informationen var ikke - i lige så høj grad - baseret på menneskelig hukommelse, fordi det øjeblikkeligt kunne blive nedskrevet (Helles, 2014, s. 142).

3) Tale, skrift og bogtryk

De første bogtryk dateres tilbage til cirka år 600 e.v.t. i Asien. I Europa kan det første findes fra 1200-tallet - altså cirka 600 år senere. Udviklingen var dog mere markant i Europa: "In the 50 years following the invention, more books were produced than in the preceding thousand years" (Mokyr i Finnemann, 2005, s. 36). Trykken øgede mængden af tilgængeligt information, og gjorde det muligt at eksportere kommunikation til et bredere publikum.

4) Samfund med tale, skrift, bogtryk og energibaserede medier

Den elektriske telegraf blev opfundet i 1843 i USA og startede brugen af energibaserede medier. Denne matrice inkluderer medier, hvor oralitet spiller en væsentlig rolle - såsom telefon, gramofon, radio, fjernsyn osv. Skabelsen og udvikling af medier baseret på energi var voldsom. Glødelampen udvidede læsetid. Rotationspressen kunne øge produktionen af aviser - listen er (næsten) uendelig (Finnemann, 2005, s. 37).

5) Tale, skrift, bogtryk, energibaserede medier og digitale medier

I 1936 definerede Alan Turing principperne for en universel computer (en maskine, der kan udføre enhver beregning, som overhovedet kan udføres gennem et endeligt antal operationer (Finnemann, 2005, s. 37)). Internettet blev udviklet i 1960'erne, mens PC'en skabes i 1970'erne. Internettet - som offentligt og åbent medie - tager form i 1990'erne. Inklusionen af grafiske grænseflader heriblandt MAC OSX, Windows, Linux osv. er, hvad der gav specialister mulighed for at udvikle og kontrollere teknologien (Finnemann, 2005, s. 37).

Udviklingen af digitale medier har fuldkommet ændret billedet for lagring, genkaldelse og deling af information. Informations tilgængelighed er noget, vi ikke hidtil før har set i menneskets historie, og det er på trods af, at digitale medier kun har været til stede meget kort tid - historisk set (Helles, 2014, s. 142).

6.4 Hvorfor er internettet specielt?

I specialet behandler jeg eksempler fra to mediehistoriske perioder - før internettets gennembrud som almen tilgængeligt kommunikationsmedie og efter.

Internettet - primært begrænset til World Wide Web⁹ - er specielt, fordi det markerer overgangen til det femte informationsfund i henhold til ovenstående præsentation.

Finnemann (2005) beskriver internettet som en informationsmotorvej, et enormt cyberspace eller som en kommunikativ galaxe. Udfordringen ved at beskrive internettet er, at det er enormt, uoverskueligt og u håndgribeligt og samtidig i konstant udvikling. Dog kan det gøres ud fra tre perspektiver: 1) som en samfundsmæssig infrastruktur, 2) som et kommunikativt rum, der indeholder et specielt interaktionsmønster og et symbolsk formsprog og 3) som en medieringsform (Finnemann, 2005, s. 120). I nærværende speciale forsøger jeg at undersøge internettet som medieringsform i det konstituerende forhold mellem menneske og medie.

Internettet som netværk blev udviklet i 1960'erne, men blev først almen tilgængeligt i 1990'erne efter World Wide Webs skabelse i 1989 i efterfølgende indtog. World Wide Web markerede fødslen af et nyt massemedie, og blev kaldt mediet for 'masse-interaktivitet' - altså et medie der tillod mange-til-mange kommunikation (Sarvary, 2012 93). Der var nu skabt et nyt kvalitativt informationsmarked, hvor forskellen mellem afsender og modtager var udvasket; informationsproduktion og informationsindtagelse var ikke længere mulige at separere. Nye teknologier, der tillod at skabe, dele og vedligeholde viden i løbet af et øjeblik, formede fællesskaber, hvilket ændrede informations forankring i tid og rum.

World Wide Webs udviklingsproces inddeles i tre forskellige stadier:

1) *Web 1.0* dækker over de indledende stadier, der kun i mindre grad tillod interaktion mellem websider og brugere. Web 1.0 er karakteriseret som stadiet der tillod to store innovationer: E-handel og mulighed for søgning. Det var primært en informationsportal, hvor brugere passivt kunne tilgå information (Sarvary, 2012, s. 96). Søgmaskiner tillod brugere at indhente information på ingen tid - uanset hvad emnet var.

2) *Web 2.0* åbnede mulighed for interaktion mellem medie og bruger. Web 2.0 faciliterede muligheden for eksempelvis at skrive anmeldelser til produkter eller kommentere nyheder. Samtidig opfordrede dette stadig til involvering, samarbejde og deling af information brugere i mellem (Sarvary, 2012, s. 96). Eksempler på Web 2.0 baserede applikationer er Youtube, Wikipedia eller Facebook, som tillod, at indhold kunne skabes, deles og sendes øjeblikkeligt blandt brugere lokaliseret over hele jordkloden. Dette var/er potentielt problematisk, fordi nyhedshistorier ofte er tilgængelige på sociale medier på grund af brugergenereret indhold, før de er tilgængelige på offentlige medier. Dette øger risikoen for falske nyheder, fejlfortolkninger og givetvis påvirkning af confirmation

⁹ Internettet og World Wide Web er ikke synonyme. Internettet dækker over den enorme netværksmæssige infrastruktur, der er skabt, hvor et medie kan kommunikere med et andet medie, så længe begge er tilkoblet internettet. World Wide Web er en måde at tilgå information via internettet.

bias.

3) *Web 3.0* er det nuværende stadie hvori World Wide Web befinder sig, og inkluderer især dynamiske applikationer, interaktive services eller maskine-til-maskine interaktion. Computere kan nu, ligesom mennesker, fortolke og vurdere information, og derefter generere og distribuere indhold der er tilpasset brugernes behov (Keen, 2011).

Internettet er unikt, fordi man nu kan præsentere information om forskellige personlige forhold eller interesseområder ved siden af offentlighedens andre medier (Finnemann, 2005, s. 154). Derudover tillader det forskellige funktioner som kun - i megen ringe grad - findes i andre medieplatforme - eksempelvis e-post, chat-funktion eller weblogs (Finnemann, 2005, s. 154). Alle kan komme til orde - både individer, virksomheder eller institutioner.

Muligheden for at indhente information - af en høj kvalitet - er også radikalt forbedret. Man kan samle nyheder fra en lang række forskellige udbydere. Nationale og internationale nyheder stammer ikke længere - nødvendigvis - fra samme udbyder (Finnemann, 2005, s. 154). Derudover er internettet multimodalt. Det tillader integration af andre medier. Elektroniske tekst tillader e-bøger eller e-aviser. Lydsoftware tillader integrationen af radioen eller telefonen.

Internettet åbner mulighed for et enormt åbent netværk med uanede kommunikative muligheder. Nettet kan anvendes som en-til-en-kommunikation, flere-til-flere, en-til-flere, flere-til-en og der kan både kommunikeres i den private og offentlige sfære. I kraft af dette er nettet et kæmpemæssigt reservoir af viden. Internettet er derfor et globalt elektronisk kommunikationsmedie samtidig med at være et udtømmeligt vidensarkiv (Finnemann, 2005, s. 124-125).

6.5 Afsender, medie og modtager samt kommunikationsbegrebet

I samspillet mellem mennesker og medier kan tre forskellige opfattelser identificeres (Gregersen, 2011). Den første er afsender - eksempelvis forfatteren til en bog, mens den anden er modtageren, som i samme eksemplificering vil være læseren. Mellem afsender og modtager er mediet, der faciliterer, at information bliver bragt ud (Gregersen, 2011). Som jeg har nævnt tidligere, anskuer jeg forholdet mellem afsender/modtager og mediet som et konstituerende forhold. Afsender kan - i dette speciales kontekst - ikke påvirke afsender uden et medie, og ligeledes kan modtager ikke blive påvirket uden et medies tilstedeværelse.

Specialet fokuserer primært på at forstå de kognitive processer, der finder sted ift. confirmation bias med henblik på at besvare problemformuleringen. I løbet af processen har jeg måttet erkende, at jeg også er nødt til at forholde mig til både afsenders formål og tilgang til kommunikationen for at forstå, hvorfor og hvordan modtageren reagerer.

Yderligere må jeg også forholde mig til medieplatformen - især i afsnittene der fokuserer på eksempler efter internettets indtræden som kommunikationsmedie - som konsekvens af, at vi nu befinder os i Web 3.0, hvor mediet i langt højere grad aktiv deltager i processen.

I henhold til ovenstående tillader anvendelse af forskellige medier også forskellige tilgange til kommunikation. Udviklingen af nyere medier har i høj grad udviklet kommunikationsbegrebet, som præsenteres i nedenstående model:

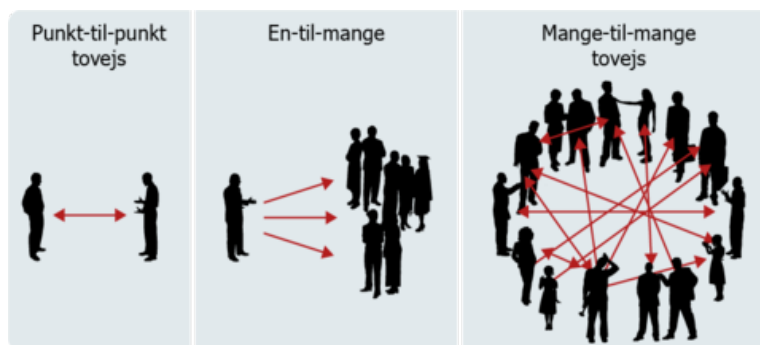


Figure 2: Illustration af kommunikationsbegrebet.

- *Punkt-til-punkt* fungerer som tovejskommunikation. Når vi indgår dialog med en anden person, er der tale om tovejskommunikation - eksempelvis når vi snakker i telefon. Telefonen (i dens oprindelige forståelse) er et medie - men ikke et massemedie, fordi kommunikation (oftest) er begrænset til to mennesker (Gregersen, 2011).
- *En-til-mange* omhandler kommunikation mellem få afsendere til mange modtagere. TV eller radio er præget af denne type kommunikation. Denne type kommunikation er oftest envejskommunikation, hvor modtageren forbliver passiv (Gregersen, 2011).
- *Mange-til-mange* er tovejskommunikation mellem flere aktører, der hver især skaber, behandler og modtager information (Gregersen, 2011). Sociale medier er eksempelvis et udtryk for denne type kommunikation.

6.6 Moderne medier skaber øget refleksivitet

I takt med mediernes udvikling har samfundet også set en udvikling. Medier har i langt højere grad end tidligere betydning for vores fortolkning af verden (Gregersen, 2011). Kendetegnene ved moderne medier (primært tænkt som udviklingen efter internettet som alment tilgængeligt kommunikationsmedie) er, at de er en afspejling af samfundets udvikling (Gregersen, 2011). I henhold til ovenstående præsentation af medieudviklingen kan det ses, at vi har langt flere valg end tidligere. Denne frihed betyder samtidig, at medierne ikke længere primært fungerer som informationskilder.

Konsekvens af denne udvikling kan i følge den engelske sociolog, Anthony Giddens, ses i to elementer. Det første, som jeg allerede har nævnt, handler om adskillelse af tid og rum, mens det andet behandler øget refleksivitet (Gregersen, 2011).

Giddens taler om øget refleksivitet som en tendens til, at vi i stigende grad undersøger os selv. Den øgede informationsmængde, og dens tilgængelighed gør det muligt at reflektere eksempelvis over forhold i samfundet, store begivenheder, familie- eller følelsesliv. Denne refleksivitet foregår både på et kollektivt og individuel plan. Sociale medier - som Facebook - kan være udtryk for en radikaliserende tendens (som også påvises i forskningen). Hvor vi også tidligere både var refleksive og selvscenesættende, foregik det sammen med og ift. mennesker der var (fysisk) til stede. (Sociale) medier har ændret betingelserne for disse elementer, og tillader en refleksiv proces, hvor ens sociale position er afhængig af, at man kan formidle og præsentere information på en bestemt måde, og samtidig tolke og forholde sig aktiv til kommunikationen (Gregersen, 2011). Dette er især en konsekvens af sociale mediers ændring af informations position i tid og rum.

7. Før internettets udbredelse

7.1 Partipressen

I 1945 ved anden verdenskrigs afslutning, var avisen det primære medie i Danmark (Gregersen, 2011), hvorfor det naturligvis også var den største eksportør af information og nyheder til folket. Men hver avis havde en agenda, for de repræsenterede hver sin klasse, hvorfor de gik under navnet *partipressen*. Partipressen modtog økonomisk støtte fra de politiske partier for at få dem til at repræsentere deres værdier og holdninger (Gregersen, 2011). Berlingske Tidende blev anset som en borgerlig avis. Var man borgerlig og stemte De Konservative (og senere Venstre), læste man oftest borgerlige aviser (Gregersen, 2011). Arbejderklassen valgte Socialdemokraten, de radikale læste Politiken mens bønderne læste - hvad der senere blev - Jyllandsposten (Gregersen, 2011).

Tidsperiode	Institutionel karakter	Type af medier	Mediets rolle
frem til 1945/1960	Del af politisk institution	Partipresse	Redskabforparti
fra 1900-tallet og frem	Kulturinstitution	Omnibuspresse og traditionelle public service-medier	Kanal mellem samfunds- og kulturinstitutioner og borgere
fra 1990'erne og frem	Medieinstitution	Moderniserede public service- og kommercielle medier	Kontaktflade mellem medie og publikum
fra 2000 og frem	Medieinstitution med værdier, brands og diskurser	Sen-moderne holdningsmedier og konkurrencemedier, der forsøger at skabe unikke diskurser	Bekræfte målgruppens verdensanskuelse

Figur 3: Oversigt over pressens udvikling.

Partipressen kan sammenlignes med moderne medier algoritmer¹⁰, som er en konsekvens af web 3.0, der udvælger information på baggrund af relevans. Som ovenstående skema viser, så udgjorde pressen et redskab for partierne. Hver avis havde altså en agenda - et bias, ift. de nyheder og den information, der blev offentliggjort. Partipressen udgjorde et redskab der - potentielt - havde en radikaliserende effekt. Hvis jeg antager, at hver husstand kun modtog én avis (eller kun aviser fra samme politiske retning), er den information, de blev eksponeret for også 'manipuleret' i en sådan grad, at det stemmer overens med de holdninger, der i forvejen er til stede. Denne type radikaliserende er den samme, som -af flere - er identificeret i forskningen. Quattrociocchi, Scala & Sunstein (2016) kalder tendensen for 'ekko-kamre', hvor det vi kommunikerer ud er magen til det svar, vi får - et ekko.

I henhold til ovenstående tillader tiden under partipressen, at folket kunne efterleve et confirmation bias. Valgte man (d)en avis, der delte ens politiske ideologi, ville man sandsynligvis blive bekræftet i sine holdninger.

At denne tid muliggjorde efterlevelse af confirmation bias er ikke lig med, at det var sådan, det fandt sted. Erkendelse af, at partipressen var et redskab for de politiske partier, og det frie valg tillod (som nu), at man kunne vælge at blive eksponeret for information der potentielt kunne udfordre ens holdninger og værdier. Det var dog ikke alle steder, det frie valg var en mulighed. Dette vil jeg præsentere i mit næste eksempel.

¹⁰ Ikke at forveksle med de kognitive algoritmer, jeg præsenterede tidligere.

7.2. Confirmation bias i Nazi-Tyskland (tilføjet personlig anekdote)

For - efterhånden - nogle år siden var jeg til optagelsesprøve som militærpolitisergernt i hæren. Et af kravene var, at jeg skulle gennemgå psykologiske interview. Et af spørgsmålene, mit svar og især psykologens kommentar er noget, der siden har påvirket min måde at tænke på, og er samtidig en af grundene til, at jeg vælger at lave et nedslag på dette tidspunkt i historien.

Psykologen spurgte: "*Hvis du - på et tidspunkt - ender i krig, og får en ordre, som du ikke er enig i - vil du følge den?*" Til dette svarede jeg "Ja". "*Hvorfor?*" fulgte han op. "*Fordi jeg har tillid til, at der er højere rangerede personer, der samtidig har en langt større viden og har vurderet, at det må være det rigtige at gøre*". Der var stilhed i et kort øjeblik, før han spurgte "*Var det ikke det samme, der skete under Hitler?*". På det tidspunkt havde jeg ofte - i mit stille sind - overvejet, hvordan store dele af det tyske folk accepterede de handlinger, der fandt sted under anden verdenskrig. Alligevel var jeg selv lige faldet direkte i fælden.

Nærværende afsnit fokuserer på Nazi-Tysklands anvendelse af propaganda som måde til at skabe og påvirke confirmation bias.

Første del vil være afsenderfokuseret og har til formål at præsentere metoder, Nazisterne anvendte, mens anden del vil være modtagerfokuseret og belyse grunde til, hvorfor det tyske folk var modtagelig for propagandaen.

7.3 Nazismens propaganda

Forståelsen for propaganda inspireret af Pratkanis & Aronsons (2001, s. 11) og Heradstveit & Bjørgos (1996, s. 12) definitioner af begrebet som manipulation med kommunikation, symboler og tegn med henblik på at påvirke et stort antal modtageres koncepter og prototyper (i henhold til afsnit om den kognitive proces).

Propaganda er altså ikke personlige instruktioner, men har til formål at tiltrække offentlig interesse.

Den nazistiske propaganda kan dateres tilbage til Adolf Hitlers *Mein Kampf*, hvori han bruger to kapitler til at analysere vigtigheden af propaganda, og hvordan det praktiseres.

Kunsten for propaganda er at fremlægge et emne så klart og overbevisende for folket, at det skaber en generel overbevisning om, at det er sandt - uanset om det reelt set er sandt (Hitler, 2010).

Det tyske Rigsministerium for Offentlig Oplysning og Propaganda (Reichministerium für Volksaufklärung und Propaganda) fremlagde deres ideologier gennem simple narrativer som 'os mod dem' eller 'os mod dem', der var lette at forstå for det brede publikum (Narayanaswami, 2011, s. 2). I 1933 - kort efter Hitler blev udpeget som rigskansler - destruerede han systematisk pressefriheden. Anti-nazistiske journalister blev stoppet med magt og aviser blev lukket. Al presse kom under regeringens kontrol, hvorfor Hitler havde fuldkommen magt over, hvad masserne blev eksponeret for. Propagandaen var multimodal og anvendte både tale (retoriske virkemidler), skrift, tryk og energibaserede medier (eksempelvis radioen)¹¹, til at udbrede narrativerne

Den nazistiske propaganda fokuserede på allerede eksisterende stereotyper/prototyper hos det tyske folk. Temaer som:

- Ydmygelse af Tyskland og urimeligheden i Versaillestraktaten
- Ondskaben i jødedommen og kapitalismen i kontrast til det patriotiske Nazi-Tyskland
- Idoldyrkelse af Hitlers som en messiansk figur
- Definere fjenden og retfærdiggøre deres straf

¹¹ I henhold til 4.2

- At samle masserne
(Narayanaswami, 2011, s. 2)

Nedenfor præsenteres eksempler på nogle af disse tematiseringer som - med hjælp fra retoriske og semiotiske virkemidler, forsøger at understrege den diskurs, der forsøges at blive skabt.

Billede 1 viser en billede af Hitler med teksten 'Længe leve Tyskland'. Billedet er et forsøg på at stimulere halo-effekten¹². Den giver begrænset information, men det er et forsøg på at få ham til at fremstå som en messias. Han er lederen - han er lyset. Og hvad det tyske folk ikke ved om Hitler, vil de selv udfylde ud fra de positive følelser, der nu er skabt. Den lys-effekt, som er anvendt på billede kaldes - meget passende - også for en halo-effekt.

Hvor portrættering af Hitler havde til formål at manipulere måden, hvorpå det Tyske folk opfattede ham, var propagandaen mod jøderne væsentlig mere eksplicit (Narayanaswami, 2011, s. 3).

Der var to primære portrættering af jøder, som var kontrast til hinanden men søgte at opfylde det samme formål. De var enten fremstillet som et afstumpet og grimt folk som blev associeret med skadedyr (billede 2) eller som grådige, fede og ubehagelige folk, som holdt med fjenden (billede 3). Disse fremstillinger af jøderne vandt primært indtog i de dele af Tyskland, hvor antisemitismen allerede var udbredt.



Billede 1: Messiansk portræt af Hitler



Billede 2: Når Jøder griner

Der er en grund til at nazisterne valgte at fokusere på disse fremstillinger, og hvorfor de overhovedet virkede.

Som jeg præsenterede i det ovenstående, havde nazisterne magten over pressen, og de formåede at associere jøder med disse ubehagelige ting, hvilket skabte en illusion hos de tyske folk, så de så disse elementer hos de jødiske folk - også på tidspunkter, hvor de reelt set ikke var til stede. I kraft af at tyskerne hverken havde adgang til internettet eller internationale kanaler til at modarbejde nazisternes bias, endte denne portrættering af det jødiske folk med at blive sandhed (Narayanaswami, 2011, s. 3). Tyskerne så altså jøderne på den måde, nazisterne ønskede, selvom dette reelt set ikke var sandheden. Dette ledte potentielt til et confirmation bias der fordrejede sandheden, og gav Nazi-Tysklands succes hos tyskerne mens jøderne blev bebrejdet for alle fejltagelserne. Dette fortsatte og en kultur baseret på et falsk confirmation bias blev skabt. En kultur der afviste ethvert forsøg på at modarbejde det.

Især nazisternes fremstilling af det jødiske folk som undermennesker og ligestillede med skadedyr er interessant at kigge videre på. Den amerikanske psykolog, Phillip Zimbardo har intenst undersøgt denne metode til at dehumanisere grupper. Zimbardo er primært kendt for det notoriske Stanford Prison Experiment, som jeg anvender til at underbygge tanken om, at nazisterne anvendte denne metode til at manipulere det tyske folk.

7.3.1 The Stanford Prison Experiment og dehumanisering af jøderne

The Stanford Prison Experiment (SPE) var et studie af den psykologiske effekt samt sam/modspillet mellem fængselsvagter og indsatte. Det interessante var, at det var opstillet - ingen af de deltagende var i virkeligheden hverken vagter eller indsatte. 24 udvalgte mænd, som efter psykisk vurdering var erklæret 'normale', deltog i eksperimentet (Zimbardo, 2008). Mændene blev inddelt i to forskellige grupper, hvor



Billede 3. De grådige Jøder og fjenden

¹² I henhold til 5.2

den ene skulle agere fængselsvagter, mens den anden gruppe var indsatte. Fængselsvagterne modtog uniformer, som kunne facillitere en fornemmelse af autoritet samt et par solbriller, der tillod dem at forblive relativt anonyme. Forud for ankomsten af fangerne fik vagterne tilladelse til at indrette 'fængslet', som var lokaliseret i Stanford Universitets kælder. Den eneste kommando vagterne fik var, at de skulle forsøge at opretholde ro og orden, når fangerne ankom til fængslet og under deres ophold i det.

Fangernes ankomst til fængslet blev simuleret så autentisk som muligt; deres fingeraftryk blev arkiveret, de blev undersøgt, fik taget deres tøj og blev til sidst afluset. De fik udleveret et par sandaler og en kittel med nummer, og skulle under hele forløbet bære en metalkæde om anklen - de var altså nu blevet reduceret til et nummer (Zimbardo, 2008). Dehumaniseringen var gået i gang.

I løbet af de første fem dage tvang vagterne de indsatte til voldsomt ydmygende opgaver; de skulle f.eks. rense toiletterne med deres hænder, de stjal deres tøj, så de var komplet nøgne. Studiet var tiltænkt en varighed på to uger, men måtte stoppes allerede på den sjette dag, fordi stress-reaktionerne hos de indsatte var for voldsomme. Rollespillet havde taget fuldstændig overhånd, og rollerne var blevet til virkelighed. Dehumaniseringen var fuldkommen.

The Stanford Prison Experiment påviser den skræmmende effekt dehumanisering kan have - både hos de dehumaniserede men især også hos den resterende del (vagterne). Eksperimenter maler et billede af, hvordan det kan have foregået under Nazisternes ledelse i Tyskland. Jøderne blev ligestillet med skadedyr af den tyske propaganda-maskine, hvorved de blev anset som ikke-menneskelige, og altså blev dehumaniseret, og når et folk ikke længere anskues som mennesker, er det nemmere at fratage dem deres basale rettigheder (som mennesker), som eksempelvis kan være retten til liv og moralsk behandling. I den sidste - og mere makabre ende - er det 'lettere' at dræbe noget ikke-menneskeligt (eksempelvis) skadedyr, fordi der ofte ikke følger det samme moralske ansvar med. (Zimbardo, 2008)

Som sagt har det ofte undret mig, hvorfor det tyske folk 'lod' nazisterne påvirke dem, som de gjorde. Nedenstående afsnit har til formål at undersøge interne mekanismer, som kan have påvirket dette faktum.

7.3.2 Social sammenligning med 'ingroup-Outgroup'

En anden metode Nazisterne anvendte til at manipulere holdninger til jøderne, behandler 'ingroup-outgroup'-perspektiv, som bliver præsenteret af Horwitz og Rabbie i Tajfel (1982).

Under nazisternes invasion af Holland var personer, som mindst havde tre jødiske bedsteforældre, tvunget til at bære et gul stjerne. Dem som denne regel inkluderede - også dem, som ikke anså dem selv som jødiske - var nu mærket og isoleret i forhold til den resterende del af befolkningen (Tajfel, 1984, s. 241). Dette skabte en tydelig, visuel gruppering af den jødiske del af befolkningen.

Inspireret af disse handlinger (og som jødisk flygtning selv) skrev psykologen, Kurt Lewin (1948), forskellige artikler om behovet for at være del af en gruppe samt relationen i gruppedynamikken. Lewin anså det at have et tilhørsforhold til en gruppe er essentielt for en persons sociale identitet og selvtillid (Lewin, 1948, s. 184).

Forskning af Rabbie og Horwitz (1969) viste en stor forskel på favorisering af ingroup over outgroup efter den ene gruppe havde vundet en pris, mens den anden havde tabt. Vinder-holdet var blevet fundet med et møntkast. Alligevel vurderede størstedelen af medlemmerne fra begge hold, at medlemmer af vinderholdet var mere favorable end medlemmer fra taberholdet. Denne type bias kaldes 'minimal intergroup situation' (Tajfel, 1982, s. 241).

Tajfel arbejder med forskellige forklaringer til dette bias. Den ene fokuserer på forholdet mellem gruppemedlemmer, og mener, at subjekter følte sig mere komfortable ift. at interagere med andre, som havde oplevet samme udfald af situation (eksempelvis et møntkast) i modsætning til at interagere med nogle, som havde

oplevet det modsatte (Tajfel, 1982, s. 243) Yderligere forklarer Tajfel det med, at subjekter behandler gruppemedlemmer som et objekt af deres egen identitet og favoriserer derfor gruppemedlemmer (Tajfel, 1982, s. 243).

Gennem symboliseringer og identificeringer, som nazisterne skabte, opstod derfor en virkelighed for det tyske folk, hvor jøderne blev placeret som 'outgroup' mens nazisterne og det tyske folk var 'ingroup'. Man skabte altså kategorier, der udelukkede 'dem' fra 'os'. Jøderne blev kategoriseret som dårligere end nazisterne gennem Tajfels teori om social sammenligning, og det tyske folk var blevet manipuleret til ikke at indgå i fællesskaber med jøderne. Derved blev enorme polariseringsklynger skabt, som var baseret på falsk information, propaganda og manipulation.

7.3.3 Hvorfor kunne tyskerne ikke se det? (Hindsight bias)

Som jeg præsenterede tidligere, har jeg ofte overvejet, hvorfor det tyske folk lod sig underlægge den nazistiske propaganda. Kunne de ikke se, at det var forkert? Jeg har talt med mange forskellige personer om emnet i denne specialeproces, og - omend der er forskellige holdninger til emnet - så er der enighed om én ting. Det kan i hvert fald ikke ske i vores tid.

Men denne holdning er i høj grad en afspejling af en anden type bias - kaldet *hindsight bias*. Vi tror, at vi kan forstå fortiden og derfor kan vi selvfølgelig også forudse, hvad der kommer til at ske i fremtiden (Kahneman, 2011, s. 201). Generelt ved vi mindre om fortiden, end vi tror. Og i denne kontekst er *viden* reelt set i højere grad udtryk for holdninger til fortiden (Kahneman, 2011, s. 201). Når en uventet ting finder sted tilpasses vores syn på verden således at det uventede giver mening. Hvis vi forestiller os, at en fodboldkamp spilles mellem to - på papiret - jævnbyrdige hold. Kampen er slut, og det ene hold havde tæsket det andet. Herefter tilpasser vi verdensbilledet således, at det vindende hold er langt stærkere end det tabende, hvorfor vores billede af fortiden - og derfor også fremtiden - er påvirket af den nye opfattelse.

Mit arbejde med den nazistiske propaganda har udfordret mit hindsight bias. At blive påvirket af propaganda, dehumanisering og ingroup-outgroup-forhold anser jeg ikke som elementer, der er forankret i tidligere tider, og det er også muligt, at vi i det nuværende verdens- og medie billede bliver (kan blive) manipuleret.

I dette projekt (og i det daglige liv) handler det - også i henhold til den evolutionære tilgang - ikke om at forudse fremtiden. Det handler om at være bevidst om fortiden (ikke baseret på et hindsight bias), og derefter passende tilpasse sig i nutiden.

7.4 En afsluttende overvejelse

For at gøre eksemplificeringen mere tydelig har jeg skåret alle over én kam. Enten var man ingroup eller outgroup, og jeg har præsenteret det, som om hele den tyske befolkning var underlagt tyskernes manipulation og derved også et confirmation bias. Dette er dog ikke korrekt. I præsentationen af bias beskrev jeg en holdning fra Matlin (2014) om, at lavere intelligenser er lettere påvirkelige. Samme holdning deles af Hitler, som han præsenterer i *Mein Kampf*:

"Propaganda must always address itself to the broad masses of the people. For the intellectual classes, or what are called the intellectual classes today, propaganda is not suited." (Hitler, 2010¹³)

¹³ E-bog på Google Books hvor sidetal ikke er tilgængelige.

7.5 Delkonklusion

I denne del af specialet har jeg forsøgt at identificere faktorer, som kan have påvirket confirmation bias med henblik på at lave en sammenligning med eksempler før internettets indtræden som kommunikationsmedie og eksempler efter dette faktum.

Jeg har behandlet det konstituerende forhold mellem nazisternes propaganda og deres magt over medierne som mulig måde at påvirke et confirmation bias. Derudover undersøgte jeg dehumanisering af jøderne ud fra et afsenderperspektiv, og eksemplificeret af The Stanford Prison Experiment, som metode anvendt af nazisterne. Afslutningsvis inkluderede jeg et modtagerfokusret perspektiv om vores behov for at være 'ingroup' i forhold til 'outgroup', og hvordan det kan have påvirket confirmation bias.

8. Internettets indtræden

Dette afsnit tager udgangspunkt i tiden efter internettets gennembrud som kommunikationsmedie i 1990'erne, og altså ikke dets udviklingshistorie, der stammer tilbage fra 1960'erne (Finnemann, 2005, 122). Som jeg præsenterede tidligere udgjorde internettet et markant spring i medieudviklingen. I det følgende vil jeg præsentere eksempler på tendenser og mediefunktioner (i henhold til Web 3.0), som kan have påvirkning ift. confirmation bias med henblik på at forstå det i et mediehistorisk perspektiv.

8.1 Eli Pariser: The Filter Bubble

Pariser (2009) forklarer, at hans forståelse af internettet har ændret sig. Tidligere anså han det konstituerende forhold mellem menneske og internettet, som forbindelse til verden og noget, der vil samle os alle. Det ville være godt for både demokrati og samfund (Pariser, 2011) - også kaldet homogeniseringstanken i Gregersen (2011). I denne forståelse er globaliseringen et positivt element, der udviser kulturelle forskelle. Medierne og medieteknologier øger distributionen af information, viden og ideer (Gregersen, 2011).

Men der er kommet et skift i, hvordan information flyder online, og det kan potentielt blive et problem, hvis vi ikke er opmærksomme på det (Pariser, 2009). Pariser anvender et eksempel med Google, hvor han forklarer, at der ikke længere findes et 'standard' Google¹⁴ - et Google hvor søgeresultaterne er de samme, uanset hvem der søger. I stedet er søgeresultater baseret på 57 faktorer som Google vurderer relevans ud fra. Konsekvensen af disse algoritmer er, hvad Pariser kalder, filter-bobler, som er brugerens personlige, unikke univers med information. Problemet er, at vi ikke er opmærksomme på denne selektering - den er usynlig (Pariser, 2009). Derudover bliver vi ikke opmærksomme på den information, som bliver fravalgt.

Pariser argumenterer yderligere for en problemstilling, som er en konsekvens af, at de inprogrammerede algoritmer ikke forholder sig til spørgsmål om etisk korrekthed, og mener yderligere, at algoritmerne ikke udelukkende skal basere information ud fra relevans, men også skal medtage information, som kan være modstridende. Vi har brug for nye idéer og forskellige synsvinkler, hvis ikke vi skal ende i bobler af én (Pariser, 2009).

Jeg ser forskellige udfordringer i Parisers præsentation af sin teori om 'filter bobler', som jeg vil uddybe i det følgende.

¹⁴ I henhold til Web 3.0

8.1.1 Diskussion af Parisers teori

Parisers præsentation af moderne algoritmer, som manipulerer tilgængelig information er baseret på fakta, og er derfor ikke mulig at argumentere imod - hans løsningsforslag er derimod.

I sin præsentation er han udelukkende fokuseret i medie-perspektivet og forholder sig ikke til det konstituerende forhold mellem afsender, modtager og medie, som jeg inkluderer i dette speciale. Pariser mener, at problem kan løses ved at omprogrammere algoritmerne til også at inkludere information, der kan være udfordrende og modstridende ift. en persons holdninger og viden. Men ville vi reelt set eksponere os for modstridende information, selvom den er tilgængelig for os?

Problemet med dette løsningsforslag er, at det fuldstændig ignorerer tanken og forskningen om et confirmation bias, der får os til at selektere i information og udvælge den del, der stemmer overens med det, vi i forvejen tror på. Mediernes algoritmer kan derfor anskues som et teknologisk confirmation bias, der træffer valgene for os.

Jeg mener, at modarbejdelse af confirmation bias handler om at udfordre kognitive algoritmer i højere grad en teknologiske algoritmer. Som jeg tidligere har præsenteret, er fleksibel og kritisk tænkning en metode, der udfordrer confirmation bias. Det handler om bevidsthed. Både en bevidsthed om, at medierne manipulerer den viden, der er tilgængelig. Men også bevidsthed om, at vi - som udgangspunkt - er tilbøjelige til at blive eksponeret for information, der stemmer overens med vores holdninger. Modarbejdelse af confirmation bias handler om gøre denne underbevidste tendens til i stedet at være bevidste overvejelser. Derudover handler det om åbenhed og en accept af, at der kan være andre virkeligheder end den, man selv lever i.

Pariser taler yderligere, om at konsekvensen ved hans teori er, at vi potentielt ender i bobler af én. Dette udsagn forstår jeg som ideologisk isolation, der kan sammenlignes med den type isolation, som potentielt kunne finde sted under partipressen

8.2 Ingroup-outgroup som ideologisk udfordring for 'echo-chambers'.

En konsekvens af internettets udtræden og udvikling til Web 2.0 var, som jeg tidligere nævnte, et øget fokus på mediet sociale kapacitet. Især udviklingen af sociale medier tillod brugergeneret information samt interaktion brugerne i mellem.

I ovenstående diskussion af Parisers tilgang, var han - som jeg nævner - fokuseret på mediet. Quattrociocchi, Scala & Sunstein (2016) fokuserer i stedet - i deres forskning - på mennesket.¹⁵ Forskningen beskriver undersøgelsen som et kvantativt argument for, at 'ekko-kamre'¹⁶ eksisterer på sociale medier. Quattrociocchi, Scala & Sunstein præsenterer denne konklusion med et argument om, at brugere har en tendens til at favorisere historier eller viden, som stemmer overens med deres egne holdninger - altså confirmation bias -, og derfor skaber polariserede grupper. Yderligere forstærker dette ideologiske kollektiv de holdninger, der danner grundlaget for selektionen af information.

Som jeg tidligere har præsenteret, forsøger jeg at undersøge hvilke menneskelige mekanismer, der gør os modtagelige for confirmation bias. I ovenstående præsentation er det i samspillet mellem mennesker, dette bliver skabt, påvirket og sågar øget. Men hvorfor indgår vi i disse grupper, og hvorfor skaber det ideologisk radikaliserings?

¹⁵ Præsenteret både som modtager og afsender som konsekvens af at forholdet mellem afsender og modtager er udvasket efter internettets indtræden som kommunikationsmedie i henhold til præsentationen i 6.4.

¹⁶ Ekko-kamre dækker over sammenhænge, hvor vi indgår i grupper, der har ideologisk enighed. Derfor er det vi siger, også det vi hører - altså et ekko.

Den amerikanske psykolog, Michael Tomasello, præsenterer i sin bog 'Why We Cooperate', en følelse, der er unik for mennesker, og som er præsenteret i den evolutionære teori, og det er en følelse af 'vi'. Den menneskelige tilgang til interaktion med andre individer - om det er fysisk eller online (Tomasello, 2009, s. 57). Og i samspillet med andre mennesker skaber vi et sæt af forventninger, og måske endda forpligtelser (Tomasello, 2009, s. 59).

Hvor vi - især - adskiller os, fra vores nærmeste artsfæller, aberne, er vores evne til at dele viden, sammenholde kollektiv opmærksom, og vores intersubjektivitet (Tomasello, 2009, s. 72). Menneskelig kooperativ kommunikation blev udviklet som en konsekvens af menneskeligt samarbejde, og fordi der var behov for et fælles grundlag og en fælles forståelse (Tomasello, 2009, s. 73). Dette element udviklede sig takt med de fem informationsamfund, som blev præsenteret i 3.3.

På et tidspunkt i den menneskelige evolution blev det vigtigt for individer i en gruppe at agere ens (Tomasello, 2009: s. 93). Grundlaget for denne tanke er, at man er nødt til at være som andre, hvis man skal blive medlem af en gruppe - at være en i en gruppe af 'vi', der udgør gruppe og tillader gruppen at konkurrere med andre grupper (Tomasello, 2009, s. 93). Hvis gruppen skal fungere, må den nødvendigvis adskille sig fra andre grupper. Denne tilgang til gruppedynamikken bærer tydelige præg af ingroup-outgroup-forhold, som jeg tidligere har præsenteret.

Ovenstående gruppedynamik kan illustreres tydeligt med eksempler, hvor poler mødes - eksempelvis i den amerikanske valgkamp mellem Hillary Clinton og Donald Trump.

At være pro-Hillary betyder - i mange tilfælde -, at man er anti-Trump og omvendt, og derved er en gruppe skabt. Den nærmest satiriske dækning af 'Trump-rallies' viser eksempler - omend karikerede - på ingroup-outgroup samt radikaliserende af holdninger i 'ekko-kamre'. En interviewer spørger forskellige Trump-supportere, hvad der er galt med Hillary. En svarer "Det kan være Parkinsons". En anden svarer, at det kan være aids, fordi Bill Clinton har haft en forhold med basketballspillere, Magic Johnson (The Daily Show, 2016). Begge disse bærer præg af radikaliserede holdninger, og yderligere fortolkning af information baseret på, hvad de tror på (eller håber).

En ekstra overvejelse til ovenstående er, at jeg både finder, ser og behandler disse satiriske videoer om Trump-supportere som en konsekvens af mit confirmation bias. Jeg bryder mig ikke om Trump, og har en ikke-evidens-baseret holdning om, at hans supportere er uintelligente. Disse videoer giver et - langt fra fyldestgørende - billede af virkeligheden, men tilfredsstillende mit confirmation bias. I løbet af denne specialeproces er jeg blevet bevidst om, at jeg nødvendigvis må være opmærksom på dette, og samtidig være bevidst om formålet for skabelsen af videoerne, hvorfor jeg ikke kan basere mit verdensbillede på dem.

8.3 Delkonklusion

I denne del af specialet har jeg forsøgt at undersøge og forstå eksempler på confirmation bias efter internettets indtræden som almentilgængeligt kommunikationsmedie.

Jeg har forsøgt at udfordre Eli Parisers tilgang til søgemaskiners algoritmer som katalysator for skabelsen af 'Filter Bobler', fordi han - i det præsenterede materiale - overser forholdet mellem modtager og medie. I stedet er han udelukkende fokuseret på at løse 'problemet' fra et medieperspektiv.

Yderligere har jeg forsøgt at argumentere for, at skabelsen af 'ekko-kamre' kan være en konsekvens af menneskets behov for at føle sig som en del af 'vi'. Disse kamre kan yderligere indeholde en forventning om, at holdninger bekræftes og ikke udfordres. Denne forståelse understøttes af behov for at være som de andre i gruppen. Denne forståelse af gruppedynamikken drager tydelige paralleller til ingroup-outgroup-forståelsen, som jeg identificerede i eksempler forud for internettets indtræden.

9. En sidste overvejelse: Er bias altid negativt?

I hele denne proces har jeg præsenteret bias, og de processer, der konstituerer, skaber og påvirker det, som noget negativt. Men er det altid sådan? Og er det en naturlig konsekvens ved at være menneske?

Den canadiske professor i psykologi, Paul Bloom, præsenterer en holdning om at bias - her udtrykt som ingroup-outgroup - er en naturlig del af at være menneske. Nogle gange ved vi, at vi gør noget forkert. Andre gange er vi stolte af det (Bloom, 2014). Mennesker bliver ofte påvirket af følelser som solidaritet, stolthed eller patriotisme. Uanset politisk ideologi er de fleste amerikanere stolte af at være det, og de favoriserer USA over andre lande. Ligeledes gør indbyggere i andre lande (Bloom, 2014).

Yderligere har vi tendens til at favorisere ift. familie og venner, hvilket også er udtryk for ingroup-outgroup, og denne adskillelse anses hverken som unaturlig eller amoralsk (Bloom 2014).

Yderligere har jeg præsenteret vores behov for at indgå i en gruppe - hvor bias skabes og påvirkes -, som en unik del af at være menneske, hvorfor det er nærliggende at anskue det som en naturlig konsekvens ved at være menneske.

I samme henseende skal det nævnes, at på trods af, at jeg anser bias som en naturlig del af at være menneske, så anser jeg det ikke som et upåvirkeligt element. I løbet af denne specialeproces har jeg haft grund til at forholde mig til flere forskellige bias, jeg efterlever og i samme kontekst ændre den måde, jeg tænker. Som jeg tidligere har præsenteret, handler modarbejdelse af bias om fleksibel og kritisk tænkning, mens man samtidig er bevidst om hvordan den information man tilgår og indtager er skabt i samspillet mellem medie-afsender, og med hvilket formål.

10. Konklusion

Kendetegnet ved min studietid på Aalborg Universitet er, at jeg ønsker at blive udfordret, jeg ønsker at lære og jeg vil ikke spille de 'sikre kort'. Under udarbejdelsen af dette speciale har jeg derfor identificeret personlige og faglige læringsbehov, som har dannet udgangspunktet for projektet, hvorfor jeg definerede projektet som et metodisk eksperiment, hvor jeg på samme tid har fokus på besvarelse af problemformuleringen samt min egen udviklingsproces.

Denne tilgang til projektskrivningen har været en udfordring, hvor der konstant har været uvished, fordi der ikke har været en forventning til, hvor jeg ville ende. Jeg har løbende været nødt til at reflektere og revurdere den måde, jeg selv tænker og anskuer verden på som konsekvens af de erkendelser, jeg kom frem til.

Udfordringen ved den meta-analytiske tilgang, jeg har anvendt i projektet er, at intet jeg kommer frem til er definitivt eller 'sandt', men det har heller aldrig været formålet. Projektets sandhedsværdi er forankret i dets kontekst, og kan derfor ikke anskues som objektiv sandhed. Det meta-analytiske perspektiv tillader muligheden for, at involvering af anden teori og information vil skabe et andet resultat. I løbet af processen har jeg med - for mig - logiske sammenslutninger forsøgt at forstå processer, der *kan* påvirke/have påvirket confirmation bias, men aldrig vurderet, *at* de gjorde.

Udover min læringsproces havde specialet også til formål at besvare problemformuleringen, som lød:

Hvilken påvirkning har internettet haft på brugeres allerede eksisterende confirmation bias vurderet i et mediehistorisk perspektiv?

Jeg præsenterede, hvorfor internettet var markant i et mediehistorisk perspektiv, hvorefter jeg præsenterede eksempler på ting, der kan have påvirket confirmation bias.

Partipressen muliggjorde efterlevelse af confirmation bias, som konsekvens af, at aviser var et redskab for de politiske partier, hvorfor man - ud fra en erkendelse af, at vi efterlever confirmation bias - ville vælge den avis, der havde samme ideologiske tilgang som en selv, hvorfor der yderligere var mulighed for, at der var skabt polariseringsklynger eller ekko-kamre.

Derudover behandlede jeg det konstituerende forhold mellem afsender og medie i Nazi-Tyskland med henblik på at forstå, hvorfor det tyske folk blev påvirket. Jeg identificerede eksempler på, at halo-effekt, dehumanisering og ingroup-outgroup forhold blev anvendt som redskab for propagandaen.

I henhold til tiden efter internettets fremtræden inkluderede jeg eksempler, der behandler søgemaskiner og sociale medier. Jeg forsøgte at udfordre Eli Parisers forståelse af, at sociale medier var skyld i polariseringsklynger, fordi han udelukkende fokuserer på mediet, og ikke på modtagerens confirmation bias.

Derudover argumenterede jeg for, at ekko-kamre kan være en konsekvens af mennesket evolutionære behov for at indgå i en gruppe, at de dynamikker i disse gruppe potentielt kan skabe radikaliserede holdninger. Denne forståelse af grupper blev understøttet af ingroup-outgroup-forhold.

I forhold til problemformulering og med udgangspunkt i det - jeg har identificeret - kan jeg konkludere, at internettet og sociale medier ikke har haft den markante indflydelse på confirmation bias, som jeg indledningsvis, og som konsekvens af det forskningsmæssige perspektiv, forventede.

På trods af, at medier har udviklet sig, reagerer mennesket på de samme stimuli. Behovet for at indgå i grupper er et element, jeg har identificeret i begge mediehistoriske perioder. Derudover tillod partipressen også muligheden for,

at man kunne blive eksponeret for information, der ikke stemmer overens med det, vi tror på - dog på en helt anden skala end nu.

11. Litteraturliste

Studieordningen:

http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/84/84310_studieordning_ka_kommunikation_2014_hum_aau.pdf

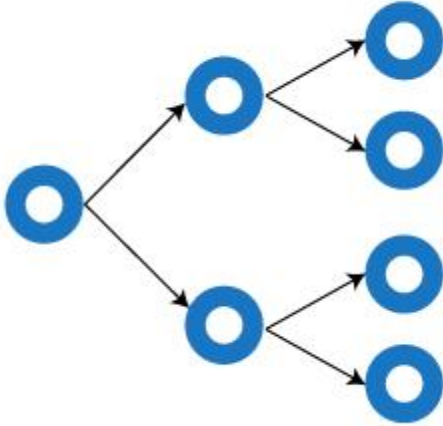
- Adams, J. S. (1961). *Reduction of cognitive dissonance by seeking consonant information*. Journal of Abnormal and Social Psychology
- Bain, P. G., Vaes, J. & Leyens, J. P. (2014). *Humanness and Dehumanization*. New York og London: Routledge.
- Berlingske (2016, 12. januar). *Når Facebook gør os dummere*. Lokaliseret d. 02-06-2016 på <http://www.b.dk/nationalt/naar-facebook-goer-os-dummere>
- Bloom, P. (2014, januar). *Paul Bloom: Can prejudice ever be a good thing?* http://www.ted.com/talks/paul_bloom_can_prejudice_ever_be_a_good_thing#t-961659 (Besøgt d. 05-10-2016)
- Brinkman, S & Tanggaard, L. (2010). *Kvalitative Metoder: En grundbog*. København: Hans Reitzels Forlag
- Chamorro-Premuzic, T. (2014, 13. maj) *How the web distorts reality and impairs our judgement skills*. Lokaliseret d. 29-07-2016 på: <https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/may/13/internet-confirmation-bias>
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., ... Quattrociocchi, W. (2015). *The spreading of misinformation online*. Lokaliseret d. 01-07-2016 på: <https://www.theguardian.com/media/2013/apr/12/news-is-bad-rolf-dobelli>
- Dobelli, R. (2013, 12. april). *News is bad for you - and giving up reading it will make you happier*. Lokaliseret d. 05-08-2016 på: <https://www.theguardian.com/media/2013/apr/12/news-is-bad-rolf-dobelli>
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (2005). *Attitude research in the 21st century: The current state of knowledge*.
- Finnemann, N. O. (2005). *Internettet i mediehistorisk perspektiv*. København: Forlaget Samfundslitteratur,
- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. Tavistock Publication Limited.
- Gilbert, D. T. (1991). *How Mental Systems Believe*. American Psychologist, Vol. 46, No. 2.
- Gregersen, R. V. (2011). *MedierNU: Massemedier og meningsdannelse*. Systime. Lokaliseret d. 20 september 2016 på: <https://mediernu.systime.dk/index.php?id=246>
- Hart, W., Eagly, A. H., Lindberg, M. J., Albarracín, D., Brechan, I. & Merrill, L. (2009). *Feeling Validated Versus Being Correct: A Meta-Analysis of Selective Exposure to Information*. Lokaliseret d. 22-06-2016 på: <http://psycnet.apa.org.zorac.aub.aau.dk/journals/bul/135/4/555>

- Heradstveit, D. & Bjørge, T. (1996). *Politisk kommunikation: Introduktion till semiotik och retorik*. Malmø: Studentlitteratur
- Hitler, A. (2010). *Mein Kampf*. Om Books International.
- IBM. *What is big data?* Lokaliseret d. 30-09-2016 på: <https://www-01.ibm.com/software/in/data/bigdata/>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking Fast and Slow*. London: Penguin Books
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1972). *Subjective Probability: A Judgement of Representativeness*. *Cognitive Psychology* 3, 430-454
- Keen, A. (2011, 11. oktober). *Andrew Keen - Digital Vertigo*. Lokaliseret d. 01-09-2016 på: <http://tedxtalks.ted.com/video/TEDxDanubia-2011-Andrew-Keen-Di;Film>
- Matlin, M. (2014). *Cognitive Psychology* (8. udgave). John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- Mathiassen, L. (2010). *Style Composition in Action Research Publication: A Critical Analysis of Leading Information Systems Journals*. Mendeley
- Mocanu, D., Rossi, L., Zhang, Q., Karsai, M. & Quattrociocchi, W. (2014). *Collective attention in the age of (mis)information*. Lokaliseret d. 10-06-2016 på: <https://arxiv.org/abs/1403.3344>
- Myers, D. G. (2010). *Psychology* (9. udgave). Worth Publishers.
- Narayanaswami, K. *Analysis of Nazi Propaganda*. Lokaliseret d. 20-08-2016 på: <http://blogs.harvard.edu/karthik/files/2011/04/HIST-1572-Analysis-of-Nazi-Propaganda-KNarayanaswami.pdf>
- Naur, P., Vinter, B., Hansen, K., Mogensen, T., Erleben, K., Pisinger, D., ... Helles, R. (2010). *Den digitale revolution - fortællinger fra datalogiens verden*. København: Datalogisk Institut, Københavns Universitet (DIKU)
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: The Penguin Press
- Pohl, R. F. (2004). *Cognitive Illusions: A Handbook on Fallacies and Biases in Thinking, Judgement and Memory*. Psychology Press.
- Pratkanis, A., & Aronson, E. (2001). *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*.
- Quattrociocchi, W., Scala, A. & Sunstein, C. R. (2016). *Echo Chambers on Facebook*. Lokaliseret d. 06-07-2016 på: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2795110
- Richards, C. (2013, 20. maj). *Challenge What You Think You Know*. Lokaliseret d. 21-08-2016 på: <http://bucks.blogs.nytimes.com/2013/05/20/challenge-what-you-think-you-know/>
- Sarvary, M. (2012). *Guns and Oracles: The Marketing of Information*. London: The MIT Press
- Strand, A. M. C. (2012). *Enacting the Between: On dis/continuous intra-active becoming of/through an Apparatur of Material Storytelling*. Hentet fra vbn.aau.dk d. 13-09-2016.
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge: Cambridge University Press

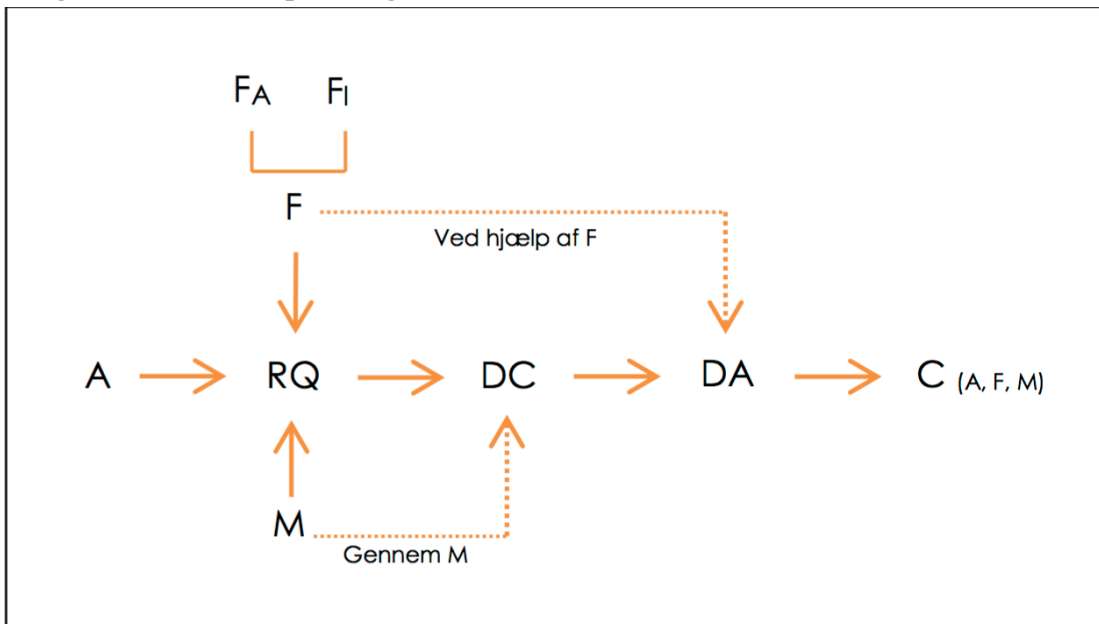
- The Daily Show (2016, 21. september). *The Daily Show - Jordan Klepper Fingers the Pulse - Conspiracy Theories Thrive at a Trump Rally*. Fundet på: <https://www.youtube.com/watch?v=eFQhw3VVToQ>
- Voigtländer, N. & Voth, H-J. (2015). *Nazi indoctrination and anti-Semitic beliefs in Germany*. Lokaliseret d. 15-08-2016 på: <http://www.pnas.org/content/112/26/7931.full>
- Wason, P. C. (1960). *On the failure to eliminate hypotheses in conceptual task*. Medical Research Council Industrial Psychology Research Group.
- World Economy Forum (2013). *Digital Wildfires in a Hyperconnected World*. Lokaliseret d. 03-08-2016 på: <http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/>
- Zimbardo, P. G. (2008, februar). *Phillip Zimbardo: The psychology of evil*. Lokaliseret d. 14-08-2016 på: http://www.ted.com/talks/philip_zimbardo_on_the_psychology_of_evil.html

12. Bilag

Bilag 1: Illustration af sneboldmetoden



Bilag 2: Mathiassens oprindelige model



Bilag 3: Wasons selektionsopgave

Forestil dig, at hver firkant i nedenstående model repræsenterer et kort. Du er deltager i et eksperiment, og forskeren fortæller dig, at hvert kort har en bogstav på den ene side, og et nummer på den anden.

Du får derefter fortalt en regel om disse fire kort, der lyder: "Hvis et kort har en vokal på den ene side, så har den et lige tal på den anden side."

Din opgave er at finde ud af, hvilke(t) kort du vil vende, for at undersøge, om reglen er rigtig eller forkert. Hvad vil du vende (svaret kommer under billedet)?

