



Ghidul demistificării 2020 ...

Autori

Stephan Lewandowsky

University of Bristol and
University of Western Australia
cogsciwa.com

John Cook

George Mason University
climatechangecommunication.org

Ullrich Ecker

University of Western Australia
emc-lab.org

Dolores Albarracín

University of Illinois at Urbana Champaign
psychology.illinois.edu/people/dalbarra

Michelle A. Amazeen

Boston University
bu.edu/com/profile/michelle-amazeen/

Panayiota Kendeou

Department of Educational Psychology,
University of Minnesota
cehd.umn.edu/edpsych/people/kend0040/

Doug Lombardi

University of Maryland
sciencelearning.net

Eryn J. Newman

Research School of Psychology,
The Australian National University
erynjnewman.com

Gordon Pennycook

Hill Levene Schools of Business, University of Regina
gordonpennycook.net

Ethan Porter

School of Media and Public Affairs; Institute for Data,
Democracy and Politics; Department of Political
Science (courtesy), George Washington University
ethanporter.com

David G. Rand

Sloan School and Department of Brain and
Cognitive Sciences, MIT
daverand.org

David N. Rapp

School of Education and Social Policy & Department
of Psychology, Northwestern University
rapplab.sesp.northwestern.edu

Jason Reifler

University of Exeter
jasonreifler.com

Jon Roozenbeek

University of Cambridge
chu.cam.ac.uk/people/view/jon-roozenbeek

Philipp Schmid

Department of Psychology, University of Erfurt
philippschmid.org

Colleen M. Seifert

University of Michigan
lsa.umich.edu/psych

Gale M. Sinatra

Rossier School of Education,
University of Southern California
motivatedchangelab.com/

Briony Swire-Thompson

Network Science Institute, Northeastern University
Institute of Quantitative Social Science,
Harvard University,
brionyswire.com

Sander van der Linden

Department of Psychology, University of Cambridge
psychol.cam.ac.uk/people/sander-van-der-linden

Emily K. Vraga

Hubbard School of Journalism and Mass
Communication, University of Minnesota
emilyk.vraga.org

Thomas J. Wood

Department of Political Science, Ohio State University
polisci.osu.edu/people/wood.1080

Maria S. Zaragoza

Department of Psychology, Kent State University
kent.edu/psychology/profile/maria-s-zaragoza

Redactori: Lisa Fazio, Anastasia Kozyreva, Philipp
Lorenz-Spreen, Jay Van Bavel
Design grafic: Wendy Cook
Tradus de: Nota Bene Translation Agency

Pentru mai multe informații despre **Ghidul demistificării 2020**, inclusiv procedura prin care este creat, accesați site-ul <https://sks.to/db2020>.

Citați ca:

Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). The Debunking Handbook 2020. Disponibil pe <https://sks.to/db2020>. DOI:10.17910/b7.1182





Informațiile greșite pot avea consecințe negative

Informația greșită este o informație falsă care este răspândită fie din greșeală, fie cu intenția de a induce în eroare. Atunci când există intenția de a induce în eroare, acest lucru se numește dezinformare. Informațiile greșite pot provoca daune majore persoanelor și societății. Prin urmare, este important să protejăm oamenii împotriva informațiilor greșite, fie prin a-i face rezistenți la dezinformare, fie prin a demistifica informațiile greșite după ce au fost expuși la acestea.



Informațiile greșite pot avea urmări!

Verificarea faptelor poate scădea încrederea oamenilor în informații false. Cu toate acestea, informațiile greșite continuă adesea să influențeze ce gândesc oamenii, chiar și după ce aceștia primesc și acceptă o rectificare; acest fenomen se numește „efectul de influență permanentă” [1]. Chiar dacă o rectificare bazată pe fapte pare eficientă deoarece oamenii o recunosc și este clar că și-au schimbat convingerile, oamenii se bazează deseori pe informații greșite în alte contexte, de exemplu atunci când răspund la întrebări care sunt doar indirect asociate cu informațiile false. Prin urmare, este important să se utilizeze cele mai eficiente abordări de demistificare pentru a obține cel mai mare impact posibil.



Încearcă să nu permiți informațiilor greșite să aibă urmări

Pentru că informațiile greșite pot avea urmări, cel mai bine este să le prevenim. Acest lucru poate fi realizat prin explicarea strategiilor de argumentare înșelătoare sau manipulative - o tehnică cunoscută sub numele de „vaccinare,” care îi face pe oameni rezistenți la încercările ulterioare de manipulare. Un posibil dezavantaj al vaccinării este acela că necesită cunoașterea prealabilă a tehnicilor de informare greșită și că are un efect maxim dacă se administrează oamenilor înainte ca aceștia să fie expuși unor informații greșite.



Demistifică frecvent și corect

Dacă nu poți preveni, atunci trebuie să demistifici. Pentru ca demistificarea să fie eficientă, este important să se ofere argumente contrarii detaliate [2,3]. Oferă o explicație clară asupra (1) motivului pentru care este clar, în acest moment, că informația este falsă și (2) furnizează varianta sa corectă. Atunci când sunt oferite argumente contrarii detaliate, „urmările” informațiilor greșite pot fi „îndepărtate.” Fără argumente contrarii detaliate, informațiile greșite pot continua să aibă urmări chiar și după încercările de a le corecta.



Informațiile greșite pot avea urmări negative

Informațiile greșite dăunează societății în diferite feluri [4,5]. Dacă părinții nu își vaccinează copiii din cauza unor concepții greșite, sistemul public de sănătate are de suferit [6]. Dacă oamenii cred în conspirațiile care se țin în jurul virusului COVID-19, este mai puțin probabil ca ei să respecte recomandările guvernelor pentru a ține în frâu pandemia [7], punându-ne astfel în pericol pe noi toți.

E ușor să cazi pradă informațiilor false. De obicei, asociem sentimentele de familiaritate legate de un lucru cu adevărul. De aceea, suntem mai predispuși să credem lucruri pe care le-am auzit de nenumărate ori decât informații noi.

„Adevărul în mod obiectiv este mai puțin important decât familiaritatea: tindem să credem lucruri false dacă ne sunt repetate cu o frecvență suficientă.”

Acest fenomen se numește „iluzia de adevăr” [8,9]. Astfel, cu cât oamenii pun la îndoială mai puțin informațiile false pe care le întâlnesc, cu atât mai adevărate par, și lasă urme mai adânci. Chiar dacă o sursă este etichetată ca nefiind de încredere, sau dacă informațiile intră în contradicție flagrantă cu ideologia celor care le primesc, expunerea repetată poate înclina balanța și îi poate face pe oameni să se încreadă în ele [10,11,12,13].

De asemenea, informațiile greșite fac apel adesea la limbajul emoțional și sunt menite să ne capteze atenția și să ne atragă. Astfel, se răspândesc mai ușor și au un impact mai profund [14], în special în economia actuală din mediul online, în care atenția utilizatorilor a devenit un adevărat produs tranzacționabil [15].

Informațiile greșite pot fi, de asemenea, sugerate în mod intenționat prin „simpla punere de întrebări”; o tehnică care permite provocatorilor să facă aluzie la informații false sau la conspirații, în timp ce se ascund după o onoare de fațadă [16]. De exemplu, într-un studiu, doar prin adresarea de informații care făceau aluzie la o conspirație în jurul virusului Zika, s-a indus sentimentul de existență a unei conspirații [16]. În același mod, dacă te oprești la un titlu precum „Există extraterestrii printre noi?”, poți să-ți formezi o idee greșită despre subiect.

Definiții

Informarea greșită: Informații greșite care sunt distribuite, indiferent de intenția de a induce în eroare.

Dezinformarea: Informații greșite care sunt transmise în mod intenționat pentru a induce în eroare.

Știri false: Informații false, adesea de natură senzationalistă, care imită conținutul știrilor din mass-media.

Efectul de influență permanentă: A avea încredere în continuare în informații greșite care au rămas în convingerile oamenilor chiar și după ce s-a prezentat o rectificare.

Efectul iluziei de adevăr: Informațiile care se repetă des au o probabilitate mai mare să fie considerate adevărate decât informațiile noi, deoarece au devenit mai familiare.

De unde vin informațiile false?

Informațiile false provin din surse multiple, de la știri vechi despre care s-a crezut inițial că sunt adevărate și care au fost distribuite din considerente sincere, la jumătăți de adevăruri construite sub aparența corectitudinii din punct de vedere tehnic, și până la informații greșite, fabricate pentru a transmite în mod intenționat date neadevărate pentru a induce în eroare și a crea confuzie în rândul publicului. Oamenii pot ajunge chiar să-și creeze concepții greșite pe baza unor materiale care sunt în mod evident inventate [17,18]. Știrile care provin de la susținători înfocați dau naștere deseori la informații false [19], care sunt apoi preluate de rețele de știri fidele. S-a demonstrat că informațiile greșite au dictat agenda politică în trecut [20].

Informațiile greșite pot avea urmări!

„Informațiile greșite au urmări, chiar și atunci când pare că au fost rectificate.”

Cel mai mare paradox al informațiilor greșite este că, deși atunci când se aduc corecturi încrederea oamenilor în informațiile false pare să scadă, informațiile greșite le influențează în continuare concepțiile; această consecință este cunoscută sub numele de „efectul de influență permanentă” [1]. Efectul s-a repetat în nenumărate rânduri. De exemplu, cineva poate auzi că o rudă s-a îmbolnăvit din cauza unei toxinfecții alimentare. Chiar dacă află mai târziu că informația nu era corectă și chiar dacă persoana acceptă și își amintește de această rectificare, s-ar putea să creadă încă informațiile greșite emise în primă instanță și să acționeze în consecință (de exemplu, poate evita respectivul restaurant menționat în relatare).

Verificarea faptelor și rectificările par să „funcționeze” atunci când întrebați direct oamenii despre convingerile lor. De exemplu, oamenii ar putea considera îndreptățită rectificarea și afirma că nu mai cred în informațiile false originale. Acest lucru nu garantează, însă, că informațiile greșite nu se vor strecura în alt context, de exemplu, atunci când răspund la întrebări sau iau decizii care au o legătură indirectă cu faptul în cauză.

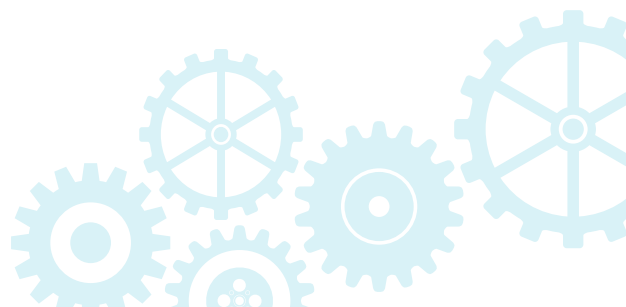
Deși informațiile greșite lasă urme, avem posibilitatea de a le contracara. Putem împiedica informația să se dezvolte. Sau putem aplica cele mai bune metode pentru a demistifica cu succes informațiile greșite.

„Odată ce au apărut, informațiile greșite pot rămâne în memorie chiar și după ce au fost rectificate. Totuși, adesea există o soluție: le putem contracara efectele dacă urmăm cele mai bune metode.”

Urmările lăsate de mituri produc alte consecințe

Există multe dovezi care arată că, inclusiv atunci când își ating obiectivul, rectificările bazate pe fapte reale nu aduc cu sine și o schimbare de atitudine sau de comportament. De pildă, în societățile polarizate (de exemplu, SUA) oamenii afirmă că vor continua să-și voteze politicianul favorit, chiar dacă descoperă că majoritatea declarațiilor acestuia sunt false [21,22,23]. Din fericire, lucrurile nu trebuie să stea întotdeauna astfel. În societățile mai puțin polarizate (de exemplu, Australia), preferințele alegătorilor se construiesc în jurul veridicității omului politic [24].

Nu stați pe gânduri când vine vorba de demistificare crezând că nu veți provoca o schimbare de comportament. O demistificare cu succes poate influența comportamentele; de exemplu, îi poate determina pe oameni să cheltuiască mai puțin pe produse îndoielnice pentru îngrijirea sănătății sau să dea Share la conținut de pe internet care ar putea induce în eroare. [25,26].



Încearcă să nu permiți informațiilor greșite să aibă urmări

Întrucât informațiile greșite sunt atât de greu de îndepărtat, cea mai de succes strategie este să nu le lăsăm să se dezvolte mai departe de stadiul incipient. Numeroase strategii preventive și-au dovedit eficacitatea.

Simplul fapt de a-i avertiza pe oameni că este posibil ca informațiile să fie greșite poate diminua, mai târziu, încrederea în aceste date [27,28]. Chiar și avertismentele generale („mass-media nu verifică uneori faptele înainte de a publica informații care ulterior se dovedesc a fi inexacte”) îi pot face pe oameni mai receptivi la rectificările ulterioare. S-a demonstrat că avertismentele specifice, conform cărora conținutul ar putea fi fals, reduc probabilitatea ca oamenii să dea Share la informațiile de pe internet [28].

Procesul „vaccinării” sau al „demistificării prealabile” include o înștiințare și argumente preventive menite să nege informațiile și urmează într-un totu analogia biomedicală [29]. Prin expunerea oamenilor la o doză mult mai slabă a tehnicilor utilizate în dezinformare (și prin respingerea preventivă a acestora), putem cultiva „anticorpi cognitivi.” De exemplu, explicându-le oamenilor modul în care industria tutunului a creat „experți falși” în anii 1960 pentru a crea o „dezbateră” științifică imaginară despre daunele cauzate de fumat, oamenii devin mai rezistenți la încercările ulterioare de convingere care folosesc aceeași argumentație înșelătoare în contextul schimbării climatice [30].

Eficiența „vaccinării” a fost demonstrată în mod repetat și într-o gamă vastă de subiecte [30,31,32,33,34]. În ultima perioadă, a devenit evident că „vaccinarea” poate fi intensificată prin implicarea aplicațiilor multimedia, precum desene animate [35] sau jocuri [36,37].

Pași simpli pentru o mai bună educație față de conținutul mass-media

Încurajându-i pe oameni să treacă informațiile pe care le citesc prin filtrul critic și să le evalueze poate reduce posibilitatea de acceptare a informațiilor greșite [38] și să-i facă pe aceștia mai critici față de conținutul pe care îl împărtășesc pe internet [39].

Educarea cititorilor prin oferirea de strategii specifice pentru a-i ajuta să pună în practică această analiză critică îi poate ajuta pe oameni să-și dezvolte obiceiuri importante. Prin aceste strategii se numără: Adoptarea posturii „clientul trebuie să fie precaut” atunci când vine vorba de toate informațiile din rețelele sociale; strategia de a se opri și a evalua informațiile furnizate, comparând plauzibilitatea lor cu alternativele [40,41]; de a lua în considerare sursele informațiilor, inclusiv faima pe care anumite persoane o au, expertiza și motivele [42]; și verificarea afirmațiilor (de exemplu, prin „citirea în paralel” [43]) înainte de a le partaja [44]. Citirea în paralel înseamnă consultarea altor surse pentru a evalua credibilitatea unui site în loc de a încerca tu însuși să-l analizezi. Există multe instrumente și sugestii pentru îmbunătățirea educației în ceea ce privește mass-media [45].

Nu te poți aștepta ca oamenii să se angajeze spontan în astfel de comportamente [39]. Oamenii nu monitorizează, nu evaluează și nu folosesc credibilitatea surselor în mod obișnuit atunci când își formează opinii [10]. Însă, atunci când aplică astfel de procedee, impactul informării greșite din surse mai puțin credibile poate fi redus (*a se consulta caseta de text prezentată în continuare*).

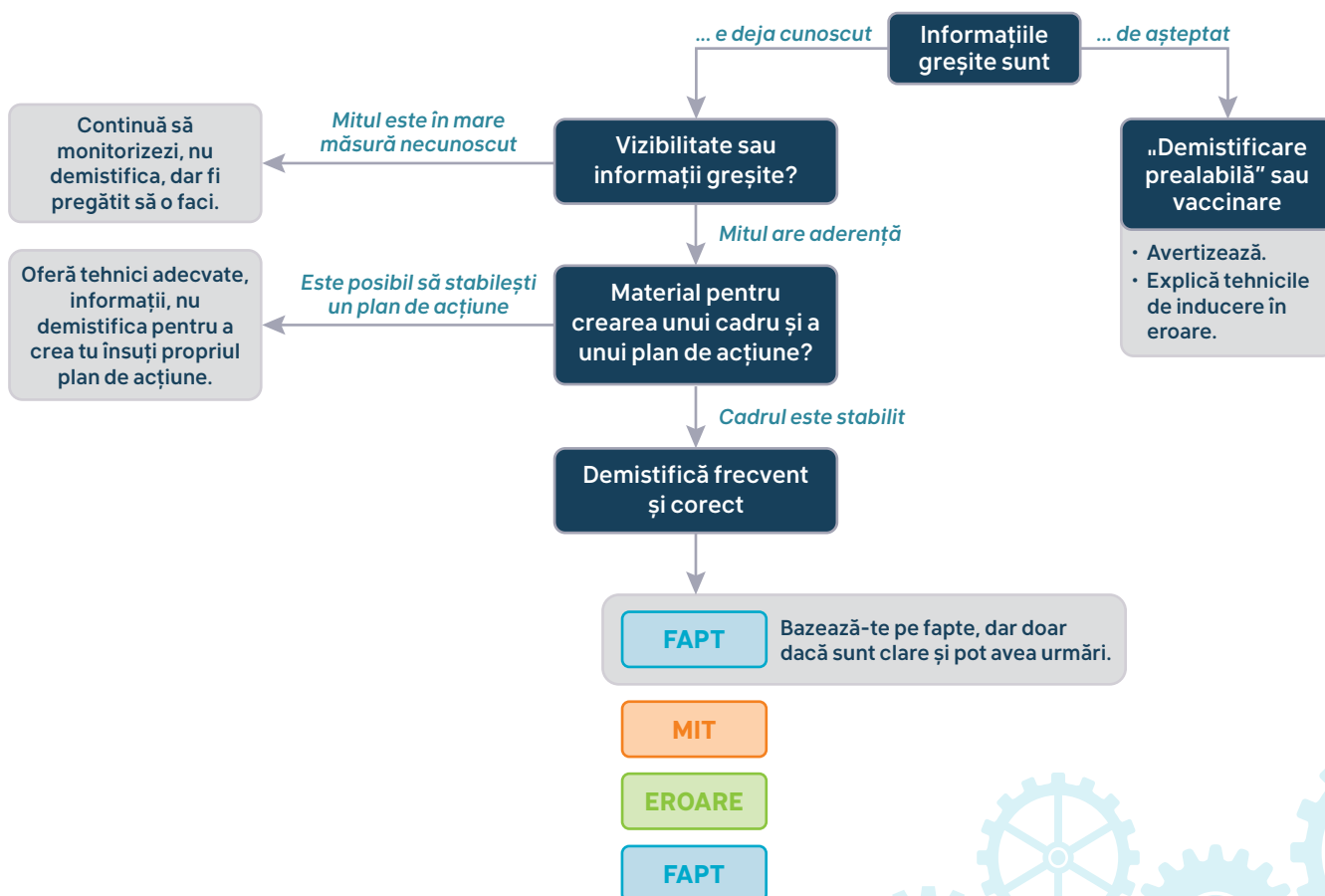
Peisajul strategic al demistificării

Dacă nu poți să împiedici urmele informațiile false, atunci ai un alt as în mânecă: Demistificarea! Trebuie, totuși, să știi câteva lucruri înainte să începi „demistificarea.”

Avem timp și resurse limitate, deci trebuie alese cu grijă subiectele. Dacă un mit nu se răspândește pe scară largă sau nu are potențialul de a dăuna acum sau în viitor, poate că nu are rost să îl demistifici. Poate că ar fi mai util să-ți canalizezi eforturile în altă parte, și, nu uita, cu cât se vorbește mai puțin despre un mit necunoscut, cu atât mai bine.

Rectificările trebuie să facă referire la informațiile greșite, crescându-le astfel gradul de familiaritate. Cu toate acestea, a menționa informațiile greșite într-o rectificare nu face așa de mult rău, chiar dacă astfel introducem un mit de care oamenii nu au mai auzit până acum [46]. Trebuie totuși să fim atenți să nu promovăm printr-o rectificare, în mod nejustificat, opiniile marginale și acuzațiile de conspirație. Dacă nimeni nu a auzit vreodată că ceara din urechi poate dizolva betonul, ce rost are să corectăm afirmația în public?

Demistificatorii ar trebui să fie, de asemenea, conștienți de faptul că orice rectificare consolidează ea însăși un cadru retoric (adică, un ansamblu de „puncte de discuție”) creat de altcineva. Nu poți corecta mitul altcuiva fără să vorbești despre el. Tot așa, orice rectificare, chiar și una de succes, poate avea consecințe negative. Este, deci, mai util să ne alegem propriu cadru retoric. De exemplu, sublinierea succesului răsunător și al siguranței unui vaccin pot crea un ansamblu de puncte de discuție pozitive decât dacă am demistifica mitul legat de vaccin [47]. Și, în plus, sunt punctele tale de discuție, nu ale altcuiva.



Cine ar trebui să demistifice?

Succesul comunicării depinde de credibilitatea comunicatorului.

Informațiile din surse care sunt considerate, în mod obișnuit, credibile, dau naștere unor opinii mai puternice [48] și mai convingătoare [49,50]. În general, acest lucru este valabil și pentru informațiile greșite [51,52,53]. Credibilitatea, însă, poate avea un efect limitat atunci când oamenii acordă prea puțină atenție sursei [54,55] sau când sursele sunt mai degrabă canale de știri decât persoane [56,57].

Credibilitatea sursei contează, de asemenea, și când vine vorba de rectificarea informațiilor greșite, deși, poate, într-o măsură mai mică [51,53]. Dacă separăm credibilitatea în încredere și expertiză, încrederea pe care o inspiră o sursă a demistificării poate fi mai importantă decât expertiza care se percepe despre ea [58,59]. Sursele cu credibilitate ridicată după ambele criterii (de exemplu, profesioniștii din domeniul sănătății sau organizațiile de sănătate de încredere) pot fi alegeri ideale [60,61,62].

Este important să ne gândim că pentru unele grupuri credibilitatea unei surse va fi mai importantă decât pentru altele, în funcție de conținut și context [60,63]. De exemplu, oamenii care manifestă atitudini negative în ceea ce privește vaccinarea nu au încredere în sursele oficiale care oferă informații despre vaccinuri (inclusiv organizații de sănătate de renume) [64].

Adaptează-ți mesajul în funcție de audiență și folosește drept mesager o persoană în care grupul are încredere [65]. Discreditează sursele de dezinformare care au interese proprii [53].

Efecte inverse subtile

În urmă cu zece ani, teoreticieni și profesioniști din domeniu erau îngrijorați de efectul invers al rectificărilor, adică, acela de a consolida concepțiile greșite în loc de a le reduce. Cercetările recente au înlăturat aceste preocupări: efectele inverse apar doar ocazional, iar riscul lor de apariție este mai mic în majoritatea situațiilor decât se credea odată.

Nu te abține de la a demistifica și de la a corecta informațiile greșite din teama de a provoca un efect invers sau de a consolida convingerile în informațiile false [66,67,68].

Definiție

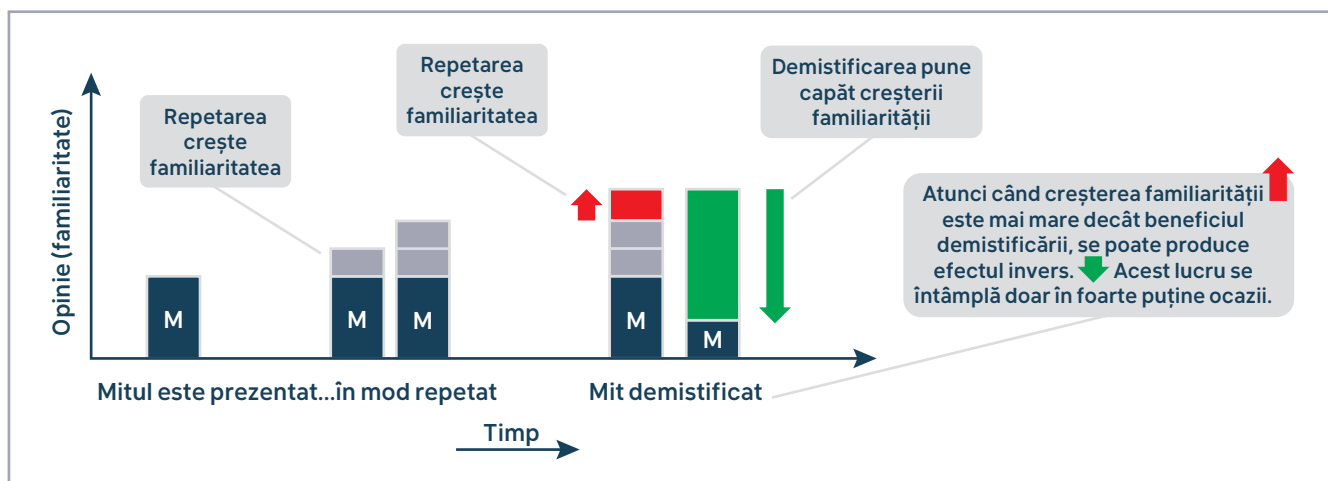
Efect invers: Un efect invers este situația în care o rectificare provoacă, în mod neintenționat, consolidarea convingerilor și încrederii în informații false despre o idee preconcepțuită sau de o idee de bază care nu a fost niciodată corectată.

*„Efectele inverse nu sunt atât de frecvente cum am putea crede.
Nu putem anticipa cu exactitate situațiile în care ele s-ar putea produce.”*



Familiaritatea efectului invers

Cu cât o informație se repetă mai mult, cu atât devine mai familiară, iar informațiile familiare sunt considerate ca fiind mai aproape de adevăr decât informațiile noi (efectul iluziei de adevăr menționat mai devreme). Pentru că în mod inevitabil reiterăm un mit atunci când îl demistificăm, există riscul ca demistificarea să producă efectul contrar și să facă mitul mai familiar (vezi imaginea de mai jos). Dovezile timpurii au susținut această idee, dar, mai recent, încercările experimentale exhaustive de a induce un efect invers doar prin gradul de familiaritate nu au avut rezultate [69,70]. Astfel, chiar dacă repetarea unor informații greșite le face să fie, în general, mai familiare și să pară mai adevărate, s-a constatat că nu se produc efecte negative la reiterarea unui mit atunci când îl combatem, și că procesul face rectificarea să fie chiar mai evidentă și mai eficientă [71].



„Demistificarea unui mit îl face mai familiar, dar demistificarea pune capăt, de obicei, aceastei creșteri a familiarității.”

Efectul invers al excesului de contraargumente

Acest efect aduce în discuție ideea că furnizarea „prea multor” contraargumente împotriva unei afirmații false poate avea efecte neintenționate și chiar inverse. Cu toate acestea, singurul studiu care s-a desfășurat pentru analiza directă a acestui aspect nu a găsit nicio dovadă că acest efect s-ar produce și a conchis, în schimb, că toate contraargumentele relevante duc, de obicei, la o mai mare reducere a concepțiilor greșite [69].

Efectul invers al viziunii globale

Se consideră că efectul invers al viziunii globale apare atunci când o rectificare care pune în discuție viziunea globală a oamenilor consolidează o părere bazată pe informații greșite. Chiar dacă există câteva dovezi inițiale ale efectului invers al viziunii globale [72], cercetările recente au demonstrat că nu este vorba despre un fenomen de durată și solid din punct de vedere empiric.

Experiența personală vs. dovezi

Comunicatorii pot vedea efecte inverse în viața de zi cu zi, însă, multe experimente au arătat că, în realitate, un astfel de comportament este neobișnuit. Sociologii încă încearcă să înțeleagă de ce unii oameni provoacă un „efect invers”, iar alții nu, și de ce aceste efecte apar în unele ocazii și nu în altele. Din dovezile colectate până la momentul de față reiese că efectul invers al viziunii globale nu este în niciun caz un motiv suficient pentru a evita demistificarea și verificarea faptelor.

Unele studii nu au putut obține un efect invers chiar și în circumstanțe care, teoretic, le erau favorabile [22,23,67,73,74]. Astfel, deși există rapoarte care demonstrează producerea efectelor inverse ale viziunii globale în anumite situații (de pildă, când republicanilor din SUA le sunt prezentate informații despre măsurile de combatere a schimbării climatice [75]), îngrijorarea privind producerea unui astfel de efect a fost disproporționată.

Rolul viziunii globale în consolidarea opiniei

Chiar dacă efectele inverse ale viziunii globale sunt rare, viziunea globală poate afecta demistificarea în alte moduri.

Viziunea globală poate afecta conținutul pe care oamenii aleg să îl consume [76,77,78]. Acest proces al expunerii selective poate însemna că oamenii sunt mai expuși la afirmații intenționate greșite sau false prin care s-a construit viziunea globală și, prin urmare, mai puțin expuși la informații care corectează astfel de afirmații după ce le-au recepționat. De exemplu, o analiză a arătat că 62% dintre vizitele pe site-urile de știri false proveneau de la 20% dintre americanii consumatori de informații extrem de conservatoare [77].

Eficacitatea rectificărilor depinde, într-o anumită măsură, de dorința receptorului de a crede afirmația. Apelarea la identități de grup poate cel mai probabil să ducă la apariția unor constrângeri cu privire la ce cred oamenii despre o anumită problemă; în funcție de identitate și de problemă, acest lucru poate îmbunătăți sau exacerba concepțiile greșite și poate influența persoanele în care un individ va avea încredere. Este, deci, evidentă importanța folosirii unui limbaj inclusiv și a evitării stigmatizării unor grupuri care au păreri greșite. Dacă facem acest lucru, vom crea mai multă polarizare în locul ameliorării dorite.

Studiile recente arată că, deși consumul de informații/informații false poate varia în cadrul spectrului politic, anumite procese argumentative pe care le-am descris pot fi împărțite în mod egal între liberali și conservatori [79].

„Per total, dovezile recente nu oferă niciun motiv pentru a evita demistificarea din cauza temerii unui efect invers. Cel mai probabil, demistificarea poate avea o eficiență doar parțială, excepție făcând situațiile limitate în care viziunea globală a oamenilor se schimbă.”



Demistifică frecvent și corect

Este puțin probabil ca simplele rectificări să îndepărteze complet urmările lăsate de informațiile greșite. Etichetarea unui fapt ca fiind îndoielnic sau ca provenind dintr-o sursă care nu este de încredere nu este suficientă pentru a rezista expunerilor repetate.

Vom crește șansele ca demistificarea să aibă succes dacă aplicăm următoarele 3 sau 4 componente:

FAPT	Bazează-te pe fapte dacă sunt clare, concise și pot avea urmări: totul trebuie să fie simplu, concret și plauzibil. Trebuie să „se potrivească” poveștii.
AVERTIZEAZĂ CU PRIVIRE LA MIT	Avertizează înainte ca mitul să apară... amintește-l o singură dată.
EXPLICĂ EROAREA	Explică de ce mitul oferă informații false.
FAPT	Încheie prin consolidarea faptului, de mai multe ori, dacă este posibil. Asigură-te că oferă o explicație alternativă a cauzei.

FAPT: Prima dată, spune adevărul

Dacă este ușor de spus în câteva cuvinte, spune, mai întâi, ce este adevărat. Această afirmație îți va permite să-ți poziționezi mesajul: tu aduci în discuție punctele pe care le dorești, nu pe cele ale altcuiva.

Cele mai bune corectări sunt la fel de vizibile (în titlul, nu ascunse după întrebări) precum informațiile greșite.

Nu te baza doar pe o simplă respingere („această afirmație nu este adevărată”).

O metodă eficientă de a demistifica este oferirea unei alternative bazate pe fapte, adică o alternativă care umple „vidul” causal în explicația a ceea ce s-ar întâmpla dacă informațiile false sunt corectate. Alternativa causală ajută în procesul de a „înlocui” informațiile inexacte pe care le-a dobândit inițial individul cu noua versiune a ceea ce s-ar fi întâmplat.

Alternativa nu trebuie să fie mai complexă și ar trebui să aibă aceeași relevanță explicativă ca informarea greșită din prima instanță [1,80,81].

Cu toate acestea, pot exista circumstanțe în care faptele sunt atât de nuanțate încât să fie trecute cu vederea în rezumatul „la obiect.” În astfel de cazuri, este, poate, mai bine să deschizi subiectul cu o explicație a motivului pentru care mitul este fals înainte de a explica faptele.

MIT: Indică informațiile greșite

Repetă informațiile greșite o singură dată, imediat înainte de a le corecta. Repetarea mitului este benefică pentru schimbarea opiniei [27,71,82,83].

Dar reiterările care nu sunt necesare ale informațiilor greșite ar trebui evitate: Chiar dacă efectele inverse sunt rare, știm că prin repetarea lor informațiile par să fie adevărate [84,85,86].

Rectificările sunt de succes dacă oamenii sunt atenți sau li se arată că trebuie să fie atenți la sursa sau intenția informațiilor greșite [87].

EROARE: Explică de ce informațiile sunt greșite

Pune una lângă alta rectificarea și informația greșită. Asigură-te că obiecția se vede și că este pusă în legătură cu informațiile greșite. Ar trebuie să fie, practic, imposibil ca individul să ignore, să treacă cu vederea sau să nu observe elementul corectiv, chiar și atunci când aruncă o privire rapidă [27,88,89].

În loc doar să afirmi că informația este falsă, este util să oferi detalii cu privire la motivul pentru care este astfel. Explică (1) de ce informațiile greșite au fost considerate ca fiind corecte în primă instanță și (2) de ce este clar acum că sunt greșite și (3) de ce alternativa este corectă [81,90,91]. Este important ca oamenii să vadă incongruența pentru a o putea rezolva [71,83].

Astfel de corectări detaliate ajută, în timp, la schimbarea inerentă a convingerilor și împiedică reapariția lor (de pildă, reîntoarcerea la opiniile de dinaintea rectificării [2,52,92]).

Dacă este posibil, explică de ce informațiile greșite nu sunt certe nu doar oferind alternative bazate pe fapte, ci prin evidențierea unor erori logice sau argumentative care stau la baza informării greșite. Un avantaj practic al evidențierii erorilor [66] este că nu se aplică unui domeniu specific, astfel că oamenii pot beneficia de demistificare în conținuturi din alte domenii. Atunci când știi că informațiile greșite despre schimbarea climatică se bazează pe alegerea unor informații specifice [79] sau pe incoerențe [93], poți detecta argumentații greșite construite în mod similar în rândul activiștilor anti-vaccinare.

FAPT: Reafirmă adevărul

Reafirmă faptul respectiv, pentru ca acesta este ultimul lucru pe care indivizii îl rețin.

Chiar și cele mai detaliate contraargumente își pierd efectul în timp [3,52], așa că înarmează-te cu răbdarea de a demistifica în mod repetat!



Recomandări generale:

Evită jargonul științific sau limbajul tehnic complex [94].

Graficele, clipurile video, fotografiile și alte elemente auxiliare semantice bine concepute pot fi utile pentru a transmite corectări care implică informații complexe sau statistice în mod clar și concis [95,96,97].

Adevărul este, adesea, mai complicat decât unele afirmații false care sunt virale. Trebuie să depui efort pentru a transpune ideile complicate, astfel încât acestea să fie ușor accesibile publicului țintă: să poată fi ușor de citit, ușor de imaginat și de reamintit [98,99,100].

Acțiune colectivă: Demistificarea pe rețelele de socializare

Sugestii și memento-uri privind exactitatea (de exemplu, „marea majoritate a oamenilor vor să primească informații exacte”) contribuie la decizia indivizilor de a partaja conținut pe rețelele de socializare [39].

Încurajează utilizatorii rețelelor de socializare să răspundă rapid la informațiile greșite prin partajarea faptelor. Eforturile unei platforme pot să nu fie suficiente într-un domeniu, sau să nu poată cuprinde toate unghiurile informării greșite; rectificările din partea utilizatorilor pot fi de folos dacă oamenii se simt încurajați să se implice [101,102].

***„Axează-te pe efectele interpersonale în comunicarea online:
„vezi ceva, spune ceva”” [102].***

Indivizii pot face ca lucrurile să fie diferite în mediul online: Corectările efectuate de utilizatori, experți și algoritmi (de exemplu, recomandând articole similare care conțin o rectificare) pot fi eficiente în reducerea percepțiilor greșite ale comunității atunci când se contracarează informațiile greșite [103,104,105].

A vedea cum altcineva este corectat pe rețelele de socializare (fapt cunoscut sub numele de corectări observaționale) poate genera atitudini mai exacte și pe alte teme [61].

În mod similar, a nu lua atitudinea poate duce la o „spirală de tăcere”, atât din partea persoanei care este corectată, cât și din partea observatorului, situație în care majoritatea tăcută dă întâietate la cuvânt unui minorități informate greșit, dar care se face auzită [106,107,108].



Exemplu de contracarare

FAPT

Oamenii de știință observă efectele oamenilor în toate aspectele schimbării climatice

Efectul de încălzire al gazelor cu efect de seră, cum ar fi dioxidul de carbon, a fost confirmat prin multe tipuri de dovezi. Avioanele și sateliții măsoară mai puțină căldură care se degajă în spațiu la lungimi de undă exacte decât viteza la care dioxidul de carbon absoarbe energia. Atmosfera superioară se răcește în timp ce atmosfera inferioară se încălzește — un model distinct al încălzirii cauzate de gazele cu efect de seră.

- Bazează-te pe fapte dacă sunt clare, concise și pot avea urmări: totul trebuie să fie simplu, concret și plauzibil.
- Oferă o alternativă care umple „vidul” cauzal, explicând ceea ce s-ar întâmpla dacă informațiile false sunt corectate.
- Nu te baza doar pe o simplă respingere („această afirmație nu este adevărată”).

MIT

Un mit împământenit cu privire la climă este că aceasta s-a schimbat în mod natural în trecut, prin urmare, și climatul modern va fi determinat de cauze naturale.

- Avertizează că urmează un mit.
- Repetă informațiile greșite, o singură dată, imediat înainte de a le corecta.

EROARE

Acest argument conține eroarea cauzei unice, pretinzând în mod fals că, întrucât factorii naturali au provocat schimbări climatice în trecut, atunci ei vor fi mereu cauza schimbărilor climatice.

Urmând această logică, ar însemna că dacă vedem un cadavru al unei persoane asasinate, să afirmăm că, dat fiind faptul că oamenii au murit din cauze naturale în trecut, atunci și victima a murit tot din cauze naturale.

- Explică de ce mitul oferă informații false.
- Scoate în evidență erorile de argumentare și de logică pe care se bazează informațiile greșite.

FAPT

La fel cum un detectiv descoperă indicii la locul crimei, oamenii de știință au găsit multe indicii în măsurătorile climatului care confirmă că oamenii sunt cei care cauzează încălzirea globală. Încălzirea globală cauzată de om este un fapt măsurabil.

- Finalizează reafirmând faptul.
- Repetă faptul de mai multe ori, dacă este posibil.

1. Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420-1436.
2. Ecker, U. K. H., O'Reilly, Z., Reid, J. S., & Chang, E. P. (2020). The effectiveness of short-format refutational fact-checks. *British Journal of Psychology*, 111(1), 36-54.
3. Paynter, J., Luskin-Saxby, S., Keen, D., Fordyce, K., Frost, G., Imms, C., ... & Ecker, U. K. H. (2019). Evaluation of a template for countering misinformation—Real-world autism treatment myth debunking. *PLOS ONE*, 14, e0210746. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0210746>.
4. Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the post-truth era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6, 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
5. Southwell, B. G., Thorson, E. A., & Sheble, L. (2018). Misinformation among mass audiences as a focus for inquiry. In B. G. Southwell, E. A. Thorson, & L. Sheble (Eds.), *Misinformation and mass audiences* (pp. 1-14). Austin: University of Texas Press.
6. Gangarosa, E. J., Galazka, A. M., Wolfe, C. R., Phillips, L. M., Miller, E., Chen, R. T., & Gangarosa, R. E. (1998). Impact of anti-vaccine movements on pertussis control: the untold story. *The Lancet*, 351(9099), 356-361.
7. Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., Petit, A., Causier, C., East, A., ... & Bold, E. (2020). Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England. *Psychological Medicine*, 1-30. DOI 10.1017/s0033291720001890.
8. Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16, 107-112.
9. Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993.
10. Henkel, L. A., & Mattson, M. E. (2011). Reading is believing: The truth effect and source credibility. *Consciousness and Cognition*, 20(4), 1705-1721.
11. Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147, 1865-1880. DOI 10.1037/xge0000465.
12. Stanley, M. L., Yang, B. W., & Marsh, E. J. (2019). When the unlikely becomes likely: Qualifying language does not influence later truth judgments. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 118-129.
13. Unkelbach, C., & Greifeneder, R. (2018). Experiential fluency and declarative advice jointly inform judgments of truth. *Journal of Experimental Social Psychology*, 79, 78-86.
14. Brady, W., Gantman, A., & Van Bavel, J. (2020). Attentional capture helps explain why moral and emotional content go viral. *Journal of Experimental Psychology*, 149, 746-756. <https://doi.org/10.1037/xge0000673>
15. Lorenz-Spreen, P., Lewandowsky, S., Sunstein, C. R., & Hertwig, R. (2020). How behavioural sciences can promote truth and, autonomy and democratic discourse online. *Nature Human Behaviour*. DOI: 10.1038/s41562-020-0889-7.
16. Lyons, B., Merola, V., & Reifler, J. (2019). Not Just Asking Questions: Effects of Implicit and Explicit Conspiracy Information About Vaccines and Genetic Modification. *Health Communication*, 34, 1741-1750.
17. Marsh, E. J., & Fazio, L. K. (2006). Learning errors from fiction: Difficulties in reducing reliance on fictional stories. *Memory & Cognition*, 34, 1140-1149.
18. Rapp, D. N., Hinze, S. R., Slaten, D. G., & Horton, W. S. (2014a). Amazing stories: Acquiring and avoiding inaccurate information from fiction. *Discourse Processes*, 51, 50-74. doi:10.1080/0163853X.2013.855048.
19. Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H., & Zuckerman, E. (2017). Study: Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda. *Columbia Journalism Review*, 3, 2017.
20. Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20, 2028-2049.
21. Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society Open Science*, 4(3), 160802.
22. Swire-Thompson, B., Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Berinsky, A. J. (2020). They might be a liar but they're my liar: Source evaluation and the prevalence of misinformation. *Political Psychology*, 41, 21-34.
23. Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J., & Wood, T. J. (2020). Taking fact-checks literally but not seriously? The effects of journalistic fact-checking on factual beliefs and candidate favorability. *Political Behavior*, 42, 939-960.
24. Aird, M. J., Ecker, U. K., Swire, B., Berinsky, A. J., & Lewandowsky, S. (2018). Does truth matter to voters? The effects of correcting political misinformation in an Australian sample. *Royal Society open science*, 5(12), 180593.
25. Hamby, A. M., Ecker, U. K. H., & Brinberg, D. (2019). How stories in memory perpetuate the continued influence of false information. *Journal of Consumer Psychology*, 30, 240-259. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1135>.
26. MacFarlane, D., Tay, L. Q., Hurlstone, M. J., & Ecker, U. K. H. (2020). Refuting spurious COVID-19 treatment claims reduces demand and misinformation sharing. <https://doi.org/10.31234/osf.io/q3mkd>.
27. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Swire, B., & Chang, D. (2011). Correcting false information in memory: Manipulating the strength of misinformation encoding and its retraction. *Psychonomic Bulletin & Review*, 18(3), 570-578.

28. Mena, P. (2020). Cleaning up social media: The effect of warning labels on likelihood of sharing false news on Facebook. *Policy & Internet*, 12(2), 165-183.
29. McGuire, W. J., & Papageorgis, D. (1962). Effectiveness of forewarning in developing resistance to persuasion. *Public Opinion Quarterly*, 26, 24-34.
30. Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, 12(5): e0175799.
31. Amazeen, M.A. (2020). Resisting covert persuasion in digital news: Comparing inoculation and reactance in the processing of native advertising disclosures and article engagement intentions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. DOI 10.1177/1077699020952131.
32. Banas, J. A., & Rains, S. A. (2010). A meta-analysis of research on inoculation theory. *Communication Monographs*, 77, 281-311.
33. Compton, J. (2013). Inoculation theory. In J. Dillard & L. Shen (Eds.), *The SAGE handbook of persuasion: Developments in theory and practice* (pp. 220-236). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
34. van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges*, 1(2), 1600008.
35. Cook, J. (2020). *Cranky uncle vs. climate change*. New York: Citadel Press.
36. Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), 12.
37. Maertens, R., Roozenbeek, J., Basol, M., & van der Linden, S. (2020). Long-term effectiveness of inoculation against misinformation: Three longitudinal experiments. *Journal of Experimental Psychology: Applied*. <http://dx.doi.org/10.1037/xap0000315>.
38. Rapp, D.N., Hinze, S.R., Kohlhepp, K., & Ryskin, R.A. (2014b). Reducing reliance on inaccurate information. *Memory & Cognition*, 42, 11-26.
39. Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychological Science*, 31, 770-780.
40. Hinze, S.R., Slaten, D.G., Horton, W.S., Jenkins, R., & Rapp, D.N. (2014). Pilgrims sailing the Titanic: Plausibility effects on memory for facts and errors. *Memory & Cognition*, 42, 305-324.
41. Sinatra, G. M., & Lombardi, D. (2020). Evaluating sources of scientific evidence and claims in the post-truth era may require reappraising plausibility judgments. *Educational Psychologist*, 55, 120-131. DOI: 10.1080/00461520.2020.1730181.
42. Wineburg, S., McGrew, S., Breakstone, J., & Ortega, T. (2016). Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning. *Stanford Digital Repository*. Retrieved January, 8, 2018.
43. Wineburg, S., & McGrew, S. (2019). Lateral reading and the nature of expertise: Reading less and learning more when evaluating digital information. *Teachers College Record* 121(11).
44. Donovan, A.M., & Rapp, D.N. (2020). Look it up: Online search reduces the problematic effects of exposures to inaccuracies. *Memory & Cognition*, 48, 1128-1145.
45. Kozyreva, A., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (in press). Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges With Cognitive Tools. *Psychological Science in the Public Interest*.
46. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., & Chadwick, M. (2020). Can corrections spread misinformation to new audiences? Testing for the elusive familiarity backfire effect. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5, 41. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00241-6>.
47. Lakoff, G. (2010). *Moral politics: How liberals and conservatives think*. University of Chicago Press.
48. Kumkale, G. T., Albarracín, D., & Seignourel, P. J. (2010). The effects of source credibility in the presence or absence of prior attitudes: Implications for the design of persuasive communication campaigns. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(6), 1325-1356.
49. Cone, J., Flaharty, K., & Ferguson, M. J. (2019). Believability of evidence matters for correcting social impressions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116, 9802-9807. doi:10.1073/pnas.1903222116.
50. Pornpitakpan, C. (2004). The persuasiveness of source credibility: A critical review of five decades' evidence. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(2), 243-281.
51. Amazeen, M. A., & Krishna, A. (2020). Correcting vaccine misinformation: Recognition and effects of source type on misinformation via perceived motivations and credibility. <https://ssrn.com/abstract=3698102>.
52. Swire, B., Ecker, U. K. H., & Lewandowsky, S. (2017). The role of familiarity in correcting inaccurate information. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 43(12), 1948.
53. Walter, N., & Tukachinsky, R. (2020). A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: how powerful is it, why does it happen, and how to stop it?. *Communication Research*, 47(2), 155-177.
54. Sparks, J. R., & Rapp, D. N. (2011). Readers' reliance on source credibility in the service of comprehension. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 37(1), 230.
55. Albarracín, D., Kumkale, G. T., & Poyner-Del Vento, P. (2017). How people can become persuaded by weak messages presented by credible communicators: Not all sleeper effects are created equal. *Journal of Experimental Social Psychology*, 68, 171-180. doi:10.1016/j.jesp.2016.06.009.
56. Dias, N., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Emphasizing publishers does not effectively reduce susceptibility to misinformation on social media. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1. doi:10.37016/mr-2020-001.

57. Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of personality*, 88(2), 185-200.
58. Ecker, U. K. H., & Antonio, L. (2020). Can you believe it? An investigation into the impact of retraction source credibility on the continued influence effect. <https://doi.org/10.31234/osf.io/qt4w8>.
59. Guillory, J. J., & Geraci, L. (2013). Correcting erroneous inferences in memory: The role of source credibility. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 2(4), 201-209.
60. Durantini, M. R., Albarracín, D., Mitchell, A. L., Earl, A. N., & Gillette, J. C. (2006). Conceptualizing the influence of social agents of behavior change: A meta-analysis of the effectiveness of HIV-prevention interventionists for different groups. *Psychological Bulletin*, 132, 212-248. doi:10.1037/0033-2909.132.2.212.
61. Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication*, 39(5), 621-645.
62. van der Meer, T. G., & Jin, Y. (2020). Seeking formula for misinformation treatment in public health crises: The effects of corrective information type and source. *Health Communication*, 35(5), 560-575.
63. Cook, J., & Lewandowsky, S. (2016). Rational irrationality: Modeling climate change belief polarization using Bayesian networks. *Topics in Cognitive Science*, 8, 160-179. doi:10.1111/tops.12186.
64. Krishna, A. (2018). Poison or prevention? Understanding the linkages between vaccine-negative individuals' knowledge deficiency, motivations, and active communication behaviors. *Health Communication*, 33, 1088-1096.
65. Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669.
66. Schmid, P., & Betsch, C. (2019). Effective strategies for rebutting science denialism in public discussions. *Nature Human Behaviour*, 3(9), 931-939.
67. Wood, T., & Porter, E. (2019). The elusive backfire effect: Mass attitudes' steadfast factual adherence. *Political Behavior*, 41(1), 135-163.
68. Porter, E., & Wood, T. J. (2019). *False Alarm: The Truth About Political Mistruths in the Trump Era*. Cambridge University Press.
69. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Jayawardana, K., & Mladenovic, A. (2019). Refutations of equivocal claims: No evidence for an ironic effect of counterargument number. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8, 98-107.
70. Swire-Thompson, B., DeGutis, J., & Lazer, D. (2020). Searching for the backfire effect: Measurement and design considerations. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. DOI 10.1016/j.jarmac.2020.06.006.
71. Ecker, U. K. H., Hogan, J. L., & Lewandowsky, S. (2017). Reminders and repetition of misinformation: Helping or hindering its retraction? *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(2), 185-192.
72. Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330.
73. Ecker, U., Sze, B., & Andreotta, M. (2020). No effect of partisan worldview on corrections of political misinformation. <https://doi.org/10.31234/osf.io/bszm4>.
74. Haglin, K. (2017). The limitations of the backfire effect. *Research & Politics*, 4(3), 2053168017716547.
75. Hart, P. S., & Nisbet, E. C. (2012). Boomerang effects in science communication: How motivated reasoning and identity cues amplify opinion polarization about climate mitigation policies. *Communication research*, 39, 701-723.
76. Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378.
77. Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. *Nature human behaviour*, 4(5), 472-480.
78. Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., & Merrill, L. (2009). Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin*, 135, 555-588.
79. Lewandowsky, S., & Oberauer, K. (2016). Motivated rejection of science. *Current Directions in Psychological Science*, 25, 217-222.
80. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., & Tang, D. T. (2010). Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation. *Memory & Cognition*, 38(8), 1087-1100.
81. Seifert, C. M. (2002) The continued influence of misinformation in memory: What makes a correction effective? *Psychology of Learning and Motivation*, 44, 265-292.
82. Guzzetti, B. J. (2000). Learning counter-intuitive science concepts: What have we learned from over a decade of research? *Reading & Writing Quarterly*, 16, 89-98.
83. Kendeou, P., & O'Brien, E. J. (2014). The Knowledge Revision Components (KReC) framework: Processes and mechanisms. In D. Rapp, & J. Braasch (Eds.), *Processing Inaccurate Information: Theoretical and Applied Perspectives from Cognitive Science and the Educational Sciences*, Cambridge: MIT.
84. Begg, I. M., Anas, A., & Farinacci, S. (1992). Dissociation of processes in belief: Source recollection, statement familiarity, and the illusion of truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 121(4), 446.
85. Brashier, N. M., Eliseev, E. D., & Marsh, E. J. (2020). An initial accuracy focus prevents illusory truth. *Cognition*, 194, 1040.
86. Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993.

87. Fein, S., McCloskey, A. L., & Tomlinson, T. M. (1997). Can the jury disregard that information? The use of suspicion to reduce the prejudicial effects of pretrial publicity and inadmissible testimony. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(11), 1215-1226.
88. Elsey, J. W., & Kindt, M. (2017). Tackling maladaptive memories through reconsolidation: From neural to clinical science. *Neurobiology of Learning and Memory*, 142, 108-117.
89. Kendeou, P., Butterfuss, R., Kim, J., & Van Boekel, M. (2019). Knowledge Revision Through the Lenses of the Three-Pronged Approach. *Memory & Cognition*, 47, 33-46.
90. Chan, M. P. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracin, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531-1546.
91. Kendeou, P., Smith, E. R., & O'Brien, E.J. (2013). Updating during reading comprehension: Why causality matters. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 39, 854-865.
92. Rich, P. R., & Zaragoza, M.S. (2020). Correcting Misinformation in News Stories: An Investigation of Correction Timing and Correction Durability. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.04.001>.
93. Lewandowsky, S., Cook, J., & Lloyd, E. (2018). The 'Alice in Wonderland' mechanics of the rejection of (climate) science: simulating coherence by conspiracism. *Synthese*, 195, 175-196.
94. Oppenheimer, D. M. (2006). Consequences of erudite vernacular utilized irrespective of necessity: Problems with using long words needlessly. *Applied Cognitive Psychology*, 20, 139-156.
95. Fenn, E., Ramsay, N., Kantner, J., Pezdek, K., & Abed, E. (2019). Nonprobative photos increase truth, like, and share judgments in a simulated social media environment. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(2), 131-138.
96. Newman, E. J., Garry, M., Bernstein, D. M., Kantner, J., & Lindsay, D. S. (2012). Nonprobative photographs (or words) inflate truthiness. *Psychonomic Bulletin & Review*, 19(5), 969-974.
97. Newman, E. J., Garry, M., Unkelbach, C., Bernstein, D. M., Lindsay, D. S., & Nash, R. A. (2015). Truthiness and falsiness of trivia claims depend on judgmental contexts. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 41(5), 1337.
98. Alter, A. L., & Oppenheimer, D. M. (2009). Uniting the tribes of fluency to form a metacognitive nation. *Personality and Social Psychology Review*, 13, 219-235. doi: 10.1177/1088868309341564.
99. Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 8(3), 338-342.
100. Schwarz, N., Newman, E., & Leach, W. (2016). Making the truth stick and the myths fade: Lessons from cognitive psychology. *Behavioral Science & Policy*, 2(1), 85-95.
101. Becker, J., Porter, E., & Centola, D. (2019). The wisdom of partisan crowds. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116, 10717-10722.
102. Bode, L., & Vraga, E. K. (2018). See something, say something: Correction of global health misinformation on social media. *Health Communication*, 33(9), 1131-1140.
103. Bode, L., & Vraga, E. K. (2015). In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media. *Journal of Communication*, 65(4), 619-638.
104. Clayton, K., Blair, S., Busam, J. A., Forstner, S., Gance, J., Green, G., ... & Sandhu, M. (2019). Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior*, 1-23.
105. Vraga, E. K., Kim, S. C., Cook, J., & Bode, L. (2020). Testing the Effectiveness of Correction Placement and Type on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, 1940161220919082.
106. McKeever, B.W., McKeever, R., Holton, A.E., & Li, J.Y. (2016). Silent majority: Childhood vaccinations and antecedents to communicative action. *Mass Communication and Society*, 19(4), 476-498. DOI: 10.1080/15205436.2016.1148172.
107. Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
108. Van Duyn, E. (2018). Hidden democracy: political dissent in rural America. *Journal of Communication*, 68, 965-987.

