# Прирачник за разоткривање мисинформации

2020 ...

## Автори

**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

Рецензенти: Lisa Fazio, Anastasia Kozyreva,
Philipp Lorenz-Spreen, Jay Van Bavel
Графички дизајн: Wendy Cook
Преведено од: Nota Bene Translation Agency

Повеќе информации за **Прирачникот за разоткривање мисинформации 2020** и за процесот на подготовка, може да прочитате на https://sks.to/db2020.

Цитирајте:

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. Достапно на https://sks.to/db2020. DOI:10.17910/b7.1182

## Мисинформациите можат да направат штета

Мисинформациите се лажни информации кои се шират или по грешка или со намера да ги доведат луѓето во заблуда. Дезинформација е кога намерно се доведуваат луѓето во заблуда. Мисинформациите можат да предизвикаат значителна штета на поединците и општеството. Затоа е важно да ги заштитиме луѓето од мисинформации, или со тоа што ќе ги направиме да бидат отпорни на истите пред да се сретнат со нив или преку разоткривање на истите откако луѓето ќе бидат изложени на нив.

## Мисинформациите може да опстојат!

Проверката на фактите може да придонесе луѓето помалку да веруваат во лажни информации. Сепак, мисинформациите честопати и понатаму влијаат на размислувањето на луѓето дури и откако тие ќе бидат разоткриени – ова е познато како „ефект на континуирано влијание“ [1]. Дури и ако исправката на фактите се чини ефикасна – бидејќи луѓето ја прифатиле и јасно е дека ги промениле своите верувања – често луѓето се потпираат на мисинформациите во други контексти, на пример кога одговараат на прашања индиректно поврзани со мисинформациите. Затоа е важно да се користат најефикасните пристапи во разоткривањето мисинформации за да се постигне максимален ефект.

## Спречете мисинформациите да опстојат ако можете

Бидејќи мисинформациите опстојуваат, најдобро е да се спречат. Ова може да се постигне со тоа што на луѓето ќе им се објаснат погрешните или манипулативните стратегии на аргументација – техника позната како „инокулација“ што ги прави луѓето отпорни на следните обиди за манипулација. Потенцијален недостаток на инокулацијата е тоа што бара напредно познавање на техниките на мисинформирање и најдобро се применува пред луѓето да бидат изложени на мисинформации.

## Разоткривајте често и правилно

Ако не можете да превенирате, мора да разоткриете. За разоткривањето да биде ефикасно, важно е да дадете детални побивања [2, 3]. Објаснете (1) зошто е сега јасно дека информацијата е лажна и (2) што е всушност точната информација. Кога ќе бидат дадени тие детални побивања, мисинформациите може да престанат да опстојуваат. Без детални побивања, мисинформациите може да продолжат да опстојуваат и покрај обидите за исправка.

## Мисинформациите можат да направат штета

Мисинформациите му наштетуваат на општеството на повеќе начини [4, 5]. Ако родителите не ги вакцинираат своите деца врз основа на погрешни верувања, јавното здравје страда [6]. Ако луѓето подлегнуваат на теории на заговор во врска со КОВИД-19, помалку е веројатно тие да се усогласат со владините мерки за пандемијата [7], а со тоа нè загрозуваат сите.

Лесно е да се доведат луѓето во заблуда. Често вистината ја поврзуваме со она што ни е познато. Поголема е веројатноста да веруваме во работи што сме ги слушнале многупати отколку во нови информации.

**„Објективната вистина е помалку важна од она што ни е познато: имаме тенденција да веруваме во невистини кога тие се повторуваат доволно често.“**

### Дефиниции

**Мисинформации:** Лажни информации што се шират, без разлика на намерата да ги доведат луѓето во заблуда.

**Дезинформации:** Лажни информации кои намерно се шират со цел да ги доведат луѓето во заблуда.

**Лажни вести:** Лажни информации, често од сензационална природа, кои имитираат информативни медиумски содржини.

**Ефект на продолжено влијание:** Кога луѓето и понатаму земаат во обсир неточни информации на кои биле изложени и расудуваат според нив дури и откако ќе добијат веродостојна исправка на неточните информации.

**Ефект на илузорна вистина:** Поверојатно е повторените информации да бидат оценети како вистинити бидејќи се веќе познати, отколку новите информации.

Овој феномен се нарекува „ефект на илузорна вистина“ [8, 9]. Така, колку повеќе луѓе се соочуваат со мисинформација што не ја оспоруваат, толку повеќе мисинформацијата личи вистинита и подолго опстојува. Дури и ако изворот е идентификуван како несигурен или е очигледно лажен и не е во согласност со идеологијата на луѓето, повеќекратното изложување на информациите ги наведува луѓето да веруваат во истите [10, 11, 12, 13].

Мисинформациите често се пренесувани со емоционален јазик и дизајнирани да привлечат внимание и да имаат убедлива примамливост. Ова го олеснува нивното ширење и може да го зголеми нивното влијание [14], особено во современата онлајн економија во која вниманието на корисниците е главна цел [15].

Исто така, може намерно да се алудира на мисинформации преку техниката „само поставување прашања“, која им овозможува на провокаторите да навестуваат невистини или заговори додека градат лажен интегритет [16]. На пример, во една студија, поставувањето прашања што навестувале на заговор поврзан со вирусот Зика значително ја зголемиле вербата во заговорот [16]. Исто така, ако не прочитате ништо повеќе од насловот како што е „Дали се вонземјаните меѓу нас?“ може да добиете погрешна идеја.

### Од каде доаѓаат мисинформациите?

Мисинформациите вклучуваат застарени вести кои првично се мислело дека се вистинити и се шират со добра волја, теоретски вистинити полувистини кои ги доведуваат луѓето во заблуда, како и целосно измислени дезинформации кои се шират намерно за да ја доведат во заблуда или да ја збунат јавноста. Луѓето дури можат да стекнат заблуди од очигледно фиктивни материјали [17, 18]. Хиперпартиските извори на вести често произведуваат мисинформации [19], кои потоа се шират преку партиските мрежи. Мисинформациите ја поставуваат политичката агенда [20].

## Мисинформациите може да опстојат!

**„Мисинформациите може да опстојат – дури и кога изгледа дека се разоткриени.“**

Основната загатка со мисинформациите е тоа што иако се чини дека разотривањето придонесува луѓето помалку да веруваат во лажни информации, мисинформациите честопати и понатаму влијаат на размислувањето на луѓето – ова е познато како „ефект на континуирано влијание“ [1]. Ефектот е реплициран многупати. На пример, некој може да слушне дека роднина се разболел од труење со храна. Дури и ако подоцна дознае дека информациите биле неточни – па дури и ако ја прифати и се сеќава на оваа исправка – сепак може и понатаму да ги земе во обзир првичните мисинформации во различни контексти (на пр., може да го избегнува ресторанот каде наводно се случило труењето).

Се чини дека проверката на фактите и исправките „функционираат“ кога директно ги прашувате луѓето за нивните верувања. На пример, луѓето може точно да ја опишат исправката и да наведат дека повеќе не веруваат во оригиналните мисинформации. Но, тоа не гарантира дека мисинформациите нема да се појават на друго место, на пример кога одговарате на прашања или донесувате индиректно поврзани одлуки.

Иако мисинформациите опстојуваат, можеме да реагираме. Може да спречиме мисинформациите да пуштат корења на самиот почеток. Или може да ги примениме најдобрите практики за успешно разоткривање мисинформации.

**„Еднаш искусени, дури и разоткриените мисинформации може да останат во меморијата, но често можеме да го поништиме нивното влијание ако ги следиме најдобрите практики.“**

### Митовите кои опстојуваат оставаат и други траги

Постојат многу докази дека и откако луѓето успешно ќе ги променат верувањата, тоа не значи дека ќе доведе до промена на ставот или однесувањето. На пример, во поларизираните општества (на пример, САД) луѓето укажуваат на тоа дека ќе продолжат да гласаат за својот омилен политичар дури и ако откријат дека поголемиот дел од изјавите на политичарот се лажни [21, 22, 23]. За среќа, не мора да биде така. Во помалку поларизираните општества (на пример, Австралија), гласањето кај луѓето зависи од вистинитоста на политичарите [24].

Сепак, не се воздржувајте од разоткривање мисинформации бидејќи сте загрижени дека нема да се промени однесувањето на луѓето. Успешното разоткривање може да влијае на однесувањето – на пример, може луѓето помалку ќе трошат пари на сомнителни здравствени производи или помалку ќе споделуваат погрешна содржина на интернет [25, 26].

## Спречете ги мисинформациите да опстојат ако можете

Бидејќи мисинформациите тешко се отфрлаат, спречувањето да пуштат корења на самиот почеток е една плодна стратегија. Познато е дека неколку превентивни стратегии се ефикасни.

Кога луѓето ќе добијат едноставно предупредување дека постои можност да бидат погрешно информирани, тие помалку би ги земале во обсир мисинформациите [27, 78]. Дури и општите предупредувања („медиумите понекогаш не ги проверуваат фактите пред да објават информации што ќе се покажат неточни“) може да влијаат луѓето да бидат поприемчиви при разоткривање мисинформации во иднина. Конкретните предупредувања дека е можно содржината да е лажна ја намалуваат веројатноста луѓето да ги споделат информациите онлајн [28].

Процесот на инокулација или „претходно разоткривање“ вклучува предупредување и превентивно побивање и ја следи биомедицинската аналогија [29]. Со изложување на луѓето на сериозно ослабена доза на техники кои се користат во мисинформирањето (и со превентивно побивање на истите), може да се создадат „когнитивни антитела“. На пример, објаснувајќи им на луѓето како тутунската индустрија избра „лажни експерти“ во 1960-тите за да создадат химерична научна „дебата“ за штетите од пушењето, луѓето стануваат поотпорни на последователните обиди за убедување со истата погрешна аргументација во контекстот на климатските промени [30].

Ефикасноста на инокулацијата е прикажана честопати и на многу различни теми [30, 31, 32, 33, 34]. Неодамна, се покажа дека инокулацијата може да се зголеми преку забавни мултимедијални прилози, како што се цртаните [35] и игрите [36, 37].

### Едноставни чекори до поголема медиумска писменост

Ако едноставно ги поттикнеме луѓето критички да ги оценуваат информациите додека ги читаат може да ја намалиме веројатноста тие да прифатат неточни информации [38] или може да им помогнеме да станат поостроумни кога споделуваат [39].

Едукацијата на читателите за конкретни стратегии кои ќе им помогнат во таа критичка евалуација може да им помогне да развијат важни навики. Такви стратегии се: заземање став „купувачи внимавајте“ кон сите информации на социјалните медиуми; да се застане и да се размисли за дадените информации, да се оцени нивната веродостојност во поглед на алтернативите [40, 41]; секогаш да се земат предвид изворите на информации, вклучително и искуството, експертизата и мотивите на изворот [42]; и проверка на тврдењата (на пр. преку „странично читање“ [43]) пред да се споделат [44]. Странично читање значи да се проверат други извори за да се оцени веродостојноста на веб-сајтот, наместо да се обидувате да го анализирате самиот веб-сајт. Постојат многу алатки и предлози за подобрување на дигиталната писменост [45].

Не може да претпоставите дека луѓето спонтано ќе се впуштат во такво однесување [39]. Луѓето рутински не го следат, оценуваат или користат кредибилитетот на изворите во нивните проценки [10]. Меѓутоа, кога ќе го направат тоа, влијанието на мисинформациите од помалку веродостојни извори може да се намали (видете го следното поле).

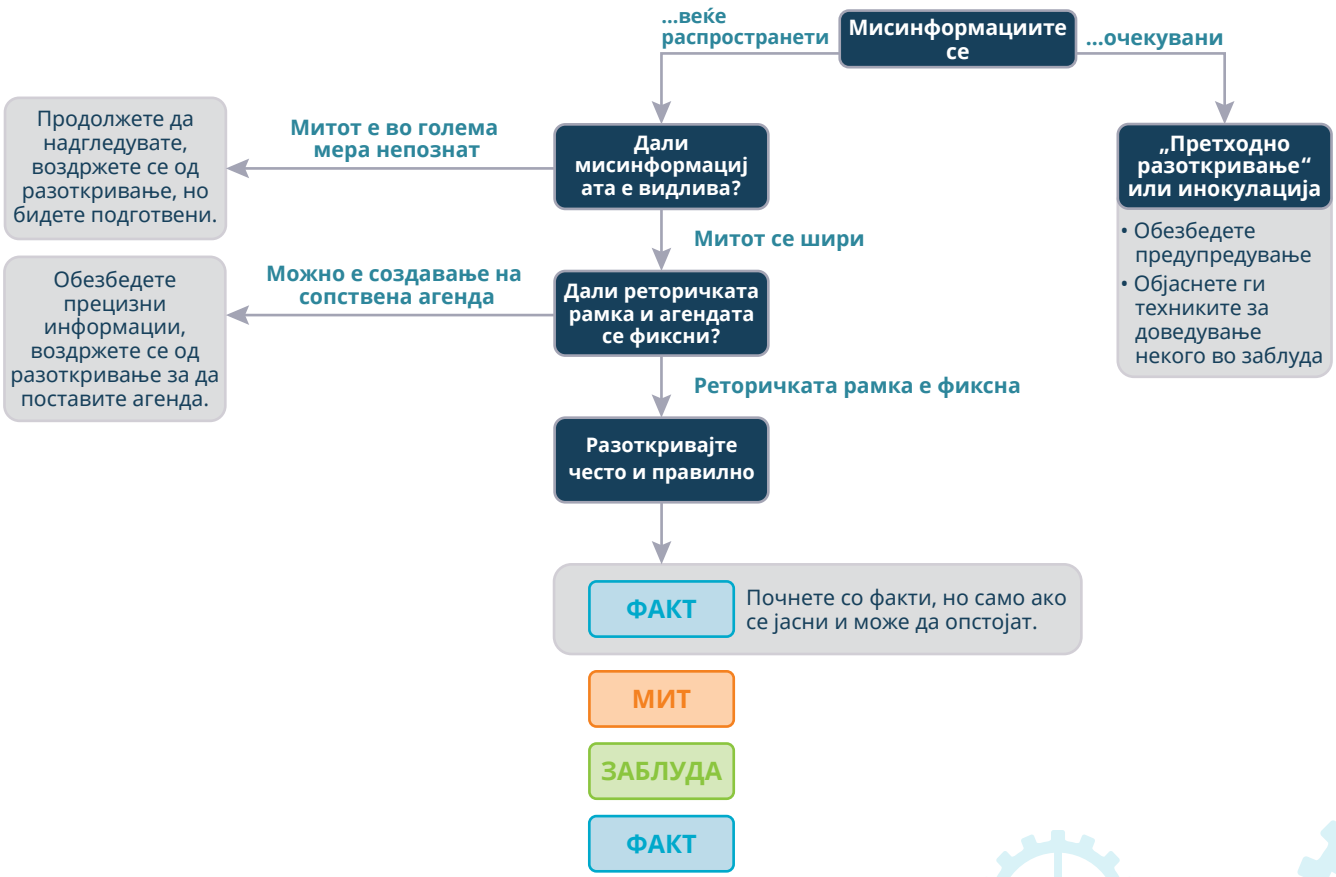
## Стратешкиот пејзаж на разоткривањето

Ако не можете да спречите мисинформациите да опстојат, тогаш имате уште една карта во ракавот: Разоткријте ги! Сепак, прво треба да размислите за неколку работи пред да започнете да ги разоткривате.

Секој има ограничено време и ресурси, така што изберете ги вашите битки. Ако митот не се шири надалеку или нема потенцијал да предизвика штета сега или во иднина, можеби нема смисла да се разоткрие. Вашите напори може подобро да ги вложите на друго место, а колку помалку се зборува за непознат мит, толку подобро.

Разоткривањето мисинформации мора да укажува на истите, и при тоа тие ни стануваат попознати. Сепак, кога се слушаат мисинформации при нивното разоткривање има мала штета, дури и ако се разоткрива мит за кој луѓето никогаш не слушнале [46]. Сепак, треба да се внимава да не се дава непотребно внимание на маргиналните мислења и теории на заговор при разоткривање. Ако никој не слушнал за митот дека ушната маст може да разложи бетон, тогаш зошто да се коригира јавно?

Разоткривачите исто така треба да имаат предвид дека секоја исправка нужно ја зајакнува реторичката рамка (т.е. збир на „точки за разговор“) создадена од некој друг. Не можете да поправите туѓ мит без да зборувате за истиот. Во таа смисла, секоја исправка – дури и ако е успешна – може да има несакани последици, а создавањето сопствена рамка може да биде покорисно. На пример, истакнувањето на огромниот успех и безбедноста на вакцината може да создаде попозитивен сет точки за разговор отколку разоткривање на некој мит поврзан со вакцината [47]. А тие се ваши точки на разговор, а не на некој друг.



### Кој треба да разоткрива?

Успешната комуникација зависи од кредибилитетот на комуникаторот.

Информациите од извори кои се сметаат за веродостојни обично создаваат посилни верувања [48] и се поубедливи [49, 50]. Во голема мера, ова важи и за мисинформациите [51, 52, 53]. Сепак, кредибилитетот може да има ограничени ефекти кога луѓето обрнуваат малку внимание на изворот [54, 55], или кога изворите се вести, а не луѓе [56, 57].

Кредибилитетот на изворот исто така е важен за исправки на мисинформациите, иако можеби во помала мера [51, 53]. Кога кредибилитетот ќе го разложиме на доверливост и експертиза, согледаната доверливост на изворот за разоткривање може да биде поважна од неговата согледаната експертиза [58, 59]. Изворите со висок кредибилитет во двете димензии (на пр., здравствени работници или доверливи здравствени организации) може да бидат идеален избор [60, 61, 62].

Треба да се има на ум дека кредибилитетот на изворот ќе им биде поважен на едни групи повеќе отколку на други, во зависност од содржината и контекстот [60, 63]. На пример, луѓето со негативни ставови кон вакцините не им веруваат на формалните извори на информации поврзани со вакцините (вклучувајќи и високо доверливи здравствени организации) [64].

Приспособете ја пораката на публиката и користете комуникациски канали во кои има доверба целната група [65]. Дискредитирајте ги изворите на дезинформации кои имаат сопствени интереси [53].

## Нејасните контраефекти

Пред десет години, научниците и практичарите беа загрижени дека исправките може „да имаат контраефект“; односно иронично да ги зајакнат погрешните сфаќања наместо да ги намалат. Неодамнешните истражувања ги ублажија тие грижи: контраефекти има само повремено и ризикот од нив е помал во повеќето ситуации отколку што се мислеше.

Не се воздржувајте при разоткривање или исправање мисинформации од страв дека тоа ќе има контраефект или ќе го зголеми верувањето во лажни информации [66, 67, 68].

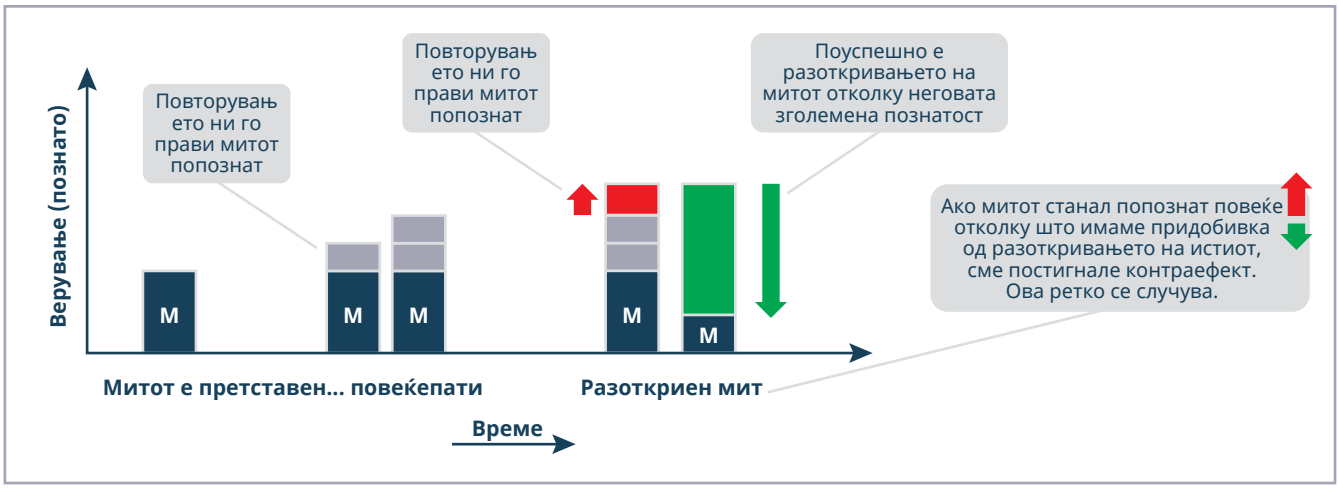
**Дефиниција**

**Контраефект:** Контраефект е кога исправката ненамерно го зголемува верувањето во мисинформациите, за разлика од почетната позиција кога има превентивна исправка или нема исправка.

**„Контраефектите не се толку застапени како што мислевме. Не можеме со сигурност да ги предвидиме околностите во кои тие се случуваат.“**

## Контраефектот на познатото

Повторувањето ги прави информациите попознати, а познатите информации главно се перципираат како повистинити од новите информации (гореспоменатиот ефект на илузорна вистина). Бидејќи митот нужно се повторува кога ќе се разоткрие, се појавува ризикот дека разоткривањето може да има контраефект со тоа што ќе го направи митот попознат (види слика подолу). Доказите во минатото ја поддржуваа оваа идеја, но во поново време, исцрпните експериментални обиди да се предизвика контраефект само врз база на познатото беа неуспешни [69, 70]. Затоа, иако повторувањето мисинформации ни ги прави попознати, а со тоа и вистинити, се покажа дека повторувањето на митот додека се побива е безбедно во многу околности, па дури може и да ја направи исправката поизразена и поефикасна [71].




**„Разоткривањето го прави митот попознат, но разоткривањето обично е поуспешно отколку што го прави митот попознат.“**

## Претеран контраефект

Овој ефект се однесува на идејата дека „премногу“ контрааргументи против лажното тврдење може да предизвикаат несакани ефекти, па дури и контраефекти. Меѓутоа, единствената студија која директно го испита овој став не најде докази за таквиот ефект, туку наместо тоа заклучи дека поголем број релевантни контрааргументи главно ги намалуваат заблудите [69].

## Контраефектот на светогледот

Контраефектот на светогледот се случува кога исправката што се однесува на светогледот на луѓето ја зголемува вербата во мисинформациите. Иако првично имаше некакви докази за контраефектот на светогледот [72], неодамнешните истражувања покажуваат дека тоа не е силен и енергичен емпириски феномен.

### Лично искуство наспроти докази

Иако комуникаторите забележуваат контраефекти во секојдневниот живот, многу експерименти покажуваат дека, всушност, контраефектите се невообичаени. Општествените научници сè уште се обидуваат да откријат зошто има „контраефекти“ кај некои луѓе но не и кај други, и зошто тие ефекти се случуваат во некои прилики, но не и во други. Сепак, сите акумулирани докази до сега јасно укажуваат на тоа дека контраефектот на светогледот не е причина да се избегне разоткривањето и проверката на фактите.

Неколку студии не успеаја да постигнат контраефект дури и во теоретски поволни околности [22, 23, 67, 73, 74]. Така, иако има податоци дека контраефектите на светогледот се појавуваат во специфични услови (на пр., кога Републиканците примаат информации во врска со мерките за ублажување на климатските промени [75]) нема потреба од загриженост за истите.

### Улогата на светогледот во утврдување на верувањата

И покрај тоа што контраефектите на светогледот се ретки, постојат и други начини на кои светогледот може да влијае на разоткривањето.

Светогледот може да влијае на тоа каков тип на содржина луѓето избираат да консумираат [76, 77, 78]. Овој процес на селективно изложување на информации може да значи дека поголема е веројатноста луѓето да бидат изложени на лажни или погрешни тврдења според нивниот светоглед, а следствено, помала е веројатноста да бидат изложени на корегирани информации за таквите тврдења по изложувањето. За илустрација, една анализа покажала дека 62% од посетите на веб-сајтовите со лажни вести доаѓаат од 20% од Американците со најконзервативна информативна диета [77].

Ефикасноста на исправките делумно зависи од подготвеноста на примачот да верува во изјавата. Активирањето на групен идентитет веројатно го ограничува начинот на кој луѓето размислуваат за одредено прашање – во зависност од идентитетот и прашањето, ова може да ги подобри или влоши погрешните перцепции, и може да влијае на тоа кому една индивидуа верува. Ова ја истакнува важноста од користење инклузивен јазик и избегнување стигматизирање на групите кои имаат неточни верувања. Стигматизирањето веројатно дополнително ќе ги поларизира отколку што ќе ги натера да ги прифатат исправките.

Неодамнешните истражувања укажуваат на тоа дека иако (мис-)информациските диети може да се разликуваат низ политичкиот спектар, некои од процесите на мотивирано расудување кои штотуку ги опишавме може да бидат симетрични за либералите и конзервативците [79].

**„Воглавно, нема докази дека треба да се избегне разоткривањето заради страв од контраефект. Разоткривањето веројатно ќе биде барем делумно ефикасно, освен во некои околности кога се оспорува светогледот на луѓето.“**

## Разоткривајте често и правилно

Едноставните корекции сами по себе тешко дека целосно ќе ги отстранат мисинформациите. Кога се работи за повеќекратното изложување на информации, означување нешто како сомнително или од недоверлив извор само по себе не е доволно.

Разоткривањето би било веројатно поуспешно ако ги примените следните 3 или 4 компоненти:

| | |
|---|---|
| **ФАКТ** | Започнете со фактот ако е јасен, концизен и може да опстои – направете го едноставен, конкретен и веродостоен. Мора да се „совпадне“ со приказната. |
| **ПРЕДУПРЕДУВАЈТЕ ЗА МИТОТ** | Предупредете однапред дека следува мит... споменете го само еднаш. |
| **ОБЈАСНЕТЕ ЗА ЗАБЛУДАТА** | Објаснете како митот доведува до заблуда. |
| **ФАКТ** | На крај утврдете го фактот – повеќепати ако е можно. Бидете сигурни дека дава алтернативно причинско-последично објаснување. |

### ФАКТ: Прво кажете ја вистината

Ако се кажува лесно со неколку јасни зборови, наведете го прво она што е вистина. Ова ви овозможува да ја врамите пораката – почнувате со ваши точки за разговор, а не со нечии други.

Најдобрите исправки се исто толку истакнати (во насловите, не закопани во прашања) колку и мисинформациите.

Не се потпирајте на едноставно порекнување („ова тврдење не е точно“).

Обезбедувањето фактичка алтернатива, т.е. алтернатива што ја пополнува причинско-последичната „празнина“ во објаснувањето што се случува доколку се исправи мисинформацијата, е ефикасен метод за разоткривање. Причинско-последичната алтернатива го олеснува „исклучувањето“ на неточните информации во првичното сфаќање на поединецот и го заменува со нова верзија на она што се случило.

Алтернативата не треба да биде посложена и треба да ја има истата објаснувачка важност како и оригиналната мисинформација [1, 80, 81].

Меѓутоа, во одредени околности фактите може да се толку суптилни што оневозможуваат концизно резимирање. Во такви случаи, можеби е подобро да почнете со објаснување зошто митот е лажен пред да ги објасните фактите.

### МИТ: Посочете мисинформации

Повторете ја мисинформацијата, само еднаш, непосредно пред исправката. Едно повторување на митот е корисно за промена на верувањата [27, 71, 82, 83].

Но непотребното повторување мисинформации треба да се избегнува: иако контраефектите се ретки, знаеме дека повторувањето информации прави тие да изгледаат вистинити [84, 85, 86].

Исправките се најуспешни ако луѓето се сомничави, или се поттикнати да бидат сомничави, во врска со изворот или намерата на мисинформациите [87].

### ЗАБЛУДА: Објаснете зошто мисинформациите се погрешни

Ставете ги едно до друго исправката и мисинформациите. Осигурајте се дека побивањето е јасно и очигледно поврзано со мисинформациите. Би требало да биде практично невозможно поединецот да го игнорира, занемари или да не го забележи корективниот елемент, дури и кога само би фрлил брз поглед [27, 88, 89].

Наместо само да се наведе дека мисинформациите се лажни, корисно е да се каже и зошто се лажни. Објаснете (1) зошто мисинформациите се сметале за точни на почетокот и (2) зошто сега е јасно дека се погрешни и (3) зошто алтернативата е точна [81, 90, 91]. IВажно е луѓето да ја увидат недоследноста за да ја разрешат [71, 83].

Ваквите детални исправки придонесуваат за одржлива промена на верувањата со текот на времето и штитат од регресија на верувањето (т.е., враќање на уверувањата што биле пред исправката [2, 52, 92]).

Ако е можно, објаснете зошто мисинформациите се погрешни не само со прикажување фактичка алтернатива, туку и со укажување на логични или аргументирани заблуди на кои се базираат мисинформациите. Практичната предност на разоткривањето заблуди [66] е тоа што тие не се однесуваат на одредена тема и затоа луѓето можат да имаат корист од разоткривањето и во други содржински теми. Штом дознаете дека мисинформациите за климата се базираат на пребирање [79] или некохерентност [93], потоа може да откриете слични лоши аргументи кај активистите против вакцинацијата.

### ФАКТ: Повторете ја вистината

Повторете го фактот, за фактот да биде последното нешто со кое луѓето се сретнуваат.

Дури и со детални побивања, ефектите ќе исчезнат со текот на времето [3, 52], затоа бидете подготвени постојано да разоткривате!

### Општи упатства:

Избегнувајте научен жаргон или сложен, технички јазик [94].

Добро дизајнираните графикони, видеа, фотографии и други семантички помагала може да бидат корисни кога јасно и концизно се прикажуваат исправки кои вклучуваат сложени или статистички информации [95, 96, 97].

Вистината е често посложена од виралното лажно тврдење. Мора да вложите труд во пренесување сложени идеи за да бидат лесно достапни за целната публика – за да може лесно да се читаат, лесно да се замислат и лесно да се запаметат [98, 99, 100].

## Колективно дејствување: Разоткривање на социјалните мрежи

Предупредувања и потсетници за точност (на пример, „повеќето луѓе сакаат да добиваат точни информации“) го подобруваат квалитетот на одлуките кои луѓето ги донесуваат при споделување на социјалните медиуми [39].

Мобилизирајте ги корисниците на социјалните мрежи да реагираат брзо на мисинформации преку споделување факти. Напорите на одредена платформа не се доволни по обем или размер во однос на мисинформациите; исправката од корисник може да функционира ако луѓето се чувствуваат охрабрени да се вклучат [101, 102].

**„Фокус на интерперсоналните ефекти во онлајн комуникацијата: ‘види нешто, кажи нешто’“ [102].**

Поединците можат да направат разлика онлајн: Исправки од корисници, експерти и алгоритми (на пр., препорака на сродни статии што содржат исправка) може да бидат ефикасни за да се намалат погрешните перцепции на заедницата кога реагира на мисинформации [103, 104, 105].

Кога луѓето гледаат како некој друг на социјалните медиуми го корегираат (познато како корекција при набљудување), тоа може да допринесе за попрецизни ставови на различни теми [61].

Спротивно на тоа, ако луѓето не зборуваат отворено тогаш може да дојде до „спирала на тишината“ и за личноста која ја корегираат и за набљудувачот, каде што немото мнозинство му отстапува наратив на малцинството кое зборува, но е погрешно информирано [106, 107, 108].

## Пример за побивање

### ФАКТ

**Научниците го набљудуваат еколошкиот отпечаток на луѓето врз климатските промени**

Ефектот на затоплување од стакленичките гасови како јаглерод диоксидот е потврден со многу докази. Авионите и сателитите мерат дека помалку топлина излегува во вселената на истите бранови должини кадешто јаглерод диоксидот ја апсорбира енергијата. Горната атмосфера се лади додека долната атмосфера се загрева - посебен модел на затоплување на стаклена градина.

**Започнете со фактот ако е јасен, концизен и може да опстои – направете го едноставен, конкретен и веродостоен.**

**Обезбедете фактичка алтернатива што ја пополнува причинско-последичната „празнина“, објаснувајќи што се случува доколку се исправи мисинформацијата.**

**Не се потпирајте на едноставно порекнување („ова тврдење не е точно“).**

### МИТ

Општопознат мит за климата е дека климата отсекогаш се менувала природно, затоа и модерните климатски промени мора да се природни.

**Предупредете дека следува мит.**

**Повторете ја мисинформацијата, само еднаш, непосредно пред исправката.**

### ЗАБЛУДА

Овој аргумент доведува во заблуда дека постои само една причина, погрешно претпоставувајќи дека бидејќи природните фактори предизвикувале климатски промени во минатото, тогаш тие секогаш мора да се причината за климатските промени.

Оваа логика е иста како да видите тело на убиен човек и да заклучите дека луѓето умирале од природна смрт во минатото, па така и оваа жртва на убиство мора да умрела од природна смрт.

**Објаснете како митот доведува до заблуда.**

**Посочете логични или аргументирани заблуди на кои се базираат мисинформациите.**

### ФАКТ

Исто како што детективот наоѓа траги на местото на злосторството, научниците открија многу траги во климатските мерења кои потврдуваат дека луѓето предизвикуваат глобално затоплување. Глобалното затоплување предизвикано од човекот е измерен факт.

**На крај утврдете го фактот.**

**Повторете го фактот повеќепати ако е можно.**

## Референци


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., Glance, 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.