



Priručnik za raskrinkavanje 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

Recenzenti: Lisa Fazio, Anastasia Kozyreva, Philipp
Lorenz-Spreen, Jay Van Bavel
Grafčki dizajn: Wendy Cook
Prevod: Tijana Dmitrović



Za više informacija o **Priručniku za raskrinkavanje 2020**, uključujući proces konsenzusa putem kojeg je razvijen, posjetite web stranicu <https://sks.to/db2020>.

Citirati kao:

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. Dostupno na <https://sks.to/db2020>. DOI:10.17910/b7.1182





Netačne informacije mogu nanijeti štetu

Netačne informacije su lažne informacije koje se šire greškom ili s namjerom obmanjivanja. Kada postoji namjera obmanjivanja, to nazivamo dezinformacijama. Netačne informacije imaju potencijal da nanesu značajnu štetu osobama i društvu. Zbog toga je važno štititi osobe od netačnog informisanja, bilo čineći ih otpornijim na netačne informacije prije nego što dođu u susret s njima ili raskrinkavanjem netačnih informacija nakon što im je javnost već izložena.



Netačne informacije mogu biti istrajne!

Provjeravanje činjenica može umanjiti vjerovanje ljudi u netačne informacije. Međutim, netačne informacije često nastavljaju da utiču na razmišljanje ljudi čak i nakon što oni prime i prihvate ispravke – to je poznato kao „efekat nastavljenog uticaja“ [1]. Čak i ako se činjenična ispravka čini efikasnom – jer je ljudi prihvataju i jasno je da su izmijenili vjerovanja – ljudi se često oslanjaju na netačne informacije u drugim kontekstima, npr. kada odgovaraju na pitanja koja su indirektno povezana s netačnom informacijom. Stoga je veoma važno da se koriste najefikasniji pristupi raskrinkavanju da bi se postigao maksimalni učinak.



Ako možete, spriječite netačne informacije da istrajavaju

S obzirom na to da netačne informacije istrajavaju, najbolje ih je preduhitriti. To se može postići objašnjavanjem strategija obmanjujuće ili manipulativne argumentacije. Ova tehnika je poznata kao „inokulacija“ koja ljude čini otpornim na naknadne pokušaje manipulacije. Potencijalni nedostatak inokulacije je taj da zahtijeva prethodno poznavanje tehnika netačnog informisanja i najbolje je primjenjivati prije izlaganja netačnim informacijama.



Raskrinkavajte često i pravilno

Ako se netačne informacije ne mogu preduhitriti, morate ih raskrinkati. Da bi raskrinkavanje bilo učinkovito, važno je navesti detaljna opovrgavanja [2,3]. Jasno objasnite (1) zašto je sada jasno da je informacija netačna i (2) šta je istinita informacija. Kada se pruži detaljno opovrgavanje, netačne informacije se mogu eliminirati. Bez detaljnog opovrgavanja, netačne informacije mogu nastaviti da istrajavaju uprkos pokušajima da se isprave.



Netačne informacije mogu nanijeti štetu

Netačne informacije su štetne za društvo na više načina [4,5]. Ako roditelji ne vakcinišu svoju djecu na osnovu pogrešnih vjerovanja, to šteti javnom zdravlju [6]. Ako ljudi nasjedaju na teorije zavjere u vezi s virusom COVID-19, manja je vjerovatnoća da će se pridržavati vladinih mjera za suzbijanje pandemije [7], čime nas sve izlažu opasnosti.

Lako nas je zavesti. To vjerovatno ima veze s našim osjećajima poznatosti i istine. Vjerovatnije je da ćemo povjerovati u nešto što smo čuli mnogo puta nego u nove informacije.

„Objektivna istina je manje važna od poznatosti. Skloni smo da vjerujemo u laži ako se dovoljno često ponavljaju.“

Ovaj fenomen se naziva „efekat iluzorne istine“ [8,9]. Dakle, što se više ljudi susretne s netačnom informacijom koju ne dovedu u pitanje, to se više ta netačna informacija čini istinitom i istrajava. Čak i kada se izvor razotkrije kao nepouzdan ili očito netačan i u suprotnosti s ideologijom ljudi, ponovljeno izlaganje informaciji i dalje navodi ljude da vjeruju u nju [10,11,12,13].

Netačne informacije su često „upakovane“ emotivnim jezikom i osmišljene tako da privlače pažnju i budu uvjerljive. Time se olakšava njihovo širenje i može pojačati njihov uticaj [14], naročito u trenutnoj online ekonomiji u kojoj je pažnja korisnika postala roba [15].

Netačne informacije se takođe mogu namjerno nagovijestiti tehnikom „samo pitamo“ koja provokatorima omogućava da aludiraju na laži ili zavjere dok istovremeno održavaju privid uglednog medija [16]. Na primjer, u jednoj studiji je puko postavljanje pitanja koja aludiraju na zavjeru u vezi s virusom Zika dovelo do značajne stope vjerovanja u postojanje zavjere [16]. Slično tome, ako ne pročitate ništa osim naslova kao što je „Jesu li vanzemaljci među nama?“, možete dobiti pogrešnu predstavu.

Definicije

Netačne informacije: Lažne informacije koje se diseminiraju, bez obzira postoji li namjera obmanjivanja.

Dezinformacije: Netačne informacije koje se namjerno diseminiraju s namjerom obmanjivanja.

Lažne vijesti: Lažne informacije, često senzacionalističke, koje imitiraju medijski sadržaj.

Efekat nastavljenog uticaja: Kontinuirano oslanjanje na netačne informacije u pamćenju i rasuđivanju ljudi čak i nakon što je predstavljena uvjerljiva ispravka.

Efekat iluzorne istine: Ponovljene informacije će vjerovatnije biti ocijenjene kao istinite od novih informacija jer su postale poznate.

Odakle dolaze netačne informacije?

Netačne informacije mogu biti zastarjele vijesti za koje se isprva mislilo da su tačne i objavljene su s dobrom namjerom, poluistine koje su tehnički istinite, ali obmanjujuće, ili potpuno izmišljene dezinformacije koje se šire s namjerom obmanjivanja ili zbunjivanja javnosti. Zablude se mogu steći čak i iz očigledno izmišljenih materijala [17,18]. Hiperpartijski izvori vijesti često proizvode netačne informacije [19] koje se zatim šire partijskim mrežama. Dokazano je da političku agendu određuju netačne informacije [20].

„Netačne informacije istrajavaju – čak i kada se čini da su ispravljene.“

Kada je riječ o netačnim informacijama, iako se može činiti da ispravke smanjuju vjerovanje ljudi u lažne informacije, velika je zagonetka što netačne informacije često i dalje nastavljaju da utiču na njihovo razmišljanje – ovo je poznato kao „efekat nastavljenog uticaja“ [1]. Taj efekat je ponovljen mnogo puta. Na primjer, neko može čuti da im se rođak razbolio od trovanja hranom. Čak i ako kasnije saznaju da je informacija bila netačna – i čak i ako osoba prihvati i zapamti tu ispravku – i dalje mogu pokazati dugotrajno oslanjanje na početnu netačnu informaciju u različitim kontekstima (npr. mogu izbjegavati restoran koji je navodno bio izvor trovanja).

Čini se da provjeravanje činjenica i ispravke „djeluju“ kada ljude direktno pitate u šta vjeruju. Na primjer, mogu tačno navesti ispravku i izjaviti da više ne vjeruju u originalnu netačnu informaciju. Ali, to ne garantuje da netačna informacija neće ponovo negdje isplivati, recimo prilikom odgovaranja na pitanja ili donošenja odluka koje su indirektno povezane s njom.

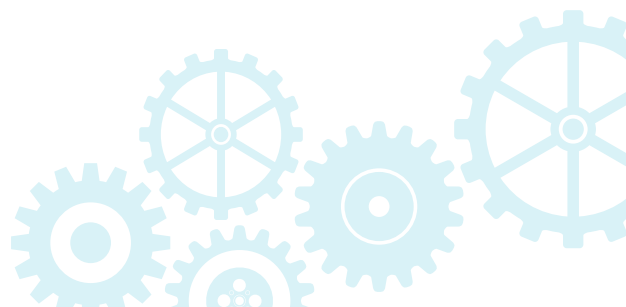
Premda netačne informacije istrajavaju, ima prilika za reakciju. Možemo spriječiti da se netačne informacije uopšte ukorijene ili primjenjivati najbolje prakse da uspješno raskrinkamo netačne informacije.

„Jednom usvojene netačne informacije se mogu zadržati u sjećanju čak i ako se isprave, ali možemo poništiti njihov uticaj ako se pridržavamo najboljih praksi.“

Istrajni mitovi ostavljaju druge tragove

Mnogo je dokaza za to da čak i uspješne promjene činjeničnih uvjerenja nekada ne znače da će doći do promjene stavova ili ponašanja. Na primjer, u polarizovanim društvima (kao što je SAD) ljudi navode da će nastaviti da glasaju za svog omiljenog političara čak i ako otkriju da je većina njegovih izjava lažna [21,22,23]. Srećom, ne mora biti tako. U manje polarizovanim društvima (npr. Australija), glasačke namjere stanovnika se mijenjaju u skladu s iskrenosti političara [24].

Bez obzira na to, nemojte se suzdržavati da raskrinkate netačnu informaciju zato što se bojite da to neće promijeniti ponašanje. Uspješno raskrinkavanje može uticati na ponašanje – na primjer, može smanjiti spremnost ljudi da troše novac na zdravstvene proizvode upitnog kvaliteta ili dijele obmanjujući sadržaj online [25,26].



Ako možete, spriječite netačne informacije da istrajavaju

S obzirom na to da je teško opovrgnuti netačne informacije, sprečavanje da se one ukorijene od samog početka je jedna od mogućih strategija. Nekoliko strategija prevencije su se pokazale kao efikasne.

Jednostavno upozoravanje ljudi da možda imaju netačnu informaciju može umanjiti kasnije oslanjanje na netačne informacije [27,28]. Čak i uopštena upozorenja („mediji ponekad ne provjeravaju činjenice prije objavljivanja informacija koje se kasnije pokazuju kao netačne“) mogu doprinijeti tome da ljudi bolje prihvataju naknadne korekcije. Dokazano je da konkretna upozorenja da je neki sadržaj lažan smanjuju vjerovatnoću dijeljenja lažne informacije online [28].

Proces inokulacije ili „predraskrinkavanja“ podrazumijeva upozorenje unaprijed i preventivno opovrgavanje te prati biomedicinsku analogiju [29]. Izlaganjem ljudi značajno oslabljenoj dozi tehnika koje se koriste u netačnom informisanju (i njihovim preventivnim opovrgavanjem) mogu se stvoriti „kognitivna antitijela“. Na primjer, ako ljudima objasnimo kako je duhanska industrija koristila „lažne stručnjake“ tokom 1960-ih kako bi stvorila nepostojeću naučnu „debatu“ o štetnosti pušenja, oni postaju otporniji na kasnije pokušaje uvjeravanja koji koriste istu obmanjujuću argumentaciju u kontekstu klimatskih promjena [30].

Efikasnost inokulacije je više puta dokazana, i to u okviru različitih tema [30,31,32,33,34]. U skorije vrijeme je dokazano da se inokulacija može primijeniti i na većem broju ljudi primjenom u interaktivnim multimedijским aplikacijama, kao što su crtani filmovi [35] i igrice [36,37].

Jednostavni koraci do veće medijske pismenosti

I samo poticanje ljudi da kritički procjenjuju informacije dok ih konzumiraju može smanjiti vjerovatnoću upijanja netačnih informacija [38] ili pomoći ljudima da mudrije odluče koje informacije će dijeliti [39].

Edukacija čitalaca o konkretnim strategijama koje im pomažu u kritičkoj procjeni im može pomoći da razviju važne navike. Te strategije uključuju: oprezan stav prema svim informacijama na društvenim medijima; „povlačenje kočnice“ i pomno razmišljanje o informacijama i procjenjivanje njihove vjerodostojnosti u poređenju s alternativnim informacijama [40,41]; uzimanje u obzir ko su izvori, njihova raniju reputaciju, stručnost i motive [42]; provjeravanje tvrdnji (npr. „lateralnim čitanjem“ [43]) prije nego što ih se podijeli [44]. Lateralno čitanje podrazumijeva provjeravanje drugih izvora kako bi se ocijenila vjerodostojnost web stranice umjesto analiziranja same stranice. Ima mnogo alata i prijedloga za poboljšanje digitalne pismenosti [45].

Ne možete pretpostaviti da ljudi spontano ispoljavaju ta ponašanja [39]. Ljudi rutinski ne prate, procjenjuju niti zasnivaju svoju procjenu na vjerodostojnosti izvora [10]. Međutim, kada to rade, uticaj netačnih informacija iz manje vjerodostojnih izvora se može umanjiti (*vidjeti sljedeći okvir*).



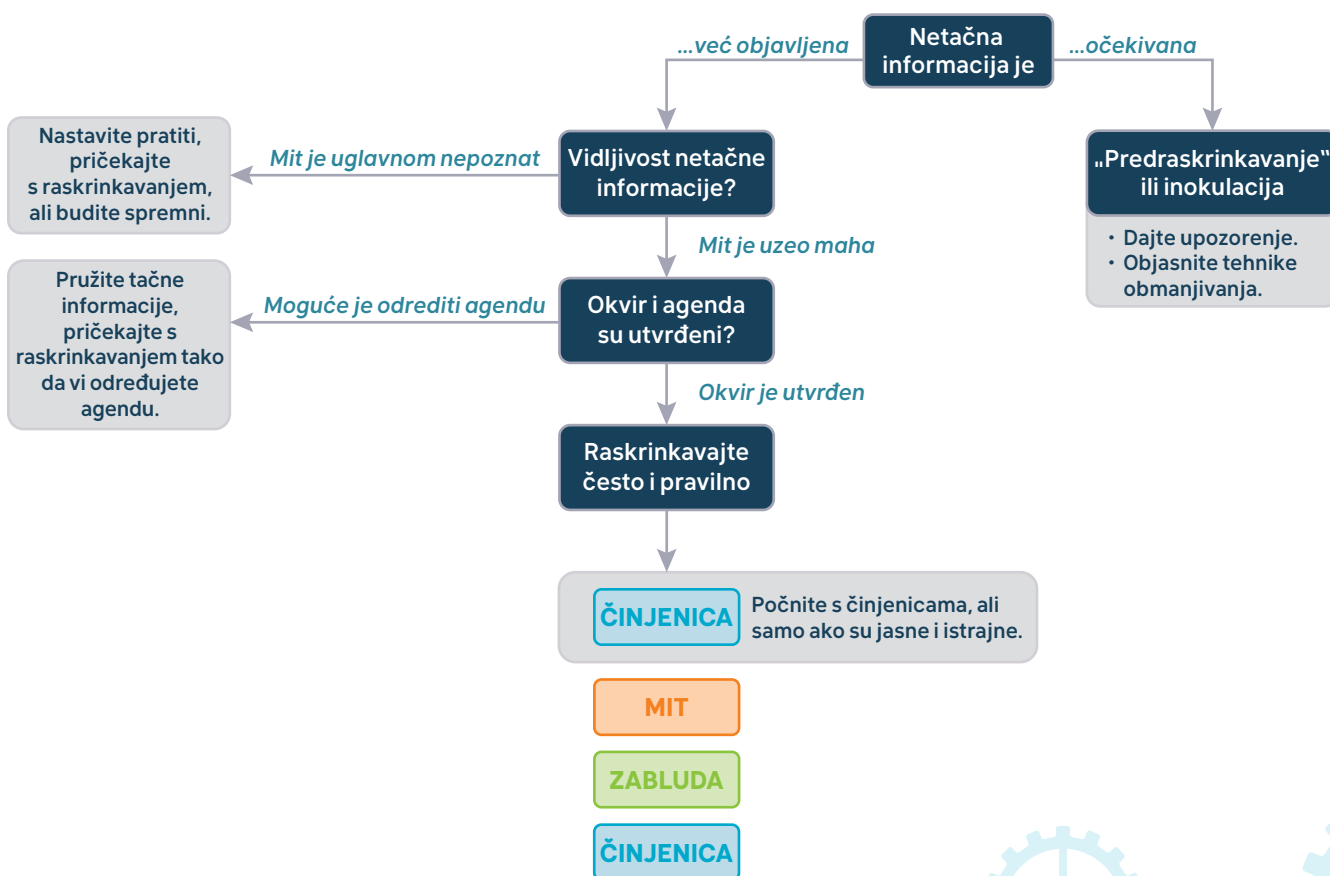
Strateški pejzaž raskrinkavanja

Ako niste u mogućnosti da spriječite netačne informacije da istraju, onda imate još jednu strijelu u svom tobolcu: raskrinkavanje! Međutim, prije nego što počnete s raskrinkavanjem, prvo trebate razmisliti o nekoliko stvari.

Niko nema neograničene resurse i vrijeme. Zato trebate birati svoje bitke. Ako se mit ne širi svuda ili nema potencijal da nanese štetu sada ni u budućnosti, možda nema smisla da se raskrinkava. Tada bi bilo bolje da uložite napor negdje drugo, a što se manje priča o nekom nepoznatom mitu – to bolje.

Ispravke moraju ukazivati na neku netačnu informaciju, tako da je neizbježno i povećanje njene poznatosti. Međutim, upoznavanje s netačnom informacijom preko ispravke nanosi malo štete, čak i kada ispravka navodi mit za koji ljudi nikada ranije nisu čuli [46]. Ipak, treba paziti da se rubnim stavovima i tvrdnjama zavjere putem ispravke ne da nepotrebna promocija. Ako niko nije čuo za mit da vosak iz ušiju može rastopiti beton, zašto ga javno ispravljati?

Osobe koje raskrinkavaju netačne informacije takođe trebaju biti svjesne da svaka ispravka neizbježno pojačava retorički okvir (tj. skup „tačaka za razgovor“) koji je stvorio neko drugi. Ne možete ispraviti nečiji mit, a da ne razgovarate o njemu. U tom smislu, svaka ispravka – čak i ako je uspješna – može imati nenamjerne posljedice. Korisnije je izabrati vlastiti okvir. Na primjer, naglašavanje ogromnog uspjeha i sigurnosti vakcine može stvoriti pozitivniji skup tačaka za razgovor nego raskrinkavanje mita u vezi s vakcinacijom [47]. Osim toga, to su vaše tačke za razgovor, a ne tuđe.



Ko treba izvršiti raskrinkavanje?

Uspješna komunikacija počiva na vjerodostojnosti prenosioca poruke.

Informacije iz izvora koji se smatraju vjerodostojnim obično stvaraju jača uvjerenja [48] i ubjedljivije su [49,50]. U većini slučajeva se to odnosi i na netačne informacije [51,52,53]. Međutim, vjerodostojnost ima ograničen uticaj ako ljudi ne obraćaju pažnju na izvor informacija [54,55] ili su izvor mediji, a ne ljudi [56,57].

Vjerodostojnost izvora je važna i prilikom ispravljanja netačnih informacija, premda možda u manjoj mjeri [51,53]. Ako vjerodostojnost posmatramo kao kombinaciju pouzdanosti i stručnosti, percipirana pouzdanost izvora raskrinkavanja može biti važnija od njegove percipirane stručnosti [58,59]. Izvori čija je vjerodostojnost visoka u obje ove dimenzije (npr. zdravstveni radnici i pouzdane zdravstvene organizacije) su idealan izbor [60,61,62].

Vrijedi imati na umu da će vjerodostojnost izvora nekim grupama biti važnija nego drugim, u zavisnosti od sadržaja i konteksta [60,63]. Na primjer, osobe s negativnim stavovima o vakcinama ne vjeruju formalnim izvorima informacija u vezi s vakcinisanjem (što podrazumijeva i generalno pouzdane zdravstvene organizacije) [64].

Skrojite poruku po mjeri publike i koristite glasnika kojem ciljna grupa vjeruje [65]. Diskreditirajte izvore dezinformacija koji imaju vlastiti interes [53].

Neuhvatljivi kontraefekat

Prije deset godina, naučnici i praktičari su se brinuli da ispravke mogu imati „kontraefekat“, tj. da će, ironično, ojačati zablude umjesto da ih oslabe. Skorija istraživanja su ublažila zabrinutost jer se kontraefekti javljaju samo povremeno, a rizik je u većini slučajeva manji nego što se ranije mislilo.

Definicija

Kontraefekat: Kontraefekat je kada ispravka nenamjerno poveća vjerovanje u ili oslanjanje na netačne informacije u poređenju sa stanjem prije ili bez ispravke.

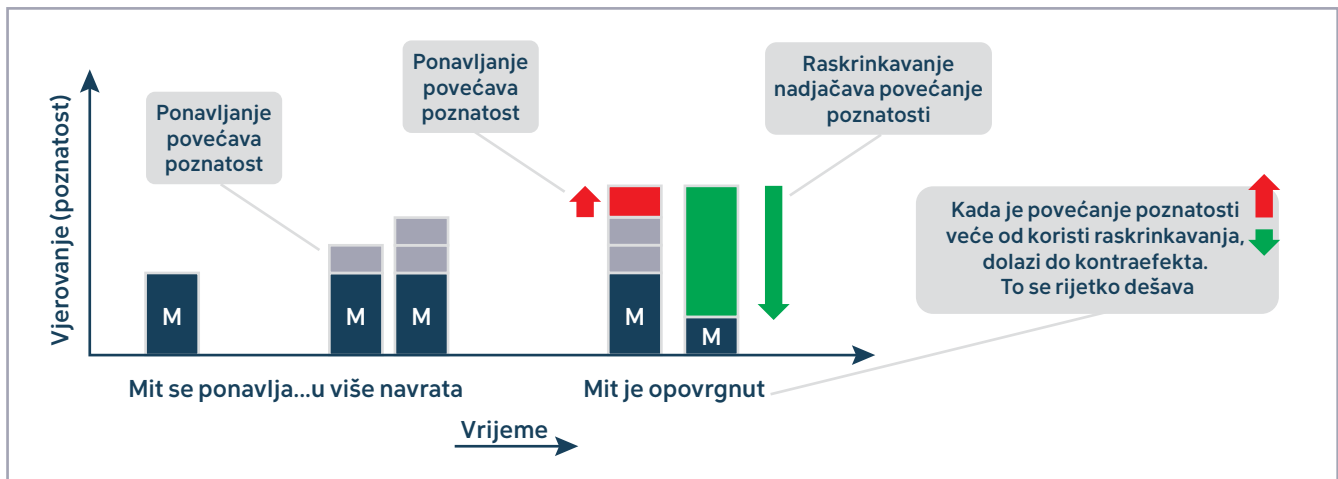
Ne suzdržavajte se od pokušaja raskrinkavanja ili ispravljanja netačnih informacija iz straha da će to dovesti do kontraefekata ili povećanja vjerovanja u lažne informacije [66,67,68].

*„Kontraefekti nisu toliko česti kao što smo ranije mislili.
Ne možemo pouzdano predvidjeti okolnosti u kojima nastaju.“*



Kontraefekat poznatosti

Ponavljanjem informacije postaju poznatije, a poznate informacije se generalno smatraju istinitijim od novih informacija (ranije opisani efekat iluzorne istine). S obzirom na to da se mit neizbježno mora ponoviti prije nego što se raskrinka, javlja se rizik da će raskrinkavanje imati suprotan efekat tako što će mit učiniti poznatijim (vidjeti sliku ispod). Rani dokazi su išli u prilog ovome, ali u skorije vrijeme, iscrpni eksperimentalni pokušaji da se izazove kontraefekat samo pomoću faktora poznatosti su bili neuspješni [69,70]. Prema tome, iako ponavljanje netačnih informacija generalno povećava poznatost i ocjenu istinitosti, utvrđeno je da je ponavljanje mita u procesu njegovog raskrinkavanja u većini okolnosti sigurno, pa čak i da ispravku čini upečatljivijom i efikasnijom [71].



„Raskrinkavanjem mit postaje poznatiji, ali raskrinkavanje obično nadjačava povećanje poznatosti.“

Kontraefekat pretjerivanja

Ovaj efekat se odnosi na ideju da davanje „previše“ kontraargumenata za lažnu tvrdnju može proizvesti nenamjerne ili čak potpuno suprotne efekte. Međutim, jedina studija koja se direktno fokusirala na ovo pitanje nije pronašla nikakve dokaze za ovaj efekat. U njoj se zaključuje da veći broj relevantnih kontraargumenata generalno dovodi do većeg smanjenja zablude [69].

Kontraefekat pogleda na svijet

Pretpostavlja se da se kontraefekat pogleda na svijet javlja kada ispravka koja dovodi u pitanje lični pogled na svijet poveća vjerovanje u netačnu informaciju. Premda je u početku bilo dokaza za kontraefekat pogleda na svijet [72], novija istraživanja pokazuju da on nije raširena i čvrsta empirijska pojava.



Lično iskustvo nasuprot dokaza

Iako komunikatori mogu primijetiti kontraefekte u svakodnevnom životu, mnogi eksperimenti su pokazali da je takvo ponašanje, zapravo, neuobičajeno. Naučnici u oblasti društvenih nauka još uvijek pokušavaju shvatiti zašto se kontraefekat kod nekih ljudi javlja, a kod drugih ne. Međutim, dokazi prikupljeni do danas jasno pokazuju da kontraefekat pogleda na svijet nije dovoljan razlog za izbjegavanje raskrinkavanja i provjeravanja činjenica.

Nekoliko studija je neuspješno pokušalo izazvati kontratefekta čak i u teoretski povoljnim okolnostima [22,23,67,73,74]. Prema tome, iako su zabilježeni neki slučajevi pojave kontraefekata u određenim okolnostima (npr. kada su Republikancima predstavljene informacije o mjerama ublažavanja klimatskih promjena [75]), zabrinutost za kontraefekat pogleda na svijet je bila nerazmjerna.

Uloga pogleda na svijet u potvrdi vjerovanja

Premda se kontraefekat pogleda na svijet rijetko javlja, postoje drugi načini na koje pogled na svijet može uticati na raskrinkavanje.

Pogled na svijet može uticati na to koji sadržaj publika odlučuje konzumirati [76,77,78]. Ovaj proces selektivnog izlaganja može značiti da će ljudi vjerovatnije biti izloženi lažnim ili netačnim informacijama koje su u skladu s njihovim pogledom na svijet i, implicitno, da će manje vjerovatno biti izloženi korektivnim informacijama o tim tvrdnjama. Na primjer, jedna analiza je pokazala da 62% posjeta web stranicama s lažnim vijestima potiče od 20% Amerikanaca s najkonzervativnijom „informacijskom dijetom“ [77].

Efikasnost ispravki djelimično zavisi od spremnosti primaoca da vjeruje u izjavu. Aktivacija grupnih identiteta vjerovatno ograničava način na koji ljudi razmišljaju o nekom pitanju – u zavisnosti od identiteta i pitanja, to može umanjiti ili povećati zablude i može uticati na to kome će osoba vjerovati. Ovo naglašava važnost korištenja inkluzivnog jezika i izbjegavanja stigmatizacije grupa zbog netačnih vjerovanja. Bez toga je veća vjerovatnoća da dodatno polariziramo, umjesto da uvedemo željene promjene.

Novija istraživanja ukazuju da su neki od ranije opisanih procesa motivisanog zaključivanja simetrični kod liberala i konzervativaca, iako se (dez)informacijske dijetete razlikuju na različitim stranama političkog spektra [79].

„Kada ih izvagamo, noviji dokazi ne daju nikakav razlog za izbjegavanje raskrinkavanja iz straka od kontraefekata. Raskrinkavanje će vjerovatno biti barem djelimično efikasno, osim u ograničenim uslovima kada se u pitanje dovodi nečiji pogled na svijet.“



Raskrinkavajte često i pravilno

Same po sebi, jednostavne ispravke teško da mogu opovrgnuti netačne informacije. Kada je riječ o ponovljenoj izloženosti, nije dovoljno samo objaviti da je nešto upitno ili da dolazi iz nepouzdanog izvora.

Raskrinkavanje će vjerovatnije biti uspješno ako primijenite sljedeće 3 ili 4 komponente:

ČINJENICA	Počnite s činjenicom ako je jasna, sažeta i istrajna. Neka bude konkretna i uvjerljiva. Mora se „uklapati“ u priču.
UPOZORITE NA MIT	Unaprijed upozorite da je ono što slijedi mit... spomenite ga samo jednom.
OBJASNITE ZABLUDU	Objasnite kako mit obmanjuje.
ČINJENICA	Završite ponovnim potvrđivanjem činjenice – ako je moguće, više puta. Vodite računa da činjenica daje alternativno uzročno objašnjenje.

ČINJENICA: Prvo recite istinu

Ako je to moguće uraditi u kratkim i jasnim crtama, prvo recite šta je istina. To vam omogućava da uokvirite poruku – počnite s vlastitim tačkama za razgovor, a ne tuđim.

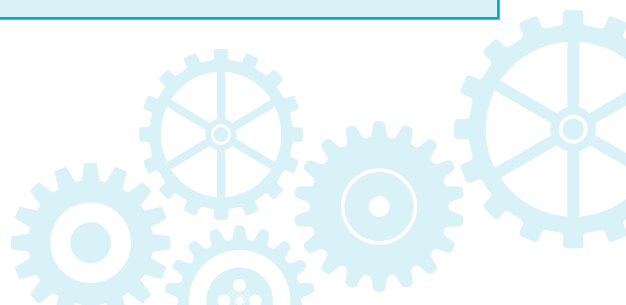
Ispravke su najbolje ako su jednako istaknute kao netačne informacije (u naslovima, a ne sakrivene među pitanjima).

Ne oslanjajte se na puko opovrgavanje („ova tvrdnja nije istinita“).

Efikasna metoda raskrinkavanja je davanje alternative zasnovane na činjenicama, tj. alternative koja popunjava uzročnu „rupu“ i objašnjava šta se desilo ako se ispravi netačna informacija. Uzročna alternativa olakšava da se netačne informacije u početnom razumijevanju pojedinca „isključče“ i zamijene novom verzijom događaja.

Alternativa ne treba biti komplikovanija od izvorne netačne informacije i treba imati jednaku eksplanatornu relevantnost [1,80,81].

Međutim, nekada su činjenice toliko komplikovane ili osjetljive da ih je nemoguće sažeto predstaviti. U tim slučajevima je možda bolje početi s objašnjenjem zašto je mit lažan prije objašnjavanja činjenica.



MIT: Ukažite na netačnu informaciju

Ponovite netačnu informaciju samo jednom, neposredno prije ispravke. Jedno ponavljanje mita ima povoljan uticaj na mijenjanje vjerovanja [27,71,82,83].

Ipak, treba izbjegavati nepotrebno ponavljanje netačne informacije: iako se kontraefekti rijetko javljaju, znamo da sa svakim ponavljanjem informacije izgledaju sve istinitije [84,85,86].

Ispravke su najefikasnije ako ljudi sumnjaju ili ih se navede da sumnjaju u izvor ili namjeru netačne informacije [87].

ZABLUDA: Objasnite zašto je informacija netačna

Uporedite ispravku i netačnu informaciju. Vodite računa da opovrgavanje jasno i konkretno odgovara na netačnu informaciju. Pojedincu treba biti praktično nemoguće da ignoriše, previdi ili ne primijeti ispravku, čak i ako samo „prelijeće“ tekst [27,88,89].

Umjesto da samo navedete da je informacija lažna, korisno je dati detaljno objašnjenje zašto je to tako. Objasnite (1) zašto se u početku uopšte mislilo da je informacija tačna, (2) zašto je sada jasno da je netačna te (3) zašto je alternativa tačna [81,90,91]. Važno je da publika vidi nedosljednost kako bi je mogla riješiti [71,83].

Detaljne ispravke doprinose dugotrajnoj promjeni uvjerenja tokom vremena i sprečavaju regresiju uvjerenja (tj. povratak na uvjerenja prije ispravke [2,52,92]).

Ako je moguće, objasnite zašto je informacija netačna ne samo davanjem činjenične alternative, nego i isticanjem logičkih ili činjeničnih zabluda u srži netačne informacije. Praktična prednost razotkrivanja zabluda [66] je ta da one nisu specifične za oblast i publika može izvući korist od raskrinkavanja i u drugim oblastima sadržaja. Jednom kada znate da se netačne informacije u oblasti klimatskih promjena oslanjaju na metodu biranja podataka [79] ili nepovezanosti [93], možete prepoznati slične primjere loše argumentacije i među aktivistima koji se protive vakcinaciji.

ČINJENICA: Ponovite istinu

Ponovite činjenicu tako da to bude zadnja stvar koju će čitaoci procesuirati.

Čak i kod detaljnog opovrgavanja rezultati vremenom slabe [3,52], pa budite spremni na ponovno raskrinkavanje“!



Opšte smjernice:

Izbjegavajte naučni žargon i komplikovan tehnički jezik [94].

Dobro dizajnirani grafikoni, videozapisi, fotografije i druga semantička pomagala mogu biti korisni za jasno i koncizno predstavljanje ispravki koje sadrže komplikovane ili statističke informacije [95,96,97].

Istina je često komplikovanija od viralnih lažnih tvrdnji. Morate uložiti veliki napor da komplikovane ideje predstavite tako da budu pristupačne ciljnoj publici - da bi ih se moglo lako pročitati, lako zamisliti i lako prisjetiti [98,99,100].

Kolektivna akcija: Raskrinkavanje na društvenim medijima

Poticanje tačnosti (npr. „većina ljudi želi da dobija tačne informacije“) i podsjetnici na tačnost povećavaju kvalitet informacija koje ljudi dijele na društvenim medijima [39].

Potaknite korisnike društvenih medija da brzo reaguju na netačne informacije dijeljenjem činjenica. Napori jedne platforme možda nisu dovoljni i ne mogu odgovoriti na sve netačne informacije; ispravke korisnika mogu funkcionisati ako su ljudi dovoljno osnaženi da se uključe [101,102].

***„Fokusirajte se na međuljudske efekte u online komunikaciji:
‘ako vidite nešto, reagujte’“ [102].***

Pojedinci mogu uticati na promjene online: ispravke korisnika, stručnjaka i algoritama (npr. preporučivanje povezanih članaka koji sadrže ispravku) koje odgovaraju na netačne informacije mogu biti efikasne u smanjenju pogrešnih percepcija zajednice [103,104,105].

Kada vidimo da su nekoga ispravili na društvenim medijima (tzv. posmatračke ispravke), to može dovesti do tačnijih stavova o raznim temama [61].

Nasuprot tome, nedostatak reakcije može dovesti do „spirale tišine“ – kako za osobu koju treba ispraviti, tako i za posmatrača – kada tiha većina popušta pred narativnom glasne, ali netačno informisane manjine [106,107,108].



ČINJENICA

Naučnici vide ljudske tragove na klimi

Mnogo je dokaza koji potvrđuju efekat zagrijavanja stakleničkih plinova poput ugljendioksida. Avioni i sateliti ispuštaju manje toplote u svemir na onim talasnim dužinama na kojim ugljendioksid upija energiju. Gornji slojevi atmosfere se hlade, dok se donji dijelovi zagrijavaju – jasan šablon stakleničkog zagrijavanja.

Počnite s činjenicom ako je jasna, sažeta i istrajna. Neka bude konkretna i uvjerljiva.

Pružite alternativu zasnovanu na činjenicama koja popunjava uzročnu „rupu“ i objašnjava se desilo ako se ispravi netačna informacija.

Ne oslanjajte se na puko opovrgavanje („ova tvrdnja nije istinita“).

MIT

Uobičajeni mit u vezi s klimom je taj da se klima i u prošlosti uvijek prirodno mijenjala, prema tome, mora da su i trenutne klimatske promjene prirodne.

Upozorite da je ono što slijedi mit.

Ponovite netačnu informaciju samo jednom, neposredno prije ispravke.

ZABLUDA

Ovaj argument pokazuje zabludu jednog uzroka jer pogrešno pretpostavlja da, zato što su u prošlosti klimatske promjene uzrokovali prirodni faktori, oni uvijek moraju biti uzrok klimatskih promjena.

Objasnite kako mit obmanjuje.

Ova logika je ista kao kada biste vidjeli nečije ubijeno tijelo i zaključili da, s obzirom da su u prošlosti ljudi umirali prirodnom smrću, i žrtva ubistva mora da je umrla prirodnom smrću.

Istaknite logičke ili činjenične zablude u srži netačne informacije.

ČINJENICA

Kao što detektiv traži tragove na mjestu zločina, naučnici su klimatskim mjerenjima našli mnogo tragova koji potvrđuju da ljudi uzrokuju globalno zagrijavanje. Globalno zagrijavanje koje uzrokuju ljudi je izmjerena činjenica.

Završite ponovnim potvrđivanjem činjenice.

Ako je moguće, ponovite činjenicu više puta.

Reference

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.

