Посібник з розвінчування місінформації

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
Графічний дизайн: Wendy Cook
Перекладено: Анна Шамко

Для отримання додаткової інформації про **Посібник з розвінчування місінформації 2020**, а також про процес консенсусу, за допомогою якого він був створений, див https://sks.to/db2020.

Цитуйте як:

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

Короткі інструкції з реагування на місінформацію

Місінформація здатна завдати шкоди

Місінформація – це неправдива інформація, що поширюється помилково або ж з наміром ввести в оману. Коли в поширювачів існує намір ввести в оману, ця неправдива інформація називається дезінформацією. Місінформація може завдати істотної шкоди як окремим людям, так і суспільству в цілому. Тому важливо захистити людей від місінформації, зробивши їх стійкими до місінформації ще до того, як вони зіткнуться з нею, або ж розвінчувати місінформацію після того, як люди зазнали її впливу.

Місінформація може бути «прилипливою»!

Перевірка фактів здатна послабити віру людей у неправдиву інформацію. Однак місінформація часто продовжує впливати на мислення людей навіть після того, як вони отримають і приймуть виправлену інформацію – феномен, відомий як «ефект тривалого впливу» [1]. Навіть якщо фактична корекція здається ефективною – адже люди визнають виправлення, оновивши свої уявлення – люди часто покладаються на цю місінформацію в інших контекстах, наприклад, в питаннях, лише побічно пов'язаних з місінформацією. Тому, аби досягти максимального впливу у розвінчуванні місінформації, важливо покладатися на найбільш ефективні методи цього розвінчування.

Спробуйте запобігти укоріненню місінформації

Оскільки місінформація є «прилипливою», краще діяти на випередження. Пояснюйте людям оманливі або маніпулятивні стратегії аргументації – цей метод, відомий як «щеплення», робить людей стійкими до подальших спроб маніпуляції. Потенційний недолік методу «щеплення» полягає в тому, що він вимагає вже засвоєних знань про методи місінформації й «щеплення» найкраще проводити до того, як люди зазнають впливу місінформації.

Розвінчуйте місінформацію системно і правильно

Якщо ви не можете запобігти поширенню місінформації, ви повинні розвінчати її. Аби розвінчування було ефективним, важливо надати вичерпні спростування [2,3]. Дайте чітке пояснення (1) чому тепер очевидно, що інформація неправдива, і (2) що є правдою натомість. Коли ви надаєте такі докладні спростування, місінформація здатна «відклеюватися». Без докладних спростувань місінформація може утримуватися попри усі спроби її виправити.

Місінформація може завдати шкоди

Місінформація завдає шкоди суспільству кількома способами [4,5]. Якщо батьки відмовляються робити щеплення своїм дітям на підставі помилкових переконань, зрештою, страждає система громадського здоров'я [6]. Якщо люди вірять у теорії змови щодо COVID-19, вони з меншою ймовірністю будуть дотримуватися рекомендацій уряду і заходів з боротьби з пандемією [7], тим самим наражаючи на небезпеку кожного з нас.

Бути введеним в оману – легко. Наші відчуття обізнаності і відчуття правди часто пов'язані між собою. Ми більше схильні вірити тому, що чули багато разів, аніж новій інформації.

«Об'єктивна правда менш важлива, ніж ознайомленість з нею: ми схильні вірити брехні, якщо вона повторюється достатньо часто.»

Визначення

Місінформація: Поширювана неправдива інформація незалежно від намірів ввести в оману чи ні.

Дезінформація: місінформація, яка навмисно поширюється з метою ввести в оману.

Фейкові новини: помилкова інформація, часто сенсаційного характеру, що імітує контент ЗМІ.

Ефект тривалого впливу: явище, що полягає у постійному зверненні до неточної інформації в пам'яті і міркуваннях людей після того, як було надане достовірне виправлення.

Ефект ілюзії правди: повторювана інформація з більшою ймовірністю буде визнана правильною, аніж нова інформація, з огляду на те, що повторювана інформація є більш знайомою.

Це явище називається «ефектом ілюзії правди» [8,9]. Адже, чим більше люди стикаються з місінформацією, не піддаючи її сумніву, тим більше вона їм здається правдивою і тим більше вона «прилипає». Навіть якщо джерело ідентифікується як ненадійне, або якщо інформація є хибною і несумісною з переконаннями людей, багаторазове повторення цієї інформації все одно підштовхує людей довіряти її твердженням [10,11,12,13].

Місінформація також часто просякнута емоційною мовою, що привертає увагу і здається переконливою. Це сприяє поширенню місінформації і може посилити її вплив [14], особливо в теперішній онлайн-економіці, де увага користувачів стала товаром [15].

Місінформацію також можна витягнути назовні, «просто ставлячи питання»; метод, що дозволяє провокаторам натякати на брехню або змови, зберігаючи при цьому видимість респектабельності [16]. Наприклад, в одному з досліджень просте озвучення питань, що натякали на змову, пов'язану з вірусом Зіка, викликало значну віру в цю змову [16]. Так само, якщо ви не зануритеся в текст після заголовка «Чи є серед нас інопланетяни?», ви можете залишитися з неправильною ідеєю.

Звідки береться місінформація

Різновиди місінформації варіюється від застарілих новин, що спочатку вважалися правдою і поширювалися сумлінно, до технічно правильних, але таких, що вводять в оману напівправдою, і до повністю сфабрикованої дезінформації, поширюваної навмисно з метою ввести в оману або збити з пантелику громадськість. Люди можуть отримати хибні уявлення навіть з цілковито вигаданих матеріалів [17,18]. Заангажовані інформаційні джерела часто створюють місінформацію [19], що потім поширюється заангажованими мережами. Доведено, що місінформація визначає політичний порядок денний [20].

Місінформація може бути «прилипливою»!

«Місінформація залишається «прилипливою», навіть якщо здається, що вона була виправлена.»

Фундаментальна загадка місінформації полягає в тому, що, навіть якщо здається, що виправлення зменшують віру людей у помилкову інформацію, місінформація часто продовжує впливати на мислення людей – цей феномен відомий як «ефект тривалого впливу» [1]. Ефект відтворювався багато разів. Наприклад, хтось може почути, що родич захворів від харчового отруєння. Навіть якщо пізніше людина дізнається, що інформація була неправильною і навіть якщо людина прийме і запам'ятає це виправлення – вона все одно може продовжувати покладатися на початкову місінформацію в інших контекстах (наприклад, людина може уникати ресторану, де нібито відбулося харчове отруєння).

Перевірка фактів і виправлення інформації здаються «ефективними», коли ви безпосередньо питаєте людей про їхні переконання. Наприклад, люди можуть точно повідомити про виправлення і заявити, що більше не вірять початковій місінформації. Але це не гарантує, що місінформація не з'явиться деінде, наприклад, під час відповідей на питання або в процесі схвалення інших рішень.

Попри те, що місінформація є «прилипливою», у нас є можливість реагувати. В першу чергу, ми можемо запобігти поширенню місінформації. Або ж ми можемо застосувати передовий досвід успішного розвінчування місінформації.

«Засвоєна, а згодом навіть виправлена місінформація все одно може залишатися в пам'яті людини, однак ми здатні звести нанівець її вплив за умови застосування найкращих практик розвінчування.»

«Прилипливі» міфи залишають інші сліди

Є багато свідчень того, що успішна зміна наявних переконань може не призвести до зміни ставлення або ж поведінки. Наприклад, в поляризованих суспільствах (зокрема, в США) люди зазначають, що вони й надалі голосуватимуть за улюбленого політика, навіть якщо б вони дізналися, що більшість заяв політика є неправдивими [21,22,23]. На щастя, це не завжди працює саме так. У менш поляризованих суспільствах (зокрема, в Австралії) наміри людей голосувати за політиків корелюють з правдивістю цих політиків [24].

Тим не менш, не утримуйтеся від розвінчування місінформації тільки тому, що ви переживаєте, що це не змінить поведінку людей. Успішне розвінчування може вплинути на поведінку – наприклад, воно може знизити бажання людей витрачати гроші на сумнівні товари для здоров'я або ділитися оманливим контентом в Інтернеті [25,26].

Спробуйте запобігти укоріненню місінформації

Оскільки місінформацію важко витіснити, запобігти її укоріненню є однією з ефективних стратегій. Існує кілька ефективних підходів щодо запобігання укорінення.

Просте попередження людей про те, що вони здатні наразитися на недостовірну інформацію, може в подальшому знизити ймовірність сприйняття місінформації [27,28]. Навіть загальні попередження («ЗМІ іноді не перевіряють факти перед публікацією інформації, що виявляється неточною») можуть зробити людей більш сприйнятливими до подальших виправлень інформації. Відомо, що спеціальні попередження про ймовірну недостовірність контенту здатні знизити ймовірність того, що люди поділяться цією інформацією в Інтернеті [28].

Процес «щеплення» або «попереднє розвінчування» включає в себе завчасне попередження й превентивне спростування, що відповідає принципу біомедичної аналогії [29]. Надавши людям ослаблену дозу технік, які використовуються у розвінчуванні місінформації, можна культивувати «когнітивні антитіла». Дізнавшись, як тютюнова промисловість знаходила «фальшивих експертів» в 1960-х роках для створення сфальсифікованої наукової «дискусії» про незначну шкоду куріння, люди стають більш стійкими до схожих спроб переконання з використанням тієї ж оманливої аргументації в контексті кліматичних змін [30].

Ефективність «щеплення» доводили неодноразово і на прикладах різноманітних тем [30,31,32,33,34]. Нещодавно було показано, що вплив «щеплення» може бути збільшений за рахунок залучення мультимедійних застосунків, зокрема мультфільмів [35] та ігор [36,37].

Прості кроки до підвищення медіаграмотності

Просте заохочення людей до критичної оцінки інформації під час читання здатне знизити вірогідність того, що вони повірять оманливій інформації [38]. Це також може допомогти людям стати більш розбірливими в процесі обміну інформацією [39].

Навчання конкретним стратегіям, що допоможуть читачам критично оцінювати інформацію, дозволить допомогти людям розвинути важливі навички. До таких стратегій належать: засвоєння підходу «обережного покупця» щодо всієї інформації в соціальних мережах; уповільнення і обдумування отриманої інформації, оцінка її достовірності з огляду на альтернативні джерела [40,41]; постійне обмірковування джерел інформації, в тому числі їхньої репутації, експертизи і мотивів [42]; перевірка тверджень (зокрема за допомогою «латерального читання» або ж «бічного читання» [43]) перед тим, як поділитися інформацією [44]. «Бічне читання» означає перевірку додаткових джерел для оцінки достовірності веб-сайту, а не спробу аналізу самого сайту. Існує безліч інструментів і ресурсів щодо підвищення цифрової грамотності [45].

Можна припустити, що люди спонтанно засвоюють схожі підходи [39]. Люди зазвичай не відстежують, не оцінюють і не використовують інформацію щодо достовірності джерел у своїх судженнях [10]. Однак, якщо вони це зроблять, вплив місінформації з ненадійних джерел може бути зменшено *(див. наступне текстове поле)*.

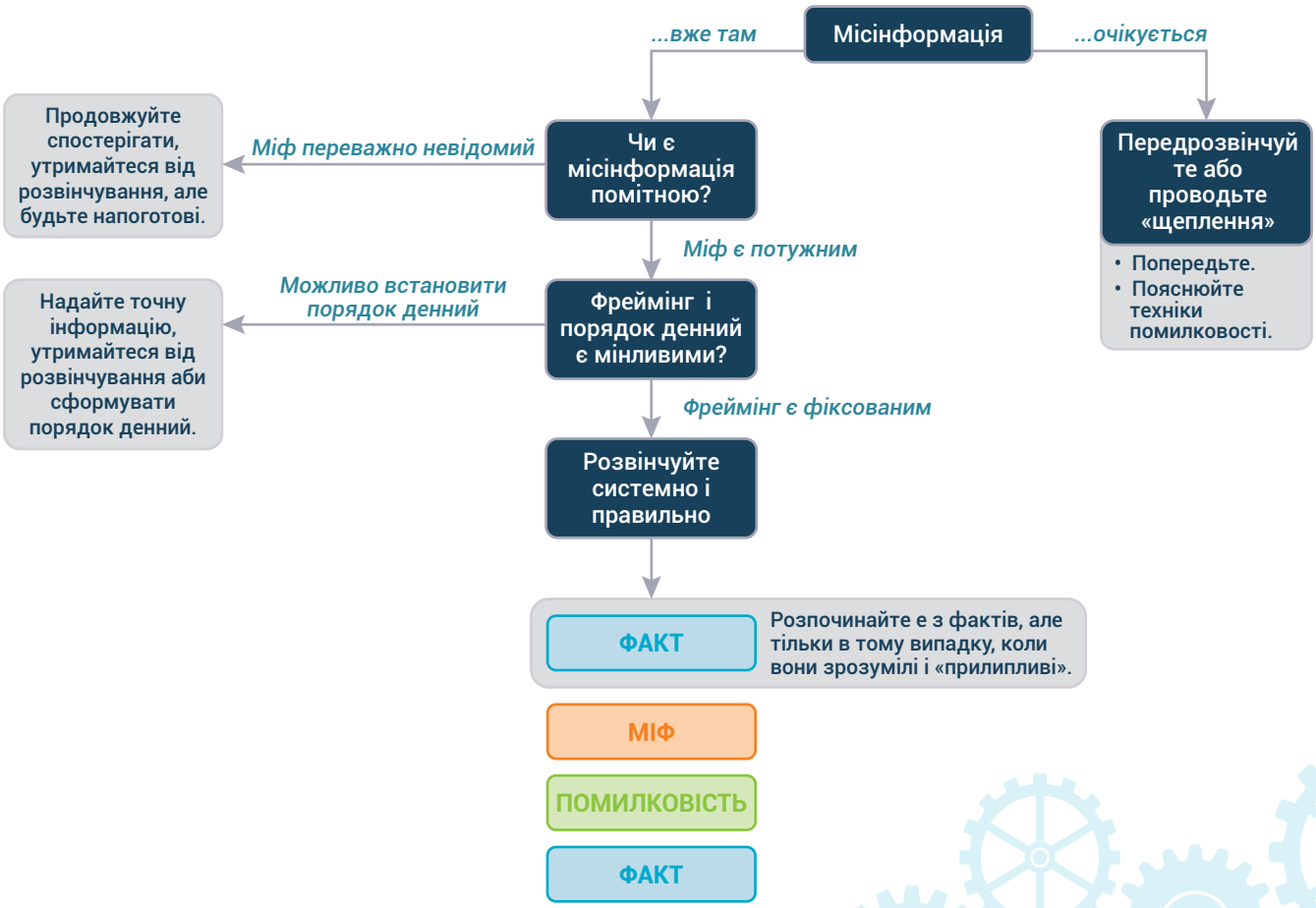
Стратегічний ландшафт розвінчування

Якщо ви не можете запобігти укоріненню місінформації, тоді у вас є ще одна стріла в вашому сагайдаку: розвінчування! Однак, перш ніж взятися за розвінчування, слід подумати про кілька моментів.

Кожен діє в умовах обмеженого часу і ресурсів, тому потрібно розставити пріоритети. Якщо міф не поширюється широко або не має потенціалу завдати шкоди зараз або в майбутньому, то, скоріше за все, немає сенсу його розвінчувати. Можливо, ваші зусилля варто скерувати в іншому напрямку, і чим менше буде сказано про маловідомий міф, тим краще.

Оскільки зусилля щодо виправлення місінформації не можуть не вказувати на неї, це сприяє кращій проінформованості щодо дезінформації. Коли люди почують про місінформацію в її відкорегованому варіанті це вже не заподіє великої шкоди, навіть якщо самі виправлення розказують про міф, про який люди до того не чули [46]. Проте, слід пам'ятати – виправлення не повинне привертати необгрунтовану увагу до хибного твердження або ж твердження про змову. Якщо ніхто не чув міф, що вушна сірка нібито може розчиняти бетон, навіщо розвінчувати його публічно?

Розвінчувачі також повинні пам'ятати, що будь-яке виправлення інформації обов'язково підсилює риторичний фрейм (тобто набір «тем для розмови»), створений кимось іншим. Ви не можете виправити чужий міф, не розповівши про нього. У цьому сенсі будь-яке виправлення, навіть успішне, може мати непередбачені наслідки, й тому вибір вашого власного фрейму буде корисним. Наприклад, висвітлення величезного успіху і безпечності вакцини могло б створити більш позитивний порядок денний, аніж розвінчування міфу, пов'язаного з вакцинами [47]. І це – ваші теми для дискусії, а не чиїсь іще.



Хто повинен розвінчувати?

Успішна комунікація залежить від довіри до комунікатора.

Інформація з джерел, що вважаються достовірними, зазвичай підсилює сталі уявлення [48] і є більш переконливою [49,50]. Загалом цей принцип працює й також у випадку місінформації [51,52,53]. Проте достовірність може мати обмежений ефект, коли люди звертають мало уваги на джерело [54,55] або коли джерелами є новинні видання, а не люди [56,57].

Достовірність джерела також має значення для виправлення місінформації, однак в незначній мірі [51,53]. Якщо розкласти достовірність на надійність і досвід, усвідомлена надійність джерела розвінчування може мати більше значення, ніж його усвідомлений досвід [58,59]. Джерела, що користуються високою довірою (наприклад, фахівці зі сфери охорони здоров'я або загальновизнані медичні інституції), можуть бути ідеальним вибором [60,61,62].

Водночас, варто мати на увазі, що достовірність джерела в залежності від змісту і контексту буде мати більше значення для одних груп, аніж для інших, [60,63]. Наприклад, люди з негативним ставленням до вакцин не довіряють офіційним джерелам інформації про вакцини (включаючи загальновизнані інституції охорони здоров'я) [64].

Адаптуйте повідомлення до конкретної аудиторії і використовуйте той інформаційний канал, що користується довірою у цільової групи [65]. Нейтралізуйте джерела дезінформації за якими стоять чиїсь корисливі інтереси [53].

Невловимі ефекти зворотного результату

Десять років тому дослідники і фахівці-практики були стурбовані тим, що виправлення інформації може мати «зворотний ефект»; тобто замість того, аби зменшувати помилковість, за іронією долі вони б зміцнювали його. Недавні дослідження розвіяли ці побоювання: зворотні ефекти виникають лише зрідка, а ризик їхнього виникнення в більшості випадків нижчий, аніж здавалося раніше.

Визначення

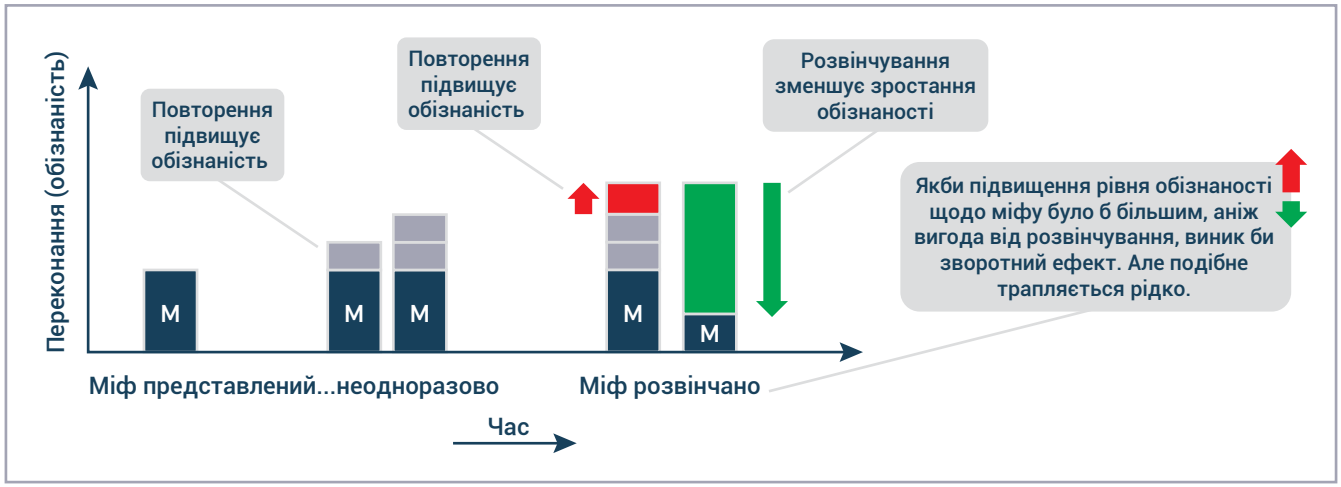
Зворотний ефект: зворотний ефект – це ситуація, коли виправлення ненавмисно збільшує впевненість в місінформації або довіру до неї в порівнянні з ситуацією напередодні виправлення або без виправлення місінформації.

Не стримуйте себе від спроб розвінчати чи виправити місінформацію з побоювання, що це призведе до зворотних результатів або посилить віру в неправдиву інформацію [66,67,68].

«Зворотні ефекти не настільки поширені, як ми звикли думати. Однак ми не можемо з упевненістю прогнозувати обставини, за яких вони виникають.»

Зворотний ефект обізнаності

Повторення робить інформацію більш знайомою, а знайома інформація зазвичай сприймається як більш правдива, ніж нова інформація (вищезгаданий ефект ілюзії правди). Оскільки міф обов'язково повторюється в процесі його розвінчування, виникає ризик того, що розвінчування може мати неприємні наслідки, оскільки міф стає більш знайомим (див. малюнок нижче). Ранні дослідження підтверджували цю ідею, але останнім часом вичерпні експериментальні спроби викликати зворотний ефект тільки за допомогою використання знайомої інформації ні до чого не призвели [69,70]. Таким чином, повторення місінформації, як правило, збільшує впізнаваність і рівень правдивості, а повторення міфу при одночасному його розвінчуванні виявилося безпечним у багатьох обставинах і навіть може зробити внесення виправлень в інформацію помітнішим і ефективнішим [71].



«Розвінчування міфу робить його більш відомим, але розвінчування зазвичай пригнічує зростання обізнаності.»

Зворотний ефект, заснований на надлишку контраргументів

Цей ефект полягає в ідеї, що надання «занадто великої кількості» контраргументів проти неправдивого твердження здатне призвести до непередбачених наслідків або навіть до зворотних результатів. Втім, відомо тільки про єдине дослідження на цю тему, однак, дослідження не знайшло доказів цього ефекту, й, навпаки, дійшло до висновку, що чим більша кількість контраргументів, тим більше зменшується кількість помилкових суджень [69].

Зворотний ефект, заснований на світогляді

Зворотний ефект, заснований на світогляді, має місце, коли виправлення, що ставить під сумнів світогляд людей, підсилює віру в місінформацію. Хоча спочатку були деякі підтвердження зворотного ефекту, заснованого на світогляді [72], недавні дослідження показують, що це не всеосяжний і не стійкий емпіричний феномен.

Особистий досвід проти доказів

Хоча комунікатори можуть спостерігати зворотні ефекти в своєму повсякденному житті, багато експериментів показали, що насправді така поведінка не є типовою. Соціологи все ще з'ясовують, чому одні люди «показують зворотний ефект», а інші ні, і чому ці ефекти виникають в одних випадках, однак не виникають в інших. Все ж таки зібрані на цей час докази чітко показують, що зворотний ефект, заснований на світогляді, не є достатньою причиною, аби уникати розвінчування і перевірки фактів.

У багатьох дослідженнях не вдалося отримати зворотній ефект навіть за теоретично сприятливих обставин [22,23,67,73,74]. Тож хоча є відомості про зворотні ефекти, засновані на світогляді, що виникають за певних умов (зокрема, коли республіканці ознайомлювалися з заходами щодо пом'якшення наслідків негативної зміни клімату [75]), занепокоєння щодо цих відомостей було непропорційним.

Роль світогляду у підтвердженні переконань

Навіть якщо зворотні ефекти, засновані на світогляді, трапляються рідко, існують інші способи, коли світогляд здатен вплинути на розвінчування.

Світогляд здатен впливати на те, який контент люди обирають для споживання [76,77,78]. Цей процес вибіркового впливу може означати, що люди з більшою ймовірністю зіткнуться з неправдивими або оманливими твердженнями, що узгоджуються з їхнім світоглядом, й з меншою ймовірністю вони зіткнуться з виправленою інформацією, яка б на них вплинула. Наприклад, одне дослідження показало, що 62% відвідувань веб-сайтів з фейковими новинами припадають на 20% американців, які дотримуються найбільш консервативної інформаційної дієти [77].

Ефективність виправлень частково залежить від бажання реципієнта повірити в твердження. Активація групової ідентичності, ймовірно, формує обмеження щодо того, як люди думають про проблему – в залежності від ідентичності й проблеми, це може поліпшити або погіршити неправильні уявлення і вплинути на те, кому людина повірить. Це підкреслює важливість використання інклюзивної мови і недопущення стигматизації груп з огляду на те, що їм властиві помилкові судження. Така стигматизація здатна скоріше поляризувати, аніж призводити до оновлення стійких уявлень.

Недавні дослідження показують – хоча (міс-)інформаційні дієти можуть відрізнятися по всьому політичному спектрі, деякі з вище описаних помилкових методів аргументування можуть бути симетричними як для лібералів, так і для консерваторів [79].

«Останні дослідження не дають підстав уникати розвінчування місінформації з огляду на острах зворотного ефекту. Розвінчування, ймовірно, буде щонайменше частково ефективним за винятком деяких рідкісних випадків, коли під сумнів ставиться світогляд людини.»

Розвінчуйте системно і робіть це правильно

Самі по собі прості виправлення інформації навряд чи дозволять повністю позбавитися місінформації. Позначити щось як сумнівне або те, що надійшло з ненадійного джерела, є недостатнім в умовах повторюваного впливу.

Розвінчування має більше шансів на успіх, якщо ви застосуєте наступні 3 або 4 компонента:

ФАКТ	**Почніть з факту, що є чітким, змістовним і «прилипливим» – ви здатні зробити його простим, конкретним і переконливим. Факт повинен «вписатися» в розповідь.**
ПОПЕРЕДЬТЕ ПРО МІФ	**Заздалегідь попередьте про наближення міфу… згадайте його лише один раз.**
ПОЯСНІТЬ ПОМИЛКОВІСТЬ	**Поясніть, як міф вводить в оману.**
ФАКТ	**На завершення, підсильте факт – бажано кілька разів. Переконайтеся, що він дає інше причинно-наслідкове пояснення.**

ФАКТ: Спочатку констатуйте правду

Якщо це легко зробити декількома чіткими словами, спочатку констатуйте, що є правдою. Це дозволяє вам належним чином структурувати повідомлення – ви керуєте своїми тезами, а не чужими.

Найкращі виправлення інформації видимі так само (у заголовках, а не заховані в питаннях), як і місінформація.

Не покладайтеся на просте спростування («це твердження є неправдивим»).

Надання фактичної альтернативи, тобто такої, що заповнює «пробіл» у поясненні того, що сталося за умови скорегованої місінформації, є ефективним методом розвінчування. Наявність причинно-наслідкової альтернативи допомагає «вимкнути» неточну інформацію в голові людини і замінити її новою версією того, що сталося.

Альтернатива не повинна бути складнішою і повинна мати таку ж пояснювальну актуальність як і початкова місінформація [1,80,81].

Однак можуть бути обставини, за яких факти містять нюанси, які неможливо викласти коротко. У таких випадках краще почати з пояснення того, чому міф є хибним, перш ніж пояснювати факти.

МІФ: Вкажіть на місінформацію

Повторіть місінформацію тільки один раз, безпосередньо перед її коригуванням. Одного повторення міфу достатньо аби змінити переконання [27,71,82,83].

Слід уникати зайвих повторень місінформації: хоча зворотний ефект трапляється рідко, ми знаємо, що повторення допомагає інформації здаватися правдивою [84,85,86].

Виправлення є найбільш успішними, якщо люди починають підозріло ставитися (або їх переконали підозріло ставитися) до джерела або намірів місінформації.

ПОМИЛКОВІСТЬ: Поясніть, чому місінформація є неправильною

Зіставте скориговану інформацію з помилковою. Переконайтеся, що спростування чітко і очевидно співставляється з місінформацією. Для людини має бути практично неможливо ігнорувати, випустити з поля зору або не помітити скоригований елемент навіть при поверхневому ознайомленні [27,88,89].

Замість того, щоб просто заявляти, що місінформація є неправдивою, доцільно детально пояснити, чому саме. Поясніть: (1) чому помилкова інформація спочатку вважалася правильною, (2) чому тепер очевидно, що вона неправильна, і (3) чому альтернатива є правильною [81,90,91]. Людям важливо побачити невідповідність, аби подолати її [71,83].

Такі детальні виправлення з часом сприяють сталій зміні переконань і захищають від регресу переконань (тобто повернення до попередніх переконань [2,52,92]).

Бажано поясніть, чому місінформація є неправильною, не тільки надавши фактичну альтернативу, але і вказавши на логічні або аргументовані помилки, що лежать в основі місінформації. Практична перевага розкриття помилковості [66] полягає в тому, що вона не залежить від галузі знань, і тому люди можуть отримати користь від розвінчування також в інших галузях знань. Як тільки ви усвідомили, що місінформація про клімат заснована на вибірковому підході [79] або непослідовності [93], ви здатні ідентифікувати аналогічні хибні аргументи серед активістів, які виступають проти вакцинації.

ФАКТ: Знову констатуйте правду

Повторіть факт ще раз, аби факт був тим останнім, що засвоять люди.

Навіть з докладними спростуваннями їхній ефект поступово зникає [3,52], так що будьте готові до неодноразового розвінчування!

Ключові рекомендації:

Уникайте наукового жаргону або складної, технічної мови [94].

Добре продумані графіки, відео, фотографії та інші семантичні засоби можуть бути корисними для чіткого і лаконічного вираження виправлень, що включають складну або статистичну інформацію [95,96,97].

Правда часто буває складнішою за якесь вірусне неправдиве твердження. Вам слід докласти зусиль для перекладу складних іде аби вони стали легко доступними для цільової аудиторії – аби їх можна було легко прочитати, легко уявити і легко згадати [98,99,100].

Колективна дія: розвінчування в соціальних мережах

Підштовхування до достовірності (напр., «більшість людей хочуть отримувати достовірну інформацію») та нагадування підвищують якість рішень для людей, що діляться інформацією у соціальних мережах [39].

Мобілізуйте користувачів соціальних мереж, аби вони швидко реагували на міснформацію шляхом поширення фактів. Зусилля платформи можуть бути недостатніми за масштабом або ж з огляду на потужність місінформації; виправлення ж від користувачів здатне спрацювати, якщо люди відчують сміливість взяти в цьому участь [101,102].

«Зосередьтеся на міжособистісних ефектах в онлайн-спілкуванні за принципом: «якщо бачиш що-небудь, скажи що-небудь.» [102]

У людей є можливість змінити ситуацію в режимі онлайн: виправлення з боку користувачів, експертів і алгоритмів (напр., рекомендуючи пов’язані статті, що містять виправлення) можуть бути ефективними у зменшенні помилкового сприйняття спільнотою при реагуванні на місінформацію [103,104,105].

Спостереження за тим, як когось виправляють у соціальних мережах (відоме як виправлення з точки зору спостерігача), здатне сприяти більш виваженому ставленню до дискусійних тем [61].

І навпаки, відмова висловити свою думку може призвести до «спіралі мовчання» як для людини, яку виправляють, так і для спостерігача, коли мовчазна більшість поступається місцем голосистій, але місінформованій меншості [106,107,108].

Приклад спростування

ФАКТ

Вчені спостерігають сліди людської діяльності відносно усього клімату

Ефект потепління від парникових газів, зокрема двоокису вуглецю, підтверджений безліччю доказів. Літаки і супутники на точних довжинах хвиль вимірюють менше тепла, що йде у космос, де вуглекислий газ поглинає енергію. Верхня атмосфера охолоджується, а нижня нагрівається – це яскраво виражений слід потепління, викликаного парниковим ефектом.

- Почніть з факту, що є чітким, змістовним і «прилипливим» – зробіть його простим, конкретним і переконливим.
- Надайте фактичну альтернативу, що заповнить причинно-наслідковий «пробіл», пояснивши, що відбулося, після того, як місінформацію виправлено.
- Не покладайтеся на просте спростування: («це твердження є неправдивим»)

МІФ

Розповсюджений міф про клімат полягає в тому, що в минулому клімат завжди змінювався природним чином, тому сучасні його зміни також повинні бути природними.

- Попередьте про наближення міфу.
- Повторіть місінформацію тільки один раз, безпосередньо перед її виправленням.

ПОМИЛКОВІСТЬ

Цей аргумент є помилкою, адже помилково припускає, що, оскільки природні фактори викликали зміни клімату в минулому, то вони повинні бути причиною зміни клімату завжди.

Ця логіка аналогічна тому, коли б ви побачили тіло вбитої людини і зробили б висновок, що оскільки в минулому люди вмирали природною смертю, значить, жертва вбивства також повинна була померти природною смертю.

- Поясніть, як саме міф вводить в оману.
- Вкажіть на логічні або аргументаційні помилки, що лежать в основі місінформації.

ФАКТ

Подібно до того, як детектив знаходить докази на місці злочину, вчені виявили безліч доказів у вимірюваннях клімату, Ці докази підтверджують, що люди сприяють глобальному потеплінню. Глобальне потепління, викликане діяльністю людини, – це вимірюваний факт.

- Завершіть підтвердженням факту.
- Бажано повторіть факт декілька разів.

Посилання

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.