



Manuali i
demonimit të
keqinformimit

2020 ...

Autorët

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

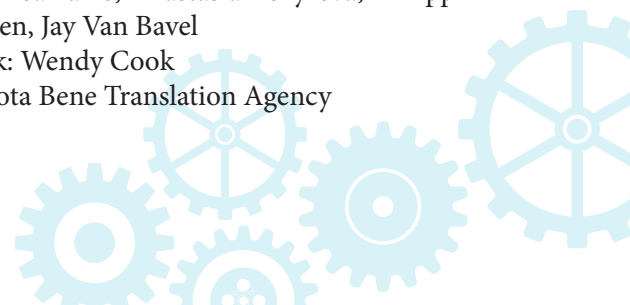
Thomas J. Wood

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

Rishikuesit: Lisa Fazio, Anastasia Kozyreva, Philipp
Lorenz-Spreen, Jay Van Bavel
Dizajn grafik: Wendy Cook
Përktheu: Nota Bene Translation Agency



Për më shumë informacion rreth **Manualit të demontimit të keqinformimit 2020**, duke përfshirë edhe procesin e marrëveshjes mbi bazën e së cilës u hartua, vizitoni adresën <https://sks.to/db2020>.

Citohet si:

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. I disponueshëm në <https://sks.to/db2020>. DOI:10.17910/b7.1182





Keqinformimi mund të shkaktojë dëme

Keqinformimi është shpërndarja e informacionit të rremë, i shpërndarë pa dashje ose me qëllimin për të çorientuar. Në rastet kur qëllimi është çorientimi, quhet keqinformim. Keqinformimi mund të shkaktojë dëme të mëdha tek individët dhe shoqëria. Prandaj është e rëndësishme të mbrojmë njerëzit kundër keqinformimit, duke i bërë imunë ndaj tij përpara se të bien në kontakt me të ose duke e diskredituar atë pas ekspozimit me njerëzit.



Keqinformimi mund të jetë i vështirë për t'u çrrënjësuar!

Verifikimi i fakteve mund të bëjë që njerëzit të mos e besojnë kollaj informacionin e rremë. Megjithatë, keqinformimi shpesh vazhdon të ndikojë tek mendimet e njerëzve edhe pasi ata marrin dhe pranojnë korrigjimin-ky njihet si “efekti i ndikimit të vazhdueshëm”¹. Ndonëse korrigjimi faktik duket efikas, sepse njerëzit e pranojnë atë dhe është e qartë që ata kanë ndryshuar bindjet e tyre, njerëzit shpesh mbështeten te keqinformimi në kontekste të tjera, për shembull kur iu përgjigjen pyetjeve që lidhen vetëm në mënyrë të tërthortë me keqinformimin. Prandaj, përdorimi i qasjeve më efektive për të demontuar keqinformimin është i rëndësishëm për të arritur ndikimin maksimal.



Parandaloni rrënjësimin e keqinformimit nëse mundeni

Duke qenë se keqinformimi hedh rrënjë, taktika më e mirë është parandalimi. Kjo mund të realizohet duke ju shpjeguar njerëzve strategjitë manipulative ose çorientuese, teknika e njohur si “vaksinim,” gjë që i bën njerëzit imunë ndaj përpjekjeve të mëtejshme manipuluese. Një disavantazh i vaksinimit është fakti që kërkon njohuri paraprake për teknikat e keqinformimit dhe normalisht duhet t'u injektohet njerëzve para se të ekspozohen ndaj keqinformimit.



Demontoni informacionin e rremë shpesh dhe siç duhet

Nëse nuk mund të parandaloni, duhet të demontoni keqinformimin. Në mënyrë që demontimi të jetë efikas, është e rëndësishme të siguron përgënjeshtime të hollësishme^{2,3}. Shpjegoni plotësisht (1) pse është e qartë që informacioni është i rremë dhe (2) cili informacion është i saktë. Kur jepen përgënjeshtime të detajuara, keqinformimi mund të “shpërbëhet”. Pa përgënjeshtimet e hollësishme, keqinformimi mund të vazhdojë të ekzistojë në mendjet tona, pavarësisht përpjekjeve për korrigjim.



Keqinformimi mund të shkaktojë dëme

Keqinformimi e dëmton shoqërinë në disa mënyra^{4,5}. Nëse prindërit nuk do të pranonin vaksinimin e fëmijëve të tyre në bazë të bindjeve të gabuara, shëndeti publik do të hasë vështirësi⁶. Nëse njerëzit bien pre e teorive konspirative që kanë të bëjnë me COVID-19, ka më pak gjasa që ata të veprojnë në përputhje me udhëzimet e qeverisë për të menaxhuar pandeminë⁷, duke na rrezikuar kështu të gjithëve.

Është e lehtë të të çojnë në rrugën e gabuar. Ndjenjat tona rreth asaj që njohim dhe asaj që është e vërtetë shpesh lidhen së bashku. Ne priremi të besojmë më shumë gjërat të cilat i kemi dëgjuar shumë herë sesa informacionin e ri.

Përkufizime

Keqinformimi: Informacioni i rremë që shpërndahet pa pasur qëllime çorientimi.

Dezinformimi: Keqinformimi që shpërndahet qëllimisht me qëllim çorientimin.

Lajme të rreme: Informacioni i rremë, shpesh me natyrë sensacionale që imiton përmbajtjen e lajmeve.

Efekti i ndikimit të vazhdueshëm: Situata kur njerëzit vazhdojnë të ruajnë informacion të pasaktë në kujtesë dhe arsyetim, edhe pse iu është dhënë një korrigjim i besueshëm.

Efekti i së vërtetës jo-reale: Informacioni i përsëritur ka më shumë gjasa të vlerësohet si i vërtetë krahasuar me informacionin e ri, sepse është më i njohur për ne.

“E vërteta objektive është më pak e rëndësishme sesa gjërat që na duken të njohura: ne priremi të besojmë gjëra të gënjeshtërt kur ato përsëriten mjaftueshëm.”

Ky fenomen njihet si “efekti i të vërtetës jo-reale”^{8,9}. Në këtë mënyrë, sa më shpesh njerëzit përballen me keqinformimin dhe nuk e vënë në pikëpyetje atë, aq më i vërtetë do të duket keqinformimi dhe aq më jetëgjatë do të jetë. Edhe nëse burimi identifikohet si i dyshimtë, qartësisht i rremë dhe nuk është në përputhje me ideologjitë e njerëzve, ekspozimi i përsëritur ndaj informacionit gjithsesi i shtyn njerëzit ta besojnë atë^{10, 11, 12, 13}.

Keqinformimi shprehet shpesh me gjuhë emocionale dhe projektohet për të tërhequr vëmendjen dhe për të qenë sa më bindës. Kjo lehtëson përhapjen e keqinformimit dhe mund të rrisë ndikimin e tij¹⁴, veçanërisht në ekonominë aktuale online, ku vëmendja e përdoruesit është kthyer në një mall¹⁵.

Për më tepër, keqinformimi mund të sugjerohet qëllimisht thjesht me anë të “pyetjeve”; teknikë që lejon provokatorët të hedhin fjalën për informacione të rreme apo teoritë konspirative ndërkohë që ruajnë një fasadë të respektueshme¹⁶. Për shembull, në një studim, thjesht paraqitja e pyetjeve që lanë të kuptohet për një komplot në lidhje me virusin Zika, bëri që shumë njerëz të besojnë në teorinë konspirative¹⁶. Gjithashtu, nëse josheni nga një titull i tillë si “A ka alienë mes nesh?” dhe lexoni artikullin, ju mund të krijoni idenë e gabuar.

Nga buron keqinformimi?

Keqinformimi varion nga lajmet e vjetra që janë konsideruar fillimisht si të vërteta dhe që janë shpërndarë në mirëbesim, deri tek lajmet teknikisht të vërteta, por që në fakt janë vetëm gjysmë të vërteta dhe janë çorientuese, apo deri tek dezinformimet tërësisht të fabrikuara të përhapura qëllimisht për të çorientuar apo hutuar publikun. Njerëzit mund të krijojnë ide të gabuara nga materiale që qartësisht janë të sajura^{17, 18}. Burimet e lajmeve hiper-partiake shpesh krijojnë keqinformim¹⁹, i cili më pas qarkullon nga rrjetet militante. Është dëshmuar tashmë se keqinformimi përcakton axhendën politike²⁰.

Keqinformimi nuk çrrënjaset lehtë!

“Keqinformimi nuk çrrënjaset lehtë – edhe atëherë kur duket se informacioni është korrigjuar.”

Një enigmë themelore në lidhje me keqinformimin është se ndonëse korrigjimet mund të duken se lëkundin besimin te informacioni i rremë, shpesh keqinformimi vazhdon të ndikojë në mënyrën e të menduarit—ky njihet si “efekti i ndikimit të vazhdueshëm”¹. Efekti është i shumëfishuar. Për shembull, dikush mund të dëgjojë se një i afërm është helmuar nga ushqimi. Edhe sikur të mësojnë më vonë se informacioni ishte i pasaktë—madje edhe nëse vetë personi e pranon dhe e mban mend këtë korrigjim—keqinformimi fillestar ende mbetet në kontekste të ndryshme (p.sh., ata mund të shmangin restorantin që pretendohej se ishte fajtor për helmimin).

Verifikimi i fakteve dhe korrigjimet duket se “funksionojnë” kur njerëzit pyeten drejtpërdrejt për bindjet e tyre. Për shembull, njerëzit mund të raportojnë korrigjimin me saktësi dhe të deklarojnë se nuk besojnë më në keqinformimin fillestar. Por kjo nuk garanton aspak që keqinformimi nuk do të shfaqet diku tjetër, për shembull kur u përgjigjeni pyetjeve ose kur merrni vendime të lidhura në mënyrë indirekte me keqinformimin.

Edhe pse keqinformimi nuk çrrënjaset lehtë, ne kemi mundësi të përgjigjemi. Në radhë të parë, ne mund të parandalojmë rrënjosjen e keqinformimit. Ose mund të zbatojmë praktikatat më të mira për të demontuar me sukses keqinformimin.

“Pas përvojës me keqinformimin, edhe keqinformimi i korrigjuar mund të mbetet në kujtesë, por ne shpesh mund ta zhdukim ndikimin e tij nëse ndjekim praktikatat më të mira.”

Mitet e ngulitura lënë pas shenja të tjera

Ka shumë prova se ndryshimi i bindjeve nga informacioni faktik, edhe pse mund të jetë i suksesshëm, mund të mos përkthehet në ndryshim qëndrimi ose sjelljeje. Për shembull, në shoqëritë e polarizuara (p.sh. Shtetet e Bashkuara) njerëzit dëshmojnë se do vazhdojnë të votojnë për politikanin e tyre të preferuar edhe nëse zbulojnë që shumica e fjalimeve të politikanëve janë të rreme^{21, 22, 23}. Fatmirësisht, nuk ka pse të jetë kështu. Në shoqëritë më pak të polarizuara (p.sh., Australia) zgjedhjet e votuesve ndikohen nga shkalla e vërtetësisë së politikanëve²⁴.

Megjithatë, mos hiqni dorë nga demontimi i keqinformimit thjesht sepse keni frikë se kjo nuk to të ndryshojë sjelljen e publikut. Demontimi i suksesshëm mund të ndikojë në sjellje—për shembull, mund të reduktojë dëshirën e njerëzve për të shpenzuar para për produkte shëndetësore të dyshimta ose përhapjen e përmbajtjes çorientuese online^{25, 26}.



Parandaloni rrënjosjen e keqinformimit nëse mundeni

Duke qenë se keqinformimi është i vështirë të zhdukët, parandalimi i rrënjosjes së tij do të ishte një strategji frytdhënëse. Ekzistojnë disa strategji parandaluese që janë efikase.

Thjesht duke i paralajmëruar njerëzit se po keqinformohen mund të reduktojë më pas besimin tek keqinformimi^{27, 78}. Edhe paralajmërimet e përgjithshme (“ndonjëherë media nuk i kontrollon faktet përpara se t’i publikojë ato, të cilat më pas dalin se janë të pavërteta”) mund t’i bëjë njerëzit më të hapur ndaj korrigjimeve të mëvonshme. Paralajmërimet specifike të tipit se përmbajtja mund të jetë e rreme kanë dëshmuar se mund të ulin probabilitetin e shpërndarjes së informacionit nga njerëzit në internet²⁸.

Procesi i vaksinimit ose “para-demontimi” përmban një paralajmërim dhe gjithashtu një përgënjeshttrim paraprak dhe ndjek një analogji biomjekësore²⁹. Ekspozimi i njerëzve ndaj një doze të dobësuar teknikash që përdoren në keqinformim (dhe duke i përgënjeshtruar ato paraprakisht), mund të kultivojë “antitropa kognitive”. Për shembull, duke i shpjeguar njerëzve se si industria e duhanit doli me “ekspertë të rremë” në vitet 1960 për të krijuar një “debat” shkencor të çuditshëm rreth rreziqeve që shkakton pirja e duhanit, njerëzit bëhen më rezistentë ndaj përpjekjeve të mëvonshme bindëse që përdorin të njëjtin argument çorientues në kontekst të ndryshimit klimatik³⁰.

Efikasiteti i vaksinimit është dëshmuar në mënyrë të përsëritur dhe në lidhje me tema të ndryshme^{30, 31, 32, 33, 34}. Së fundmi, është provuar se vaksinimi mund të përforcohet duke përdorur aplikimeve multimediale, si për shembull filmat vizatimorë³⁵ dhe lojërat^{36, 37}.

Hapa të thjeshtë për një edukim më të mirë mediatik

Thjesht duke i nxitur njerëzit që të vlerësojnë me sy kritik informacionin teksa e lexojnë, mund të reduktojë gjasat e marrjes së informacionit të pasaktë³⁸ ose të ndihmojë njerëzit të bëhen më të mprehtë gjatë ndarjes së burimeve me të tjerët³⁹.

Edukimi i njerëzve rreth strategjive specifike për të zhvilluar mendimin kritik mund t’i ndihmojë ata të krijojnë zakone të rëndësishme. Këto strategji përfshijnë: Mbajtjen e një qëndrimi “blerës, bëj kujdes!” kundrejt gjithë informacionit në rrjetet sociale: ngadalësimin dhe të menduarit rreth informacionit të ofruar, duke vlerësuar gjasat e vërtetësisë së tij duke pasur parasysh alternativat^{40, 41}; marrjen gjithmonë në konsideratë të burimit të informacionit, duke përfshirë historinë e tyre, ekspertizën dhe motivet⁴²; dhe verifikimin e pretendimeve (p.sh., përmes “leximit lateral”⁴³) përpara se t’i ndajë ato⁴⁴. Leximi lateral nënkupton kontrollin e burimeve të tjera për të vlerësuar besueshmërinë e një faqeje interneti në vend që të përpiqesh të analizosh vetë faqen. Ka shumë mjete dhe sugjerime për rritjen e njohurive digjitale⁴⁵.

Nuk mund të merrni të mirëqenë që njerëzit përfshihen vetvetiu në sjellje të tilla³⁹. Përndryshe nuk e kanë zakon të gjurmojnë, vlerësojnë ose përdorin besueshmërinë e burimeve në gjykimet e tyre¹⁰. Megjithatë, kur ata e bëjnë këtë gjë, ndikimi i keqinformimit nga burime më pak të besueshme mund të reduktohet (*shih kutinë tjetër të tekstit*).

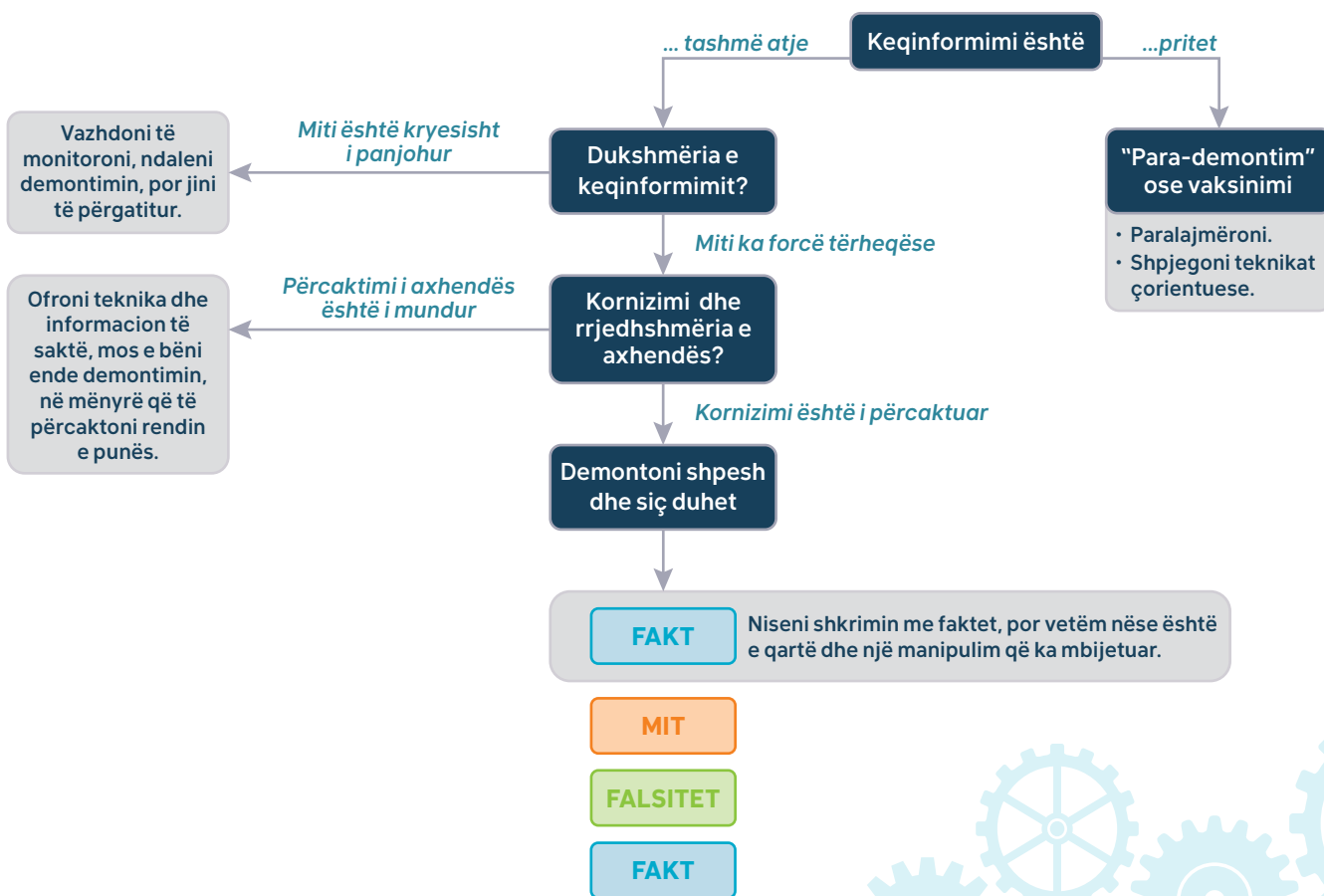
Tabloja strategjike e demontimit

Nëse nuk arrini të parandaloni rrënjosjen e keqinformimit, atëherë keni një mundësi tjetër që ju vjen në ndihmë: Demontimi! Sidoqoftë, së pari duhet të mendoni për disa gjëra përpara se të filloni të demontoni.

Duhet të zgjidhni betejat tuaja duke pasur parasysh se të gjithë kanë kohë dhe burime të kufizuara. Nuk ka arsye për të diskredituar një mit nëse ky i fundit nuk përhapet gjerësisht, ose nuk ka potencial të shkaktojë dëm në të tashmen ose në të ardhmen. Ju mund t'i investoni përpjekjet tuaja më mirë diku tjetër dhe sa më pak të thuhet për një mit të panjohur aq më mirë.

Korrigjimet duhet të nxjerrin në pah keqinformimin. Për rrjedhojë ato medoemos e bëjnë keqinformimin më të njohur. Megjithatë, të dëgjuarit për keqinformim në një korrigjim shkakton pak dëm, edhe nëse korrigjimi paraqet një mit që njerëzit nuk e kanë dëgjuar kurrë më parë⁴⁶. Gjithsesi, duhet pasur kujdes që të mos ketë ekspozim të tepërt ndaj opinioneve të skajshme dhe pretendimeve konspirative përmes korrigjimit. Nëse askush nuk ka dëgjuar rreth mitit se dylli i veshit mund të shpërbëjë betonin, pse ta korrigjoni atë në publik?

Demontuesit e keqinformimit duhet të jenë gjithashtu të vetëdijshëm se çdo korrigjim medoemos përforcon një kornizë retorike (d.m.th., një grup “pikash bisede”) të krijuar nga dikush tjetër. Ju nuk mund të korrigjoni mitin e dikujt tjetër pa folur rreth këtij miti. Kështu, çdo korrigjim, edhe nëse është i suksesshëm, mund të ketë pasoja të padëshiruara dhe mund të jetë më e dobishme që ta zgjidhni vetë këndin ku do të përqendroheni. Për shembull, nxjerrja në pah e suksesit të madh dhe sigurisë së një vaksine mund të krijojë një grup më pozitiv temash diskutimi sesa demontimi i një miti të lidhur me vaksinën⁴⁷. Dhe këto do të jenë temat tuaja të bisedës, jo ato të dikujt tjetër.



Kush duhet të demontojë keqinformimin?

Komunikimi i suksesshëm përcaktohet nga besueshmëria e komunikuesit.

Informacioni nga burimet që perceptohen se janë të besueshme zakonisht krijon besim më të fortë⁴⁸ dhe është më bindës^{49, 50}. Në përgjithësi, kjo vlen edhe për keqinformimin^{51, 52, 53}. Megjithatë, besueshmëria mund të ketë efekte të kufizuara kur njerëzit i kushtojnë pak vëmendje burimit^{54, 55}, ose kur burimet janë media dhe jo njerëzit^{56, 57}.

Besueshmëria e burimit gjithashtu ka rëndësi për korrigjimet e keqinformimit, edhe pse ndoshta në një masë më të vogël^{51, 53}. Kur zërthehet besueshmëria në besueshmëri dhe ekspertizë, besueshmëria e perceptuar e një burimi demontues mund të ketë më shumë rëndësi se ekspertiza e perceptuar e tij^{58, 59}. Burimet me besueshmëri të lartë në të dy dimensionet (p.sh., profesionistë të shëndetësisë ose organizata të besuara shëndetësore) mund të jenë zgjedhje ideale^{60, 61, 62}.

Vlen të mbahet parasysh se besueshmëria e një burimi do të jetë më e rëndësishme për disa grupe sesa për të tjerët, në varësi të përmbajtjes dhe kontekstit^{60, 63}. Për shembull, njerëzit që kanë qëndrim negativ ndaj vaksinave nuk u besojnë burimeve formale të informacionit që kanë lidhje me vaksinën (përfshirë organizatat shëndetësore përgjithësisht të besuara)⁶⁴.

Përshtateni mesazhin për audiencën dhe përdorni një lajmëtar të cilit grupi i synuar i beson⁶⁵. Diskreditoni burimet e keqinformimit që kanë interesa të caktuara⁵³.

Efektet e pakuptueshme të kundërvënies

Dhjetë vjet më parë, studiuesit dhe praktikuesit ishin të shqetësuar se korrigjimet mund të “kundërvihen”; domethënë, në mënyrë ironike forcojnë keqkuptimet në vend që t'i zvogëlojnë ato. Hulumtimet e fundit kanë zbutur këto shqetësime: efektet e kundërvënies ndodhin vetëm ndonjëherë dhe rreziku që kjo të ndodhë është më i ulët në shumicën e situatave sesa mendohej dikur.

Përkufizim

Efkti i kundërvënies: Efkti i kundërvënies ndodh kur një korrigjim rrit pa dashje besimin ose mbështetjen në keqinformim në lidhje me një bazë fillestare para-korrigjimi ose moskorrigjimi.

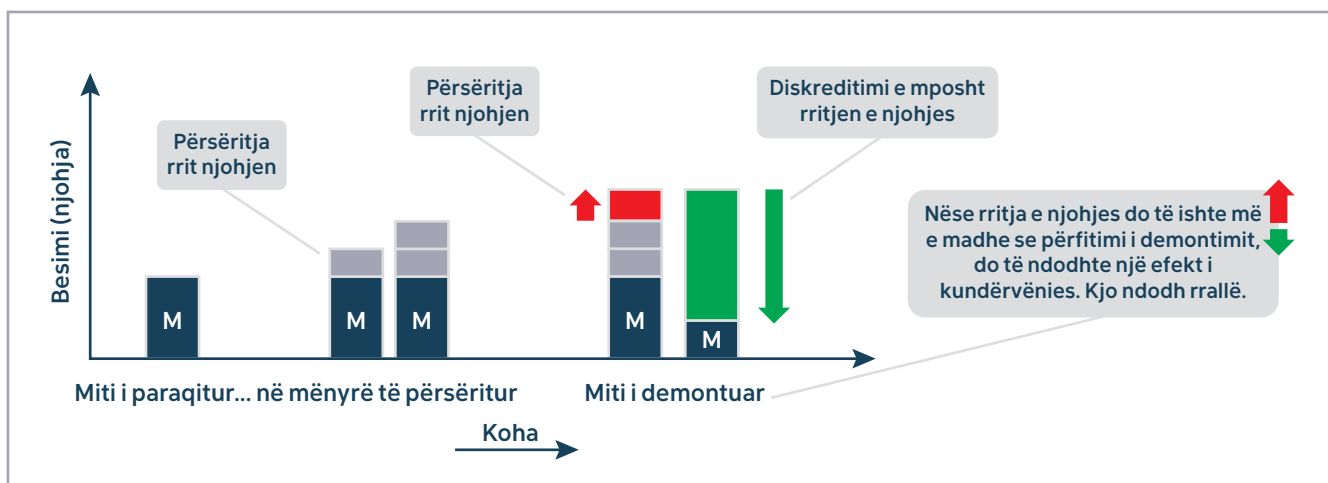
Mos i frenoni përpjekjet për të demontuar ose korrigjuar keqinformimin nga frika se duke vepruar kështu do të rezultojë në kundërvënie ose do të rrisë besimet në informacionin e rremë^{66, 67, 68}.

***“Efektet e kundërvënies nuk janë aq të zakonshme sa mendojmë.
Nuk mund të parashikojmë me saktësi rrethanat në të cilat ato ndodhin.”***



Njohja e efektit të kundërvënies

Përsëritja e bën informacionin më të njohur dhe informacioni i njohur përgjithësisht perceptohet të jetë më i vërtetë se informacioni i ri (efekti i lartpërmendur i së vërtetës jo-reale). Për shkak se një mit përsëritet domosdoshmërisht kur demontohet, lind rreziku që demontimi mund të prodhojë efektin e kundërt duke e bërë një mit më të njohur (*shih figurën më poshtë*). Studime të mëparshme mbështesin këtë ide, por kohët e fundit, përpjekjet shtruese eksperimentale për të nxitur një efekt të kundërvënies vetëm përmes njohjes nuk kanë pasur sukses^{69,70}. Kështu, ndërsa përsëritja e keqinformimit në përgjithësi rrit njohjen dhe vlerësimet e së vërtetës, përsëritja e një miti duke e hedhur poshtë atë duket i sigurt në shumë rrethana dhe madje mund ta bëjë korrigjimin më të spikatur dhe efektiv⁷¹.



“Demontimi i një miti e bën atë më të njohur, por demontimi zakonisht e mposht rritjen e njohjes.”

Teprimi i efektit të kundërvënies

Ky efekt i referohet idesë se ofrimi i “shumë” kundër-argumenteve kundër një pretendimi të rremë mund të prodhojë efekte të paqëllimshme ose edhe kundërvënie. Megjithatë, i vetmi studim për të ekzaminuar drejtpërdrejt këtë nocion, nuk gjeti prova rreth këtij efekti dhe në vend të kësaj arriti në përfundimin se një numër më i madh i kundër-argumenteve përkatëse përgjithësisht çon në një reduktim më të madh të keqkuptimeve⁶⁹.

Efekti i kundërvënies së botëkuptimit

Efekti i kundërvënies së botëkuptimit supozohet të ndodhë kur një korrigjim që sfidon botëkuptimin e njerëzve rrit besimin në keqinformim. Ndërsa fillimisht kishte disa prova për efektin e kundërvënies së botëkuptimit⁷², studimet e fundit tregojnë se ai nuk është një fenomen empirik i përhapur dhe i fuqishëm.

Përvoja personale kundrejt provave

Edhe pse komunikuesit mund të dallojnë efekte të kundërvënies në jetën e përditshme, shumë eksperimente kanë dëshmuar se, në fakt, një sjellje e tillë është e pazakontë. Shkencëtarët socialë po mundohen të përcaktojnë pse disa njerëz “kundërvihen” dhe disa të tjerë jo, dhe pse këto efekte ndodhin në disa raste dhe në disa të tjera jo. Megjithatë, provat e mbledhura deri më sot janë të qarta se efekti i kundërvënies së botëkuptimit nuk është një arsye e mjaftueshme për të shmangur demontimin e keqinformimit dhe verifikimin e fakteve.

Disa studime nuk kanë arritur të sigurojnë një efekt të kundërvënies edhe në rrethana teorikisht të favorshme^{22, 23, 67, 73, 74}. Kështu, ndërkohë që ka prova se krijohet efekti i kundërvënies së botëkuptimit në kushte specifike (p.sh., kur republikanëve u jepet informacion në lidhje me masat për zbutjen e klimës⁷⁵) shqetësimi për efektin e kundërvënies së botëkuptimit ka qenë i shpërpjestuar.

Roli i botëkuptimit në konfirmimin e besimit

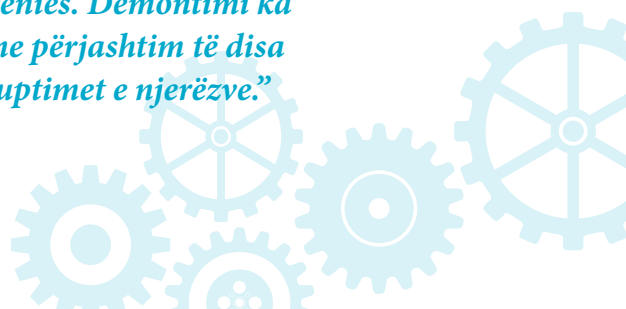
Ka mënyra të tjera me të cilat botëkuptimi mund të ndikojë në demontim, edhe nëse efekti i kundërvënies së botëkuptimit është i rrallë.

Botëkuptimi mund të ndikojë në atë përmbytje që njerëzit zgjedhin të konsumojnë^{76, 77, 78}. Ky proces i ekspozimit përzgjedhës mund të nënkuptojë se njerëzit kanë më shumë gjasa të ekspozohen fillimisht ndaj botëkuptimeve të rreme ose pretendimeve çorientuese mashtruese dhe si rrjedhojë ka më pak gjasa të ekspozohen ndaj informacionit korrigjues rreth pretendimeve të tilla pas ekspozimit. Për ta ilustruar, një analizë dëshmoi se 62% e vizitave në faqet e internetit të lajmeve të rreme vinin nga 20% e amerikanëve të cilët janë më konservatorë për sa i përket informacionit⁷⁷.

Efikasiteti i korrigjimeve varet pjesërisht nga gatishmëria e marrësit për të besuar deklaratën. Aktivizimi i identiteteve të grupit ka të ngjarë të shkaktojë kufizime në mënyrën se si njerëzit mendojnë për një çështje—në varësi të identitetit dhe çështjes, duke bërë që të përmirësojë ose të përkeqësojë perceptimet e gabuara dhe mund të ndikojë se cilin do të besojë një person. Kjo nxjerr në pah rëndësinë e përdorimit të gjuhës gjithëpërfshirëse dhe shmangien e stigmatizimit të grupeve që kanë besim në informacion të rremë. Kjo ka të ngjarë të polarizojë më shumë sesa të prodhojë përditësimin e dëshiruar.

Hulumtimet e fundit sugjerojnë se megjithëse dietat e (keq)informimit mund të ndryshojnë në të gjithë spektrin politik, disa nga proceset e arsytimit të motivuara të përshkruara mund të jenë simetrike për liberalët dhe konservatorët⁷⁹.

“Në ekuilibër, provat e fundit nuk ofrojnë asnjë arsye për të shmangur demontimin nga frika e një efekti të kundërvënies. Demontimi ka të ngjarë të jetë të paktën pjesërisht efektiv me përjashtim të disa rrethanave të kufizuara kur sfidohen botëkuptimet e njerëzve.”



Demontoni shpesh dhe bëjeni siç duhet

Korrigjimet e thjeshta në vetvete nuk kanë gjasa të zhdukin plotësisht keqinformimin. Nëse etiketoni diçka si të dyshimtë ose nga një burim i pabesueshëm nuk është i mjaftueshëm përballë ekspozimeve të përsëritura.

Demontimi ka më shumë gjasa të jetë i suksesshëm nëse aplikoni 3 ose 4 komponentët e mëposhtëm:

FAKT	Filloni me faktin nëse është i qartë, i përpiktë dhe manipulues—bëjeni të thjeshtë, konkret dhe të besueshëm. Duhet të "përshtatet" me historinë.
PARALAJMËRONI PËR MITIN	Paralajmëroni paraprakisht se keni të bëni me një mit... përmendeni vetëm një herë.
SHPJEGONI FALSITETIN	Shpjegoni se si miti çorienton.
FAKT	Përfundoni duke e përforcuar faktin—shumë herë nëse është e mundur. Sigurohuni që ofron një shpjegim alternativ shkakësor.

FAKTI: Tregoni të vërtetën si fillim

Tregoni të vërtetën si fillim, nëse arrihet lehtësisht me disa fjalë të qarta. Kjo ju lejon të inkuadroni mesazhin—vazhdoni me argumentet tuaja, jo të dikujt tjetër.

Korrigjimet më të mira janë po aq të spikatura (në tituj, jo të zhytur në pyetje) sa edhe keqinformimi.

Mos u mjaftoni me një përgënjeshttrim të thjeshtë ("ky pretendim nuk është i saktë").

Ofrimi i një alternative faktike, e cila plotëson një "boshllëk" shkakësor në shpjegimin e asaj që ndodhi në rast se korrigjohet keqinformimi, është një metodë efektive për të demontuar. Të pasurit një alternativë shkakësore lehtëson "zhdukjen" e informacionit të rremë në kuptimin fillestar të një individi dhe e zëvendëson atë me një version të ri të asaj që ndodhi.

Alternativa nuk duhet të jetë më komplekse dhe duhet të ketë të njëjtën rëndësi shpjeguese si keqinformimi origjinal^{1, 80, 81}.

Megjithatë, mund të ketë rrethana në të cilat faktet janë plot nuanca duke bërë që t'i shpëtojnë një përmbledhjeje të saktë. Në të tilla raste, mund të jetë më mirë të vazhdohet me një shpjegim se pse miti është i rremë përpara se të shpjegohen faktet.



MITI: Nxirrni në pah keqinformimin

Përsëriteni keqinformimin, vetëm një herë, direkt përpara korrigjimit. Një përsëritje rreth mitit është e dobishme për përditësimin e besimit^{27, 71, 82, 83}.

Por duhet të shmangen përsëritjet e panevojshme të keqinformimit: Megjithëse efektet e kundërvënies janë të rralla, ne jemi në dijeni se përsëritja e bën informacionin të duket i vërtetë^{84, 85, 86}.

Korrigjimet janë më të suksesshme nëse njerëzit dyshojnë, ose bëhen të dyshimta, për burimin ose qëllimin e keqinformimit⁸⁷.

FALSITETI: Shpjegoni pse keqinformimi është i gabuar

Krahasoni korrigjimin me informacionin e gabuar. Sigurohuni që përgënjeshtrimi të jetë i lidhur qartë dhe në mënyrë të dukshme me keqinformimin. Duhet të jetë praktikisht e pamundur që individit të injorojë, të anashkalojë ose të mos e vëre elementin korrigjues, edhe kur lexon përceptazi^{27, 88, 89}.

Në vend që të thuhet vetëm se keqinformimi është i rremë, është e dobishme të jepen detaje se pse. Shpjegoni (1) pse informacioni i gabuar mendohej të ishte i saktë në radhë të parë dhe (2) pse tani është e qartë se është i gabuar dhe (3) pse alternativa është e saktë^{81, 90, 91}. Është e rëndësishme që njerëzit të shohin mospërputhjen në mënyrë që të vendosin çfarë të bëjnë^{71, 83}.

Korrigjime të tilla të detajuara nxisin ndryshimin e qëndrueshëm të besimit me kalimin e kohës dhe mbrojnë kundër zbrapsjes së besimit (d.m.th., një kthim në besimet para korrigjimit^{2, 52, 92}).

Nëse është e mundur, shpjegoni pse keqinformimi është i gabuar jo vetëm duke ofruar një alternativë faktike, por duke vënë në dukje gabimet logjike ose argumentuese që janë bazë e keqinformimit. Një avantazh praktik i zbulimit të falsiteteve⁶⁶ është se ato nuk janë specifike për fushën, dhe për këtë arsye njerëzit mund të përfitojnë nga demontimi edhe në fusha të tjera të përmbajtjes. Pasi ta dini se keqinformimi i klimës mbështetet në zgjedhjen e më të mirës⁷⁹ ose në moskoherencën⁹³, mund të zbuloni argumente të ngjashme të dobëta midis aktivistëve kundër vaksinimit.

FAKTI: Tregoni të vërtetën përsëri

Ritheksoni faktin përsëri, në mënyrë që fakti të jetë gjithë e fundit që njerëzit të përpunojnë.

Edhe me përgënjeshtime të detajuara, efektet do të zhduken me kalimin e kohës^{3, 52}, kështu që përgatituni të demontoni në mënyrë të përsëritur!



Udhëzime të përgjithshme:

Shmangni zhargonin shkencor ose gjuhën komplekse teknike⁹⁴.

Grafikët, videot, fotot dhe mjetet e tjera semantike të projektuara mirë mund të jenë të dobishme për të përcjellë korrigjimet që përfshijnë informacion kompleks ose statistikor në mënyrë të qartë dhe koncize^{95, 96, 97}.

E vërteta është shpesh më e ndërlikuar se disa pretendime të rreme virale. Duhet të investoni përpjekje në përkthimin e ideve të ndërlikuara në mënyrë që ato të jenë lehtësisht të arritshme për audiencën e synuar—në mënyrë që ato të lexohen lehtësisht, të imagjinohen lehtësisht dhe të mbahen mend lehtësisht^{98, 99, 100}.

Veprimi kolektiv: Diskreditimi në rrjetet sociale

Nxitja e saktësisë (p.sh., “shumica e njerëzve duan të marrin informacion të saktë”) dhe përkujtuesit rrisin cilësinë e vendimeve të shkëmbimit të njerëzve në rrjetet sociale³⁹.

Mobilizoni përdoruesit e rrjeteve sociale për t’iu përgjigjur shpejt keqinformimeve duke paraqitur fakte. Përpjekjet e një platforme mund të mos jenë të mjaftueshme në shtrirje ose të matshme ndaj keqinformimit; Korrigjimi i përdoruesit mund të funksionojë nëse njerëzit ndihen të guximshëm për t’u përfshirë në të^{101, 102}.

“Fokusohuni në efektet ndërpersonale në komunikimin në internet: ‘shihni diçka, thoni diçka’ ”¹⁰².

Individët kanë aftësinë për të bërë një ndryshim në internet: Korrigjimet nga përdoruesit, ekspertët dhe algoritmet (p.sh., rekomandimi i artikujve të lidhur që përmbajnë një korrigjim) mund të jenë të gjitha efektive për reduktimin e perceptimeve të gabuara të komunitetit kur i përgjigjen keqinformimit^{103, 104, 105}.

Të shohësh dikë tjetër në rrjetet sociale që e korrigjojnë (të njohura si korrigjime vëzhguese) mund të çojë në qëndrime më të sakta për tema të ndryshme⁶¹.

Anasjelltas, të mos folurit mund të çojë në një “spirale heshtjeje”, si për personin që korrigjohet ashtu edhe për vëzhguesin, ku shumica që hesht ia paraqet një tregim një pakice vokale, por të keqinformuar^{106, 107, 108}.



FAKT

Shkencëtarët vëzhgojnë gjurmët e gishtave të njeriut gjatë gjithë klimës sonë

Efekti i ngrohjes nga gazrat serrë si dioksidi i karbonit është konfirmuar nga shumë linja provash. Avionët dhe satelitët matin më pak nxehtësi që lëshohet në hapësirë në gjatësinë e valës së saktë që dioksidi i karbonit thith energji. Atmosfera e sipërme ftohet ndërsa atmosfera e poshtme ngrohet — një model i veçantë i ngrohjes nga efekti serrë.

- Filloni me faktin nëse është i qartë, i përpiktë dhe ngjit — bëjeni të thjeshtë, konkret dhe të besueshëm.
- Ofroni një alternativë faktike, e cila plotëson një "boshllëk" shkakësor në shpjegimin e asaj që ndodhi në rast se korrigjohet keqinformimi.
- Mos u mjaftoni me një përgënjeshttrim të thjeshtë ("ky pretendim nuk është i saktë").

MIT

Një mit i zakonshëm rreth klimës shpreh se klima ka ndryshuar gjithmonë natyrshëm në të kaluarën, prandaj ndryshimi modern i klimës duhet të jetë gjithashtu i natyrshëm.

- Paralajmëroni se po tregoni një mit.
- Përsëriteni keqinformimin, vetëm një herë, direkt përpara korrigjimit.

FALSITET

Ky argument sjell gabimin e një shkak të vetëm, duke supozuar në mënyrë të rreme se faktorët natyrorë kanë shkaktuar ndryshime klimatike në të kaluarën, atëherë ata duhet të jenë gjithmonë shkak i ndryshimit të klimës.

Kjo logjikë është njësoj si të shohësh një trup të vrarë dhe të dalësh në përfundimin se njerëzit kanë vdekur për shkaqe natyrore në të kaluarën, pra edhe viktima e vrasjes duhet të ketë vdekur nga shkaqe natyrore.

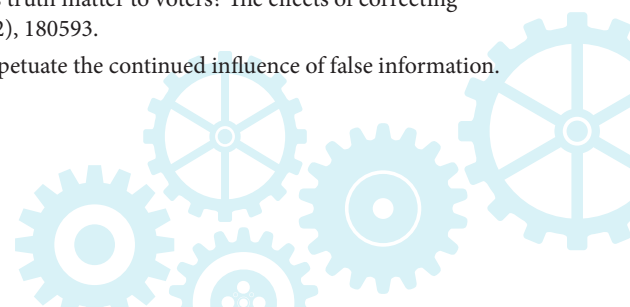
- Shpjegoni se si miti çorienton.
- Vini në dukje gabimet logjike ose argumentuese që janë baza e keqinformimit.

FAKT

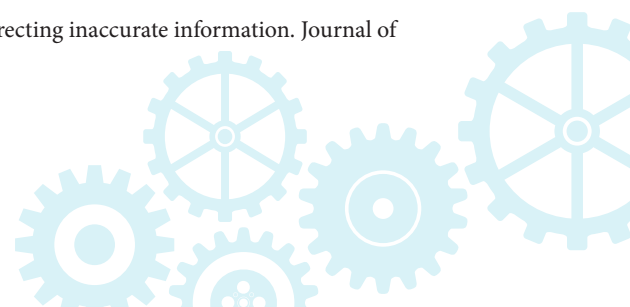
Ashtu si një detektiv gjen gjurmë në një skenë krimi, shkencëtarët kanë gjetur shumë të dhëna në matjet e klimës që konfirmojnë se njerëzit po e shkaktojnë ngrohjen globale. Ngrohja globale e shkaktuar nga njeriu është një fakt i matur.

- Përfundoni duke përforcuar faktin.
- Përsëriteni faktin disa herë nëse është e mundur.

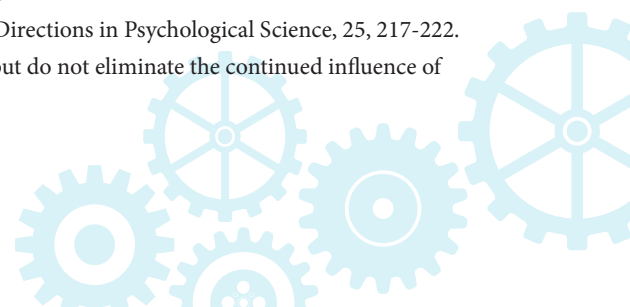
- 1 Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420-1436.
- 2 Ecker, U. K. H., O'Reilly, Z., Reid, J. S., & Chang, E. P. (2020). 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/jcpsy.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.

