



Le
**Manuel de
Démystification**
2020 ...

Auteurs

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

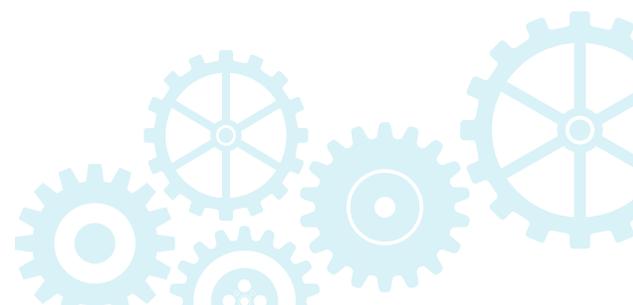
Réviseurs: Lisa Fazio, Anastasia Kozyreva,
Philipp Lorenz-Spreen, Jay Van Bavel
Conception graphique: Wendy Cook
Traduit par: Robert Leven



Pour plus d'informations sur Le Manuel de Démystification 2020, y compris sur le processus de consensus par lequel il a été élaboré, voir <https://sks.to/db2020>.

Citer en tant que:

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). Le Manuel de Démystification 2020. Disponible à l'adresse <https://sks.to/db2020>. DOI:10.17910/b7.1182





La fausse information peut faire des ravages

Une mésinformation est une fausse information inexacte ou périmée qui est répandue par erreur mais pas forcément pour nuire. Une désinformation par contre a pour but de tromper et de nuire intentionnellement. Ces 2 types de fausses informations peuvent faire des dommages considérables aux individus et à la société. Il est donc important de protéger les individus contre le fait d'être faussement informés, soit en les rendant résistants à ces méthodes avant qu'ils ne les rencontrent, soit en réfutant les informations erronées auxquelles les individus ont été exposés.



La fausse information peut être collante !

La vérification des faits permet de réduire la confiance des gens en de fausses informations. Cependant, les fausses informations continuent souvent d'influencer la pensée des individus même après qu'ils aient reçu et accepté une correction — c'est ce qu'on appelle « l'effet d'influence continu »¹. Même si une correction factuelle semble efficace — parce que les gens en prennent acte et qu'il est clair qu'ils ont mis à jour leurs convictions — les gens s'appuient fréquemment sur des informations erronées dans d'autres contextes, par exemple lorsqu'ils répondent à des questions qui n'ont qu'un rapport indirect avec les informations erronées. Il est donc important d'utiliser les approches de démystification les plus efficaces pour obtenir un impact maximal.



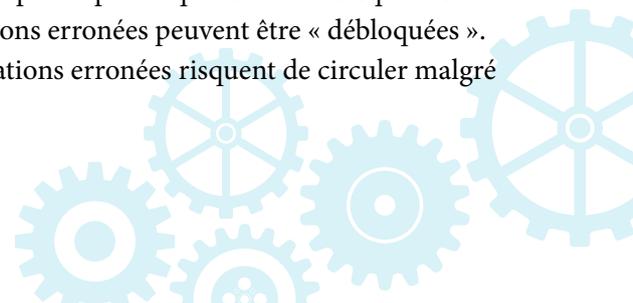
Si vous le pouvez, empêchez la fausse information de s'installer

Comme les fausses informations sont tenaces, il vaut mieux prévenir. Cela peut être réalisé en expliquant les stratégies d'argumentation trompeuses ou manipulatrices, une technique connue sous le nom d'« inoculation » et qui rend les personnes résistantes aux tentatives de manipulation ultérieures. L'inoculation présente toutefois un inconvénient : elle nécessite une connaissance préalable des techniques de diffusion de fausses informations, et il est préférable de les administrer aux personnes avant qu'elles ne soient exposées à ces informations.



Démystifier souvent et de manière appropriée

Si vous ne pouvez pas anticiper, vous devez démystifier. Pour que le démenti soit efficace, il est important de fournir des réfutations détaillées^{2,3}. Expliquez clairement (1) la raison pour laquelle l'information est fausse et (2) la remplacer par ce qui est vrai. Lorsque ces réfutations détaillées sont fournies, les informations erronées peuvent être « débloquées ». En l'absence de réfutations détaillées, les informations erronées risquent de circuler malgré les tentatives de correction.



Les fausses informations peuvent faire des ravages

La fausse information nuit à la société de plusieurs manières^{4,5}. Si les parents refusent de faire vacciner leurs enfants sur la base de convictions erronées, la santé publique en pâtit⁶. Si les gens se laissent séduire par les théories du complot autour du COVID-19, ils sont moins enclins à se conformer aux directives gouvernementales de gestion de la pandémie⁷, ce qui nous met tous en péril.

Il est facile d'être induit en erreur. Nos sentiments de familiarité et de vérité sont souvent liés. Nous sommes plus enclins à croire des choses que nous avons entendues à maintes reprises que des informations nouvelles.

« La vérité objective est moins importante que la familiarité : nous avons tendance à croire les faussetés lorsqu'elles sont répétées suffisamment souvent. »

Ce phénomène est appelé « effet de vérité illusoire »^{8,9}. Ainsi, plus les gens sont confrontés à des informations erronées qu'ils ne contestent pas, plus ces informations semblent vraies et plus elles s'ancrent dans les esprits. Même si une source est identifiée comme non fiable ou si elle est manifestement fausse et incompatible avec l'idéologie des gens, l'exposition répétée à l'information incite toujours les gens à croire à ses affirmations^{10,11,12,13}.

Les fausses informations sont également souvent imprégnées d'un langage émotionnel et conçues pour attirer l'attention et être persuasives. Cela facilite leur diffusion et peut renforcer leur impact¹⁴, en particulier dans l'économie en ligne actuelle où l'attention de l'utilisateur est devenue une marchandise¹⁵.

La fausse information peut également être suggérée intentionnellement en « posant simplement des questions », une technique qui permet aux provocateurs de faire allusion à des mensonges ou à des conspirations tout en conservant une façade de respectabilité¹⁶. Dans une étude, par exemple, le simple fait de poser des questions faisant allusion à une conspiration liée au virus Zika a induit une croyance significative en cette conspiration¹⁶. De même, si vous ne lisez pas au-delà d'un titre tel que « Les extraterrestres sont-ils parmi nous ? » vous risquez de vous faire de fausses idées.

Définitions

Mésinformation : Diffusion de fausses informations sans intention de nuire.

Désinformation : Diffuser de manière délibérée de fausses informations dans le but d'induire en erreur.

Fake news : Il s'agit de fausses informations, souvent sensationnelles, qui imitent le contenu des médias d'information.

Effet de l'influence continue : Le fait de continuer à se fier à des informations inexactes dans la mémoire et de raisonner en conséquence même après qu'une correction crédible a été présentée.

Effet de vérité illusoire : Il y a plus de chances que les informations récurrentes soient considérées comme vraies que les nouvelles, étant donné qu'elles sont devenues plus familières.

D'où viennent les fausses informations ?

La fausse information va de l'information périmée, initialement considérée comme vraie et diffusée de bonne foi, à des demi-vérités techniquement vraies mais trompeuses, pour finir à une désinformation entièrement fabriquée et diffusée intentionnellement pour induire le public en erreur ou le désorienter. Les gens peuvent même acquérir des idées fausses à partir de documents manifestement de fiction^{17,18}. Les sources de nouvelles hyperpartisanes produisent fréquemment de fausses informations¹⁹, qui sont ensuite diffusées par des réseaux partisans. Il a été démontré que les fausses informations influencent l'agenda politique²⁰.

La fausse information peut être collante !

« La fausse information est collante — même lorsqu'elle semble avoir été corrigée. »

L'un des problèmes fondamentaux de la fausse information réside dans le fait que, même si les corrections semblent réduire la croyance des gens en de fausses informations, celles-ci continuent souvent d'influencer leur pensée, un phénomène que l'on appelle « l'effet d'influence continu »¹. L'effet a été reproduit à de nombreuses reprises. Par exemple, une personne peut apprendre qu'un parent est tombé malade à la suite d'une intoxication alimentaire. Même si elle apprend par la suite que l'information était incorrecte — et même si la personne accepte la correction et s'en souvient — elle peut continuer à se fier à la fausse information initiale dans d'autres contextes (par exemple, elle peut éviter le restaurant prétendument impliqué).

La vérification des faits et les corrections semblent « fonctionner » lorsque l'on interroge directement les gens sur leurs convictions. Par exemple, ils peuvent rapporter la correction avec exactitude et déclarer qu'ils ne croient plus à la fausse information d'origine. Cependant, cela ne garantit pas que la fausse information ne réapparaîtra pas ailleurs, par exemple en répondant à des questions ou en prenant des décisions indirectement liées.

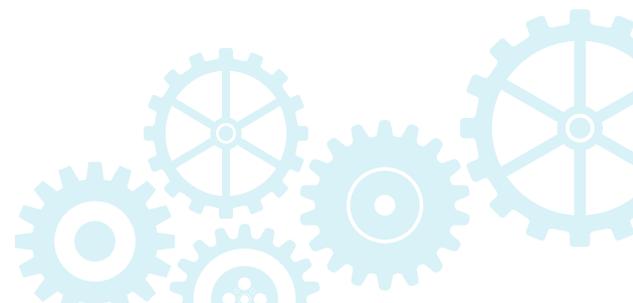
Même si l'information erronée est tenace, nous avons la possibilité de réagir. Nous pouvons empêcher la fausse information de prendre racine dès le départ. Nous pouvons également appliquer les meilleures pratiques pour démystifier efficacement la fausse information.

« Une fois vécue, une fausse information, même corrigée, peut rester en mémoire, mais nous pouvons souvent annuler son influence si nous suivons les meilleures pratiques. »

Les mythes tenaces laissent d'autres traces

Il existe de nombreux signes indiquant que même une correction réussie des croyances factuelles n'entraîne pas de changement d'attitude ou de comportement. Par exemple, dans les sociétés polarisées (comme aux États-Unis), les gens indiquent qu'ils continueront à voter pour leur politicien préféré même s'ils découvrent que la majorité de ses déclarations sont fausses^{21, 22, 23}. Heureusement, il n'est pas nécessaire qu'il en soit ainsi. Dans les sociétés moins polarisées (comme l'Australie), les intentions de vote des citoyens sont sensibles à la sincérité des hommes politiques²⁴.

Cependant, ne vous absteniez pas de démystifier parce que vous craignez que cela ne change les comportements. Une démystification réussie peut influencer les comportements. Elle peut par exemple réduire la volonté des gens de dépenser de l'argent pour des produits de santé douteux ou de partager des contenus trompeurs en ligne^{25, 26}.



Si vous le pouvez, empêchez la fausse information de s'installer

La mauvaise information étant difficile à déloger, une stratégie fructueuse consiste à l'empêcher de s'enraciner. Plusieurs stratégies de prévention sont connues pour leur efficacité.

Le simple fait d'avertir les gens qu'ils risquent d'être mal informés peut réduire la confiance qu'ils accordent par la suite à la fausse information^{27,78}. Même les avertissements généraux (« il arrive que les médias ne vérifient pas les faits avant de publier des informations qui s'avéreront inexactes ») peuvent rendre les gens plus réceptifs aux corrections ultérieures. Il a été démontré que des avertissements spécifiques indiquant que le contenu peut être faux réduisent la probabilité que les gens partagent l'information en ligne²⁸.

Le processus d'inoculation ou de « pré-réfutation » comprend un avertissement préalable ainsi qu'une réfutation préventive et s'appuie sur l'analogie biomédicale²⁹. En exposant les personnes à une dose très affaiblie des techniques utilisées dans la désinformation (et en les réfutant de manière préventive), il est possible de cultiver des « anticorps cognitifs ». Par exemple, en expliquant aux personnes comment l'industrie du tabac a déployé de « faux experts » dans les années 1960 pour créer un « débat » scientifique chimérique sur les méfaits du tabagisme, les personnes deviennent plus résistantes aux tentatives de persuasion ultérieures utilisant la même argumentation trompeuse dans le contexte du changement climatique³⁰.

L'efficacité de l'inoculation a été démontrée à plusieurs reprises et sur de nombreux sujets différents^{30, 31, 32, 33, 34}. Récemment, il a été démontré que l'inoculation pouvait être renforcée par des applications multimédias attrayantes, telles que des dessins animés³⁵ et des jeux^{36,37}.

Des étapes simples pour une meilleure éducation aux médias

Le simple fait d'encourager les gens à évaluer de manière critique les informations qu'ils lisent peut réduire la probabilité d'absorber des informations inexactes³⁸ ou aider les gens à faire preuve de plus de discernement dans leur comportement de partage³⁹.

L'éducation des lecteurs à des stratégies spécifiques pour faciliter cette évaluation critique peut aider les gens à développer des habitudes importantes. Ces stratégies sont les suivantes : Adopter une attitude de « vigilance de l'acheteur » à l'égard de toutes les informations diffusées sur les réseaux sociaux ; ralentir et réfléchir aux informations fournies, évaluer leur plausibilité à la lumière d'autres solutions^{40,41} ; toujours tenir compte des sources d'information, notamment de leurs antécédents, de leur expertise et de leurs motivations⁴² ; vérifier les affirmations (par exemple, par une « lecture latérale »⁴³) avant de les partager⁴⁴. La lecture latérale consiste à évaluer la crédibilité d'un site web plutôt que d'essayer de l'analyser. Il existe de nombreux outils et suggestions pour améliorer la culture numérique⁴⁵.

On ne peut pas supposer que les gens adoptent spontanément de tels comportements³⁹. Ils n'ont pas l'habitude de suivre, d'évaluer ou de considérer la crédibilité des sources dans leur jugement¹⁰. Cependant, lorsqu'ils le font, l'impact de la fausse information provenant de sources moins crédibles peut être réduit (voir l'encadré ci-dessous).

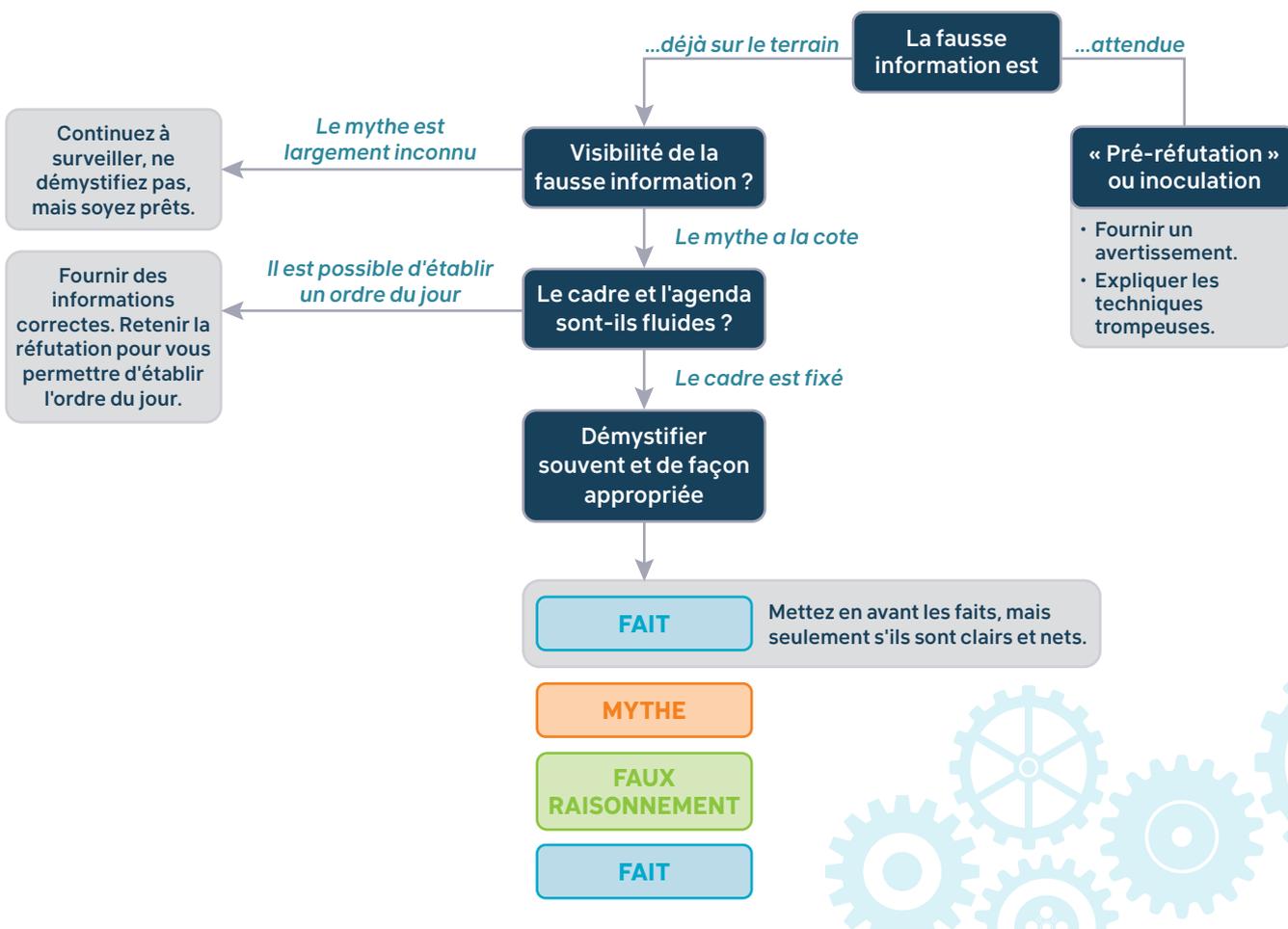
Le paysage stratégique de la démystification

Si vous n'êtes pas en mesure d'empêcher la fausse information de s'incruster, vous avez une autre flèche dans votre carquois : le démenti ! Toutefois, avant d'entamer une opération de démystification, il convient de réfléchir à certaines choses.

Comme chacun dispose de temps et de ressources limités, il faut donc choisir ses batailles. Si un mythe ne se propage pas à grande échelle ou ne risque pas de causer des dommages aujourd'hui ou à l'avenir, il n'est peut-être pas utile de le démystifier. Vos efforts pourraient être mieux investis ailleurs, et moins on parle d'un mythe inconnu, mieux c'est.

Les corrections doivent attirer l'attention sur la fausse information et la rendent donc nécessairement plus familière. Cependant, le fait d'entendre parler d'une fausse information dans un rectificatif n'est guère préjudiciable, même si le rectificatif introduit un mythe dont les personnes n'ont jamais entendu parler auparavant⁴⁶. Néanmoins, il convient de veiller à ne pas exposer indûment les opinions marginales et les allégations de conspiration par le biais d'une correction. Si personne n'a entendu parler du mythe selon lequel le cérumen peut dissoudre le béton, pourquoi le corriger en public ?

Les démystificateurs doivent également garder à l'esprit que toute correction renforce nécessairement un cadre rhétorique (c'est-à-dire un ensemble de « points de discussion ») créé par quelqu'un d'autre. Il n'est pas possible de corriger le mythe de quelqu'un sans en parler. En ce sens, toute correction, même si elle est réussie, peut avoir des conséquences inattendues. Il peut donc être plus bénéfique de choisir son propre cadre. Par exemple, souligner l'énorme succès et la sécurité d'un vaccin permet de créer un ensemble de points de discussion plus positifs que de démystifier un mythe lié à un vaccin⁴⁷. Et ce sont vos arguments, pas ceux de quelqu'un d'autre.



Qui doit démystifier ?

Une communication réussie repose sur la crédibilité du communicateur.

Les informations provenant de sources crédibles suscitent généralement des avis plus solides⁴⁸ et sont plus persuasives^{49,50}. Dans l'ensemble, cela vaut également pour les fausses informations^{51,52,53}. Toutefois, la crédibilité peut avoir des effets limités lorsque les personnes accordent peu d'attention à la source^{54,55}, ou lorsque les sources sont des organes d'information plutôt que des personnes^{56,57}.

La crédibilité de la source joue également un rôle dans la correction des fausses informations, mais peut-être dans une moindre mesure^{51,53}. Lorsque l'on décompose la crédibilité en fiabilité et en expertise, la fiabilité perçue d'une source de démystification peut avoir plus d'importance que son expertise perçue^{58,59}. Les sources jouissant d'une grande crédibilité sur les deux plans (par exemple, les professionnels de la santé ou les organismes de santé de confiance) peuvent constituer des choix idéaux^{60,61,62}.

Il convient de garder à l'esprit que la crédibilité d'une source est plus importante pour certains groupes que pour d'autres, en fonction du contenu et du contexte^{60,63}. Par exemple, les personnes ayant une attitude négative à l'égard des vaccins se méfient des sources formelles d'information sur les vaccins (y compris les organisations de santé généralement dignes de confiance)⁶⁴.

Adapter le message au public et utiliser un messenger qui a la confiance du groupe cible⁶⁵. Discréditer les sources de désinformation qui défendent des intérêts particuliers⁵³.

L'insaisissable effet de retour

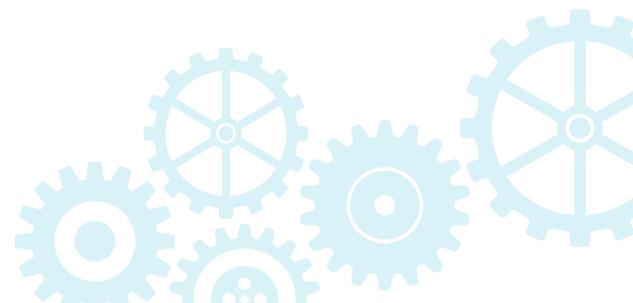
Il y a dix ans, les universitaires et les praticiens craignaient que les corrections ne se retournent contre elles-mêmes, c'est-à-dire qu'elles ne fassent que renforcer les idées fausses au lieu de les réduire. Des recherches récentes ont apaisé ces craintes : les effets de retour ne se produisent qu'occasionnellement et le risque d'occurrence est plus faible dans la plupart des situations qu'on ne le pensait auparavant.

Définition

L'effet de retour : On parle d'« effet de retour » lorsqu'une correction augmente par inadvertance la croyance en une fausse information ou renforce la confiance dans celle-ci par rapport à la situation de référence, c'est-à-dire avant correction ou sans correction.

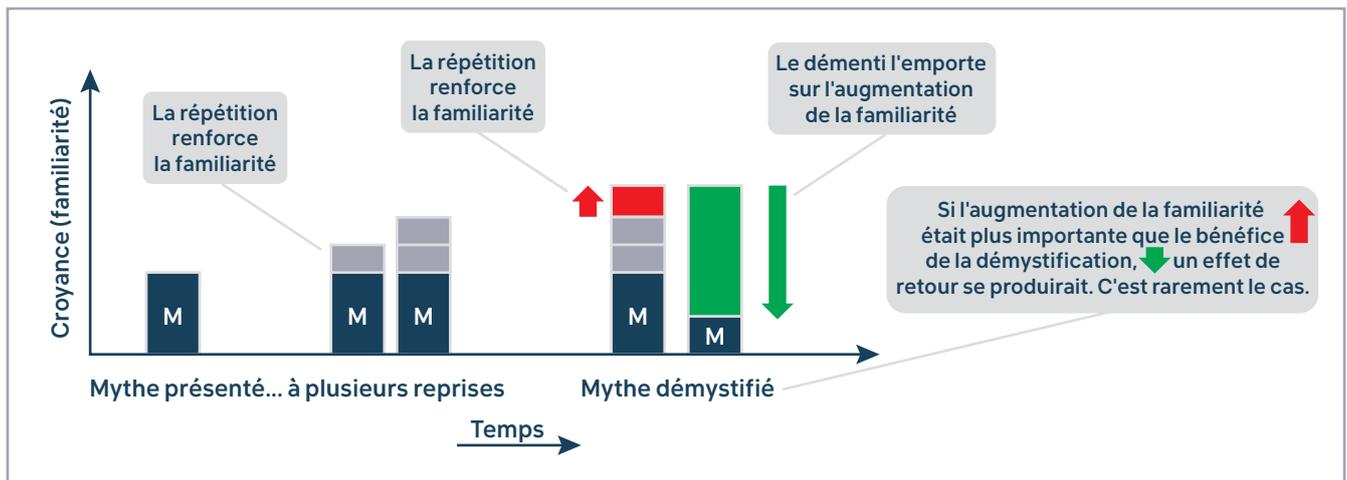
Ne vous abstenez pas d'essayer de démystifier ou de corriger les fausses informations de peur de cet effet de retour ou que votre action n'augmente la croyance en de fausses informations^{66,67,68}.

« Les effets de retour ne sont pas aussi courants qu'on le pensait. Nous ne pouvons pas prédire de manière fiable les circonstances dans lesquelles ils se produisent. »



L'Effet de retour du familier

La répétition rend les informations plus familières, et les informations familières sont généralement perçues comme plus véridiques que les informations nouvelles (l'effet illusoire-vérité susmentionné). Étant donné qu'un mythe est nécessairement répété lorsqu'il est démystifié, le risque existe que la démystification se retourne contre elle en rendant le mythe plus familier (*voir figure ci-dessous*). Les premiers éléments de preuve sont venus étayer cette idée, mais plus récemment, des tentatives expérimentales exhaustives visant à induire un effet de retour par la seule familiarité restaient sans succès^{69,70}. Ainsi, alors que la répétition d'une fausse information augmente généralement le degré de familiarité et de vérité, la répétition d'un mythe lors d'une réfutation est sans danger dans de nombreuses circonstances et peut même rendre la correction plus saillante et plus efficace⁷¹.



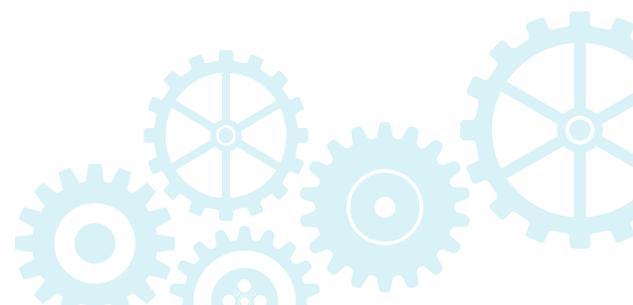
« Le fait de démystifier un mythe le rend plus familier, mais la démystification l'emporte généralement sur l'augmentation de la familiarité. »

L'effet de retour de la surcharge d'information

Cet effet fait référence à l'idée que le fait de fournir « trop » de contre-arguments à l'encontre d'une fausse allégation peut produire des effets inattendus, voire produire l'effet de retour. La seule étude à avoir directement examiné cette notion n'a toutefois trouvé aucune preuve de cet effet et a plutôt conclu qu'un plus grand nombre de contre-arguments pertinents conduit généralement à une plus grande réduction des idées fausses⁶⁹.

L'effet de retour de la vision du monde

L'effet de retour de la vision du monde est supposé se produire lorsqu'une correction qui remet en cause la vision du monde des personnes augmente la croyance en une fausse information. Bien qu'il y ait eu initialement des preuves de l'effet de retour de la vision du monde⁷², des recherches récentes indiquent qu'il ne s'agit pas d'un phénomène empirique généralisé et solide.



Expérience personnelle contre preuves

Bien que les communicateurs puissent observer des effets de retour dans leur vie quotidienne, de nombreuses expériences ont montré qu'un tel comportement est en fait inhabituel. Les chercheurs en sciences sociales n'ont pas encore compris pourquoi certaines personnes « retournent leur veste » et pas d'autres, et pourquoi ces effets se produisent à certaines occasions et pas à d'autres. Toutefois, les preuves accumulées à ce jour montrent clairement que l'effet de retour de la vision du monde n'est pas une raison suffisante pour éviter de démystifier et de vérifier les faits.

Plusieurs études n'ont pas réussi à obtenir un effet de retour, même dans des circonstances théoriquement favorables^{22, 23, 67, 73, 74}. Ainsi, bien que des rapports fassent état d'effets de retour de la vision du monde dans des conditions spécifiques (par exemple, lorsque les Républicains reçoivent des informations sur les mesures d'atténuation du changement climatique⁷⁵) les inquiétudes concernant les effets de retour de la vision du monde ont été disproportionnées.

Rôle de la vision du monde dans la confirmation des convictions

Même si les effets de retour de la vision du monde sont peu fréquents, il existe d'autres façons dont la vision du monde peut affecter le processus de démystification.

La vision du monde peut également influencer sur le choix des consommateurs^{76, 77, 78}. Ce processus d'exposition sélective peut signifier que les personnes sont plus susceptibles d'être exposées à des affirmations fausses ou trompeuses correspondant à leur vision du monde et, par conséquent, moins susceptibles d'être exposées à des informations correctives sur ces affirmations. À titre d'exemple, une analyse a montré que 62 % des visites de sites de fausses nouvelles provenaient des 20 % d'Américains dont le mode d'information est le plus conservateur⁷⁷.

L'efficacité des corrections dépend en partie de la volonté du destinataire de le croire. L'activation des identités de groupe induit probablement des contraintes dans la façon dont les personnes traitent un sujet, en fonction de l'identité et de la question. Ce qui peut améliorer ou exacerber les perceptions erronées et affecter le degré de confiance envers autrui. Cela souligne l'importance d'utiliser un langage inclusif et d'éviter de stigmatiser des groupes en raison de leurs convictions erronées. Sinon, on risque davantage de polariser que d'obtenir la mise-à-jour souhaitée.

Des recherches récentes suggèrent que, bien que les régimes d'informations (erronées) puissent différer à travers le spectre politique, certains des processus de raisonnement motivé décrits ci-dessus peuvent être symétriques pour les libéraux et les conservateurs⁷⁹.

« Dans l'ensemble, les preuves récentes ne fournissent aucune raison d'éviter de démystifier par crainte d'un effet de retour. Il est probable que le démenti soit au moins partiellement efficace, sauf dans certaines circonstances limitées où la vision du monde des personnes est remise en question. »

Démystifier souvent et correctement

Il est peu probable que des réfutations rudimentaires parviennent à elles seules à éviter complètement que la fausse information s'accroche. Qualifier une information de douteuse ou provenant d'une source non fiable n'est pas suffisant face à des expositions répétées.

Le démenti a plus de chances de réussir si vous appliquez les 3 ou 4 éléments suivants :

FAIT	Pour commencer, assurez-vous que le fait soit clair, concis et accrocheur. Rendez-le simple, concret et plausible. Il doit « coller » à l'histoire.
AVERTISSEMENT SUR LE MYTHE	Prévenir à l'avance de la présence d'un mythe... ne le mentionnez qu'une seule fois.
EXPLIQUER LE FAUX RAISONNEMENT	Expliquer comment le mythe induit en erreur.
FAIT	Terminez en renforçant le fait — plusieurs fois si possible. Veillez à proposer une alternative à l'explication causale.

FAIT : La vérité d'abord

S'il est facile de le faire en quelques mots clairs, énoncez d'abord ce qui est vrai. Cela vous permet de cadrer le message. C'est vous qui donnez le ton, pas quelqu'un d'autre.

Les rectifications les plus efficaces sont aussi visibles (dans les titres, et pas enfouies dans les questions) que les fausses informations.

Ne vous laissez pas tromper par une simple rétractation (« Cette affirmation n'est pas véridique »).

Fournir une alternative factuelle, c'est-à-dire une alternative qui comble une « lacune » causale dans l'explication de ce qui s'est passé, lors de la correction de la fausse information, est une méthode efficace de démystification. L'existence d'une alternative causale facilite « l'effacement » de l'information inexacte dans la compréhension initiale d'un individu et la remplace par une nouvelle version de ce qui s'est passé.

L'alternative ne doit pas être plus complexe et doit conserver la même pertinence explicative que la fausse information initiale^{1, 80, 81}.

Il peut toutefois arriver que les faits soient si nuancés qu'ils échappent à un résumé succinct. Dans ce cas, il peut être préférable de commencer par expliquer pourquoi le mythe est faux avant d'expliquer les faits.

MYTHE : Pointer la fausse information

Répétez la fausse information une seule fois, directement avant la correction. La répétition unique du mythe est bénéfique pour la mise à jour des croyances^{27, 71, 82, 83}.

Cependant, il faut éviter de répéter inutilement la fausse information : bien que les effets de retour soient peu fréquents, nous savons que la répétition d'une fausse information la fait paraître vraie^{84, 85, 86}.

Les corrections sont plus efficaces si les personnes se méfient, ou sont amenées à se méfier, de la source ou de l'intention de la fausse information⁸⁷.

LE FAUX RAISONNEMENT: Expliquer pourquoi c'est faux

Juxtaposez la correction à l'information erronée. Veillez à ce que la réfutation soit clairement et nettement associée à la fausse information. Il doit être pratiquement impossible pour l'individu d'ignorer, de négliger ou de ne pas remarquer l'élément correctif, même s'il ne fait que survoler l'information^{27, 88, 89}.

Plutôt que de se contenter d'affirmer que l'information est fausse, il est utile d'en expliquer les raisons. Expliquez (1) pourquoi l'information erronée a d'abord été considérée comme correcte, (2) pourquoi il est maintenant clair qu'elle est fausse et (3) pourquoi l'alternative est correcte^{81, 90, 91}. Il est important que les personnes comprennent l'incohérence afin de pouvoir la résoudre^{71, 83}.

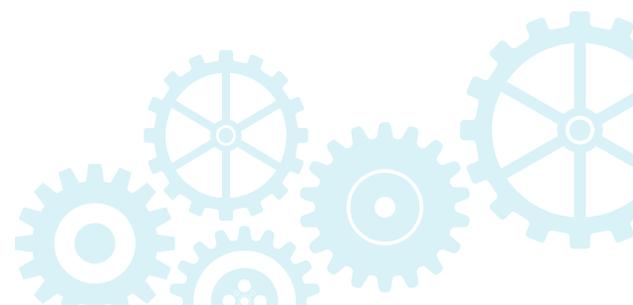
Ces corrections détaillées favorisent un changement durable des convictions dans le temps et protègent contre la régression des convictions (c'est-à-dire un retour aux convictions antérieures à la correction^{2, 52, 92}).

Si possible, expliquez pourquoi l'information est erronée. Faites-le en fournissant une alternative factuelle, mais en soulignant les erreurs de logique ou de faux raisonnement sous-jacentes à l'information erronée. Un avantage pratique de la détection des faux raisonnements⁶⁶ est qu'ils ne sont pas spécifiques à un domaine, et qu'on peut donc bénéficier de leur démystification dans d'autres domaines également. Dès que vous avez compris que la fausse information sur le climat repose sur le picorage⁷⁹ ou l'incohérence⁹³, vous pouvez détecter des argumentations similaires chez les militants anti-vaccination.

FAIT : Répétez la vérité

Répétez le fait, de sorte que ce soit la dernière chose dont les gens se souviendront.

Même avec des réfutations détaillées, les effets s'estompent avec le temps^{3, 52}, il faut donc être prêt à démystifier à plusieurs reprises !



Directives générales :

Évitez le jargon scientifique ou un langage technique complexe⁹⁴.

Pour transmettre de manière claire et concise des corrections impliquant des informations complexes ou statistiques, il est essentiel d'utiliser des graphiques, des vidéos, des photos et d'autres aides sémantiques bien conçus^{95, 96, 97}.

La vérité est souvent plus compliquée qu'une fausse affirmation virale. Vous devez vous efforcer de formuler des idées complexes de manière à ce qu'elles soient facilement accessibles au public cible, c'est-à-dire qu'elles puissent être facilement lues, facilement imaginées et facilement mémorisées^{98, 99, 100}.

Action collective : Démystifier sur les réseaux sociaux

Les incitations à l'exactitude (par exemple, « la majorité des gens réclament des informations exactes ») et les rappels augmentent la qualité des décisions de partage sur les réseaux sociaux³⁹.

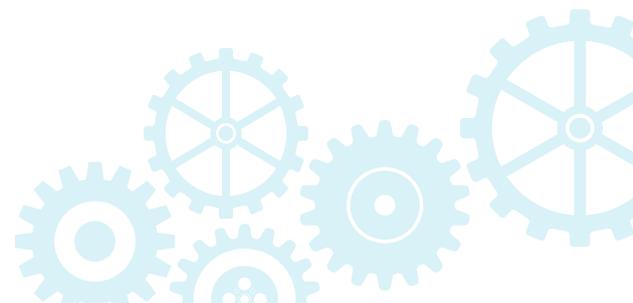
Mobiliser les utilisateurs des réseaux sociaux pour qu'ils réagissent rapidement à la fausse information en partageant des faits. Les efforts d'une plateforme peuvent ne pas être suffisants ou ne pas être suffisamment évolutifs face à une fausse information. Cependant, la correction par les utilisateurs peut fonctionner s'ils se sentent encouragés à s'y engager^{101, 102}.

« Se focaliser sur les effets interpersonnels dans la communication en ligne : 'voir quelque chose, dire quelque chose' »¹⁰².

Les individus ont la possibilité de faire la différence en ligne : Les corrections apportées par les utilisateurs, les experts et les algorithmes (par exemple, la recommandation d'articles connexes contenant une correction) peuvent toutes être efficaces pour réduire les perceptions erronées de la communauté lors de réactions à une fausse information^{103, 104, 105}.

Le fait de voir quelqu'un d'autre se faire corriger sur les médias sociaux (ce que l'on appelle les corrections par observation) peut conduire à des attitudes plus correctes sur différents sujets⁶¹.

Inversement, le fait de ne pas s'exprimer peut conduire à une « spirale du silence », à la fois pour la personne corrigée et pour l'observateur, où une majorité muette cède un sujet à une minorité bruyante, mais faussement informée^{106, 107, 108}.



Exemple de réfutation

FAIT

Les scientifiques constatent les empreintes laissées par l'homme sur l'ensemble de notre climat

L'effet de réchauffement dû aux gaz à effet de serre tels que le dioxyde de carbone a été confirmé par de nombreuses sources de données. Les avions et les satellites mesurent moins de chaleur s'échappant dans l'espace à des longueurs d'onde auxquelles le dioxyde de carbone absorbe l'énergie. L'atmosphère supérieure se refroidit tandis que l'atmosphère inférieure se réchauffe, un schéma caractéristique du réchauffement dû à l'effet de serre.

Commencez par les faits s'ils sont clairs, concis et accrocheurs. Rendez-les simples, concrets et plausibles.

Il faut aussi fournir une alternative factuelle qui comble une « lacune » causale, en expliquant ce qui se passerait si la fausse information était corrigée.

Ne vous fiez pas à une simple rétractation (« cette affirmation n'est pas vraie »).

MYTHE

Un mythe climatique prétend que le climat a toujours changé naturellement dans le passé et que le changement climatique actuel est lui aussi naturel.

Signalez l'émergence d'un mythe.

Répétez la fausse information, une seule fois, juste avant la correction.

FAUX RAISONNEMENT

Cet argument commet l'erreur de la cause unique, en supposant à tort que parce que des facteurs naturels ont causé le changement climatique dans le passé, ils doivent toujours en être la cause.

Expliquez en quoi le mythe est trompeur.

Cette logique est similaire à celle qui consiste à voir un corps assassiné et à conclure que des personnes sont mortes de causes naturelles dans le passé, et donc que la victime du meurtre doit également être morte de causes naturelles.

Souligner les erreurs de logique ou d'argumentation qui servent de base aux fausses informations.

FAIT

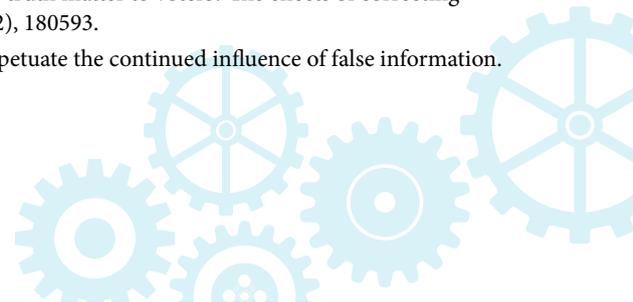
Tout comme un détective trouve des indices sur une scène de crime, les scientifiques ont trouvé de nombreux indices dans les mesures climatiques qui confirment que l'homme est à l'origine du réchauffement de la planète. Le réchauffement climatique causé par l'homme est un fait avéré.

Terminer en consolidant le fait.

Si possible, répétez le fait plusieurs fois.

Références

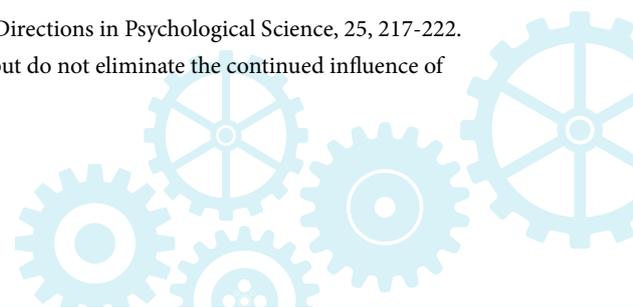
- 1 Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420-1436.
- 2 Ecker, U. K. H., O'Reilly, Z., Reid, J. S., & Chang, E. P. (2020). 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., Gance, J., Green, G., ... & Sandhu, M. (2019). Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior*, 1-23.
- 105 Vraga, E. K., Kim, S. C., Cook, J., & Bode, L. (2020). Testing the Effectiveness of Correction Placement and Type on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, 1940161220919082.
- 106 McKeever, B.W., McKeever, R., Holton, A.E., & Li, J.Y. (2016). Silent majority: Childhood vaccinations and antecedents to communicative action. *Mass Communication and Society*, 19(4), 476-498. DOI: 10.1080/15205436.2016.1148172.
- 107 Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
- 108 Van Duyn, E. (2018). Hidden democracy: political dissent in rural America. *Journal of Communication*, 68, 965-987.

