

PRIRUČNIK

za razbijanje mitova



John Cook
Stephan Lewandowsky

Autori:

John Cook, Institut za globalnu promjenu, Sveučilište u Queenslandu

Stephan Lewandowsky, Katedra za psihologiju, Sveučilište zapadne Australije



Prvo izdanje u studenom 2011.

Drugo izdanje 23. siječnja 2012.

Za dodatne informacije, posjetiti <http://sks.to/debunk>

Citirati kao:

Cook, J., Lewandowsky, S. (2011), *The Debunking Handbook*. St. Lucia, Australia: University of Queensland. November 5. ISBN 978-0-646-56812-6.

Razbijanje mitova je problematično. Nismo li dovoljno oprezni, naši pokušaji otklanjanja dezinformacije mogu nehotice i ojačati same mitove koje želimo korigirati. Kako bi se izbjegli ovakvi suprotni učinci pri učinkovitom razbijanju mitova potrebna su tri glavna elementa. Prvo, opovrgavanje se mora usredotočiti na ključne činjenice radije nego na sam mit kako ne bi došlo do prihvaćanja dezinformacije. Drugo, prije svakog spomena mita treba eksplicitno upozoriti da slijedi netočan podatak. Naposljetku, opovrgavanje mora sadržavati alternativno obrazloženje koje objašnjava glavne značajke u izvornoj dezinformaciji.

Razbijanje prvog mita o razbijanju mitova

Evidentno je da demokratska društva trebaju temeljiti svoje odluke na točnim informacijama. Oko mnogih pitanja, ipak, dezinformacija se može ukorijeniti u zajednicu, pogotovo kada su uključeni osobni interesi.^{1,2} Smanjenje utjecaja neke dezinformacije teška je i složena zadaća.

Česta je predrasuda da je uklanjanje tog utjecaja jednostavno, gotovo kao ulijevanje podataka u glave ljudi. Ovaj pristup pretpostavlja da ljudi imaju krive percepcije uslijed manjka znanja što se rješava dodatnim informacijama – u znanstvenim raspravama, ovo je poznatije kao “model nedostatka informacija” (*information deficit model*). No taj je model pogrešan: ljudi ne obrađuju informacije na način na koji hard-disk pohranjuje podatke.

Razbijanje mitova uključuje i bavljenje složenim kognitivnim procesima. Da bi se uspješno prenijelo znanje, treba razumjeti kako ljudi obrađuju informacije, kako mijenjaju stečeno znanje i kako njihovi svjetonazori utječu na njihovu spremnost da razmišljaju razumno.

Prvo, budimo jasni oko toga što podrazumijevamo pod “dezinformacijom” – koristimo tu riječ da ukažemo na bilo koju informaciju koju su ljudi stekli, a pokazalo se da nije točna, neovisno o tome zašto i kako su ju stekli. Zanimaju nas kognitivni procesi kojima ljudi korigiraju ranije stečene informacije – otkrijete li da je nešto što ste vjerovali krivo, kako ćete korigirati svoje znanje i ažurirati pamćenje?

Kada ljudi jednom čuju dezinformaciju, vrlo

je teško ukloniti njezin utjecaj. To je pokazao eksperiment iz 1994. gdje su ljudi prvo čuli priču o izmišljenom zapaljenom skladištu, nakon čega su dobili ispravke onih dijelova priče koji su bili netočni.³ Unatoč tome što su upamtili i prihvatili ispravke, ljudi su i dalje pokazivali efekt regresije, tj. prilikom odgovaranja na pitanja referirali se na dezinformacije.

Je li moguće u potpunosti eliminirati utjecaj dezinformacije? Pokazuje se da utjecaj ostaje primjetan, bez obzira koliko puta i koliko energično ispravljamo dezinformaciju, primjerice ponavljanjem ispravka iznova i iznova, utjecaj i dalje ostaje primjetan.⁴ Narodne poslovice to dobro ilustriraju – Ljagu je teško sprati, ili na engleskom “*mud sticks*”.

Postoji također i dodatna komplikacija. Ne samo da je dezinformaciju teško otkloniti, razbijanje mita može ga u glavama ljudi čak i osnažiti. Slučajevi suprotnih učinaka nastaju kad se s mitovima familijariziramo,^{5,6} kad ponudimo prekomjeren broj argumenata,⁷ ili kad dokazi ugrožavaju nečiji svjetonazor.⁸

Pri razotkrivanju dezinformacija, posljednje što želite je stvar pogoršati. Baš zato ovaj priručnik stavlja poseban naglasak na pružanje praktičnih savjeta za učinkovito razotkrivanje dezinformacije i izbjegavanje neželjenih učinaka. Kako bismo to postigli, nužno je da se upoznamo s relevantnim kognitivnim procesima. Objasniti ćemo neka interesantna psihološka istraživanja na tom području i završiti s primjerom učinkovitog razbijanja poznatog mita.

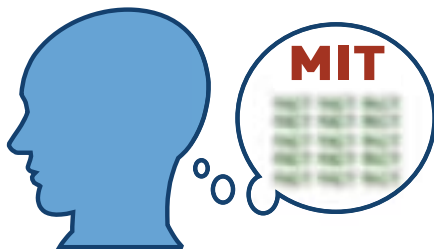
Nije važno
što ljudi
misle, nego
kako misle

Spomen mita čini ga jačim

Da biste pobili mit, često ga morate spomenuti – jer inače, kako će ljudima znati o čemu pričate? Međutim, time se mit pročišćuje, te je vjerojatnije da će ga ljudi prihvatiti kao istinu. Znači li to da opovrgavanjem možemo zapravo mit ljudima učiniti uvjerljivijim?

Kako bi se istražio ovaj loš učinak, u jednom su eksperimentu ljudima podijeljeni letci koji razbijaju tipične mitove o cjepivima protiv gripe. 5 Nakon toga ljudi su morali razlučiti mitove od činjenica. Kada su to činili odmah nakon čitanja letaka, ljudi su uspješno prepoznali mitove. Međutim, pola sata nakon čitanja letka, dio ispitanika je imao čak slabiji uspjeh nego prije čitanja letka. Razbijanje mita zapravo je ojačalo mit.

Dakle, ovaj učinak je stvaran. Njegova pokretačka sila je činjenica da podsjećanje na informaciju povećava šansu da će se ona prihvatiti kao točna. Odmah nakon čitanja letka, ljudi su zapamtili detalje koji su razbili mit i uspješno su prepoznali mitove. Međutim, kako vrijeme prolazi, pamćenje detalja blijedi i sve što ljudi pamte je mit bez „oznake“ koja ga identificira kao lažnog. Taj je efekt naročito izražen kod starijih ljudi jer je njihovo pamćenje podložnije zaboravljanju detalja.



Kako izbjeći da familijariziramo li mit, isti nam se ne obije o glavu? Idealno, izbjegavajte spominjanje dezinformacije, dok je korigirate. Pri pobijanju dezinformacije, najbolji pristup je fokusirati se na činjenice koje želite prenijeti.

Naravno, prešućivanje mita ponekad nije

praktično. U tom slučaju naglasak bi trebao biti na činjenicama. Često se može vidjeti baš u naslovu podebljanim velikim slovima ispisan mit kojeg želimo opovrgnuti, a to nipošto ne želite. Umjesto toga, u svom naslovu istaknite ključne činjenice. Svoj tekst opovrgavanja mita trebate početi s naglaskom na činjenicama, ne na mitu. Cilj vam je činjenice približiti ljudima.

Najbolji pristup je usredotočiti se na činjenice koje želite prenijeti.

Primjer razbijanja klimatološkog mita

Sunce i klima kreću se suprotnim smjerovima

Tijekom proteklih nekoliko desetljeća globalnog zatopljenja, Sunce je imalo blagi trend hlađenja. Sunce i klima stoga idu u suprotnim smjerovima. Ovo je nagnalo mnoge znanstvenike da nezavisno zaključe kako Sunce ne može biti uzrok globalnom zatopljenju.

Jedan od najčešćih i najupornijih mitova o klimatskim promjenama jest taj da ih uzrokuje sunce.

Ovaj mit selektivno probire podatke – pokazujući podatke za prošla razdoblja kada su sunce i klima imali isti trend, dok istovremeno ignorira zadnjih nekoliko desetljeća kada se ti trendovi potpuno razilaze.

Glavna činjenica naglašena u naslovu

Glavne činjenice naglašene u početnom tekstu

Mit

Objašnjenje kako mit obmanjuje (za drugo objašnjenje, vidi str. 5)

Od viška glava boli

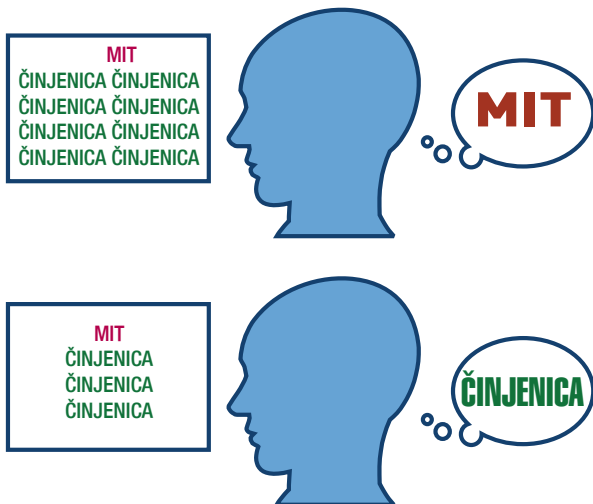
Načelo kojeg zagovornici znanosti često zaboravljaju je da sadržaj treba učiniti što shvatljivijim. To znači jednostavnim za čitanje, jednostavnim za razumijevanje, te jezgrovitim. Podatak kojeg je lagano shvatiti, lakše je i prihvatiti kao istinu.⁷ Primjerice, već jačanjem kontrasta boja na tiskanom tekstu čime se lakše čita, može se povećati prihvaćanje istinitosti napisanih izjava.⁹

Zdrav razum kaže da što više argumenata ponudite, bit ćete uspješniji u razbijanju mita. Ispada da je baš obrnuto. Kada se radi o opovrgavanju dezinformacija, manje može dati više. Iznošenje tri argumenta, primjerice, može biti uspješnije u suzbijanju krivog shvaćanja nego proizvesti njih dvanaest koji bi, na kraju, mogli čak i osnažiti početni mit.⁷

Od viška glava može zaboliti jer obrada mnogobrojnih argumenata zahtijeva veći napor nego razmatranje njih tek nekoliko. To ćete riješiti tako da vam sadržaj bude štur, sažet i lak za čitanje. Kako bi vam sadržaj bio razumljiv koristite se svakim dostupnim alatom. Koristite jednostavan jezik, kratke rečenice, podnaslove i odlomke. Izbjegavajte dramatične izraze i pogrdne komentare koji odbijaju ljude. Držite se činjenica.

Jednostavan mit je spoznajno privlačniji od zamršenog ispravka

Završite snažnom i jednostavnom porukom koju će ljudi zapamtiti i *tweetati* svojim prijateljima, poput "97 od 100 klimatologa se slaže da čovjek uzrokuje globalno zatopljenje" ili "Studija pokazuje da su MMR cjepiva zdrava." Koristite grafičke prikaze pri ilustraciji svojih argumenata gdje god je moguće. Znanstvenici su se dugo držali načela o "modelu nedostatka informacija" koji kaže da ljudi imaju krive percepcije uslijed manjka znanja, no previše podataka može imati suprotan učinak. Radije se pridržavajte načela KISS: *Kaži im simplificirano, seljo!* (slobodan prijevod s engleskog: *Keep it simple, stupid!*)



Kako imati i ovce i novce

Pisanjem na jednostavnoj razini riskirate žrtvovati kompleksnost i nijanse koncepata koje pokušavate prenijeti. U skeptičkoj znanosti (Skeptical Science), mi dobivamo najbolje od oba svijeta tako što se opovrgavanja pišu na više razina. Osnovne inačice pišu se kratkim, jed-

nostavnim jezikom i simplificiranim crtežima. Srednje i napredne inačice su također dostupne, a napisane su stručnim jezikom i detaljiziranim objašnjenjima. Oznake poput onih na skijaškim stazama obilježavaju tehničku razinu svakog teksta.

Izaberite razinu...

Jednostavno

Srednje

Napredno

Tijekom proteklih nekoliko desetljeća globalnog zatopljenja, Sunce i klima idu u suprotnim smjerovima

Svjetonazorska prepreka

Treći i možda najmoćniji neželjeni učinak događa se kod tema koje zadiru u svjetonazor i osjećaj kulturnog identiteta. Razni kognitivni procesi mogu kod ljudi dovesti do toga da nisu svjesni svoje pristranosti pri razmatranju informacija.

Jedan od kognitivnih procesa koji pridonose tome je sklonost ljudi potkrepljivanju vlastite pristranosti (*confirmation bias*), kada selektivno odabiru informacije koje podupiru njihove stavove. U jednom eksperimentu, ljudima su ponuđene informacije o vrućim temama poput nošenja oružja ili pozitivne diskriminacije. Svaki navod koji im je predložen bio je eksplicitno obilježen tako da mu se vidi izvor, time je jasno označavao da li će podaci biti za ili protiv teme. (npr. *Udruga puška nasuprot Građani protiv oružja*). Iako im je rečeno da budu pravedni, ljudi su se češće priklonili onom izvoru koji se podudara s njihovim prijašnjim stavovima. Studija je pokazala da čak i kad se pred ljude podastu ujednačeni skupovi činjenica, oni će učvrstiti svoje prijašnje stavove time što će gravitirati prema informacijama s kojima se već otprije slažu. Polarizacija je najveća među onima s najčvršćim stavovima.¹⁰

Što se dogodi kada uklonite taj element izbora i predstavite nekoga s argumentima koji se suprotstavljaju njihovom svjetonazoru? U tom slučaju, kognitivne procese koji izlaze na vidjelo nazivamo nepotkrepljivanje pristranosti (*disconfirmation bias*), druga strana medalje od potkrepljivanja pristranosti. U ovom slučaju ljudi troše znatno više vremena i riječi aktivno se protiveći argumentima suprotne strane.⁸

Primjer za ovakav slučaj imamo kad su pristalicama Republikanaca u SAD-u koji su vjerovali da je Saddam Hussein bio povezan sa terorističkim napadima 11. rujna, podastrijeti dokazi da ne postoji veza između tih dviju stvari, uključujući i izjavu predsjednika Busha.¹¹ Tek je 2% prisutnih promijenilo mišljenje (zanimljivo je i da je 14% poreklo da su ranije vjerovali u povezanost). Velika većina je zadržala stav o povezanosti Iraka i terorističkih napada, primjenjujući razne argumente kojima bi

odbacili postojeće dokaze. Najčešći je rezultat bio jačanje vlastitog stava – smišljanjem tvrdnji koje bi mu išle u prilog i u isto vrijeme ignoriranjem činjenica koje upućuju na suprotno. Dakle, postupak iznošenja činjenica koje su potkrepljivale tvrdnje rezultirao je jačanjem pogrešnih uvjerenja.

Ako činjenice ne mogu odvratiti nekoga od njegovih prethodno stečenih uvjerenja – te ponekad mogu pogoršati stvari – kako uopće možemo smanjiti učinak dezinformacije? Dva su izvorišta nade. Prvo, svjetonazorska prepreka je najjača među onima čiji stavovi su dobro cementirani. Dakle, imate mnogo veću šansu ispraviti dezinformaciju kod onih koji nemaju apsolutno čvrst stav po tim gorućim pitanjima. To znači da vaše djelovanje treba biti usmjereno više prema neodlučnoj većini, nego prema odlučnoj manjini. I drugo, poruke se mogu prenijeti na način koji smanjuje uobičajeni psihološki otpor. Primjerice, kada su poruke koje prijete svjetonazoru uklopljene u poruke takozvanog samopotvrđivanja, ljudi lakše pristupe razmatranju opcija za i protiv.^{12,13}

Samopotvrđivanje se može postići time da se npr. ljude zamoli da napišu nekoliko rečenica o situacijama kada su se osjećali dobro jer su postupili principijelno. Ljudi nakon toga postaju prijemljiviji za poruke koje bi inače mogle zaprijetiti njihovu svjetonazoru. Interesantno je da je učinak afirmacije/potvrđivanja najjači među onima kojima je njihova ideologija središnja točka svjetozora.

Drugi način na koji se informacija može učiniti prihvatljivom je tako da se preformulira tako da izgleda manje agresivna prema nečijem svjetonazoru. Primjerice, republikanci će puno vjerojatnije prihvatiti isti trošak ako se predstavi kao kompenzacija za zagađenje ugljikovim dioksidom nego kao "porez", dok taj izbor riječi ima malo utjecaja na članove demokratske stranke i za nezavisne – jer je za njihove vrijednosti riječ "porez" neutralna.¹⁴

Samopotvrđivanje i preformuliranje ne služe da bi se manipuliralo ljudima, već da bi se činjenicama pružila prilika.

Za ljude koji se snažno drže svojih uvjerenja, suočavanje s protuargumentima može rezultirati jačanjem prvobitnih stavova

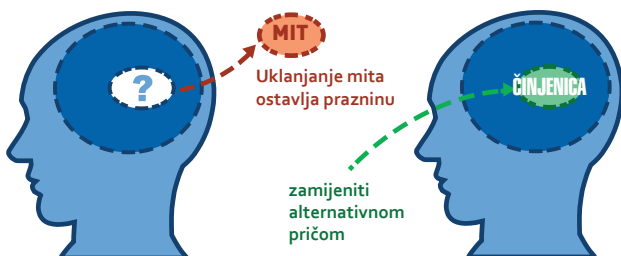
Ispunjavanje praznine alternativnim objašnjenjem

Pretpostavimo li da ste uspješno savladali sve dosad spomenute nesretne ishode pri razbijanju mita, koji bi bio najučinkovitiji način da razbijete mit? Izazov je u tome što jednom zapamćenu dezinformaciju teško iz glave uklanjamo, čak i u slučaju kad zapamtimo i prihvatimo ispravak. Ovo je demonstrirano u eksperimentu u kojem su ljudi pročitali priču o požaru u skladištu.^{15,16,3} Spominju se kante boje i plina pri spomenu eksplozije. Kasnije je iz teksta jasno da na požarištu nije bilo spomenutih kanti. Čak i kad su ljudi zapamtili i prihvatili ovaj ispravak, i dalje su navodili boju i plin kada su ih ispitivači pitali za požar. Na pitanje "Zašto mislite da je bilo tako puno dima?", ljudi su u pravilu spominjali uljnu boju, premda su netom prihvatili da je nije bilo.

Kad čuju dezinformaciju, ljudi si u glavi izgrade model mita uz pripadajuće objašnjenje. Rušenjem mita, u tom mentalnom modelu ostaje praznina. Svočeni s tom dilemom, ljudi daju prednost netočnoj priči nad onom nepotpunom. U odsustvu boljeg objašnjenja, odlučuju se za krivo.¹⁷

U eksperimentu s požarom je drugoj grupi ponuđeno alternativno objašnjenje koje je uključivalo zapaljive tekućine i benzin za upaljače, ljudi su se rjeđe pozivali na kante boje i plina. Najučinkovitiji način smanjenja utjecaja dezinformacije jest da se ponudi alternativno objašnjenje događaja koje sadrži tu dezinformacija.

Ovu su strategiju odlično ilustrirali eksperimenti



s izmišljenim suđenjima za ubojstva. Prebacivanje krivnje na drugog osumnjičenog uvelike smanjuje broj osuđujućih presuda koje će donijeti sudionici u ulozi porotnika, u usporedbi s onim obranama koje su samo objašnjavale zašto optuženi ne bi bio

kriv.¹⁸ Kako bi se alternativno shvaćanje prihvatilo, mora biti vjerodostojno i mora objašnjavati sva otvorena pitanja događaja.^{19,15}

Jedna od mogućih praznina koju će trebati popuniti je objašnjenje zašto je mit pogrešan. Ovo se može postići razotkrivanjem retoričkih trikova koji se često koriste pri dezinformiranju. Dobra referencijaa s često korištenim tehnikama kojima se prividno opovrgava znanstveni konsenzus može

se naći u članku "Denialism: What is it and how should scientists respond?"²⁰ Tehnike koje koriste mogu se svesti na: selektivno probiranje podataka, teorije zavjera te lažni stručnjaci.

Alternativno, moglo bi se objasniti koju korist može netko imati od promoviranja tog mita.

Pokazalo se da, probudi li se sumnja prema izvoru dezinformacije, smanjuje se njezin utjecaj.^{21,22}

Još jedan ključni element u učinkovitom otklanjanju dezinformacija je korištenjem eksplicitnog upozorenja ("pazite, mogli biste nasjesti") prije spominjanja

samog mita. Eksperimenti s različitim tehnikama opovrgavanja mitova pokazuju da najučinkovitija kombinacija uključuje alternativno objašnjenje i eksplicitno upozorenje.¹⁷

Grafički su prikazi također važan alat i znatno su učinkovitiji pri uklanjanju dezinformacija od golog teksta. Kada ljudi čitaju opovrgavanje koje se kosi s njihovim uvjerenjima, oni se hvataju za dvosmislenosti kako bi iskonstruirali drugačiju interpretaciju. Grafičkim prikazom pružate jasniju sliku ostavljajući manje mjesta za pogrešnu koncepciju. Primjerice, kada se pristalicama Republikanske stranke, ispitujući njihova uvjerenja glede globalnog zatopljenja, pokazalo grafikone s trendovima porasta temperature, znatno veći ih je broj prihvatio činjenicu globalnog zatopljenja u usporedbi s onima koji su dobili pisana obrazloženja.¹³

Druga anketa je pokazala da, kada im se pokažu podaci koji predstavljaju površinsku temperaturu, ljudi točno prosuđuju trend bez obzira na stav prema globalnom zatopljenju.²³ Ako se pri razbijanju mita vaš sadržaj ikako može prikazati vizualno, svakako napravite grafički prikaz.

Anatomija učinkovitog razbijanja mitova

Povezivanjem svega u jednu priču, učinkovito pobijanje uključuje:

- **Ključne činjenice** - opovrgavanje mora naglasiti činjenice, a ne mit. Predstavite samo ključne činjenice kako vam se prekomjernost ne bi obila o glavu;
- **Eksplisitna upozorenja** - prije svakog spomena mita, tekstom ili vizualno upozorite da slijedi neistinit podatak;
- **Alternativna objašnjenja** - eventualne praznine ostale razbijanjem mita obavezno morate

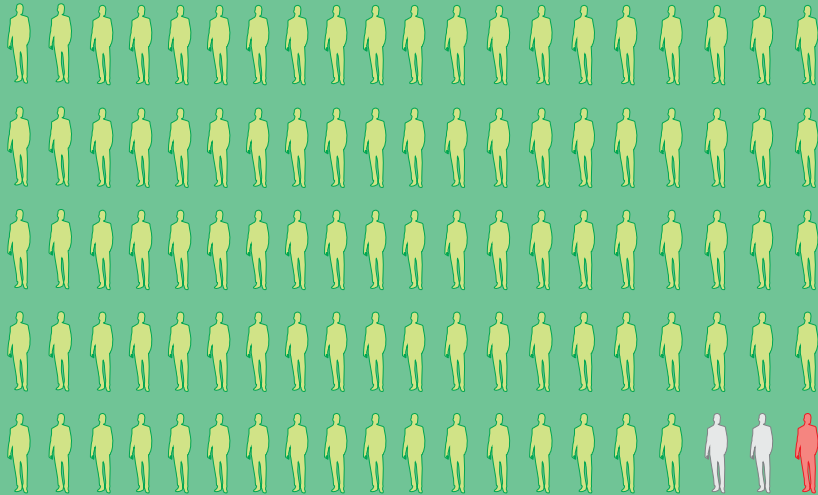
popuniti. Ovo se može postići objašnjenjem s alternativnim uzrokom o tome gdje je mit u krivu i eventualno zašto bi netko uopće želio promovirati takav mit;

- **Grafički prikazi** - ključne činjenice, ako je ikako moguće, svakako prikažite grafički.

Slijedi primjer razbijanja mita o nepostojanju znanstvenog konsenzusa o tome da je čovjek uzrokovao globalno zatopljenje, jer je 31 000 znanstvenika potpisala peticiju koja kaže da nema dokaza da čovjekova aktivnost može poremetiti klimu.

97 od 100 klimatologa se slaže da čovjek uzrokuje globalno zatopljenje

Nekoliko nezavisnih anketa pokazuje da se 97% klimatologa koji aktivno objavljuju recenzirana klimatska istraživanja slaže da čovjek uzrokuje globalno zatopljenje.



Povrh toga nadmoćnog konsenzusa, Nacionalne akademije znanosti iz cijelog svijeta također podupiru zaključak da je čovjek uzročnik globalnog zatopljenja, što je i izneseno na Međunarodnom okruglom stolu za klimatske promjene (IPCC).

Međutim, pokreti koji niječu znanstveni konsenzus uvijek su pokušavali baciti sumnju na činjenicu da taj konsenzus postoji. Koriste se tehnikom lažnih stručnjaka, znanstvenika koji imaju malo ili ništa iskustva na tom znanstvenom području.

Primjerice, OISM-peticija tvrdi da se 31 000 znanstvenika ne slaže sa znanstvenim konsenzusom o globalnom zatopljenju.

Međutim, oko 99,9% znanstvenika na toj peticiji nisu klimatolozi. Peticija je otvorena za bilo koga s diplomom, time uključujući liječnike, strojarske inženjere i informatičare.

Osnovna činjenica opisana u naslovu

Osnovna činjenica pojačana u uvodnom paragrafu, ojačana dodatnim detaljima.

Osnovna činjenica pojačana grafikonom.

Eksplisitno upozorenje čitaocu da dolazi dezinformacija i upućuje na vrstu dezinformacije.

Mit

Praznina stvorena ovim mitom je kako može biti konsenzus ako se 31 000 znanstvenika ne slaže? Ova praznina je upotpunjena objašnjenjem da gotovo nitko od 31 000 znanstvenika nisu klimatolozi.

Bibliografija

1. Jacques, P. J., & Dunlap, R. E. (2008). The organisation of denial: Conservative think tanks and environmental skepticism. *Environmental Politics*, 17, 349-385.
2. Oreskes, N., & Conway, E. M. (2010). *Merchants of doubt*. Bloomsbury Publishing.
3. Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When discredited information in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20 (6), 1420-1436.
4. Ecker, U. K., 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, 570-578.
5. Skurnik, I., Yoon, C., Park, D., & Schwarz, N. (2005). How warnings about false claims become recommendations. *Journal of Consumer Research*, 31, 713-724.
6. Weaver, K., Garcia, S. M., Schwarz, N., & Miller, D. T. (2007). Inferring the popularity of an opinion from its familiarity: A repetitive voice sounds like a chorus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 821-833.
7. Schwarz, N., Sanna, L., Skurnik, I., & Yoon, C. (2007). Metacognitive experiences and the intricacies of setting people straight: Implications for debiasing and public information campaigns. *Advances in Experimental Social Psychology*, 39, 127-161.
8. Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. *Political Behavior*, 32, 303-330.
9. Reber, R., Schwarz, N. (1999). Effects of Perceptual Fluency on Judgments of Truth, Consciousness and Cognition, 8, 338-3426.
10. Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50, 755-69.
11. Prasad, M., Perrin, A. J., Bezila, K., Hoffman, S. G., Kindleberger, K., Manturuk, K., et al. (2009). "There Must Be a Reason": Osama, Saddam, and Inferred Justification. *Sociological Inquiry*, 79, 142-162.
12. Cohen, G. L., Sherman, D. K., Bastardi, A., Hsu, L., & McGoey, M. (2007). Bridging the Partisan Divide: Self-Affirmation Reduces Ideological Closed-Mindedness and Inflexibility in Negotiation. *Personality & Soc. Psych.*, 93, 415-430.
13. Nyhan, B., & Reifler, J. (2011). Opening the Political Mind? The effects of self-affirmation and graphical information on factual misperceptions. In press.
14. Hardisty, D. J., Johnson, E. J. & Weber, E. U. (2010). A Dirty Word or a Dirty World?: Attribute Framing, Political Affiliation, and Query Theory, *Psychological Science*, 21, 86-92
15. Seifert, C. M. (2002). The continued influence of misinformation in memory: What makes a correction effective? *The Psychology of Learning and Motivation*, 41, 265-292.
16. Wilkes, A. L.; Leatherbarrow, M. (1988). Editing episodic memory following the identification of error, *The Quarterly Journal of Experimental Psychology A: Human Experimental Psychology*, 40A, 361-387.
17. Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Tang, D. T. (2011). Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation. *Memory & Cognition*, 38, 1087-1100.
18. Tenney, E. R., Cleary, H. M., & Spellman, B. A. (2009). Unpacking the doubt in "Beyond a reasonable doubt:" Plausible alternative stories increase not guilty verdicts. *Basic and Applied Social Psychology*, 31, 1-8.
19. Rapp, D. N., & Kendeou, P. (2007). Revising what readers know: Updating text representations during narrative comprehension. *Memory & Cognition*, 35, 2019-2032.
20. Diethelm, P., & McKee, M. (2009). Denialism: what is it and how should scientists respond? *European Journal of Public Health*, 19, 2-4.
21. Lewandowsky, S., Stritzke, W. G., Oberauer, K., & Morales, M. (2005). Memory for fact, fiction and misinformation: The Iraq War 2003. *Psychological Science*, 16, 190-195.
22. Lewandowsky, S., & Stritzke, W. G. K., Oberauer, K., & Morales, M. (2009). Misinformation and the 'War on Terror': When memory turns fiction into fact. In W. G. K. Stritzke, S. Lewandowsky, D. Denemark, J. Clare, & F. Morgan (Eds.), *Terrorism and torture: An interdisciplinary perspective* (pp. 179-203). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
23. Lewandowsky, S. (2011). Popular consensus: Climate change set to continue. *Psychological Science*, 22, 460-463.