



Пособие по разоблачению

2020 ...

Авторы

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

Рецензенты: Lisa Fazio, Anastasia Kozyreva,
Philipp Lorenz-Spreen, Jay Van Bavel

Графический дизайн: Wendy Cook

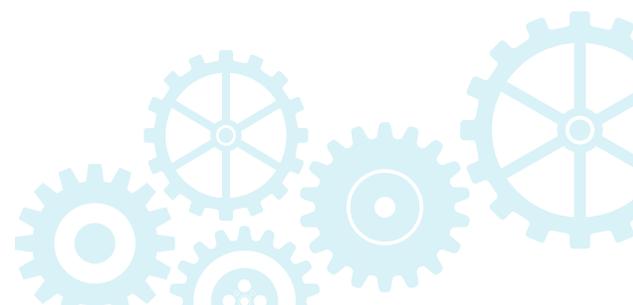
Перевод: Katerina Spasova

Корректурa русского текста: Алена Марчкова,
Jon Roozenbeek

Для получения дополнительной информации о **Справочнике по разоблачению 2020**, включая о процессе консенсуса, с помощью которого он был разработан, см <https://sks.to/db2020>.

Цитируйте как:

Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). The Debunking Handbook 2020. Доступно на <https://sks.to/db2020>. DOI:10.17910/b7.1182





Мизинформация может нанести вред

Мизинформация — это ложная информация, которая распространяется либо по ошибке, либо с намерением ввести в заблуждение. Когда есть намерение ввести в заблуждение, она называется дезинформацией. Мизинформация может нанести существенный вред отдельным людям и обществу. Поэтому важно защитить людей от мизинформации, сделав их устойчивыми к мизинформации до того, как они столкнутся с ней, либо разоблачив ее после того, как люди были ей подвергнуты.



Мизинформация может быть прилипчивой!

Проверка фактов может уменьшить веру людей в ложную информацию. Однако мизинформация часто продолжает влиять на мышление людей даже после того, как они получают и примут исправленный вариант — это известно как «эффект продолжающегося влияния» [1]. Даже если фактическая коррекция кажется эффективной — потому что люди признают это и очевидно, что они обновили свои убеждения — люди часто полагаются на эту мизинформацию в других контекстах, например, отвечая на вопросы, лишь косвенно связанные с мизинформацией. Поэтому важно использовать наиболее эффективные методы разоблачения для достижения максимального воздействия.



Предотвратите закрепление мизинформации, если можете

Поскольку мизинформация прилипчивая, ее лучше предотвращать. Этого можно достичь, объясняя людям вводящие в заблуждение или манипулятивные стратегии аргументации — метод, известный как «инокуляция», который делает людей устойчивыми к последующим попыткам манипуляции. Потенциальный недостаток инокуляции заключается в том, что она требует предварительных знаний о методах мизинформации и ее лучше всего проводить до того, как люди будут подвержены мизинформации.



Разоблачайте мизинформацию часто и правильно

Если вы не можете предупредить, вы должны развенчать. Чтобы разоблачение было эффективным, важно предоставить подробные опровержения [2,3]. Дайте четкое объяснение (1) почему теперь ясно, что информация ложная, и (2) вместо этого, что является правдой. Когда предоставляются такие подробные опровержения, мизинформация может быть «отклеена». Без подробных опровержений мизинформация может удерживаться, несмотря на попытки ее исправить.



Мизинформация может нанести вред

Мизинформация наносит вред обществу несколькими способами [4,5]. Если родители отказываются от прививок своим детям на основании ошибочных убеждений, страдает общественное здоровье [6]. Если люди верят в теории заговора вокруг COVID-19, они с меньшей вероятностью будут соблюдать правительственные указания и меры по борьбе с пандемией [7], тем самым подвергая опасности всех нас.

Легко быть введенным в заблуждение. Наши ощущения, что мы это знаем, и ощущения правды часто связаны. Мы более склонны верить тому, что слышали много раз, чем новой информации.

«Объективная правда менее важна, чем знакомство с ней: мы склонны верить лжи, если она повторяется достаточно часто».

Это явление называется «эффектом иллюзии правды» [8,9]. Таким образом, чем больше люди сталкиваются с мизинформацией, которую они не оспаривают, тем больше она им кажется правдивой и тем больше она приживается. Даже если источник идентифицирован как ненадежный или является явно ложным и несовместимым с идеологией людей, повторное подтверждение информации все равно склоняет людей верить ее утверждениям [10,11,12,13].

Мизинформация также часто пропитана эмоциональным языком, предназначена для привлечения внимания и кажется убедительной. Это способствует ее распространению и может усилить ее влияние [14], особенно в нынешней онлайн-экономике, в которой внимание пользователей стало товаром [15].

Мизинформацию также можно намеренно предложить, «просто задавая вопросы»; метод, позволяющий провокаторам намекать на ложь или заговоры, сохраняя при этом видимость респектабельности [16]. Например, в одном исследовании простое представление вопросов, намекающих на заговор, связанный с вирусом Зика, вызывало значительную веру в этот заговор [16]. Точно так же, если вы не прочитаете текст дальше после заголовка типа «Есть ли среди нас инопланетяне?», вы можете уйти с неправильной идеей.

Откуда берется мизинформация?

Мизинформация варьируется от устаревших новостей, которые изначально считались правдой и распространялись добросовестно, до технически верных, но вводящих в заблуждение полуправд и до полностью сфабрикованной дезинформации, распространяемой преднамеренно с целью вводить в заблуждение или сбивать с толку общественность. Люди могут даже получить неправильные представления из явно вымышленных материалов [17,18]. Узкопартийные источники новостей часто создают мизинформацию [19], которая затем распространяется партизанскими сетями. Было показано, что мизинформация определяет политическую повестку дня [20].

Определения

Мизинформация: распространяемая ложная информация, независимо от намерения ввести в заблуждение.

Дезинформация: мизинформация, которая преднамеренно распространяется с целью ввести в заблуждение.

Фейковые новости: ложная информация, часто сенсационного характера, которая имитирует содержание СМИ.

Эффект продолжающегося влияния: явление, когда постоянно полагаются на неточную информацию в памяти и рассуждениях людей после того, как было представлено достоверное исправление.

Эффект иллюзии правды: повторяющаяся информация с большей вероятностью будет сочтена верной, чем новая информация, потому что она стала более знакомой.

Мизинформация может быть прилипчивой!

«Мизинформация остается прилипчивой, даже если кажется, что она была исправлена».

Фундаментальная загадка мизинформации заключается в том, что, даже если кажется, что исправления уменьшают веру людей в ложную информацию, мизинформация часто продолжает влиять на мышление людей — это известно как «эффект продолжающегося влияния» [1]. Эффект был воспроизведен много раз. Например, кто-то может услышать, что родственник заболел от пищевого отравления. Даже если позже он узнает, что информация была неверной — и даже если человек примет и запомнит это исправление — он все равно может продолжать полагаться на первоначальную мизинформацию в других контекстах (например, он может избегать ресторана, которого это будто бы касалось).

Проверка фактов и исправления информации кажутся «эффективными», когда вы напрямую спрашиваете людей об их убеждениях. Например, люди могут точно сообщить об исправлении и заявить, что больше не верят исходной мизинформации. Но это не гарантирует, что мизинформация не появится где-либо еще, например, при ответах на вопросы или принятии косвенно связанных решений.

Несмотря на то, что мизинформация является прилипчивой, у нас есть возможности реагировать. В первую очередь, мы можем предотвратить распространение мизинформации. Или мы можем применить передовой опыт для успешного разоблачения мизинформации.

«Однажды испытанная, даже исправленная мизинформация может оставаться в памяти, но мы часто можем свести на нет ее влияние, если будем следовать лучшим практикам».

Прилипчивые мифы оставляют другие следы

Есть много свидетельств того, что обновление фактических убеждений, даже в случае успеха, может не привести к изменению отношения или поведения. Например, в поляризованных обществах (напр. в США) люди указывают, что они будут продолжать голосовать за любимого политика, даже если они обнаружат, что большинство заявлений политика ложны [21,22,23]. К счастью, это может быть и не так. В менее поляризованных обществах (напр. в Австралии) намерения людей при голосовании чувствительны к правдивости политиков [24].

Тем не менее, не воздерживайтесь от разоблачения только потому, что вы беспокоитесь, что это не изменит поведение. Успешное разоблачение может повлиять на поведение — например, оно может снизить желание людей тратить деньги на сомнительные товары для здоровья или делиться вводящим в заблуждение контентом в Интернете [25,26].



Предотвратите закрепление мизинформации, если возможно

Поскольку мизинформацию трудно устранить, одной из эффективных стратегий является, в первую очередь, предотвращение ее укоренения. Известно несколько эффективных стратегий профилактики.

Простое предупреждение людей о том, что они могут получить недостоверную информацию, может в дальнейшем снизить вероятность, что они будут полагаться на мизинформацию [27,28]. Даже общие предупреждения («СМИ иногда не проверяют факты перед публикацией информации, которая оказывается неточной») могут сделать людей более восприимчивыми к последующим исправлениям информации. Было показано, что специальные предупреждения о том, что контент может быть ложным, могут снизить вероятность того, что люди поделятся этой информацией в Интернете [28].

Процесс инокуляции или «предварительное разоблачения» включает в себя предварительное опровержение, а также упреждающее разоблачение и следует биомедицинской аналогии [29]. Подвергая людей сильно ослабленной дозе методов, используемых в мизинформации (и упреждая их разоблачение), можно культивировать «когнитивные антитела». Например, благодаря объяснениям людям, как табачная промышленность выдвинула «фальшивых экспертов» в 1960-х годах для создания химерической научной «дискуссии» о вреде курения, люди становятся более устойчивыми к последующим попыткам убеждения при использовании той же вводящей в заблуждение аргументации в контексте изменения климата [30].

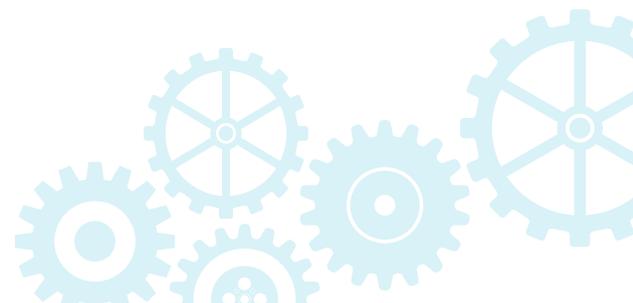
Эффективность инокуляции доказывалась неоднократно и на основании множества разных тем [30,31,32,33,34]. Недавно было показано, что инокуляция может быть расширена за счет привлечения мультимедийных приложений, таких как мультфильмы [35] и игры [36,37].

Простые шаги к повышению медиаграмотности

Простое поощрение людей к критической оценке информации во время ее чтения может снизить вероятность того, что они поверят неточной информации [38]. Оно также может помочь людям стать более разборчивыми в своем поведении при обмене информацией [39].

Обучение читателей конкретным стратегиям, которые помогут в этой критической оценке, может помочь людям развить важные привычки. К таким стратегиям относятся: принятие позиции «осторожного покупателя» в отношении всей информации в социальных сетях; замедление и обдумывание предоставленной информации, оценка ее достоверности в свете альтернатив [40,41]; всегда учитывать источники информации, в том числе их послужной список, опыт и мотивы [42]; и проверка утверждений (напр., посредством «латерального чтения» [43]) перед тем, как ими поделиться [44]. Латеральное чтение означает проверку других источников для оценки достоверности веб-сайта, а не попытку анализа самого сайта. Существует множество инструментов и предложений по повышению цифровой грамотности [45].

Вы не можете предположить, что люди спонтанно проявляют такое поведение [39]. Люди обычно не отслеживают, не оценивают и не используют достоверность источников в своих суждениях [10]. Однако, когда они это сделают, влияние мизинформации из менее надежных источников может быть уменьшено (см. следующее текстовое поле).



Стратегический ландшафт разоблачения

Если вы не можете предотвратить закрепление мизинформации, тогда у вас есть еще одна стрела в вашем колчане: разоблачение! Однако, прежде чем приступить к разоблачению, вам следует подумать о нескольких вещах.

У всех ограничено время и ресурсы, поэтому вам нужно выбирать между своими сражениями. Если миф не распространяется широко или не обладает потенциалом причинить вред сейчас или в будущем, то, возможно, нет смысла его развенчивать. Может быть, стоит инвестировать ваши усилия в другом направлении, и чем меньше будет сказано о неизвестном мифе, тем лучше.

Исправления информации должны указывать на мизинформацию, поэтому они обязательно повышают осведомленность о ней. Однако, если люди услышат мизинформацию в откорректированном варианте, это не причинит большого вреда, даже если эти исправления вводят миф, о котором они раньше не слышали [46]. Тем не менее, следует помнить о том, чтобы не подвергать посредством исправления информации необоснованному вниманию малозначимые мнения и утверждения о заговоре. Если никто не слышал миф о том, что ушная сера может растворять бетон, зачем исправлять его публично?

Разоблачители также должны помнить, что любое исправление информации обязательно усиливает риторический фрейм (т. е. набор «тем для разговора»), созданный кем-то другим. Вы не можете исправить чужой миф, не говоря о нем. В этом смысле любое исправление, даже если оно успешное, может иметь непредвиденные последствия, и выбор своего собственного фрейма может быть более полезным. Например, освещение огромного успеха и безопасности вакцины могло бы создать более позитивный набор тем для обсуждения, чем развеивание мифа, связанного с вакцинами [47]. И это ваши темы для разговора, а не чьи-то еще.



Кто должен разоблачать?

Успешная коммуникация зависит от доверия к коммуникатору.

Информация из источников, которые считаются заслуживающими доверия, обычно порождает более сильные убеждения [48] и является более убедительной [49,50]. По большому счету, это также верно и для мизинформации [51,52,53]. Однако доверие может иметь ограниченный эффект, когда люди обращают мало внимания на источник [54,55] или когда источниками являются новостные агентства, а не люди [56,57].

Достоверность источника также имеет значение для исправления мизинформации, хотя, возможно, в меньшей степени [51,53]. При разделении достоверности на надежность и опыт, предполагаемая надежность разоблачающего источника может иметь большее значение, чем его предполагаемый опыт [58,59]. Источники, пользующиеся высоким доверием с точки зрения обоих аспектов (напр., специалисты здравоохранения или проверенные медицинские организации), могут быть идеальным выбором [60,61,62].

Стоит иметь в виду, что надежность источника для одних групп будет иметь большее значение, чем для других, в зависимости от содержания и контекста [60,63]. Например, люди с негативным отношением к вакцинам не доверяют официальным источникам информации о вакцинах (включая общепризнанные организации здравоохранения) [64].

Адаптируйте сообщение к аудитории и используйте мессенджер, которому доверяет целевая группа [65]. Дискредитируйте источники дезинформации, имеющие корыстные интересы [53].

Неуловимые эффекты обратного результата

Десять лет назад ученые и специалисты-практики были обеспокоены тем, что исправления информации могут иметь «обратный эффект»; то есть по иронии судьбы укреплять заблуждения, а не уменьшать их. Недавние исследования развеяли эти опасения: обратные эффекты возникают лишь изредка, а риск возникновения в большинстве ситуаций ниже, чем предполагалось ранее.

Не воздерживайтесь от попыток разоблачить или исправить мизинформацию из опасения, что это приведет к обратным результатам или усилит веру в ложную информацию [66,67,68].

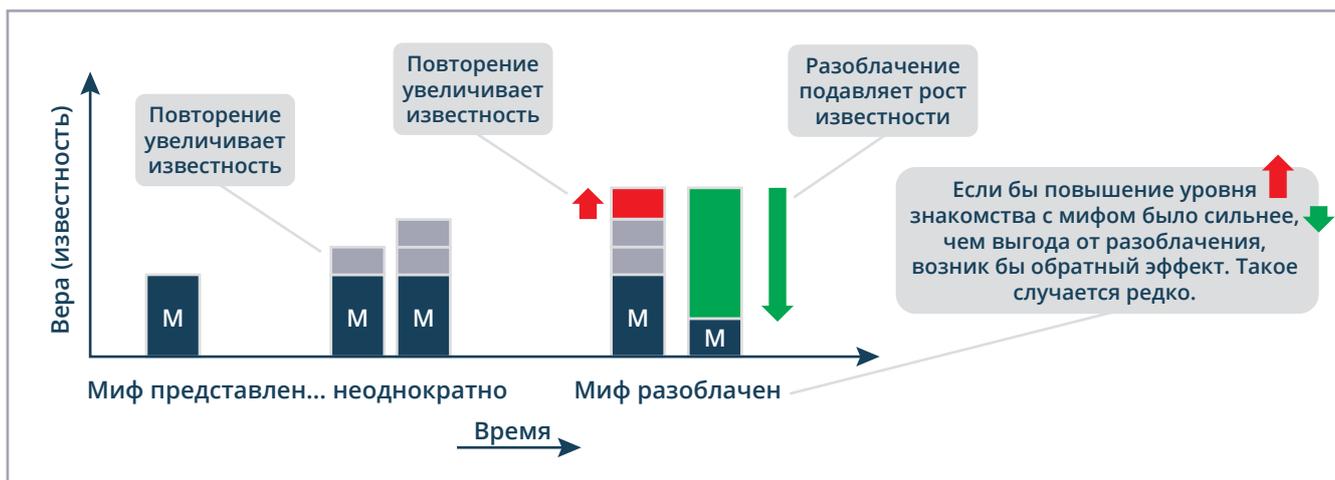
Определение

Эффект обратного результата: эффект обратного результата — это когда исправление непреднамеренно увеличивает уверенность в мизинформации или доверие к ней по сравнению с исходным уровнем до или без исправления информации.

«Эффекты обратного результата не так распространены, как мы привыкли думать. Мы не можем с уверенностью прогнозировать обстоятельства, при которых они происходят.»

Обратный эффект, основанный на знании

Повторение делает информацию более знакомой, и знакомая информация обычно воспринимается как более правдивая, чем новая информация (вышеупомянутый эффект иллюзии правды). Поскольку миф обязательно повторяется в процессе его развеивания, возникает риск того, что разоблачение может иметь неприятные последствия, поскольку миф становится более знакомым (см. рисунок ниже). Ранние данные подтверждали эту идею, но в последнее время исчерпывающие экспериментальные попытки вызвать обратный эффект только посредством использования знакомой информации ни к чему не привели [69,70]. Таким образом, повторение мизинформации, как правило, увеличивает узнаваемость и уровень правдивости, а повторение мифа при одновременном его развеивании оказалось безопасным во многих обстоятельствах и даже может сделать внесение исправлений в информацию более заметным и эффективным [71].



«Развеивание мифа делает его более знакомым, но разоблачение обычно подавляет рост узнаваемости».

Обратный эффект, основанный на переизбытке контраргументов

Этот эффект относится к идее о том, что предоставление «слишком большого количества» контраргументов против ложного утверждения может привести к непредвиденным последствиям или даже к обратным результатам. Однако единственное исследование, непосредственно посвященное изучению этого понятия, не нашло доказательств этого эффекта и вместо этого пришло к выводу, что большее количество соответствующих контраргументов обычно ведет к большему сокращению заблуждений [69].

Обратный эффект, основанный на мировоззрении

Предполагается, что обратный эффект, основанный на мировоззрении, возникает, когда исправление, которое ставит под сомнение мировоззрение людей, усиливает веру в мизинформацию. Хотя изначально были некоторые свидетельства обратного эффекта, основанного на мировоззрении [72], недавние исследования показывают, что это не повсеместный и устойчивый эмпирический феномен.



Личный опыт vs. доказательства

Хотя коммуникаторы могут наблюдать обратные эффекты в своей повседневной жизни, многие эксперименты показали, что на самом деле такое поведение необычно. Социологи все еще выясняют, почему одни люди «дают обратный эффект», а другие нет, и почему эти эффекты возникают в одних случаях, но не возникают в других. Однако накопленные к настоящему времени свидетельства ясно показывают, что обратный эффект, основанный на мировоззрении, не является достаточной причиной, чтобы избежать разоблачения и проверки фактов.

В ряде исследований не удалось получить обратного эффекта даже при теоретически благоприятных обстоятельствах [22,23,67,73,74]. Таким образом, хотя есть сведения об обратных эффектах, основанных на мировоззрении, которые возникают при определенных условиях (напр., когда республиканцам представлена информация о мерах по смягчению последствий изменения климата [75]), озабоченность по поводу них была непропорциональной.

Роль мировоззрения в подтверждении убеждений

Даже если обратные эффекты, основанные на мировоззрении, случаются нечасто, существуют другие способы, которыми мировоззрение может повлиять на разоблачение.

Мировоззрение может влиять на то, какой контент люди предпочитают потреблять [76,77,78]. Этот процесс избирательного воздействия может означать, что люди, в первую очередь, с большей вероятностью столкнутся с согласующимися с их мировоззрением ложными или вводящими в заблуждение утверждениями и, косвенно, с меньшей вероятностью будут подвергаться исправленной информации о таких утверждениях после воздействия. Например, один анализ показал, что 62% посещений веб-сайтов с фейковыми новостями приходится на 20% американцев, придерживающихся наиболее консервативной информационной диеты [77].

Эффективность исправлений информации частично зависит от желания получателя поверить заявлению. Активация групповой идентичности, вероятно, вызывает ограничения в том, как люди думают о проблеме — в зависимости от личности и проблемы, это может улучшить или усугубить неправильные представления и повлиять на то, кому человек поверит. Это подчеркивает важность использования инклюзивного языка и недопущения стигматизации групп за то, что они придерживаются неточных убеждений. Это может скорее поляризовать, чем произвести желаемое обновление.

Недавние исследования показывают, что, хотя (миз)информационные диеты могут различаться в зависимости от политического спектра, некоторые из только что описанных мотивированных процессов рассуждения могут быть симметричными для либералов и консерваторов [79].

«В целом, последние доказательства не дают оснований избегать разоблачения из-за боязни обратного эффекта. Разоблачение, вероятно, будет хотя бы частично эффективно, за исключением некоторых редких случаев, когда мировоззрение людей подвергается сомнению».

Разоблачайте часто и делайте это правильно

Сами по себе простые исправления информации вряд ли полностью избавят от мизинформации. Пометить что-то как сомнительное или полученное из ненадежного источника недостаточно в условиях повторяющихся воздействий.

Разоблачение имеет больше шансов быть успешным, если вы примените следующие 3 или 4 компонента:

ФАКТ	Если он ясный, содержательный и прилипчивый — сделайте его простым, конкретным и правдоподобным. Он должен «вписаться» в рассказ.
ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ О МИФЕ	Предупредите заранее, что скоро будет миф... упомяните об этом только один раз
ОБЪЯСНИТЕ ЗАБЛУЖДЕНИЕ	Объясните, как миф вводит в заблуждение.
ФАКТ	В завершении, подкрепите факт — если возможно, несколько раз. Убедитесь, что он дает альтернативное причинно-следственное объяснение.

ФАКТ: сначала заявите правду

Если это легко сделать несколькими четкими словами, сначала заявите, что является правдой. Это позволяет вам должным образом структурировать сообщение — вы управляете своими тезисами, а не чужими.

Лучшие исправления информации так же видны (в заголовках, а не спрятанные в вопросах), как и мизинформация.

Не полагайтесь на простое опровержение («это утверждение не соответствует действительности»).

Предоставление фактической альтернативы, то есть альтернативы, которая заполняет причинный «пробел» в объяснении того, что произошло, если мизинформация исправлена, является эффективным методом разоблачения. Наличие причинно-следственной альтернативы помогает «исключить» неточную информацию в первоначальном понимании человека и заменить ее новой версией того, что произошло.

Альтернатива не должна быть более сложной и должна иметь такую же объяснительную значимость, что и исходная мизинформация [1,80,81].

Однако могут быть обстоятельства, при которых факты содержат нюансы, которые невозможно кратко изложить. В таких случаях будет лучше начать с объяснения того, почему миф ложен, прежде чем объяснять факты.

МИФ: Укажите на мизинформацию

Повторите мизинформацию, только один раз, непосредственно перед ее корректировкой. Достаточно одного повтора мифа, чтобы вера возобновилась. [27,71,82,83].

Но следует избегать лишних повторений мизинформации: хотя обратный эффект случается редко, мы знаем, что повторение помогает информации казаться правдивой [84,85,86].

Исправления информации наиболее успешны, если люди подозрительно относятся (или их убедили подозрительно относиться) к источнику или намерениям мизинформации [87].

ЗАБЛУЖДЕНИЕ: Объясните, почему мизинформация неверна

Сопоставьте откорректированную информацию с ошибочной. Убедитесь, что опровержение четко и очевидно сочетается с мизинформацией. Для человека должно быть практически невозможно игнорировать, упустить из виду или не заметить откорректированный элемент, даже при беглом просмотре [27,88,89].

Вместо того, чтобы просто заявлять, что мизинформация является ложной, целесообразно подробно объяснить почему. Объясните: (1) почему ошибочная информация изначально считалась верной, (2) почему теперь ясно, что она неверна и (3) почему альтернативная верна [81,90,91]. Людям важно увидеть несоответствие, чтобы преодолеть его [71,83].

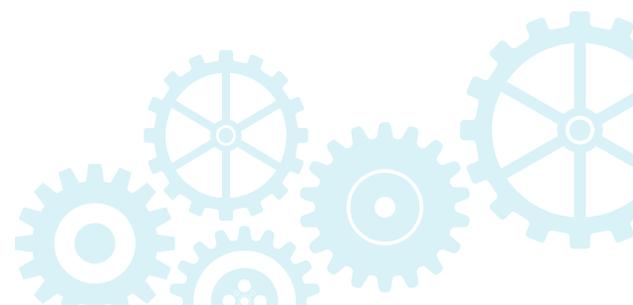
Такие подробные исправления информации с течением времени способствуют устойчивому изменению убеждений и защищают от регресса убеждений (т.е. возврата к убеждениям до корректировки [2,52,92]).

Если возможно, объясните, почему мизинформация неверна, не только предоставив фактическую альтернативу, но и указав на логические или аргументированные заблуждения, лежащие в основе мизинформации. Практическое преимущество раскрытия заблуждений [66] заключается в том, что они не зависят от предметной области, и поэтому люди могут извлечь выгоду из разоблачения и в других предметных областях. Как только вы узнаете, что мизинформация о климате основана на избирательном подходе [79] или непоследовательности [93], вы можете обнаружить аналогичные плохие аргументы среди активистов, выступающих против вакцинации.

ФАКТ: Снова заявите правду

Повторите факт еще раз, чтобы последнее, что люди воспримут, это был факт.

Даже с подробными опровержениями, эффекты со временем рассеются [3,52], так что будьте готовы к неоднократным разоблачениям!



Общие рекомендации:

Избегайте научного жаргона или сложного, технического языка [94].

Хорошо продуманные графики, видео, фотографии и другие семантические средства могут быть полезны для четкой и лаконичной передачи исправлений, включающих сложную или статистическую информацию [95,96,97].

Правда часто бывает сложнее, чем какое-то вирусное ложное утверждение. Вы должны приложить усилия для перевода сложных идей, чтобы они были легко доступны для целевой аудитории — чтобы их можно было легко прочитать, легко представить и легко вспомнить [98,99,100].

Коллективные действия: разоблачение в социальных сетях

Подталкивания к достоверности (напр., «большинство людей хотят получать точную информацию») и напоминания повышают качество решений, которые люди принимают в социальных сетях, делаясь информацией [39].

Мобилизуйте пользователей социальных сетей, чтобы они быстро реагировали на мизинформацию, делаясь фактами. Усилия платформы могут быть недостаточными для охвата объема или масштаба мизинформации; коррекция пользователями может сработать, если люди почувствуют смелость участвовать в ней [101,102].

**«Сосредоточьтесь на межличностных эффектах в онлайн-общении:
«Увидеть что-нибудь, сказать что-нибудь»» [102].**

У людей есть возможность в Интернете изменить ситуацию: исправления со стороны пользователей, экспертов и алгоритмов (напр., рекомендуя связанные статьи, содержащие исправления) могут быть эффективными в уменьшении ошибочного восприятия сообществом при реагировании на мизинформацию [103,104,105].

Наблюдение за тем, как кого-то в социальных сетях исправляют (известное как поправки с точки зрения наблюдателя), может способствовать более четкому отношению к различным темам [61].

И наоборот, отказ высказать свое мнение может привести к «спирали молчания» как для человека, которого поправляют, так и для наблюдателя, когда немое большинство уступает повествование голосистому, но мизинформированному меньшинству [106,107,108].



ФАКТ

Ученые наблюдают следы человеческой деятельности по всему нашему климату

Эффект потепления от парниковых газов, таких как двуокись углерода, подтвержден множеством доказательств. Самолеты и спутники измеряют меньше тепла, уходящего в космос, на точных длинах волн, где углекислый газ поглощает энергию. Верхняя атмосфера охлаждается, а нижняя нагревается — ярко выраженный след потепления, вызванного парниковым эффектом.

- Если он ясный, содержательный и прилипчивый, сделайте его простым, конкретным и правдоподобным.
- Предоставьте фактическую альтернативу, которая заполнит причинно-следственный «пробел», объяснив, что происходит, после того, как мизинформация исправлена.
- Не полагайтесь на простое опровержение («это утверждение не соответствует действительности»).

МИФ

Распространенный миф о климате заключается в том, что в прошлом климат всегда менялся естественным образом, поэтому современные его изменения также должны быть естественными.

- Предупредите, что скоро будет миф.
- Повторите мизинформацию, только один раз, непосредственно перед ее исправлением.

ЗАБЛУЖДЕНИЕ

Этот аргумент является заблуждением, потому что ошибочно предполагает, что, поскольку естественные факторы вызвали изменение климата в прошлом, то они должны быть причиной изменения климата всегда.

Эта логика аналогична тому, как если бы вы увидели убитое тело и пришли к выводу, что поскольку в прошлом люди умирали естественной смертью, значит, жертва убийства также должна была умереть естественной смертью.

- Объясните, как миф вводит людей в заблуждение.
- Укажите на логические или аргументативные заблуждения, лежащие в основе мизинформации.

ФАКТ

Подобно тому, как детектив находит улики на месте преступления, ученые обнаружили множество улик в измерениях климата, подтверждающих, что люди способствуют глобальному потеплению. Глобальное потепление, вызванное деятельностью человека, — измеряемый факт.

- Закончите подтверждением факта.
- Если возможно, повторите этот факт несколько раз.

1. Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420-1436.
2. Ecker, U. K. H., O'Reilly, Z., Reid, J. S., & Chang, E. P. (2020). The effectiveness of short-format refutational fact-checks. *British Journal of Psychology*, 111(1), 36-54.
3. Paynter, J., Luskin-Saxby, S., Keen, D., Fordyce, K., Frost, G., Imms, C., ... & Ecker, U. K. H. (2019). Evaluation of a template for countering misinformation—Real-world autism treatment myth debunking. *PLOS ONE*, 14, e0210746. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0210746>.
4. Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the post-truth era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6, 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
5. Southwell, B. G., Thorson, E. A., & Sheble, L. (2018). Misinformation among mass audiences as a focus for inquiry. In B. G. Southwell, E. A. Thorson, & L. Sheble (Eds.), *Misinformation and mass audiences* (pp. 1-14). Austin: University of Texas Press.
6. Gangarosa, E. J., Galazka, A. M., Wolfe, C. R., Phillips, L. M., Miller, E., Chen, R. T., & Gangarosa, R. E. (1998). Impact of anti-vaccine movements on pertussis control: the untold story. *The Lancet*, 351(9099), 356-361.
7. Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., Petit, A., Causier, C., East, A., ... & Bold, E. (2020). Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England. *Psychological Medicine*, 1-30. DOI 10.1017/s0033291720001890.
8. Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16, 107-112.
9. Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993.
10. Henkel, L. A., & Mattson, M. E. (2011). Reading is believing: The truth effect and source credibility. *Consciousness and Cognition*, 20(4), 1705-1721.
11. Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147, 1865-1880. DOI 10.1037/xge0000465.
12. Stanley, M. L., Yang, B. W., & Marsh, E. J. (2019). When the unlikely becomes likely: Qualifying language does not influence later truth judgments. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 118-129.
13. Unkelbach, C., & Greifeneder, R. (2018). Experiential fluency and declarative advice jointly inform judgments of truth. *Journal of Experimental Social Psychology*, 79, 78-86.
14. Brady, W., Gantman, A., & Van Bavel, J. (2020). Attentional capture helps explain why moral and emotional content go viral. *Journal of Experimental Psychology*, 149, 746-756. <https://doi.org/10.1037/xge0000673>
15. Lorenz-Spreen, P., Lewandowsky, S., Sunstein, C. R., & Hertwig, R. (2020). How behavioural sciences can promote truth and, autonomy and democratic discourse online. *Nature Human Behaviour*. DOI: 10.1038/s41562-020-0889-7.
16. Lyons, B., Merola, V., & Reifler, J. (2019). Not Just Asking Questions: Effects of Implicit and Explicit Conspiracy Information About Vaccines and Genetic Modification. *Health Communication*, 34, 1741-1750.
17. Marsh, E. J., & Fazio, L. K. (2006). Learning errors from fiction: Difficulties in reducing reliance on fictional stories. *Memory & Cognition*, 34, 1140-1149.
18. Rapp, D. N., Hinze, S. R., Slaten, D. G., & Horton, W. S. (2014a) Amazing stories: Acquiring and avoiding inaccurate information from fiction. *Discourse Processes*, 51, 50-74. doi:10.1080/0163853X.2013.855048.
19. Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H., & Zuckerman, E. (2017). Study: Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda. *Columbia Journalism Review*, 3, 2017.
20. Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20, 2028-2049.
21. Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society Open Science*, 4(3), 160802.
22. Swire-Thompson, B., Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Berinsky, A. J. (2020). They might be a liar but they're my liar: Source evaluation and the prevalence of misinformation. *Political Psychology*, 41, 21-34.
23. Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J., & Wood, T. J. (2020). Taking fact-checks literally but not seriously? The effects of journalistic fact-checking on factual beliefs and candidate favorability. *Political Behavior*, 42, 939-960.
24. Aird, M. J., Ecker, U. K., Swire, B., Berinsky, A. J., & Lewandowsky, S. (2018). Does truth matter to voters? The effects of correcting political misinformation in an Australian sample. *Royal Society open science*, 5(12), 180593.
25. Hamby, A. M., Ecker, U. K. H., & Brinberg, D. (2019). How stories in memory perpetuate the continued influence of false information. *Journal of Consumer Psychology*, 30, 240-259. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1135>.
26. MacFarlane, D., Tay, L. Q., Hurlstone, M. J., & Ecker, U. K. H. (2020). Refuting spurious COVID-19 treatment claims reduces demand and misinformation sharing. <https://doi.org/10.31234/osf.io/q3mkd>.
27. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Swire, B., & Chang, D. (2011). Correcting false information in memory: Manipulating the strength of misinformation encoding and its retraction. *Psychonomic Bulletin & Review*, 18(3), 570-578.

28. Mena, P. (2020). Cleaning up social media: The effect of warning labels on likelihood of sharing false news on Facebook. *Policy & Internet*, 12(2), 165-183.
29. McGuire, W. J., & Papageorgis, D. (1962). Effectiveness of forewarning in developing resistance to persuasion. *Public Opinion Quarterly*, 26, 24-34.
30. Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, 12(5): e0175799.
31. Amazeen, M.A. (2020). Resisting covert persuasion in digital news: Comparing inoculation and reactance in the processing of native advertising disclosures and article engagement intentions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. DOI 10.1177/1077699020952131.
32. Banas, J. A., & Rains, S. A. (2010). A meta-analysis of research on inoculation theory. *Communication Monographs*, 77, 281-311.
33. Compton, J. (2013). Inoculation theory. In J. Dillard & L. Shen (Eds.), *The SAGE handbook of persuasion: Developments in theory and practice* (pp. 220-236). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
34. van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges*, 1(2), 1600008.
35. Cook, J. (2020). *Cranky uncle vs. climate change*. New York: Citadel Press.
36. Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), 12.
37. Maertens, R., Roozenbeek, J., Basol, M., & van der Linden, S. (2020). Long-term effectiveness of inoculation against misinformation: Three longitudinal experiments. *Journal of Experimental Psychology: Applied*. <http://dx.doi.org/10.1037/xap0000315>.
38. Rapp, D.N., Hinze, S.R., Kohlhepp, K., & Ryskin, R.A. (2014b). Reducing reliance on inaccurate information. *Memory & Cognition*, 42, 11-26.
39. Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychological Science*, 31, 770-780.
40. Hinze, S.R., Slaten, D.G., Horton, W.S., Jenkins, R., & Rapp, D.N. (2014). Pilgrims sailing the Titanic: Plausibility effects on memory for facts and errors. *Memory & Cognition*, 42, 305-324.
41. Sinatra, G. M., & Lombardi, D. (2020). Evaluating sources of scientific evidence and claims in the post-truth era may require reappraising plausibility judgments. *Educational Psychologist*, 55, 120-131. DOI: 10.1080/00461520.2020.1730181.
42. Wineburg, S., McGrew, S., Breakstone, J., & Ortega, T. (2016). Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning. *Stanford Digital Repository*. Retrieved January, 8, 2018.
43. Wineburg, S., & McGrew, S. (2019). Lateral reading and the nature of expertise: Reading less and learning more when evaluating digital information. *Teachers College Record* 121(11).
44. Donovan, A.M., & Rapp, D.N. (2020). Look it up: Online search reduces the problematic effects of exposures to inaccuracies. *Memory & Cognition*, 48, 1128-1145.
45. Kozyreva, A., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (in press). Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges With Cognitive Tools. *Psychological Science in the Public Interest*.
46. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., & Chadwick, M. (2020). Can corrections spread misinformation to new audiences? Testing for the elusive familiarity backfire effect. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5, 41. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00241-6>.
47. Lakoff, G. (2010). *Moral politics: How liberals and conservatives think*. University of Chicago Press.
48. Kumkale, G. T., Albarracín, D., & Seignourel, P. J. (2010). The effects of source credibility in the presence or absence of prior attitudes: Implications for the design of persuasive communication campaigns. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(6), 1325-1356.
49. Cone, J., Flaharty, K., & Ferguson, M. J. (2019). Believability of evidence matters for correcting social impressions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116, 9802-9807. doi:10.1073/pnas.1903222116.
50. Pornpitakpan, C. (2004). The persuasiveness of source credibility: A critical review of five decades' evidence. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(2), 243-281.
51. Amazeen, M. A., & Krishna, A. (2020). Correcting vaccine misinformation: Recognition and effects of source type on misinformation via perceived motivations and credibility. <https://ssrn.com/abstract=3698102>.
52. Swire, B., Ecker, U. K. H., & Lewandowsky, S. (2017). The role of familiarity in correcting inaccurate information. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 43(12), 1948.
53. Walter, N., & Tukachinsky, R. (2020). A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: how powerful is it, why does it happen, and how to stop it?. *Communication Research*, 47(2), 155-177.
54. Sparks, J. R., & Rapp, D. N. (2011). Readers' reliance on source credibility in the service of comprehension. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 37(1), 230.
55. Albarracín, D., Kumkale, G. T., & Poyner-Del Vento, P. (2017). How people can become persuaded by weak messages presented by credible communicators: Not all sleeper effects are created equal. *Journal of Experimental Social Psychology*, 68, 171-180. doi:10.1016/j.jesp.2016.06.009.
56. Dias, N., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Emphasizing publishers does not effectively reduce susceptibility to misinformation on social media. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1. doi:10.37016/mr-2020-001.

57. Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of personality*, 88(2), 185-200.
58. Ecker, U. K. H., & Antonio, L. (2020). Can you believe it? An investigation into the impact of retraction source credibility on the continued influence effect. <https://doi.org/10.31234/osf.io/qt4w8>.
59. Guillory, J. J., & Geraci, L. (2013). Correcting erroneous inferences in memory: The role of source credibility. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 2(4), 201-209.
60. Durantini, M. R., Albarracín, D., Mitchell, A. L., Earl, A. N., & Gillette, J. C. (2006). Conceptualizing the influence of social agents of behavior change: A meta-analysis of the effectiveness of HIV-prevention interventionists for different groups. *Psychological Bulletin*, 132, 212-248. doi:10.1037/0033-2909.132.2.212.
61. Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication*, 39(5), 621-645.
62. van der Meer, T. G., & Jin, Y. (2020). Seeking formula for misinformation treatment in public health crises: The effects of corrective information type and source. *Health Communication*, 35(5), 560-575.
63. Cook, J., & Lewandowsky, S. (2016). Rational irrationality: Modeling climate change belief polarization using Bayesian networks. *Topics in Cognitive Science*, 8, 160-179. doi:10.1111/tops.12186.
64. Krishna, A. (2018). Poison or prevention? Understanding the linkages between vaccine-negative individuals' knowledge deficiency, motivations, and active communication behaviors. *Health Communication*, 33, 1088-1096.
65. Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669.
66. Schmid, P., & Betsch, C. (2019). Effective strategies for rebutting science denialism in public discussions. *Nature Human Behaviour*, 3(9), 931-939.
67. Wood, T., & Porter, E. (2019). The elusive backfire effect: Mass attitudes' steadfast factual adherence. *Political Behavior*, 41(1), 135-163.
68. Porter, E., & Wood, T. J. (2019). *False Alarm: The Truth About Political Mistruths in the Trump Era*. Cambridge University Press.
69. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Jayawardana, K., & Mladenovic, A. (2019). Refutations of equivocal claims: No evidence for an ironic effect of counterargument number. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8, 98-107.
70. Swire-Thompson, B., DeGutis, J., & Lazer, D. (2020). Searching for the backfire effect: Measurement and design considerations. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. DOI 10.1016/j.jarmac.2020.06.006.
71. Ecker, U. K. H., Hogan, J. L., & Lewandowsky, S. (2017). Reminders and repetition of misinformation: Helping or hindering its retraction? *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(2), 185-192.
72. Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330.
73. Ecker, U., Sze, B., & Andreotta, M. (2020). No effect of partisan worldview on corrections of political misinformation. <https://doi.org/10.31234/osf.io/bszm4>.
74. Haglin, K. (2017). The limitations of the backfire effect. *Research & Politics*, 4(3), 2053168017716547.
75. Hart, P. S., & Nisbet, E. C. (2012). Boomerang effects in science communication: How motivated reasoning and identity cues amplify opinion polarization about climate mitigation policies. *Communication research*, 39, 701-723.
76. Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378.
77. Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. *Nature human behaviour*, 4(5), 472-480.
78. Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., & Merrill, L. (2009). Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin*, 135, 555-588.
79. Lewandowsky, S., & Oberauer, K. (2016). Motivated rejection of science. *Current Directions in Psychological Science*, 25, 217-222.
80. Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., & Tang, D. T. (2010). Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation. *Memory & Cognition*, 38(8), 1087-1100.
81. Seifert, C. M. (2002) The continued influence of misinformation in memory: What makes a correction effective? *Psychology of Learning and Motivation*, 44, 265-292.
82. Guzzetti, B. J. (2000). Learning counter-intuitive science concepts: What have we learned from over a decade of research? *Reading & Writing Quarterly*, 16, 89-98.
83. Kendeou, P., & O'Brien, E. J. (2014). The Knowledge Revision Components (KReC) framework: Processes and mechanisms. In D. Rapp, & J. Braasch (Eds.), *Processing Inaccurate Information: Theoretical and Applied Perspectives from Cognitive Science and the Educational Sciences*, Cambridge: MIT.
84. Begg, I. M., Anas, A., & Farinacci, S. (1992). Dissociation of processes in belief: Source recollection, statement familiarity, and the illusion of truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 121(4), 446.
85. Brashier, N. M., Eliseev, E. D., & Marsh, E. J. (2020). An initial accuracy focus prevents illusory truth. *Cognition*, 194, 1040.
86. Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993.

87. Fein, S., McCloskey, A. L., & Tomlinson, T. M. (1997). Can the jury disregard that information? The use of suspicion to reduce the prejudicial effects of pretrial publicity and inadmissible testimony. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(11), 1215-1226.
88. Elsey, J. W., & Kindt, M. (2017). Tackling maladaptive memories through reconsolidation: From neural to clinical science. *Neurobiology of Learning and Memory*, 142, 108-117.
89. Kendeou, P., Butterfuss, R., Kim, J., & Van Boekel, M. (2019). Knowledge Revision Through the Lenses of the Three-Pronged Approach. *Memory & Cognition*, 47, 33-46.
90. Chan, M. P. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracin, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531-1546.
91. Kendeou, P., Smith, E. R., & O'Brien, E.J. (2013). Updating during reading comprehension: Why causality matters. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 39, 854-865.
92. Rich, P. R., & Zaragoza, M.S. (2020). Correcting Misinformation in News Stories: An Investigation of Correction Timing and Correction Durability. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.04.001>.
93. Lewandowsky, S., Cook, J., & Lloyd, E. (2018). The 'Alice in Wonderland' mechanics of the rejection of (climate) science: simulating coherence by conspiracism. *Synthese*, 195, 175-196.
94. Oppenheimer, D. M. (2006). Consequences of erudite vernacular utilized irrespective of necessity: Problems with using long words needlessly. *Applied Cognitive Psychology*, 20, 139-156.
95. Fenn, E., Ramsay, N., Kantner, J., Pezdek, K., & Abed, E. (2019). Nonprobative photos increase truth, like, and share judgments in a simulated social media environment. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(2), 131-138.
96. Newman, E. J., Garry, M., Bernstein, D. M., Kantner, J., & Lindsay, D. S. (2012). Nonprobative photographs (or words) inflate truthiness. *Psychonomic Bulletin & Review*, 19(5), 969-974.
97. Newman, E. J., Garry, M., Unkelbach, C., Bernstein, D. M., Lindsay, D. S., & Nash, R. A. (2015). Truthiness and falsiness of trivia claims depend on judgmental contexts. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 41(5), 1337.
98. Alter, A. L., & Oppenheimer, D. M. (2009). Uniting the tribes of fluency to form a metacognitive nation. *Personality and Social Psychology Review*, 13, 219-235. doi: 10.1177/1088868309341564.
99. Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 8(3), 338-342.
100. Schwarz, N., Newman, E., & Leach, W. (2016). Making the truth stick and the myths fade: Lessons from cognitive psychology. *Behavioral Science & Policy*, 2(1), 85-95.
101. Becker, J., Porter, E., & Centola, D. (2019). The wisdom of partisan crowds. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116, 10717-10722.
102. Bode, L., & Vraga, E. K. (2018). See something, say something: Correction of global health misinformation on social media. *Health Communication*, 33(9), 1131-1140.
103. Bode, L., & Vraga, E. K. (2015). In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media. *Journal of Communication*, 65(4), 619-638.
104. Clayton, K., Blair, S., Busam, J. A., Forstner, S., Gance, J., Green, G., ... & Sandhu, M. (2019). Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior*, 1-23.
105. Vraga, E. K., Kim, S. C., Cook, J., & Bode, L. (2020). Testing the Effectiveness of Correction Placement and Type on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, 1940161220919082.
106. McKeever, B.W., McKeever, R., Holton, A.E., & Li, J.Y. (2016). Silent majority: Childhood vaccinations and antecedents to communicative action. *Mass Communication and Society*, 19(4), 476-498. DOI: 10.1080/15205436.2016.1148172.
107. Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
108. Van Duyn, E. (2018). Hidden democracy: political dissent in rural America. *Journal of Communication*, 68, 965-987.

