



manuale della demistificazione



**come sfatare
i miti della
disinformazione**

John Cook
Stephan Lewandowsky

Autori:

John Cook, Global Change Institute, Università del Queensland

Stephan Lewandowsky, Facoltà di Psicologia, Università dell'Australia Occidentale



Prima edizione novembre 2011.

Seconda Versione pubblicata il 23 gennaio 2012.

Traduzione di Federico Antognazza e Silvia Guidali
per Italian Climate Network (<http://www.italiaclima.org>)



Per ulteriori informazioni consultate il sito: <http://sks.to/debunk>

Per citare l'articolo:

Cook, J., Lewandowsky, S. (2011), The Debunking Handbook. St. Lucia, Australia: University of Queensland. November 5. ISBN 978-0-646-56812-6. [<http://sks.to/debunk>]

Sfatare i miti è problematico. A meno che non si presti grande attenzione, qualsiasi sforzo per smascherare la disinformazione può inavvertitamente rafforzare proprio quei miti che si cerca di correggere. Per evitare questi “effetti di ritorno di fiamma” un’efficace confutazione richiede tre elementi principali. Primo, la confutazione deve concentrarsi sui fatti centrali piuttosto che sul mito stesso per evitare che l’informazione errata diventi più familiare. Secondo, qualsiasi riferimento a un mito deve essere preceduto da avvertimenti espliciti per far sapere al lettore che l’informazione che segue è falsa. Infine, la confutazione deve includere una spiegazione alternativa che renda conto delle caratteristiche importanti presenti nell’informazione errata originaria.

Sfatare il primo mito sulla demistificazione

È ovvio che le società democratiche debbano basare le proprie decisioni su informazioni accurate. Su molte questioni, tuttavia, informazioni errate possono radicarsi in settori della comunità, in particolare quando sono coinvolti interessi acquisiti.^{1,2} Ridurre l’influenza della disinformazione è una sfida difficile e complessa.

Una comune convinzione errata sui miti è che, per rimuoverne l’influenza, sia sufficiente riempire la testa della gente con un maggior numero di informazioni. Questo tipo di approccio presuppone che le errate percezioni da parte del pubblico siano dovute a una mancanza di conoscenza e che la soluzione sia quella di fornire maggiori informazioni – nella comunicazione scientifica ciò è conosciuto come “Information Deficit Model” (modello del deficit di informazione). Ma quel modello è errato: le persone non elaborano le informazioni semplicemente come un disco rigido che scarica dati.

Confutare un’informazione errata implica il coinvolgimento di processi cognitivi complessi. Per riuscire a trasmettere conoscenze, i comunicatori hanno bisogno di comprendere come le persone elaborano le informazioni, come modificano le conoscenze esistenti e come le diverse visioni del mondo influenzano la loro abilità di pensare razionalmente. Non importa solo cosa pensa la gente ma anche come pensa.

Innanzitutto chiariamo che cosa intendiamo con la definizione “disinformazione” o “informazione errata”. Utilizziamo questi termini per riferirci a qualsiasi informazione che le persone hanno acquisito e che si rivela essere scorretta, indipendentemente dal perché e da come questa informazione sia stata acquisita inizialmente. Siamo interessati ai processi cognitivi che regolano il modo in cui le persone elaborano le correzioni alle informazioni che hanno già acquisito: se si scopre che qualcosa in cui si credeva è sbagliato, come si aggiornano le conoscenze e la memoria?

Una volta che le persone hanno ricevuto un’informazione errata è piuttosto difficile rimuoverne l’influenza.

Quanto sopra è stato dimostrato in un esperimento condotto nel 1994, durante il quale ad alcune persone furono sottoposte informazioni errate riguardo a un incendio fittizio in un magazzino e venne loro in seguito fornita una correzione che chiariva le parti della storia errate.³ Nonostante ricordassero e accettassero la correzione, le persone mostravano ancora un effetto permanente, e facevano riferimento all’informazione errata quando rispondevano a domande riguardo quella storia.

E’ possibile eliminare completamente l’influenza della disinformazione?

Le prove indicano che, per quanto energicamente e ripetutamente correggiamo l’informazione errata, per esempio iterando più volte la correzione, l’influenza rimane rilevabile.⁴ Quando si dice “è dura cambiare la testa alla gente” si colpisce nel segno.

C’è anche una complicazione aggiuntiva. Non solo l’informazione errata è difficile da rimuovere, ma sfatare un mito può in realtà portare a rafforzarlo nella mente delle persone. Sono stati osservati molti “effetti di ritorno di fiamma” differenti, che derivano dall’aver reso i miti più familiari,^{6,7} dall’aver fornito troppe argomentazioni,⁷ o prove che minacciano la visione del mondo di un individuo.⁸

L’ultima cosa che si vorrebbe fare quando si cerca di smascherare un’informazione errata è sbagliare e peggiorare le cose. Questo manuale ha un obiettivo specifico: fornire consigli pratici per smascherare la disinformazione ed evitare i diversi effetti di ritorno di fiamma. Per giungere a ciò è necessaria una comprensione dei relativi processi cognitivi. Spiegheremo alcune delle ricerche psicologiche più interessanti in questo campo e termineremo con l’esempio di un’efficace confutazione di una credenza comune.

Non importa
solo cosa
pensa la
gente ma
anche come
pensa

The Familiarity Backfire Effect, ovvero il “Ritorno di Fiamma di Temi Familiari”

Spesso bisogna menzionare un mito per sfatarlo, altrimenti come le persone possono sapere di che cosa si sta parlando? Questo, tuttavia, fa sì che esse familiarizzino di più con il mito e quindi lo accettino con maggiore probabilità come vero. Questo significa che sfatare un mito può in realtà rafforzarlo nella mente della gente?

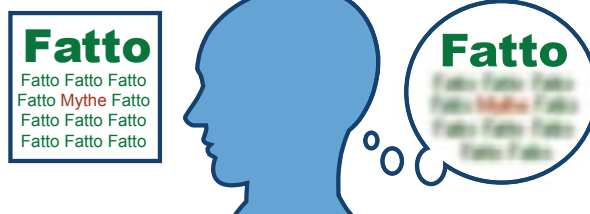
Per verificare questo effetto di ritorno di fiamma, ad alcune persone è stato mostrato un volantino che sfatava le più comuni credenze riguardo ai vaccini antinfluenzali.⁵ In seguito, è stato chiesto loro di separare le credenze dai fatti. Quando venivano interrogate subito dopo aver letto il volantino, le persone identificavano correttamente le credenze.

Quando però venivano interrogate 30 minuti dopo aver letto il volantino alcune di queste persone ottenevano punteggi inferiori rispetto a poco dopo la lettura del volantino. La demistificazione rafforzava i miti stessi.

Quindi l'effetto di ritorno di fiamma è reale. La forza trainante risiede nel fatto che la familiarità aumenta le possibilità di accettare un'informazione come vera. Immediatamente dopo aver letto il volantino, le persone ricordavano i dettagli che avevano sfatato i miti e li identificavano con successo. Con il passare del tempo, tuttavia, il ricordo dei dettagli si affievoliva e tutto ciò che le persone ricordavano era il mito senza “l'etichetta” che lo identificava come falso. Questo effetto è particolarmente potente negli adulti di età più avanzata perché nei loro ricordi sono più predisposti a dimenticare i dettagli.

Come si fa ad evitare di causare l'effetto “Ritorno di Fiamma di Temi Familiari”?

Idealmente, evitando di menzionare il mito mentre si cerca di correggerlo. Quando si cerca di contrastare un'informazione errata, l'approccio migliore è quello di concentrarsi sui fatti che si desidera comunicare.



A volte non menzionare il mito è impraticabile. In questo caso, l'enfasi della demistificazione deve essere posta sui fatti. La tecnica sovente applicata di sottolineare la demistificazione a caratteri cubitali, in grassetto, è l'ultima cosa da fare. Al contrario comunicate il fatto principale nel titolo. La demistificazione deve iniziare con l'enfasi sui fatti, non sul mito. L'obiettivo è quello di accrescere la familiarità delle persone con i fatti.

L'approccio migliore è concentrarsi sui fatti che si desidera comunicare



Esempio di come sfatare un mito sul clima

Il sole e il clima procedono in direzioni opposte

Negli ultimi decenni di riscaldamento globale, il sole ha mostrato una lieve tendenza al raffreddamento. Il sole e il clima stanno procedendo in direzioni opposte. Ciò ha portato numerosi scienziati ad affermare in modo indipendente che il sole non può essere la causa del recente riscaldamento globale.

Uno dei miti più comuni e persistenti sostiene che il sole sia la causa del riscaldamento globale

Il mito seleziona quei dati relativi al riscaldamento globale che mostrano periodi del passato in cui il sole e il clima procedevano nella stessa direzione ma ignora gli ultimi decenni in cui i due divergono.

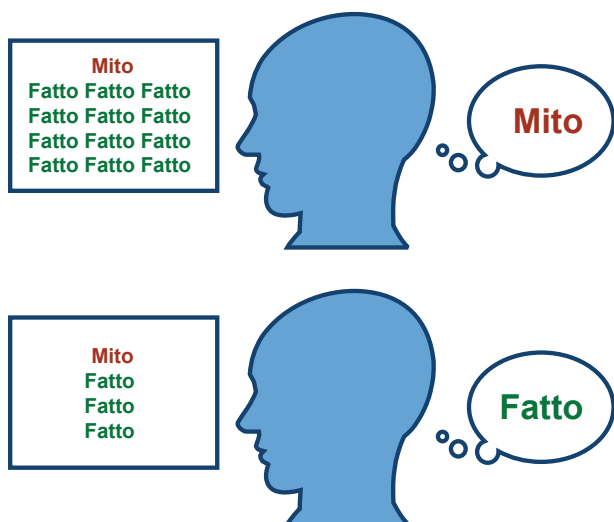
- Il fatto principale è enfatizzato nel titolo
- I fatti principali rafforzati nel testo iniziale
- Mito
- Spiegazione di come il mito ci trae in inganno (per la spiegazione alternativa vedere pag. 5)

L'Overkill Backfire Effect , ovvero "l' Effetto Contraccolpo dell'Esagerazione"

Un principio cui i comunicatori scientifici spesso vengono meno è quello di rendere il messaggio facile da elaborare. Questo significa facile da leggere, semplice da capire e conciso. Le informazioni che sono facili da elaborare hanno maggiori probabilità di essere accettate come vere.⁷ Ad esempio, semplicemente potenziando il contrasto di un font stampato in modo che sia più facile da leggere può aumentare l'accettazione della verità di un'affermazione.⁹

E' opinione comune che, maggiori controargomentazioni si forniscono più successo si avrà nello sfatare un mito. Risulta che può essere vero che l'opposto. Quando si tratta di confutare un'informazione errata, meno si dice meglio è.

Avanzare tre argomentazioni, per esempio, può portare a ottenere un risultato migliore nel ridurre i fraintendimenti rispetto all'avanzare dodici argomentazioni che possono poi finire per rafforzare il fraintendimento iniziale.⁷



L'Overkill Backfire Effect, ovvero "l'Effetto Contraccolpo dell'Esagerazione" si verifica perché l'elaborazione di molte argomentazioni richiede uno sforzo maggiore rispetto a considerarne poche. Un mito semplice, è cognitivamente più attraente di una correzione esageratamente complicata.

Un mito semplice è cognitivamente più attraente di una correzione esageratamente complicata. L'approccio migliore è quello di concentrarsi sui fatti che intendete comunicare.

La soluzione è quella di mantenere il messaggio snello, di livello intermedio e facile da leggere. Rendere il contenuto semplice da elaborare significa usare ogni strumento disponibile. Usate un linguaggio semplice, frasi brevi, sottotitoli e paragrafi. Evita un linguaggio sensazionalistico e commenti sprezzanti che allontanano le persone. Attieniti ai fatti. Termina con un messaggio forte e semplice che le persone ricorderanno e twitteranno ai loro amici, del tipo: "97 scienziati che si occupano del clima su 100 concordano sul fatto che l'uomo sta causando il surriscaldamento globale" oppure "Uno studio dimostra che i vaccini MMR sono sicuri". Ogniqualvolta è possibile, usate i grafici per illustrare i vostri punti.

Gli scienziati per lungo tempo hanno seguito l'Information Deficit Model, ovvero il "modello del deficit di informazione" che afferma come le persone sostengano opinioni erronee perché non possiedono tutte le informazioni. Ma troppe informazioni possono avere un effetto contrario. Rimanete invece fedeli al principio KISS "Keep It Simple, Stupid!" ("Falla semplice, sciocco"n.d.T.)

Avere la botte piena e la moglie ubriaca

Scrivere in modo semplice comporta il rischio di sacrificare gli aspetti complessi e le sfumature dei concetti che si intende comunicare. Sul sito web di Skeptical Science, otteniamo il meglio di entrambi gli approcci pubblicando confutazioni a diversi livelli. Le versioni di base sono scritte utilizzando un testo inglese breve ed essenziale, con grafica

semplificata. Sono inoltre disponibili le versioni più tecniche "Intermedia" e "Avanzata" che utilizzano un linguaggio tecnico e spiegazioni dettagliate. Le icone utilizzate per le schede di navigazione del sito sono impiegate come suggerimenti visivi per denotare il livello tecnico di ogni confutazione.

Selezionare un livello...

● Base

■ Intermedio

◆ Avanzato

Negli ultimi decenni di riscaldamento globale il sole e il clima procedono in direzioni opposte

The Worldview Backfire Effect, ovvero il “Ritorno di Fiamma della Visione del Mondo”

Il terzo e forse più potente effetto di ritorno di fiamma avviene con argomenti collegati alle visioni del mondo delle persone e al loro concetto di identità culturale. Molti processi cognitivi possono fare in modo che le persone elaborino inconsciamente le informazioni in modo non obiettivo. Per coloro che hanno opinioni ben radicate, l'affrontare controargomentazioni può indurre a rafforzare il proprio punto di vista.

Un processo cognitivo che contribuisce a questo effetto è il cosiddetto Confirmation Bias, ovvero il Bias di Conferma, in base al quale le persone scelgono selettivamente quelle informazioni che sostengono i propri punti di vista.

Nel corso di un esperimento, ad alcune persone vennero sottoposte informazioni su questioni scottanti come il controllo delle armi o la lotta per i diritti civili. Ogni pacchetto di informazioni venne identificato con la relativa fonte, che indicava chiaramente se l'informazione era a favore o contraria (ad esempio: la National Rifle Association contro la Citizens Against Handguns). Sebbene fosse stato richiesto di rimanere imparziali, i soggetti optarono per quelle fonti che concordavano con i rispettivi punti di vista preesistenti.

Lo studio rivelò che anche quando viene presentato un insieme bilanciato di fatti, le persone rinforzano le opinioni preesistenti gravitando attorno ad informazioni sulle quali concordano. La polarizzazione era maggiore tra coloro che avevano opinioni fortemente radicate.¹⁰

Che cosa accade quando viene eliminato quell'elemento di scelta e viene presentato qualcuno che ha argomentazioni contrarie alla loro visione del mondo? In questo caso, il processo cognitivo che si evidenzia è quello del Disconfirmation Bias (fattore di negazione), il fattore speculare del Confirmation Bias.

E' qui che le persone trascorrono un periodo di tempo più lungo e pensano attivamente a come dibattere le argomentazioni opposte.⁸

Questo processo venne dimostrato quando, ai Repubblicani che credevano che Saddam Hussein fosse implicato negli attacchi terroristici dell'11 settembre, vennero fornite prove che non vi era alcun collegamento tra le due cose, tra cui una dichiarazione dello stesso Presidente George Bush.¹¹ Solo il 2% dei partecipanti cambiò opinione (sebbene curiosamente il 14 % negasse di aver inizialmente creduto al collegamento). La stragrande maggioranza rimase

radicata all'idea di un legame tra l'Iraq e l'11 settembre, utilizzando una serie di argomentazioni per ignorare l'evidenza. La risposta più comune fu un atteggiamento d'irrigidimento – rievocare fatti a supporto ignorando qualsiasi fatto contrario alla propria convinzione.

Il processo di mettere in evidenza i fatti a supporto ha avuto come risultato quello di rafforzare la convinzione erronea delle persone. Se i fatti non possono far recedere una persona dalle proprie convinzioni preesistenti – e talvolta possono peggiorare le cose – in che modo possiamo ridurre l'effetto della disinformazione? Ci sono due principi che ci fanno sperare.

Primo, l'effetto di ritorno di fiamma della visione del mondo è più forte in coloro che hanno già opinioni radicate, perciò si avrà una maggiore possibilità di correggere le informazioni errate tra coloro che non hanno opinioni così radicate su questioni scottanti. Questo suggerisce che le azioni debbano essere dirette alla maggioranza indecisa piuttosto che alla minoranza inamovibile.

Secondo, i messaggi possono essere presentati secondo modalità che riducono la consueta resistenza psicologica. Per esempio, quando i messaggi che minacciano la visione del mondo sono combinati alla cosiddetta auto-affermazione, le persone diventano più equilibrate nel considerare le informazioni a favore o contrarie.^{12,13}

L'auto-affermazione può essere raggiunta chiedendo alle persone di scrivere alcune frasi relative a un momento in cui si sono sentite bene con loro stesse perché hanno agito per un valore da loro ritenuto importante. Le persone diventano allora più ricettive verso i messaggi che altrimenti potrebbero minacciare le loro visioni del mondo, rispetto a coloro che non hanno ricevuto alcun tipo di auto-affermazione. E' interessante notare che "l'effetto di auto-affermazione" è più forte per coloro che considerano l'ideologia centrale per il proprio concetto di autostima.

Un altro modo in cui l'informazione può essere resa più accettabile è quella di "inquadrala" in modo che sia meno minacciosa per la visione del mondo di un soggetto. Per esempio, i Repubblicani potrebbero accettare meglio un'identica imposta chiamata "compensazione di anidride carbonica" piuttosto che "tassa", mentre questa definizione ha scarso effetto sui Democratici o gli Indipendenti – perché i valori di questi ultimi non sono messi in discussione dalla parola "tassa".¹⁴

Coloro che hanno opinioni fortemente radicate, una volta confrontati con contro-argomentazioni, possono giungere a rafforzare le proprie convinzioni.

Colmare le lacune con una spiegazione alternativa

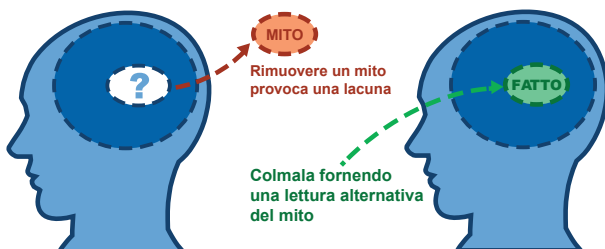
Supponendo che riusciate a superare i vari effetti “di ritorno di fiamma”, qual è il modo più efficace per sfatare una credenza? La sfida risiede nella difficoltà di rimuovere un'informazione scorretta una volta che essa è entrata nella mente di qualcuno. Ciò accade anche quando le persone ricordano e accettano una correzione ed è stato dimostrato in un esperimento in cui alcune persone avevano letto un rapporto fittizio di un incendio in un magazzino.^{15,16,3}

Erano state citate vernice e bombole di gas insieme a esplosioni. Successivamente era stato chiarito che la vernice e le bombole di gas non erano presenti sul luogo dell'incendio. Anche quando le persone ricordavano e accettavano questa correzione, continuavano a citare la vernice o le bombole di gas quando venivano loro poste domande sull'incendio.

Quando veniva chiesto loro: “Perché pensa che ci sia stato così tanto fumo?”, sistematicamente le persone menzionavano la vernice ad olio sebbene avessero appena ammesso che non era presente.

Quando la gente ascolta un'informazione scorretta si costruisce un modello mentale, con il mito che ne fornisce una spiegazione. Quando il mito viene sfatato rimane una lacuna nel modello mentale. Per affrontare questo dilemma la gente preferisce un modello scorretto rispetto ad un modello incompleto. In assenza di una spiegazione migliore, le persone optano per la spiegazione erronea.¹⁷

Nell'esperimento dell'incendio nel magazzino, quando era stata fornita una spiegazione alternativa che contemplava una sostanza infiammabile e un accelerante, vi era una minore probabilità che le persone citassero la vernice e le bombole di gas quando venivano interrogate sull'incendio. Il modo più efficace per ridurre l'effetto di un'informazione scorretta è quello di fornire una spiegazione alternativa per gli eventi inclusi nell'informazione errata.



Rimuovere un mito provoca una lacuna. Colmala fornendo una lettura alternativa del mito.

Questa strategia viene illustrata in modo particolarmente chiaro nei processi per omicidio simulati. Accusare un sospetto alternativo riduceva di gran lunga il numero di verdetti di colpevolezza da parte dei partecipanti che ricoprivano il ruolo di giurati, rispetto alle strategie difensive che semplicemente spiegavano il motivo per cui l'imputato

non era colpevole.¹⁸

Perché l'alternativa sia accettata essa deve essere plausibile e spiegare tutti i tratti osservati dell'evento.^{19,15}

Quando si sfata un mito si crea una lacuna nella mente di una persona e, per essere efficace, l'azione di demistificazione deve colmare quella lacuna. Una lacuna che può richiedere di essere colmata è spiegare perché quella credenza è sbagliata. Questo scopo può venire raggiunto esponendo le tecniche retoriche utilizzate per disinformare. Un comodo riferimento riguardo le tecniche comuni a molti movimenti che negano il consenso scientifico si trova nel Negazionismo: cos'è e come dovrebbero replicare gli scienziati?²⁰

Queste tecniche includono: la scelta accurata, le teorie della cospirazione e falsi esperti.

Un'altra tecnica narrativa alternativa potrebbe essere quella di indicare perché il mistificatore ha sostenuto quel mito.

E' stato dimostrato che sollevare sospetti sulla fonte della disinformazione riduce ulteriormente l'influenza dell'informazione scorretta.^{21,22}

Un altro elemento chiave per un'efficace confutazione è quello di usare un avvertimento esplicito (del tipo: “attenzione, potresti essere tratto in inganno”) prima di menzionare il mito. Esperimenti con diverse strutture di confutazione hanno rilevato che la

combinazione più efficace comprendeva una spiegazione alternativa e un avvertimento esplicito.¹⁷

Anche i grafici sono una parte importante della strumentazione del demistificatore e sono significativamente più efficaci di un testo nel ridurre i fraintendimenti.

Quando le persone leggono una smentita che entra in conflitto con le loro convinzioni, si appigliano alle ambiguità per costruire un'interpretazione alternativa. I grafici forniscono più chiarezza e meno opportunità di un'interpretazione scorretta. Quando è stato condotto uno studio su persone che si erano autodefinito repubblicane circa le loro opinioni sul riscaldamento globale, un numero significativamente più elevato ha accettato la teoria del riscaldamento globale quando è stato mostrato un grafico riportante le tendenze delle temperature rispetto a coloro ai quali era stata fornita una descrizione scritta del fenomeno.¹³

Un altro studio ha dimostrato come, quando sono stati mostrati punti dati che rappresentavano la temperatura di superficie, le persone hanno correttamente riconosciuto una tendenza al riscaldamento a dispetto delle proprie opinioni riguardo al fenomeno del riscaldamento globale.²³ Se il vostro contenuto può essere espresso visivamente, optate sempre per un grafico nella vostra confutazione .

Anatomia di un'efficace demistificazione

Riunendo tutti i differenti capi, un'efficace demistificazione richiede:

- **I fatti principali** — una confutazione deve enfatizzare i fatti, non il mito. Presentate solo i fatti principali per evitare l'Overkill Backfire Effect, ovvero "il contraccolpo dell'esagerazione"
- **Avvertimenti espliciti** — prima di fare qualunque accenno al mito, testi o indicazioni visive devono avvertire che l'informazione che segue è falsa;
- **Spiegazione alternativa** — qualsiasi lacuna lasciata dall'azione di demistificazione deve essere colmata. Ciò può essere fatto fornendo

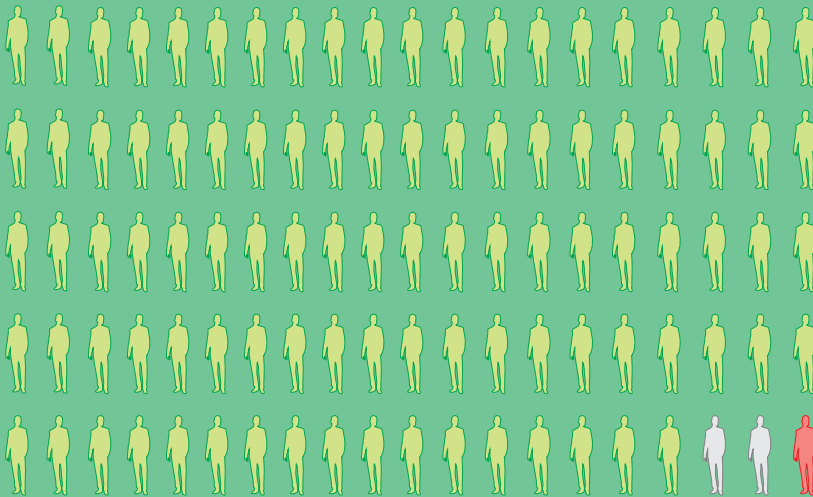
una spiegazione causale alternativa sul motivo per cui il mito è sbagliato e, in via opzionale, perché i mistificatori abbiano originariamente sostenuto il mito;

- **Grafici** — I fatti principali devono essere mostrati graficamente, se possibile.

L'esempio che segue sfata il mito secondo il quale non ci sia alcun consenso scientifico riguardo il riscaldamento globale causato dall'uomo perché 31.000 scienziati hanno firmato una petizione nella quale si afferma che non vi è prova che l'attività antropica possa alterare il clima.

97 esperti climatici su 100 concordano sul fatto che l'uomo stia causando il riscaldamento globale.

Molte ricerche indipendenti riscontrano che il 97% dei climatologi che hanno in corso di pubblicazione ricerche peer-reviewed sul clima, concordano nell'affermare che l'uomo sta provocando il riscaldamento globale.



Oltre a questo schiacciante consenso, anche le Accademie Nazionali delle scienze di tutto il mondo sostengono l'idea del consenso sul fatto che l'uomo abbia causato il riscaldamento globale così come espresso dal Comitato Intergovernativo per i Cambiamenti Climatici (IPCC).

Tuttavia, i movimenti che negano un consenso scientifico unanime hanno sempre cercato di gettare dubbi sul fatto un consenso esista. Una tecnica è quella di usare falsi esperti, citando scienziati che hanno un'esperienza scarsa o nulla in quel particolare campo scientifico.

Per esempio il Progetto di Petizione dell'Oregon Institute of Science and Medicine (OISM) sostiene che 31.000 scienziati sono in disaccordo riguardo al consenso scientifico sul riscaldamento globale.

Tuttavia, circa il 99,9% degli scienziati elencati nel progetto di petizione non sono climatologi. La petizione è aperta a chiunque abbia una laurea in Scienze o un titolo di studio più elevato, compresi medici, ingegneri meccanici e scienziati informatici.

Il fatto principale comunicato nel titolo

Il fatto principale rafforzato nel paragrafo d'apertura, sviluppato con ulteriori dettagli.

Il fatto principale rafforzato con grafici informativi

Avvertimento esplicito che suggerisca al lettore che l'informazione scorretta è quella seguente e la natura

Il mito

La lacuna creata da questa demistificazione è la seguente: come è possibile che esista un consenso se 31.000

scienziati dissentono? Questa lacuna viene colmata spiegando che quasi tutti i 31.000 scienziati non sono climatologi.

Bibliografia

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.
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.