

Les adolescents « facilement dupés » par les fausses informations en ligne

Une étude de l'université de Stanford juge « désolante » la capacité de raisonnement des jeunes face à l'information sur Internet

A lors que la question des fausses informations circulant en ligne a fait l'objet d'une polémique après l'élection de Donald Trump à la présidence des Etats-Unis, l'université de Stanford (Californie) a publié, mardi 22 novembre, le résumé d'une étude à paraître sur le niveau de vigilance des adolescents et des jeunes adultes en la matière; elle a été relayée par le *Wall Street Journal*. Constat: ceux-ci sont rarement capables de distinguer le vrai du faux.

«*La capacité de raisonnement des jeunes sur l'information en ligne peut être résumée en un seul mot: désolante*», peut-on lire dans l'introduction de cette étude, menée auprès de 7804 élèves et étudiants, du collège à l'université, entre janvier 2015 et juin 2016. «*Nos "digital natives" sont peut-être capables de passer de Facebook à Twitter tout en publiant un selfie sur Instagram et en envoyant un texto à un ami, mais quand il s'agit d'évaluer l'information qui transite par les réseaux sociaux ils sont facilement dupés.*»

Pour parvenir à cette conclusion sévère, les chercheurs ont donné une série d'exercices à des jeunes gens, avec un niveau de difficulté différent selon les classes d'âge.

Ils ont par exemple montré à des lycéens une publication diffusée sur le site de partage d'images très populaire Imgur. On y voit

Facebook et Google ont annoncé de nouvelles mesures pour lutter contre ce phénomène

une photo de pâquerettes déformées, avec pour titre: «*Les fleurs nucléaires de Fukushima*». Les adolescents étaient invités à répondre à la question suivante: «*Est-ce que cette publication apporte des preuves solides concernant l'état de la zone entourant la centrale de Fukushima? Expliquez votre raisonnement.*»

Un enjeu important

Arguant que la photo faisait office de preuve solide, 40 % d'entre eux ont répondu par l'affirmative. Moins de 20 % ont questionné la source de la photographie ou de la publication. Un quart a estimé que cette publication n'apportait pas de preuve solide, car elle ne montrait que des fleurs, et pas d'autres types de plantes affectées ou des animaux.

Les collégiens ont, quant à eux, dû analyser un article sponsorisé publié en ligne par un haut dirigeant de Bank of America, expliquant que les jeunes avaient be-

soin d'aide pour gérer leurs finances. Plus des deux tiers des élèves interrogés n'ont pas vu de raison de se méfier de cette publication. Certains ont mis en doute son honnêteté mais en arguant, par exemple, que «*certaines jeunes savent très bien gérer leur argent*»; 70 % n'ont pas relevé l'identité de l'auteur comme facteur de doute.

Les adolescents encore au collège ont aussi dû se prononcer sur quatre tweets évoquant la démission d'un policier. Les chercheurs leur ont demandé lequel était le plus crédible. Plus de la moitié ont préféré croire le message apportant le plus de détails, plutôt que celui issu de NPR, une grande radio publique américaine.

La façon dont les internautes se comportent face aux informations qu'ils reçoivent et partagent est un enjeu important, qui a été très discuté après l'élection présidentielle américaine. Facebook a notamment été accusé de laisser proliférer, voire de valoriser, de fausses informations, ce qui aurait bénéficié à Donald Trump.

Cette polémique a conduit le réseau social mais aussi Google à annoncer de nouvelles mesures pour lutter contre le phénomène. Et elle a montré que le problème de vigilance relative aux fausses informations ne concernait pas seulement les plus jeunes, loin de là. ■

MORGANE TUAL