

# On retient mieux les fausses infos que les vraies...

## INFORMATION Des chercheurs testent la crédulité des internautes

- ▶ Trois chercheurs de l'ULB ont étudié le mécanisme de mémorisation des fake news.
- ▶ Un test psychologique en ligne propose de mettre à l'épreuve la crédulité des internautes.
- ▶ Ne surestimez pas votre capacité à ignorer des informations fausses !

On observe qu'on a plus tendance à se souvenir des informations fausses comme étant véridiques que l'inverse», lance Olivier Klein, le directeur du centre de psychologie sociale et interculturelle de l'Université libre de Bruxelles (ULB). Avec ses collègues Myrto Pantazi (Centre de psychologie sociale et interculturelle, ULB) et Mikhail Kissine (Centre de recherche en linguistique et analyse du discours, ULB), il étudie l'influence des fake news sur notre jugement et notre mémoire.

« La mémoire agit comme une éponge qui absorbe les informations fausses et les transforme en informations vraies. C'est donc difficile d'avoir un jugement critique efficace quand on

est confronté en permanence à des fake news », explique-t-il. Pour mettre en pratique cette étude, ces trois chercheurs proposent aux internautes de tester leur crédulité à l'aide d'un test en ligne. L'objectif : « Savoir quel impact des informations, qu'elles soient vraies ou fausses, peuvent avoir sur vous. »

### Vrai ou faux ?

Le principe est simple. L'internaute est invité à écouter, une seule fois, un compte rendu relatant un délit commis par un homme. Le compte rendu est réalisé par deux témoins : une femme et un homme. Alors que l'homme dit la vérité, la femme ment. « Votre tâche consiste à écouter attentivement le compte rendu et à proposer une peine pour Étienne. Nous vous remercions également de vous rappeler de certains détails du compte rendu. » Dans la foulée, un questionnaire vous présente différentes affirmations. A vous de choisir si elles sont vraies, fausses ou inventées de toutes pièces.

À la fin de l'expérience, l'internaute reçoit un feedback de sa performance. Et quelques conseils pour éviter d'être influencé par de fausses informations. Verdict des chercheurs : on est bien plus crédule que l'on ne le pense. En moyenne, 27 %

des affirmations fausses de la liste sont réinterprétées comme

étant vraies.

### « L'illusion de vérité »

La particularité de cette expérience est que les participants savent d'emblée que l'un des témoins donnera de fausses informations. En partant de ce constat, les chercheurs se sont posés la question suivante : « Comment traite-t-on une information que l'on sait être fautive ? » On ne peut pas simplement l'ignorer selon Olivier Klein : « Le simple fait de se représenter une information fautive nous semble vraie. » C'est ce qu'il surnomme « l'illusion de vérité ».

L'étude s'est basée sur le travail de Daniel Gilbert, un chercheur américain qui avait déjà présenté un test similaire. « Il avait conclu qu'il fallait d'abord croire en une fautive information pour la rejeter ensuite, car la rejeter est beaucoup plus difficile que d'y croire », explique Olivier Klein. À la différence de celle des chercheurs de l'ULB, l'expérience de Daniel Gilbert rajoutait une charge mentale supplémentaire : « Les participants devaient effectuer une tâche concurrente durant l'expérience, et devenaient ainsi encore plus crédules, ajoute le directeur du centre de psychologie de l'ULB. Nous avons montré avec notre propre étude que même sans être chargé cognitivement, on se fait quand même avoir par les fausses informa-

tions. »

### Difficile à croire

Les chercheurs de l'ULB constatent ainsi que les participants de l'expérience ont tendance à se souvenir des affirmations qu'ils écoutent comme étant vraies. « Il est en effet beaucoup plus difficile de ne pas croire que de croire », résume Olivier Klein. Selon lui, cette tendance générale est alarmante : « Les conséquences de la crédulité sont de plus en plus dangereuses et massives, car les gens sont confrontés au quotidien à des outils technologiques qui les exposent à plus d'informations fausses et douteuses. » Pour conclure : « Ne surestimez pas votre capacité à ignorer des informations fausses ! » ■

ALICE MUGNIER (st.)

## AUTRES EXPÉRIENCES

### L'expérience de Solomon Asch

Cette expérience montre l'influence informationnelle et normative du groupe sur l'individu. Informationnelle car le groupe a toujours raison sur l'individu et normative car il est moins coûteux de se conformer au groupe que de s'y opposer.

Objectif : mettre en évidence le « conformisme », c'est-à-dire le fait d'adapter son comportement pour le mettre en adéquation à celui du groupe. Tous les participants étaient complices sauf un, le sujet dit « naïf ». L'expérience est un test visuel très simple où il s'agit de juger la longueur de segments. Soumis à la pression du groupe, le sujet « naïf »

fera des choix qui vont pourtant à l'encontre de l'évidence.

### L'expérience de Bertram Forer

Ici, on montre que les personnes se contentent d'informations approximatives pour se faire un avis. Forer a testé cette expérience sur ses étudiants. Il prétendait donner la formule de leur

personnalité grâce à un test psychologique révolutionnaire. Il a en réalité mis bout à bout des phrases tirées d'un recueil d'horoscopes. Chaque étudiant recevait le même compte rendu, qu'il était invité à noter par rapport à ce qu'il estime être sa personnalité de 1 (je ne m'y retrouve pas) à 5 (ça correspond exactement). Résultat obtenu : 4,2 sur 5 !

A.M. (ST.)