

FÉVRIER 2020

Qui a le plus tendance à croire et à partager de fausses informations



UN PROGRAMME DE RECHERCHE
MIS EN PLACE PAR:



À propos de cette note de synthèse

La désinformation cause un réel préjudice à la vie des populations, à leur santé, à leurs finances et à la démocratie. Nous avons besoin d'informations fiables sur la manière d'y remédier. Cette note s'inscrit dans le cadre d'un programme de recherche mis en place par Africa Check, Chequeado et Full Fact pour trouver ces informations et en tirer profit.

Dans cette note de synthèse, la **Dr. Dora-Olivia Vicol**, chercheuse de Full Fact, examine les biais cognitifs qui sous-tendent la croyance en de fausses informations et le partage de celles-ci. Nous remercions Paula Szewach et l'équipe de recherche de l'Africa Center for Evidence pour leur aide dans la recherche de preuves régionales. Nous remercions également Prof Briony Thompson pour ses commentaires constructifs sur les versions précédentes.

Faites-nous part de vos réactions et commentaires à l'adresse suivante:
info@africacheck.org

Africa Check

12th Floor University Corner
Cnr Jorissen & Bertha streets
Braamfontein
Johannesburg

 info@africacheck.org

 [@AfricaCheck](https://twitter.com/AfricaCheck)

 [africacheck.org](https://www.africacheck.org)

Chequeado

Buenos Aires

 [chequeado.com](https://www.chequeado.com)

Full Fact

London

 [fullfact.org](https://www.fullfact.org)

Cette recherche a été subventionnée par Luminate.

Publié par Africa Check, Chequeado et Full Fact, février 2020. Publié sous la licence internationale de Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0.

Luminate
Building stronger societies

Table des matières

Résumé	4
Les particularités de l'âge et de l'éducation	5
Trois biais cognitifs qui façonnent toutes nos croyances	8
La répétition et l'effet de vérité illusoire	8
La fluidité et la crédibilité des informations qui « semblent » correctes	9
Le raisonnement motivé	10
Le partage de la désinformation	13
Qui partage le plus ?	14
Les raisons pour lesquelles nous partageons	15
Les raisons pour lesquelles nous tolérons la désinformation	16
Recommandations	17
La méthode de sélection des études	18
Mises en garde	18
Bibliographie	20

Résumé

Cette note de synthèse fait le point sur les résultats de recherche publiés dans des revues universitaires et par des organismes de recherche non partisans, afin d'examiner qui a le plus tendance à croire et partager de fausses informations.

Malgré les efforts déployés pour rassembler des travaux universitaires de différentes régions, la plupart des recherches examinées proviennent des États-Unis. Nous avons inclus des résultats de recherches régionales d'Afrique, d'Amérique du Sud et du Royaume-Uni lorsque cela était possible.

De manière générale, certaines catégories de la population ont davantage tendance à prendre une opinion pour un fait.

- Les personnes âgées et les personnes ayant un faible niveau d'éducation en général ont plus de difficultés à faire la différence entre les faits et les opinions.
- Les adultes âgés, en particulier, identifient plus difficilement la source des articles, même s'ils peuvent se souvenir du contenu.

Cependant, nous pouvons tous être victimes de la désinformation.

- Quel que soit notre âge ou notre niveau d'éducation, nous sommes tous plus distraits sur les médias sociaux que sur les autres médias d'information, et nous avons moins tendance à nous souvenir des sources des articles.
- Nous avons tous la propension à partager des informations chargées émotionnellement.
- Nous avons tous tendance à croire les informations lorsqu'elles sont répétées, faciles à traiter et lorsqu'elles correspondent à nos attitudes et à nos visions du monde antérieures (raisonnement motivé).

Pourquoi cela arrive? D'une part, nous partageons tous certains biais cognitifs. Nos croyances sont façonnées par la répétition, la fluidité de traitement et le raisonnement motivé, même lorsque nous n'en sommes pas conscients. D'autre part, les études qui examinent la persistance d'inexactitudes réfutées depuis longtemps, comme le scepticisme à l'égard du changement climatique, confirment que la croyance est également un processus éminemment social. Tolérer un message inexact ou le partager n'est pas seulement une incapacité à comprendre les faits, mais aussi une tendance à réinterpréter l'information de manière à renforcer nos valeurs.

Compte tenu de ce qui précède, il y a quelques mesures que les vérificateurs peuvent prendre:

- Étant donné ce que nous savons sur l'âge et l'éducation, il y a de bonnes raisons d'effectuer des investissements pour atteindre les personnes âgées et celles qui ont un niveau d'éducation moins élevé.
- Il faut rapidement et résolument se saisir des allégations, avant qu'elles ne soient répétées et ne s'enracinent dans le débat public.
- Impliquer le public dans ces discussions. La désinformation n'est pas un phénomène lointain ; la population y est confrontée quotidiennement, par exemple en partageant des fausses informations. Les vérificateurs devraient favoriser la conscience de nos émotions, de la préférence pour la nouveauté et des préjugés sur la vision du monde qui poussent certaines personnes à partager des contenus inexacts.

Ces recommandations peuvent certainement être nuancées davantage par les chercheurs et les professionnels. Elles constituent le point de départ d'une conversation, et nous sommes disposés à recevoir des commentaires.

Les particularités de l'âge et de l'éducation

En général, les personnes âgées et celles qui n'ont pas fait d'études universitaires sont moins aptes à distinguer entre les faits et les opinions, et il y a moins de probabilités qu'elles déclarent avoir vu du contenu inexact.

Dans une enquête réalisée en 2018 par le Pew Research Centre, il a été demandé à des adultes américains de classer cinq déclarations factuelles et cinq déclarations d'opinion. L'enquête a montré qu'un répondant sur trois âgé de 18 à 49 ans a correctement identifié les cinq énoncés factuels, contre seulement un adulte sur cinq âgé de plus de 50 ans.¹ Une autre étude menée au Royaume-Uni a suivi l'utilisation du web par près de 7 000 personnes, puis a comparé leur capacité à se souvenir de la source d'articles qu'elles avaient lus au cours de la journée précédente. Elle a constaté que les jeunes répondants sont plus aptes à identifier correctement les noms des entreprises d'information que les personnes plus âgées.²

Cette découverte corrobore un grand nombre de recherches qui étudient la relation entre l'âge et les capacités cognitives. Un certain nombre d'expériences qui ont évalué les effets de l'âge sur la mémoire ont révélé que les souvenirs d'événements récents ont

1 Amy Mitchell et al., 'Distinguishing Between Factual and Opinion Statements in the News' (Washington, D.C.: Pew Research Centre, 2018).

2 Antonis Kalogeropoulos, Richard Fletcher, and Rasmus Kleis Nielsen, 'News Brand Attribution in Distributed Environments: Do People Know Where They Get Their News?'; *New Media & Society*, 28 September 2018, doi.org/10.1177/1461444818801313.

tendance à devenir moins précis chez les personnes âgées. Des études qui ont exposé les participants à une série de voix, par exemple, ont montré que si les participants plus âgés sont capables d'identifier s'ils ont ou non entendu une voix auparavant, leur capacité à se rappeler ce que le locuteur a dit est fortement réduite. Les psychologues appellent cela la perte de la « mémoire source ». Contrairement à la mémoire d'items, qui indique si quelque chose s'est produit, la « mémoire source » fait référence à des détails contextuels tels que le moment, le lieu et la manière dont cela s'est produit. Notre mémoire des détails s'estompe avec l'âge.

L'âge a aussi une incidence sur le changement des croyances, en particulier sur une certaine période de temps. Des expériences au cours desquelles on a présenté aux participants une série de déclarations et de corrections, ont montré que les adultes de plus de 65 ans étaient à la fois moins enclins à mettre à jour leurs croyances et moins disposés à soutenir un changement de croyance après une réfutation. Bien que la capacité de chacun à se souvenir des informations s'estompe dans une certaine mesure, la probabilité que les corrections durent est particulièrement faible chez les adultes de plus de 65 ans. C'est une constatation importante pour les vérificateurs de faits. Étant donné que le lien de mémoire, entre les déclarations et leur véracité, est affaibli, les adultes âgés sont particulièrement disposés à croire à nouveau aux mythes.³

L'éducation est également un facteur qui affecte la capacité du public à distinguer entre les faits et les opinions. L'étude du Pew Research Centre, qui a examiné la capacité des Américains à faire la différence entre les faits et les opinions, a révélé que, si plus d'un adulte sur deux qui a fait des études supérieures était capable d'identifier correctement toutes les déclarations d'opinion, le ratio n'était que d'un sur cinq pour les personnes interrogées n'ayant pas fait des études supérieures.⁴ Les chiffres relatifs aux déclarations factuelles étaient plus faibles dans l'ensemble de l'échantillon : 42% des diplômés de l'enseignement supérieur ont pu identifier correctement toutes les déclarations factuelles, contre 15% de ceux qui n'ont pas fait d'études supérieures. Dans l'ensemble, cependant, les différences persistent : les diplômés sont plus aptes à identifier correctement les faits et les opinions.

Ces conclusions américaines sur l'âge et l'éducation se retrouvent dans d'autres parties du monde. Un sondage téléphonique réalisé auprès d'un échantillon de résidents de Buenos Aires (Argentine) a révélé que les personnes interrogées de plus de 60 ans et celles n'ayant pas fait des études universitaires sont moins portées à vérifier l'exactitude du contenu qu'elles reçoivent sur WhatsApp, par rapport aux personnes interrogées plus jeunes et plus instruites.⁵ Bien que nous n'ayons pas pu trouver de

3 Briony Swire, Ullrich KH Ecker, and Stephan Lewandowsky, 'The Role of Familiarity in Correcting Inaccurate Information.', *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition* 43, no. 12 (2017): 1948.

4 Mitchell et al., 'Distinguishing Between Factual and Opinion Statements in the News'.

5 Agencia Solo Comunicacion, 'La Veracidad de Lo Que Circula Por WhatsApp' (Buenos Aires, Argentina, 2019).

données parfaitement comparables pour l'Afrique, les données disponibles pour la région montrent que plus le niveau d'éducation est élevé, plus la conscience de la désinformation déclarée par l'intéressé est grande. Une enquête sur la perception de la prévalence des fake news au Kenya, au Nigeria et en Afrique du Sud a révélé que les personnes avec un niveau d'éducation supérieur ont également déclaré se sentir plus exposées à la désinformation.⁶

Il semble donc que **la capacité du public à faire la différence entre les faits et la fiction dans la pratique varie en fonction de l'âge et de l'éducation**, et que la capacité à se souvenir des détails est réduite chez les adultes plus âgés. Toutefois, avant de suggérer que la désinformation ne touche que quelques segments démographiques étroits, il est important de souligner quelques limites.

Tout d'abord, il y a une distinction entre l'éducation et la connaissance (des médias). Nous l'examinons dans une autre note de synthèse. Les auteurs de l'étude du Pew Research Centre notent que l'enseignement supérieur est en corrélation avec la culture numérique et la conscience politique, qui sont également de bons indicateurs de la capacité des personnes interrogées à évaluer correctement par elles-mêmes des affirmations. Plutôt que l'éducation formelle en soi, ce qui importe c'est la capacité d'un public à évoluer dans le monde de l'information. Ceci est particulièrement pertinent pour les régions du monde où les citoyens peuvent être alphabétisés dans des langues vernaculaires, mais ont une mauvaise compréhension de la langue principale des médias. Par exemple, il y a cinq langues officiellement reconnues et plus de 500 langues vernaculaires au Nigeria.⁷ Alors que 40% de la population n'a pas une connaissance fonctionnelle de l'anglais, l'anglais reste le principal moyen de communication de la presse écrite et audiovisuelle.⁸ Il est important d'aller au-delà de la question de l'éducation, et de prendre également l'alphabétisation au sérieux.

Deuxièmement, malgré le fait que les diplômés et les jeunes lecteurs sont globalement plus aptes à identifier les sources d'information, et qu'un vaste corpus de travaux de laboratoire examine la détérioration de la mémoire des sources chez les personnes âgées,⁹ le contexte dans lequel nous appréhendons les informations est important. Nous identifions tous beaucoup moins bien les sources des contenus vus sur les médias sociaux que ceux vus sur d'autres médias d'information. L'enquête qui a examiné la capacité des lecteurs britanniques à se souvenir des entreprises de médias en ligne a révélé que, dans l'ensemble, les participants étaient deux fois moins capables de se

6 Herman Wasserman and Dani Madrid-Morales, "Fake News", Disinformation and Media Trust in Africa: A Comparative Study of Kenya, Nigeria and South Africa', ICAfrica Biennial Conference (Accra, 2018).

7 Natalie Tannous et al., 'Public Engagement with Politics, Information and News -Nigeria' (Johannesburg: Africa Check, 2019), africacheck.org/how-to-fact-check/fact-checking-studies.

8 Simon Kolawole and Emeka Umejei, 'Nigeria', Media Landscapes, 2018, medialandscapes.org/country/nigeria.

9 Daniel L. Schacter et al., 'Source Memory: Extending the Boundaries of Age-Related Deficits.', *Psychology and Aging* 9, no. 1 (1994): 81.

souvenir de la source du contenu qu'ils avaient vu sur les médias sociaux, par rapport au contenu vu directement sur les sites d'information.

Enfin, si les enquêtes démographiques nous apprennent quelque chose sur les personnes qui risquent le plus d'avoir des difficultés à distinguer entre les faits et les opinions, ou à se souvenir de détails spécifiques, elles n'expliquent pas pourquoi certaines personnes continuent à croire fermement à la fiction longtemps après avoir reçu les meilleures preuves disponibles sur le sujet.

Il faut reconnaître que la désinformation ne concerne pas que les personnes âgées et les personnes sans diplôme universitaire. **Dans une certaine mesure, les rumeurs, les commérages et la désinformation sont des phénomènes auxquels nous pouvons tous succomber.** C'est ce à quoi nous nous intéressons maintenant.

Trois biais cognitifs qui façonnent toutes nos croyances

La répétition et l'effet de vérité illusoire

Dans une certaine mesure, nous avons tous tendance à croire les choses qui nous sont répétées. Depuis qu'une étude de 1945 a révélé que les personnes qui avaient déjà entendu une rumeur de guerre avaient plus de probabilités d'y croire,¹⁰ les psychologues ont identifié une association positive entre l'exposition répétée à une déclaration et son acceptation en tant que vérité.¹¹ Cela se produit lorsque le public ne dispose pas des informations nécessaires pour réfuter une affirmation, mais la répétition pousse également à y croire même lorsque nous disposons de plus amples connaissances.¹²

Une étude récente menée auprès de plus de 1 000 adultes américains, évaluant la perception de l'exactitude des informations, a révélé que les titres vus au début et à la fin de l'expérience avaient beaucoup plus de probabilités d'être perçus comme exacts que ceux vus une seule fois. C'était le cas des titres authentiques qui étaient fondés sur la réalité, mais aussi celui des nouvelles inventées de toutes pièces qui reproduisaient simplement le format d'un article sur Facebook. En particulier, cet effet s'appliquait également aux nouvelles accompagnées de l'avertissement "Disputed by 3rd Party

10 Floyd H. Allport and Milton Lepkin, 'Wartime Rumors of Waste and Special Privilege: Why Some People Believe Them.', *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 40, no. 1 (1945): 3.

11 Nathan Walter and Riva Tukachinsky, '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*, 22 June 2019, 0093650219854600, doi.org/10.1177/0093650219854600; Walter and Tukachinsky.

12 Lisa K. Fazio et al., 'Knowledge Does Not Protect against Illusory Truth.', *Journal of Experimental Psychology: General* 144, no. 5 (2015): 993.

Fact-Checkers” (Contesté par des vérificateurs indépendants), et n’était pas affecté par l’orientation politique des participants, leur capacité cognitive ou leur aptitude à se souvenir d’avoir vu l’information au préalable.¹³

Les psychologues appellent l’association entre la répétition et la croyance « l’effet de vérité illusoire ». Répété un nombre suffisant de fois, même une complète fabrication peut sembler crédible.¹⁴ **Quels que soient notre niveau d’éducation et notre capacité d’analyse, nous avons tendance à croire les déclarations que nous avons déjà entendues.**¹⁵

Il est encourageant pour les vérificateurs de constater que l’effet de vérité illusoire peut être contré, dans une certaine mesure, en répétant les informations correctes. Des expériences ont montré que des rectifications plus fortes, présentées à plusieurs reprises, pouvaient réduire considérablement l’influence de la désinformation répétée.¹⁶ Toutefois, il est important de noter qu’il existe une asymétrie entre les effets de la répétition d’une allégation et ceux de la répétition de sa correction.¹⁷ Il a été constaté que les corrections répétées réduisent, mais n’éliminent pas complètement la croyance en des affirmations inexactes. De plus, dans la réalité, les premières déclarations inexactes sur un événement suscitent souvent plus d’intérêt que leurs rectifications.

La fluidité et la crédibilité des informations qui « semblent » correctes

Nous avons tous tendance à croire une histoire qui « semble » vraie. Chaque fois que nous abordons une nouvelle information, que nous y croyions ou non, il s’agit d’une intense délibération, mais aussi d’une préférence inconsciente et à peine perceptible de notre cerveau pour ce qui est simplement facile à traiter. Les psychologues appellent cette facilité de traitement la « fluidité du traitement ». Il s’agit d’un travers dont nous devrions tous être conscients.

Une série d’expériences a montré que les « informations fluides » ont tendance à être considérées comme plus plaisantes, plus fiables et plus vraies que les informations difficiles à traiter. Une analyse systématique de la « recherche sur la fluidité » a établi

13 Gordon Pennycook, Tyrone D. Cannon, and David G. Rand, ‘Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News.’, *Journal of Experimental Psychology: General*, 2018.

14 Ian Maynard Begg, Ann Anas, and Suzanne Farinacci, ‘Dissociation of Processes in Belief: Source Recollection, Statement Familiarity, and the Illusion of Truth.’, *Journal of Experimental Psychology: General* 121, no. 4 (1992): 446.

15 Matthew Warren, ‘Higher Intelligence And An Analytical Thinking Style Offer No Protection Against “The Illusory Truth Effect” – Our Tendency To Believe Repeated Claims Are True’, Research Digest (blog), 26 June 2019, digest.bps.org.uk/2019/06/26/higher-intelligence-and-an-analytical-thinking-style-offer-no-protection-against-the-illusory-truth-effect-our-tendency-to-believe-repeated-claims-are-more-likely-to-be-true.

16 Ullrich KH Ecker et al., ‘Correcting False Information in Memory: Manipulating the Strength of Misinformation Encoding and Its Retraction’, *Psychonomic Bulletin & Review* 18, no. 3 (2011): 570–578.

17 Stephan Lewandowsky et al., ‘Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing’, *Psychological Science in the Public Interest* 13, no. 3 (2012): 106–131.

que des éléments tels que la taille des caractères, le contraste, la grammaire et la complexité des mots, qui facilitent la lecture d'une déclaration, déterminent tous la perception de son degré de véracité.¹⁸

Les images en particulier, du fait de leur facilité de traitement, peuvent créer une illusion de preuve qui favorise la croyance. Un certain nombre d'expériences ont montré que les participants à qui l'on montre une déclaration générale telle que « les noix de macadamia sont de la même famille que les pêches » avaient plus tendance à la croire lorsqu'elle était accompagnée d'une image de noix, que lorsque les déclarations étaient présentées sous forme de texte uniquement. Il y a de la « véracité » dans l'information visuelle, que nous détaillons dans *une autre note de synthèse*.¹⁹

Il est important de se rappeler que la croyance se fonde toujours sur une sélection de certains faits parmi l'abondance d'informations disponibles autour de nous. La recherche sur la répétition et la fluidité du traitement attire l'attention sur les sélections que notre cerveau effectue à notre insu. Nous ne choisissons pas de croire ce qui est répété et ce qui semble facile à traiter, cela se produit tout simplement.

Le raisonnement motivé

La capacité de comprendre les preuves n'est pas nécessairement le principal facteur qui conditionne la croyance en des informations erronées : parfois, nous croyons simplement des choses qui correspondent à notre vision du monde du moment. Les psychologues appellent cela le raisonnement motivé. **Les attitudes que nous adoptons influencent d'emblée notre façon d'accepter de nouvelles preuves, même lorsque nous devrions penser et pensons le contraire.**

Un nombre croissant d'ouvrages étudie le lien entre les visions du monde préexistantes et la croyance en de nouvelles informations. Le scepticisme à l'égard du changement climatique en est un bon exemple. Une étude portant sur un large échantillon représentatif de la population américaine a révélé que le rejet des preuves relatives au changement climatique était largement influencé par les opinions politiques personnelles des participants, et non par la compréhension de la pédagogie scientifique. Pour les participants qui se considéraient avec conviction comme des adeptes des hiérarchies et des individualistes, les auteurs ont constaté qu'une forte culture scientifique ne contribuait pas à stimuler l'acceptation des preuves factuelles - mais au contraire à l'affaiblir.²⁰ Contrairement au présupposé selon lequel la croyance dans le changement climatique est déterminée par l'éducation, les corrélations les plus

18 Adam L. Alter and Daniel M. Oppenheimer, 'Uniting the Tribes of Fluency to Form a Metacognitive Nation', *Personality and Social Psychology Review* 13, no. 3 (2009): 219-235.

19 Eryn J. Newman et al., 'Truthiness and Falsiness of Trivia Claims Depend on Judgmental Contexts.', *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition* 41, no. 5 (2015): 1337.

20 Dan M. Kahan et al., 'The Polarizing Impact of Science Literacy and Numeracy on Perceived Climate Change Risks', *Nature Climate Change* 2, no. 10 (2012): 732.

fortes ont été établies avec les convictions politiques des participants et les plus faibles avec l'âge, le niveau de formation, le revenu, et le sexe.²¹

Des résultats similaires sont observés ailleurs. Dans le cadre d'une étude, on a présenté à 130 participants américains un ensemble d'affirmations de nature politique fortement contestées - par exemple, « des armes de destruction massive ont été trouvées en Irak » (ADM) - puis on leur a apporté une série de corrections.²² L'étude a révélé que les personnes interrogées qui se déclaraient très conservatrices, et qui étaient donc supposées être plus disposées à soutenir la guerre américaine en Irak, avaient également plus tendance à croire les affirmations factuellement inexactes sur les ADM, et étaient moins disposées à accepter des rectifications. C'était l'inverse pour les participants qui se sont décrits comme très libéraux, et qui étaient plus enclins à rejeter la thèse initiale et à accepter sa correction.

Quel sens donner à tout ce qui précède ?

Le raisonnement motivé est un biais cognitif. Il peut survenir malgré un niveau d'éducation élevé et malgré notre capacité à traiter l'information. Si être titulaire d'un diplôme universitaire détermine notre capacité à séparer les faits des opinions dans le cas d'affirmations nouvelles, lorsqu'il s'agit de débats polarisés comme celui sur le changement climatique, les participants très instruits qui ont de fortes opinions individualistes sont en réalité moins disposés à accepter les faits.

De même, le raisonnement motivé s'applique indépendamment de la politique personnelle. Lors des études menées aux États-Unis, on a constaté que les participants classés politiquement à droite et ceux de la gauche étaient tout aussi enclins à choisir des informations qui soutiennent leurs visions actuelles du monde.²³

Ceci étant, il faut comprendre que nous ne sommes pas sans défense contre les préjugés de la vision du monde. Le changement climatique, les armes de destruction massive et d'autres sujets abordés dans la recherche sont des exemples particulièrement controversés et polarisants d'affirmations qui ont été introduites dans les débats d'identité. Ce ne sont pas tous les types de désinformation qui sont ancrés dans l'identité des gens, et ce ne sont pas toutes les affirmations politiquement partisans qui comptent autant pour le grand public. Par exemple, une expérience qui a testé la conviction dans des déclarations partisans attribuées au président américain Trump, déclarations toutefois insignifiantes, a révélé que les participants ont en fait corrigé excessivement leur opinion après que les preuves leur aient été présentées et qu'on leur ait demandé de se rappeler des faits. Conscients que leurs attitudes

21 Matthew J. Hornsey et al., 'Meta-Analyses of the Determinants and Outcomes of Belief in Climate Change', *Nature Climate Change* 6, no. 6 (2016): 622.

22 Brendan Nyhan and Jason Reifler, 'When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions', *Political Behavior* 32, no. 2 (2010): 303-330.

23 Kahan et al., 'The Polarizing Impact of Science Literacy and Numeracy on Perceived Climate Change Risks'.

personnelles avaient influencé leurs convictions, les partisans du président avaient plus tendance à ne pas croire les déclarations qui lui étaient attribuées même si elles étaient fondées sur des faits, tandis que ceux qui critiquaient le président avaient plus tendance à les croire même si elles étaient fausses.²⁴

Plus encourageant encore, une étude récente indique même que **le raisonnement motivé peut être modéré, si nous parvenons à contenir notre intuition et à faire un effort pour penser de manière plus analytique.**

Dès les années 1970, les psychologues ont représenté nos modes de pensée sous la forme de deux « systèmes » : un système 1 rapide et intuitif, où nous prenons les informations qui nous sont données au pied de la lettre, et un système 2 lent et laborieux, où nous analysons activement ce que nous apprenons.²⁵ Nous utilisons tous le système 1 à l'occasion, lorsque nous nous appuyons sur ce que nous savons déjà, simplement parce que nous ne pouvons pas nous empêcher de nous intéresser à de nouvelles informations. Selon une étude récente, le problème de la partialité se pose lorsque nous prenons l'habitude de fonder nos convictions sur des intuitions, des préférences et d'autres attitudes préexistantes, plutôt que d'examiner en détail les nouvelles informations.

Au cours d'une expérience, on a demandé à un échantillon d'Américains d'évaluer l'exactitude d'un certain nombre de récits de soutien aux démocrates et aux républicains. Elle a révélé que les participants qui avaient obtenu une faible note sur une mesure standard de la réflexion analytique étaient également plus susceptibles d'être influencés par la politique personnelle.²⁶ D'après les auteurs, au lieu de vouloir modérer les préjugés liés à la confirmation de nos connaissances, nous ferions bien mieux d'investir dans la formation de nos esprits, et de nous habituer à réfléchir plus longuement. Cela ne signifie pas nécessairement qu'il faille devenir des génies en mathématiques - bien qu'une version des tests utilisés pour évaluer la pensée analytique comporte des problèmes de calcul simples. Penser de manière analytique signifie plutôt prendre le temps d'examiner de nouvelles données.

En repensant au rôle des vérificateurs, nous pouvons tirer au moins une conclusion. Nous avons tous tendance à confirmer ce que nous savons déjà et à douter des preuves qui remettent en cause notre point de vue. Lorsque nous recevons une information nouvelle et stimulante, nous pouvons choisir de l'ignorer par simple convenance. C'est l'argument du Système 1/Système 2. D'autres fois, nous nous efforçons en fait de rejeter les nouvelles informations afin de défendre qui nous sommes et les valeurs que nous défendons. C'est l'argument qui considère le raisonnement motivé comme un choix actif.

24 Briony Swire et al., 'Processing Political Misinformation: Comprehending the Trump Phenomenon', *Royal Society Open Science* 4, no. 3 (2017): 160802.

25 Daniel Kahneman, *Thinking, Fast and Slow* (Macmillan, 2011).

26 Gordon Pennycook and David G. Rand, 'Lazy, Not Biased: Susceptibility to Partisan Fake News Is Better Explained by Lack of Reasoning than by Motivated Reasoning', *Cognition* 188 (2019): 39–50.

La question de savoir ce qui se cache exactement derrière un raisonnement motivé fait toujours l'objet de débat académique. Pour l'instant, voici trois observations pratiques.

Tout d'abord, les vérificateurs des faits doivent veiller à agir rapidement en s'impliquant dans le discours politique et les débats sur l'identité, pour éviter le risque que les petites allégations ne deviennent de grosses allégations.

Ensuite, nous pouvons envisager d'investir dans la lecture critique et l'alphabétisation. Nous examinerons comment cela pourrait fonctionner dans la pratique dans *une note de synthèse indépendante*.

Enfin, il faut accepter que certains mythes puissent être tout simplement trop ancrés dans l'identité des gens pour se laisser démonter rapidement. Dans ce cas, parler de la naissance de convictions avec sensibilité peut être plus utile que simplement dire au public ce qui est juste. Plutôt que de se contenter de corriger la désinformation, les vérificateurs peuvent sensibiliser le public sur le rôle que ce dernier joue dans sa production et son partage.

Le partage de la désinformation

Une enquête menée par l'Université de Loughborough auprès de plus de 2 000 personnes représentatives de la population britannique a révélé que plus de la moitié d'entre elles avaient repéré des informations qu'elles jugeaient inexactes, exagérées ou fausses.²⁷ En Argentine, un tiers des personnes interrogées dans le cadre d'une enquête menée auprès de 1 000 habitants de Buenos Aires estimaient que la majorité des informations diffusées sur les médias sociaux étaient fausses,²⁸ tandis qu'au Nigeria et en Afrique du Sud, environ la moitié des utilisateurs pensaient avoir souvent repéré des inexactitudes.²⁹

Comment interpréter cela ? Les affirmations examinées dans l'étude au Royaume-Uni faisaient référence à des informations sur la politique, tandis que celles en Argentine et en Afrique du Sud se référaient à des informations d'ordre général. Les études ne sont pas parfaitement comparables. Elles indiquent cependant que le public a conscience des fausses informations. Néanmoins, c'est aussi quelque chose que les gens partagent et tolèrent en toute connaissance de cause. C'est ce point que nous allons aborder à présent.

27 Andrew Chadwick and Cristian Vaccari, 'News Sharing on UK Social Media: Misinformation, Disinformation, and Correction', 2019.

28 Agencia Solo Comunicacion, 'La Veracidad de Lo Que Circula Por WhatsApp'.

29 Wasserman and Madrid-Morales, "'Fake News', Disinformation and Media Trust in Africa: A Comparative Study of Kenya, Nigeria and South Africa'.

Qui partage le plus ?

Au Royaume-Uni, 43 % des utilisateurs interrogés ont déclaré avoir partagé des contenus problématiques, y compris 25 % qui ont partagé au moins un article qu'ils pensaient monté de toutes pièces ou exagéré, et 29 % qui ont partagé un article qui s'est avéré faux par la suite.³⁰ L'étude menée auprès des utilisateurs africains de médias sociaux a révélé qu'un cinquième des personnes interrogées au Nigeria et un peu plus d'un quart en Afrique du Sud, ont déclaré avoir partagé un contenu qu'ils estimaient être une invention. Beaucoup d'autres ont partagé du contenu qui s'est avéré faux par après.³¹

L'enquête menée par des chercheurs de l'Université de Loughborough a révélé que la plupart des personnes qui ont intentionnellement partagé des articles inexacts étaient jeunes. Au total, 30 % des personnes interrogées âgées de moins de 44 ans ont partagé des informations qu'elles savaient être fausses, contre 25 % des personnes interrogées âgées de plus de 65 ans. Cela contredit une étude menée auprès de 3 500 utilisateurs de Facebook représentatifs de la population américaine, qui a révélé que le partage d'articles provenant des sites de fausses informations pendant les élections de 2016 était plus fréquent chez les utilisateurs âgés de 65 ans ou plus - mais dans l'ensemble, ce partage n'a été effectué que par 8,5 % des répondants.³² Cela contredit également la recherche qualitative menée au Nigeria, où des personnes plus âgées ont été accusées (bien que cela ne soit pas catégoriquement prouvé) d'avoir fait courir des rumeurs sur WhatsApp.³³

Des données contradictoires sont également apparues dans le domaine de l'éducation. Alors que les personnes ayant un faible niveau d'éducation sont confrontées à des difficultés pour distinguer entre les opinions et les faits, l'enquête britannique indique que dans le cas du partage intentionnel, ce sont les répondants diplômés du premier et du deuxième cycle qui avaient le plus de probabilités de déclarer avoir partagé du contenu politique faux.³⁴ Nous ne disposons pas de ces données pour les autres pays.

Tout comme les données sur les personnes qui adhèrent à la désinformation, il y a de bonnes raisons de croire que le partage n'est pas seulement une question de catégories démographiques, mais aussi de biais psychologiques et de dynamique sociale.

30 Chadwick and Vaccari, 'News Sharing on UK Social Media', 15.

31 Wasserman and Madrid-Morales, "'Fake News', Disinformation and Media Trust in Africa: A Comparative Study of Kenya, Nigeria and South Africa', 13-14.

32 Andrew Guess, Jonathan Nagler, and Joshua Tucker, 'Less than You Think: Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook', *Science Advances* 5, no. 1 (2019): eaau4586.

33 Yomi Kazeem, 'WhatsApp Is the Medium of Choice for Older Nigerians Spreading Fake News', Quartz Africa, 2019, qz.com/africa/1688521/whatsapp-increases-the-spread-of-fake-news-among-older-nigerians.

34 Chadwick and Vaccari, 'News Sharing on UK Social Media', 16.

Les raisons pour lesquelles nous partageons

Selon une hypothèse courante dans l'étude sur le partage de l'information, les rumeurs se propagent selon la règle des 3C : Conflit, Crise et Catastrophe.³⁵ Cependant, des recherches récentes sur la viralité attirent l'attention sur l'émotion en général.

Une étude qui a utilisé un Webcrawler, un métamoteur de recherche, pour retracer le cycle de vie des articles du New York Times a révélé que, contrairement à une hypothèse d'association avec la négativité, la viralité était en fait motivée par une réponse émotionnelle.³⁶ En utilisant un échantillon de 7 000 articles, les auteurs ont constaté que **les histoires qui suscitaient de très fortes émotions avaient beaucoup plus de chances d'être partagées que les histoires de nature purement informative.** La réactivité émotionnelle venait en tête des autres facteurs, tels que l'utilité du contenu, le moment de la publication et la notoriété du site web.

Une autre étude a examiné les trajectoires de 126 000 histoires tweetées par environ 3 millions de personnes et plus de 4,5 millions de fois. Elle a révélé que le mensonge se répandait beaucoup plus vite et plus largement que la vérité. L'information politique a plus subi cet effet que les histoires sur le terrorisme, les catastrophes naturelles ou d'autres sujets.³⁷ En outre, les nouvelles histoires et celles à forte teneur émotionnelle - celles qui nous mettent en colère, nous amusent, nous angoissent ou nous déçoivent - ont nettement plus de probabilités d'être partagées.

À titre de mise en garde, ces échantillons ne sont pas représentatifs de l'ensemble de la population américaine, et encore moins des populations hors des États-Unis. Les lecteurs du New York Times constituent un groupe de lecteurs distinct, et les autres recherches que nous avons consultées étaient toutes basées sur des groupes d'étudiants. En Argentine, un sondage a révélé que même lorsque les médias en ligne visent à établir un programme autour de contenus dits « légers », ou principalement de contenus de divertissement, les articles qui suscitent le plus d'intérêt sont les affaires publiques, la politique et l'économie.³⁸

Néanmoins, étant donné la taille de l'échantillon et le fait qu'il prenne en compte des lecteurs des deux extrêmes du spectre politique, nous pouvons en déduire un fait simple : nous partageons les choses qui nous tiennent à cœur. La recherche en psychologie attire notre attention sur le rôle de l'émotion. Mais avoir de fortes sensations sur un sujet ne constitue pas seulement une réaction individuelle à une émotion forte. C'est aussi un processus social qui consiste à affirmer ce que nous

35 Jonah Berger, 'Arousal Increases Social Transmission of Information', *Psychological Science* 22, no. 7 (2011): 181.

36 Jonah Berger and Katherine L. Milkman, 'What Makes Online Content Viral?', *Journal of Marketing Research* 49, no. 2 (2012): 192-205.

37 Soroush Vosoughi, Deb Roy, and Sinan Aral, 'The Spread of True and False News Online', *Science* 359, no. 6380 (9 March 2018): 1146-51, doi.org/10.1126/science.aap9559.

38 Eugenia Mitchelstein et al., 'La Política Da Que Hablar: Engagement En Redes Sociales de Sitios de Noticias/The Policy Gives to Speak: Engagement in Social Networks of News Sites', *CIC-Cuadernos de Informacion y Comunicacion*, no. 23 (2018): 157-174.

défendons, qui nous aimons et comment nous souhaitons être perçus. Au Royaume-Uni, où 43 % des personnes interrogées ont déclaré avoir partagé des contenus problématiques, les raisons le plus souvent évoquées pour justifier le partage des informations étaient : « exprimer mes sentiments », suivie de près par « informer », « connaître l'opinion des autres », « influencer les autres », « susciter un débat » et même « divertir ».³⁹ **Il est important de comprendre la dimension sociale de la désinformation afin de savoir pourquoi les gens partagent des contenus même s'ils savent qu'ils sont faux.** Par-dessus tout, la dimension sociale est essentielle pour sensibiliser chacun de nous sur nos rôles dans la production et l'approbation de la diffusion de la désinformation.

Les raisons pour lesquelles nous tolérons la désinformation

Malgré le fait que plus de la moitié (58 %) des personnes interrogées au Royaume-Uni ont déclaré avoir vu du contenu qu'elles jugeaient inexact ou trompeur, seul un cinquième (21 %) a déclaré avoir corrigé ceux qui l'avaient partagé. C'est un résultat inquiétant. **Une personne sur deux voit des informations erronées sur les médias sociaux, mais seulement la moitié d'entre elles fait quelque chose pour y remédier.**

On observe une anomalie similaire entre la proportion de personnes qui partagent du contenu inadéquat et celles qui se souviennent d'avoir été interpellées à ce sujet. Près de la moitié de ces personnes (43 %) ont partagé, mais elles sont encore moins nombreuses (39 %) à se souvenir d'une quelconque critique.

L'asymétrie entre la taille du public qui participe activement à la diffusion de fausses informations et ceux qui sont prêt à les réfuter révèle aux vérificateurs un fait important et inquiétant. **Bien que les lecteurs ordinaires ne se considèrent pas comme des acteurs importants sur la scène mondiale de la désinformation, beaucoup l'approuvent implicitement par leurs silences quotidiens.**

On ne sait pas encore ce qui motive cette inaction. Peut-être manquons-nous de connaissances, de temps, de courage ou d'énergie pour réfuter toute information fautive qui parvient sur le fil de nos médias sociaux. Peut-être sommes-nous, d'abord et avant tout, convaincus que les expéditeurs ne changeront jamais d'avis.

Ce qui est possible pour les vérificateurs, c'est de considérer le public comme une ressource qui peut être impliquée dans le processus de détection et de remise en question de la désinformation.

³⁹ Chadwick and Vaccari, 'News Sharing on UK Social Media', 11.

Recommandations

- **Rendre les corrections visibles pour les groupes qui sont les plus susceptibles d’être mal informés.** Les données démographiques examinées dans le cadre de cette note de synthèse ont montré que les utilisateurs plus âgés et les utilisateurs ayant un faible niveau d’éducation ont généralement plus tendance à éprouver des difficultés à distinguer entre les faits et les opinions. Cela ne s’applique pas à tous les types d’affirmation et ne correspond pas parfaitement aux habitudes de partage. Il a été constaté que les personnes âgées partageaient des informations incorrectes aux États-Unis, mais que les jeunes utilisateurs partageaient des informations politiques incorrectes au Royaume-Uni. Néanmoins, faire connaître les vérifications de faits aux personnes les plus susceptibles de croire la désinformation peut constituer un premier pas vers la prise en compte des données démographiques en la matière.
- **Détecter rapidement les fausses allégations et lutter contre les mythes répétés.** Étant donné que l’exposition répétée à une affirmation renforce sa crédibilité, il est important d’intercepter rapidement les fausses informations. De même, d’après ce que nous savons du rôle des visions du monde, les efforts des vérificateurs pour rassembler des preuves pourraient être bien soutenus par des actions supplémentaires en vue d’exposer les tactiques de la désinformation, que des acteurs utilisent comme une arme en la répétant et en l’introduisant dans des débats sur l’identité des uns contre celle des autres. Certains mythes reviennent sans cesse dans la sphère publique. Les vérificateurs peuvent remettre cela en question en demandant aux gens de rectifier les faits et en démasquant la stratégie de répétition de la désinformation.
- **Faire participer le public au débat.** La recherche documentaire examinée dans la deuxième partie de cette note de synthèse montre clairement que la désinformation n’est pas seulement un phénomène auquel nous sommes exposés. C’est aussi quelque chose à laquelle nous participons activement. Parfois, nous le faisons pour divertir ou pour susciter un débat. Dans d’autres cas, nous partageons simplement le contenu qui nous passionne, sans même penser que nous répandons des mensonges. Les vérificateurs peuvent aider à prévenir la diffusion de la désinformation en sensibilisant sur le rôle que nous jouons lorsque nous permettons à la désinformation de rester dans la sphère publique. Lors des campagnes de sensibilisation, on pourrait demander au public de réfléchir à la dernière fois qu’il a diffusé des informations inexacts, d’examiner ses émotions et de réfléchir de manière critique à son attitude face à des contenus nouveaux non vérifiés. Tout simplement, cela signifie qu’il faut considérer le public comme une partie prenante ayant un rôle à jouer dans la qualité du débat.

La méthode de sélection des études

Les informations qui sous-tendent cette note de synthèse proviennent d'organisations de recherche académique et de structures non partisans. Les sources sont sélectionnées non seulement en fonction de leur importance sur le terrain et de la fiabilité de leur méthodologie, mais aussi en fonction de l'expertise et de l'intérêt des auteurs.

Il existe de multiples façons de classer la désinformation selon l'intention de celui qui la publie, le niveau d'inexactitude, le type d'inexactitude, le préjudice qu'elle peut engendrer ou la mesure dans laquelle les affirmations sont ancrées dans l'imagination du public.⁴⁰

Dans un souci de concision, la note de synthèse évoque la question de la conviction, de la correction et du partage d'informations inexacts, et utilise la recherche sur le changement climatique comme une démonstration de la recherche sur les croyances bien établies. De même, elle fait référence à la désinformation partagée en ligne.

Afin de faire des recommandations pratiques, nous nous concentrons sur des études expérimentales où les répondants sont répartis au hasard dans des groupes de traitement et des groupes témoins. Les essais contrôlés randomisés (ECR) sont largement considérés comme l'évaluation la plus objective des interventions, ce qui les rend bien adaptés pour informer les professionnels. Nous examinons également les enquêtes qui facilitent les comparaisons entre pays, et les études d'observation qui s'appuient sur des données de terrain.

Mises en garde

La plupart des travaux examinés portent sur des recherches effectuées aux États-Unis. Nous avons inclus les résultats de quatre études qui explorent le partage de la désinformation au Royaume-Uni, en Argentine, au Nigeria et en Afrique du Sud, et nous avons consulté des documents qui peuvent fournir un contexte régional dans la mesure du possible.

À bien des égards, la bibliographie axée sur les États-Unis reflète la géographie mondiale des publications universitaires et nos capacités limitées à la transcender. Les conclusions tirées des études menées auprès de participants américains, souvent des étudiants de premier cycle, ne représentent guère la diversité des publics en Europe, en Amérique latine ainsi qu'en Afrique, et doivent être interprétées avec prudence. De même, une seule enquête par pays ne peut pas rendre compte de la diversité interne.

40 Natascha A. Karlova and Karen E. Fisher, 'Plz RT': A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour', *Information Research* 18, no. 1 (2013): 1-17.

En ayant ces mises en garde à l'esprit, nous prenons un certain nombre de précautions.

Dans la mesure du possible, nous discutons des résultats qui ont été corroborés par des publications indépendantes, avec une préférence pour ceux qui ont été confirmés par des méta-analyses.

Nous nous appuyons sur des études qui utilisent des échantillons représentatifs au niveau national et nous précisons quand cette information n'est pas disponible. Enfin, nous attirons l'attention sur les cas où le consensus académique fait défaut. Comme tout travail de recherche, cette note de synthèse marque le commencement et non la fin d'une communication sur la désinformation. Elle reste ouverte à des suggestions supplémentaires, et les auteurs acceptent volontiers les contributions des chercheurs et des professionnels.

Bibliographie

- Agencia Solo Comunicacion. 'La Veracidad de Lo Que Circula Por WhatsApp'. Buenos Aires, Argentina, 2019.
- Allport, Floyd H., and Milton Lepkin. 'Wartime Rumors of Waste and Special Privilege: Why Some People Believe Them.' *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 40, no. 1 (1945): 3.
- Alter, Adam L., and Daniel M. Oppenheimer. 'Uniting the Tribes of Fluency to Form a Metacognitive Nation'. *Personality and Social Psychology Review* 13, no. 3 (2009): 219–235.
- Begg, Ian Maynard, Ann Anas, and Suzanne Farinacci. 'Dissociation of Processes in Belief: Source Recollection, Statement Familiarity, and the Illusion of Truth.' *Journal of Experimental Psychology: General* 121, no. 4 (1992): 446.
- Berger, Jonah. 'Arousal Increases Social Transmission of Information'. *Psychological Science* 22, no. 7 (2011): 891–893.
- Berger, Jonah, and Katherine L. Milkman. 'What Makes Online Content Viral?' *Journal of Marketing Research* 49, no. 2 (2012): 192–205.
- Chadwick, Andrew, and Cristian Vaccari. 'News Sharing on UK Social Media: Misinformation, Disinformation, and Correction', 2019.
- Ecker, Ullrich KH, Stephan Lewandowsky, Briony Swire, and Darren Chang. 'Correcting False Information in Memory: Manipulating the Strength of Misinformation Encoding and Its Retraction'. *Psychonomic Bulletin & Review* 18, no. 3 (2011): 570–578.
- Fazio, Lisa K., Nadia M. Brashier, B. Keith Payne, and Elizabeth J. Marsh. 'Knowledge Does Not Protect against Illusory Truth.' *Journal of Experimental Psychology: General* 144, no. 5 (2015): 993.
- Guess, Andrew, Jonathan Nagler, and Joshua Tucker. 'Less than You Think: Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook'. *Science Advances* 5, no. 1 (2019): eaau4586.
- Hornsey, Matthew J., Emily A. Harris, Paul G. Bain, and Kelly S. Fielding. 'Meta-Analyses of the Determinants and Outcomes of Belief in Climate Change'. *Nature Climate Change* 6, no. 6 (2016): 622.
- Kahan, Dan M., Ellen Peters, Maggie Wittlin, Paul Slovic, Lisa Larrimore Ouellette, Donald Braman, and Gregory Mandel. 'The Polarizing Impact of Science Literacy and Numeracy on Perceived Climate Change Risks'. *Nature Climate Change* 2, no. 10 (2012): 732.
- Kahneman, Daniel. *Thinking, Fast and Slow*. Macmillan, 2011.
- Kalogeropoulos, Antonis, Richard Fletcher, and Rasmus Kleis Nielsen. 'News Brand Attribution in Distributed Environments: Do People Know Where They Get Their News?': *New Media & Society*, 28 September 2018. doi.org/10.1177/1461444818801313.
- Karlova, Natascha A., and Karen E. Fisher. 'Plz RT": A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour'. *Information Research* 18, no. 1 (2013): 1–17.
- Kazeem, Yomi. 'WhatsApp Is the Medium of Choice for Older Nigerians Spreading Fake News'. Quartz Africa, 2019. qz.com/africa/1688521/whatsapp-increases-the-spread-of-fake-news-among-older-nigerians.
- Kolawole, Simon, and Emeka Umejei. 'Nigeria'. Media Landscapes, 2018. medialandscapes.org/country/nigeria.

- Lewandowsky, Stephan, Ullrich KH Ecker, Colleen M. Seifert, Norbert Schwarz, and John Cook. 'Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing'. *Psychological Science in the Public Interest* 13, no. 3 (2012): 106–131.
- Mitchell, Amy, Jeffrey Gottfried, Michael Barthel, and Nami Sumida. 'Distinguishing Between Factual and Opinion Statements in the News'. Washington, D.C.: Pew Research Centre, 2018.
- Mitchelstein, Eugenia, Silvana Leiva, Camilia Giuliano, and Pablo J. Boczkowski. 'La Política Da Que Hablar: Engagement En Redes Sociales de Sitios de Noticias/The Policy Gives to Speak: Engagement in Social Networks of News Sites'. *CIC-Cuadernos de Informacion y Comunicacion*, no. 23 (2018): 157–174.
- Newman, Eryn J., Maryanne Garry, Christian Unkelbach, Daniel M. Bernstein, D. Stephen Lindsay, and Robert A. Nash. 'Truthiness and Falsiness of Trivia Claims Depend on Judgmental Contexts'. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition* 41, no. 5 (2015): 1337.
- Nyhan, Brendan, and Jason Reifler. 'When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions'. *Political Behavior* 32, no. 2 (2010): 303–330.
- Pennycook, Gordon, Tyrone D. Cannon, and David G. Rand. 'Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News'. *Journal of Experimental Psychology: General*, 2018.
- Pennycook, Gordon, and David G. Rand. 'Lazy, Not Biased: Susceptibility to Partisan Fake News Is Better Explained by Lack of Reasoning than by Motivated Reasoning'. *Cognition* 188 (2019): 39–50.
- Schacter, Daniel L., Dana Osowiecki, Alfred W. Kaszniak, John F. Kihlstrom, and Michael Valdiserri. 'Source Memory: Extending the Boundaries of Age-Related Deficits'. *Psychology and Aging* 9, no. 1 (1994): 81.
- Swire, Briony, Adam J. Berinsky, Stephan Lewandowsky, and Ullrich KH Ecker. 'Processing Political Misinformation: Comprehending the Trump Phenomenon'. *Royal Society Open Science* 4, no. 3 (2017): 160802.
- Swire, Briony, Ullrich KH Ecker, and Stephan Lewandowsky. 'The Role of Familiarity in Correcting Inaccurate Information'. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition* 43, no. 12 (2017): 1948.
- Tannous, Natalie, Peter Belesiotis, Natalie Tchakarian, and Ruth Stewart. 'Public Engagement with Politics, Information and News –Nigeria'. Johannesburg: Africa Check, 2019. africacheck.org/how-to-fact-check/fact-checking-studies.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. 'The Spread of True and False News Online'. *Science* 359, no. 6380 (9 March 2018): 1146–51. doi.org/10.1126/science.aap9559.
- Walter, Nathan, and Riva Tukachinsky. '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*, 22 June 2019, 0093650219854600. doi.org/10.1177/0093650219854600.
- Warren, Matthew. 'Higher Intelligence And An Analytical Thinking Style Offer No Protection Against “The Illusory Truth Effect” – Our Tendency To Believe Repeated Claims Are True'. *Research Digest* (blog), 26 June 2019. digest.bps.org.uk/2019/06/26/higher-intelligence-and-an-analytical-thinking-style-offer-no-protection-against-the-illusory-truth-effect-our-tendency-to-believe-repeated-claims-are-more-likely-to-be-true.
- Wasserman, Herman, and Dani Madrid-Morales. "“Fake News”, Disinformation and Media Trust in Africa: A Comparative Study of Kenya, Nigeria and South Africa'. ICAfrica Biennial Conference. Accra, 2018.

Africa Check

12th Floor University Corner
Cnr Jorissen & Bertha streets
Braamfontein
Johannesburg

 info@afriacheck.org

 [@AfricaCheck](https://twitter.com/AfricaCheck)

 afriacheck.org

Chequeado

Buenos Aires

 chequeado.com

Full Fact

London

 fullfact.org