

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Près de 60% des élèves des établissements publics du secondaire identifient les fake news

Plus de la moitié des élèves de l'enseignement secondaire obligatoire (ESO) espagnol fait la distinction entre les fake news et les vraies nouvelles. C'est l'une des conclusions d'une étude menée par des chercheurs de l'Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) qui analyse le rapprochement des médias des élèves d'établissements publics espagnols.

La recherche montre la manière dont ces élèves (âgés de 11 à 16 ans) s'informent et font face à la désinformation, entre autres facteurs. « Un faux titre sur la Covid-19 a été identifié comme un canular par 58,8 % des étudiants, tandis que 51,8 % ont considéré comme vrai un titre contenant un canular sur l'immigration », explique l'une des auteures de l'étude, Eva Herrero, qui a publié cette recherche dans la revue scientifique Comunicar avec Leonardo La Rosa, tous deux du département de communication de l'UC3M.

En termes de discrimination entre les genres journalistiques, 92,1 % se disent capables de distinguer l'information et l'opinion, mais les chercheurs ont constaté que 64,4 % confondent un article d'opinion avec un texte informatif. En ce qui concerne les plateformes préférées pour s'informer, la plupart d'entre eux le fait sur les réseaux sociaux (55,5 %), à la télévision (29,1 %) et par le biais de leurs cercles de famille et d'amis (7,9 %), devant les journaux numériques (6,5 %) ou la radio (1 %).

Les chercheurs ont étudié la manière dont les adolescents traitent les médias selon une approche mixte. Ils ont tout d'abord procédé à une analyse quantitative, en interrogeant plus de 1 600 étudiants de l'enseignement secondaire obligatoire issus d'établissements publics en Espagne. Deuxièmement, plus de 75 entretiens approfondis ont été menés avec des enseignants de ce niveau d'enseignement. Selon les enseignants de ces établissements, il existe une consommation médiatique chez les élèves caractérisée par l'utilisation intensive et non critique de certains médias audiovisuels et numériques tels que TikTok, Instagram ou YouTube.

À la suite des entretiens avec les enseignants, la majorité des enseignants du secondaire ont souligné l'opportunité d'introduire des contenus liés au fonctionnement des médias dans leurs programmes. À cet égard, ils ont détecté que lorsqu'ils travaillent avec les élèves en classe sur des sujets liés aux contenus qu'ils consultent sur les réseaux sociaux, la motivation et l'attention des élèves sont plus grandes.

Cette recherche, réalisée avec le soutien d'une bourse Leonardo pour chercheurs et créateurs culturels de la Fondation BBVA, montre que l'éducation aux médias et à l'information est toujours un projet en suspens dans les programmes scolaires du secondaire.

Plus d'informations : Herrero-Curiel, E., & La-Rosa, L. (2022). Secondary education students and media literacy in the age of disinformation [Les élèves de l'enseignement secondaire et l'éducation aux médias à l'ère de la désinformation]. *Comunicar*, 73. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>