

nos souvenirs aussi naturellement qu'à un proche. Cependant, Internet diffère d'un partenaire humain : il en sait davantage et répond plus vite. Presque toute l'information connue y est aujourd'hui accessible grâce à une simple recherche. Internet pourrait être en train de remplacer non seulement notre réseau humain de sources externes de mémoire, mais aussi nos facultés cognitives. Ainsi, il éliminerait le besoin de partenaires avec qui partager l'information et éteindrait le réflexe de garder les faits importants en mémoire. C'est ce que nous nommons *l'effet Google*.

En 2011, une expérience a révélé à quel point l'ordinateur a déjà commencé à se substituer aux amis ou aux membres de la famille pour partager les tâches quotidiennes de mémoire. Betsy Sparrow, de l'Université Columbia, Jenny Liu, alors à l'Université du Wisconsin-Madison, et l'un d'entre nous (D. Wegner) ont demandé aux participants d'écrire sur un ordinateur 40 faits notables, tels que : « L'œil d'une autruche est plus gros que son cerveau ». Ils ont indiqué à la moitié des participants que leur travail serait sauvegardé et à l'autre moitié qu'il serait effacé. En outre, ils ont demandé à la moitié de chaque groupe de mémoriser les informations.

Les chercheurs ont ainsi constaté que ceux qui croyaient que l'ordinateur avait sauvegardé la liste de faits les restituaient beaucoup moins bien. Les participants semblaient traiter l'ordinateur comme les partenaires de mémoire transactive que nous avons commencé à étudier il

y a plusieurs décennies : ils se déchargeaient des informations sur lui plutôt que de les stocker en eux-mêmes. Cette tendance persistait même chez ceux à qui l'on avait explicitement demandé de garder

Il est parfois plus rapide d'extraire une information d'Internet que de consulter sa propre mémoire.

les informations à l'esprit. La propension à se reposer sur les ressources numériques semble si forte que les gens sont souvent incapables de mémorisation précise dès lors qu'ils sont en présence d'un « compagnon informatique ».

Dans une autre expérience, nous avons étudié à quel point le recours à Internet est un réflexe quand on essaie de répondre à une question. Pour le déterminer, nous avons utilisé ce que les psychologues nomment une tâche de Stroop : les participants examinent une série de mots écrits en diverses couleurs et doivent nommer leur couleur sans se préoccuper de leur signification.

S'ils mettent du temps à nommer la couleur, on en déduit qu'ils peinent à ignorer le sens du mot, car il se rapporte à quelque chose qui occupe leurs pensées. Ainsi si le mot *rouge* est écrit en rouge, ils nomment très vite la couleur. En revanche, ils sont plus longs à répondre si le mot *rouge* est écrit en bleu, par exemple. Ou encore, des personnes affamées sont plus lentes

à nommer la couleur d'un mot relatif à la nourriture que des personnes repues.

Dans notre expérience, les participants exécutaient deux tâches de Stroop : l'une après avoir répondu à des questions faciles de culture générale, l'autre après avoir été confrontés à des questions difficiles, auxquelles ils ne savaient pas répondre par eux-mêmes (par exemple : « Les drapeaux de tous les pays ont-ils au moins deux couleurs ? »). Les mots des tâches de Stroop étaient liés soit à Internet (tels *Google* ou *Yahoo*, écrits respectivement en rouge et en bleu), soit à des marques (*Nike* en jaune ou *Target* en vert, par exemple).

Après avoir répondu aux questions difficiles, les participants étaient notablement plus lents à donner la couleur des mots quand ces derniers étaient liés à Internet, mais pas quand ils se rattachaient à une marque quelconque. Cela suggère qu'Internet vient rapidement à l'esprit quand on ne sait pas répondre à une question. Notre première réaction semble alors de penser à lui, notre « ami » qui sait tout et à qui on peut demander n'importe quoi par une simple pression du doigt ou une commande vocale.

Cependant, en transférant à Internet la responsabilité de toutes sortes d'informations, nous remplaçons peut-être d'autres partenaires potentiels de mémoire transactive, tels des amis, des membres de la famille ou des spécialistes.

Au premier abord, cette transition d'une information répartie entre membres d'un réseau social vers une information confiée

Internet et mémoire : des effets controversés

Si Internet semble bien changer la perception de soi, comme le décrit cet article, son influence négative sur la mémoire est sujette à débat. Les auteurs se fondent sur les expériences de B. Sparrow et ses collègues, qui montreraient que l'on mémorise moins bien les faits quand on pense pouvoir les retrouver. Cependant, dans ces expériences, les faits à mémoriser sont communiqués aux participants par les chercheurs ; il faudrait aussi effectuer des tests de mémoire sur des informations obtenues par une recherche sur le Web. En outre, les différences sont de dix pour cent ou moins, ce qui est peu signifi-

catif dans le domaine de la mémoire, où divers paramètres peuvent faire varier notablement les résultats. Enfin, l'une des expériences nuance le supposé effet négatif : quand on présente une seconde fois les propositions à mémoriser aux participants en leur demandant si elles ont été déclarées sauvegardées ou effacées, ils répondent plus souvent de façon correcte pour les informations déclarées sauvegardées (66 pour cent) que pour celles qui ont été déclarées effacées (51 pour cent). Si l'information elle-même paraît être un peu moins bien retenue quand on sait qu'elle est enregistrée, son sta-

tut (sauvegardé ou non) serait donc mieux mémorisé.

Les effets négatifs d'Internet sur la mémoire semblent également contredits par une enquête récente, où nous avons étudié l'impact des loisirs numériques sur les performances scolaires et cognitives des adolescents. L'enquête portait sur un échantillon représentatif de 27 000 adolescents français de 14 ans et demi, en classe de troisième. De nombreux tests ont été pratiqués, concernant la mémoire des connaissances (dans divers domaines, tels que l'histoire et les sciences), la lecture, le raisonnement... Or les collégiens qui naviguent régulièrement sur

Internet ont une mémoire des connaissances supérieure de 25 pour cent à la moyenne. Les causes restent cependant à déterminer et pourraient être liées à la catégorie socioprofessionnelle des parents, en moyenne plus élevée chez les utilisateurs réguliers du Web.

Des études complémentaires sont donc nécessaires pour préciser les effets d'Internet sur la mémoire. Pour l'instant, en tout cas, celle-ci reste performante et n'est pas prête d'être remplacée par les ordinateurs et les téléphones intelligents.

Alain Lieury

Professeur émérite de psychologie cognitive de l'Université Rennes 2