

Note de synthèse n° 7

Les Français, les médias et l'épidémie.

L'enquête COCONEL est réalisée par internet. Une fois par semaine, un échantillon d'un millier de personnes, représentatif de la population adulte française, est interrogé avec un questionnaire couvrant divers aspects de la crise actuelle. La présente note revient sur le traitement médiatique de l'épidémie, tel que le perçoivent les Français (quatrième vague, 1005 personnes interrogées du 15 au 17 avril), après un mois de confinement.

Après un mois de confinement, 80 % des enquêtés jugent que les images et/ou les témoignages de l'épidémie que diffusent les médias sont souvent effrayants. Ce ressenti est plus prononcé parmi les femmes, les personnes âgées de plus de 65 ans et celles qui se trouvent confinées seules. En outre, 62 % des enquêtés déclarent qu'il leur arrive, à la télévision ou à la radio, de changer de chaîne/station pour éviter d'entendre parler de l'épidémie, et 28 % préfèrent ignorer combien de gens meurent chaque jour du COVID-19 en France. Ces ressentis et réactions sont corrélés aux attitudes exprimées à l'égard du confinement et de l'épidémie : ceux qui jugent effrayants les témoignages et les images de l'épidémie estiment plus souvent que le confinement est le seul moyen efficace de lutter contre celle-ci, et ils sont plus inquiets à l'idée d'être infectés par le coronavirus.

Chaque jour, pour s'informer sur l'épidémie, 39 % des enquêtés passent beaucoup de temps à regarder la télévision, 33 % à lire des articles de presse (sur papier ou écran), 21 % à écouter la radio, 20 % à regarder des vidéos sur internet. Il arrive aussi à 18 % des enquêtés de s'informer la nuit sur l'épidémie. Ces comportements ont tendance à se cumuler. Les hommes déclarent plus souvent que les femmes passer beaucoup de temps à chercher de l'information sur l'épidémie, quel que soit le média ; les ménages ayant les plus bas revenus consomment davantage d'images en lien avec l'épidémie, et s'informent plus souvent la nuit.

Les problèmes de sommeil apparus ou aggravés depuis le début du confinement sont plus fréquents parmi les enquêtés qui passent le plus de temps à s'informer sur l'épidémie dans les médias. De même, les signes de détresse psychologique sont nettement plus fréquents parmi les personnes qui passent beaucoup de temps chaque jour à s'informer sur l'épidémie dans les médias. Parmi celles et ceux qui y consacrent peu de temps, 27 % des femmes et 19 % des hommes présentent des signes de détresse psychologique, contre respectivement 63 % et 38 % parmi celles et ceux qui y passent beaucoup de temps.

Ressentis et réactions face à la médiatisation de l'épidémie.

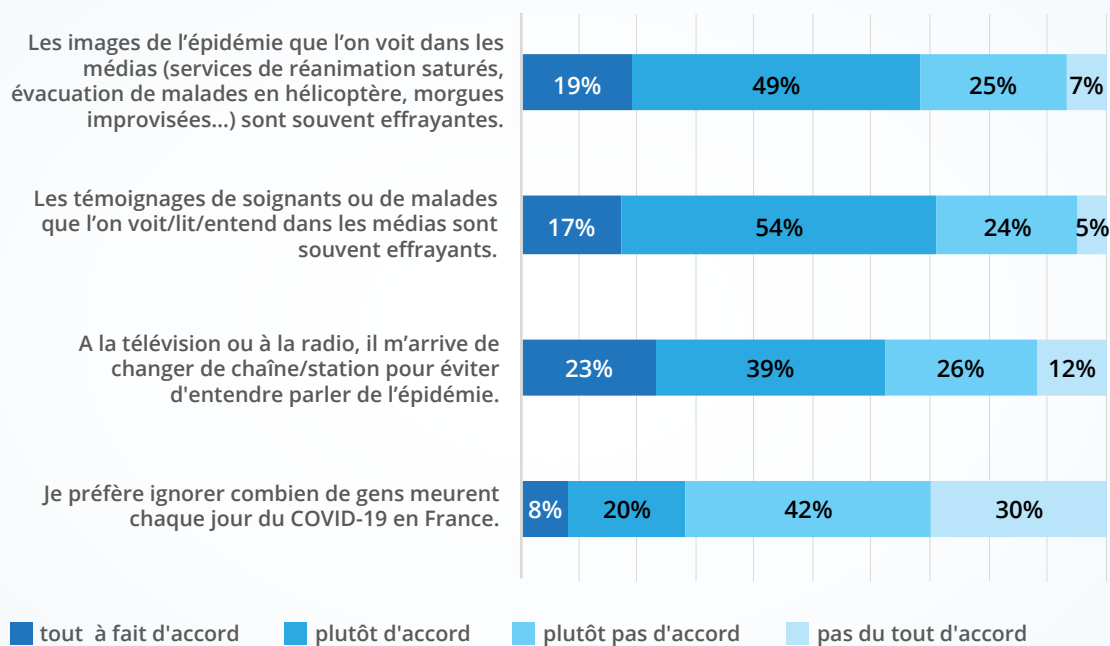


Figure 1. Ressentis et réactions à l'égard du traitement médiatique de l'épidémie. Enquête COCONEL, vague 4, 15-17 avril 2020.

68 % des enquêtés considèrent que les images de l'épidémie que l'on voit dans les médias (services de réanimation saturés, évacuation de malades en hélicoptère, morgues improvisées...) **sont souvent effrayantes** (19 % sont tout à fait d'accord avec cette assertion, 49 % plutôt d'accord). Les femmes se déclarent plus souvent d'accord (73 %, contre 63 % des hommes), et cette proportion atteint 81 % parmi les plus de 65 ans. A contrario, elle est moins fréquente parmi les personnes dont le foyer compte au moins trois personnes (64 %).

71 % des enquêtés jugent que les témoignages de soignants ou de malades que l'on voit/lit/entend dans les médias sont souvent effrayants (17 % sont tout à fait d'accord avec cette assertion, 54 % plutôt d'accord). A nouveau, les femmes partagent cette opinion plus souvent (75 %, contre 68 % des hommes), de même que les plus de 65 ans (80 %), mais c'est aussi le cas des personnes confinées seules (77 %, contre 68 % parmi les autres enquêtés).

Au total, 80 % des enquêtés trouvent souvent effrayants les images et/ou les témoignages de l'épidémie. Si ces ressentis diffèrent selon l'âge et le sexe, en revanche ils ne varient pas selon les niveaux de revenus ou de diplôme.

62 % des enquêtés déclarent qu'il leur arrive, à la télévision ou à la radio, de changer de chaîne/station pour éviter d'entendre parler de l'épidémie (23 % sont tout à fait d'accord, 39 % sont plutôt d'accord) : cette réponse est plus fréquente pour les femmes (65 %, contre 58 % des hommes) et parmi les 26-45 ans.

28 % des enquêtés préfèrent ignorer combien de gens meurent chaque jour du COVID-19 en France (8 % sont tout à fait d'accord, 20 % sont plutôt d'accord). Cette attitude ne varie pas significativement selon l'âge et le sexe. En revanche, elle dépend des conditions de vie, contrairement aux autres attitudes étudiées : 37 % des enquêtés vivant dans un ménage à bas revenus préfèrent ne pas savoir (contre 20 % parmi les

plus aisés¹), de même que 37 % de ceux qui sont confinés dans un logement surpeuplé (au sens de l'Insee)² (contre 27 % des autres enquêtés).

Ces ressentis et réactions sont corrélés aux attitudes exprimées à l'égard du confinement³ : les enquêtés qui jugent les images de l'épidémie souvent effrayantes estiment plus souvent que le confinement est le seul moyen efficace de lutter contre l'épidémie (82 % sont d'accord, contre 72 % des autres enquêtés), de même que ceux qui trouvent les témoignages effrayants (82 %, contre 71 %). Les personnes à qui il arrive de changer de chaîne ou de station pour éviter une émission sur l'épidémie considèrent plus souvent que le confinement devra être assoupli pour être supporté (47 % contre 38 % des autres) de même que celles qui préfèrent ignorer le nombre de décès quotidiens (53 %, contre 40 %). Ces personnes jugent par ailleurs moins souvent que le confinement est le seul moyen efficace de lutter contre l'épidémie (71 % sont d'accord, contre 82 % des autres enquêtés), et elles estiment plus fréquemment que le confinement est une mesure excessive au vu de la gravité réelle de l'épidémie (37 % partagent cette opinion, contre 17 % du reste des enquêtés).

Le ressenti face aux médias est aussi corrélé à la crainte d'être infecté. Les enquêtés qui jugent souvent effrayants les images ou les témoignages de l'épidémie sont deux fois plus enclins à se déclarer très inquiets à l'idée d'être infecté par le coronavirus⁴ (respectivement 40 % contre 20 % et 40 % contre 19 %).

Recherche d'information sur l'épidémie dans les médias.

Chaque jour, pour s'informer sur l'épidémie, 39 % des enquêtés déclarent passer beaucoup de temps à regarder la télévision, 33 % à lire des articles de presse (sur papier ou écran), 21 % à écouter la radio, 20 % à regarder des vidéos sur internet. Il arrive aussi à 18 % des enquêtés de s'informer la nuit sur l'épidémie.

Ces cinq réponses sont corrélées positivement. Autrement dit, même si certaines personnes privilégient tel ou tel média, globalement un certain cumul prédomine : les enquêtés qui déclarent passer beaucoup de temps sur un média pour s'informer sur l'épidémie sont plus enclins à faire de même sur d'autres médias, voire à s'informer la nuit.

Ainsi, **les hommes déclarent plus souvent que les femmes passer beaucoup de temps à chercher de l'information sur l'épidémie**, que ce soit à la télévision (43 % contre 35 %), en regardant des vidéos sur internet (23 % contre 16 %), en écoutant la radio (25 % contre 17 %), ou en lisant la presse (41 % contre 26 %). S'agissant de l'âge, les 46-65 ans cherchent plus souvent de l'information à la télévision, tandis que les 36-45 ans privilégient plus souvent la presse. En outre, **les ménages ayant de bas revenus consomment davantage d'images en lien avec l'épidémie** : 50 % des enquêtés vivant dans un ménage à bas revenus passent chaque jour beaucoup de temps à s'informer à la télévision (contre 36 % des autres enquêtés), 30 % font de même en regardant des vidéos sur internet (contre 16 % des autres).

¹ Le total des revenus du ménage a été divisé par le nombre d'unités de consommation au sein de celui-ci, qui prend en compte à la fois sa taille et sa composition. Le premier quartile de la distribution de ce revenu du ménage par unité de consommation correspond aux ménages qui ont les plus bas revenus, et le dernier quartile aux ménages les plus aisés.

² Un logement est considéré surpeuplé lorsque la surface habitable par personne est inférieure à 18 m² (ou à 25 m² pour une personne seule).

³ Pour le détail des intitulés utilisés pour sonder ces attitudes, cf. notes 1, 2, 3 et 5.

⁴ Sur une échelle de 0 à 10, ils évaluent leur inquiétude d'être infecté par le coronavirus d'ici la fin de l'épidémie de 8 à 10.

Enfin, s'informer la nuit sur l'épidémie apparaît comme un comportement nettement plus fréquent parmi les 18-35 ans (31 % déclarent que ça leur arrive, contre 13 % parmi les plus de 35 ans), ainsi que parmi les bas revenus (30 %, contre 11 % parmi les plus aisés).

Pour m'informer sur l'épidémie, chaque jour, je passe beaucoup de temps...

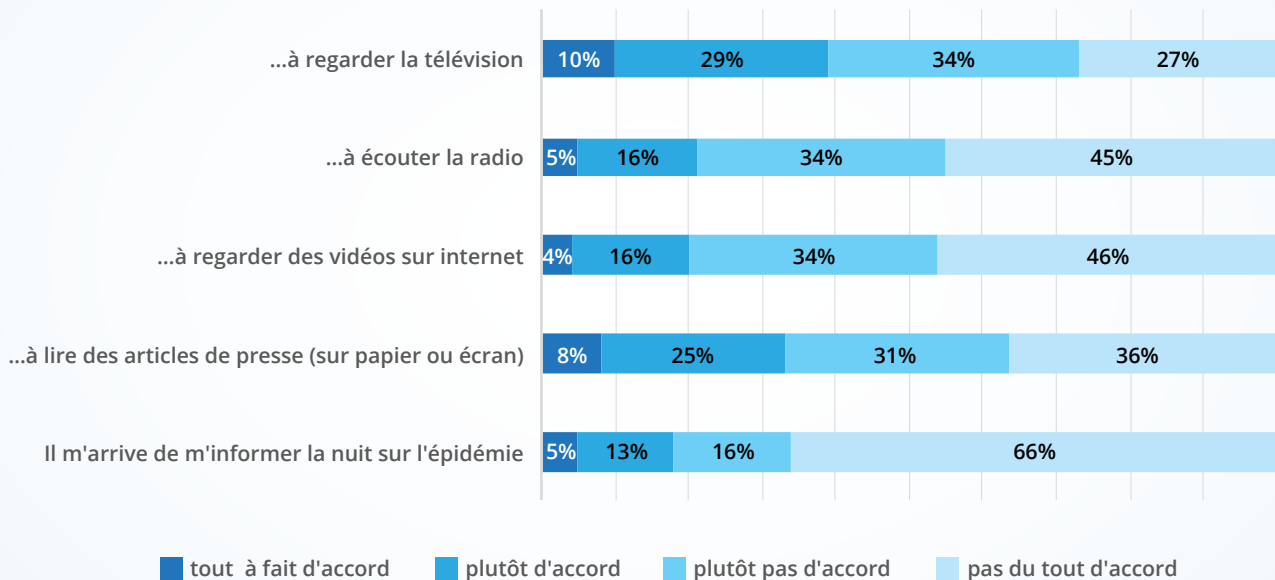


Figure 2. Recherche d'informations sur l'épidémie dans les médias. Enquête COCONEL, vague 4, 15-17 avril 2020.

Calcul d'un indicateur synthétique de recherche d'information dans les médias.

Ces recherches quotidiennes d'information sur l'épidémie dans différents médias ayant tendance à se cumuler, il est possible d'en construire un indicateur synthétique, en sommant les réponses recueillies pour ces cinq questions, puis en découpant le score obtenu en quartiles⁵ (numérotés Q1 à Q4). Le premier quartile correspond à des enquêtés qui ont répondu « pas du tout d'accord » aux cinq assertions, ou éventuellement « plutôt pas d'accord » à l'une d'entre elles, et qui donc passent peu de temps à ces recherches. Le dernier quartile correspond à des enquêtés qui, au contraire, se déclarent d'accord avec la plupart de ces assertions : 87 % concernant le fait de passer chaque jour beaucoup de temps à rechercher de l'information sur l'épidémie à la télévision, 85 % s'agissant de lire la presse sur papier ou écran, 65 % pour les vidéos sur internet, 59 % pour la radio, 55 % pour les recherches nocturnes. Ils passent donc beaucoup de temps à ces recherches. Les femmes sont majoritaires dans le premier quartile (57 %), et les hommes le sont dans le dernier (57 % également). De même, 31 % des 18-25 ans appartiennent à ce dernier quartile, contre seulement 19 % des plus de 65 ans.

⁵ Pour les spécialistes, l'alpha de Cronbach atteint 0,79 pour ces 5 items.

Recherche d'information dans les médias, ressentis et réactions.

Parmi les personnes qui passent chaque jour peu de temps à s'informer sur l'épidémie dans les médias (premier quartile de l'indicateur synthétique), 54 % jugent que les images de l'épidémie sont souvent effrayantes, contre 76 % de celles qui y consacrent beaucoup de temps (dernier quartile). De même, celles qui passent peu de temps à s'informer sont 59 % à trouver souvent effrayants les témoignages de l'épidémie, contre 79 % parmi celles qui y passent beaucoup de temps.

S'agissant des réactions d'évitement, les enquêtés qui passent peu de temps à s'informer dans les médias disent plus souvent qu'il leur arrive de changer de chaîne ou de station pour éviter d'entendre parler de l'épidémie (c'est le cas de 68 % d'entre eux, contre 56 % de ceux qui passent beaucoup de temps à s'informer à ce sujet). De même, 43 % des personnes qui passent peu de temps à s'informer sur l'épidémie préfèrent ignorer le décompte quotidien des décès, contre 23 % de celles qui y consacrent beaucoup de temps.

Recherche d'information dans les médias et santé mentale.

Lors de la quatrième vague de notre enquête, 39 % des personnes interrogées ont déclaré avoir eu des problèmes de sommeil au cours des huit derniers jours, problèmes apparus ou aggravés depuis le début du confinement (32 % des hommes, 46 % des femmes)⁶. Si ces proportions restent très proches de celles observées lors de la première vague d'enquête, on note que **la prévalence des problèmes de sommeil augmente sensiblement avec le temps passé chaque jour à chercher de l'information sur l'épidémie dans les médias** : pour les hommes, elle passe de 23 % parmi ceux qui y consacrent peu de temps à 44 % pour ceux qui y passent beaucoup de temps, et pour les femmes, de 38 % à 55 %.

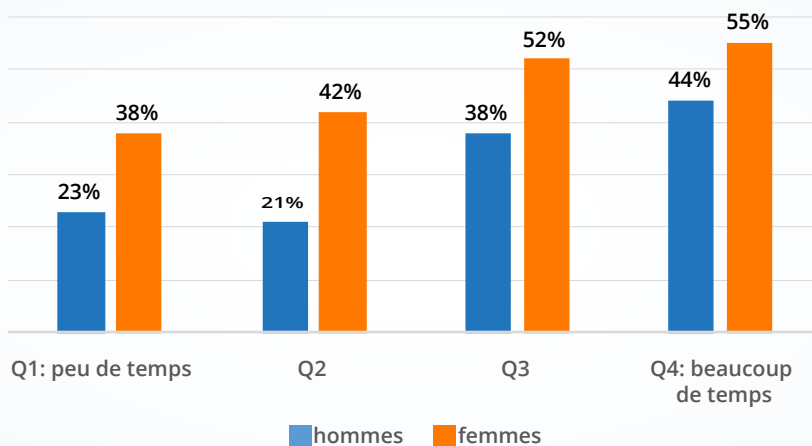


Figure 3. Temps passé à s'informer sur l'épidémie dans les médias et troubles du sommeil depuis le confinement. Enquête COCONEL, vague 4, 15-17 avril 2020.

⁶ Ne sont pas pris ici en compte les problèmes de sommeil antérieurs au confinement, cf. notes 2 et 5.

S'agissant des signes de détresse psychologique repérés par le questionnaire MHI-5, lors de cette quatrième vague leur prévalence atteignait 35 % : 28 % pour les hommes, 41 % pour les femmes. **Ces signes de détresse psychologique sont nettement plus fréquents parmi les personnes qui passent beaucoup de temps chaque jour à s'informer sur l'épidémie dans les médias.** Parmi celles et ceux qui y consacrent peu de temps, 27 % des femmes et 19 % des hommes présentent des signes de détresse psychologique, contre respectivement 63 % et 38 % parmi celles et ceux qui y passent beaucoup de temps, sans bien sûr qu'il soit possible de démêler la cause de la conséquence. Enfin, parmi les enquêtés qui déclarent qu'il leur arrive de changer de chaîne ou de station pour ne pas entendre parler de l'épidémie, 39 % présentent des signes de détresse psychologique, contre 28 % parmi les autres enquêtés.

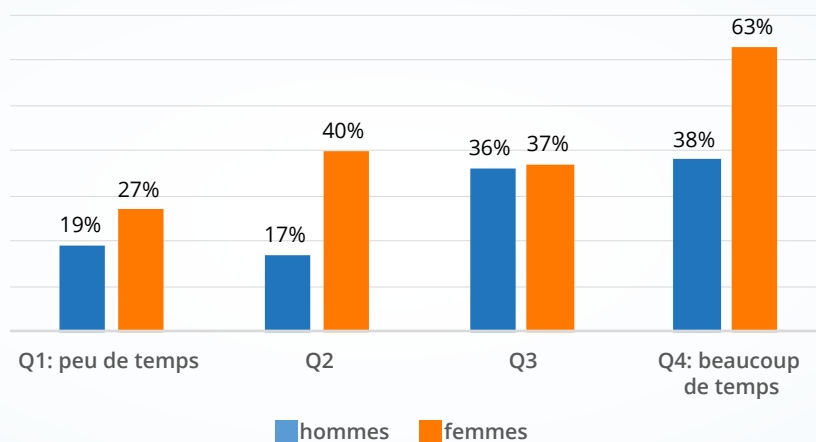


Figure 4. Temps passé à s'informer sur l'épidémie dans les médias et détresse psychologique. Enquête COCONEL, vague 4, 15-17 avril 2020.

L'enquête est réalisée par l'institut de sondage IFOP, qui dispose d'un access panel de plus de 750 000 ménages français. L'échantillon de répondants est représentatif de la population française des 18 ans et +, sur les critères d'âge, de sexe, de niveau d'éducation et de profession du chef de ménage, après stratification par région et catégorie d'agglomération de résidence.

Des analyses complémentaires peuvent être menées à la demande pour décliner les aspects traités selon les caractéristiques des enquêtés (âge, sexe, niveau socioéconomique, diplôme, type de commune, région, orientation politique...), ou détailler les aspects du questionnaire non abordés ici.

Le consortium COCONEL réunit des chercheurs de l'UMR VITROME (Vectorial Infections in TROPical and MEditerranean areas ; Patrick Peretti-Watel, Valérie Seror, Sébastien Cortaredona, Marseille), du Centre d'Investigation Clinique Cochin-Pasteur (Odile Launay, Paris), de l'Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique (Jocelyn Raude, Rennes) et de l'Observatoire régional de la santé Sud-Provence-Alpes-Côte d'Azur (Pierre Verger, Lisa Fressard, Marseille). Il s'appuie sur un comité de pilotage comprenant François Beck, Stéphane Legleye, Olivier L'Haridon, Jeremy Ward et Damien Léger. Il bénéficie d'un financement par le Fonds de Crise de l'Institut de Recherche pour le Développement, et par l'appel à projets Flash COVID-19 de l'Agence Nationale de la Recherche.

