

Résumé - Note de synthèse n° 7

Les Français, les médias et l'épidémie.

L'enquête COCONEL est réalisée par internet. Deux 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.

