

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Quels sont les éléments déclencheurs et les facteurs d'anxiété médiatique en Belgique francophone ?

Auteur : Mélanie Pochet
Promoteur(s) : Olivier Standaert
Année académique 2023-2024
Master [120] en journalisme, à finalité spécialisée « École de
journalisme de Louvain »

Par ces quelques lignes, je tiens à remercier et à exprimer ma gratitude envers toutes les personnes qui m'ont aidé et soutenu lors de la rédaction de ce mémoire.

Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur, Olivier Standaert, pour sa disponibilité, ses encouragements et ses conseils avisés. Son expertise et son soutien m'ont été essentiels afin de nourrir ma réflexion et d'enrichir ce mémoire.

Je remercie également tous les professionnels qui ont accepté de me consacrer du temps pour les entretiens sur le sujet de l'anxiété médiatique.

Enfin, je remercie ma maman, ma sœur, mon frère, mes filleuls, mon beau-frère et Stéphanie pour leur soutien constant et leur aide précieuse. Leur présence à mes côtés a été une source de motivation et de réconfort tout au long de ce parcours.

Table des matières

I. Introduction	3
II. État de l’art.....	5
A. L’anxiété.....	5
B. L’anxiété médiatique	8
a. Doomscrolling.....	9
b. Infobésité, surinformation, surcharge informationnelle	10
c. Les journalistes mis en cause	14
d. Fatigue informationnelle et les « News Avoidance »	17
e. Fake news, infodémie, baisse de confiance.....	20
f. Journalisme constructif, de solutions	29
III. Recherche	33
A. Tentatives d’identification des éléments déclencheurs et facteurs de l’anxiété médiatique en Belgique francophone.....	33
B. Méthodologie	35
a. L’entretien.....	35
b. Le questionnaire	36
c. Le choix des interviewés	36
d. Méthode d’analyse des entretiens.....	37
C. Les interviewés.....	39
D. Analyse des entretiens.....	41
E. Mise en perspective	62
IV. Conclusion.....	68
V. Bibliographie	70

I. Introduction

« Nouvelle fusillade à Anderlecht : plusieurs coups de feu tirés, un jeune blessé » (Le Soir, 12 avril 2024), « Dépassement de l'indice pivot : conséquences pour le portefeuille des Belges » (Le Soir, 30 avril 2024), ou encore « Guerre en Ukraine : plus de 30 localités sous le feu russe dans la région de Kharkiv » (RTBF.be, 13 mai 2024). Ces titres illustrent la nature souvent alarmante des nouvelles auxquelles nous sommes confrontés. Que ce soit à la télévision, à la radio, par la presse écrite ou sur nos téléphones, l'actualité nous est présentée quotidiennement. Cependant, les nouvelles ne sont pas toujours positives et peuvent être assez démoralisantes, qu'elles se déroulent près de chez nous ou à des milliers de kilomètres.

L'anxiété médiatique, ou l'angoisse générée par l'exposition continue et souvent négative aux informations, est devenue un phénomène marquant dans notre société contemporaine. Plusieurs facteurs ont contribué à l'émergence et à l'intensification de cette forme particulière d'anxiété, notamment la rapidité et la constante accessibilité des informations, le ton souvent alarmiste des médias, et la saturation informationnelle.

La pandémie de Covid-19 a exacerbé l'anxiété médiatique de manière significative. Le flux constant de nouvelles concernant les taux d'infection, les décès, les mesures de confinement, et les incertitudes économiques a augmenté le niveau de stress global. Les informations contradictoires et les théories du complot ont également contribué à la confusion et à l'anxiété.

Ce travail a pour but d'identifier les éléments déclencheurs et les facteurs d'anxiété médiatique en Belgique francophone. La partie théorique de ce travail apportera des éléments concernant l'anxiété médiatique en s'appuyant sur diverses études et théories existantes. Dans cette première partie, l'anxiété de manière globale sera présentée. De plus, une partie sur l'anxiété médiatique sera développée et fera le tour de sujets tels que le doomscrolling, l'infobésité, le rôle et la place des journalistes dans cette anxiété, la fatigue informationnelle et les « News Avoidance », les fake news et l'infodémie, et le journalisme de solutions.

La partie recherche visera à confirmer, infirmer ou prolonger les hypothèses développées dans la partie théorique, de manière à confronter la littérature à l'expérience de 10 professionnels du journalisme faisant face quotidiennement à l'actualité et au traitement des informations. Les données analysées seront collectées selon une approche ethnographique de l'entretien semi-

directif, plus intensive qu'extensive (Derèze, 2009), vu le petit nombre de personnes interviewées.

Les nouvelles données qui seront apportées par les entretiens seront alors mises en perspective à la lumière de la littérature sur le sujet. Enfin, une conclusion proposera certaines pistes de solution et d'ouverture de la problématique pour clôturer ce travail.

II. État de l'art

A. L'anxiété

Alors que déjà bien documentée par des philosophes grecs et latins, c'est au XX^{ème} siècle que l'anxiété apparaît comme une pathologie dans les classifications psychiatriques.¹ Le dictionnaire Larousse définit l'anxiété comme « *une inquiétude pénible, tension nerveuse, causée par l'incertitude, l'attente ; angoisse. Trouble émotionnel se traduisant par un sentiment indéfinissable d'insécurité* ». ²

Aujourd'hui, il est possible pour tout le monde de ressentir de l'anxiété à un moment donné de sa vie. Après une succession de réactions anxieuses durant plusieurs mois, on parle alors d'un trouble anxieux.³ Selon l'OMS, « *les troubles mentaux seront le défi des années à venir le plus difficile à surmonter dans les sociétés occidentales, le stress, l'anxiété et la dépression devenant en 2020 la deuxième cause de maladie chronique* »⁴. Mais certaines personnes sont plus susceptibles que d'autres à faire face à de l'anxiété. Les femmes sont davantage touchées que les hommes et les personnes vivant avec des maladies chroniques ou dans des conditions sociales, économiques ou professionnelles défavorables seront plus exposées.^{5 6}

L'anxiété est le trouble mental qui touche le plus de monde, avec près de 301 millions de personnes concernées en 2019. Au cours de sa vie, jusqu'à 25 % de la population ferait face à de l'anxiété un jour ou l'autre. Mais il est normal de ressentir de l'anxiété, car il s'agit d'une réaction saine et d'un mécanisme de protection qui peut aider par la mise en état d'alerte du corps. Il peut ainsi se préparer à se défendre face à une situation inquiétante ou potentiellement

¹ Isnard Bagnis, C., (2023), Chapitre V. Anxiété, dépression et burn-out, dans *La méditation de pleine conscience*, Paris cedex 14: Presses Universitaires de France, p. 51-66. <https://www.cairn.info/la-meditation-de-pleine-conscience>

² Larousse, *Définitions : anxiété – Dictionnaire de français Larousse*, larousse.fr. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/anxiété>

³ Info Santé, (2020, 8 juillet), *Troubles anxieux – Info santé*, infosante.be. <https://www.infosante.be/guides/troubles-anxieux>

⁴ Isnard Bagnis, C., (2023). Chapitre V. Anxiété, dépression et burn-out, dans *La méditation de pleine conscience*, Paris cedex 14: Presses Universitaires de France, p. 51-66. <https://www.cairn.info/la-meditation-de-pleine-conscience>

⁵ Ibid.

⁶ Organisation Mondiale de la Santé, (2023, 27 septembre), *Troubles anxieux*, who.int. <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/anxiety-disorders>

dangereuse. Il est donc tout à fait normal d'être anxieux la veille d'un examen, lors d'un changement de vie important ou lors d'une entrevue pour un emploi.^{7 8 9 10 11}

Il est difficile d'identifier clairement une cause à des réactions anxieuses, mais cela peut venir de différents facteurs. Et souvent, il s'agit d'une combinaison de plusieurs facteurs sociaux, psychologiques et biologiques. Certaines personnes peuvent être plus fragiles biologiquement que d'autres, avoir une sensibilité héréditaire ou encore rencontrer des facteurs de stress liés à l'environnement familial, social ou professionnel. La manière de faire face à l'anxiété peut provenir d'expériences passées et de réactions acquises (notamment par l'éducation).^{12 13 14}

Selon une étude d'Edelman Data & Intelligence (DXI) menée dans 14 pays auprès de 14.000 personnes, en 2023, à l'échelle mondiale, une personne sur trois déclare que son bien-être n'a jamais été aussi bas. Malgré cela, 67 % de la population mondiale place le bien-être comme une priorité, mais 44 % estiment que le bien-être mental est impossible à atteindre. Finalement, seulement 12 % des personnes sondées affirment avoir un état de bien-être qui leur convient.¹⁵

En 2018, en Belgique, 11,2 % de la population âgée de 15 ans et plus souffrait d'un trouble anxieux. Et les femmes présentaient une prévalence avec un taux de 14,2 % par rapport aux hommes qui étaient à 7,9 %. Il existe également une prévalence par rapport aux différentes régions. De 2008 à 2013, la prévalence des troubles anxieux a augmenté dans toutes les régions. Alors que de 2013 à 2018, cela a continué à augmenter en région wallonne, plus chez les femmes que chez les hommes, mais pas dans les autres régions.¹⁶

⁷ Organisation Mondiale de la Santé, (2022, 17 juin), *L'OMS souligne qu'il est urgent de transformer la santé mentale et les soins qui lui sont consacrés*, who.int, <https://www.who.int/fr/news/item/17-06-2022>

⁸ Organisation Mondiale de la Santé, (2022, 8 juin), *Troubles mentaux*, who.int, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>

⁹ Info Santé, (2020, 8 juillet), *Troubles anxieux – Info santé*, infosante.be, <https://www.infosante.be/guides/troubles-anxieux> *Troubles anxieux · Info santé (infosante.be)*

¹⁰ Gouvernement du Québec, (2023, 20 décembre), *Troubles anxieux*, quebec.ca, <https://www.quebec.ca/sante/sante-mentale/>

¹¹ Organisation Mondiale de la Santé, (2023, 27 septembre), *Troubles anxieux*, who.int, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/anxiety-disorders>

¹² Info Santé, (2020, 8 juillet), *Troubles anxieux – Info santé*, infosante.be, <https://www.infosante.be/guides/troubles-anxieux> *Troubles anxieux · Info santé (infosante.be)*

¹³ Gouvernement du Québec, (2023, 20 décembre), *Troubles anxieux*, quebec.ca, <https://www.quebec.ca/sante/sante-mentale/>

¹⁴ Organisation Mondiale de la Santé, (2023, 27 septembre), *Troubles anxieux*, who.int, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/anxiety-disorders>

¹⁵ RTBF, (2023, 22 septembre), *Bien-être : un tiers de la population mondiale ne s'est jamais sentie aussi mal*, RTBF.be, <https://www.rtbf.be/article/bien-etre-un-tiers-de-la-population-mondiale-ne-s-est-jamais-sentie-aussi-mal>

¹⁶ Sciensano, (2024, 17 avril), *Anxiété et dépression*, Belgiqueenbonnesante.be, <https://www.belgiqueenbonnesante.be/fr/etat-de-sante/sante-mentale/anxiete-et-depression>

Lors de la pandémie du Covid-19, les troubles anxieux ont connu une hausse significative. Plus particulièrement durant les pics de contamination et la mise en place de mesures strictes. Durant cette période qui a eu un véritable impact sur la santé mentale, les symptômes d'anxiété ont été l'un des problèmes le plus souvent soulignés. En mars 2020, le nombre de personnes ayant signalé des symptômes d'anxiété a considérablement augmenté par rapport aux données collectées deux ans auparavant. Et en décembre 2020, 23 % de la population belge avait des troubles anxieux.¹⁷

En 2022, une diminution des troubles anxieux a été constatée mais concernait tout de même 15 à 19 % de la population selon le mois considéré. Ces chiffres restent donc supérieurs à ceux de 2018.¹⁸

En ce qui concerne juin 2023, les personnes concernées par des troubles anxieux représentaient 15 % de la population. Les femmes de 18 à 29 sont plus susceptibles d'être concernées avec 25 % face à 16 % chez les hommes du même âge. Une prévalence plus élevée est également constatée chez les personnes de 18 à 29 ans avec 20 % que chez les personnes âgées de 65 ans ou plus, où ça touche 7% de cette catégorie.¹⁹

Malgré l'annonce de la fin de la crise du Covid-19 en 2022, d'autres crises importantes ont suivi, telle que la guerre en Ukraine et ses conséquences économiques. Les questions sur le changement climatique sont également une entrave au bien-être des personnes. Et la couverture médiatique internationale a aussi un impact sur le moral des populations.^{20 21}

¹⁷ Heeren, A., Hanseeuw, B., Cougnon, L., & Lits, G., (2021), *Excessive Worrying as a Central Feature of Anxiety during the First COVID-19 Lockdown-Phase in Belgium : Insights from a Network Approach*. *Psychologica Belgica*, 61(1), 401. <https://psychologicabelgica.com/articles/10.5334/pb.1069>

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

²¹ RTBF, (2023, 22 septembre), *Bien-être : un tiers de la population mondiale ne s'est jamais sentie aussi mal*, RTBF.be. <https://www.rtbf.be/article/bien-etre-un-tiers-de-la-population-mondiale-ne-s-est-jamais-sentie-aussi-mal>

B. L'anxiété médiatique

Doomscrolling, infobésité, surinformation, fatigue informationnelle, nombre de termes qui ont été utilisés récemment pour parler des médias et de l'actualité jugés trop anxiogène. Il faut dire que les mauvaises nouvelles affluent dernièrement à travers le monde, entre, pandémie mondiale, guerres, inflation, réchauffement climatique, attentats. Dans de tels contextes, les personnes ont tendance à suivre l'actualité de près et en abondance, que ça soit par les médias traditionnels tels que la presse écrite, la TV ou la radio. Ou encore, en visionnant les informations en continu par les fils d'actualités des réseaux sociaux ou autres plateformes médiatiques comme Facebook, Instagram, TikTok ou X (ex-Twitter).²²

L'arrivée des nouvelles technologies telles que les smartphones ont facilité l'accès aux informations et donc au doomscrolling. En 2012, seulement 17 % des Français possédaient un smartphone, en 2022, ils sont 84 % à en posséder un. Approximativement, les personnes regardent leur smartphone toutes les 7 minutes, voire jusqu'à 150 fois par jour. Et outre la télévision, la radio et les journaux, le smartphone offre un accès simple et rapide sur ce qui se passe dans le monde quasiment en temps réel. En moyenne, les Français utiliseraient 8,3 canaux différents, dont 3,2 quotidiennement pour consulter les informations. Les 3 canaux qui dominent sont le journal TV de 13 heures ou de 20 heures (89 %), les réseaux sociaux (83 %) et la radio (82%). Les sources d'informations sont donc multiples, variées et sont accessibles en continu. Une étude de l'Université de Copenhague et citée par « The Independant » a déclaré que 41 % des utilisateurs des réseaux sociaux se sentent anxieux, tristes et/ou déprimés. De plus, les algorithmes des réseaux sociaux détectent et enregistrent les sites et les informations les plus consultés et renvoient sans cesse le même type d'informations. Le sentiment d'être pris dans un tourbillon de nouvelles alarmistes est ressenti. Les personnes sont alors prises dans une boucle d'information et consomment tout le temps la même chose.^{23 24 25 26}

²² Dupont, M., (2022, 25 août), *Le « doomscrolling », ou l'ascenseur émotionnel sans fins des réseaux sociaux*. Le Monde.fr. <https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/20/le-doomscrolling-ou-l-ascenseur-emotionnel-sans-fin-des-reseaux-sociaux>

²³ ProQuest, (2022, 2 septembre), *Doomscrolling, bad news addiction*, proquest.com. <https://doomscrolling-bad-news-addiction.pdf>

²⁴ Gault, G., & Medioni, D., (2022, 3 novembre), *Les Français et la fatigue informationnelle. Mutations et tensions dans notre rapport à l'information – Fondation Jean-Jaurès*, Jean-Jaurès.org. <https://www.jean-jaurès.org/publication/les-francais-et-la-fatigue-informationnelle>

²⁵ ProQuest, (2022, 2 avril), *Doomscrolling : a threat to mental health ?*, proquest.com. <https://doomscrolling-a-threat-to-mental-health.pdf>

²⁶ Tondeur, C., (2021, 3 mars), *Le « doomscrolling » ou la consommation compulsive des réseaux sociaux*, RTBF.be. <https://www.rtbf.be/article/le-doomscrolling-ou-la-consommation-compulsive-des-reseaux-sociaux>

a. Doomscrolling

Il nous est servi un flot d'images et de vidéos plus inquiétantes les unes que les autres sur internet et les réseaux sociaux. Ainsi, il est désormais possible de passer un temps excessif à faire défiler à l'infini, avec une focalisation obsessionnelle, sur son téléphone des informations angoissantes, négatives ou déprimantes. On nomme cela le « doomscrolling ». Ce terme est apparu pour la première fois sur Twitter en 2018 et a été popularisé par la journaliste financière canadienne Karen K. Ho. Son utilisation s'est amplifiée en 2020 à la suite des nombreuses informations négatives apparues cette année-là (morts du Covid, violences policières, attentats, conflits géopolitiques, réchauffement climatique, ...). Ce mot-valise vient de « to scroll » qui signifie « faire défiler un contenu sur un écran » et de « doom » qui se traduit par « perte », « malheur », « mort ». Le terme « to scroll » est quant à lui entré dans le dictionnaire Robert en 2020 à la suite de l'emploi fréquent de sa version francisée « scroller ». Ce terme a même été nommé terme de l'année par le dictionnaire Oxford en 2020 à la suite de sa popularisation lors de la pandémie.^{27 28 29 30 31} Le Cambridge Dictionary définit le doomscrolling par « *l'activité consistant à passer beaucoup de temps à regarder son téléphone ou son ordinateur et à lire des nouvelles mauvaises ou négatives* ».³²

Au départ, pour tenter de survivre aux périodes stressantes, les personnes se tournent vers les médias dans le but d'apaiser leurs angoisses, de trouver un sens à ce qu'il se passe et de prendre le contrôle sur des situations anxiogènes en obtenant autant d'informations que possible. Or, cela ne fait qu'amplifier le sentiment d'impuissance et d'anxiété et nourrit l'addiction à

²⁷ Ionos, (2021, 14 octobre), *Doomscrolling : dans le tourbillon des mauvaises nouvelles*. IONOS Digital Guide, ionos.fr. <https://www.ionos.fr/digitalguide/web-marketing/vendre-sur-internet/doomscrolling/>

²⁸ ProQuest, (2022, 12 janvier), *Doomscrolling, are we addicted to bad news ?*, proquest.com. <https://doomscrolling-are-we-addicted-to-bad-news.pdf>

²⁹ Dupont, M., (2022, 25 août), *Le « doomscrolling », ou l'ascenseur émotionnel sans fins des réseaux sociaux*. Le Monde.fr. <https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/20/le-doomscrolling-ou-l-ascenseur-emotionnel-sans-fin-des-reseaux-sociaux>

³⁰ Tondeur, C., (2021, 3 mars), *Le « doomscrolling » ou la consommation compulsive des réseaux sociaux*, RTBF.be, <https://www.rtb.be/article/le-doomscrolling-ou-la-consommation-compulsive-des-reseaux-sociaux>

³¹ ProQuest, (2022, 2 avril), *Doomscrolling : a threat to mental health ?*, proquest.com. <https://doomscrolling-a-threat-to-mental-health.pdf>

³² Cambridge Dictionary. (2024). *Doomscrolling*, <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/doomscrolling>

s'informer de mauvaises nouvelles. Car, malgré l'appréhension et l'angoisse ressenties, les personnes continuent de scroller. C'est donc un cercle vicieux.^{33 34}

b. Infobésité, surinformation, surcharge informationnelle

Toutes ces informations reçues et consultées prennent une ampleur importante et ne cessent de s'accumuler. Il s'agit alors d'infobésité, que l'on nomme aussi de surinformation ou de surcharge informationnelle.³⁵ Le dictionnaire Larousse définit l'infobésité, qui est une contraction des mots « information » et « obésité », comme étant « *une surabondance d'informations imputée aux chaînes d'information en continu, aux nouvelles technologies de la communication (Internet, téléphones portables, messageries, réseaux sociaux) et à la dépendance qu'elles créent chez l'utilisateur* ». ³⁶ Le terme de « surcharge informationnelle » a été mis en avant par Bertram Gross en 1962 et a ensuite été popularisé en 1970 par le futurologue Alvin Toffler avant de devenir « infobésité ». ³⁷

Dans un article du *Monde informatique* de 1997, il était indiqué que « *L'humanité a produit au cours des 30 dernières années plus d'informations qu'en 2000 ans d'histoires et ce volume d'informations double tous les 4 ans* ». ³⁸ Et en 2003, une étude réalisée par l'université de Berkeley a affirmé que l'information produite au niveau mondial aurait presque doublé entre 1999 et 2002. La proportion des informations ne cesse donc de grandir et peut entraîner des répercussions sur les consommateurs d'informations négatives. ³⁹

Un flux important d'informations négatives perçu rapidement peut provoquer des dommages sur la santé mentale des doomscrollers. Ils se retrouvent face à une absorption massive de nouvelles négatives sans avoir le temps de les digérer. Et finissent par être accros aux mauvaises

³³ Tondeur, C., (2021, 3 mars), *Le « doomscrolling » ou la consommation compulsive des réseaux sociaux*, RTBF.be, <https://www.rtb.be/article/le-doomscrolling-ou-la-consommation-compulsive-des-reseaux-sociaux>

³⁴ Dupont, M., (2022, 25 aout), *Le « doomscrolling », ou l'ascenseur émotionnel sans fins des réseaux sociaux*. Le Monde.fr. <https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/20/le-doomscrolling-ou-l-ascenseur-emotionnel-sans-fin-des-reseaux-sociaux>

³⁵ France 2, (2023, 28 octobre), *Actualité anxiogène : comment combattre la fatigue informationnelle ?*, Francetvinfo.fr. <https://www.francetvinfo.fr/societe/actualite-anxiogene-comment-combattre-la-fatigue-informationnelle>

³⁶ Larousse, *Définitions : infobésité – Dictionnaire de français Larousse*, larousse.fr. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/infobésité>

³⁷ Sauvajol-Rialland, C., (2014), *Infobésité, gros risques et vrais remèdes*, dans *L'Expansion Management Review*, 152, p. 110-118. <https://www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review>

³⁸ Emancipe, (2022, 30 octobre), *Fatigue informationnelle, FOMO : êtes-vous essoufflés face au trop-plein d'information ?*, Emancipe – Centre De Formation, emancipe.be. <https://www.emancipe.be/fatigue-informationnelle-fomo-infobesite/>

³⁹ Sauvajol-Rialland, C., (2014), *Infobésité, gros risques et vrais remèdes*, dans *L'Expansion Management Review*, 152, p. 110-118. <https://www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review>

nouvelles. Pour une raison inconnue, notre cerveau est plus attentif et retient plus facilement les informations, les émotions et les événements négatifs plutôt que ceux positifs. C'est un mécanisme de protection, car la première fonction du cerveau est celle qui détecte les menaces en raison de l'instinct de survie. Les personnes se retrouvent donc à accumuler des angoisses et des peurs, tout ça sans pouvoir leur donner du sens, car ils n'ont pas de retrait pour avoir une vision globale des événements qu'ils observent. Il s'agit donc d'un trouble anxieux lié aux médias ou aux gros titres.^{40 41} En effet, les titres renforcent l'inquiétude des lecteurs d'information. Ces phrases courtes et marquantes sont importantes, car il s'agit de la première chose qu'un lecteur va voir et regarder. Les titres sont donc assez souvent jugés trop anxiogènes ou alarmistes. L'emploi d'adjectifs par les journalistes pour caractériser un fait est également un élément important qui peut rendre une information anxiogène.⁴²

Un autre élément qui peut rendre l'actualité anxiogène est l'utilisation de certains champs lexicaux par les journalistes. Une étude sémantique a été réalisée par Nicolas Sourisce, maître de conférences à l'Université de Tours et Alexandre Camino, étudiant Master 2 en journalisme à la même université, du 9 au 14 mars 2020 sur base d'un corpus de 294 articles consacrés au coronavirus. 62 articles dans *Libération*, 92 dans *Le Monde* et 140 dans *Le Figaro*. Chaque article a été intégré dans le logiciel de recherche sémantique automatisé, Tropes, qui a été configuré au préalable avec tous les items des différents champs lexicaux étudiés. Sur les 294 articles étudiés, 137 possèdent au moins un terme appartenant au champ lexical de la peur, de l'angoisse, soit un taux de 46,59 % de présence. Sur la période du 9 au 14 mars, 615 termes au total apparaissent dans les articles. Relativement peu d'articles atteignent ou dépassent les cinq mots, appartenant au champ lexical de la peur, par papier. Seuls 45 articles sur 294 sont dans ce cas de figure, soit 15,35 % de présence. Dans les 137 articles possédant au moins un terme, c'est le mot « inquiétude » et ses déclinaisons (« inquiéter », « inquiétant », ...) qui est cité le plus de fois, avec 125 occurrences. Vient ensuite le mot « peur » avec 77 apparitions. Puis les déclinaisons du terme « crainte » avec 67 occurrences. Ces trois mots, à eux seuls, représentent 43,73 % des termes mis en évidence par le logiciel Tropes.⁴³

⁴⁰ Dupont, M., (2022, 25 août), *Le « doomscrolling », ou l'ascenseur émotionnel sans fins des réseaux sociaux*. Le Monde.fr. <https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/20/le-doomscrolling-ou-l-ascenseur-emotionnel-sans-fin-des-reseaux-sociaux>

⁴¹ Radio Canada, (2020, 23 avril), *Comment éviter les effets de la surexposition médiatique*, radio-canada.ca. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/surexposition-mediatique>

⁴² Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p.R39 et R42. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>

⁴³ Ibid., p. R38.

Face aux mauvaises nouvelles, toutes les personnes ne sont pas égales. Les personnes plus fragiles et qui connaissent déjà une dépression ou une anxiété seront plus vite concernées par de l'anxiété médiatique. Et pourtant, si certaines personnes restent attachées à leurs écrans, c'est pour ne pas déprimer sévèrement et pouvoir se protéger. Paradoxalement, l'anxiété serait un remède efficace contre la déprime. Aussi, si les images et les vidéos sont ce qui choque le plus le public, les mots ont un effet moins traumatisant. Ainsi, l'intellectualisation permettrait de diminuer l'anxiété, un peu comme pourrait le faire un travail psychothérapeutique.⁴⁴

La crise du Covid-19 a été un élément propice à l'anxiété et à la peur ces dernières années. Le confinement a amené les personnes à passer plus de temps chez elles et donc sur leurs smartphones à faire défiler les informations sanitaires.⁴⁵ À cette période, la demande d'information de qualité a été massive. Les médias s'en sont rapidement rendu compte et ont bouleversé leurs programmes et leurs formats afin de fournir en continu de l'information sur le Covid-19 de façon dominante, ce qui, au fil du temps, est devenu écrasant, voire unique. L'INA, l'Institut National de l'Audiovisuel, a documenté cette saturation de l'information et a réalisé une étude sur base d'une observation des sites d'informations français du 1^{er} décembre 2019 au 10 mai 2020. Il en est ressorti que 157 000 dépêches AFP traitant du Covid-19 ont été utilisées sur les sites d'informations français, avec un pic à 80% fin mars, et un taux moyen de 55% à partir de mi-mars. Quant à la radio et à la télévision, elles n'en furent pas épargnées. Les programmes ont été bouleversés, allant jusqu'à passer en édition spéciale en continu, et ce, y compris sur les chaînes généralistes. Les médias français ont saturé l'antenne de débats, de plateaux, de reportages et de témoignages autour du Covid-19. Tant dans l'audiovisuel public que privé, l'INA calcule que 70% à 80% des contenus ont été consacrés à la pandémie entre mi-mars et mi-mai 2020.⁴⁶

La plateforme de veille médiatique, Tagaday, a également réalisé une analyse sur la place consacrée au coronavirus dans la presse écrite et web à partir de 3 000 titres et sites de médias français, en 2020. Du 1^{er} janvier au 19 mars 2020, 250 765 articles sur le Covid-19 sont publiés en France, avec environ 19 000 articles par jour pour seulement la semaine du 16 mars. Une comparaison est faite avec la crise des gilets jaunes qui n'avait atteint que 6 000 occurrences

⁴⁴ Abou Mansour, L., (2023, 22 octobre), *Vous déprimez à cause de l'actualité ? c'est normal, et on vous donne quelques conseils pour aller mieux*, 20minutes.fr. <https://www.20minutes.fr/sante/4058027-20231017-deprimez-cause-actualite-normal-donne-quelques-conseils-aller-mieux>

⁴⁵ Ionos, (2021, 14 octobre), *Doomscrolling : que se cache-t-il derrière ce phénomène ?*, IONOS Digital Guide, ionos.fr. <https://www.ionos.fr/digitalguide/doomscrolling>

⁴⁶ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p.R4 et R5. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>

lors de son pic en décembre 2018. La même importante couverture médiatique se constate à nouveau pour la télévision. Sur la même période, le Covid-19 a occupé 253 heures et 43 minutes du temps de JT du soir sur les six principales chaînes françaises : TF1, France 2, France 3, Arte, France 5 et M6. Ce temps représente 56% de leur durée totale.⁴⁷

Et pourtant, de nombreuses personnes estiment que cette couverture médiatique de grande ampleur est justifiée. Pour le sociologue Grégoire Lits, la menace était trop importante pour qu'il en soit autrement : « *La littérature médiatique sur les risques montre qu'une maladie exceptionnelle, nouvelle, inconnue, qui fait peur, aura un impact amplifié dans les médias. La comparaison peut être faite avec d'autres événements comme des catastrophes nucléaires (exemple : Tchernobyl) qui ont lieu à l'autre bout du monde, mais qui ont un écho médiatique très important* ». ⁴⁸ Cet avis est partagé tant par la direction de BFMTV que par le rédacteur en chef de France 3 Centre-Val de Loire. La pandémie de Covid-19 a bousculé la vie de quasi tout le monde et tous les citoyens ont été concernés. Il n'y avait plus d'activité, le monde entier était en confinement pendant des semaines, la situation était tellement inédite que les journalistes n'auraient pas pu faire autrement. Bien que certains journalistes regrettent la surabondance d'informations. Le but des journalistes n'est pas de faire du sensationnalisme ou de provoquer de l'anxiété en exagérant ou en minimisant une situation, mais ils ont comme rôle de rapporter les faits et ce qu'ils voient, malgré l'aspect dramatique de la chose.⁴⁹

Selon un sondage réalisé en 2021 par Viavoice en partenariat avec France Médias Monde, Radiofrance, France Télévisions et le Journal du Dimanche, environ 60% des Français estiment que l'on a donné trop de place à la pandémie de Covid-19 dans les médias. Il est constaté un recul des personnes vis-à-vis des médias traditionnels par rapport à octobre 2020. Et 45 % des personnes jugent l'information sur le Covid-19 anxiogène. Face à ça, un Français sur deux réclame des informations qui soient plus constructives et qui proposent des solutions. Les mêmes constatations et réflexions ressortent concernant le sujet du réchauffement climatique que les Français jugent aussi être traité de manière anxiogène et catastrophique.⁵⁰

Aux Etats-Unis, une étude a été réalisée en 2019 par l'American Psychological Association (APA) et se nomme « *Stress in America* ». Dans ce rapport, il est déclaré que 54 % des

⁴⁷ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informer en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p.R32. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

⁴⁸ Ibid., p. R40.

⁴⁹ Ibid., p. R41, R42 et R43.

⁵⁰ Cabot, C., (2021, 25 septembre), *"Excessif", "anxiogène" : les Français jugent le traitement médiatique du Covid-19 dans les médias*, france24.com. <https://www.france24.com/fr/france/20210925-excessif-anxiogène>

répondants tiennent à rester informés, mais que les nouvelles leur causent du stress. Et près de 2 adultes sur 5 déclaraient avoir tenté de réduire leur consommation d'informations. En 2019, 32 % des sondés ont déclaré avoir un problème de santé mentale, contre 37 % en 2023. Dans le rapport de 2023, 50% des adultes ont aussi affirmé qu'ils étaient stressés, car l'actualité ne se concentrait pas sur ce qui est le plus important pour eux au quotidien.^{51 52 53} Une autre étude américaine a été réalisée auprès de 1.100 adultes américains pour la revue *Health Communication*, et a révélé qu'une grande consommation d'informations favorise le stress et l'anxiété. Ainsi, 74 % des personnes interrogées ont confié avoir des problèmes de santé mentale. Selon les chercheurs de cette étude, une consommation excessive d'informations anxiogènes peut amener les personnes en état d'alerte constant.⁵⁴

Après la pandémie de Covid-19, d'autres événements tout aussi anxiogènes ont nourri les réseaux sociaux : guerre en Ukraine, inflation, crise énergétique, réchauffement climatique, ... Face à ces événements, les personnes se tiennent informées au maximum par peur de manquer des informations. On peut donc mettre cette augmentation d'anxiété en lien avec la notion de FOMO (Fear Of Missing Out) qui caractérise la peur de manquer des informations.⁵⁵ Mais une prise de conscience a eu lieu face à cette addiction. Des contre-mouvements se sont mis en place, ce qui a permis la création de la notion de JOMO (Joy Of Missing Out) que l'on peut décrire comme la joie de renoncer consciemment aux réseaux sociaux et à la pression ressentie face aux flots d'informations négatives.⁵⁶

c. Les journalistes mis en cause

Lors de crises, la gestion médiatique est souvent critiquée. Les journalistes parlent beaucoup de ce qui se passe et se retrouvent tenus pour responsables de l'amplification du climat de peur et d'anxiété. On leur reproche de faire part de trop d'informations négatives et d'alarmer la

⁵¹ Bergeron, M., (2023, 16 avril), *Comment éviter l'anxiété de l'actualité ou l'actu-anxiété*, Salut Bonjour, salutbonjour.ca. <https://www.salutbonjour.ca/2023/04/16/comment-eviter-lanxiete-de-lactualite-ou-lactu-anxiete>

⁵² American Psychological Association, (2019), *Stress in America 2019*, apa.org. <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2019/stress-america-2019.pdf>

⁵³ American Psychological Association (2023), *Stress in America 2023 : A nation recovering from collective trauma*, apa.org. <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2023/collective-trauma-recovery>

⁵⁴ Blancheton, D., (2023, 8 mars), *Qu'est-ce que le doomscrolling, cette pratique qui affecte la santé mentale ?*, parents.fr. <https://www.parents.fr/quest-ce-que-le-doomscrolling-cette-pratique-qui-affecte-la-sante-mentale>

⁵⁵ Emancipe, (2022, 30 octobre), *Fatigue informationnelle, FOMO : êtes-vous essoufflés face au trop-plein d'information ?*, Emancipe – Centre De Formation, emancipe.be. <https://www.emancipe.be/fatigue-informationnelle-fomo-infobesite/>

⁵⁶ Ionos, (2021, 14 octobre), *Doomscrolling : que se cache-t-il derrière ce phénomène ?*, IONOS Digital Guide, ionos.fr. <https://www.ionos.fr/digitalguide/doomscrolling>

population. Ou encore, d'être de mèche avec les politiques. Et à contrario, lorsque les journalistes modèrent leurs propos ou passent un certain temps sans présenter des mauvaises nouvelles, ils sont suspectés de cacher des informations pour ne pas effrayer le public.⁵⁷ Consciemment ou intuitivement, certains médias touchent la sensibilité aux informations négatives de leur public pour les attirer et les fidéliser, peu importe les conséquences psychiques que cela peut avoir sur les personnes. La faute de cette anxiété médiatique est alors tournée vers les journalistes et leur travail. Il est dit que dans le journalisme, les mauvaises nouvelles font vendre plus et constituent l'offre principale du contenu du journalisme de masse.^{58 59}

Cependant, en période de crise, les journalistes ne font pas exception à la règle et doivent aussi s'adapter. Le cas de la pandémie de Covid-19 a été un immense défi pour la profession du journalisme, partout à travers le monde. Pour les journalistes aussi, il s'agissait d'une période d'adaptation et de modification de leur métier. Les journalistes indépendants se sont retrouvés sans travail face à la thématique unique de l'actualité et les journalistes de terrain ont dû s'adapter. Les journalistes devaient plus accompagner l'information que la commenter. Alors qu'ils étaient intermédiaires entre la parole scientifique, le discours politique et l'inquiétude citoyenne, les journalistes ont dû jouer le rôle d'éclaireurs.^{60 61 62}

Alors que la pandémie s'installait dans la longue durée, les journalistes faisaient face à un défi journalistique. De nombreuses personnalités du monde politique, sanitaire et médiatique, en plus de nombreux citoyens, ont reproché aux journalistes de trop parler de la crise du Covid-19, d'en avoir trop fait, de tenir des propos anxiogènes et d'entretenir une psychose collective.⁶³ Mais dans un moment où les personnes étaient confinées et qu'il ne se passait rien d'autre, les journalistes n'avaient pas beaucoup d'autres informations à raconter durant cette période. De plus, ils y retrouvent aussi un intérêt en ce qui concerne l'offre et la demande, les journalistes

⁵⁷ Josse, E., (2022, mars), *Face aux médias en ces temps de guerre en Ukraine*, resilience-psy.com. <https://www.resilience-psy.com/face-aux-medias-en-ces-temps-de-guerre-en-ukraine/>

⁵⁸ ProQuest, (2022, 12 janvier), *Doomscrolling, are we addicted to bad news ?*, proquest.com. <https://doomscrolling-are-we-addicted-to-bad-news.pdf>

⁵⁹ ProQuest, (2022, 2 septembre), *Doomscrolling, bad news addiction*, proquest.com. <https://doomscrolling-bad-news-addiction.pdf>

⁶⁰ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R3. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

⁶¹ Ibid., p.32.

⁶² Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, unamur.be. <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

⁶³ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R6. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

proposent des sujets qui vont intéresser les personnes. Ainsi, s'ils parlent tant de la pandémie, c'est qu'une demande du public est présente.⁶⁴

On peut y voir un paradoxe. Les sujets liés au Covid-19 ont été, pendant un moment, les sujets qui ont le mieux fonctionné. Du 21 au 26 janvier 2021, la rédaction de France Info comptait tous les jours au moins un sujet couvrant le coronavirus dans le top 3 des articles les plus consultés. Il y a donc une offre et une demande entremêlées qui révèlent une contradiction de l'opinion publique. La réaction d'un public ultra demandeur a alimenté une production massive d'articles. Les abonnements et les clics sur les articles concernant la pandémie ont grimpé en flèche.⁶⁵

La situation en période de crise pourrait être encore plus anxiogène si les journalistes n'étaient pas présents pour commenter et rapporter ce qu'il se passe. Ils jouent un rôle dans la perception d'une crise et ont la responsabilité de ne pas augmenter le problème. Les journalistes doivent donc s'assurer du bon choix de vocabulaire utilisé et de faire une remise en contexte. Il est intéressant aussi que les journalistes puissent expliquer qu'eux-mêmes ne savent pas tout et accompagnent le public dans la compréhension des choses. Il s'agit d'un contexte particulier où ils se doivent d'accompagner les personnes tout en devant tenter de décrypter ce qu'ils apprennent. Il leur faut donc du temps pour offrir des informations de qualité, temps qu'ils n'ont pas nécessairement, à l'heure où les informations doivent aller au plus vite.⁶⁶

Malgré tout, des avis positifs persistent concernant le travail journalistique durant la pandémie. Cela reflète un investissement des médias en faveur de l'information service. Alors que les personnes vivaient un bouleversement dans leur mode de vie, avec des régulations sanitaires plus ou moins restrictives et des interventions étatiques plus ou moins fortes, la couverture médiatique a pu répondre, dans un bon nombre de cas, aux attentes des personnes sur ce qu'il fallait faire ou non, sur les moyens d'être aidé, traité et vacciné.⁶⁷ Un progrès est constaté par Patrick Zylberman, historien de la santé, en ce qui concerne le traitement d'information

⁶⁴ Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, unamur.be. <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

⁶⁵ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R41. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

⁶⁶ Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, unamur.be. <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

⁶⁷ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R9. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

couvrant les épidémies. Les journalistes auraient fourni des efforts et seraient bien meilleurs aujourd'hui par rapport à 2009.⁶⁸

d. Fatigue informationnelle et les « News Avoidance »

Le sentiment d'anxiété face à l'actualité conduit les personnes vers une fatigue informationnelle où elles peuvent décider d'entreprendre une diète médiatique en arrêtant de s'informer de façon régulière, voire de s'informer tout court. Ce qui n'est pas considéré comme une solution, car en plus de se sentir encore plus dépassé par les événements, cela pose un problème démocratique lorsque l'on ne se tient pas au courant de l'actualité, en particulier politique, de son pays.⁶⁹

En France, un nombre important de personnes ont ainsi arrêté de suivre les actualités. Face à des informations qu'ils jugent trop compliquées, trop négatives ou pas assez fiables, ils se sentent déprimés ou énervés. À la suite d'une diète médiatique, ces Français se sentent mieux et ressentent beaucoup moins de colère et de désespoir au quotidien.⁷⁰ Une étude a également été réalisée par l'Obsoco, Arte et la Fondation Jean-Jaurès sur le phénomène de la fatigue informationnelle. Selon cette étude, un Français sur deux (53 %) ressent une fatigue informationnelle face aux trop pleins de mauvaises nouvelles qu'ils consomment et ont difficile à transformer l'actualité en connaissance. 77 % des Français qui ont participé à cette étude déclarent qu'il leur arrive de limiter ou de cesser de consulter les informations, dont 28% le font régulièrement.⁷¹

Aujourd'hui, de plus en plus de personnes tentent d'éviter les informations. On parle actuellement de News Avoidance. Selon le Cambridge Dictionary, « Avoidance » signifie le « fait d'éviter / d'échapper à » et « News » signifie « Nouvelles ». Le terme de News Avoidance signifie donc le fait d'éviter les nouvelles.⁷² ⁷³ Il n'y a jamais eu autant d'informations qu'aujourd'hui. Et pourtant, un nombre important de personnes ont cessé de consommer des

⁶⁸ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R41. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

⁶⁹ Mazery, R., (2023, 21 novembre), *Rester informé-e sans stresser : conseils pour faire face aux actualités anxieuses*, Université de Neuchâtel, unine.ch. <https://www.unine.ch/blog/home/campus/news-anxiogenes.html>

⁷⁰ Laborie, C., (2022, 7 novembre), *Déprimés ou énervés par l'actualité, ces Français qui ont arrêté de s'informer*, LeMonde.fr. [Déprimés ou énervés par l'actualité, ces Français qui ont arrêté de s'informer \(lemonde.fr\)](https://www.lemonde.fr/actualites/article/2022/11/07/depimes-ou-enerves-par-l-actualite-ces-francais-qui-ont-arrete-de-s-informer-lemonde.fr)

⁷¹ Gault, G., & Medioni, D., (2022, 3 novembre), *Les Français et la fatigue informationnelle. Mutations et tensions dans notre rapport à l'information – Fondation Jean-Jaurès*, Jean-Jaurès.org. <https://www.jean-jaurès.org/publication/les-francais-et-la-fatigue-informationnelle>

⁷² Cambridge Dictionary, (2024), *Avoidance*, dictionary.cambridge.org. <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais-francais/avoidance>

⁷³ Cambridge Dictionary, (2024), *News*, dictionary.cambridge.org. <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais-francais/news?q=News>

informations, ou le font en quantité limitée. Et malgré l'offre croissante de productions journalistiques, cela ne cesse d'augmenter avec le temps.⁷⁴

D'après l'édition 2022 du rapport annuel sur la consommation de l'information dans le monde de l'institut Reuters, il en ressort particulièrement qu'une part croissante de la population évite délibérément les informations. Ce qui ne va pas mieux dans l'édition de 2023. Cette étude a été réalisée par des sondages en ligne menés par la société YouGov auprès de 93 000 personnes à travers 46 pays. Face à de l'actualité jugée trop anxiogène et déprimante, 38 % des sondés préfèrent éviter délibérément les informations, alors qu'ils étaient 29 % en 2017. Près de la moitié (43 %) des sondés qui évitent les infos justifient cela par le caractère répétitif des nouvelles, et en particulier en ce qui concerne le Covid-19 et la politique. Pour 36 % des personnes interrogées, les informations ont un effet négatif sur leur humeur. 29 % des personnes estiment que les informations sont biaisées et qu'ils ne peuvent pas leur faire confiance. 29 % des sondés ont aussi le sentiment d'être submergés par les flots d'actualités. Ce rapport confirme également que le jeune public (18-24 ans) prend de plus en plus ses distances avec les médias traditionnels et se tourne plutôt vers les réseaux sociaux, comme TikTok, pour accéder aux informations. L'utilisation de ce réseau social est passée de 3 % en 2019 à 15 % en 2022. Et selon l'édition 2023 du rapport de l'institut Reuters, TikTok a réalisé une percée comme source d'informations pour les 18-24 ans. Ils sont désormais 20% à l'échelle mondiale à s'informer sur TikTok, soit 5% de plus qu'en 2022.^{75 76 77 78 79}. D'après l'auteur principal de cette étude, Nic Newman, « *Ces résultats représentent un vrai défi pour les industries de l'information : les sujets que les journalistes considèrent comme les plus importants - crises politiques, conflits*

⁷⁴ Constructive Institute, (2023, 19 juin), *Solutions to News Avoidance*, constructiveinstitute.org. <https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/>

⁷⁵ Ouest-France & AFP, (2022, 15 juin), *Pour garder le moral, certains préfèrent éviter les infos, selon une étude*, ouest-france.fr. <https://www.ouest-france.fr/medias/pour-garder-le-moral-certains-preferent-eviter-les-infos-selon-une-etude>

⁷⁶ Slavitch, M., (2022, 15 juin), *L'évitement délibéré des informations, tendance média clé en 2022*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-reuters-2022>

⁷⁷ Reuters Institute, (2022), *Reuters Institute Digital News Report 2022*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

⁷⁸ Reuters Institute, (2023), *Reuters Institute Digital News Report 2023*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

⁷⁹ Eutrope, X., (2023, 14 juin), *Rapport Reuters 2023 : toujours plus de réseaux sociaux... et moins d'info*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-stats-confiance-reseaux-sociaux-influenceurs-reuters-2023>

*internationaux ou pandémies - semblent être précisément ceux qui agissent comme un repoussoir sur certaines personnes ».*⁸⁰

Les Etats-Unis ont l'un des taux d'évitement des informations le plus élevé au monde, avec plus de 42% d'Américains qui déclarent éviter activement les informations.⁸¹ Et de manière plus générale, les personnes ayant le plus tendance à éviter les informations sont les personnes plus jeunes, moins instruites, d'un statut socio-économique inférieur et moins engagées politiquement ou moins intéressées par la politique. Les femmes et les personnes qui utilisent les réseaux sociaux pour obtenir leurs nouvelles sont également plus sujettes à l'évitement.⁸²

Lorsque les personnes évitent les informations, cela peut se faire de manière intentionnelle ou involontaire. Les raisons intentionnelles pour lesquelles des personnes évitent de plus en plus les informations ont déjà été abordées précédemment. On y retrouve une quantité importante de nouvelles négatives. Il est aujourd'hui quasiment impossible de consulter un site d'information, un journal ou de regarder le journal télévisé sans être confronté à une information concernant la guerre, des catastrophes naturelles ou de la souffrance. Et ces nouvelles ont un impact négatif sur l'humeur et le bien-être des personnes. Par exemple, lors de la pandémie de Covid-19, une part importante du grand public a considéré que le traitement médiatique a été anxiogène suite, entre autres, à des présentations de statistiques sans contexte et au recours à des témoignages forts de patients. Une autre raison de l'évitement des informations concerne le flux d'information écrasant. Face à l'information qui est consultable à l'infini et sans arrêt, les personnes ont l'impression d'être dans un tsunami d'information difficile à gérer. Des enquêtes réalisées dans différents pays ont évoqué un lien entre la durée d'exposition aux médias et le niveau d'anxiété perçue, de symptômes dépressifs et de troubles du sommeil. Une troisième raison concerne la méfiance et le désintérêt croissants des gens vis-à-vis des médias. La confiance des individus dans l'information est assez faible. En ce qui concerne l'évitement involontaire des informations, cela ne se fait pas dans le but de tourner le dos à l'information en raison d'une aversion, mais lorsque l'offre médiatique augmente, il est plus facile pour certaines personnes de choisir le contenu qui correspond le mieux à leurs

⁸⁰ Ouest-France & AFP, (2022, 15 juin), *Pour garder le moral, certains préfèrent éviter les infos, selon une étude*, ouest-France.fr. <https://www.ouest-france.fr/medias/pour-garder-le-moral-certains-preferent-eviter-les-infos-selon-une-etude>

⁸¹ Eddy, K., (s. d.), *News Avoidance and Why It Matters*, News Literacy Initiative, newsliteracyinitiative.psu.edu. <https://newsliteracy.psu.edu/podcasts/episode-extras/news-avoidance-and-why-it-matters>

⁸² Strutt, A., (2023, 6 juin), *Tackling the problem of news avoidance*, responsesource.com, <https://www.responsesource.com/blog/tackling-the-problem-of-news-avoidance/>

préférences et de se diriger ainsi vers un autre type de contenu, qui est souvent du divertissement.^{83 84}

Cependant, l'évitement des informations est un problème tant pour les médias que pour la démocratie dans son ensemble. Arrêter de consulter les informations, c'est aussi arrêter d'être au courant de ce qu'il se passe de près ou de loin de soi. En général, la consommation d'informations a un impact positif sur la connaissance des personnes en ce qui concerne la société et la politique ainsi que sur leur engagement et leur participation politique. Il est malgré tout possible d'être un consommateur passif de l'information lorsque, par exemple, les personnes obtiennent des informations lors de conversations entre amis ou en famille. Mais cette source d'information est loin d'être fiable, car les informations peuvent être mal communiquées avec des détails qui se perdent, se mélangent ou par un manque de contexte. Quant aux médias, ils ont besoin de lecteurs, d'auditeurs et de téléspectateurs pour générer des revenus publicitaires, vendre des abonnements et avoir de l'audience.^{85 86}

e. Fake news, infodémie, baisse de confiance

1. Fake news

Avec le développement des technologies et des réseaux sociaux, il est de plus en plus facile de tomber sur des informations erronées. Cependant, il ne s'agit pas d'un phénomène nouveau. Bien avant l'apparition des fake news, les questions liées aux contenus « piégés », tels que de la propagande, des rumeurs, des trolls, des hoaxes, ... avaient déjà attiré l'attention de chercheurs.⁸⁷ Le Cambridge Dictionary définit les fake news comme « *des histoires fausses qui ont l'apparence de nouvelles, disséminées sur internet ou utilisant d'autres médias, et créées soit pour influencer les opinions politiques, soit en tant que blagues* ». ⁸⁸

⁸³ Constructive Institute, (2023, 19 juin), *Solutions to News Avoidance*, constructiveinstitute.org. <https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/>

⁸⁴ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R15. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

⁸⁵ Constructive Institute, (2023, 19 juin), *Solutions to News Avoidance*, constructiveinstitute.org. <https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/>

⁸⁶ Eddy, K., (s. d.), *News Avoidance and Why It Matters*, News Literacy Initiative, newsliteracyinitiative.psu.edu. <https://newsliteracy.psu.edu/podcasts/episode-extras/news-avoidance-and-why-it-matters>

⁸⁷ Monnier, A., (2020, juillet), *Covid-19 : de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news*, Recherches et Educations, journals.openedition.org. <https://journals.openedition.org/rechercheseducations>

⁸⁸ Cambridge Dictionary, (2024), *Fake News*, dictionary.cambridge.org. <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/fake-news>

Le début de l'utilisation du terme fake news remonterait à au moins 1999. À cette période, le terme fake news a été utilisé dans un sens très large par le « Daily Show », un programme américain satirique d'information animé par Jon Stewart. Ce programme se présentait ouvertement et ironiquement comme étant basé sur des « infos truquées ». Ce programme était dit « truqué » dans le sens où il imitait parfois le style de programme relayant des « vraies nouvelles », il y avait des flashs d'information, des journalistes étaient envoyés pour couvrir des événements ou invités à commenter l'actualité dans le studio. Mais le programme n'était pas inventé de toutes pièces. Il offrait, et offre toujours par son nouvel animateur, Trevor Noah, des analyses de l'actualité d'un humour dévastateur, majoritairement à partir d'un point de vue de gauche. Il s'agit là d'une critique médiatique qui opère grâce à l'humour et à la parodie. Avant 1999, le terme des fake news aurait été très peu utilisé.⁸⁹

À la suite du Brexit, en juin 2016, et de l'élection de Donald Trump à la présidence des Etats-Unis, en novembre de la même année, un véritable engouement a eu lieu en ce qui concerne le phénomène des fake news. Dans ce contexte, le terme de fake news, dont les traductions françaises sont « infox », « infaux » ou encore « intox », est devenu un mot-valise qui sert à « désigner un ensemble hétérogène de messages inexacts et/ou trompeurs circulant au sein de l'espace public : faits alternatifs, données manipulées, rumeurs, voire messages déplaisants ».

90

En 2016, également, fake news a été élu « mot de l'année » par l'Oxford Dictionary. Le concept désigne l'impact considérable que les messages qui sollicitent les émotions et les croyances personnelles ont sur l'opinion publique, au détriment des faits. Dans ce cadre, un des secteurs les plus favorisés par la désinformation est le domaine politique, où les positionnements idéologiques et les affinités jouent un rôle important. Cependant, la désinformation touche tous les secteurs de la vie publique, que cela soit les affaires économiques, la science, le divertissement, les catastrophes naturelles, ...⁹¹

Les origines présumées des fake news, ainsi que celles de la post-vérité sont fréquemment attribuées aux médias traditionnels et à l'internet. Cependant, à la suite de la publication de rapports concernant les publicités russes sur Facebook, une attention croissante est portée aux

⁸⁹ Harsin, J., (2018), *Un guide critique des fake news : de la comédie à la tragédie*, dans Pouvoirs, vol. 164, n° 1, p. 99-119. <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2018>

⁹⁰ Monnier, A., (2020, juillet), *Covid-19 : de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news*, Recherches et Educations, journals.openedition.org. <https://journals.openedition.org/rechercheseducations>

⁹¹ Ibid.

algorithmes et aux modèles commerciaux. Sur les réseaux sociaux, il en va de la responsabilité personnelle de chacun. Les choses que les personnes vont partager, aimer ou commenter vont davantage apparaître dans les fils d'actualités des réseaux sociaux par les algorithmes. Il y a aussi une relation algorithmique importante entre les bots (*des programmes informatiques qui exécutent des tâches automatisées sur internet*)⁹² et les fake news. En effet, les fake news ont peu de chances d'attirer l'attention si elles ne parviennent pas à créer une fausse vague de popularité ou une tendance. Une fois cela accompli, elles peuvent être intégrées dans le flux de mises à jour relatif aux messages populaires au sein des réseaux sociaux, par exemple. Sur des plateformes telles que X (ex-Twitter) et Facebook, il est possible d'acheter des milliers de followers Bot pour un prix minime.^{93 94}

Plus récemment, un nouveau sens au terme fake news s'est imposé, bien que son utilisation humoristique persiste de manière résiduelle. Suite au développement d'internet, aux évolutions majeures du journalisme (notamment en termes de qualité de la production, de main d'œuvre, d'audience), ainsi qu'à l'adaptation des communicants professionnels et amateurs au nouvel environnement de l'information et de la communication, le concept de fake news prend un aspect plus tragique. L'Oxford Institute for the Study of Computational Propaganda définit les fake news comme « *des informations fallacieuses, trompeuses ou incorrectes, prétendant être de réelles informations concernant la politique, l'économie ou la culture* ». En 2017, un rapport de l'institut Reuters a souligné les difficultés liées aux définitions des fake news, notant que les personnes interrogées confondent fréquemment trois catégories : des informations « inventées » dans le but de gagner de l'argent ou de discréditer autrui ; des informations basées sur des faits réels mais présentées de manière biaisée pour servir un objectif particulier ; et des informations qui suscitent un malaise ou un désaccord chez les individus.⁹⁵

Le nouveau sens donné à la notion de fake news pose désormais un problème : les utilisateurs des réseaux sociaux ont tendance à les confondre avec du travail de journaliste professionnel. Le fait que les fake news imitent parfois le style du journalisme traditionnel est important pour comprendre comment elles parviennent à établir leur crédibilité auprès de certains auditeurs, ce qui va parfois jusqu'à choisir une forme d'adresse internet qui ressemble à celle d'un site

⁹² Oxford Learner's Dictionaries, *Bot noun – Definition, pictures, pronunciation and usage notes*, oxfordlearnersdictionaries.com. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/bot>

⁹³ Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, unamur.be. <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

⁹⁴ Harsin, J., (2018), *Un guide critique des fake news : de la comédie à la tragédie*, dans Pouvoirs, vol. 164, n° 1, p. 99-119. <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2018>

⁹⁵ Ibid.

d'information. Désormais, il semble aussi évident que des citoyens, peut-être avec le soutien de puissants acteurs politiques, peuvent tromper des millions de personnes, y compris certains journalistes établis. Un exemple célèbre est celui du groupe militant du brouillage culturel « The Yes Men », dont un membre s'est fait passer sur la BBC pour un porte-parole de Dow Chemical et qui a présenté des excuses et a promis des indemnités aux victimes de la catastrophe de Bhopal qui a été provoquée par ce géant américain de l'agrochimie. Plus fréquemment, des médias tels que le *New York Times* sont parfois contraints de publier des rétractions et des corrections après avoir relayé des canulars sur X (ex-Twitter). Par exemple, en France, en été 2004, un canular impliquant une fausse agression dans le RER D a circulé et a scandalisé le pays durant 24 heures avant d'être révélé comme étant une fake news.⁹⁶

Depuis le début des années 2000, la communication politique professionnelle essaie de plus en plus d'influencer les organes de presse et l'opinion publique en utilisant délibérément des fake news. De nombreux politiciens se sont retrouvés au centre de polémiques liées à des fake news. Par exemple, une rumeur a circulé selon laquelle Barack Obama serait musulman. Cette rumeur a ensuite été exploitée par l'équipe de campagne d'Hillary Clinton, rivale de Barack Obama lors des primaires démocrates de 2008. Ce qui, au départ, était une bombe à rumeur par voie d'amateur a pris une proportion importante. Le parcours de ces fake news politiques commence souvent par une bombe à rumeur (*une affirmation fausse fabriquée délibérément pour miner un adversaire ou une idée*), puis cette rumeur devient une histoire plus importante, mélangeant faits, rumeurs et mensonges, et cela attire alors l'attention de citoyens et de journalistes non marginaux, avant d'être exploitée par des responsables politiques ou des partis traditionnels. Aujourd'hui, les fake news ou les bombes à rumeurs (toutes deux de nature stratégique) se propagent de manière sournoise via les réseaux sociaux ou d'autres canaux similaires, ce qui permet à leurs principaux bénéficiaires d'éviter toute responsabilité éthique.⁹⁷

Les fake news ont un impact significatif sur la démocratie contemporaine. En effet, celles qui sont efficaces parviennent à capturer l'attention, à dicter les priorités et à influencer les citoyens. Les cybercitoyens, c'est-à-dire une part conséquente de la population, sont constamment exposés à des sources d'information ou à des individus qui cherchent à exercer une certaine influence, souvent dans le but de manipuler politiquement ou de transformer en produits les personnes. De plus, les fake news génèrent de fausses croyances et de la confusion, ce qui

⁹⁶ Harsin, J., (2018), *Un guide critique des fake news : de la comédie à la tragédie*, dans Pouvoirs, vol. 164, n° 1, p. 99-119. <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2018>

⁹⁷ Ibid.

nécessite des efforts considérables de vérification, pouvant engendrer davantage de cynisme ou de frustration sur le plan politique, ce qui peut ainsi créer un sentiment de désorientation politique. Face à un niveau élevé de méfiance sociale et institutionnelle, de nombreuses solutions qui visent à contrer les fake news, telles que la vérification des faits (fact-checking), ont de plus faibles chances de réussir, même si des résultats peuvent en ressortir. Les personnes ont difficile à faire confiance aux vérificateurs de faits.⁹⁸ En outre, les fausses informations tirent parti des peurs les plus profondes des personnes et soulignent ainsi l'importance cruciale d'une éducation à l'information et aux médias accessible pour tous.⁹⁹

2. Infodémie

Les différentes crises sanitaires n'ont pas été épargnées par le phénomène des fake news. L'épidémie H1N1 en 2009, celle d'Ebola en Afrique de l'Ouest en 2014 ou encore les différents débats sur les vaccins ont été des terrains féconds pour la propagation de contenus erronés.¹⁰⁰

Mais le cas du Covid-19 est emblématique. Cela s'explique par le nombre et la diversité des nouvelles erronées ou inexactes véhiculées ainsi que de leur portée et leurs impacts. Il s'agit de la première pandémie qui se passe au moment où les réseaux sociaux triomphent. Dès le début de l'épidémie et bien avant qu'elle ne soit déclarée comme pandémie par l'OMS, l'Organisation Mondiale de la Santé, (ce qui a été fait le 11 mars 2020), des informations erronées ou induisant en erreur ont commencé à circuler sur internet et au sein de messageries privées. Cette situation a conduit à un point où le néologisme « infodémie » (formé à partir d'information et d'épidémie) a été avancé le 2 février 2020 par l'OMS, pour désigner la situation et ses dangers qui accompagnent l'épidémie de Covid-19. Car, pour l'OMS, cette épidémie de fausses informations est comme un mal presque aussi vital à conjurer que le virus lui-même.^{101 102} L'infodémie reflète la croissance du désordre informationnel, où les dangers

⁹⁸ Harsin, J., (2018), *Un guide critique des fake news : de la comédie à la tragédie*, dans Pouvoirs, vol. 164, n° 1, p. 99-119. <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2018>

⁹⁹ Monnier, A., (2020, juillet), *Covid-19 : de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news*, Recherches et Educations, journals.openedition.org. <https://journals.openedition.org/rechercheseducations>

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R3. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

de la désinformation à l'échelle mondiale ont d'abord pris le dessus sur les risques médicaux.¹⁰³

104

Par « infodémie », l'OMS entend dire « *un flux énorme et incessant d'informations, vraies et fausses, difficiles à gérer pour les individus* ». ¹⁰⁵ L'OMS désigne ainsi le terme d'infodémie comme : « *Le vaste volume de nouvelles et d'informations concernant le Covid-19 – et l'ambiguïté, l'incertitude, et parfois la mauvaise qualité, le caractère trompeur ou la nature carrément fausse de certaines d'entre elles* ». ¹⁰⁶ Rapidement après le début de l'épidémie en Chine, l'OMS considère la lutte contre cette infodémie comme étant une des dimensions importantes de la lutte globale contre la propagation du virus. Cette infodémie est un problème, car elle peut générer une incompréhension du virus ainsi que de l'anxiété et empêcher l'adoption de pratiques efficaces de lutte contre la pandémie. ^{107 108}

Une étude a été réalisée entre le 30 mars et le 10 avril auprès de 1.817 Belges francophones par l'Observatoire de Recherche sur les Médias et le Journalisme (ORM – UCLouvain) afin de mesurer l'ampleur de l'infodémie en Belgique francophone. ¹⁰⁹

Selon cette étude, l'infodémie ne se limite pas à l'existence et à la propagation de fausses informations. Elle comprend aussi le fait que le volume d'informations (vraies ou fausses) est très élevé et circule extrêmement vite aujourd'hui, notamment grâce aux réseaux sociaux ou aux chaînes d'information en continu. Et parmi les informations diffusées, une part importante se révèle être de qualité médiocre, voire fausse. Le climat d'incertitude qui entoure le nouveau virus rend certaines informations diffusées dans les médias éphémères et peuvent rapidement être nuancées, voire contredites, selon les avancées de la recherche. Les divergences entre les différents experts fortement sollicités dans les médias contribuent aussi à l'infodémie. En plus du volume élevé d'informations, beaucoup sont instables, fragiles et au cœur de controverses en ce qui concerne leur validité scientifique. L'infodémie est ainsi principalement liée à la

¹⁰³ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R81. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

¹⁰⁴ Lits, G., Cougnon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B., et Gurnet, N., (2020), *Analyse de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone*. <http://hdl.handle.net/2078.1/229750>

¹⁰⁵ Ibid.

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ Lits, G., Cougnon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B., et Gurnet, N., (2020), *Le (dé)confinement, un enjeu humain et sociétal : Focus sur l'impact de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone*, dans Louvain médical, Vol. 139, n° 5, p. 369-374. <http://hdl.handle.net/2078.1/230673>

¹⁰⁹ Lits, G., Cougnon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B., et Gurnet, N., (2020), *Analyse de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone*. <http://hdl.handle.net/2078.1/229750>

« mésinformation » (être mal informé, voire trop informé ou informé trop rapidement) plutôt qu'à l'existence et la propagation de « fake news » (de fausses informations produites et diffusées intentionnellement) ou à la « désinformation » (des informations produites et diffusées intentionnellement dans le but de déstabiliser la société de réception et de générer des profits à son émetteur, généralement un pays étranger). Donc, bien que les fake news et la désinformation font partie de l'infodémie, elles n'en constituent pas son seul noyau.¹¹⁰

À la suite de son étude sur l'analyse de l'infodémie de Covid-19 en Belgique francophone, l'ORM conclut que, bien que les jeunes (- de 26 ans) accordent plus souvent aux réseaux sociaux le statut de source principale, ils ne sont pas le groupe le plus vulnérable face à l'infodémie. En effet, une proportion plus élevée d'entre eux reconnaît avoir été exposés à de fausses informations (62 %, comparé à 49 % pour l'ensemble de la population et seulement 18 % pour les 66 ans et +). Les moins de 26 ans sont moins nombreux à partager des informations sur le Covid-19 et sont aussi moins nombreux à s'être rendu compte d'avoir partagé de fausses informations. Ils sont également moins nombreux à croire à la théorie selon laquelle le Covid-19 provient d'un laboratoire (8 % contre 12 % des 26 à 65 ans). Bien que les moins de 16 s'informent plus que les autres classes d'âge sur les réseaux sociaux, ils semblent les utiliser de manière plus critique et partager moins d'informations relatives à l'épidémie. En ce qui concerne le groupe le plus à risque face à l'infodémie, c'est le même que celui qui est le plus exposé à l'épidémie, il s'agit des 66 ans et plus. Quatre seniors sur dix (38 %) ont partagé des informations sur les réseaux sociaux et une proportion plus importante d'entre eux reconnaît avoir partagé des contenus faux sur les réseaux sociaux (25 % des seniors ayant partagé de l'information reconnaissent avoir partagé une mauvaise information).¹¹¹

3. Baisse de confiance, défiance envers les médias

Face à la quantité d'information de plus en plus importante, principalement par les réseaux sociaux et internet, ainsi que les fake news et autres désinformation qui imitent parfois le style du journalisme traditionnel, la confiance envers les médias est en baisse depuis plusieurs années.¹¹² La pandémie de Covid-19 n'y est pas pour rien. Cette crise sanitaire a creusé l'écart entre la confiance accordée aux médias, et celle accordée aux actualités sur les réseaux sociaux.

¹¹⁰ Lits, G., Cougnon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B., et Gurnet, N., (2020), *Analyse de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone*. <http://hdl.handle.net/2078.1/229750>

¹¹¹ Ibid.

¹¹² Harsin, J., (2018), *Un guide critique des fake news : de la comédie à la tragédie*, dans *Pouvoirs*, vol. 164, n° 1, p. 99-119. <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2018>

En effet, c'est lors de cette période que les 90 000 personnes venant de 46 pays, interrogées dans le cadre du rapport annuel de 2021 du Reuters Institute for the Study of Journalism, ont le plus lu ou vu de fake news concernant le Covid-19.¹¹³

Alors qu'en 2021, le rapport annuel de l'institut Reuters présentait une remontée mondiale de la confiance des personnes accordée aux médias, ce n'est pas le cas pour 2022 et 2023. Pour l'année 2021, parmi les 90 000 personnes interrogées, 44 % d'entre elles disent faire confiance aux médias la majorité du temps, ce qui représente six points de plus que l'année précédente. Le taux le plus faible est présent aux Etats-Unis avec un taux de confiance de 29%. La France n'en est pas loin et frôle le même niveau de défiance avec seulement 30% de sondés qui accordent leur confiance aux médias, cette proportion a augmenté de neuf points cette année-là.^{114 115} Un constat concernant la France qui est semblable du côté du Edelman Trust Barometer de 2021. Après une année infodémique sur fond de crise sanitaire, économique et sociale, la confiance envers les institutions politiques et les médias est fortement ébranlée. Les citoyens français sont seulement 18 % à avoir une bonne hygiène informationnelle. Toutes les sources d'information enregistrent une baisse de confiance : les médias traditionnels ne cumulent plus que 43 % de confiance et les réseaux sociaux sont au plus bas avec 19 % de confiance. Plus inquiétant encore, les médias sont perçus comme partisans et biaisés avec 55 % des Français qui sont convaincus que la plupart des organes de presse sont plus soucieux de soutenir une idéologie ou une position politique que d'informer le public, 57 % qui pensent que les journalistes les induisent en erreur en déclarant certaines choses qu'ils savent être fausses ou exagérées et 61 % qui pensent que les médias ne sont pas suffisamment objectifs et ne font pas preuve d'impartialité.¹¹⁶ Au niveau du rapport du Trust Barometer 2021 pour l'Union Européenne, la confiance dans les médias est au plus bas, mais le scepticisme croissant trouve également ses racines dans la précarité croissante du travail des journalistes. Le manque de stabilité a un effet sur la responsabilité et crée des circonstances favorables aux fautes.¹¹⁷

¹¹³ Elboudrari, M., (2021, 23 juin), *La crise sanitaire a accéléré les bouleversements de la consommation d'information dans le monde*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-rapport-reuters-2021>

¹¹⁴ Reuters Institute, (2021), *The Reuters Institute Digital News Report 2021*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

¹¹⁵ Elboudrari, M., (2021, 23 juin), *La crise sanitaire a accéléré les bouleversements de la consommation d'information dans le monde*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-rapport-reuters-2021>

¹¹⁶ Edelman France, (2021, 11 mars), *2021 Edelman Trust Barometer*, edelman.fr. <https://www.edelman.fr/research/2021-edelman-trust-barometer>

¹¹⁷ Edelman Brussels, (2021, 16 mars), *EU Trust Barometer 2021*, edelman.be. <https://www.edelman.be/insights/eu-trust-barometer-2021>

En 2022, selon le rapport annuel du Reuters Institute for the Study of Journalism, la confiance est à nouveau en baisse dans 21 des 46 pays étudiés par le rapport. Les Etats-Unis possèdent toujours le taux de confiance le plus faible de l'enquête avec 26%. La France est, quant à elle, 41^{ème} du classement avec un taux de confiance à 29% qui bénéficie majoritairement à la presse quotidienne régionale et à France Télévisions. Les deux principales raisons de cette défiance qui ressortent sont l'indifférence et l'idée que les médias seraient sous influence politique. Cependant, le niveau global de la confiance reste plus élevé qu'avant la pandémie. Ce qui a d'ailleurs renforcé pour de nombreuses personnes le besoin de disposer de médias fiables. Au fil des années, le rapport a démontré que les médias publics sont les plus cités comme sources d'informations dignes de confiance. Pourtant, tous subissent de fortes pressions liées à la baisse de leurs financements, à la remise en question de leur impartialité ou à leur difficulté à toucher les jeunes. Malgré cette confiance globale en baisse, les personnes interrogées soulignent la capacité des médias à informer sur le conflit russo-ukrainien. Près de la moitié des sondés dans les cinq pays interrogés à ce sujet estiment que les médias ont effectué un bon travail. Mais un point faible ressort malgré tout, il s'agit de l'absence d'une contextualisation plus large sur les tenants et aboutissants du conflit.^{118 119} Et alors que l'Europe fait face à un déluge de problèmes générationnels comprenant l'invasion de l'Ukraine, la pandémie de Covid-19, ainsi que les problèmes de changement climatique et d'inégalités, le Edelman Trust Barometer estime qu'il est important que les citoyens puissent avoir confiance en le gouvernement, les médias, la société civile et les entreprises. Cependant, le monde est actuellement pris dans un cercle vicieux de méfiance qui est alimenté par un manque de confiance croissant envers le gouvernement et les médias en particulier. Il est constaté également, un détournement des sources d'information traditionnelles en raison de la perception de biais et de fausses nouvelles (76 %). Il existe une forte fracture partisane, en particulier aux Etats-Unis, avec un écart de 31 points entre les démocrates (55 %) et les républicains (24 %) en ce qui concerne la confiance dans les médias.¹²⁰

Pour l'année 2023, le rapport annuel du Reuters Institute for the Study of Journalism rapporte une confiance envers les médias qui s'érode, accompagnée d'une baisse de deux points sur l'ensemble des pays depuis l'année précédente. En moyenne, 40% des personnes interrogées

¹¹⁸ Reuters Institute, (2022), *Reuters Institute Digital News Report 2022*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

¹¹⁹ Slavitch, M., (2022, 15 juin), *L'évitement délibéré des informations, tendance média clé en 2022*, [larevuedesmedias.ina.fr. https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-reuters-2022](https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-reuters-2022)

¹²⁰ Edelman Brussels, (2022, 7 mars), *Edelman EU Trust Barometer 2022*, [edelman.be. https://www.edelman.be/research/Edelman-trust-barometer-2022](https://www.edelman.be/research/Edelman-trust-barometer-2022)

disent faire confiance la « plupart du temps » à la « plupart » des informations qu'elles voient. La Finlande reste le pays qui a le niveau de confiance le plus haut (69 %), et la Grèce a le niveau le plus bas (19 %). Le niveau de confiance en ce qui concerne la France reste très bas (30 %) mais a donc repris un point par rapport à l'année précédente et se place désormais 38ème sur les 46 pays étudiés.¹²¹ ¹²² Après une année marquée par de nombreux bouleversements géopolitiques et économiques, éléments perturbateurs de la confiance, les médias déjà décriés l'année précédente font figure d'exception avec un niveau de défiance toujours très élevé (seulement 39 % de confiance).¹²³

f. Journalisme constructif, de solutions

Journalisme constructif, de solutions, de réponses, de paix ou encore d'impact, diverses sont les appellations que l'on apporte à un journalisme qui se veut plus positif. Différents termes existent, car il n'existe pas une seule origine, ni une seule définition du genre.¹²⁴ ¹²⁵

Les pionniers du journalisme constructif le définissent « *comme un journalisme rigoureux et convaincant comprenant des éléments positifs et centrés sur les solutions afin de responsabiliser le public et de présenter un tableau plus complet de la vérité, tout en respectant les fonctions essentielles de l'éthique du journalisme* ». ¹²⁶ Cette approche met l'accent sur la proposition de solutions et d'éléments positifs, mais va au-delà en cherchant à responsabiliser les citoyens, tel que le journalisme public. Elle se veut inclusive, englobant divers sous-genres tels que le journalisme de solutions, le journalisme de paix et le journalisme positif.¹²⁷

L'histoire du journalisme de solutions, dont l'abréviation est « Sojo », commence aux États-Unis. Née d'un désir de lutter contre la défiance du public envers les médias, en refusant de se limiter à simplement rapporter les problèmes, selon les institutions qui promeuvent ce concept. Cette pratique a vu le jour à la fin des années 1990, précisément en 1988, selon Susan Benesh,

¹²¹ Reuters Institute, (2023), *Reuters Institute Digital News Report 2023*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

¹²² Eutrope, X., (2023, 14 juin), *Rapport Reuters 2023 : toujours plus de réseaux sociaux... et moins d'info*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-stats-confiance-reseaux-sociaux-influenceurs-reuters-2023>

¹²³ Edelman France, (2023, 24 janvier), *2023 Edelman Trust Barometer*, [edelman.fr](https://www.edelman.fr/research/2023-edelman-trust-barometer). <https://www.edelman.fr/research/2023-edelman-trust-barometer>

¹²⁴ Novel, A.-S., (2019, 10 octobre), *Le journalisme de solutions, un journalisme plus constructif*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-de-solutions-un-journalisme-plus-constructif>

¹²⁵ Amiel, P., (2020), *Le journalisme de solutions*, Presses universitaires de Grenoble. <https://www.cairn.info/le-journalisme-de-solutions--9782706146619.htm>

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Ibid.

une ancienne journaliste devenue chercheuse à l'American University de Washington. Elle attribue le premier article « solutions » au magazine U.S. News & World Report, qui proposait une liste de solutions à des problèmes de société variés, tels que les mines antipersonnel ou l'obésité. Bien que ce média ne revendique pas explicitement la création du journalisme de solutions, il est le premier média à adopter le premier angle « solutions » en journalisme tel que défini par ses partisans.¹²⁸

Entre la fin des années 1990 et la fin des années 2000, certains médias publient de manière ponctuelle des articles adoptant le format du journalisme de solutions. Cependant, c'est véritablement à partir de 2007 que l'on peut observer une résurgence du phénomène, notamment avec l'émergence du « journalisme constructif » au Danemark. Les premières manifestations de ce mouvement sont apparues dans ce pays cette année-là. En décembre, Lisbeth Knudsen, rédactrice en chef de Berlingske Media, le plus grand groupe de médias danois, a publié un éditorial appelant à un journalisme plus positif et constructif pour contrer le ton négatif de la plupart des reportages. À partir de ce moment, d'autres médias et organismes de diffusion scandinaves ont développé le concept du « journalisme constructif » dans leurs services d'information.¹²⁹

À nouveau en 2007, le journalisme de solutions fait son apparition pour la première fois dans les médias français. Le quotidien national Libération est le pionnier en lançant son initiative « Libé des solutions ». Cette opération, un numéro spécial publié pendant les fêtes de fin d'année, a été réalisée en partenariat avec Reporters d'Espoirs, une agence d'informations fondée en 2004. Selon cette agence, le journalisme de solutions tend à « *identifier, analyser et traiter de manière journalistique des initiatives répondant à des problèmes économiques, sociétaux ou environnementaux* ». ¹³⁰ À partir de 2007, le mouvement prend de l'ampleur. De nombreux autres médias commencent à adopter le journalisme de solutions sous l'impulsion de Reporters d'Espoirs qui, depuis sa création, s'est engagé dans la promotion de cette approche journalistique.¹³¹

¹²⁸ Amiel, P., (2020), *Le journalisme de solutions*, Presses universitaires de Grenoble. <https://www.cairn.info/le-journalisme-de-solutions--9782706146619.htm>

¹²⁹ Ibid.

¹³⁰ Reporters d'espairs, (2021, 18 février), *Le journalisme de solutions*, reportersdespoirs.org. <https://reportersdespoirs.org/sojo/>

¹³¹ Amiel, P., (2020), *Le journalisme de solutions*, Presses universitaires de Grenoble. <https://www.cairn.info/le-journalisme-de-solutions--9782706146619.htm>

Ainsi, les Etats-Unis, le Danemark et la France sont les foyers majeurs de l'émergence du journalisme de solutions. Cependant, d'autres pays comme l'Inde et le Mexique voient également naître des initiatives similaires. À partir des années 2010, le concept se propage de manière exponentielle à travers le monde, en grande partie grâce à la création d'ONG dédiées à la promotion du journalisme de solutions.¹³²

Ces différentes approches tendent à insister sur le besoin de ne pas seulement « mettre la plume dans la plaie », mais aussi de parler de ceux qui pansent cette plaie. Face à l'infobésité, la fatigue informationnelle, les infos jugées trop anxiogènes et l'évitement des médias en croissance, de plus en plus de journalistes souhaitent impliquer les gens dans la couverture médiatique. À nouveau, l'évitement de l'actualité est un problème pour les médias et pour la démocratie. Ainsi, des informations constructives, fondées sur des faits et transparentes pourraient être des solutions. Les personnes attendent de plus en plus que les journalistes fournissent des réponses aux problèmes soulevés.^{133 134}

Les actualités constructives peuvent permettre d'éviter que les personnes ne tournent le dos à l'information en raison de leur aspect négatif et anxiogène. Le but des informations constructives est, d'en plus d'aborder les problèmes derrière les situations, de trouver des solutions et des exemples positifs qui peuvent servir d'inspiration pour savoir comment relever les défis. L'idée de ce type de journalisme constructif est de remplacer le sentiment de détresse et d'anxiété que provoquent les informations négatives par des sentiments d'espoir.¹³⁵

Ces dernières années, le journalisme constructif a pris de plus en plus de place à travers les pays. Par exemple, au Danemark, plusieurs médias ont introduit des informations constructives dans des programmes ou des sections de programmes particuliers. La chaîne de télévision régionale Danoise va même plus loin en encourageant un état d'esprit constructif parmi tous les journalistes, afin d'assurer un équilibre entre les informations constructives et celles centrées sur les problèmes.¹³⁶ Et lors de la pandémie de Covid-19, alors que la crise s'installait dans le

¹³² Amiel, P., (2020), *Le journalisme de solutions*, Presses universitaires de Grenoble. <https://www.cairn.info/le-journalisme-de-solutions--9782706146619.htm>

¹³³ Constructive Institute, (2023, 19 juin), *Solutions to New Avoidance*, constructiveinstitute.org. <https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/>

¹³⁴ Novel, A.-S., (2019, 10 octobre), *Le journalisme de solutions, un journalisme plus constructif*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-de-solutions-un-journalisme-plus-constructif>

¹³⁵ Constructive Institute, (2023, 19 juin), *Solutions to New Avoidance*, constructiveinstitute.org. <https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/>

¹³⁶ Ibid.

temps et qu'on reprochait aux journalistes d'en faire de trop et de tenir des propos trop anxiogènes, l'idée de prendre le contrepied du trop plein d'informations a commencé à tourner de plus en plus au sein des médias. Certains titres de presse et certaines chaînes de radio et de télévision ont alors adopté une ligne éditoriale rassurante, avec une volonté de ne plus apparaître anxiogène.¹³⁷

¹³⁷ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R6. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>.

III. Recherche

A. Tentatives d'identification des éléments déclencheurs et facteurs de l'anxiété médiatique en Belgique francophone

Initialement partie de la question : « *Les médias sont-ils vecteurs de stress et anxiogènes ?* », il semble qu'à la lumière de la théorie traitée dans les chapitres précédents, les médias sont effectivement anxiogènes pour le public, et ce, à l'échelle mondiale. À partir de ce constat, la question de recherche suivante a été formulée :

« *Quels sont les éléments déclencheurs et les facteurs d'anxiété médiatique en Belgique francophone ?* »

Pour clarifier le concept de « facteur », le dictionnaire Larousse le définit comme un « *élément qui concourt à un résultat ; cause* ». Par extension, il s'agit d'un terme qui « *s'emploie suivi d'un nom apposé pour indiquer l'élément déterminant qui intervient dans le résultat* ». ¹³⁸ Dans cette perspective, la recherche vise à identifier des éléments, spécifiques à la Belgique francophone ou généralisés, qui interviennent ou contribuent au développement de l'anxiété médiatique, tel que le concept a été développé dans les pages précédentes.

La recherche, enrichie de la partie théorique, vise à confirmer, infirmer ou prolonger les hypothèses suivantes :

- 1) « Le développement des nouvelles technologies qui provoque un flux d'informations négatives en continu représente un élément déclencheur et un facteur de l'anxiété médiatique en Belgique francophone. »

En effet, les nouvelles technologies telles que les smartphones ont facilité l'accès aux informations en continu, et donc au doomscrolling (défilement à l'infini des informations). Ainsi, les personnes peuvent passer un temps excessif à faire défiler des informations qui peuvent être assez angoissantes, négatives ou déprimantes. ¹³⁹

¹³⁸ Larousse, *Définitions : facteur – Dictionnaire de français Larousse*, larousse.fr. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/facteur>

¹³⁹ Dupont, M., (2022, 25 août), Le « doomscrolling », ou l'ascenseur émotionnel sans fins des réseaux sociaux. Le Monde.fr. <https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/20/le-doomscrolling-ou-l-ascenseur-emotionnel-sans-fin-des-reseaux-sociaux>

- 2) « La présence importante des fake news représente un élément déclencheur et un facteur de l'anxiété médiatique en Belgique francophone. »

La présence de plus en plus importante des fake news sur les réseaux sociaux et sur internet peut perdre les consommateurs d'informations et les mettre en situation anxiogène.¹⁴⁰ De plus, lors de la crise de Covid-19, la propagation de fake news a pris de l'ampleur avec l'apparition de l'infodémie.¹⁴¹

- 3) « L'immédiateté du traitement de l'information, un des enjeux du métier de journaliste, représente un élément déclencheur et un facteur de l'anxiété médiatique en Belgique francophone. »

Les journalistes ont besoin de temps pour pouvoir offrir des informations de qualité. Cependant, ils n'ont pas toujours le temps nécessaire car les informations doivent être présentées le plus vite possible face à l'information qui sort en continu sur les réseaux sociaux et internet.¹⁴²

¹⁴⁰

¹⁴¹ Lits, G., Cougnon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B., et Gurnet, N., (2020), Analyse de « l'infodémie » de Covid19 en Belgique francophone. <http://hdl.handle.net/2078.1/229750>

¹⁴² Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, unamur.be. <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

B. Méthodologie

a. L'entretien

La recherche s'appuie sur une série d'entretiens avec des journalistes qui permettront « *l'analyse du sens que les acteurs donnent à leurs pratiques et aux événements auxquels ils sont confrontés : leurs systèmes de valeurs, leurs repères normatifs, leurs interprétations de situations conflictuelles ou non, leurs lectures de leurs propres expériences* » (Van Campenhoudt & Quivy, 2011). Le but étant de réaliser une analyse croisée des différents entretiens pour mettre en lumière certains éléments de la problématique, nouveaux ou connus, par un travail de « *reconstruction du sens* » (Demazière & Dubar, 1997). Les éléments récoltés seront ensuite confrontés à la théorie pour avoir une mise en perspective complète et pertinente.

Vu que la méthodologie de l'entretien sera la seule utilisée, certains processus ont été mis en œuvre pour limiter les biais ou les conséquences de la subjectivité des interviewés, et ainsi assurer une validité scientifique par la fidélité et « commutativité » (Derèze, 2009). Les facteurs qui modifient les conditions de l'échange sont limités par les dispositifs suivants :

- 1) L'interviewé est prévenu au préalable du but de la recherche et du déroulement de l'entretien par e-mail.
- 2) Les entretiens se déroulent par téléphone et dans les conditions (moment et endroit) souhaitées par l'interviewé, de manière à assurer un échange confortable. Ainsi, l'interviewé ne doit pas prendre de prédispositions particulières, et les facteurs (cadre, échange physique) qui pourraient influencer son témoignage sont supprimés.
- 3) La durée de l'entretien a été idéalement fixée à une vingtaine de minutes, mais cela peut varier selon le débit de l'interviewé et les informations dont il pourrait faire part, ce dont il sera prévenu également au préalable.
- 4) L'accord de l'interviewé est demandé au préalable en ce qui concerne l'enregistrement de la discussion pour garantir au mieux la retranscription de ce qui aura été dit lors des entretiens.
- 5) À la suite de chaque entretien, la retranscription intégrale sera faite.

À la suite de ce type d'entretien téléphonique, une limite peut s'imposer. En effet, les entretiens téléphoniques ne permettent pas d'observer les expressions faciales et le langage corporel, ce qui peut limiter la compréhension de certains aspects émotionnels des réponses.

De plus, n'ayant pas la certitude que tous les interviewés soient d'accord pour qu'on les identifie, toutes les retranscriptions ont été anonymisées.

b. Le questionnaire

Les entretiens suivent une structuration mixte entre le directif, le semi-directif et le non-directif. En ce qui concerne le côté directif des entretiens, il s'agira d'avoir un ordre précis des questions à suivre, mais avec des questions principalement ouvertes. Concernant le côté semi-directif, les questions à aborder seront établies dans un certain ordre et reprises dans un guide d'entretien afin de ne rien oublier. Et tous les entretiens commenceront et se clôtureront par les mêmes questions. Quant au côté non-directif, l'entretien démarre sur une question permettant aux interviewés de donner leur retour sur la gestion de l'anxiété médiatique au sein de leur rédaction. Et de terminer par une question qui concerne l'évaluation des interviewés quant à la présence d'actualités anxiogènes créées dans leur média.

En tout, une série de 11 questions (cf. *Annexe I*) a été posée lors des différents entretiens. Les 4^{ème}, 5^{ème} et 6^{ème} questions ont été posées aux interviewés afin d'avoir directement leur avis sur les trois hypothèses émises. Les autres questions laissent l'espace au développement potentiel de nouvelles hypothèses.

c. Le choix des interviewés

Le niveau de l'enquête se place du côté extensif, privilégiant un plus petit nombre d'entretiens individuels, mais approfondis. Dès lors, le nombre de personnes interviewées est de dix personnes, ce qui semble suffisant pour permettre une certaine représentativité.

La liste des interviewés a été établie avec l'idée d'avoir une variété de type de média (audiovisuel et presse écrite/web), ainsi qu'une variété de médias dans lesquels travaillent les interviewés, afin d'assurer une certaine représentativité de la population étudiée.

Les profils interrogés ont été variés au maximum pour assurer une diversité des points de vue. Ainsi, les personnes choisies sont des journalistes et professionnels des médias ayant des expériences diverses. Certains ont été ou sont rédacteur en chef. Des présentateurs de journal

télévisé ont aussi été interrogés, ainsi qu'un directeur de l'information. Il était aussi intéressant de pouvoir interroger des personnes s'occupant de sujets internationaux car c'est dans cette section que semblent revenir le plus souvent les sujets les plus anxiogènes. Cependant, parmi les personnes choisies initialement, certains n'ont pas pu être disponibles ou n'ont pas donné suite aux différents messages envoyés. Pour cette raison, et dans le but de maintenir un niveau de représentativité suffisant pour assurer une validité scientifique, d'autres acteurs tout aussi pertinents ont été identifiés. Ainsi, les différents acteurs interviewés ont une expérience affirmée dans le domaine et ont pu répondre au questionnaire et apporter des éléments pertinents et légitimes à la problématique.

d. Méthode d'analyse des entretiens

Tous les entretiens ont été enregistrés et retranscrits afin de garantir l'analyse des témoignages de la manière la plus fidèle et la plus complète possible. Cette étape est cruciale pour garantir que toutes les informations partagées sont correctement reprises. Une seconde écoute des tous les entretiens a également été réalisée et toutes les retranscriptions ont été relues plusieurs fois pour vérifier leur exactitude. Lors de cette période, une « analyse flottante du contenu » (Derèze, 2009) a déjà pu être faite et a permis de repérer des éléments exprimés spontanément par plusieurs interviewés. Cela m'a également permis de constater les avis semblables ou opposés.

Ensuite, pour analyser les entretiens réalisés avec les dix professionnels, une méthodologie permettant de structurer et synthétiser les données recueillies de manière claire et efficace a été suivie.

Tout d'abord, les retranscriptions complètes de chaque entretien ont été imprimées. Travailler avec des documents physiques a facilité la tâche d'annotation et de mise en évidence des points pertinents. Chaque entretien a été analysé à l'aide d'un système de code couleur. Plus précisément, trois couleurs de surligneur différentes ont été utilisées, chacune correspondant aux questions liées aux trois hypothèses principales. Cela a permis, dans un premier temps, de catégoriser visuellement les réponses aux trois hypothèses.

Ensuite, le « découpage et le codage des entretiens » (Derèze, 2009) a été réalisé. L'ensemble des retranscriptions a été relu pour identifier les points récurrents dans les différents entretiens. Cette relecture approfondie a permis de repérer des éléments intéressants et concrets exprimés de manière spontanée par les journalistes. À nouveau, avec un code couleur de surligneurs pour

chaque thématique, des points supplémentaires aux trois hypothèses ont pu être mis en évidence. Ces points récurrents ont révélé des tendances et des thèmes communs, qui sont essentiels pour comprendre l'anxiété médiatique à travers les perspectives des professionnels interviewés.

Enfin, une « analyse croisée » (Derèze, 2009) a permis de confronter, relier et synthétiser les différents aspects catégoriels exprimés par les interviewés, en annotant directement les retranscriptions. Ces annotations ont servi à mettre en relation les réponses des journalistes et à identifier les différents avis sur les différents points.

Ce processus a permis d'extraire des éléments riches et variés, reflétant fidèlement les perceptions et les expériences des journalistes en matière d'anxiété médiatique.

C. Les interviewés

- Journaliste 1

Homme, présentateur TV dans un média audiovisuel public. L'entretien s'est passé par téléphone et a duré 13 minutes.

- Journaliste 2

Homme, rédacteur en chef en presse quotidienne. L'entretien s'est passé par téléphone et a duré 28 minutes.

- Journaliste 3

Homme, directeur de l'information dans un média audiovisuel privé. L'entretien s'est passé par téléphone et a duré 30 minutes.

- Journaliste 4

Femme, coordinatrice éditoriale en presse quotidienne. L'entretien s'est passé par téléphone et a duré 15 minutes.

- Journaliste 5

Homme, journaliste au pôle international en presse quotidienne. À la demande de l'interviewé, l'entretien a été fait sur place et a duré 50 minutes.

- Journaliste 6

Homme, présentateur TV dans un média audiovisuel privé. À la demande de l'interviewé, l'entretien s'est fait sur place et a duré 21 minutes.

- Journaliste 7

Femme, éditorialiste en chef en presse quotidienne. L'entretien s'est passé par téléphone et a duré 45 minutes.

- Journaliste 8

Femme, journaliste au pôle société en presse quotidienne. À la demande de l'interviewée, l'entretien s'est fait par Teams et a duré 30 minutes.

- Journaliste 9

Homme, présentateur TV dans un média audiovisuel privé. L'entretien s'est passé par téléphone et a duré 16 minutes.

- Journaliste 10

Femme, présentatrice TV dans un média audiovisuel public. À la demande de l'interviewée, l'entretien s'est fait par Teams et a duré 25 minutes.

D. Analyse des entretiens

Des questions ont été directement posées aux interviewés concernant les hypothèses émises ; les nouvelles technologies, les fake news et la rapidité du traitement des informations.

Par la suite, après analyse des réponses des interviews aux différentes questions, des éléments ressortent en ce qui concerne le stress des journalistes qui peut influencer leur manière de rapporter les informations et l'aspect plus anxiogène de certaines pratiques journalistiques.

Aussi, de manière spontanée, cinq des interviewés ont parlé de **l'éducation aux médias**. Sept des personnes interviewées ont également parlé de manière spontanée d'un **paradoxe concernant la consommation d'information**. Et cinq des personnes interviewées ont aussi évoqué le **journalisme de solutions/constructif**.

- Les nouvelles technologies

Pour commencer par la première hypothèse proposée, l'ensemble des interviewés reconnaît que les nouvelles technologies telles que les smartphones jouent un rôle dans l'anxiété médiatique. En effet, pour le **journaliste 1**, il s'agit d'une évidence, et ce, par une omniprésence des informations disponibles : *« Avant, c'était simple, le journal c'était à 19h30 ou à 13h. Avec les réseaux sociaux, maintenant, on est tous abonnés sur Instagram ou sur TikTok à la RTBF, au Monde, à RTL, que sais je. Et donc, c'est en permanence. Pour moi, c'est ça la différence des réseaux sociaux, tu es là, tu es sur Facebook, tu es sur Instagram et tu ne choisis pas à ce moment-là d'avoir une actualité anxiogène qui te saute aux yeux »*. Ce point de vue est partagé par l'ensemble des autres interviewés. Tous estiment qu'aujourd'hui, les informations tombent tout le temps et sont sans cesse accessibles avec les smartphones. Ce qui n'était pas le cas il y a encore quelques années tiennent à rappeler certains interviewés. Le **journaliste 2** rappelle le cas des grands-parents : *« Les smartphones ont cet effet qu'on peut être sans cesse connecté. Si on prend le cas de nos grands-parents qui n'étaient soumis qu'au journal qu'ils avaient entre les mains le matin et puis le journal de 13h ou le journal de 19h et rien d'autre, forcément, le reste du temps, c'est du temps libre, c'est du temps de loisirs, c'est du temps de travail, mais c'est du temps où on n'est pas soumis à des informations qui peuvent nous abreuver sans cesse et nous plonger dans l'anxiété »*. Selon le **journaliste 2**, faire face aux informations en continu est mauvais pour les consommateurs d'actualité : *« Il y a des gens qui ont passé, pendant le covid, des heures et des journées entières juste à lire, juste à écouter des BFM TV, LCI pour savoir tout ce qui se disait sur ça. Et on le voit aussi avec la guerre en Ukraine. On a des*

lecteurs retraités qui passent leur journée à éplucher différents journaux, à lire plein de sites de news, qui sont devant les chaînes d'infos en continu juste pour savoir ce qui se passe en Ukraine. Donc, forcément, à un moment, il n'y a plus que ça qui tourne dans la tête et ça peut susciter beaucoup de crainte. »

Le **journaliste 5** partage le même avis et rappelle qu'avant les smartphones, « *il y avait la radio, il y avait la télévision, il y avait des journaux télévisés ou des journaux parlés toutes les heures, les journaux télévisés 2 fois par jour. Mais il n'y avait pas internet, donc il n'y avait pas tous ces messages en continu qui, aussi parfois, ne sont pas des informations vérifiées* ». De son côté, le **journaliste 9**, rappelle que l'image n'était accessible que par la TV il y a quelques années : « *Il y a encore 10 ou 15 ans, la télé était peut-être le seul vecteur d'images animées pour les gens en termes d'infos, ce n'est plus le cas maintenant. Les gens ont généralement vu les images fortes, qui elles, pour le coup, ne sont pas filtrées sur les réseaux sociaux. Quand il y a des vidéos, que ce soit d'une exécution, que ce soit d'une bagarre, que ce soit d'un accident, il n'y a pas de filtre la plupart du temps sur les réseaux sociaux, il n'y a pas de filtres sur internet. Et donc, c'est vrai que je pense qu'on peut être plus choqué par ça que par ce qui est passé par le goulot journalistique qui va forcément être un filtre, qui va forcément faire attention* ». Il souligne ainsi que la possibilité de tout trouver accentue sans doute le sentiment d'anxiété.

Un autre point qui est soulevé par plusieurs interviewés est la manière dont les gens consomment les informations. D'après le **journaliste 3**, il ne s'agit pas tant de la qualité du contenu, mais de la façon de consommer qui est problématique : « *Ce n'est pas la qualité du contenu que vous diffusez, c'est simplement la façon de consommer. Le scroll, c'est quelque chose de terriblement anxiogène, en fait, puisque c'est très nerveux comme façon de consommer. L'attention, c'est environ 4 secondes, donc il faut grosso modo que toutes les 4 ou 5 secondes il se passe quelque chose. Donc, comment on fait pour marquer en 4 ou 5 secondes ? On met les images les plus brutales, là je ne parle pas de nous, je parle plutôt de ceux qui agissent sur les réseaux sociaux. Et là, il y a des images brutales, des déclarations choc, des choses comme ça qui font qu'effectivement, il y a de l'anxiété qui naît à la fois par les contenus qui sont générés, mais surtout par le mode de consommation qui est super nerveux.* ». Pour le **journaliste 2**, il s'agit également de prendre en compte les informations qui sont consommées : « *Si on se contente de médias de qualité qui essaient de bien faire leur travail et d'être objectifs dans leur couverture, je pense que l'on peut se faire une idée assez objective et claire de ce que sont les choses qu'on découvre en lisant les articles. Si on lit des presses plus sensationnalistes*

ou bien des réseaux sociaux qui sont gérés par des gens qui n'ont pas forcément un diplôme en journalisme ou qui n'ont pas de carte de presse et qui peuvent se permettre de fournir des informations non vérifiées, évidemment, c'est un facteur qui soumet beaucoup plus d'anxiété ».

Selon la **journaliste 7**, les smartphones et les nouvelles technologies peuvent être positifs, car cela permet d'avoir accès à des informations en temps réel, mais, pour elle aussi, le problème dépend des sources d'informations que les gens consultent : *« Il faudrait savoir utiliser son smartphone pour aller vers des sites qui vous donnent une information correcte avec tous les doutes s'il y en a, qui ne vous mène pas en bateau, qui n'accroît pas l'anxiété. Ça, c'est difficile à gérer. Par ailleurs, je pense aussi que le fait d'avoir de l'information, à la seconde, d'être tout le temps sollicité par tout le malheur du monde peut certainement donner un sentiment d'étouffement ».*

La **journaliste 10** constate aussi un problème dans la façon dont les personnes consomment l'information : *« J'entends des gens qui me disent : « Oui, moi, je ne regarde plus la télé parce qu'il y a trop de mauvaises nouvelles », mais les gens s'informent, par exemple, sur Facebook où il y a encore plus de mauvaises nouvelles et surtout des informations qui ne sont pas authentifiées. C'est pour ça aussi, que les médias traditionnels doivent se battre pour continuer d'exister et continuer de fonctionner avec des balises, avec des codes, avec des lignes éditoriales, parce que c'est très dangereux ce qui se passe sur les réseaux sociaux ».*

D'après la **journaliste 10**, il est important que les personnes fassent attention aux informations qu'elles consultent et se rendent compte que beaucoup de choses sont balancées n'importe comment et par n'importe qui, car : *« sur Facebook, sur les médias sociaux, on est tous un peu journalistes, on va voir quelque chose dans la rue, on va faire une photo ».*

Pour elle, cela donne beaucoup de pouvoir aux citoyens.

Le **journaliste 6** soulève un autre point, celui du manque de tri dans les informations, ce qui peut perdre les gens : *« On va sur les réseaux sociaux, on va sur YouTube, on va sur les sites d'infos, on va sur les sites de vente en ligne, on fait des jeux, à un moment donné, on sait plus ce qu'on a vu où. Et même nous, on s'en rend compte, on se dit : « Ah j'ai vu ce truc-là, c'est intéressant, mais je ne sais plus du tout où je l'ai vu, je sais même plus si on en a parlé dans notre média » parce qu'en fait on a tellement de sources qui nous viennent qu'on ne sait plus faire le tri, et encore, nous, c'est notre métier. Alors je crois que le public qui est sur son smartphone, quand il passe d'une vidéo qu'il a vu sur RTL, à une vidéo YouTube, à un poste sur les réseaux sociaux, il ne sait plus ce qu'il a vu où. Et donc, on peut être inondé d'informations trash, d'informations anxiogènes, de vidéos difficiles et on ne sait plus où on l'a vu. Et donc, c'est ça qui accentue aussi cette difficulté qu'a le public à se connecter à l'info*

c'est parce qu'en fait, ils ont peur de tomber sur du contenu difficile. Mais en fait, ils vont aller sur YouTube et ils vont tomber sur des contenus encore plus difficiles. ». Selon lui, la facilité à jouer avec les sources est sans doute néfaste.

Quant à la **journaliste 7**, elle souligne aussi l'aspect positif des nouvelles technologies : *« Durant le covid, les réseaux sociaux étaient aussi là pour soutenir, pour partager les angoisses, pour se dire qu'on n'est pas seul à vivre la même chose. Donc, c'est comme pour tout, il y a toujours du positif et du négatif »*. La **journaliste 10** expose également l'aspect positif, mais met en évidence la dangerosité des réseaux sociaux : *« Pour moi, c'est à la fois un outil formidable, parce qu'on peut informer instantanément, il y a une immédiateté que la télé, la radio n'ont plus par rapport à ça, c'est ça le plus rapide, mais avec un danger énorme. Quelle est la garantie quand on a une image, déjà tout simplement sur les réseaux sociaux, qu'elle est bien authentifiée. Authentifier une image, authentifier une information, ça prend du temps et ça, c'est complètement contraire avec l'immédiateté des réseaux sociaux. Donc il y a un espèce de paradoxe dans le mode de fonctionnement. Les gens nous disent : « Oui, il faut nous donner des choses vérifiées », mais en même temps, eux adoptent de plus en plus des modes de consommation qui ne permettent pas d'avoir ça, et c'est ça qui est dangereux. C'est à la fois un outil fantastique, mais un outil extrêmement dangereux. C'est presque une arme de guerre, le smartphone et les médias sociaux de nos jours. Ça intervient dans les conflits et ça vraiment ça ajoute de la difficulté, je pense »*.

La **journaliste 7** a récemment pu être confrontée directement à des retours de personnes suite à un porte-à-porte dans six rues francophones et deux rues en Flandre : *« Ces gens confessaient beaucoup de peur, mais surtout, c'était très rare qu'ils ne disent pas qu'ils n'avaient pas peur de l'information. La plupart d'entre eux disaient : « Depuis la pandémie, c'est devenu insupportable, je coupe la télé ». Un jeune garçon m'a dit : « Ecoutez, moi, je ne lis plus l'information, c'est mieux que d'aller chez une psy ». Certains choisissent des moments d'informations ponctuelles, ou des parents disaient couper l'information à certains moments, quand ils mangent avec leurs enfants, par exemple. C'est donc extrêmement présent. Je pense que les réseaux sociaux accroissent l'anxiété de façon incroyable parce que les gens ne savent pas les couper, c'est très compliqué. Et ça empêche de réfléchir parce qu'évidemment, une nouvelle succède à l'autre avec toute sorte de personnes qui s'expriment sans avoir d'avis autorisé, qui grossissent, qui partagent leurs angoisses. »*

- Les fake news

En ce qui concerne la deuxième hypothèse apportée, tous les interviewés se mettent d'accord pour dire que les fake news amplifient l'anxiété ressentie par les consommateurs d'informations. D'après le **journaliste 2**, les fake news sont principalement présentes sur les réseaux sociaux : « *Les fake news c'est surtout sur les réseaux sociaux qu'on les voit parce que les médias bien implantés, les grands noms de la presse, qu'elles soient belges ou internationales, ne jouent pas sur les fake news. Évidemment, si on lit des choses qu'on trouve sur les réseaux sociaux, sur des médias qui ne respectent pas la déontologie journalistique, alors, évidemment, ça joue sur l'anxiété* ». Et face à cela, le **journaliste 10** estime que la plupart des personnes ne sont pas armées pour faire face aux fake news : « *Tout le monde n'a pas la capacité de pouvoir détecter vraiment une fake news, parce que parfois c'est très bien fait, c'est très documenté et il y a des médias qui paraissent des médias classiques qui sont parfois orientés, qui sont parfois téléguidés et certaines personnes, beaucoup de personnes même, tombent dans le panneau parce que c'est ça le principe de la fake news, c'est qu'on dirait une vraie news* ». Il est donc important pour elle que les médias classiques tentent de continuer à faire le travail et essayent de donner la possibilité aux gens de comparer les informations.

De son côté, le **journaliste 3** définit les fake news également par l'apparition des deepfakes et le danger qui les accompagne : « *C'est très dangereux et ça je ne sais pas comment on va s'en sortir, et ça, c'est vraiment quelque chose qui nous préoccupe beaucoup. Donc ça c'est très préoccupant parce qu'effectivement là c'est un genre de réalité qu'on montre, ce n'est pas une vraie réalité, c'est de la fiction mais qu'on présente comme de la réalité* ». Le **journaliste 3** exprime également un problème qui provient des groupes d'intérêts qui entretiennent les fake news : « *Il y a les fake news qui sont entretenues par les groupes d'intérêts qui sont bien connus, que ce soient des groupes d'intérêts économiques, philosophiques, etc. Tout ça, évidemment, c'est de l'anxiété* ». Il souligne également le fait que les personnes vivent dans un monde qui leur est soufflé par les algorithmes des réseaux sociaux et s'enferment dans une vision du monde très anxiogène. Mais dès lors, le **journaliste 3** estime que « *on n'est plus maître du jeu là-dedans* ».

Pour les autres interviewés, les fake news semblent par définition être anxiogènes et faites pour choquer les gens. Pour le **journaliste 9**, les fake news ont tendance à être négatives : « *C'est rare qu'une fake news soit quelque chose de très positif, donc ça rajoute à l'anxiété, inévitablement. Alors ça ne veut pas dire que la vraie info n'est pas anxiogène non plus, mais*

c'est vrai que systématiquement une fake news est anxiogène. Et donc ça rajoute évidemment à ce sentiment qu'ont les gens que dès qu'il y a une info, elle est anxiogène ». La **journaliste 8** est du même avis : « *Souvent, les fake news, ça parle quand-même de trucs pas très positifs* ». Selon elle, c'est ce qui fait que ce fonctionne et que c'est très vite relayé. La **journaliste 4**, qui suit ces avis, émet un exemple qui met en évidence l'importance de faire attention aux sources : « *C'est sûr que si on annonce qu'il y a un vaccin qui a tué 3000 personnes, c'est complètement une fake news, mais le lecteur qui n'a pas pris le temps de vérifier d'où venait l'info ou quelles étaient ses sources, il va paniquer en se disant : « j'ai été vacciné, est-ce que ça va être mon cas ?* ». Il est donc certain pour elle que « *les fake news ont un rôle complètement négatif en terme d'anxiété* ».

De son côté, la **journaliste 7** estime que les fake news ne font que décupler et multiplier par mille l'anxiété médiatique, car « *non seulement vous êtes confrontés à des nouvelles tout le temps, mais en plus vous êtes face à quelque chose qui vous échappe et vous manipule, veut, en fait, précisément vous angoisser. Une partie de ces fake news sont produites par des organismes extrêmement puissants qui visent à déstabiliser, à créer la peur et à faire perdre aux gens leur rationalité. Et parfois même, c'est encore pire, à les mettre dans un tel état de déstabilisation, en les poussant à agir dans certains sens* ». Pour la **journaliste 10**, les fake news sont directement liées à l'anxiété médiatique et elle rappelle l'épisode d'infodémie présent lors de la crise du Covid-19 : « *On ne va pas aller plus loin qu'il y a encore trois-quatre ans avec cette crise sanitaire. Je n'ai jamais vu autant de fake news et autant d'impact sur la population. Il y avait tout et n'importe quoi qui circulait sur les médias sociaux et ça a généré, je pense, vraiment beaucoup d'anxiété chez les gens. Mais on n'avait tellement plus rien d'autre à faire que forcément les gens passaient leur vie là-dessus. Et certains groupements, certains médias entre guillemets, ont beaucoup usé de cette méthode-là pour essayer d'influencer les gens. Donc évidemment, c'est super dangereux* ».

Le **journaliste 5** pense également que les fake news sont faites pour créer de l'anxiété et propose un autre exemple : « *La ferme de troll de Wagner à Saint-Petersbourg a eu une influence prouvée sur les élections américaines, sur les élections dans certains pays européens parce que leur boulot, c'est d'envoyer des fausses informations que personne ne vérifie. Les informations fausses que font circuler certaines usines à trolls et certains pays, contribuent à mon avis d'une façon ou d'une autre à l'anxiété parce que c'est rarement pour donner des bonnes nouvelles* ». Pour lui, les usines à trolls servent à créer le doute et accentuent les éléments négatifs. La **journaliste 7** rapporte également un exemple similaire suite à une enquête

immersive dans une usine à fabrique de fake news qui a été réalisée par son média : « *On voit là qu'on a affaire à des usines professionnelles de fabriques de fausses nouvelles, sans aucune déontologie, au service de « clients » avec des idéologies ou des objectifs très précis, visant à faire bouger les masses dans certains sens et en jouant prioritairement sur les émotions* ».

Selon le **journaliste 1**, les différentes informations qui sont accessibles peuvent aussi perdre les personnes entre le vrai et le faux : « *Je ne suis pas un expert de la question, mais je pense que ça nous arrive à tous. Parfois on est juste perdu, on sait plus exactement où se trouve la vérité. On a du mal à faire la distinction entre ce qui relève des faits et d'une opinion, et donc on se sent un peu perdu. Et quand on se sent un peu perdu, on se sent un peu anxieux* ». Il pense ainsi que lire tout et son contraire sur une actualité génère du stress. Le **journaliste 6** a un avis semblable, mais fait part, en plus, de l'effet que cela peut avoir sur la confiance envers les médias : « *Ceux qui sont touchés par les fake news, en effet, ce sont des gens qui à la base ne sont pas favorables forcément aux médias, et donc ça va accroître leur désaffection des médias. Et pour les autres, le risque des fake news, c'est que ça crée une perte de confiance générale et ça participe à la même chose que ce que je vous disais avec les smartphones, c'est, « j'ai vu un truc sur YouTube ou alors j'ai vu un truc, mais je crois que c'est une fake news, mais je ne suis pas sûr et finalement, je ne sais pas si je l'ai vu sur RTL info » et on en vient à croire qu'on a vu des fake news sur les médias d'infos alors qu'on est là justement pour les dénoncer. Et donc, pour le public qui n'est pas touché directement et tout le temps par les fake news, elles ne font qu'impacter la confiance qu'on peut avoir envers les médias.* »

- L'éducation aux médias

Un élément qu'ont apporté spontanément cinq des interviewés et qui découle des fake news est le manque d'éducation aux médias que peuvent avoir les personnes qui consomment de l'information. Pour le **journaliste 2**, le rôle d'éducation aux médias est hyper important : « *Il faut que les gens sachent ce qu'ils lisent, pourquoi ils le lisent, même la ligne éditoriale des médias. Il faut savoir quel est le média qu'on lit et comment il se positionne. Et c'est la même chose avec les réseaux sociaux ou les médias moins officiels. Il faut savoir ce qu'on lit et si on lit des sites conspirationnistes, il faut savoir que c'est conspirationniste et que du coup c'est une information qui est très orientée* ». Le **journaliste 3** est du même avis : « *Il faut une certaine éducation aux médias pour pouvoir séparer le concret. Et je ne suis pas sûr que ça, tout le monde ait cette éducation aux médias, loin de là aujourd'hui puisqu'on est dans une société de consommation, d'abondance où tout ce qui est spectaculaire est plus vu que ce qui*

est profond ». Selon le **journaliste 8**, un manque d'éducation aux médias augmente l'anxiété : « *Je pense que chez les personnes qui ont peut-être une moins bonne éducation aux médias, qui sont moins confrontées à la presse, ça peut justement augmenter plus fortement l'anxiété chez elles. Donc, oui, il y a une question de formation au média où on n'est pas tous sur un pied d'égalité par rapport à ça* ». Mais elle prend aussi en compte la difficulté à pouvoir détecter les fake news : « *Après, il faut savoir aussi les détecter. Je pense que même en tant que journaliste, on peut être confronté à une fake news quand c'est un sujet qu'on ne maîtrise pas du tout* ».

Pour la **journaliste 7**, il devrait également y avoir une éducation pour tous en ce qui concerne la consommation d'informations : « *Je pense qu'ici, la vitesse, la rapidité, l'ampleur de tout ce qu'on sait, à tout moment, tout le temps demandent sans doute une sorte d'éducation de tous. Et savoir à un moment donné reconnaître qu'il faut pouvoir s'abstraire : avoir un peu « une chambre à soi » n'est pas inutile. Je pense que la méditation, la relaxation, tout ça devrait déjà être enseigné à l'école* ». Selon elle, la prise de distance, le sens critique et la mise en perspective devraient être appris à tous.

De son côté, la **journaliste 10** considère que l'éducation aux médias a une place importante. D'après elle, les journalistes doivent avoir un rôle et une mission très pédagogique en expliquant et en décodant bien les choses et en faisant de l'éducation par rapport aux réseaux sociaux : « *Je pense que les médias traditionnels doivent encore plus jouer ce rôle de pédagogie et d'éducation, il faut éduquer les gens aux médias. En fait, maintenant, il y a tellement de médias différents qu'il faut expliquer aux gens comment les utiliser, et ça, ça fait aussi partie de notre rôle, de dire que ça existe, on ne peut pas le nier, c'est dans notre environnement, mais comment on l'utilise. Comme parfois, il faut absolument prévenir les enfants des dangers des dérives, en fait. Tout peut potentiellement partir en vrille et être mal utilisé. Donc voilà, ça passe par l'éducation que nous on peut faire, mais l'éducation qui doit se faire aussi dans des écoles, l'éducation qui peut se faire aussi à la maison. Mais nous, en tant que journalistes, on se doit vraiment de le faire parce qu'on a une visibilité, on a une fenêtre publique. Donc ça fait partie de notre rôle de bien expliquer aux gens : « Prudence quand vous voyez quelque chose. Est-ce que vous êtes sûr que c'est vérifié ? », plutôt que de toujours le prendre pour argent comptant. Et vu qu'on est dans une société où on n'a pas le temps, où tout va vite, on voit quelque chose qui apparaît, on le prend souvent pour argent comptant* ».

- La rapidité du traitement de l'information

Tous les interviewés se mettent d'accord pour dire que les journalistes doivent faire face à une certaine rapidité du traitement de l'information, à l'exception du **journaliste 3**. Deux des personnes interviewées estiment que la rapidité n'a pas d'impact sur l'amplification du côté anxigène des informations. C'est le cas de la **journaliste 4** qui y voit un autre problème : « Une information, c'est vrai qu'on se dépêche de la relayer, mais ce n'est pas pour autant qu'on va en faire plus, on ne va pas amplifier le côté anxigène juste pour amplifier le côté anxigène, on va juste la transmettre. Je dirais que c'est plus le souci de vérification de l'information. Quand on est sur le web, on a moins le temps de voir d'où ça vient. On se fie quand même pas mal aux agences de presse, mais ce n'est pas pour autant qu'on va faire de l'anxigène pour faire de l'anxigène ». De son côté, la **journaliste 8** ne pense pas non plus que le manque de temps puisse avoir un impact sur les informations, mais plutôt sur les journalistes : « L'impact du temps, ça a plus un effet sur nous, notre anxiété, où on va avoir tendance à faire des journées très longues. Mais on est quand même dans un média où on privilégie la qualité, et donc, si vraiment on sent que le temps n'est pas là, on peut reporter d'un jour mais on ne va pas publier quelque chose. En tout cas, moi, je ne pense pas avoir publié quelque chose sans avoir contacté toutes les personnes que je souhaitais. Ou alors j'en trouve une autre que celle que je voulais initialement ».

Les autres interviewés reconnaissent que la rapidité du traitement de l'information peut avoir un impact sur leur travail, ce qu'ils expliquent par une course entre médias. Mais certains d'entre eux essayent de le gérer du mieux qu'ils peuvent pour éviter les erreurs et rappellent l'importance de vérifier les informations. C'est le cas pour le **journaliste 9** : « C'est vrai qu'on est beaucoup dans l'immédiateté, et c'est toujours ce risque là, et forcément des moyens qui ne sont pas non plus colossaux, donc il faut toujours faire attention à ça et gérer ça. Donc, oui, on a des moyens, on a ce besoin d'être dans l'immédiat, il y a souvent cette volonté, notamment sur internet, peut-être plus que dans l'info télé, mais la volonté d'être le premier à publier une info, la volonté d'être le premier sur le coup. Il ne faut pas que ça se fasse évidemment au détriment de la vérification de l'info. Sans doute que malheureusement, parfois ça bug de ce côté-là. Mais il faut vraiment être très vigilant parce que qui dit être le premier sur la balle et le premier à diffuser une info, dit forcément qu'il peut y avoir une erreur et il faut vraiment faire attention. D'après lui, ce genre d'erreur peut aussi nuire à l'image du journalisme. Du côté du **journaliste 5**, la situation est semblable, il faut à nouveau bien faire attention à la véracité des informations, ce qui prime sur la vitesse à publier : « Il y a cette course à l'audience qui

inévitablement existe, c'est la course aux clics aussi. Mais nous, on essaie de ne pas rentrer dedans. Ça, c'est une directive très claire, une consigne qu'on a. Bon à l'édition web, ils ont tendance à le faire parce que quand on voit une alerte AFP par exemple, si l'AFP le dit, c'est que c'est vrai. Eh bien il y a aussi des alertes AFP qui ne se sont avérées pas vraies. c'est essentiel de ne pas réagir trop vite, en tout cas, de ne pas diffuser trop vite. Réagir, il faut réagir vite pour essayer de vérifier. Et alors, après un certain temps, on peut le sortir. Mais c'est à nous d'infirmier ou de confirmer une information, et si d'autres l'ont sortie avant, si elle s'avère juste, au moins nous, on peut prouver qu'elle est juste, les autres ne l'ont peut-être pas fait. Si elle s'avère fausse ou pas tout à fait exacte, on n'est pas tombé dans le panneau et tant mieux ».

Pour la **journaliste 7**, la rapidité du traitement de l'information par les journalistes peut aussi influencer leur travail, car : *« fatalement, celui qui a un manque de temps, ne fait pas son travail correctement. J'ai la chance d'être dans un média où le temps n'est pas placé comme une contrainte. Le premier critère, c'est, « Est-ce que l'information est recoupée ? Est-ce que l'information est pertinente ? ». Si on balance tout et tout le temps n'importe quoi comme un feuilleton sans donner du recul, fatalement, ça joue sur les émotions. Ça saisit les gens, ça les surprend, ça crée une espèce de feuilleton. Quand j'étais journaliste sur les sujets économiques, je voulais évidemment aussi avoir des scoops, donner de l'info parce que ça fait partie aussi de notre métier d'être dans les premiers à révéler quelque chose. Mais je pense que rien ne vaut une très bonne information ».* Ce qui, selon elle, prend un long temps de travail. Et un média *« qui ne publie pas tout et n'importe quoi est un vrai référent et une vraie aide à gérer l'angoisse ».*

La **journaliste 10** estime aussi que la rapidité du traitement de l'information a un impact, surtout pour ceux qui informent via les réseaux sociaux : *« C'est la course à qui va lancer la première info en premier, et c'est très dangereux, parce qu'une info, et ça, c'est la règle de base du métier de journaliste, il faut la vérifier, il faut pouvoir l'authentifier. Et parfois, malheureusement, ce laps de temps qui est nécessaire, on ne le prend plus et on balance des infos, on balance des images, et puis, deux ou trois heures après, pas toujours le média lui-même quand il a commis une erreur, parce que c'est difficile de reconnaître son erreur, mais d'autres médias vont dire : « Ce sont des fake ». La course au temps, la rapidité, c'est vraiment notre pire ennemi aujourd'hui ».* D'après elle, il est difficile pour les médias de ne pas entrer dans cette course, car aucun média ne souhaite être largué et être pris à distance.

Selon le **journaliste 2**, cette course entre médias a un risque de créer de l'ambiguïté auprès des lecteurs : « *Quand on fait de l'actu très chaude sur Internet, forcément, il arrive que parce qu'on veut être rapide et informer au mieux les lecteurs rapidement, qu'on ne soit pas suffisamment précis. Et donc parfois on dit, « un policier est mort, il y en aurait un deuxième mais l'information n'a pas encore été confirmée » mais ça veut dire qu'on joue sur l'ambiguïté et ça c'est pas bon parce que le but c'est d'informer mieux et quand il y a une ambiguïté, c'est compliqué à gérer parce que quand il y a un fait comme ça qui survient, on sait que les internautes vont avoir tendance à aller voir partout ce qui se passe pour savoir quel est le média qui est le plus précis, qui est mieux informé et qui informe le mieux ses internautes. Donc il y a une sorte de course entre médias à celui qui sera le plus rapide à donner les informations. Et c'est là où, justement, il faut éviter de se précipiter et qu'on tombe tous ensemble dans le ravin. Il n'y a rien de pire parce que, du coup, c'est toute la profession qui est décrédibilisée* ». Il fait également la distinction avec le journal papier : « *C'est plus facile, évidemment, quand un journaliste a toute la journée et a l'heure de bouclage du print comme horizon pour finir son papier parce que le fait est survenu à 7h du matin, il sait que son article doit partir à l'imprimerie pour 23h. Il a 16 heures devant lui, il peut vérifier aisément. Sur internet, on est vraiment dans l'instantané, donc forcément, ça a un impact parfois sur la précision* ».

De son côté, le **journaliste 6** reconnaît également l'impact que la rapidité du traitement de l'information peut avoir, mais il estime qu'il faut pouvoir limiter cet impact en se concentrant sur ce que le lecteur a besoin de recevoir comme information : « *On essaie de limiter, on fait les choses consciencieusement, on fait les choses sérieusement, on fait les choses dans un laps de temps qui n'est parfois pas facile à gérer, ça, c'est sûr. Notre rôle, c'est de trouver le juste milieu entre l'information indispensable pour que les gens comprennent ce qui se passe dans le monde et le détail qui n'est qu'un détail qui va les rendre encore plus anxieux par rapport à la situation* ». Le **journaliste 6** reconnaît lui-même que le manque de temps peut parfois rendre son journal télévisé trop anxigène : « *Le journal de 13h, c'est une course contre la montre, donc parfois il y a des jours où on a peu de recul sur ce qu'on a fait. On y va à fond, on avance, on fait les choses sérieusement, mais après on se dit qu'on aurait pu faire les choses autrement. Et ça m'est déjà arrivé pendant le journal, après cinq, six, sept minutes, de me dire qu'en fait, ça ne va pas du tout ce journal, il est trop anxigène, on a trop de sujets compliqués, trop de sujets difficiles* ». D'après lui, avec plus de temps et de recul, cela pourrait être évité et vu avant.

Pour le **journaliste 1**, c'est une question d'équilibre et il existe une contradiction face au reproche qui est souvent fait aux médias de travailler trop vite, de ne pas prendre assez de temps

et de ne pas aller suffisamment en profondeur : *« C'est un reproche qui est souvent fait par le public ou par une partie du public. Or, dans le même temps, nous le voyons très bien, il y a une prime à celui qui donnera le premier l'information. C'est le premier qui prend l'antenne qui souvent va prendre le leadership sur les audiences. Donc, c'est assez contradictoire parce qu'on nous reproche souvent de vouloir aller trop vite. Mais en même temps, le public va vers celui qui sort l'info le plus vite »*. Pour le **journaliste 1**, c'est l'actualité en elle-même qui est anxiogène, pas vraiment la manière de la raconter.

De son côté, le **journaliste 3** estime que les journalistes ont suffisamment de temps pour travailler : *« Les journalistes ont du temps de travail. Maintenant, ils ont des technologies qui leur permettent aussi d'accélérer le temps. Il y a de l'intelligence artificielle, il y a beaucoup de choses qui permettent d'accélérer le travail des journalistes et qui permettent aux journalistes de se concentrer sur l'essentiel. Évidemment, avec du temps, on peut tous faire mieux. Et encore, il y a quand même beaucoup d'études qui montrent que généralement la pression temporelle fait rendre le meilleur aux journalistes dans un temps imparti. Plus vous donnez du temps au journaliste, plus il va lever des informations qui sont anxiogènes parce qu'il aura du temps pour fouiller. Ce qu'il faut réussir à faire. Mais donc ce n'est pas lié. Le temps et l'anxiété, pour moi ce sont deux choses qui sont un peu différentes »*. Pour lui, l'anxiété médiatique n'a rien à voir avec un manque de temps chez les journalistes.

- L'influence du stress des journalistes

Une question a été posée aux interviewés concernant la gestion de leur stress et l'influence que cela peut avoir sur leur traitement de l'information. Pour le **journaliste 3**, c'est compliqué à dire, il estime que les journalistes n'ont pas de prise là-dessus : *« On a quand même des exigences. On doit présenter des faits. Et les faits, on ne peut pas les édulcorer, donc on ne va pas mentir sur l'information. Donc, c'est compliqué de ne pas générer de stress sur une actualité qui est anxiogène. Mais est-ce qu'on doit faire cet effort-là ? Moi, je ne crois pas. Je crois qu'on doit présenter les faits, mais le plus factuellement possible, en essayant justement d'être soft sur l'approche »*. Quant à la **journaliste 4**, elle essaie de rester le plus neutre possible : *« Je suis là pour relayer une information. Je n'ai pas à prendre partie ou à me dire que c'est beaucoup trop triste ou que je ne peux pas en parler »*.

D'autres interviewés tentent de prendre de la distance, même s'ils ne sont pas totalement insensibles. C'est le cas du **journaliste 1** pour qui la gestion du stress fait partie du métier et pour qui il s'agit d'une habitude. Il tente de ne pas se laisser atteindre par l'actualité, même s'il

y a des moments où cela l'atteint parce que « soit ce sont des faits divers particulièrement difficiles, particulièrement éprouvants ou des faits divers qui résonnent avec notre histoire personnelle. Ou alors parce qu'on vit cette situation comme tout le monde. Par exemple, le covid, c'était très long et nous-mêmes, on était privé de nos proches, de nos familles, etc. Donc voilà, il y a des moments comme ça où nous-mêmes on est acteur de ce qu'on raconte. Mais c'est toujours dangereux. J'avoue que ce sont des moments, quand je sens que moi-même je suis fort touché émotionnellement par quelque chose, j'essaie de faire un pas de côté parce que j'estime que, professionnellement, ça ne doit pas prendre le pas sur ce que je vais écrire ou sur ce que je vais raconter à l'antenne ». Le constat est le même du côté du **journaliste 6** qui a réussi à mettre une barrière entre lui et l'information, même s'il a déjà été touché par les informations et l'est encore : « Je ne suis pas un robot, mais dans mon boulot, je réussis à mettre un peu de distance ». Cependant, un aspect qu'il trouve très important en tant que présentateur, « c'est que quand on relaie une info, quand on parle d'une info, il faut essayer de la vivre comme le public la reçoit. Et donc, quand on a un sujet particulièrement difficile, où c'est souvent avec des enfants ou des choses comme ça qui sont des sujets très émotionnels et très forts, je peux parfois moi-même être touché. Et même si je ne le suis pas à 100% personnellement parce que je mets une distance, je me rends compte que le public l'est, et donc je me mets en empathie avec les gens qui regardent. Ainsi, sa réaction après un sujet ou sa façon de lancer un sujet correspond aussi à l'empathie qu'il ressent vis-à-vis de quelqu'un qui peut le regarder de manière un peu brutale.

D'après le **journaliste 9**, les journalistes sont eux-mêmes touchés par les informations et il ne s'en estime pas épargné : « Notamment, par exemple, quand ça touche des enfants. Je suis papa, c'est quelque chose qui me touche à chaque fois. On est le premier filtre, entre guillemets, avant de donner l'info et des choses nous touchent personnellement. Et après, encore une fois, on est là pour relayer l'info et si on estime qu'elle est nécessaire, on le fait, mais en essayant vraiment encore une fois de ne pas en rajouter, de ne pas dramatiser les choses, d'être le plus juste possible et au niveau du ton aussi qu'on emploie, ça ne sert à rien de prendre une tête d'enterrement pour annoncer un truc qui est dramatique. Je crois que les choses sont dramatiques par elles-mêmes, il ne faut pas en rajouter. Mais on est le premier filtre parce que nous-mêmes, ça nous impacte aussi. Et à fortiori quand ce sont des informations très difficiles. Et c'est le sentiment qu'on a, nous, qui sommes les premiers téléspectateurs quelque part de ce qu'on propose, qui va nous permettre de mettre des filtres, qui va nous permettre de dire : « Tiens ça, ce n'est pas nécessaire, ça, on ne va pas le faire comme ça » ». Le **journaliste 9** insiste

sur le fait que le but n'est pas de choquer ou d'offusquer les gens, mais il faut tout de même les informer. Il faut donc trouver un juste équilibre. Concernant le **journaliste 5**, il estime aussi qu'il est parfois très difficile de gérer soi-même les mauvaises nouvelles et de ne pas le laisser paraître dans son travail.

De son côté, le **journaliste 2** ne se sent pas atteint par le stress. Cependant, il reconnaît que, bien que les journalistes relayent les informations de la manière la plus objective possible, en fonction de qui rédige l'article et de ses sensibilités, l'information peut être traitée totalement différemment : *« Je vous donne un exemple concret, on a dans notre rédaction un journaliste qui est touché par un phénomène de crèche qui ferme excessivement souvent pour différentes raisons. C'est un jeune parent, quand il discute avec différents journalistes de la rédaction pour savoir si oui ou non ça vaut la peine d'être traité, les jeunes parents vont sauter sur le sujet en disant : « Oui, bien sûr, ça doit être traité parce que ça concerne beaucoup de gens, on a beaucoup de témoignages ». Et puis d'autres journalistes qui ont un peu plus de recul, qui sont déjà passés par là ou qui n'ont pas d'enfants voient moins l'intérêt du sujet. Donc, évidemment, la manière dont le journaliste va percevoir l'information va avoir un impact sur sa manière de la transmettre au lecteur »*. Selon lui, il peut parfois s'agir d'un impact minime, mais qui peut tout de même être perçu.

De son côté, la **journaliste 10** reconnaît l'influence que le stress des journalistes peut avoir sur le traitement de l'information, mais pour elle, ça l'influence dans le bon sens : *« Il y a des signaux qui s'allument et on se dit : « On doit encore faire plus attention ». Il y a le choix des images, il y a le choc des photos pour reprendre l'adage de Paris Match et il y a aussi le poids des mots, donc c'est vraiment très important aussi. De manière générale, il faut toujours faire attention à ce qu'on dit, bien évidemment, ça doit être une ligne de conduite. Mais sur des sujets sensibles, avec des images difficiles, il faut bien sûr choisir avec précaution chaque image en se disant : « Tiens, est-ce que cette information-là, par l'image, elle est vraiment importante ? », et pareil au niveau des mots »*.

En ce qui concerne le **journaliste 8**, elle ne pense pas que son ressenti des mauvaises nouvelles puisse impacter sa manière de travailler, mais elle reconnaît qu'émotionnellement, ce n'est pas toujours facile à supporter : *« Je vais peut-être prendre l'exemple du début d'année où j'ai eu pas mal de sujets un peu touchy. Par exemple, je suis allée à Auschwitz avec des élèves, puis après j'ai traité l'enquête sur le viol à l'UCLouvain, puis après il y eu justement une pièce de théâtre sur le suicide et j'avoue que c'était un peu deux semaines où c'était beaucoup de sujets*

très émotionnels alors que je suis assez sensible. Et donc, je n'ai pas l'impression que ça ait un impact sur la manière dont je les traite. Mais par contre, je sais qu'à la fin, par exemple, je n'avais pas encore écrit l'article sur le suicide, mais j'ai dit à mon chef de service : « Je sens qu'émotionnellement ça m'impacte, que je ne vais pas super bien », surtout quand toi-même, tu n'es pas dans une période où tu es très bien. En fait, ça vient jouer sur ton moral et ça te déprime encore plus. Donc je ne dirais pas que ça a un impact dans la manière dont je le traite, mais je vais peut-être décaler un sujet, si ce n'est pas à mon sens une urgence journalistique ».

La **journaliste 7**, quant à elle, s'est toujours posé beaucoup de questions et estime avoir grandi avec le temps, souvent aidée par des « acteurs » tels que des experts ou des intervenants extérieurs. Ainsi, elle considère bien gérer son stress face aux mauvaises nouvelles : *« Je le gère parce que je suis dans un collectif, je le gère par mon expérience. Le collectif et les règles déontologiques sont les éléments les plus importants. C'est un peu comme le médecin face à une situation d'urgence médicale, il est certainement lui-même stressé, mais son savoir faire, la nécessité d'agir, d'être professionnel lui permet de gérer ce qu'il vit dans l'instant ».* Des situations compliquées à gérer, la **journaliste 7** en a connu beaucoup dans sa carrière : *« Par exemple, le jour des attentats de Bruxelles, j'ai pris tout de suite ma voiture, j'ai traversé la ville et quand je suis arrivée, on m'a dit : « On voudrait que tu écrives quelque chose de ressenti, là tout de suite ». Ce qui veut dire que dans mon cas, je peux aussi me permettre d'écrire des émotions qui portent un peu les émotions collectives via l'article que je rédige, ce qui est déjà une manière assez exceptionnelle, de pouvoir gérer son stress et son émotion ».* Lors de la pandémie de Covid-19, moment où chacun travaillait de chez soi, des réunions avaient lieu fréquemment. Pour elle, le collectif et les grandes discussions très ouvertes ont joué un rôle thérapeutique lors de cette période. La **journaliste 7** exprime un autre moment de stress particulier : *« Lors du risque de faillite des banques belges, dont Fortis, etc., à ce moment-là, vous devez gérer un stress très personnel, mais peut-être aussi la panique de vos proches ou de collègues qui risquent de perdre l'épargne de toute une vie, ou un héritage récent, etc. Et donc, là, le collectif, les règles de déontologie, nous forcent à sortir de l'émotion personnelle pour conserver une approche professionnelle et raisonnée de la situation. On n'est pas là pour se 'venger' non plus de ce qui nous arrive ».*

- Pratiques journalistique plus anxiogènes que d'autres

Lors de l'analyse des différents entretiens, les interviewés ont répondu à une question concernant l'aspect plus anxiogène de certaines pratiques journalistiques. Des éléments qui

ressortent semblent intéressants et peuvent prendre part à l'anxiété médiatique. En ce qui concerne le **journaliste 1**, il met en évidence la présence de codes de narration, notamment en audiovisuel : *« On sait très bien que dans les reportages on va mettre une musique, un peu de tension, etc. Donc ces codes-là, ils existent, et à la base, je pense très honnêtement qu'ils existent plutôt pour relancer la tension, pour qu'on ait un aspect narratif dans l'information. C'est aussi important pour que les gens écoutent, qu'ils soient attentifs. Mais parfois, si on abuse de ces codes-là, forcément, on peut rendre des actualités encore plus stressantes et encore plus anxiogènes »*. Selon lui, les médias doivent faire attention à la manière d'utiliser ces codes et ne pas en abuser. Cet avis est partagé par le **journaliste 6** : *« Il y a des émissions où on joue un petit peu avec une façon de filmer un peu sombre, avec des filtres ou avec un peu de musique un peu dramatique, etc. Il y a des émissions qui jouent un peu là-dessus et qui rendent un peu le côté anxiogène »*. D'après lui, l'information en continu peut aussi être anxiogène si elle est consommée pendant longtemps : *« Les chaînes d'infos, elles ne sont pas destinées à ce qu'on regarde ça pendant deux heures, en fait. Les chaînes d'infos, elles sont destinées à ce qu'on regarde ça pendant 20 minutes maximum. Et ça se répète. Parce que l'idée, c'est qu'on regarde 20 minutes, on a ce qui se passe et puis les gens font autre chose. Mais les gens, depuis le covid, on a moins le réflexe en Belgique, mais beaucoup en France, les gens ont pris le réflexe de regarder BFM en boucle avec les yeux grands ouverts et ils sont devenus fous. Oui, mais ce n'est pas fait pour ça les chaînes d'infos, ce n'est pas fait pour être regardé en boucle, c'est fait pour être grappillé. Et si on regarde en boucle, alors évidemment, on a l'impression que le monde va s'écrouler demain, c'est certain »*.

Pour le **journaliste 3**, ce qui est hyper anxiogène, c'est le journalisme réalisé à la manière de l'émission Cash Investigation : *« Quand on choisit ce genre de traitement, ça pose question, moi, je trouve. Maintenant, quand on fait un traitement plus traditionnel, ça pose moins de questions »*.

De son côté, la **journaliste 4** considère que sur le web, il existe une chasse aux clics qu'il n'y a pas dans un média print : *« Le lecteur qui ouvre son journal, on ne va pas essayer de l'attirer sur un article avec un sujet ou un titre anxiogène, alors que sur le site, c'est forcément quelque chose qui peut être tentant à faire »*. La **journaliste 8** énonce également le côté plus anxiogène des titres : *« Un titre qui n'aura pas forcément un lien avec le sujet, où tu auras envie de cliquer, qui a un côté assez anxiogène alors qu'en fait le contenu de l'article est super soft »*. Un autre élément qu'elle trouve anxiogène, ce sont les espaces commentaires sous les articles : *« Là je pense qu'il y a un travail à faire de modération. Je pense que ces espaces sont beaucoup plus*

des sources d'anxiété que l'article en lui-même, en fait. Et là aussi, tu peux avoir une diffusion de fake news, des insultes à caractère raciste, homophobe, sexiste et j'en passe. Et donc là, je pense qu'il y a un vrai rôle des médias aussi de ne pas exacerber ça ». Ce qu'elle estime compliqué, car les commentaires mettent en avant les articles : *« Plus il y a de commentaires, plus l'article est vu »*.

Quant à la **journaliste 7**, elle propose plusieurs aspects qui lui semblent anxiogènes : *« Certaines mises en scène, certaines mises en page, certains tons utilisés, le fait de jouer uniquement sur l'émotion. Le fait de publier des informations non recoupées ou de le faire de manière obsessionnelle, c'est-à-dire de ne pas savoir doser »*. Et cela, il est important pour elle d'y faire encore plus attention lors de moments particuliers, tels que lors d'attentats : *« Il faut avoir la responsabilité par moment de renoncer à certaines formes journalistiques. Chacun choisit aussi son média : il y a des médias de mises en scène, du malheur ou du bonheur, ou de l'horreur, il y a des projets rédactionnels qui recourent à certaines techniques qui accroissent l'anxiété de façon très consciente »*.

Concernant le **journaliste 2**, il remonte à la période du Covid-19, période où tout le monde était anxieux, même les journalistes, pour mettre en évidence le matraquage autour de l'information : *« Autour d'informations qui concernent la santé, évidemment, ou le terrorisme. On a vécu le covid puis on a vécu les attentats de Bruxelles, il y a un besoin d'informer, mais ce besoin d'informer, étant donné que sur les pages d'accueil des sites de news il n'y avait plus que ça, il n'y avait plus d'échappatoire en fait. Sur les réseaux sociaux, on ne parlait plus que des attentats et du covid et c'était la même chose sur les sites de news et dans les journaux. Donc ça, évidemment, ça suscite de l'anxiété »*. Mais pour lui, il s'agit d'une couverture normale : *« C'est une couverture qui est sensationnelle, qui mérite d'avoir une grande ampleur. Et donc ça, évidemment, c'est le type de couverture journalistique qui peut faire peur »*. Dans de telles circonstances, et face au besoin d'informer et d'être informé qui est immense, le **journaliste 2** considère qu'une telle couverture est pleinement justifiée.

Selon la **journaliste 10**, c'est tout simplement le fait divers qui est le plus anxiogène : *« C'est quelque chose qui arrive tous les jours. Nous, quand on est face à un fait divers, toujours en fonction de notre ligne éditoriale, on se dit : « Est-ce que derrière ce fait divers, il y a un fait de société, une dimension sociétale ? »*. Par exemple, *il y a eu un accident de voiture, il y a des parents qui sont morts, derrière il y avait trois enfants. En soi, c'est très triste, ça arrive tous les jours, qu'est-ce que ça change vraiment dans nos vies ? Alors on peut se dire qu'il y a un*

fait divers, on va en profiter pour rappeler les règles de sécurité au volant, pour se dire : « Peut-être que les trois enfants derrière n'étaient pas attachés avec une ceinture et c'est ça qui a provoqué le décès ». Si on arrive à trouver finalement cette dimension, on va pouvoir informer les gens. On arrive à en sortir quelque chose de constructif, on ne se contente pas de relater un fait divers.

De son côté, le **journaliste 5** a l'impression que les télévisions et les radios sont parfois plus anxiogènes que la presse écrite : *« Après, il y a la presse écrite une fois par jour, le papier, et il y a la presse écrite sur le web. Et tous les médias, radio, télé, ont aussi un site web. Je crois que les sites web sont plus anxiogènes quand même puisque c'est un flot plus continu. le papier est peut-être moins anxiogène parce qu'il sort qu'une fois par jour. C'est ce flot continu qui est, plus peut-être sur ce que ça contient »*. Mais outre cette réflexion, le **journaliste 5** ne sait pas si une pratique journalistique est plus anxiogène qu'une autre : *« Est-ce qu'une interview est plus anxiogène qu'une analyse avec un expert ? Est-ce que des brèves sont plus anxiogènes que des longs papiers ou des courts papiers ? Est-ce que le sport est plus anxiogène que l'international ? Je ne sais pas. Ça dépend aussi d'un individu à l'autre. Je crois qu'il y a des gens qui ont une carapace et des gens qui n'en ont pas, qui sont beaucoup plus perméables »*. Quant au **journaliste 9**, il ne voit pas non plus une pratique plus inquiétante qu'une autre : *« Je pense qu'encore une fois, si on ne prend pas le temps de recouper les infos, si on relaye peut-être des fake news, oui, là il y a un danger, il y a un vrai danger. Maintenant, voilà non. Il n'y a pas une pratique en particulier qui soit peut-être plus anxiogène. Il faut simplement être vigilant à la manière dont les gens vont percevoir les choses »*.

- Un paradoxe

De manière spontanée, sept des interviewés ont parlé d'un paradoxe concernant l'attrait des personnes pour les informations négatives alors qu'elles se plaignent de consommer trop d'informations anxiogènes. Le **journaliste 3** le constate : *« J'ai l'impression que plus on est, entre guillemets, obscène, plus on est anxiogène et plus le public accroche. Et pourtant, c'est le même public qui nous dit qu'on est trop obscène ou trop anxiogène »*. Le **journaliste 6** partage cet avis : *« On est pris entre deux feux. C'est-à-dire qu'on entend le public qui nous dit : « Moi, l'info c'est fini » et puis qui regarde des émissions de crimes sordides, etc. Et le paradoxe, c'est que ces émissions-là ont du succès. »*

De son côté, la **journaliste 10** fait le même constat et ne comprend pas pourquoi les gens ont tendance à ne retenir que les informations les plus trash : *« À la fois, c'est très paradoxal de se*

dire, les gens n'aiment pas les mauvaises nouvelles, mais en même temps, ce sont toujours celles qu'ils vont citer en premier lieu. Donc, je crois qu'à la fois ça effraie, mais ça attire quand même aussi le trash. Ce n'est pas pour rien qu'il y a certains médias qui en font leur spécialité, entre guillemets. Ou que certains médias traditionnels, en fonction de leur ligne éditoriale, vont quand même miser sur le trash parce qu'ils se rendent compte que les gens aiment bien. Les gens, parfois, ont un peu honte aussi de dire que le trash, le sensationnel attire ». La journaliste 10 estime que voir une partie du public qui aime et se tourne spontanément vers les informations anxiogènes et en même temps s'en plaint, pousse à se poser des questions : « Ça pousse encore plus à la réflexion, à tout bien choisir, à vérifier, à authentifier, à toujours amener de l'info. Donc, moi, j'ai plutôt envie de dire que ça peut influencer aussi positivement dans le travail qu'on fait, et sincèrement, ça influence positivement d'encore plus se poser des questions. Et qu'avant de choisir de parler d'un événement, quel qu'il soit, de bien réfléchir à pourquoi on le fait, à ce qu'il y a derrière. De toujours avoir en tête les garde-fous qu'on se donne, sa ligne éditoriale, et d'essayer de s'en échapper le moins pour ne pas justement tomber dans ce piège du sensationnalisme, parce qu'on sait que ça va plaire ».

La journaliste 8 constate également que les gens vont plus vers des informations anxiogènes et rappelle la crise du Covid-19 : « Je pense que le fait que les informations puissent paraître plus anxiogènes, c'est aussi parce qu'en tant que consommateur, on a tendance à cliquer sur des infos plus anxiogènes. Nous, on l'a vu pendant la crise sanitaire, c'est là que le journal a fait le plus d'abonnements, le plus de vues ». Le journaliste 9 suit cette idée et reprend également l'exemple des moments de crise : « C'est un paradoxe parce que je crois que les gens, et souvent, nous font le reproche d'être trop anxiogène. Et en même temps, c'est dans les moments de crise que les gens sont les plus friands d'infos et que les gens, et on le voit nous dans les audiences, sont beaucoup plus au rendez-vous de l'info, parce que les gens ont besoin d'être informés, parce que dans ces moments-là les gens veulent savoir ce qui s'est passé, ils veulent voir de l'image. Donc, en même temps, je comprends ce reproche et je comprends que les gens disent souvent : « Moi, je ne regarde plus les JT parce que c'est trop anxiogène » et en même temps on se rend compte que c'est quand il y a une anxiété, quand il y a une crise, que les gens sont devant l'info ».

Quant au journaliste 5, il rapporte que : « de temps en temps, il y a aussi des bonnes nouvelles, mais elles passent en second plan manifestement, les gens fonctionnent comme ça ». Pour le journaliste 1, que les informations soient bonnes ou mauvaises, les personnes critiquent en permanence : « Souvent, on nous reproche d'être anxiogènes, d'avoir des mauvaises nouvelles,

de toujours raconter des choses tristes. Mais j'ai l'impression, la conviction en tout cas, que ceux qui nous reprochent ça sont les mêmes qui nous reprochent justement quand on fait une ouverture de journal un peu plus légère. Donc, en fait, j'ai l'impression que quoi qu'on fasse, on est un peu critiqué en permanence ».

- Le journalisme constructif / de solutions

De manière spontanée, cinq des interviewés ont parlé du journalisme de solutions/constructif, car de plus en plus de médias y ont recours pour tenter de ralentir l'anxiété médiatique et amener un regard différent sur des sujets difficiles. C'est le cas pour le média du **journaliste 3** : *« On travaille très fortement sur tout ce qui est journalisme constructif. C'est un journalisme qui amène des solutions. Quand on amène une problématique quelconque, on se dit : « Tiens, mais alors, d'accord on expose la problématique anxio-gène, mais derrière, comment on fait pour sortir de cette problématique ? Quelle est la solution ? Quels sont les perspectives ? Qu'est-ce qu'on peut faire avec ce sujet ? Etc. ». Ça, on travaille beaucoup là-dessus actuellement parce qu'on pense que c'est une des solutions pour sortir de l'anxiété médiatique ».* Le média du **journaliste 6** essaie également d'évoluer de plus en plus dans le journalisme constructif : *« Il y a un débat depuis plusieurs années et des journalistes chez nous sont formés à ça pour avoir un journalisme plus constructif, en tout cas, générateur de solutions où on comprend qu'il y a un enjeu, qu'il y a un souci mais on comprend aussi en tant que spectateur qu'on nous a expliqué quelque chose de sympa qui pouvait en découler ou une solution qui pouvait advenir ».* Mais il soumet une complication en ce qui concerne ce type de journalisme : *« Ce qui se passe, c'est que le journalisme constructif, de solutions, ça prend un peu de temps à produire. C'est plus compliqué de produire un reportage constructif ou un reportage de solutions que de produire un reportage factuel sur une info qui est plus négative ».*

Selon le **journaliste 9**, les médias pourraient essayer de montrer le côté positif des choses et des pistes de solutions plutôt que de se limiter à rapporter des faits inquiétants : *« Prenons l'exemple de la guerre, c'est dire : « Voilà, il y a la guerre, ça risque de dégénérer. Justement, qu'est-ce qui pourrait faire que ça ne dégénère pas ? Comment on pourrait négocier ? Et qu'est-ce qui pourrait être négocié ? ». Ça, c'est un apport qu'on peut faire pour essayer de, non pas de dédramatiser et de rendre les choses moins anxio-gènes, mais peut-être d'amener des solutions. C'est un peu quelque part ce journalisme constructif d'essayer de voir derrière ça. Si on se limite et si on se borne à dire : « Voilà, c'est la guerre et ça va dégénérer », oui, c'est très anxio-gène. À nous d'essayer justement d'apporter, non pas des solutions, ce n'est pas*

nous qui avons la solution en main, mais, d'essayer de montrer qu'il y a d'autres pistes, qu'il y a des négociations, qu'il y a des possibilités, qu'on continue à y croire et que certains continuent à y croire ». Le **journaliste 1** partage ces avis et pense qu'il ne faut pas montrer que ce qui va mal dans le monde : « *Les gens qui s'intéressent à l'information, il faut qu'ils soient prêts à apprendre des nouvelles qui parfois sont dramatiques. Et il y a des nouvelles dramatiques dans le monde tous les jours. Je pense que c'est notre rôle d'en parler, mais il ne faut pas parler que de ça. Il faut aussi parler de ce qui va bien. C'est pour ça qu'il y a le journalisme constructif. On essaye de mettre en avant aussi des gens, des lieux, des reportages belges positifs* ». Mais il constate aussi que la mise en avant de rencontres positives et de beaux lieux et faire du journalisme constructif attire aussi des critiques : « *Donc voilà, quoi qu'il arrive, on se fera toujours critiquer* ».

D'après la **journaliste 7**, le journalisme de solutions, qu'elle préfère au terme de journalisme positif, « *c'est aussi d'être au service des angoisses des gens, de ne pas être seulement ceux qui « jettent » de l'info, mais ceux qui répondent aux interpellations et aux angoisses. Cela permet aux gens aussi d'avoir plus de prise sur leur vie et le monde qui les entoure en ouvrant des pistes ou des capacités d'action, et donc donnant à réfléchir aussi, en donnant la possibilité de poser des questions. Dans une offre journalistique, c'est aussi important d'offrir des espaces où le public peut recharger ses batteries, où il peut se dire que tout n'est pas désespéré, où il peut aussi trouver des chemins vers de la sérénité, de la joie, du bonheur, de la plénitude, de l'admiration. Et je pense que l'art et la culture donnent à partager et sont vraiment extrêmement importants* ». Pour elle, les médias sont aussi des vecteurs très importants pour amener de la sérénité au public.

E. Mise en perspective

Les discours tenus par les différents interviewés ne font pas forcément force de vérité, chaque témoignage étant directement influencé par le parcours et la situation personnelle de chacun. Toutefois, des tendances générales se dégagent de ces différents témoignages, ce qui nous permet de confronter certaines représentations dominantes à la littérature existante sur le sujet. Certains éléments sont directement liés aux hypothèses formulées, tandis que d'autres sont apparus au cours des entretiens, parfois de manière spontanée ou en réponse à d'autres questions.

Tout d'abord, la partie théorique sur les nouvelles technologies met en évidence les changements profonds qu'elles ont apportés dans notre manière d'accéder à l'information, avec des répercussions notables sur notre santé mentale et notre bien-être psychologique.¹⁴³ Les phénomènes de doomscrolling, d'infobésité et de fatigue informationnelle sont devenus des préoccupations majeures dans le contexte médiatique actuel. Les statistiques montrent une augmentation significative de la consommation de contenu via les smartphones et les réseaux sociaux, facilitant l'accès continu à un flux d'informations souvent alarmistes.¹⁴⁴ La pandémie de Covid-19 a intensifié cette surconsommation, saturant les médias traditionnels et numériques de nouvelles essentiellement négatives, amplifiant l'angoisse collective.¹⁴⁵

L'analyse des entretiens révèle que les interviewés sont unanimes quant à l'effet des smartphones et des nouvelles technologies sur l'anxiété médiatique. L'accès constant et instantané à un flux ininterrompu d'informations a exacerbé les niveaux d'anxiété chez de nombreuses personnes. Autrefois, la télévision et la radio étaient les principales sources d'information, avec des JT et des JP diffusés à des heures spécifiques. Aujourd'hui, les smartphones nous permettent d'être connectés en permanence, avec des notifications incessantes et des actualités en continu. Cette surabondance d'informations non filtrées peut être accablante, entraînant une surcharge cognitive et une anxiété croissante. La manière dont les gens consomment les informations est également préoccupante. Le mode de consommation fragmenté et souvent impulsif, caractérisé par le « scrolling » rapide et la recherche constante

¹⁴³ Dupont, M., (2022, 25 août), *Le « doomscrolling », ou l'ascenseur émotionnel sans fins des réseaux sociaux*. Le Monde.fr. <https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/20/le-doomscrolling-ou-l-ascenseur-emotionnel-sans-fin-des-reseaux-sociaux>

¹⁴⁴ Gault, G., & Medioni, D., (2022, 3 novembre), *Les Français et la fatigue informationnelle. Mutations et tensions dans notre rapport à l'information – Fondation Jean-Jaurès*, Jean-Jaurès.org. <https://www.jean-jaurès.org/publication/les-francais-et-la-fatigue-informationnelle>

¹⁴⁵ Ionos, (2021, 14 octobre), *Doomscrolling : que se cache-t-il derrière ce phénomène ?*, IONOS Digital Guide, ionos.fr. <https://www.ionos.fr/digitalguide/doomscrolling>

de nouvelles stimulations, contribue à renforcer le sentiment d'anxiété. Les réseaux sociaux, en particulier, peuvent être des sources d'informations non vérifiées et sensationnalistes, amplifiant ainsi les craintes et les inquiétudes. Néanmoins, les nouvelles technologies ne sont pas perçues uniquement de manière négative. Elles offrent également un accès rapide à des informations en temps réel et peuvent servir de plateformes de soutien et de partage en période de crise. Cependant, le défi réside dans la capacité à distinguer les sources d'information fiables des contenus trompeurs et à modérer sa consommation pour préserver sa santé mentale. Ainsi, si les nouvelles technologies ont ouvert de nouvelles possibilités en matière d'accès à l'information, elles ont également introduit de nouveaux défis en matière de santé mentale et de bien-être. Il semble essentiel d'adopter une approche consciente et critique de la consommation médiatique, en privilégiant les sources fiables et en limitant l'exposition aux contenus anxiogènes.

Ensuite, concernant l'hypothèse sur les fake news, la partie théorique explique que les fake news et l'infodémie représentent des défis majeurs pour les sociétés contemporaines, affectant tous les secteurs de la vie publique. L'éducation aux médias et à l'information semble essentielle pour contrer ces phénomènes, en renforçant la capacité des individus à évaluer et à critiquer les informations qu'ils consomment.¹⁴⁶

L'analyse des interviewés met en lumière le rôle significatif des fake news dans l'augmentation de l'anxiété médiatique. Ces fausses informations, souvent diffusées sur les réseaux sociaux, sont conçues pour choquer et manipuler les individus, amplifiant ainsi leurs niveaux d'anxiété. Les interviewés expriment unanimement leur préoccupation quant à la capacité limitée du public à détecter les fake news. Ces informations trompeuses peuvent être très bien documentées et apparaître crédibles, rendant leur discernement difficile pour de nombreuses personnes. En conséquence, les personnes se retrouvent souvent déstabilisées et anxieuses face à la diffusion de fausses informations. Le phénomène des deepfakes ajoute une dimension supplémentaire à cette problématique, car il crée une forme de réalité fictive présentée comme réelle, semant ainsi la confusion et l'anxiété parmi les consommateurs d'informations. Les fake news sont également perçues comme des outils de déstabilisation, utilisés par des groupes d'intérêts pour influencer les opinions publiques et induire des réactions émotionnelles. Leur effet néfaste sur la confiance du public envers les médias traditionnels est également souligné, contribuant ainsi à une perception générale de méfiance et de désinformation. En somme, les

¹⁴⁶ Monnier, A., (2020, juillet), *Covid-19 : de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news*, Recherches et Educations, journals.openedition.org. <https://journals.openedition.org/rechercheseducations>

fake news représentent un véritable défi pour la santé mentale et le bien-être des individus, alimentant l'anxiété médiatique et sapant la confiance dans les sources d'information.

En outre, concernant l'hypothèse sur la rapidité du traitement de l'information par les journalistes et la potentielle influence que cela peut avoir sur leur travail, il ressort de la partie théorique que les journalistes ont besoin de temps pour pouvoir offrir des informations de qualité, temps qu'ils n'ont pas nécessairement à l'heure où les informations doivent circuler au plus vite.¹⁴⁷

L'analyse des points de vue des interviewés révèle une divergence d'opinions concernant l'impact de la rapidité du traitement de l'information sur l'amplification de son côté anxiogène. Tandis que certains estiment que la course à l'information n'affecte pas nécessairement le niveau d'anxiété généré par les nouvelles, d'autres reconnaissent son influence significative sur leur travail et sur les émotions du public. Pour certains interviewés, la rapidité ne compromet pas la qualité de l'information diffusée. Ils soulignent plutôt l'importance de la vérification des faits et de la rigueur journalistique, mettant en avant le souci de fournir des informations précises et pertinentes, même dans un contexte de contraintes temporelles. Cependant, la majorité des interviewés reconnaissent que la pression pour être les premiers à publier une information peut compromettre la précision et la fiabilité des nouvelles diffusées. Cette course à la rapidité peut conduire à des erreurs factuelles et à une amplification involontaire du sentiment d'anxiété chez le public. Un des interviewés défend l'idée que les journalistes disposent de suffisamment de temps pour travailler efficacement et que l'anxiété médiatique n'est pas nécessairement liée à des contraintes temporelles. Dans l'ensemble, la question de la rapidité du traitement de l'information reste complexe et sujette à des interprétations variées. Bien que certains insistent sur l'importance de la rigueur journalistique indépendamment des délais, d'autres reconnaissent les défis inhérents à la pression temporelle et la nécessité de trouver un juste équilibre pour éviter les erreurs et limiter l'anxiété médiatique.

De plus, dans la partie théorique, il a été souligné l'importance d'une éducation aux médias et à l'information face à la prolifération des fake news. Dans un monde où les informations fausses exploitent les peurs et les incertitudes, il semble essentiel d'apprendre aux personnes à

¹⁴⁷ Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, unamur.be. <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

distinguer le vrai du faux. Cette éducation est importante afin d'aider le public à développer un esprit critique face à la masse d'informations qu'il consomme quotidiennement.¹⁴⁸

L'analyse des entretiens avec les divers journalistes confirme cette nécessité. De manière spontanée, cinq des interviewés ont exprimé un manque d'éducation aux médias et l'importance que cela a pour un public souvent perdu dans le flot d'informations. L'éducation aux médias apparaît comme une réponse indispensable aux défis posés par les fake news et la désinformation. Les journalistes, par leurs témoignages, soulignent l'importance d'équiper le public des outils nécessaires pour naviguer dans un paysage médiatique de plus en plus complexe. Ils reconnaissent leur rôle dans cette mission éducative. Ainsi, l'éducation aux médias se présente non seulement comme un moyen de lutter contre la désinformation, mais aussi comme un fondement essentiel pour une société mieux informée et plus résiliente face aux défis contemporains.

De surcroît, dans la partie théorique, il a été exprimé que, lors de la période de la crise du Covid-19, les consommateurs d'informations ont beaucoup reproché aux journalistes d'en faire trop et d'avoir des discours trop anxigènes. Cependant, une demande du public était bien présente.¹⁴⁹ En effet, pendant un moment, les sujets liés au Covid-19 ont été ceux qui ont le mieux fonctionné. L'offre et la demande ont été entremêlées et ont révélé une contradiction de l'opinion publique. Ainsi, les abonnements et les clics sur les articles concernant la pandémie ont grimpé en flèche.¹⁵⁰

Ce paradoxe se reflète également de manière spontanée dans les témoignages de sept professionnels du milieu, qui confirment que le public, tout en se plaignant de la nature anxigène des informations, montre un intérêt marqué pour les contenus négatifs et sensationnels. Les périodes de crise, comme celle du Covid-19, ont particulièrement illustré ce comportement, avec une augmentation significative des abonnements et des vues sur les articles liés à ces événements. Ce paradoxe montre que, malgré l'effet négatif ressenti, l'anxiété générée par les nouvelles peut susciter un besoin continu d'information. Cette contradiction pousse les médias à réfléchir davantage à leur approche éditoriale. La complexité des attentes du public, souvent contradictoires, souligne la difficulté pour les journalistes de satisfaire pleinement leurs

¹⁴⁸ Monnier, A., (2020, juillet), *Covid-19 : de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news*, Recherches et Educations, journals.openedition.org. <https://journals.openedition.org/rechercheseducations>

¹⁴⁹ Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, unamur.be. <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

¹⁵⁰ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p. R41. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>

audiences, qui critiquent tant le contenu anxiogène que les tentatives de présenter des nouvelles plus légères.

Ensuite, l'analyse des entretiens met en lumière une tendance croissante parmi les médias à adopter un journalisme constructif / de solutions pour réduire l'anxiété médiatique et offrir une perspective plus équilibrée sur des sujets souvent perçus comme négatifs. De manière spontanée, cinq des interviewés s'accordent sur l'importance de cette approche pour répondre à la demande du public tout en évitant le sensationnalisme. Ils soulignent que cette approche est de plus en plus adoptée par les médias pour contrer l'effet anxiogène des informations traditionnelles. Cependant, certains journalistes notent les potentiels défis à cette approche. Les journalistes reconnaissent également l'importance d'équilibrer les nouvelles négatives avec des informations positives. Mais malgré ses avantages, le journalisme constructif n'est pas exempt de critiques. Les journalistes constatent qu'ils sont parfois critiqués pour présenter des informations perçues comme trop optimistes ou éloignées de la dure réalité. Cette double critique reflète la complexité des attentes du public, qui cherche à la fois des informations honnêtes et des perspectives d'espoir.

La mise en perspective de l'analyse des interviews avec la théorie du journalisme constructif / de solutions montre une convergence claire vers une approche plus équilibrée et responsable de l'information. Les médias cherchent de plus en plus à adopter des pratiques qui répondent aux besoins du public pour des nouvelles constructives et rassurantes, tout en maintenant la rigueur et l'éthique journalistique. Cette évolution témoigne d'une volonté de redéfinir le rôle du journalisme dans une société où l'information est omniprésente et souvent source d'anxiété. Ainsi, le journalisme constructif peut offrir une solution pour améliorer la relation entre les médias et leur public, en proposant des récits qui non seulement informent, mais aussi inspirent et responsabilisent.^{151 152}

De plus, en ce qui concerne certaines pratiques plus anxiogènes que d'autres, les interviewés ont énoncé des codes de narration qui jouent sur la tension, des façons de filmer, des musiques un peu dramatiques, certaines mises en page, certaines mises en scène, certains tons utilisés, la chasse aux clics, le matraque de l'information, et les faits divers. Les interviewés ont ainsi apporté des éléments divers en ce qui concerne des pratiques qu'ils estiment plus anxiogènes

¹⁵¹ Constructive Institute, (2023, 19 juin), *Solutions to News Avoidance*, [constructiveinstitute.org. https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/](https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/)

¹⁵² Novel, A.-S., (2019, 10 octobre), *Le journalisme de solutions, un journalisme plus constructif*, [larevuedesmedias.ina.fr. https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-de-solutions-un-journalisme-plus-constructif](https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-de-solutions-un-journalisme-plus-constructif)

que d'autres. Un élément exprimé brièvement dans la partie théorique a été énoncé par deux journalistes en ce qui concerne le côté anxiogène qui peut ressortir des titres.¹⁵³ En effet, il peut être très tentant d'utiliser un titre anxiogène sur le web pour attirer le lecteur. Et la présence de titres anxiogènes qui n'ont rien à voir avec un article plutôt soft peut aussi être source d'anxiété. Dans la partie théorique, il a été exposé que les titres renforcent l'inquiétude des lecteurs d'informations. En effet, étant la première chose que voient les lecteurs, les titres sont souvent marquants et jugés trop anxiogènes et alarmistes.

Enfin, la gestion du stress par les journalistes et son influence potentielle sur leur travail n'a pas été abordée dans la partie théorique de ce travail. Cependant, l'analyse des entretiens révèle que le stress des journalistes peut affecter leur manière de traiter l'information. Les témoignages des professionnels du milieu illustrent différentes stratégies pour gérer ce stress tout en conservant l'objectivité et la neutralité essentielles à leur métier. Ainsi, l'analyse démontre que le stress des journalistes est un facteur omniprésent dans le traitement de l'information, mais qu'il peut être géré de différentes manières pour minimiser son impact négatif. Les professionnels mettent en place diverses stratégies pour maintenir leur objectivité et leur professionnalisme, tout en reconnaissant l'influence inévitable de leurs émotions. Le soutien collectif, l'expérience, et une réflexion constante sur l'approche éditoriale sont des éléments clés pour équilibrer la transmission des faits avec la sensibilité nécessaire pour respecter le public et éviter le sensationnalisme.

¹⁵³ Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informé en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p.R39 et R42. <https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>

IV. Conclusion

L'objectif de cette recherche visait à identifier les éléments déclencheurs et les facteurs d'anxiété médiatique en Belgique francophone, par la confrontation de trois hypothèses issues de la littérature sur le sujet et de témoignages de dix professionnels du milieu. Ces hypothèses portant sur les nouvelles technologies, les fake news et la rapidité du traitement de l'information, ont été majoritairement validées par les différents témoignages. Toutefois, certaines réponses ont apporté des nuances ou prolongé ces hypothèses, et un avis contraire a également été exprimé concernant la rapidité du traitement de l'information par les journalistes.

Pour conclure, il apparaît donc que les éléments déclencheurs et les facteurs de l'anxiété médiatique gravitent autour du développement et de la propension des technologies, ce qui crée un flot constant d'information dans lequel se perd le public, ainsi que de l'omniprésence des fake news. En ce qui concerne la rapidité du traitement de l'information par les journalistes et de l'impact que cela peut avoir sur leur travail, la recherche est mitigée, mais la majorité des interviewés reconnaissent que les journalistes manquent de temps. De plus, l'utilisation de certains genres ou pratiques journalistique, de manière intentionnelle ou non, peut déclencher de l'anxiété chez les personnes. Mais aussi, la majorité des interviewés reconnaissent également que leur stress peut avoir un impact sur leur travail, mais tentent au mieux de ne pas le laisser paraître.

Certaines pistes pour limiter ou contourner ces facteurs pourraient être envisagées. Tout d'abord, il a été évoqué l'importance d'une éducation aux médias et à l'information qui permettrait aux consommateurs d'informations d'acquérir les compétences nécessaires pour analyser, gérer et équilibrer leur consommation d'informations. En développant une pensée critique, en comprenant les techniques de manipulation et les fake news et en gérant le flux d'informations, les consommateurs pourraient réduire leur anxiété médiatique et devenir des acteurs informés et résilients face aux défis de l'information contemporaine. En outre, le journalisme de solutions / constructif offre une approche équilibrée et positive du reportage, capable de transformer la manière dont les consommateurs perçoivent et interagissent avec les nouvelles. En mettant l'accent sur les solutions aux problèmes, en montrant plus de choses positives, en mettant en avant de belles choses et des personnes inspirantes, ce type de journalisme peut également jouer un rôle dans la diminution de l'anxiété médiatique et contribuer à un environnement médiatique plus sain et plus constructif.

Cette recherche a permis de mettre en évidence certains nouveaux éléments qui mériteraient un approfondissement dans le cadre d'autres recherches, tels que la place de l'éducation aux médias dans notre société actuelle ou le développement et l'importance du journalisme de solutions / constructif sur les modes de consommation de l'information du public belge francophone.

V. Bibliographie

Abou Mansour, L., (2023, 22 octobre), *Vous déprimez à cause de l'actualité ? c'est normal, et on vous donne quelques conseils pour aller mieux*, 20minutes.fr. <https://www.20minutes.fr/sante/4058027-20231017-deprimez-cause-actualite-normal-donne-quelques-conseils-aller-mieux>

American Psychological Association, (2019), *Stress in America 2019*, apa.org. <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2019/stress-america-2019.pdf>

American Psychological Association (2023), *Stress in America 2023 : A nation recovering from collective trauma*, apa.org. <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2023/collective-trauma-recovery>

Amiel, P., (2020), *Le journalisme de solutions*, Presses universitaires de Grenoble. <https://www.cairn.info/le-journalisme-de-solutions--9782706146619.htm>

Bergeron, M., (2023, 16 avril), *Comment éviter l'anxiété de l'actualité ou l'actu-anxiété*, Salut Bonjour, salutbonjour.ca. <https://www.salutbonjour.ca/2023/04/16/comment-eviter-lanxiete-de-lactualite-ou-lactu-anxiete>

Blancheton, D., (2023, 8 mars), *Qu'est-ce que le doomscrolling, cette pratique qui affecte la santé mentale ?*, parents.fr. <https://www.parents.fr/quest-ce-que-le-doomscrolling-cette-pratique-qui-affecte-la-sante-mentale>

Cabot, C., (2021, 25 septembre), *"Excessif", "anxiogène" : les Français jugent le traitement médiatique du Covid-19 dans les médias*, france24.com. <https://www.france24.com/fr/france/20210925-excessif-anxiogène>

Cambridge Dictionary, (2024), *Avoidance*, dictionary.cambridge.org. <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais-francais/avoidance>

Cambridge Dictionary. (2024). *Doomscrolling*, <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/doomscrolling>

Cambridge Dictionary, (2024), *Fake News*, dictionary.cambridge.org. <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/fake-news>

Cambridge Dictionary, (2024), *News*, dictionary.cambridge.org.
<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais-francais/news?q=News>

Constructive Institute, (2023, 19 juin), *Solutions to News Avoidance*, constructiveinstitute.org.
<https://constructiveinstitute.org/how/contributions/solutions-to-news-avoidance/>

Derèze, G., (2009), *Méthodes empiriques de recherche en communication*. Bruxelles: De Boeck.

Dupont, M., (2022, 25 août), *Le « doomscrolling », ou l'ascenseur émotionnel sans fins des réseaux sociaux*. Le Monde.fr. <https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/20/le-doomscrolling-ou-l-ascenseur-emotionnel-sans-fin-des-reseaux-sociaux>

Eddy, K., (s. d.), *News Avoidance and Why It Matters*, News Literacy Initiative, newsliteracyinitiative.psu.edu. <https://newsliteracy.psu.edu/podcasts/episode-extras/news-avoidance-and-why-it-matters>

Edelman Brussels, (2022, 7 mars), *Edelman EU Trust Barometer 2022*, edelman.be.
<https://www.edelman.be/research/Edelman-trust-barometer-2022>

Edelman Brussels, (2021, 16 mars), *EU Trust Barometer 2021*, edelman.be.
<https://www.edelman.be/insights/eu-trust-barometer-2021>

Edelman France, (2021, 11 mars), *2021 Edelman Trust Barometer*, edelman.fr.
<https://www.edelman.fr/research/2021-edelman-trust-barometer>

Edelman France, (2023, 24 janvier), *2023 Edelman Trust Barometer*, edelman.fr.
<https://www.edelman.fr/research/2023-edelman-trust-barometer>

Elboudrari, M., (2021, 23 juin), *La crise sanitaire a accéléré les bouleversements de la consommation d'information dans le monde*, larevuedesmedias.ina.fr.
<https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-rapport-reuters-2021>

Emancipe, (2022, 30 octobre), *Fatigue informationnelle, FOMO : êtes-vous essoufflés face au trop-plein d'information ?*, Emancipe – Centre De Formation, emancipe.be.
<https://www.emancipe.be/fatigue-informationnelle-fomo-infobesite/>

Eutrope, X., (2023, 14 juin), *Rapport Reuters 2023 : toujours plus de réseaux sociaux... et moins d'info*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-stats-confiance-reseaux-sociaux-influenceurs-reuters-2023>

France 2, (2023, 28 octobre), *Actualité anxiogène : comment combattre la fatigue informationnelle ?*, Francetvinfo.fr. <https://www.francetvinfo.fr/societe/actualite-anxiogene-comment-combattre-la-fatigue-informationnelle>

Gault, G., & Medioni, D., (2022, 3 novembre), *Les Français et la fatigue informationnelle. Mutations et tensions dans notre rapport à l'information – Fondation Jean-Jaurès*, Jean-Jaurès.org. <https://www.jean-jaures.org/publication/les-francais-et-la-fatigue-informationnelle>

Gouvernement du Québec, (2023, 20 décembre), *Troubles anxieux*, quebec.ca. <https://www.quebec.ca/sante/sante-mentale/>

Harsin, J., (2018), *Un guide critique des fake news : de la comédie à la tragédie*, dans *Pouvoirs*, vol. 164, n° 1, p. 99-119. <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2018>

Heeren, A., Hanseeuw, B., Cougnon, L., & Lits, G., (2021), *Excessive Worrying as a Central Feature of Anxiety during the First COVID-19 Lockdown-Phase in Belgium : Insights from a Network Approach*. *Psychologica Belgica*, 61(1), 401. <https://psychologicabelgica.com/articles/10.5334/pb.1069>

Info Santé, (2020, 8 juillet), *Troubles anxieux – Info santé*, infosante.be. <https://www.infosante.be/guides/troubles-anxieux>

Ionos, (2021, 14 octobre), *Doomscrolling : dans le tourbillon des mauvaises nouvelles*. IONOS Digital Guide, ionos.fr. <https://www.ionos.fr/digitalguide/web-marketing/vendre-sur-internet/doomscrolling/>

Isnard Bagnis, C., (2023), Chapitre V. Anxiété, dépression et burn-out, dans *La méditation de pleine conscience*, Paris cedex 14: Presses Universitaires de France, p. 51-66. <https://www.cairn.info/la-meditation-de-pleine-conscience>

Josse, E., (2022, mars), *Face aux médias en ces temps de guerre en Ukraine*, resilience-psy.com. <https://www.resilience-psy.com/face-aux-medias-en-ces-temps-de-guerre-en-ukraine/>

Labasse, B. (éd.), Ricaud, P., (2022, été-hiver), *Informers en temps de pandémie*, dans Les cahiers du journalisme, série 2, n°8-9, p.R39 et R42.

<https://cahiersdujournalisme.org/V2N8/CaJ-2.8-Edition.pdf>

Laborie, C., (2022, 7 novembre), *Déprimés ou énervés par l'actualité, ces Français qui ont arrêté de s'informer*, LeMonde.fr. [Déprimés ou énervés par l'actualité, ces Français qui ont arrêté de s'informer \(lemonde.fr\)](https://www.lemonde.fr/actualites-monde/article/2022/11/07/depri-mes-ou-ener-ves-par-l-actualite-ces-fran-ais-qui-ont-arrete-de-s-informer_6111111_3218.html)

Larousse, *Définitions : anxiété – Dictionnaire de français Larousse*, [larousse.fr. https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/anxiété](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/anxiété)

Larousse, *Définitions : facteur – Dictionnaire de français Larousse*, [larousse.fr. https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/facteur](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/facteur)

Larousse, *Définitions : infobésité – Dictionnaire de français Larousse*, [larousse.fr. https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/infobésité](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/infobésité)

Lits, G., Cougnon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B., et Gurnet, N., (2020), *Analyse de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone*. <http://hdl.handle.net/2078.1/229750>

Lits, G., Cougnon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B., et Gurnet, N., (2020), *Le (dé)confinement, un enjeu humain et sociétal : Focus sur l'impact de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone*, dans *Louvain médical*, Vol. 139, n° 5, p. 369-374. <http://hdl.handle.net/2078.1/230673>

Mazery, R., (2023, 21 novembre), *Rester informé-e sans stresser : conseils pour faire face aux actualités anxiogènes*, Université de Neuchâtel, [unine.ch. https://www.unine.ch/blog/home/campus/news-anxiogenes.html](https://www.unine.ch/blog/home/campus/news-anxiogenes.html)

Monnier, A., (2020, juillet), *Covid-19 : de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news*, Recherches et Educations, [journals.openedition.org. https://journals.openedition.org/rechercheseducations](https://journals.openedition.org/rechercheseducations)

Novel, A.-S., (2019, 10 octobre), *Le journalisme de solutions, un journalisme plus constructif*, [larevuedesmedias.ina.fr. https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-de-solutions-un-journalisme-plus-constructif](https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-de-solutions-un-journalisme-plus-constructif)

Organisation Mondiale de la Santé, (2022, 17 juin), *L’OMS souligne qu’il est urgent de transformer la santé mentale et les soins qui lui sont consacrés*, who.int, <https://www.who.int/fr/news/item/17-06-2022>

Organisation Mondiale de la Santé, (2023, 27 septembre), *Troubles anxieux*, who.int, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/anxiety-disorders>

Organisation Mondiale de la Santé, (2022, 8 juin), *Troubles mentaux*, who.int, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>

Ouest-France & AFP, (2022, 15 juin), *Pour garder le moral, certains préfèrent éviter les infos, selon une étude*, ouest-france.fr, <https://www.ouest-france.fr/medias/pour-garder-le-moral-certains-preferent-eviter-les-infos-selon-une-etude>

Oxford Learner’s Dictionaries, *Bot noun – Definition, pictures, pronunciation and usage notes*, oxfordlearnersdictionaries.com, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/bot>

ProQuest, (2022, 12 janvier), *Doomscrolling, are we addicted to bad news ?*, proquest.com, <https://doomscrolling-are-we-addicted-to-bad-news.pdf>

ProQuest, (2022, 2 avril), *Doomscrolling : a threat to mental health ?*, proquest.com, <https://doomscrolling-a-threat-to-mental-health.pdf>

ProQuest, (2022, 2 septembre), *Doomscrolling, bad news addiction*, proquest.com, <https://doomscrolling-bad-news-addiction.pdf>

Radio Canada, (2020, 23 avril), *Comment éviter les effets de la surexposition médiatique*, radio-canada.ca, <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/surexposition-mediatique>

Reporters d’espoirs, (2021, 18 février), *Le journalisme de solutions*, reportersdespoirs.org, <https://reportersdespoirs.org/sojo/>

Reuters Institute, (2022), *Reuters Institute Digital New Report 2022*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

Reuters Institute, (2023), *Reuters Institute Digital New Report 2023*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

Reuters Institute, (2021), *The Reuters Institute Digital New Report 2021*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

RTBF, (2023, 22 septembre), *Bien-être : un tiers de la population mondiale ne s'est jamais sentie aussi mal*, RTBF.be. <https://www.rtbef.be/article/bien-etre-un-tiers-de-la-population-mondiale-ne-s-est-jamais-sentie-aussi-mal>

Sauvajol-Rialland, C., (2014), *Infobésité, gros risques et vrais remèdes*, dans *L'Expansion Management Review*, 152, p. 110-118. <https://www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review>

Sciensano, (2024, 17 avril), *Anxiété et dépression*, Belgiqueenbonnesanté.be. <https://www.belgiqueenbonnesante.be/fr/etat-de-sante/sante-mentale/anxiete-et-depression>

Slavitch, M., (2022, 15 juin), *L'évitement délibéré des informations, tendance média clé en 2022*, larevuedesmedias.ina.fr. <https://larevuedesmedias.ina.fr/tendances-consommation-medias-reuters-2022>

Strutt, A., (2023, 6 juin), *Tackling the problem of news avoidance*, [responsesource.com](https://www.responsesource.com), <https://www.responsesource.com/blog/tackling-the-problem-of-news-avoidance/>

Tondeur, C., (2021, 3 mars), *Le « doomscrolling » ou la consommation compulsive des réseaux sociaux*, RTBF.be. <https://www.rtbef.be/article/le-doomscrolling-ou-la-consommation-compulsive-des-reseaux-sociaux>

Université de Namur, (2020, 21 avril), *Médias et réseaux sociaux : comment traite-t-on l'info en temps de crise ?*, [unamur.be](https://www.unamur.be). <https://www.unamur.be/coronavirus/experts/esther-haineaux>

Résumé :

Ce mémoire tente d'identifier les éléments déclencheurs et les facteurs d'anxiété médiatique en Belgique francophone. Dans un premier temps, une présentation générale de l'anxiété est exposée, avant d'aborder en profondeur la théorie de l'anxiété médiatique. Dans cette partie, sont analysés, entre autres, des phénomènes tels que le doomscrolling, l'infobésité, la fatigue informationnelle, les fake news et la baisse de confiance envers les médias. Enfin, la partie théorique de ce travail se termine sur l'explication d'un élément de solution.

La base théorique permet de formuler trois hypothèses qui sont confrontées à l'expérience de dix professionnels du journalisme au cours d'entretiens semi-directifs. Une mise en perspective entre la littérature du sujet et la partie de la recherche est effectuée. Des pistes de solutions sont suggérées grâce aux éléments découverts au cours de cette analyse.

Mots clés :

Journalisme, anxiété médiatique, technologie, fake news, surcharge informationnelle, journalisme de solutions