

LE MAGAZINE OFFICIEL DU CENTRE D'ÉTUDES SUR LE STRESS HUMAIN

Le Centre d'études sur le stress humain a pour mission d'améliorer la santé physique et mentale des individus en leur fournissant une information scientifique de pointe sur les effets du stress sur le cerveau et le corps



Les médias et le stress

Éditorial

Marie-France Marin, Ph. D.

Sonia Lupien, Ph. D., Directrice du Centre d'études sur le stress humain

Chères lectrices, chers lecteurs,

C'est avec grand plaisir que nous vous présentons notre nouveau numéro du Mammouth Magazine qui porte sur le stress et les médias.

Mais d'où nous est donc venue cette idée? Il est difficile de passer sous silence le fait que nous vivons une période de vie très particulière. Depuis maintenant un an, nous avons dû adapter notre quotidien en changeant plusieurs habitudes. Plus question d'entrer dans un commerce sans porter un masque et se désinfecter les mains. Encore moins de pouvoir faire un party à la maison en recevant nos invités par une accolade. À la limite, plusieurs d'entre nous avons maintenant une bulle plus grande qu'auparavant, gare aux gens qui ne vivent pas sous notre toit et qui tenteraient de trop s'approcher.

Les médias ont un rôle primordial à jouer pour nous informer. Chaque jour, ils nous partagent une foule d'informations et grâce à eux, nous pouvons en apprendre plus sur le virus, sa dangerosité et les comportements qu'il est nécessaire d'adopter pour se protéger. En soi, c'est une chance que

nous avons de vivre cette pandémie à l'heure où les médias sont omniprésents. Dans le même ordre d'idées, nous sommes en quelque sorte chanceux d'avoir la technologie à notre disposition pour pouvoir communiquer avec nos proches – c'est une façon de rester connectés, du moins partiellement. Mais comme il y a toujours deux côtés à une médaille, est-ce que le fait d'être constamment exposés à des nouvelles majoritairement négatives peut aussi entraîner des effets négatifs? Et qu'en est-il des journalistes qui doivent couvrir ces événements difficiles? Est-ce que les médias utilisent leur tribune pour nous faire peur ou encore pour influencer nos croyances et nos comportements? Toutes ces questions ont motivé notre choix de consacrer un numéro du Mammouth Magazine au sujet du stress associé aux médias.

Nous avons réuni plusieurs textes qui sauront vous informer sur le sujet. D'abord, Audrey-Ann Journault et Laurence Dumont ont mis leur talent artistique à l'œuvre pour vous présenter une courte bande dessinée afin de vous rappeler la

réaction du cerveau face à une menace. En parallèle, elles vous expliquent la réaction du cerveau face à une menace perçue dans les médias (à travers votre écran, par exemple). Par la suite, Sandrine Charbonneau et Rebecca Cernik nous dressent l'historique des médias à travers le temps. Charlotte Longpré signe quant à elle un article qui porte sur l'impact des nouvelles négatives et positives sur notre humeur, notre mémoire et notre stress. Vous serez à même de constater que peu d'études ont été faites sur les bonnes nouvelles! C'est d'ailleurs l'objet de l'article suivant qui porte sur le journalisme constructif. Dans ce texte, Maryse Arcand et Alexe Bilodeau-Houle nous détaillent l'entrevue qu'elles ont effectuée auprès de monsieur Laurent Imbeault, qui est à l'origine du premier média québécois de bonnes nouvelles. Par la suite, Clémence Peyrot, Félix Duplessis-Marcotte et Laurence Dumont nous proposent un point de vue complètement différent et peu exploré, celui de la perspective des journalistes. Est-ce que ces individus qui doivent couvrir des événements

hautement émotionnels, voire parfois traumatiques, s'en sortent bien? Leur texte présente des informations scientifiques sur le sujet et également le point de vue de trois journalistes, lesquels ont été interviewés pour l'occasion. Les deux articles suivants, co-écrits par Félix Duplessis-Marcotte et Raphaël Lapointe, exposent comment les messages véhiculés par les médias peuvent contribuer au développement de nos peurs, influencer nos perceptions et même, dans certains cas, modifier nos comportements. Finalement, Justine Fortin discute du rôle des médias sociaux et de la technologie quant à notre capacité à rester connectés en ces temps de pandémie.

Nous avons eu du plaisir à éplucher ces sujets pour vous. Nous sommes convaincues que vous en apprendrez beaucoup à travers ces articles forts intéressants. Nous vous souhaitons une bonne lecture! 🐾

Mission Cerveau

Audrey-Ann Journault, étudiante au doctorat en psychologie, Centre d'études sur le stress humain, Université de Montréal

Laurence Dumont, Ph. D., stagiaire post-doctorale, Centre d'études sur le stress humain, Université de Montréal

Notre cerveau détecte les menaces à temps plein. Que cette menace soit imminente, distante, réelle, imaginée, absolue ou relative...notre cerveau la traite de la même manière! Lire une mauvaise nouvelle dans les médias met rarement notre vie en jeu, mais le cerveau ordonne quand même à notre corps de produire une réponse de stress. Si nous n'utilisons pas les hormones et l'énergie que nous donne cette réponse de stress, elles restent en circulation dans le corps et remontent même affecter notre cerveau. Cela peut mener à des effets négatifs sur la santé physique et mentale.



VS



Les médias: d'hier à aujourd'hui

Sandrine Charbonneau, étudiante à la maîtrise en psychologie, Centre d'études sur le stress humain, Université de Montréal

Rebecca Cernik, étudiante à la maîtrise en sciences biomédicales, Centre d'études sur le stress humain, Université de Montréal



Dans la société d'aujourd'hui, les médias sont omniprésents. À moins de vivre sur une île déserte éloignée de la civilisation et sans réseau Wi-Fi, nous sommes constamment bombardés d'informations. Les médias sont profondément ancrés dans notre quotidien, principalement parce qu'ils répondent à un besoin essentiel de l'humain : celui d'être informé et de comprendre le monde. C'est pour cette raison que nombreux sont ceux qui, tous les matins, allument leur téléviseur pour écouter le bulletin de nouvelles, lisent les journaux ou encore regardent leur fil d'actualité Facebook.

Le début de l'histoire des médias

Depuis plusieurs décennies, les chercheurs essaient de retracer l'histoire des différents médias. Il est difficile d'identifier une date de création précise parce que l'histoire des médias est un vaste domaine qui recoupe ceux de la communication, de la politique et du marketing. Les historiens sont néanmoins unanimes sur un élément, soit que les médias ont grandement évolué depuis leur création.

C'est l'arrivée du numérique qui semble avoir entraîné les changements les plus marquants dans l'histoire des médias. En effet, avant les années 1960, les individus s'informaient principalement grâce aux médias traditionnels tels que la presse

écrite, la radio et la télévision. La production de nouvelles nécessitait alors une longue série d'étapes et celles-ci étaient partagées au public seulement après plusieurs jours. Lorsque l'ordinateur et Internet ont été créés, le traitement de l'information s'est grandement accéléré et ce changement a complètement révolutionné les médias traditionnels et leurs processus de création. Désormais, la radio et la télévision rapportent les événements instantanément et de manière continue. Le public est informé, et ce, à la minute près! La presse écrite, quant à elle, arrive aussi à publier les nouvelles rapidement grâce aux logiciels de traitement de texte et aux banques d'images sur Internet.

Lorsque l'ordinateur et Internet ont été créés, le traitement de l'information s'est grandement accéléré et ce changement a complètement révolutionné les médias traditionnels et leurs processus de création.



L'arrivée des réseaux sociaux

Par ailleurs, puisque la technologie est un domaine en constante progression, l'univers des médias se métamorphose continuellement. Plus les ordinateurs deviennent performants et sophistiqués, plus les médias augmentent leur efficacité, l'information étant publiée plus facilement et rapidement. Ce partage d'informations à haute vitesse a exacerbé un besoin existant depuis longtemps chez l'humain, soit celui de se sentir connecté aux autres. Ainsi, dans les années 2000, les réseaux sociaux ont été créés dans le but de permettre aux individus d'être en contact avec leurs amis et d'élargir leur réseau social. Faciles d'utilisation, ces

plateformes permettent aux individus d'entretenir leurs amitiés via des interactions en ligne. Ceux-ci obtiennent une popularité instantanée et en croissance. En 2017, une enquête réalisée auprès de la population canadienne révélait que 84% de celle-ci possédait un profil Facebook et que 79% des utilisateurs visitaient la plateforme tous les jours.

Au-delà de l'information

L'arrivée des réseaux sociaux marque un réel tournant dans l'histoire des médias puisque désormais, tout le monde peut publier du contenu. Ce n'est donc plus un acte réservé aux journalistes. Les médias deviennent alors une plateforme participative sur laquelle monsieur, madame Tout-le-Monde peut ajouter, partager et commenter l'information.

De plus, puisque le succès d'un réseau social dépend du nombre d'utilisateurs sur la plateforme, les médias d'aujourd'hui sont étroitement liés aux domaines de l'économie et du marketing. À partir des données partagées par les utilisateurs (pages aimées, vidéos partagées, personnalités publiques suivies, etc.), les entreprises peuvent désormais bâtir un profil du consommateur et adapter les publicités en fonction des préférences de chacun. C'est pourquoi si vous décidez, un soir, de faire une recherche spontanée pour planifier votre voyage post-pandémie à Bora-Bora, il est certain que le lendemain vous verrez défiler dans votre fil d'actualité des annonces d'agence de voyage, de rabais pour des activités et même des promotions pour des maillots de bain! Bref, dans l'ère actuelle, les médias ne sont plus uniquement utilisés dans le but d'informer la population, mais visent également à l'influencer.

Une étude a notamment montré que consommer plusieurs types de médias en simultanément est associé à un nombre plus élevé de symptômes anxieux et dépressifs.



Bref, dans l'ère actuelle, les médias ne sont plus uniquement utilisés dans le but d'informer la population, mais visent également à l'influencer.

Rester informés, mais à quel prix?

Depuis les dernières années, des chercheurs ont réalisé des études qui attestent que les médias peuvent bel et bien influencer l'humain. En voici quelques-unes :

En 2008, des chercheurs ont découvert que la fréquence d'un sujet traité par les médias peut avoir un impact sur la perception du niveau d'importance de ce sujet. Plus précisément, ils se sont

intéressés à la relation entre l'exposition médiatique de certaines maladies (à quel point certaines maladies font la une des journaux) et la perception de la gravité de ces maladies (à quel point ces maladies sont perçues comme étant dangereuses). Les résultats montrent que les jeunes adultes avaient tendance à percevoir les maladies qui apparaissaient plus fréquemment dans les médias comme étant plus graves. À l'inverse, les maladies qui suscitaient moins d'attention médiatique étaient jugées comme étant moins sévères, alors qu'en réalité elles pouvaient être tout aussi graves. Cette étude suggère donc que l'information présentée dans les médias peut affecter nos perceptions.

Par ailleurs, en 2013, des chercheurs de l'Université de McGill ont proposé l'idée que les médias peuvent jouer un rôle sur l'opinion publique quant à la santé mentale. Ils ont donc exploré la manière dont les médias traitent cet enjeu en analysant rétrospectivement le contenu d'articles de grands journaux canadiens qui abordaient le thème de la santé mentale. Ils ont comparé les différents thèmes discutés dans les articles de journaux de 2005 à 2010. Les résultats montrent que dans 40 % des articles, les thèmes abordés étaient le danger, la violence et la criminalité. Seulement 19% des articles incluaient une discussion sur le





traitement de la maladie mentale et 18% abordaient les thèmes du rétablissement et de la réhabilitation. Autrement dit, l'information présentée dans les médias par rapport à la santé mentale semble diriger l'attention du public vers certains aspects au détriment des autres. En conséquence, les auteurs proposent de varier les sources d'informations et de consulter différentes ressources afin d'obtenir un portrait plus juste et nuancé des maladies mentales.

Finalement, en 2010, les chercheurs ont voulu explorer davantage le rôle joué par les médias dans la vie des jeunes. L'étude a révélé que les jeunes utilisaient simultanément plusieurs types de

médias, et ce pendant environ 30% de leur temps de consommation médiatique. D'autres chercheurs se sont ensuite questionnés sur les effets de ce phénomène sur le bien-être. Une étude a notamment montré que consommer plusieurs types de médias en simultané est associé à un nombre plus élevé de symptômes anxieux et dépressifs. Par conséquent, il peut être utile de porter attention au nombre de sources médiatiques consommées au quotidien.

Ce n'est pas fini, c'est n'est qu'un début

Les médias ont grandement évolué depuis les dernières décennies. Auparavant, les individus devaient se

lever le matin pour aller chercher leur journal alors qu'aujourd'hui, tout est disponible sur des appareils électroniques, l'information étant accessible en quelques clics seulement. Ce qui est le plus marquant dans l'histoire des médias est qu'elle est en constante évolution. Imaginez tout ce qu'il sera possible de faire dans 50 ans! Toutefois, il ne faut pas oublier l'envers de la médaille: les médias peuvent simultanément nous informer et nous influencer. Bref, la prochaine fois que vous consommerez des médias, rappelez-vous des deux côtés de la médaille! 🐼

RÉFÉRENCES:

Becker MW, Alzahabi R, Hopwood CJ (2013). Media multitasking is associated with symptoms of depression and social anxiety. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16(2), 132–135.

Briggs A, Burke P (2009). *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet* (3rd ed.). Polity Press.

Charon JM (2011). Les médias à l'ère numérique. *Les Cahiers du journalisme*, 22(23), 15-26.

Coutant A, Stenger T (2012). Les médias sociaux : une histoire de participation. *Le Temps des médias*, 18(1), 76-86.

Delporte C (2003). Le Temps des médias: Ouverture. *Le Temps des médias*, 1(1), 7-8.

Gruzd A, Jacobson J, Mai P, Dubois E (2018). *The State of Social Media in Canada 2017*. Version: 1.0. Ryerson University Social Media Lab.

Proulx S, Millette M, Heaton L (2012). *Médias sociaux: enjeux pour la communication*. Puq.

Rideout, VJ, Foehr UG, Roberts DF (2010). *Generation M 2: Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*. Henry J. Kaiser Family Foundation.

Van Dijck J (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Whitley R, Berry S (2013). Trends in newspaper coverage of mental illness in Canada: 2005-2010. *Canadian Journal of Psychiatry*, 58(2), 107–112.

Young ME, Norman GR, Humphreys KR (2008). Medicine in the popular press: the influence of the media on perceptions of disease. *PLoS One*, 3(10), e3552.

Le journalisme constructif: une alternative à privilégier?

Charlotte Longpré, étudiante à la maîtrise en psychologie, Centre d'études sur le stress humain, Université de Montréal

Êtes-vous du genre à lire le journal en prenant votre café chaque matin? À écouter les nouvelles au téléjournal le soir? Ou bien à regarder les actualités sur votre téléphone dans le métro en rentrant du boulot?

Les médias sous toutes leurs formes sont omniprésents dans notre société actuelle. Juste en 2018, le nombre de journaux en circulation était de 18,6 millions chaque jour! Nous sommes quotidiennement exposés à des nouvelles relatant les faits et les événements marquants. Mais avez-vous remarqué que la majorité des nouvelles sont négatives? En effet, des chercheurs américains ont analysé le contenu du New York Times entre 1945 et 2005 et ont montré que le ton utilisé dans les nouvelles était de plus en plus négatif au fil des ans. Cette tendance vers le négatif semble également perçue par la population puisque des statistiques rapportent que 77 % des Américains considèrent les nouvelles médiatiques comme étant négatives et 84 % d'entre eux les trouvent dépressives. Pour contrebalancer la présence de nouvelles négatives, un nouveau mouvement journalistique appelé le journalisme constructif a vu le jour afin de promouvoir les nouvelles positives. L'objectif derrière cette forme de



journalisme est d'introduire divers principes de la psychologie positive dans les médias afin de produire et de transmettre à la population des nouvelles plus positives et engageantes. À ce jour, les chercheurs ont plutôt étudié les effets des nouvelles négatives et ont montré qu'elles peuvent avoir des répercussions sur la population. Considérant ces impacts et l'émergence du journalisme constructif, de plus en plus de chercheurs étudient les nouvelles positives. Cet article vous résume donc les connaissances actuelles sur les

nouvelles négatives et positives de même que leurs impacts sur les émotions, le stress et la mémoire.

Concernant les émotions, une première équipe de chercheurs a montré que lorsque des participants lisaient des nouvelles négatives, leurs émotions négatives (par ex., la peur) augmentaient alors qu'on observait une diminution de leurs émotions positives (par ex., la joie). Des résultats similaires ont été trouvés lorsque les participants visionnaient les nouvelles présentées à la télévision de façon quotidienne. En effet, les chercheurs ont observé une diminution de la joie et une augmentation de l'agitation après le visionnement des nouvelles. Sur une autre note, de récentes études en journalisme constructif ont montré que les nouvelles positives entraînaient l'effet contraire sur les émotions des gens : lire des nouvelles positives augmente les émotions positives. Une recherche similaire réalisée auprès d'adolescents a montré que l'exposition à des nouvelles constructives, donc positives ou offrant une solution potentielle à l'événement rapporté, permettait de diminuer les émotions négatives des adolescents. En bref, il est donc tout à fait normal que lire une nouvelle positive vous donne le sourire!

À ce jour, les chercheurs ont plutôt étudié les effets des nouvelles négatives et ont montré qu'elles peuvent avoir des répercussions sur la population.

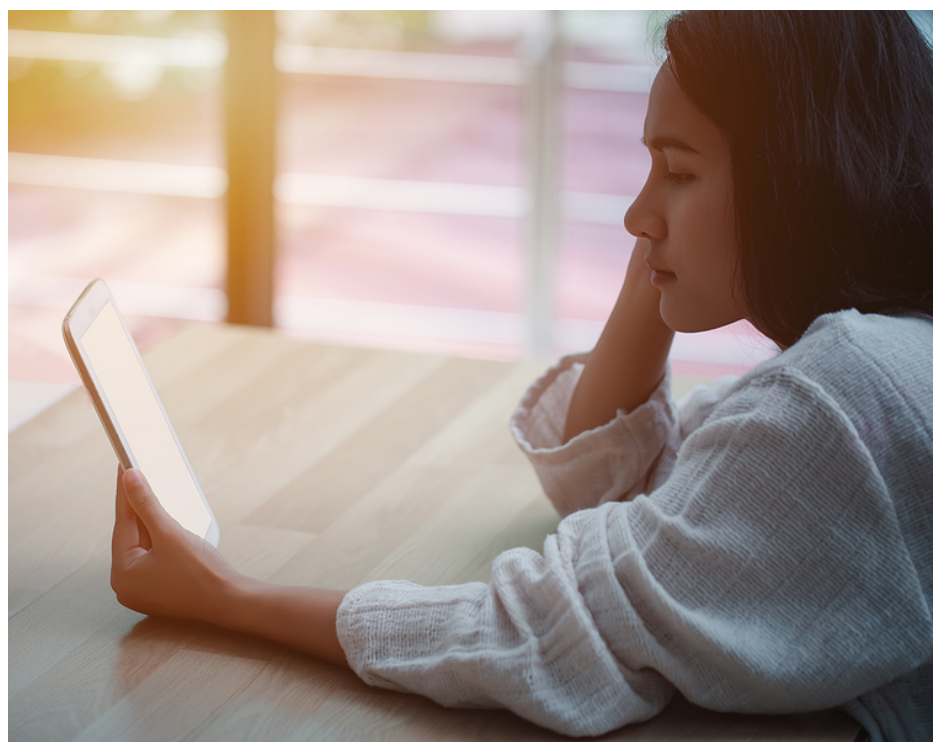




qui lisaient des nouvelles négatives étaient plus réactives à un stressor par la suite. Elles produisaient donc plus d'hormones de stress face à une situation stressante après avoir lu des nouvelles négatives. Toujours dans la même étude, un effet similaire a été observé sur la mémoire des femmes exposées aux nouvelles négatives. On a remarqué que les femmes qui avaient lu des nouvelles négatives se souvenaient d'un plus grand nombre de nouvelles comparativement aux femmes ayant lu des nouvelles neutres et aux hommes. L'étude de la mémoire en lien avec les médias et le stress est pertinente parce que les hormones de stress, lorsque produites, ont la capacité de remonter au cerveau et de se loger dans des régions impliquées dans la mémoire. Si une nouvelle médiatique est détectée comme une menace par le cerveau, il est donc fort possible qu'on s'en souviennne plus.

En ce qui a trait au lien entre nouvelles et stress, les chercheurs s'y sont intéressés alors que les médias couvraient de plus en plus d'événements partout à travers le monde. Les premières recherches se sont attardées à la couverture médiatique d'événements comme les attentats du World Trade Center ou ceux du marathon de Boston. Des études ont montré que l'exposition constante aux nouvelles concernant des événements tragiques augmente le stress perçu des gens. Également, l'exposition prolongée à ces événements via les médias peut prolonger les symptômes de stress et est associée à plus de troubles reliés au stress chronique comme le trouble de stress post-traumatique. Considérant ces résultats, des chercheurs ont voulu vérifier l'impact des médias sur les hormones de stress. Comme expliqué précédemment dans ce magazine, toute détection d'une menace par le cerveau mène à la sécrétion d'hormones de stress. Serait-il possible alors que les nouvelles négatives soient considérées comme une menace pour le cerveau? Eh bien, une étude de 2008 a testé l'hypothèse. Les chercheurs ont mesuré les niveaux d'hormones de stress avant et après la lecture de nouvelles neutres ou négatives et n'ont pas observé de différence au niveau des hormones de stress. Par contre, une étude réalisée il y a quelques années par notre équipe de recherche a montré que les femmes

Les premières recherches se sont attardées à la couverture médiatique d'événements comme les attentats du World Trade Center ou ceux du marathon de Boston. Des études ont montré que l'exposition constante aux nouvelles concernant des événements tragiques augmente le stress perçu des gens. Également, l'exposition prolongée à ces événements via les médias peut prolonger les symptômes de stress et est associée à plus de troubles reliés au stress chronique comme le trouble de stress post-traumatique.





Ainsi, ce résultat peut possiblement s'expliquer par le fait que les femmes ont détecté les nouvelles négatives comme étant menaçantes et se sont davantage rappelées de celles-ci par la suite, grâce aux hormones de stress! Sachant tout cela, vous vous demandez peut-être si les nouvelles positives peuvent contrebalancer les effets des nouvelles négatives sur le stress et la mémoire. Eh bien, nous nous sommes aussi posé la question et menons actuellement une étude sur le sujet, on en saura plus très bientôt!

À la lumière de tous ces résultats, la littérature scientifique nous informe que

les nouvelles ont effectivement divers impacts sur les émotions, le stress et la mémoire. Et bien que l'influence du journalisme constructif soit encore peu étudiée, les nouvelles positives semblent générer des émotions positives chez les lecteurs. Bien évidemment, d'autres études sur le sujet sont nécessaires afin de mieux comprendre dans quelle mesure les nouvelles affectent les gens. Le journalisme constructif semble néanmoins une alternative à privilégier, ne serait-ce que pour être exposé à plus de belles initiatives au quotidien et sentir un sourire se dessiner sur notre visage. Plus on sera intéressé à lire des nouvelles constructives et positives,

plus elles seront présentes dans les médias.

Alors vous savez maintenant que chaque fois que vous serez devant vos nouvelles, que ce soit autour d'un café le matin ou au bout de votre téléphone dans le métro, ce que vous lisez peut vous toucher. Et sachant cela, pourquoi ne pas choisir davantage des médias qui proposent des nouvelles plus constructives? Ça vous fera sourire. ☺

RÉFÉRENCES:

Holman EA, Garfin DR, Silver RC. Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(1), 93–98.

Hoog N, Verboon P (2020). Is the news making us unhappy? The influence of daily news exposure on emotional states. *British Journal of Psychology*, 111(2), 157-173.

Kleemans M, Schlindwein LF, Dohmen R (2017). Preadolescents' Emotional and Prosocial Responses to Negative TV News: Investigating the Beneficial Effects of Constructive Reporting and Peer Discussion. *Journal of Youth and Adolescence*, 46(9), 2060–2072.

Marin MF, Morin-Major JK, Schramek TE, Beaupré A, Perna A, Juster RP, Lupien SJ (2012). There Is No News Like Bad News: Women Are More Remembering and Stress Reactive after Reading Real Negative News than Men. *PLoS ONE*, 7(10), e47189.

Ragonesi AJ, Antick JR (2008). Physiological Responses to Violence Reported in the News. *Perceptual and Motor Skills*, 107(2), 383–395.

Schlenger WE, Caddell JM, Ebert L, Jordan BK, Rourke KM, Wilson D, Thalji L, Dennis JM, Fairbank JA, Kulka RA (2012). Psychological Reactions to Terrorist Attacks: Findings From the National Study of Americans' Reactions to September 11. *JAMA*, 288(5), 581-588.

Schuster MA, Stein BD, Jaycox LH, Collins RL, Marshall GN, Elliott MN, Zhou AJ, Kanouse DE, Morrison JL, Berry SH (2001). A National Survey of Stress Reactions after the September 11, 2001, Terrorist Attacks. *New England Journal of Medicine*, 345(20), 1507–1512.

Des nouvelles qui remontent le moral!

Maryse Arcand, étudiante à la maîtrise en sciences biomédicales, Université de Montréal

Alexe Bilodeau-Houle, étudiante au doctorat en psychologie, Université du Québec à Montréal



Chaque jour, nous sommes bombardés d'informations, que ce soit par Internet, les réseaux sociaux ou les médias, sans parfois même en avoir conscience. Bien souvent, les nouvelles qui nous sont partagées sont négatives, les nouvelles positives se faisant plutôt rares. Bien sûr, être autant exposés à des nouvelles négatives peut jouer sur notre moral, comme vous en avez sans doute fait l'expérience depuis le début de la pandémie. Heureusement, on a une bonne nouvelle pour vous, il n'y a pas de que des mauvaises nouvelles dans ce monde! GlobalGoodness, une plateforme interactive en ligne, s'est d'ailleurs donné pour mission de partager de bonnes nouvelles. Afin d'en apprendre davantage sur cette initiative, nous avons discuté avec Laurent Imbault, le fondateur de GlobalGoodness.

Alors qu'il visitait sa mère il y a plusieurs années, cette dernière lui a confié qu'elle ne voyait plus d'espoir dans le monde. Perturbé par les paroles de sa mère, il s'est mis à réfléchir: « À partir de ce moment-là, j'ai commencé à porter davantage attention aux nouvelles véhiculées par les médias. J'ai vite compris que sa vision du monde était teintée par la

négativité des nouvelles médiatiques. Lorsqu'on écoute les bulletins de nouvelles, on se rend compte rapidement qu'il y a beaucoup de nouvelles anxiogènes. Par conséquent, il n'y a rien qui réconforte l'être humain qu'il va survivre et que c'est un être délibérément bon. Je me suis dit "bon, qu'est-ce que je peux faire avec ça" ». Avec l'aide de sa femme, il a alors fondé GlobalGoodness, le premier média québécois de nouvelles positives.



Laurent Imbault, fondateur de GlobalGoodness

GlobalGoodness publie d'ailleurs au moins une nouvelle positive par jour sur une grande variété de sujets tels que les sciences et la technologie, les affaires, l'environnement et autres.

Depuis 12 ans, GlobalGoodness se consacre à la diffusion de nouvelles positives provenant de partout dans le monde. Croyant qu'il était plutôt difficile de trouver de bonnes nouvelles, nous lui avons demandé comment les journalistes arrivaient à le faire. M. Imbault nous raconte qu'ils sont abonnés à divers fils de presse à travers le monde. À notre grande surprise, il nous apprend que des nouvelles positives, il y en a beaucoup et partout! GlobalGoodness publie

d'ailleurs au moins une nouvelle positive par jour sur une grande variété de sujets tels que les sciences et la technologie, les affaires, l'environnement et autres. Il mentionne également que GlobalGoodness ne diffuse pas que de bonnes nouvelles, mais également des nouvelles constructives. Mais qu'est-ce qu'une nouvelle constructive? En fait, M. Imbault nous explique que ce qu'il faut retenir, c'est la manière dont les nouvelles sont traitées. Les nouvelles constructives

L'ensemble des nouvelles partagées sur la plateforme sont accessibles gratuitement. GlobalGoodness ne génère aucun revenu et est financé par M. Imbault. Ce dernier explique qu'au départ, la création de GlobalGoodness n'avait pas pour but de faire de l'argent. Pour M. Imbault, artiste et comédien de profession, GlobalGoodness est une œuvre artistique plutôt qu'un modèle d'affaires. Avec GlobalGoodness, il crée un produit, de la beauté, une harmonie: «J'avais l'impression de donner un verre d'eau à quelqu'un qui n'avait pas bu depuis longtemps». En effet, c'est

10

soulageant de réaliser qu'il y a du positif sur la planète! Pour l'appuyer dans son projet, M. Imbault a bénéficié de certains services *pro bono* et de quelques dons. Également, la recherche des nouvelles positives repose essentiellement sur des étudiants en journalisme qui réalisent un stage à GlobalGoodness. Questionné sur la visibilité de la plateforme, M. Imbault répond qu'il y a 500 à 600 visites par jour provenant de 140 pays comme le Canada, la France et le Brésil. Il explique qu'avoir une grande portée est un défi significatif puisque c'est coûteux (la publicité nécessite de l'argent!). Pour M. Imbault, GlobalGoodness sera son héritage, un média positif qui distribue de l'espoir et de l'amour. « Je continue de croire que le travail que je fais a une influence positive et change les choses. Ce n'est peut-être pas grand-chose, mais si j'ai changé ne serait-ce qu'un petit quelque chose, ce sera ça » nous confie-t-il.

Du positif dans le monde, il y en a plein! Peut-être serez-vous de ceux qui partageront les bonnes nouvelles? Gardez en tête que même en temps de pandémie, GlobalGoodness trouve au

GlobalGoodness - Instagram

Exposition traumatique chez les journalistes de terrain: réalité actuelle

Clémence Peyrot, étudiante au doctorat en sciences biomédicales, Université de Montréal

Félix Duplessis-Marcotte, étudiant au doctorat en psychologie, Université du Québec à Montréal

Laurence Dumont, stagiaire post-doctorale, Centre d'études sur le stress humain, Université de Montréal



Les tragédies marquantes de notre société comme les attaques du 11 septembre 2001, l'attentat de la grande mosquée de Québec, l'accident ferroviaire de Lac-Mégantic, mais aussi les événements comme les meurtres, les accidents de voiture et les incendies sont des événements traumatiques pour les victimes et leurs proches. Mais qu'en est-il des journalistes qui couvrent ces événements? Comment vivent-ils l'exposition à de telles situations? Ressentent-ils un stress intense ou un bouleversement émotionnel? Leur santé mentale peut-elle être affectée par l'exposition répétée à des événements traumatiques, même s'ils ne sont pas directement touchés par ces événements? Après tout, derrière chaque journaliste se cache aussi un individu comme vous et moi, un individu sensible aux événements extrêmes.

Dans cet article, nous vous présenterons ce qu'est un événement traumatique, comment cette exposition peut altérer la santé mentale et quelles recommandations sont suggérées pour prévenir l'apparition d'un trouble de santé mentale comme le trouble de

stress post-traumatique chez les journalistes. Vous retrouverez également les témoignages d'un directeur d'information et de deux journalistes québécois qui ont accepté de nous faire part de leurs expériences en journalisme au Québec.

- Monsieur Louis-Éric Allard est directeur d'information depuis 14 ans au journal La Tribune, à Sherbrooke.
- Monsieur Tommy Brochu est journaliste depuis 3 ans au journal La Tribune, à

Sherbrooke. Il est journaliste généraliste et couvre une variété de sujets, dont les faits divers, les affaires municipales et l'art.

- Monsieur Alexandre Duval est journaliste depuis environ 7 ans à Radio-Canada, à Québec. Il a couvert l'actualité quotidienne pendant plusieurs années et est maintenant responsable de dossiers d'enquête à plus long terme.



Les événements traumatiques : qu'est-ce que c'est?

L'exposition à des événements traumatiques fait partie du quotidien des journalistes de terrain. Ce sont des événements au cours desquels soi-même ou une autre personne est exposée à la mort ou à une menace de mort, ou à des blessures graves, ou des violences physiques et/ou sexuelles. Ils sont imprévisibles, menaçants pour la vie ou pour l'intégrité physique ou mentale et génèrent une sensation de perte de contrôle face à la situation. Ces événements entraînent généralement une réponse de stress intense avec une libération d'hormones de stress (comme l'adrénaline, la noradrénaline et le cortisol). Ces hormones génèrent diverses manifestations physiques telles que l'augmentation du rythme cardiaque, de la respiration et la dilatation des pupilles, dont le but ultime est de permettre une mobilisation d'énergie pour fuir ou combattre la menace. Bien que cette réponse soit tout à fait adaptative, elle peut, chez certains individus, être extrêmement intense et mener au développement d'un trouble de santé mentale appelé trouble de stress post-traumatique.

Quand l'exposition traumatique mène au développement d'un trouble de stress post-traumatique

Au Canada, 76 % des individus seront exposés à au moins un événement traumatique au cours de leur vie. Quant à



Selon les études actuelles, 86% à 100% des journalistes de terrain seront exposés à des événements traumatiques dont les plus récurrents sont les incendies, les accidents de voiture, les meurtres et les catastrophes naturelles.

la proportion de la population canadienne qui va développer un trouble de stress post-traumatique au cours de la vie, celle-ci est estimée à 9,2 %. Le diagnostic de trouble de stress post-traumatique se fait par un professionnel de la santé qualifié, suite à l'identification de plusieurs critères spécifiques qui sont définis dans le manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux.

Le premier critère indique qu'un trouble de stress post-traumatique peut se développer à la suite d'une exposition

directe ou indirecte en tant que témoin à un événement traumatique. Certaines personnes peuvent également développer un trouble de stress post-traumatique dans le cadre de leur profession, où ils sont exposés de façon répétée et prolongée à des détails choquants d'événement traumatique. Ce qui est notamment le cas chez les journalistes terrain.

Les autres critères correspondent à des catégories de symptômes spécifiques qui doivent persister pendant plus d'un mois après l'événement. Ces symptômes sont regroupés selon quatre catégories principales : symptômes de réviviscence (par ex., cauchemars, souvenirs envahissants), symptômes d'évitement (on évite ce qui nous rappelle l'événement), altérations de l'humeur et des cognitions (par ex., culpabilité, détachement) et symptômes d'hyperréactivité (par ex., sursaut exagéré, difficultés de concentration). Bien sûr, à la suite d'un événement traumatique, il est tout à fait normal de se remémorer l'événement, de ressentir des difficultés de sommeil ou de sentir plus agité et irritable. Ces effets durent généralement plusieurs semaines, mais s'atténueront avec le temps. D'ailleurs, la plupart des individus qui sont exposés



à un événement traumatique ne développeront pas un trouble de stress post-traumatique. Mais chez la proportion de gens qui développeront un TSPT, les symptômes qui apparaissent dans les jours qui suivent l'événement traumatique ne s'atténuent pas, et la vie quotidienne se retrouve profondément bouleversée. Le trouble de stress post-traumatique est aussi fréquemment associé à d'autres troubles de santé mentale comme la dépression ou l'anxiété. Mais qu'en est-il des journalistes de terrain qui enquêtent sur des événements tragiques au quotidien?

Les événements traumatiques chez les journalistes et plus particulièrement chez les journalistes de terrain

Selon les études actuelles, 86% à 100% des journalistes de terrain seront exposés à des événements traumatiques dont les plus récurrents sont les incendies, les accidents de voiture, les meurtres et les catastrophes naturelles. Les événements perçus comme étant les plus stressants par les journalistes seraient ceux associés au décès ou aux blessures d'un enfant, les accidents de voiture et les meurtres.



La plupart des travaux scientifiques démontrent que les principaux symptômes ressentis par les journalistes ayant été exposés à un événement traumatique sont les souvenirs répétitifs, involontaires et envahissants.

La recherche sur l'impact de l'exposition à ces situations traumatisantes sur la santé mentale des journalistes de terrain est plutôt récente puisqu'elle a débuté dans les années 2000. La plupart des travaux scientifiques démontrent que les principaux symptômes ressentis par les journalistes ayant été exposés à un événement traumatique sont les souvenirs répétitifs, involontaires et

envahissants (catégorie de symptômes de réviviscence dont il est question ci-haut). Il n'y a cependant aucune donnée précise sur le nombre de journalistes exposés à un événement traumatique et ayant développé un trouble de stress post-traumatique au Québec.

Les trois journalistes que nous avons interviewés ont vécu des événements traumatiques, mais n'ont pas eu l'impression d'être affectés sur le coup. C'est en y repensant qu'ils réalisent la gravité de l'événement.

Monsieur Brochu, journaliste à La Tribune, témoigne qu'il a couvert des événements tragiques qui pourraient être traumatisants. Il est par exemple intervenu lors d'un drame familial à Windsor. Il rapporte avoir interviewé les amis de la victime qui étaient dans la peine. Il affirme que « chaque personne craque durant l'entrevue. Comme journaliste, c'est impossible de rester insensible à cela ». À la suite de cet événement, il s'est posé des questions sur sa méthode d'intervention, mais aussi sur son amour du métier. En effet, en écrivant sur un tel sujet, M. Brochu sait que son article sera lu et se demande alors: « Est-ce que j'ai servi l'intérêt public aujourd'hui? Est-ce que mon article rendait hommage à la



victime ou ça sonnait plus comme du sensationnalisme? ». Il décrit que le plus difficile à gérer, c'est ce qui vient avec l'événement tragique. Par exemple, il raconte qu'à force d'entendre des commentaires sur la victime, il en vient à avoir l'impression de l'avoir connue. Il dit ne pas l'avoir vécu comme traumatisant, bien qu'il y repense à l'occasion.

Quant à Monsieur Duval, journaliste à Radio-Canada, il était parmi les premiers journalistes à intervenir lors de l'attentat à la grande mosquée de Québec en 2017. Il explique qu'il y avait beaucoup d'incertitude sur le niveau de risque dans lequel il était et sur ce qu'il se passait réellement, mais une chose était claire, c'était un événement grave et tragique. Il était tellement concentré sur son rôle de journaliste et sous l'effet du stress et des hauts niveaux d'adrénaline que le drame humain qui se vivait ne l'a pas affecté sur le coup. « Dans les premières 24 à 36 premières heures, j'avais une tâche à accomplir pour le public. Quand l'adrénaline est tombée, 48 heures plus tard et que j'ai regardé le bulletin de nouvelles chez nous, c'est là que je me suis effondré et que j'ai vraiment vécu la charge émotionnelle de l'événement ». Certains de ses collègues, ayant vécu des événements comparables, rapportent aussi avoir ressenti les mêmes sensations parce qu'il n'y a pas de place pour sa propre émotion dans le moment. Bien qu'il y ait beaucoup



d'émotions dans la situation elle-même, la capacité de se détacher permet d'être moins sensationnaliste selon M. Duval, le détachement permet de montrer l'émotion sans l'exacerber.

Quant à Monsieur Allard, directeur d'information de La Tribune, il se souvient de la couverture journalistique par ses équipes du déraillement du train qui a causé la mort de 47 personnes au Lac-Mégantic en 2013. Le journaliste dédié à cet événement a décidé de s'installer sur place pour un temps, car il devait y être au quotidien. « Les gens avaient besoin de se confier », nous dit-il. Il rapporte aussi que « les journalistes sur place voulaient les soulager, leur rendre hommage, leur permettre d'avoir

un exutoire. Mais cet événement, tout comme le 11 septembre, a chamboulé pas juste les médias, mais toute une société, et a amené des réflexions qu'on n'avait peut-être pas ». À la suite de cet événement, de nombreuses discussions ont émergé sur la santé mentale des journalistes, notamment sur l'exposition aux événements traumatiques et la prise en charge.

Sur quels facteurs agir pour aider les journalistes de terrain à faire face aux événements traumatiques?

Pour atténuer l'impact de l'exposition à un événement traumatique et prévenir le développement d'un trouble de stress post-traumatique, il est essentiel d'agir sur des facteurs qualifiés de facteurs de protection. Tout d'abord, il est fortement conseillé de former et préparer tout individu qui sera exposé à un ou des événements traumatiques dans le cadre de sa carrière professionnelle comme les journalistes. Pour cela, ces personnes peuvent suivre des formations sur la gestion du stress, sur la façon de réagir face aux événements traumatiques et sur la santé mentale. Cela se traduit, par exemple, par l'inclusion de formations sur la couverture journalistique en terrain hostile, où les journalistes sont formés à détecter les différentes sources possibles de danger dans leur environnement et à évaluer s'ils sont à risque de se mettre en danger. Il est aussi important que les journalistes puissent bénéficier d'un suivi psychologique avant et après l'exposition à un événement traumatique. Ce suivi



permettra d'accompagner les journalistes plus à risque de développer un trouble de stress post-traumatique et d'identifier une éventuelle détresse psychologique post-traumatique.

L'expérience professionnelle contribue également à apprendre à gérer ses émotions. À cet effet, M. Duval décrit par exemple que durant les premières années, il trouvait cela difficile de ne pas pouvoir s'exprimer sur ce qu'il pensait personnellement, de devoir garder une distance pour rester objectif. Cependant, avec les années, il trouve cela soulageant. La distance journalistique lui permet de ne pas ressentir le besoin d'être sensible et réactif à tout élément de nouvelle. Quant à M. Brochu, il rapporte que « les nouveaux journalistes se font dire que les premiers meurtres sont les plus difficiles à couvrir, mais qu'avec l'expérience ils vont s'endurcir. » Il mentionne d'ailleurs que « ses collègues qui couvrent des événements difficiles se sont formé une carapace avec le temps ».

Enfin, le soutien social, que ce soit par le biais des collègues, du milieu de travail, ou de l'entourage familial, est un facteur de protection contre le développement du trouble de stress post-traumatique. À cet effet, M. Brochu mentionne que la porte du directeur et des collègues est toujours ouverte et il peut ainsi « ventiler » au besoin. Il rapporte également qu'il y a beaucoup de soutien entre journalistes, ce qui est aidant. Au Québec, les journalistes ainsi que leurs familles bénéficient d'une ligne d'écoute de la part de la Fédération



professionnelle des journalistes du Québec. Cette ligne d'écoute offre aux journalistes la possibilité d'être entendus, d'échanger et de partager des expériences, selon les besoins. Certaines entreprises ont également mis en place leur propre service d'aide aux employés et aux membres de la famille de ceux-ci, comme c'est le cas au journal La Tribune.

Conclusion

Afin de mieux comprendre l'impact de l'exposition à un événement traumatique sur les journalistes, notamment au Québec, il est nécessaire de développer davantage d'études scientifiques sur le sujet. Ainsi, il sera non seulement possible de quantifier l'ampleur de l'exposition à des événements traumatiques chez les journalistes de terrain, mais également de

mesurer l'impact potentiel sur leur santé mentale. La sensibilisation des journalistes à la santé mentale et aux différents facteurs de protection sur lesquels agir pour prévenir l'impact de l'exposition à un événement traumatique est essentielle. Des programmes d'écoute et d'aide psychologique sont d'ailleurs accessibles au Québec pour les journalistes. Ces approches d'écoute et de soutien social contribuent à préserver la santé mentale des journalistes qui jouent un rôle central dans notre société.

Nous vous rappelons que nous avons consacré un numéro complet (numéro 12) sur le sujet du trouble de stress post-traumatique. N'hésitez pas à retourner consulter le numéro du printemps 2012! 🐾



RÉFÉRENCES:

Aoki Y, Malcolm E, Yamaguchi S, Thornicroft G, Henderson C (2012). Mental illness among journalists: A systematic review. *International Journal of Social Psychiatry*, 59(4), 377-390.

Backholm K, Björkqvist K (2010). The effects of exposure to crisis on well-being of journalists: A study of crisis-related factors predicting psychological health in a sample of Finnish journalists. *Media, War & Conflict*, 3(2), 138-151.

Backholm K, Björkqvist K (2012). Journalists' emotional reactions after working with the Jokela school shooting incident. *Media, War & Conflict*, 5(2), 175-190.

Backholm K, Idås T (2015). Ethical dilemmas, work-related guilt, and posttraumatic stress reactions of news journalists covering the terror attack in Norway in 2011. *Journal of Traumatic Stress*, 28(2), 142-148.

Browne T, Evangeli M, Greenberg N (2012). Trauma-related guilt and posttraumatic stress among journalists. *Journal of Traumatic Stress*, 25(2), 207-210.

Czech T (2004). Journalists and trauma: a brief overview. *International Journal of Emergency Mental Health*, 6(3), 159-162.

de Quervain D, Schwabe L, Roozendaal B (2017). Stress, glucocorticoids and memory: implications for treating fear-related disorders. *Nature Reviews Neuroscience*, 18(1), 7-19.

Dworznik GJ (2008). *The psychology of local news: Compassion fatigue and posttraumatic stress in broadcast reporters, photographers, and live truck engineers*. Kent State University,

Feinstein A, Owen J, Blair N (2002). A hazardous profession: War, journalists, and psychopathology. *The American Journal of Psychiatry*, 159(9), 1570-1575.

Kessler RC, Sonnega A, Bromet E, Hughes M, Nelson CB (1995). Posttraumatic stress disorder in the National Comorbidity Survey. *Archives of General Psychiatry*, 52(12), 1048-1060.

Levaot Y, Sinyor M, Feinstein A (2013). Trauma and psychological distress observed in journalists: a comparison of Israeli journalists and their Western counterparts. *Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*, 50(2), 118-121.

Newman E, Simpson R, Handschuh D (2003). Trauma exposure and post-traumatic stress disorder among photojournalists. *Visual Communication Quarterly*, 10(1), 4-13.

Pyeich CM, Newman E, Daleiden E (2003). The relationship among cognitive schemas, job-related traumatic exposure, and posttraumatic stress disorder in journalists. *Journal of Traumatic Stress*, 16(4), 325-328.

Simpson RA, Boggs JG (1999). An exploratory study of traumatic stress among newspaper journalists. *Journalism & Communication Monographs*, 1(1), 1-26.

Smith RJ, Drevo S, Newman E (2018). Covering traumatic news stories: Factors associated with post-traumatic stress disorder among journalists. *Stress Health*, 34(2), 218-226.

Teegen F, Grotwinkel M (2001). Traumatic exposure and post-traumatic stress disorder of journalists. An internet-based study. *Psychotherapeut*, 46(3), 169-175.

White R, Wild J (2016). "Why" or "How": The Effect of Concrete Versus Abstract Processing on Intrusive Memories Following Analogue Trauma. *Behavior Therapy*, 47(3), 404-415.

La peur de l'inconnu

Félix Duplessis-Marcotte, étudiant au doctorat en psychologie, Université du Québec à Montréal

Raphaël Lapointe, étudiant au doctorat en psychologie, Université du Québec à Montréal

« Enseignant décapité près de Paris: un attentat terroriste islamiste caractérisé », peut-on lire en grand titre dans La Presse et dans plusieurs journaux et chaînes de nouvelles dans le monde (16 octobre 2020).

« Le tueur au sabre du Vieux-Québec aux prises avec un problème de santé mentale », relate le Journal de Québec (1^{er} novembre 2020).

« Nouveau sommet de décès en 24h dans le monde », annonce le Journal de Montréal à propos de la COVID-19 (6 janvier 2021).

Trois grands titres. Trois sujets. Une chose les relie: la peur. Cette émotion qui fait frissonner, qui donne des sueurs froides, et qui accélère la respiration. La peur est un puissant mobilisateur d'adaptation face à une situation non désirable. La peur peut aussi être acquise sans pour autant qu'une personne ait directement été confrontée à la menace qui l'initie. Par



exemple, c'est de nos parents qu'on apprend à avoir peur des inconnus. Parce qu'on se fait dire que cet inconnu pourrait nous enlever, on le craint et on s'enfuit. Ces inconnus mal intentionnés existent. Dans le cas où on les rencontre, nos parents viennent peut-être de nous sauver la vie. Or, qu'arrive-t-il lorsqu'un avertissement s'avère inexact? Une récente étude

démontre que l'apprentissage de la peur par observation ou par instruction verbale se traduit en un changement de comportement très peu flexible. C'est-à-dire qu'une fois qu'on a appris, à tort, qu'un certain stimulus est menaçant (par ex., araignée), il est difficile de corriger les comportements adaptatifs développés (par ex., crier, frapper, s'enfuir). Contrairement à ce qu'on pourrait penser

il est très facile de développer des peurs mal adaptées. Avant d'expliquer comment les médias peuvent contribuer au développement de ces peurs dans la société, laissez-moi prendre un pas de recul pour expliquer pourquoi notre cerveau valorise le traitement d'information perçue comme étant menaçante.

Biais de négativité

Pour la majorité des gens, le mécontentement associé à perdre 20\$ est plus important que la satisfaction de trouver 20\$. C'est ce qu'on appelle l'aversion à la perte: la peur de perdre surpasse le bonheur de gagner. Ce biais cognitif en est un parmi tant d'autres qui contribuent à l'asymétrie du traitement de l'information positive et négative. D'un point de vue évolutionnaire, il est adaptatif de consacrer davantage d'attention à l'information menaçante. Ignorer un stimulus positif pourrait, dans le pire des cas, priver une personne d'un plaisir, alors qu'ignorer un stimulus négatif pourrait mettre sa vie en danger. Clairement, le bien fait du bien, mais le mal fait plus mal. En d'autres mots, notre cerveau est programmé pour privilégier l'information négative, comme la peur, pour notre bien.

Les médias de masse ne sont pas inconscients de notre biais collectif envers la peur et l'information négative. De plus, puisque notre consommation de nouvelles représente une importante source de revenus, les médias de masse doivent se distinguer pour attirer notre attention. Ainsi, tous les jours, nous sommes bombardés de nouvelles et



d'images chocs à un niveau jamais vu auparavant. Pierre Péladeau a d'ailleurs réussi à créer « le plus grand quotidien français d'Amérique » en suivant la recette des trois S: Sang, Sexe, Sports. Une recette inspirée du succès de ce genre de modèle sensationnaliste aux États-Unis. Ce ne sont donc pas toutes les nouvelles qui sont considérées comme importantes à rapporter dans les médias. C'est ce qu'on a précédemment nommé le critère « man-bites-dog » pour évaluer si une nouvelle vaut la peine

d'être racontée. Autrement dit, c'est l'événement rare, apeurant et choquant qui attire le public, comme un homme qui mordrait un chien. Cependant, cette dualité entre la rentabilité de l'entreprise et le dogme médiatique de rapporter les nouvelles objectivement comporte de réelles conséquences. Elle peut, entre autres, déformer la réalité et induire des peurs sociétales mal adaptées par l'entremise de l'apprentissage social.

Les médias de masse ne sont pas inconscients de notre biais collectif envers la peur et l'information négative. De plus, puisque notre consommation de nouvelles représente une importante source de revenus, les médias de masse doivent se distinguer pour attirer notre attention. Ainsi, tous les jours, nous sommes bombardés de nouvelles et d'images chocs à un niveau jamais vu auparavant.



Médias, de quoi devons-nous avoir peur?

D'accord, notre biais de négativité nous rend particulièrement intéressés aux événements inhabituels et à ce qui fait peur dans les nouvelles rapportées par les médias. Les médias sont eux-mêmes incités et avantagés à nous offrir ce contenu en plus grande partie. Mais pourquoi devrions-nous nous en soucier? Tout le monde est gagnant, non? Non. L'association récurrente d'un stimulus (à la base) neutre avec des émotions aversives nous apprend à avoir peur de ce qui était préalablement inoffensif et inconnu. Afin de nous protéger, cet apprentissage de la peur change nos comportements et nos attitudes envers ce stimulus inconnu. Prenons pour exemple l'une de mes plus grandes fascinations: les requins.

Je n'ai jamais vu de requins de mes propres yeux. Pourtant, je fais partie des 51% de la population qui sont terrifiés par ceux-ci. Pourquoi? La sortie du film Jaws en 1975 a suscité la fascination et la peur du grand public pour une menace sanglante qui était à ce jour peu connue. À la suite du film, la couverture médiatique des incidents impliquant des requins a été décrite comme une frénésie médiatique exploitant cette nouvelle peur généralisée. On peut dire que les médias étaient plus affamés que les requins, car le risque de mourir d'une attaque de requin est d'un sur 3,748,067. En fait, il est plus risqué de mourir à vélo, en automobile, ou simplement en chutant au sol. Cependant, comme pour les autres 51 % terrifiés des requins, cette statistique réussit difficilement à me convaincre qu'il est sécuritaire de tremper mes orteils dans l'océan. Après tout, les seuls requins que j'ai vus dans ma vie étaient à la télévision et mangeaient une douzaine de pieds pour déjeuner.

Tout comme pour les requins, il y a plusieurs menaces desquelles nous ne pouvons apprendre à avoir peur par nous-mêmes. Nous devons donc emprunter la voie de l'apprentissage par observation ou par instruction. Ainsi, les médias se retrouvent avec un pouvoir bien plus grand que de simplement rapporter des nouvelles: apprendre à la population de quoi elle



doit avoir peur. Nous avons d'ailleurs pu le remarquer dans le contexte de la COVID-19, où les médias ont joué un rôle crucial en nous apprenant à avoir peur du virus sans que nous ayons besoin de le contracter. Toutefois, qu'arrive-t-il lorsque notre biais de négativité médiatique nous apprend à avoir peur de menaces inoffensives? Prenons l'exemple des problématiques de santé mentale.

Les troubles de santé mentale étant difficilement perceptibles, nous avons tendance à sous-estimer leur présence dans notre entourage. Ainsi, nombreux sont ceux qui apprennent et sont exposés à la maladie mentale à travers les médias de masse. Un groupe de chercheurs américains s'est donc intéressé à la représentation des personnes aux prises avec des problèmes de santé mentale dans les médias. Ils ont aléatoirement choisi 300 articles de divers journaux mentionnant «maladie mentale» afin de les analyser. Le thème le plus fréquemment associé

à la maladie mentale était la dangerosité, un résultat plus tard reproduit au Canada. De plus, les articles relatant des accomplissements de personnes avec un trouble de santé mentale étaient deux fois moins fréquents que ceux dont le discours était accusateur et/ou apeurant. Cependant, les études s'entendent pour dire que c'est une minorité de gens qui souffrent d'une



Il a été démontré que la peur propagée par la couverture médiatique contribue à la stigmatisation et au pessimisme que le public ressent face au rétablissement des personnes ayant un trouble de santé mentale. En outre, cette peur réduirait la volonté des citoyens à financer des programmes pour venir en aide à ces individus. Encore une fois, la peur l'emporte sur la réalité, mais cette fois-ci, aux dépens du bien-être des personnes aux prises avec des problèmes de santé mentale.

maladie mentale qui peuvent être violents. En fait, ces personnes sont même plus souvent les victimes de violence qu'elles en sont les persécutrices. Il a été démontré que la peur propagée par la couverture médiatique contribue à la stigmatisation et au pessimisme que le public ressent face au rétablissement des personnes ayant un trouble de santé mentale. En outre, cette peur réduirait la volonté des citoyens à financer des programmes pour venir en aide à ces individus. Encore une fois, la peur l'emporte sur la réalité, mais cette fois-ci, aux dépens du bien-être des personnes aux prises avec des problèmes de santé mentale.

Malheureusement, le même scénario se reproduit pour plusieurs minorités, comme les musulmans. Suite au drame du 11 septembre 2001, le FBI a noté une augmentation de 1600% des crimes haineux antimusulmans comparé à l'année 2000. Pourtant, il est estimé que moins d'un pour cent des musulmans dans le monde sont impliqués dans une quelconque affiliation militaire, qu'elle soit américaine, française, ou islamiste. Avec la médiatisation de la « guerre contre le terrorisme » et la découverte d'une nouvelle « menace », le taux de crimes haineux antimusulmans est resté cinq fois plus élevé qu'en 2000, même plusieurs années plus tard. Une autre étude a révélé que le temps passé à regarder les nouvelles concernant des enjeux avec la communauté musulmane corrélait avec la tenue de propos stigmatisants envers cette minorité. La



solution: l'extinction de cette peur par l'exposition. En effet, des chercheurs ont trouvé qu'interagir directement avec des individus musulmans contribue au maintien d'attitudes positives envers la communauté musulmane. Notons que cette solution n'est pas réservée qu'à briser le mouvement antimusulman. Elle s'applique également à toutes les situations où les médias nous exposent à l'inconnu, comme c'est le cas pour plusieurs minorités ou cultures que nous côtoyons moins régulièrement.

Est-ce que cette tendance involontaire des médias à exploiter et à confirmer les peurs du public en fait d'eux des individus assoiffés de sang? Bien sûr que non. Pas plus que le public ne

peut être jugé ainsi en exigeant involontairement ce genre de contenu. Cependant, notre biais envers l'information négative et la peur dans les médias entraîne involontairement des discordes sociétales qui contribuent à la stigmatisation de plusieurs minorités. La peur étant une émotion qui mobilise le changement d'attitudes et de comportements, elle doit être utilisée judicieusement. Ainsi, on se doit de poser la question suivante: est-ce qu'il est possible pour les médias de se servir volontairement de la peur pour inciter l'adoption de comportements désirables dans la société? Mon collègue, Raphaël Lapointe, répondra à cette question dans l'article suivant sur les appels à la peur. 🗝️

RÉFÉRENCES:

Baumeister RF, Bratslavsky E, Finkenauer C, Vohs KD (2001). Bad is Stronger than Good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370.

Disha I, Cavendish JC, King RD (2011). Historical events and spaces of hate: hate crimes against Arabs and Muslims in Post-9/11 America. *Social Problems*, 58(1), 21–46.

Elbogen EB, Johnson SC (2009). The intricate link between violence and mental disorder: Results from the National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions. *Archives of General Psychiatry*, 66(2), 152–161.

Francis B (2012). Before and after “Jaws”: changing representations of shark attacks. *The Great Circle*, 34(2), 44–64.

Kahneman D, Tversky A (1979). Prospect Theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.

Lawrence R, Mueller D (2003). School Shootings and the Man-Bites-Dog Criterion of Newsworthiness. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 1(4), 330–345.

Lindström B, Golkar A, Jangard S, Tobler PN, Olsson A (2019). Social threat learning transfers to decision making in humans. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(10), 4732–4737.

Ogan C, Willnat L, Pennington R, Bashir M (2014). The rise of anti-Muslim prejudice: Media and Islamophobia in Europe and the United States. *International Communication Gazette*, 76(1), 27–46.

Wahl OF (2003). News Media Portrayal of Mental Illness: Implications for Public Policy. *American Behavioral Scientist*, 46(12), 1594–1600.

L'appel à la peur: une stratégie efficace pour promouvoir les comportements à adopter?

Raphaël Lapointe, étudiant au doctorat en psychologie, Université du Québec à Montréal

Félix Duplessis-Marcotte, étudiant au doctorat en psychologie, Université du Québec à Montréal



Nous avons pu voir que la présence de certaines informations dans les médias peut, de façon involontaire, nous amener à développer certaines peurs et ainsi affecter nos croyances et comportements. Sachez toutefois qu'il est possible, et même courant, d'utiliser volontairement la peur pour façonner les comportements des individus à l'aide d'une stratégie qu'on nomme l'appel à la peur (*fear appeals*). Les appels à la peur sont des messages persuasifs conçus pour effrayer les gens en décrivant les conséquences négatives qui pourraient se produire s'ils ne suivent pas les recommandations. Comme vous pouvez vous en douter, le but est d'inciter les gens à délaisser un comportement à risque afin d'en adopter un meilleur : « ne conduisez pas en état d'ébriété, vous mettez votre vie et celle des autres en danger, vaut mieux prévoir un conducteur désigné ou prendre le taxi ». Cette stratégie est fréquemment utilisée dans les messages de santé publique, dans les campagnes de sensibilisation et dans les publicités.

Est-ce qu'on utilise les appels à la peur au Québec? Oui, tout à fait! Principalement présents dans les médias, on peut les

voir et/ou les entendre à la télévision, à la radio, sur des affiches, etc. On peut penser aux différentes campagnes de sensibilisation de la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ), où on peut voir, entre autres, une fillette être happée de plein fouet par un automobiliste qui roulait à une vitesse excessive. Aussi, rappelons-nous de la publicité choc de la CSST (aujourd'hui CNESST), où un travailleur se coince la manche dans un convoyeur et finit avec le bras écrasé jusqu'à l'épaule. Il s'agit là de deux exemples parmi tant d'autres. L'idée ici, c'est qu'on n'a pas besoin d'avoir percuté une fillette avec sa voiture pour comprendre qu'on doit adopter de bons comportements de conduite automobile. On n'a pas besoin de se faire écraser le bras dans un convoyeur pour comprendre qu'il y a certains comportements de sécurité à adopter au travail. Utiliser la peur dans une publicité, c'est assez fort pour faire changer les comportements des gens,

du moins, c'est le principe qui est derrière ce type de message.

Utiliser la peur dans des médias pour changer les comportements à risque des individus, est-ce une stratégie efficace? Intuitivement, on serait porté à croire que oui, mais en réalité, c'est un peu plus complexe que ça. Voyez-vous, les appels à la peur influencent le comportement d'une personne à travers l'interaction de quatre éléments, les deux premiers étant associés à la menace véhiculée par le message et les deux derniers étant associés à l'adoption du comportement recommandé. Pour bien les comprendre, plaçons-nous dans la peau d'un individu exposé à un message utilisant l'appel à la peur. Le premier élément est la **sévérité** perçue d'une menace: quelles sont les conséquences négatives graves que pourrait entraîner mon comportement à risque actuel? Le deuxième élément est la **susceptibilité** perçue d'une menace:

Les appels à la peur sont des messages persuasifs conçus pour effrayer les gens en décrivant les conséquences négatives qui pourraient se produire s'ils ne suivent pas les recommandations.

à quel point est-ce possible que je souffre des conséquences négatives graves associées à mon mauvais comportement à risque? Le troisième élément est **l'efficacité de la réponse**: est-ce qu'il y a un nouveau comportement que je peux adopter pour prévenir les conséquences négatives véhiculées dans le message? Le quatrième et dernier élément est **l'auto-efficacité**: est-ce que je pense être capable de faire ce nouveau comportement?

Revenons maintenant à la question croustillante : est-ce que ces appels à la peur produisent bien l'effet escompté? Dans la communauté scientifique, le consensus est qu'ils sont plus efficaces chez les gens qui ont un fort sentiment d'auto-efficacité lié au comportement à adopter: ils changeront leurs comportements dans la direction désirée s'ils croient en être capables. Par contre, lorsque les appels à la peur sont utilisés auprès d'une population ayant un faible sentiment d'auto-efficacité, les impacts de ces messages sur les comportements visés sont controversés: certains experts affirment qu'ils ont de légers effets positifs, alors que d'autres soutiennent qu'ils ne sont pas utiles. Certains rapportent même un effet inverse à l'objectif désiré: les appels à la peur faits chez les individus ayant un faible sentiment d'auto-efficacité pourraient augmenter le comportement à risque ciblé par ces messages. Mais pourquoi les appels à



la peur peuvent-ils être inadéquats, voire même contreproductifs, chez les gens ayant un faible sentiment d'auto-efficacité? C'est parce qu'il est possible que ces individus réagissent de manière défensive au message utilisant la peur.

Imaginons un cas fictif. Jean-Paul est fumeur depuis bientôt 30 ans. Un jour, en sortant de son wagon de métro, il remarque une nouvelle affiche. Sur celle-ci, on peut y voir le visage défiguré d'une personne. Il constate qu'il y est écrit « cancers de la gorge et de la bouche: le tabac laisse des marques ». Reprenons les quatre éléments associés aux appels à la peur. Jean-Paul sait que les cancers de la bouche et de la gorge sont des

conséquences négatives associées à son comportement de consommation de tabac (**sévérité**). Il sait aussi que fumer augmente son risque de développer ces types de cancer (**susceptibilité**). Il est également clair pour lui que le comportement à adopter pour réduire ces menaces serait de mettre fin à sa consommation de tabac (**efficacité de la réponse**). Par contre, Jean-Paul ne se sent pas capable d'arrêter de fumer : il a déjà essayé plusieurs fois, mais sans succès (**auto-efficacité**). Alors, ayant un faible sentiment d'auto-efficacité, il pourrait réagir défensivement à cette affiche, en ignorant, reniant et rejetant les dangers possibles associés à sa consommation de tabac. Il est même possible que Jean-Paul fume plus de cigarettes qu'à l'habitude afin de faire face au stress et à la dissonance vécue lorsqu'il est confronté au fait qu'il continue de fumer même s'il est conscient que cela n'est pas bon pour sa santé.

Les appels à la peur faits chez les individus ayant un faible sentiment d'auto-efficacité pourraient augmenter le comportement à risque ciblé par ces messages.



En somme, ce qui est important de retenir à propos des appels à la peur, c'est qu'ils fonctionnent bien seulement lorsqu'ils visent une population qui possède un fort sentiment d'auto-efficacité face au nouveau comportement à adopter. Dans le cas contraire, il est difficile d'affirmer si une telle stratégie peut être bénéfique.

Les appels à la peur et la COVID-19: la bonne solution?

La grande partie des informations concernant la situation sanitaire actuelle est transmise par les médias.

Ils ont un rôle essentiel pour nous tenir au courant de l'évolution des consignes et directives émises par les autorités de la santé publique. Par ces messages, on demande à la population d'adopter et/ou de modifier ses comportements afin de réduire la transmission de la maladie à coronavirus (COVID-19). Est-ce que les appels à la peur ont été utilisés au Québec dans le but de changer le comportement des gens face à la COVID-19? Oui, quoique très peu, et ce, à travers deux publicités qui ont circulé à la télévision et sur le web en septembre 2020. Dans la première publicité, un homme raconte avoir attrapé la COVID-19 et en avoir beaucoup souffert: ayant eu de graves problèmes respiratoires, l'homme en question a eu besoin d'avoir une trachéotomie, ce qui l'empêche maintenant d'exercer son emploi d'entrepreneur général. On peut également lire que l'homme a été hospitalisé 45 jours, dont 12 jours dans le coma. La deuxième publicité est similaire: une femme témoigne avoir frôlé la mort après avoir attrapé la COVID-19. On peut aussi voir qu'elle est restée hospitalisée pendant 15 jours, dont 10 jours dans le coma. Est-ce que l'utilisation de messages qui font uniquement appel à la peur est une stratégie recommandée dans la situation sanitaire actuelle? Plusieurs experts affirment que non. L'idée ici est que les images ou messages présents dans ce type de communication pourraient exacerber la peur et le stress que la situation actuelle engendre déjà. Alors, l'utilisation des appels à la peur en temps de pandémie pourrait créer dans la population une méfiance à l'égard des autorités de la santé publique, un



scepticisme face au contenu des messages et un refus d'adopter des comportements recommandés.

Ce qui devrait être favorisé par les autorités sanitaires, ce sont les messages qui informent et expliquent, et non ceux qui font peur. Le but est de tenir la population informée en expliquant le plus possible le rationnel derrière chaque mesure recommandée. Comme mentionné précédemment, les autorités sanitaires et gouvernementales québécoises n'ont que très peu utilisé des publicités faisant appel à la peur. Il suffit de regarder le reste des messages et communications diffusés aux Québécois pour se rendre compte qu'ils sont surtout axés sur les aspects informatifs et explicatifs: on vous demande de vous laver les mains, voici comment le faire et voici pourquoi on vous demande de le faire. On vous demande de porter un couvre-visage, voici comment en porter un adéquatement

et voici pourquoi on vous demande de le faire. Alors, il semble que le Québec a réussi, en majeure partie, à ne pas tomber dans le piège de l'utilisation des appels à la peur en ces temps déjà éprouvants.

Nous avons pu constater que les appels à la peur sont utilisés par l'intermédiaire des médias pour tenter de modifier les comportements à risque dans la population, ce qui peut s'avérer efficace sous certaines conditions. De plus, il serait mieux de ne pas se tourner vers une telle stratégie dans certains contextes, comme dans celui dans lequel on se trouve présentement. L'idée ici n'est pas de condamner l'utilisation des appels à la peur. Ce qu'on aimerait que vous reteniez, c'est qu'il faut les utiliser avec parcimonie. Avec tout ça en tête, prendre conscience de l'impact des médias dans notre quotidien, ça fait presque peur, non? 🐼

RÉFÉRENCES:

Kok G, Peters GJY, Kessels LT, Ten Hoor GA, Ruiter RA (2018). Ignoring theory and misinterpreting evidence: the false belief in fear appeals. *Health Psychology Review*, 12(2), 111-125.

Peters GJY, Ruiter RA, Kok G (2013). Threatening communication: a critical re-analysis and a revised meta-analytic test of fear appeal theory. *Health Psychology Review*, 7(sup1), S8-S31.

Peters GJY, Ruiter RA, Ten Hoor GA, Kessels LT, Kok G (2018). Towards consensus on fear appeals: a rejoinder to the commentaries on Kok, Peters, Kessels, ten Hoor, and Ruiter (2018). *Health Psychology Review*, 12(2), 151-156.

Stolow JA, Moses LM, Lederer AM, Carter R (2020). How Fear Appeal Approaches in COVID-19 Health Communication May Be Harming the Global Community. *Health Education & Behavior*: 47(4), 531-535.

Tannenbaum MB, Helper J, Zimmerman RS, Saul L, Jacobs S, Wilson K, Albarracín DA (2015). Appealing to fear: A meta-analysis of fear appeal effectiveness and theories. *Psychological Bulletin* 141(6), 1178-1204.

Witte K (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communications Monographs*, 59(4), 329-349.

Rester connectés en temps de pandémie: est-ce stressant?

Justine Fortin, étudiante à la maîtrise en psychologie, Université de Montréal



Pandémie, COVID, confinement... encore des mots qu'on entend sortir de la bouche de notre cercle familial, de nos amis, de nos collègues, même en 2021. On pensait qu'en criant « Bonne année! » à nos proches à travers nos écrans d'ordinateur, les ravages de la pandémie allaient s'envoler au même rythme que notre coupe de champagne allait se vider. On pensait que le fait de rester connectés via les médias sociaux allait nous permettre de maintenir la proximité dans nos relations sociales et de nous sentir mieux durant cette période difficile, mais est-ce bien le cas?

Impacts de la pandémie

La pandémie reliée à la COVID-19 a confiné des milliards de personnes dans leur foyer et a fait de la distanciation physique un nouveau mode de vie. Dans le cadre de cette *nouvelle normalité*, les gouvernements ont tenté de réagir face à l'exposition prolongée au stress causé par la pandémie. Entre autres, les directives internationales de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) continuent

d'inviter la population à rester virtuellement connectée les uns aux autres afin de réduire une partie de leur stress. Les gens se tournent donc vers les médias sociaux et traditionnels comme principale source de soutien en lien avec la pandémie. Pourtant, est-ce que le fait d'être connecté est vraiment bon pour nous? Il existe des preuves suggérant que l'utilisation des médias sociaux pendant la COVID-19 est effectivement associée à de meilleurs résultats en matière de santé mentale, présumément en favorisant la proximité et le soutien dans les relations. Cependant, l'utilisation des médias sociaux et traditionnels peut également être associée à des risques accrus de problèmes de santé mentale, en particulier s'ils sont utilisés pour rechercher et diffuser des informations sensationnelles. Les deux côtés de la médaille seront discutés dans le présent article.

Bons côtés de la médaille

D'une certaine manière, l'utilisation des médias sociaux pourrait promouvoir la proximité dans les relations, servant

ainsi d'outil formidable pour maintenir notre connexion aux autres malgré la distance. Il est important de comprendre que l'humain est un être social, il a donc besoin d'être en contact avec d'autres humains pour favoriser son bien-être, sa qualité de vie, mais également sa santé mentale. Dans des moments stressants et difficiles, comme la pandémie, l'être social a besoin d'encore plus de soutien et de connexions avec son entourage. Les besoins de connectivité sociale diffèrent entre chaque personne, mais prennent toujours en compte trois domaines: structurel (l'étendue de notre réseau social, le statut matrimonial), fonctionnel (la perception d'avoir accès à du soutien social, le niveau de solitude) et la qualité (la valeur positive ou négative attribuée à chaque relation sociale). On doit tous s'assurer d'être comblés dans chacun de ces trois domaines, même en temps de pandémie, sinon cela pourrait générer une source de stress nuisible à notre bon fonctionnement.

Oui, vous avez bien raison, la pandémie coupe l'aspect physique des

contacts humains tels que des câlins, des poignées de main ou tout simplement la proximité de la chaleur humaine. Pouvons-nous donc atteindre ce même réconfort, mais à distance? Les médias sociaux (ex. Facebook, Instagram) et différents programmes informatiques (ex. Zoom, Skype, Teams) nous permettent de continuer à rester en contact avec nos proches en temps de pandémie et croyez-le, cela peut réduire de beaucoup notre stress et être comparable aux relations en face à face. Par exemple, une étude montre qu'il y a un impact positif au fait de rester connecté sur les médias sociaux avec ses proches en temps de pandémie, car les gens ont adapté leurs moyens de communication pour maintenir leurs relations sociales malgré la distance. Les résultats de l'étude montrent également que rester connecté avec nos proches permet d'augmenter la satisfaction dans notre vie et nos émotions positives, qui sont deux indicateurs de notre bien-être global. On peut donc comprendre que les médias sociaux ne sont pas nécessairement une source de stress pour les gens qui les utilisent pour rester en contact avec leurs proches.



On peut donc comprendre que les médias sociaux ne sont pas nécessairement une source de stress pour les gens qui les utilisent pour rester en contact avec leurs proches. En temps de pandémie, il est donc possible de répondre à nos besoins sociaux, comme nous le faisons avant.

En temps de pandémie, il est donc possible de répondre à nos besoins sociaux, comme nous le faisons avant.



Chez certaines personnes plus sensibles au stress vécu durant la pandémie, le fait d'entendre trop souvent les expériences négatives des proches peut contribuer à augmenter le risque de développer des symptômes anxieux, dépressifs et post-traumatiques.

L'autre côté de la médaille

Cependant, l'exposition à des informations négatives liées à la COVID-19, telles que les taux de mortalité ou les expériences négatives, est associée à des niveaux accrus de symptômes de stress. Bien que l'intention de prendre des nouvelles de nos proches via les médias sociaux soit positive, indirectement, cela peut parfois exposer les gens à entendre continuellement des histoires ou péripéties négatives. Chez certaines personnes plus sensibles au stress vécu durant la pandémie, le fait d'entendre trop souvent les expériences négatives des proches peut contribuer à augmenter le risque de développer des symptômes anxieux, dépressifs et post-traumatiques. En effet, une équipe de chercheurs ont cherché à connaître l'impact de l'utilisation des médias sociaux en temps de pandémie sur la santé mentale. Les résultats de l'étude suggèrent que le stress lié aux catastrophes vécues par les proches en

temps de pandémie peut être un facteur de risque qui amplifie l'impact délétère de l'utilisation des médias sociaux sur la dépression. En outre, une exposition excessive aux dures épreuves en lien avec la COVID-19 sur les médias sociaux peut déclencher un effet négatif, qui peut à son tour contribuer à des problèmes de santé mentale.

Aussi, les niveaux de stress causés par la pandémie peuvent entraver la capacité d'un individu à apporter un soutien efficace à ses proches, ce qui a un impact sur les avantages du soutien social sur la santé mentale. Bien évidemment, il est plus difficile d'aider ses proches lorsque nous ne sommes pas dans notre plus grande forme nous-mêmes. Un dernier aspect à prendre en compte en temps de pandémie est l'importance des contacts physiques, mais cette fois-ci à long terme. Plus haut, on démontrait qu'en situation d'urgence, les êtres humains avaient des stratégies adaptatives permettant de répondre à leurs besoins sociaux à distance. Par contre, à long terme, les liens physiques limités au sein des médias sociaux pourraient entraîner, pour quelques personnes, ce que certains chercheurs appellent le *touch hunger* (le manque du toucher). Le *touch hunger* survient lorsqu'une personne a très peu ou pas de contact physique avec les autres, ce qui est associé au



Le touch hunger survient lorsqu'une personne a très peu ou pas de contact physique avec les autres, ce qui est associé au stress et à d'autres conséquences négatives sur la santé mentale. Il est donc important de comprendre que le fait d'être connecté sur les médias sociaux ou nos écrans d'ordinateur est une bonne solution à court terme, mais à long terme, ça ne remplacera jamais le contact physique que la proximité peut nous apporter, et peut avoir un impact, pour certains, sur le stress perçu.

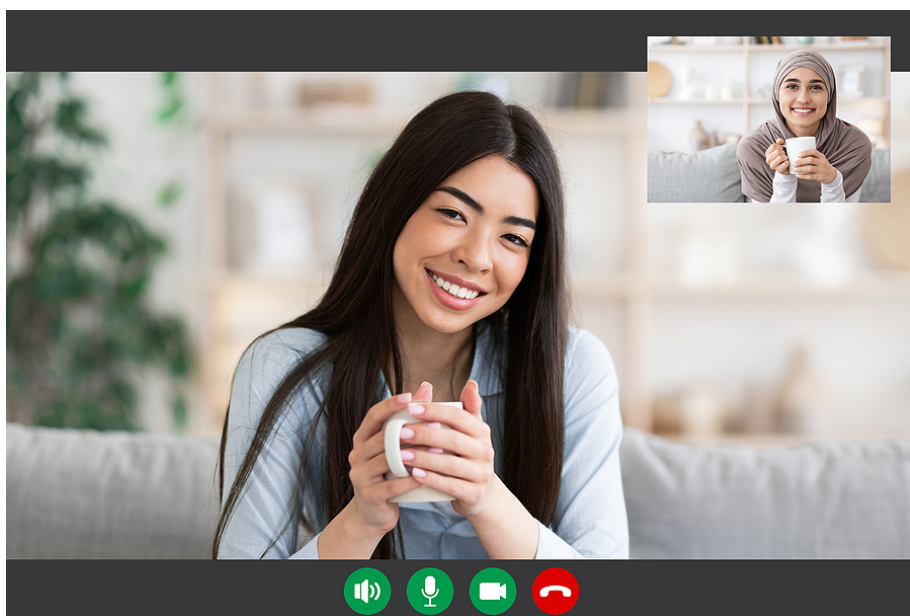
stress et à d'autres conséquences négatives sur la santé mentale. Il est donc important de comprendre que le fait d'être connecté sur les médias sociaux ou nos écrans d'ordinateur est une bonne solution à court terme, mais à long terme, ça ne remplacera jamais le contact physique que la proximité

peut nous apporter, et peut avoir un impact, pour certains, sur le stress perçu.

On peut donc voir un paradoxe en lien avec la connectivité sociale en temps de pandémie: rester connectés...mais à distance!! Rester connectés...mais pas trop!!

Solutions?

Les relations sociales influencent beaucoup notre sentiment de bien-être, mais également notre santé mentale, il est donc inconcevable de s'en départir. Par contre, rester trop connecté auprès de nos proches peut aussi nous exposer à une source de stress par l'entremise de leurs expériences négatives. Une bonne façon de jauger le niveau nécessaire de connectivité sociale est tout simplement de s'écouter. Oui, oui, cette petite voix interne, qui nous avertit qu'on commence à se sentir seul, à avoir besoin de converser, de prendre des nouvelles. Écoutez-la, c'est un bon signe!



Dans ces cas-là, il est suggéré de se connecter sur votre média social préféré avec ceux qui vous font sentir mieux et de tenter le plus possible de discuter d'aspects positifs. Prenez soin de rire, sourire et de partager, c'est vrai que ça fait du bien. Par contre, quand votre petite voix interne vous hurle que c'est assez, que vous en avez trop sur les épaules, que ça devient un peu trop négatif, que le stress refait tranquillement surface, écoutez-là! C'est d'ailleurs plus difficile de l'écouter dans ces moments-là, mais essayez tout de même de vous déconnecter des médias sociaux pour retourner vers une activité qui vous apaise.

Pour conclure, je vous laisse sur une phrase qui rétablit le paradoxe: restez connectés...mais écoutez-vous!! 🐾



RÉFÉRENCES:

Acton GJ (2002). Health-promoting self-care in family caregivers. *Western Journal of Nursing Research*, 24(1), 73-86.

Basch CH, Hillyer GC, Erwin ZM, Mohlman J, Cosgrove A, Quinones N (2020). News coverage of the covid-19 pandemic: Missed opportunities to promote health sustaining behaviors. *Infection, Disease & Health*, 25(3), 205-209.

Brown G, Greenfield PM (2021). Staying connected during stay-at-home: Communication with family and friends and its association with well-being. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(1), 147-156.

Chao M, Xue D, Liu T, Yang H, Hall BJ (2020). Media use and acute psychological outcomes during covid-19 outbreak in China. *Journal of Anxiety Disorders*, 74, 102248-102248.

Field T (2010). Touch for socioemotional and physical well-being: A review. *Developmental Review*, 30(4), 367-383.

Saladino V, Algeri D, Auriemma V (2020). The psychological and social impact of Covid-19: New perspectives of well-being. *Frontiers in Psychology*, 11, 2550.

Smith ML, Steinman LE, Casey EA (2020). Combatting social isolation among older adults in a time of physical distancing: the COVID-19 social connectivity paradox. *Frontiers in Public Health*, 8, 403.

Zhao N, Zhou G (2020). Social Media Use and Mental Health during the COVID-19 Pandemic: Moderator Role of Disaster Stressor and Mediator Role of Negative Affect. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 12(4), 1019-1038.

PROCHAIN NUMÉRO DU MAMMOUTH MAGAZINE



Prochain numéro: Quand ton stress devient mon stress... Dans le dernier article de ce numéro, on mentionne qu'il peut être difficile d'aider les autres lorsqu'on ne se sent pas bien. Depuis toujours, et particulièrement depuis le début de la pandémie, on reçoit plusieurs questions à savoir si le stress des autres peut avoir un impact sur notre propre stress. Est-ce le cas pour monsieur, madame Tout-le-Monde? Et qu'en est-il des professionnels en relation d'aide? Le prochain numéro traitera donc de ce sujet. Restez à l'affût!

MAMMOUTH MAGAZINE

Éditrices en chef

Sonia Lupien, Ph. D.
Marie-France Marin, Ph. D.

Équipe de rédaction:

Maryse Arcand, B.A.
Alexe Bilodeau-Houle, M.Sc.
Rebecca Cernik, B.Sc.
Sandrine Charbonneau, B.Sc.
Laurence Dumont, Ph. D.
Félix Duplessis-Marcotte, B.Sc.
Justine Fortin, B.Sc.
Audrey-Ann Journault, B.Sc.
Raphaël Lapointe, B.Sc.
Charlotte Longpré, B.Sc.
Clémence Peyrot, M.Sc.

Révision linguistique:

Valérie Bouchard, B.Sc.

Design graphique:

Nathalie Wan, M.A.

**Centre intégré
universitaire de santé
et de services sociaux
de l'Est-de-
l'Île-de-Montréal**

Québec 



**CENTRE
DE RECHERCHE
DE L'USMM**

CENTRE AFFILIÉ À
L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL



CIHR IRSC



Canadian Institutes of Health Research
Instituts de recherche en santé du Canada

**Fonds de recherche
Santé**

Québec 