

# La « Fast Information »

On peut aujourd'hui tout trouver sur internet. Des millions de nouvelles informations sont mises en ligne tous les jours. Quelle est l'influence que peut avoir cette « Fast Information » sur notre santé mentale ?

La diffusion et la consommation instantanées de nouvelles via les plateformes numériques et les réseaux sociaux sont appelées "informations rapides", ou "fast information". Sa rapidité et sa brièveté la caractérisent : elle est souvent limitée à un titre ou un fragment d'article, ce qui fait perdre son contexte à l'information. De plus, ces informations sont consommées rapidement, sans aucune vérification approfondie des faits, ni analyse par son public. La propagation digitale des informations peut entraîner la diffusion de fausses nouvelles et une perception superficielle des événements. Ce manque de discernement peut aller jusqu'à impacter la façon dont l'opinion des gens est formée et la qualité du débat public.

- **Trop d'informations** : La « fast information » expose notre cerveau sans relâche à des informations, des nouvelles ou rumeurs, des vidéos et des articles ; ce flux peut devenir accablant. Ce défilement incessant peut causer une fatigue mentale et une diminution de notre capacité à traiter efficacement les informations. En effet notre cerveau, trop sollicité, peine à les assimiler, à les hiérarchiser, à les questionner



et éventuellement à les remettre en cause. Dans un article de « The Expansion Management Review 2014/1 N.152 », Caroline Sauvajol Riailand indique que la surinformation ou « infobésité » est une nouvelle forme de pollution pour notre cerveau. 74 % des managers déclarent souffrir de surinformation et d'un sentiment d'urgence généralisée, ce qui impacte négativement leur efficacité au travail.

- **Partage de « fake news » ou fausses informations** : les fausses informations se propagent extrêmement rapidement en ligne. Cela peut causer de la confusion et du doute dans l'esprit des gens, et peut du coup avoir un effet négatif sur leur bien-être mental. Selon une étude menée par Ifop en 2021 sur « Le regard des

Français sur les médias et l'information » a montré que 67% doutent de la véracité des informations même quand elles proviennent d'un média reconnu.

- **L'effet de l'analogie sociale** : Un sentiment de comparaison sociale constant peut être renforcé par les médias sociaux où les informations rapides sont particulièrement présentes. En voyant les réalisations et les bonheurs des autres soulignés. Leon Festingen, un psychologue Américain, a établi la théorie de comparaison sociale. La théorie de « La Comparaison Sociale » affirme que les gens évaluent leur propre valeur en comparant leurs capacités, leurs opinions et leurs réalisations à ceux des autres. Les pairs, les modèles de référence et les normes sociales peuvent être utilisés pour faire des comparaisons. Le sentiment de soi est influencé par les résultats de ces comparaisons, qui peuvent entraîner des comportements tels que la compétition, la conformité ou l'émulation.

*Axel Bieux & Elodie Kemp*