Fondation Jean Jaurès

Société

24 HEURES EN FRANCE : L'ÉCRAN, LA TOILE DE FOND

Fabrice Février, Dominique Lévy-Saragossi

16/07/2026

Quelle place les écrans occupent-ils désormais dans nos journées ? Dans ce troisième volet de la série « 24 heures en France », Fabrice Février, associé du cabinet George(s)[1], et Dominique Lévy-Saragossi, co-présidente de George(s), s'appuient sur une enquête menée auprès de 6000 personnes pour analyser la manière dont les écrans se sont imposés comme la toile de fond de notre quotidien, absorbant progressivement médias, loisirs, travail, consommation et sociabilité. Ils montrent ainsi que, loin de constituer une activité parmi d'autres, l'écran est devenu un environnement permanent qui redessine nos usages, notre rapport au temps et, demain, peut-être jusqu'à notre manière de penser.

L'étude : 24 heures en France

Que faisons-nous vraiment de nos journées ? À quelle heure nous levons-nous, combien de temps passons-nous chez nous, seuls, avec nos proches, au travail, devant un écran ? Qu'est-ce qui fait qu'une journée est jugée « bonne » ou non ? Pour répondre à ces questions simples en apparence, il a fallu un dispositif d'ampleur. Pendant plusieurs semaines, 6000 Français ont accepté de raconter leurs journées quart d'heure par quart d'heure. Plus de 13 000 journées ont ainsi été reconstituées avec précision : du réveil au coucher, des trajets aux repas, des moments de solitude aux instants partagés.

Cette enquête a été initiée par La Poste Business Solutions et conduite par le cabinet George(s) ; le terrain a été réalisé par Ipsos-BVA. Elle ne mesure pas seulement des durées. Elle cartographie l'intime ordinaire. Elle révèle comment un pays vit, travaille, se déplace, se repose, mange, échange et évalue ses propres heures. Ce que ces milliers de journées racontent, ce n'est pas une France spectaculaire. C'est une France quotidienne, mélange de satisfaction et de fatigue, majoritairement casanière, mais loin d'être isolée, encore structurée par le travail, mais de plus en plus organisée autour du domicile. Derrière les moyennes apparaissent des tensions et des

équilibres : entre temps choisi et temps subi, entre vie privée et vie professionnelle, entre bonheur personnel et inquiétude collective.

La Fondation Jean-Jaurès propose d'entrer dans l'intimité du pays à travers une série en dix épisodes, coécrite par Dominique Lévy-Saragossi et Fabrice Février. Non pas par grandes catégories sociales, mais par lieux et moments de vie : la maison, le matin, le travail, les trajets, les repas, les écrans, les respirations, le sommeil.

« Nous sommes en concurrence avec le sommeil. Et nous gagnons. »
Reed Hastings, cofondateur de Netflix, 2017.

Le 9 janvier 2007, sur la scène du Moscone Center de San Francisco, Steve Jobs sort de sa poche un rectangle de verre noir et annonce qu'il va « réinventer le téléphone ». Personne ne mesure alors que ce n'est pas le téléphone qui va changer, mais la journée tout entière.

En moins de vingt ans, l'écran s'est imposé comme l'infrastructure de nos existences. Il nous réveille, nous informe, nous divertit, nous fait travailler, acheter, réserver, communiquer. Nous le consultons dans les transports, au bureau, à table, dans le lit. Il accompagne chaque moment de la journée au point de devenir presque invisible tellement il est une partie de nous-mêmes.

Réalisée par George(s) et Ipsos-BVA pour La Poste Business Solutions, l'étude « 24 heures en France » permet d'observer cette transformation à hauteur de journée. Quart d'heure par quart d'heure, elle raconte comment les Français occupent leur temps, où ils se trouvent, avec qui ils vivent et ce qu'ils font. Elle montre surtout l'installation progressive d'un nouvel environnement : un monde dans lequel l'écran n'est plus un média parmi d'autres, mais le cadre dans lequel s'organisent une part croissante de nos activités.

De tout ce que l'écran est en train de faire disparaître, le premier est peut-être un mot : médias. Presse, radio, télévision, cinéma : chacun avait son support, ses usages et ses rendez-vous et son économie. Sans totalement disparaître, ils ont convergé dans un même objet qui les diffuse tous, les juxtapose et finit parfois par les confondre. Si le mot subsiste dans les discours, il décrit de moins en moins la réalité. Nous avons connu l'ère des médias. Nous vivons désormais dans l'âge de l'écran.

L'écran qu'on finit par ne plus voir

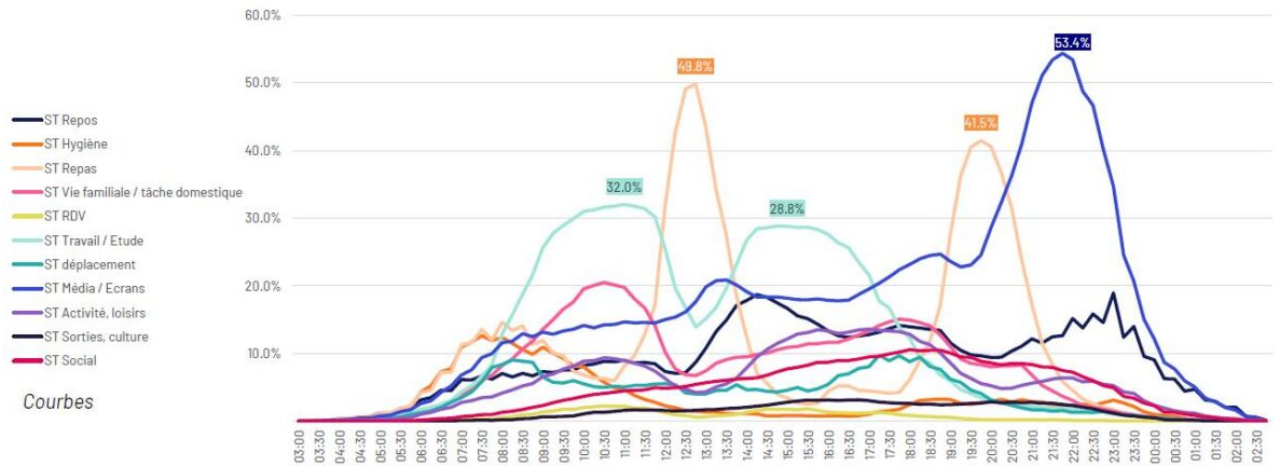
Pour comprendre une révolution, il faut parfois commencer par ce qu'elle efface. Or la première caractéristique de l'écran est peut-être d'avoir disparu de notre regard.

Bien sûr que l'étude dit l'inverse. Avec 4h05 par jour en moyenne, l'écran constitue le premier poste des journées des Français, devant le travail (2h50) et les repas (2h35). Il représente près du quart du temps éveillé. Mais ce chiffre dit combien, pas comment.

La clé se trouve dans la méthode même de 24 heures en France. L'étude couvre les activités principales et secondaires. Or, l'écran est devenu l'activité secondaire par excellence, peut-être la seule que l'on pratique massivement en faisant autre chose. On regarde une série en dînant, on consulte son téléphone en attendant le bus, on laisse tourner une vidéo en rangeant la cuisine. Ses 4h05 quotidiennes ne sont donc pas 4h05 soustraites au reste de la journée. Ce sont souvent des heures superposées. Une même heure peut appartenir à la fois au repas et à l'écran, au trajet et à la radio, au travail et à un message personnel. Elle peut même accueillir plusieurs écrans à la fois : un programme regardé sur le téléviseur et les réactions qu'il suscite sur le smartphone.

Voilà ce que recouvre l'image de la toile de fond. L'écran n'est plus un lieu où l'on se rend. Il est devenu un environnement dans lequel se déroulent les autres activités. Souvent, il accompagne plus qu'il n'occupe. Comme les repas ou le sommeil, il possède malgré tout son heure de gloire : sa courbe d'usage culmine vers 21h30, l'ancien *prime time* de la télévision linéaire, lorsque 53% des Français ont un écran sous les yeux. Chacun regarde autre chose, mais tous regardent au même moment.

Activités principales et secondaires au cours de la journée – du lundi au dimanche



Cette omniprésence est devenue si évidente qu'elle finirait par passer inaperçue. Nous parlons de télévision, de réseaux sociaux, de jeux vidéo, de séries ou de presse. Il s'agit des contenus, plus rarement de l'objet qui les rassemble.

Longtemps, les médias étaient des mondes séparés. Le journal se dépliait sur une table. La radio accompagnait les gestes quotidiens du matin. La télévision occupait le salon. Le cinéma supposait de sortir de chez soi. Chacun avait son lieu, son moment, son rituel. L'écran a progressivement absorbé ces différences. Le même smartphone permet aujourd'hui de lire la presse, écouter la radio, regarder un film, suivre une série, jouer, acheter ou discuter. Ce qui relevait autrefois d'univers distincts se retrouve désormais réuni dans un même espace.

À mesure que l'écran s'imposait, le vocabulaire lui-même s'est mis à fabriquer des mots pour décrire les comportements nouveaux qu'il faisait naître. On a appris à *binge-watcher*, à enchaîner les épisodes jusqu'au bout de la nuit. À *scroller*, puis à *doomscroller*, lorsque le défilement se transforme en plongée sans fin dans le flux des mauvaises nouvelles. Sont apparus la *Fear of Missing Out* (FOMO), la peur de manquer quelque chose, le *phubbing*, qui consiste à ignorer les personnes présentes pour regarder son téléphone, ou encore la nomophobie, cette anxiété provoquée par la séparation d'avec son mobile. Jusqu'au dictionnaire d'Oxford qui, en 2024, a consacré *brain rot* comme mot de l'année, une expression pour désigner cette impression d'engourdissement provoquée par l'accumulation de contenus légers ou répétitifs.

Rarement une technologie aura engendré autant de mots pour décrire les comportements qu'elle produit. Cette inflation lexicale dit peut-être quelque chose de notre époque. Au XIX^{e} siècle, l'industrialisation avait enrichi le vocabulaire du travail. Le XX^{e} siècle avait inventé celui de la consommation et des médias de masse. Le XXI^{e} siècle produit un vocabulaire de l'attention. Les mots nouveaux ne décrivent plus des objets ou des professions. Ils décrivent des états mentaux et des comportements. Comme si la grande question de notre temps n'était plus ce que nous fabriquons ou ce que nous possédons, mais ce qui capte notre regard.

Cette présence de fond a également un lieu de prédilection : le domicile. Les Français y passent 9h29 par jour, soit près des deux tiers de leur temps éveillé. La première note de cette série montrait comment le foyer était devenu le centre de gravité de la vie française, la plateforme de notre quotidien. L'écran en est l'objet central. Si le domicile a pu absorber le travail, les achats, le divertissement et une partie de la sociabilité, c'est parce que l'écran, dans le salon ou dans la poche, a rendu cette convergence possible. Le domicile concentre les fonctions de la vie et l'écran les opère.

Au final, le rapport des Français à l'écran est à la fois moins inquiétant qu'on ne le dit et plus insidieux qu'on ne le croit. Moins inquiétant, parce que l'écran n'a pas vidé les journées : il les a doublées. Plus insidieux, parce qu'une présence de fond se remarque moins qu'une présence de premier plan. On voit ce qui interrompt. On remarque moins ce qui accompagne. L'objet le plus présent de nos journées est devenu, à force d'omniprésence, le plus invisible.

Recevez chaque semaine toutes nos analyses dans votre boîte mail

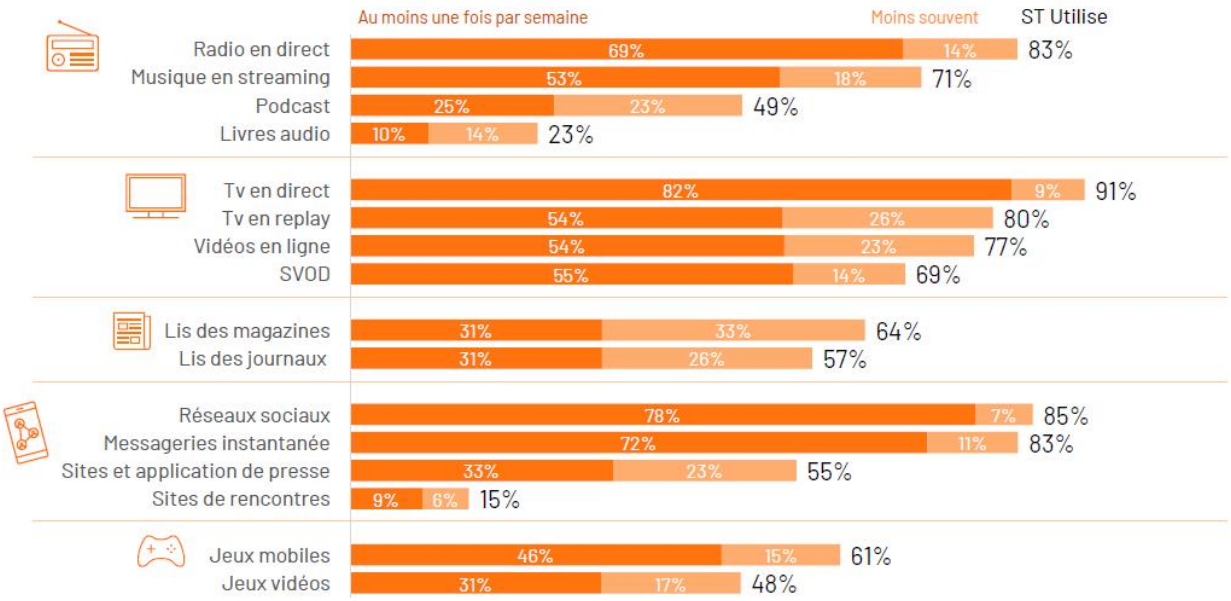
Abonnez-vous

Des médias à l'écran : le règne de la distraction

Une fois les médias absorbés par l'écran, reste à comprendre ce que nous y faisons. Historiquement, les médias remplissaient trois grandes fonctions : divertir, cultiver, informer. Elles correspondaient souvent à des lieux, des moments et des gestes différents. On allait au cinéma pour se divertir, à la bibliothèque pour se cultiver, on ouvrait le journal ou on écoutait la radio pour s'informer. L'écran a réuni ces trois univers dans un même espace. Mais il ne les traite pas de la même manière.

L'écran est devenu le principal organisateur de nos loisirs. La télévision en direct demeure l'activité média la plus pratiquée en semaine (82% au moins une fois) – portée par la population la plus âgée – devant les réseaux sociaux (78%) – plébiscités par les jeunes et les actifs – et la radio (69%). La télévision de rattrapage (54%), les vidéos en ligne (54%) et les plateformes de *streaming* (55%) prolongent cette domination. La lecture de la presse n'a pas complètement disparu, moins une destination qu'une deuxième fenêtre.

Habitudes médias du lundi au vendredi



Derrière ces chiffres se dessine une rupture historique. Pendant des siècles, les loisirs étaient des activités parmi d'autres. Avec l'écran, ils deviennent un environnement permanent. Le smartphone accompagne chacun de nos déplacements. Le téléviseur connecté occupe toujours le centre du foyer. L'un remplit les interstices de la journée, l'autre structure les temps longs du soir. Jamais une technologie n'avait occupé une place aussi continue dans nos existences.

La véritable révolution de l'écran n'est peut-être pas d'avoir remplacé d'autres médias. C'est d'avoir conquis des territoires qu'aucun média n'occupait auparavant. L'attente d'un train, quelques minutes entre deux rendez-vous, une file d'attente ou simplement l'ennui constituaient autrefois des temps morts. Le smartphone les a transformés en temps d'écran. Pour la première fois dans l'histoire des médias, chaque interstice de la journée peut être rempli. L'écran ne mobilise plus seulement notre temps libre, il mobilise aussi notre disponibilité.

Cette transformation éclaire la hiérarchie des usages mesurée par « 24 heures en France ». Dans un univers où chaque instant peut être capté, la distraction bénéficie d'un avantage naturel. Elle demande moins d'effort, procure une gratification immédiate et s'adapte parfaitement aux formats courts qui peuplent les écrans contemporains. Ce que le sociologue allemand Hartmut Rosa décrit comme l'accélération de la vie sociale trouve ici l'une de ses expressions les plus concrètes : la disparition progressive des moments qui échappaient à toute sollicitation[2].

La culture, elle, occupe une position plus ambiguë**.** Une partie s'est laissée absorber par l'écran. Le cinéma est entré dans le salon avec la SVOD, la musique est devenue un flux permanent accessible à tout instant. Mais cette intégration a un prix : les œuvres culturelles se retrouvent soumises aux

mêmes logiques de concurrence pour l'attention que le reste de l'univers numérique.

Tout ne se laisse pourtant pas absorber. Les pratiques qui exigent du temps long, de la disponibilité ou une présence physique résistent davantage que les autres à la logique du flux. Mais elles perdent peu à peu ce qui faisait leur force : leur régularité. Huit Français sur dix déclarent lire des livres, mais seuls un tiers le font souvent. Le cinéma en salle reste une expérience largement partagée, pratiquée par 79% des Français, mais seulement 8% s'y rendent régulièrement. Concerts, spectacles et théâtre suivent une évolution comparable. Ces pratiques demeurent présentes, mais elles ne structurent plus le quotidien comme elles pouvaient le faire hier. Elles deviennent des parenthèses dans un univers dominé par la disponibilité permanente des écrans.

L'information, enfin, apparaît comme la fonction la plus fragilisée par cette nouvelle hiérarchie des usages. Lorsqu'on interroge les Français sur leurs centres d'intérêt, les films, les séries, la télévision et la musique arrivent largement en tête (64%). L'actualité nationale (36%), locale (32%) ou internationale (32%) se situe loin derrière, tandis que la politique ferme la marche (29%).

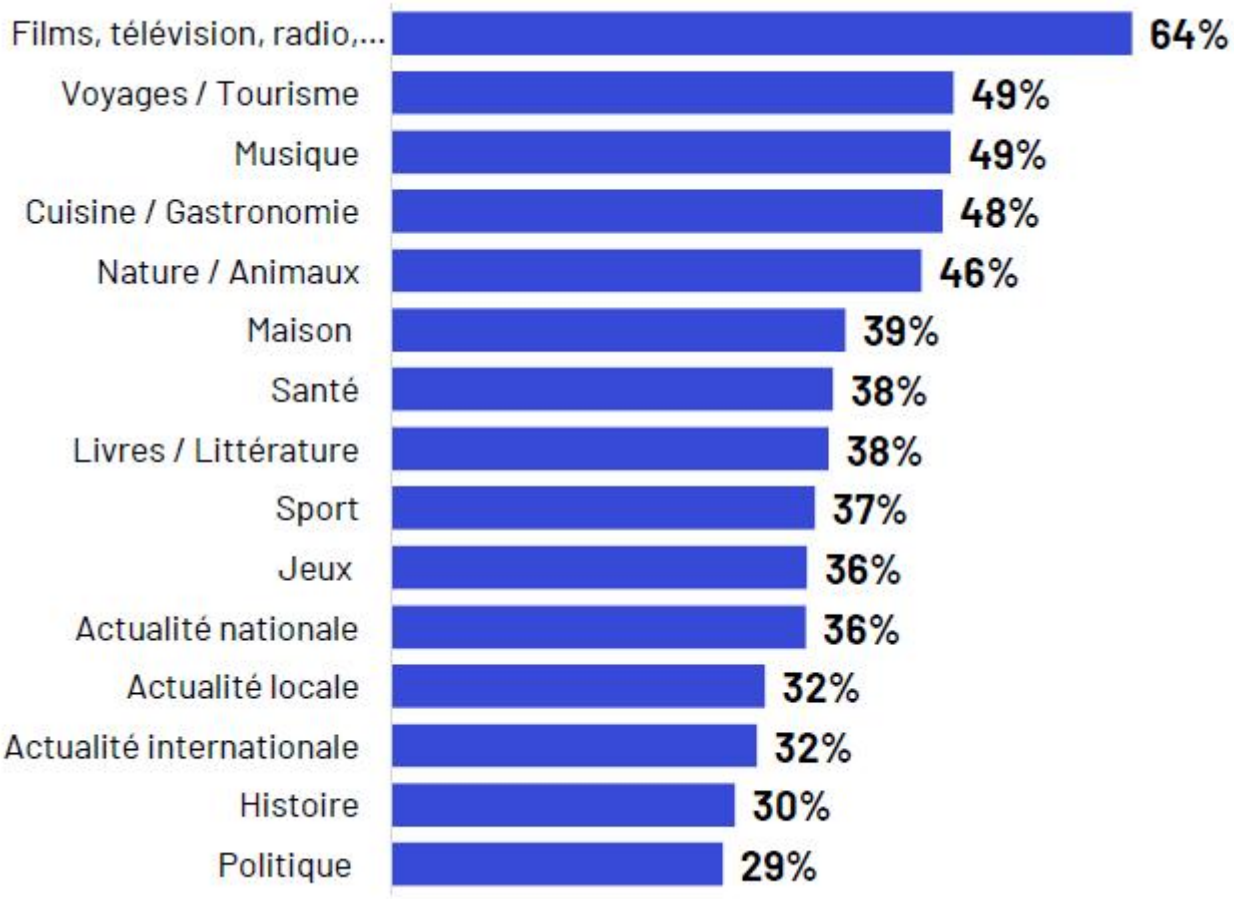
Il faut dire que, pour la première fois dans l'histoire des médias de masse, l'information partage le même espace que le divertissement, mais sans bénéficier de la même force d'attraction. Longtemps, elle a disposé de lieux, de rendez-vous et de rituels qui lui étaient propres. On achetait son journal le matin, on écoutait les informations à la radio, on regardait le journal télévisé à heure fixe. Ces moments imposaient une forme de discipline collective de l'attention. Ils créaient un ordre des priorités et rappelaient qu'il existait, au-delà des préoccupations individuelles, une actualité commune.

L'écran a profondément modifié cet équilibre. L'information ne disparaît pas, mais elle perd son statut particulier. Elle devient un contenu parmi d'autres, rencontré au hasard d'un fil d'actualité, entre une vidéo humoristique, une publicité et un message privé. Pendant des décennies, le citoyen se rendait vers l'information. Désormais, c'est l'information qui tente de capter son regard au milieu d'une infinité de sollicitations concurrentes.

Les algorithmes jouent ici un rôle décisif. Durant les cinquante dernières années, rédactions, éditeurs et programmateurs ont largement déterminé ce qui méritait d'être vu, lu ou entendu. Une part croissante de cette fonction est désormais exercée par des systèmes dont l'objectif premier n'est pas de hiérarchiser l'importance des contenus, mais de maximiser le temps passé à l'écran. Le passage d'une société des médias à une société des plateformes est aussi le passage d'une logique éditoriale à une logique comportementale.

Les chiffres que vient de publier le Reuters Institute en donnent une traduction concrète. En France, la confiance dans l'information est tombée à 29%, tandis que l'intérêt déclaré pour l'actualité est passé de 58% en 2015 à 26% en 2026. L'information n'a pas disparu de l'écran. Mais dans un univers conçu pour capter chaque instant de disponibilité, elle n'en constitue plus le centre de gravité. Elle est devenue un contenu parmi d'autres dans le grand flux de la distraction.

Médias, films, séries : les 15 thématiques préférées des Français



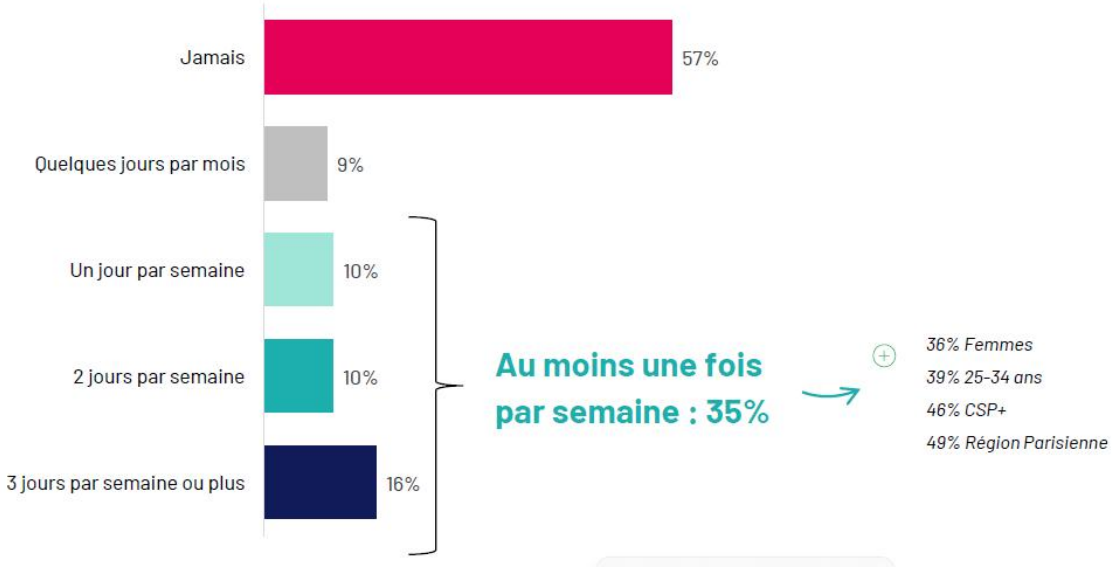
On ne sort plus pour faire, on fait sans sortir

Après avoir absorbé les médias, l'écran a commencé à absorber les lieux. Il ne sert plus seulement à regarder, écouter ou lire. Il sert à travailler, acheter, accomplir des démarches, réserver, apprendre, échanger. Autrement dit, il ne transforme plus seulement nos usages médiatiques ; il redessine la géographie même de la vie quotidienne.

Le travail constitue sans doute la manifestation la plus visible de cette évolution. Une majorité d'actifs ne télétravaille jamais (57%), mais plus d'un tiers le fait au moins une fois par semaine, dont

16% trois jours ou plus. Cette pratique est particulièrement répandue chez les cadres (46%) et les Franciliens (49%). Le phénomène dépasse toutefois largement le cadre du télétravail formel. Près d'un actif sur trois déclare travailler souvent ou de temps en temps en dehors des horaires prévus. Les messageries, utilisées par 83% des Français, prolongent la journée professionnelle bien au-delà des murs du bureau. Le travail n'a pas quitté l'entreprise, mais l'entreprise, elle, a pénétré dans le domicile.

Fréquences de télétravail



Le commerce suit la même trajectoire. L'étude « 24 heures en France » montre que les Français ne passent en moyenne que 23 minutes par jour dans les magasins. Pourtant, ils n'achètent pas moins. Près des trois quarts des adultes réalisent désormais des achats en ligne. Le commerce électronique approche les 200 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel et dépasse les 3 milliards de transactions par an, soit plus d'une centaine de commandes chaque seconde[3]. Là encore, la logique est la même : ce n'est plus le consommateur qui se rend à la boutique, c'est la boutique qui vient à lui. On achète depuis son canapé, dans les transports ou entre deux activités.

Le bureau et le magasin ne sont d'ailleurs que les premiers exemples d'un mouvement plus large. Les opérations bancaires, les démarches administratives, les réservations, les prises de rendez-vous, une part croissante des loisirs et de la consommation culturelle passent désormais par l'écran. En quelques années, celui-ci a rapatrié au domicile des fonctions qui exigeaient autrefois un déplacement.

Cette évolution fait écho à une idée devenue centrale dans les débats urbains. Depuis plusieurs années, le chercheur Carlos Moreno défend le modèle de la « ville du quart d'heure », dans laquelle

chacun pourrait accéder à l'essentiel de ses besoins à proximité de son domicile[4]. L'écran pousse cette logique à son terme. Il ne rapproche pas le bureau, le magasin ou le guichet administratif : il les fait entrer dans le domicile. D'une certaine manière, il réalise le rêve de la ville du quart d'heure, mais sans la ville.

Cette transformation ne signifie pas pour autant un repli généralisé sur soi. Car l'écran ne sert pas seulement à travailler ou à consommer. Il est devenu l'une des principales infrastructures du lien social.

Les chiffres dessinent une société moins solitaire qu'on ne l'imagine souvent. Les Français passent 7h08 par jour seuls, soit 42% de leur temps éveillé. Mais ils passent presque autant de temps en famille (43%), dont 4h11 avec leur conjoint et 1h51 avec leurs enfants. L'écran s'insère au cœur de cette sociabilité ordinaire. Les messageries et les réseaux sociaux, utilisés par plus de huit Français sur dix, prolongent les conversations familiales, entretiennent les liens amicaux et permettent de maintenir une proximité malgré la distance. Le lien ne s'est pas défait, il s'est déplacé.

Cette évolution a toutefois une conséquence importante : la sociabilité se concentre davantage sur le cercle proche. Lorsque les Français évoquent leurs moments préférés de la journée, ils citent d'abord la famille (22%), puis les loisirs (19%) et les amis (16%). Jamais l'écran lui-même. Celui-ci apparaît moins comme une finalité que comme un intermédiaire au service des relations auxquelles nous sommes les plus attachés.

La sociabilité de hasard, celle des rencontres ordinaires qui accompagnaient les déplacements du quotidien, demeure présente mais semble plus fragile. Trois Français sur dix déclarent avoir discuté quelques minutes avec un commerçant la veille, plus d'un quart avec un inconnu, mais seulement 5% avec leur facteur. Ces chiffres racontent aussi ce que la dématérialisation emporte progressivement. Chaque fois qu'un service quitte la rue pour rejoindre l'écran, c'est une occasion de rencontre qui s'efface.

Toute l'ambivalence de l'écran se joue là. Il est à la fois l'objet le plus intime de nos existences, celui qui nous permet de garder nos proches à portée de main, et l'instrument d'une forme de retrait du monde physique. La sociologue américaine Sherry Turkle a résumé cette tension par une formule devenue célèbre : « seuls ensemble[5] ». Jamais les individus n'ont été aussi reliés les uns aux autres. Jamais, peut-être, autant de liens n'ont transité par un même objet.

Tout temps gagné devient un temps d'écran

Il existe une promesse que la modernité n'a jamais cessé de nous faire : celle de nous rendre du temps. Les machines devaient alléger le travail. Les transports raccourcir les distances. Le numérique simplifier les démarches. Chaque innovation était censée nous libérer quelques minutes, puis quelques heures. Pourtant, lorsqu'un temps se libère, les données racontent une histoire différente : l'écran l'occupe.

La démonstration apparaît clairement le week-end. Le samedi et le dimanche, le travail s'efface et libère plusieurs heures de la journée. De tous les usages qui se partagent ce temps redevenu disponible, c'est l'écran qui progresse le plus, passant de 21% à 26% du temps quotidien. La même logique se retrouve dans les différences d'âge. Chez les retraités, dont les journées ne sont plus structurées par l'emploi, l'écran absorbe près d'un tiers du temps éveillé, contre 18% chez les actifs. Partout où une contrainte se relâche, l'écran tend à occuper l'espace laissé vacant.

Cette observation rejoint l'intuition d'Hartmut Rosa[6]. Dans les sociétés contemporaines, les gains de temps ne produisent pas nécessairement davantage de disponibilité. Ils sont immédiatement réinvestis dans de nouvelles activités. L'écran apparaît aujourd'hui comme l'un des principaux réceptacles de ce temps gagné. Comme si chaque heure libérée appelait spontanément une heure d'écran supplémentaire.

Ce phénomène n'est pas seulement le résultat de nos préférences individuelles. Il constitue le cœur du modèle économique des plateformes. Leur matière première n'est ni le contenu ni la technologie. C'est le temps disponible. Chaque minute gagnée sur un trajet, une démarche administrative ou une tâche quotidienne devient une minute potentiellement capturable. Dans l'économie numérique, le temps libre n'est plus seulement un espace de respiration, il est devenu une ressource.

C'est peut-être là que se noue une partie de la fatigue contemporaine. Les Français portent pourtant un regard globalement positif sur leurs journées. Les deux tiers d'entre eux (67%) estiment passer de bonnes journées et la satisfaction est l'émotion la plus fréquemment ressentie (54%). Mais la fatigue arrive immédiatement derrière (48%) et près de deux Français sur trois (64%) terminent leur journée fatigués.

Cette fatigue ne peut être réduite au seul travail ou aux trajets. Elle est aussi celle d'un environnement de sollicitations permanentes. Notifications, messages, vidéos, recommandations, alertes : l'écran mobilise sans cesse l'attention, même lorsqu'il semble n'exiger aucun effort

particulier. Le paradoxe est peut-être là. Nous n'avons jamais disposé d'autant d'outils destinés à nous faire gagner du temps. Nous n'avons jamais eu autant le sentiment d'en manquer.

Faut-il en conclure à une société hypnotisée par les écrans ? Les données invitent à davantage de nuance. Les Français portent sur leurs usages un regard largement lucide. Si 79% considèrent que les réseaux sociaux leur facilitent la vie, 70% estiment également qu'ils peuvent être manipulateurs. Si 61% reconnaissent y perdre parfois du temps, beaucoup expriment aussi le souhait de mieux maîtriser leur consommation.

Surtout, les représentations sont souvent plus alarmistes que les pratiques réelles. Six Français sur dix déclarent passer moins d'une heure par jour sur les réseaux sociaux et près de la moitié considèrent y consacrer le temps adéquat. La saturation est réelle, l'angoisse beaucoup moins.

Perception du temps passé et impact des réseaux sociaux

Demain : après le temps et l'attention, la pensée ?

Au terme de ces milliers de journées observées, une question demeure. Jusqu'ici, l'écran nous demandait encore quelque chose. Il fallait choisir un programme, sélectionner une vidéo, chercher une information, comparer des sources, écrire un message. Même distrait, l'utilisateur restait acteur de son parcours.

L'intelligence artificielle ouvre une étape différente. Elle ne se contente plus de mettre le savoir à disposition, elle fournit directement la réponse. Elle ne se contente plus d'aider à choisir, elle recommande. Elle ne se contente plus de faciliter l'écriture, elle rédige. Elle ne se contente plus de proposer, elle anticipe. Cette évolution est déjà perceptible dans les usages quel que soit le secteur.

Depuis leur origine, les technologies numériques nous promettent de nous simplifier la vie. Le moteur de recherche a réduit l'effort de mémorisation. Le GPS celui de l'orientation. Les plateformes celui de la comparaison. L'intelligence artificielle franchit une étape supplémentaire. Elle promet de réduire l'effort de réflexion lui-même.

Dans son dernier livre *Le temps de l'obsolescence humaine*, Bruno Patino décrit cette nouvelle phase comme celle de l'« imbrication[7] ». Après l'âge de l'accès à l'information puis celui de l'économie de l'attention, vient celui de la prise en charge. Les outils numériques ne cherchent plus seulement à capter notre regard, ils cherchent à nous accompagner, à nous guider et parfois à décider avec nous, voire à notre place. Alors, l'enjeu n'est plus seulement le temps passé devant l'écran. Il est la part croissante de nos décisions, de nos arbitrages et de nos raisonnements que nous acceptons de lui déléguer.

Les données de « 24 heures en France » invitent pourtant à la nuance. Les Français ne semblent ni fascinés ni paniqués. Ils portent sur les écrans un regard souvent lucide, conscients de leurs bénéfices comme de leurs limites. Surtout, ce ne sont pas les écrans qu'ils placent au sommet de leurs préférences. Lorsqu'ils évoquent leurs meilleurs moments, ils citent la famille, les amis, les loisirs, les expériences partagées. L'écran occupe une place croissante dans leurs journées, mais il ne constitue pas leur horizon.

C'est peut-être la principale leçon de ces milliers de journées. Le débat sur les écrans est souvent posé comme une question de temps : combien d'heures y consacrons-nous ? L'intelligence artificielle invite à le reformuler. L'enjeu n'est plus seulement celui du temps passé devant l'écran. Il est celui de ce que nous continuerons à faire sans lui. Chercher une information. Écrire un texte. Choisir un itinéraire. Organiser un voyage. Résoudre un problème. Débattre. Se tromper.

Pendant longtemps, la technologie nous a promis de nous faire gagner du temps. Pour la première fois peut-être, elle nous propose aussi de nous dispenser d'une partie de l'effort intellectuel que suppose l'exercice de notre liberté.

Toutes les notes de la série « 24 heures en France »

- *24 heures en France : notre coin du monde* (18 juin 2026)
- *24 heures en France : à l'heure française* (16 juillet 2026)

1. Il est également co-directeur de l'Observatoire des médias de la Fondation Jean-Jaurès.
2. Hartmut Rosa, *Accélération. Une critique sociale du temps*, Paris, La Découverte, 2010.

3. Fevad, *Bilan du e-commerce en France*, février 2026, et *Chiffres clés du e-commerce, édition 2025*.
4. Carlos Moreno, *La ville du quart d'heure. Une solution pour sauver votre temps et la planète*, Paris, Éditions Eyrolles, 2025.
5. Sherry Turkle, *Seuls ensemble*, traduction de *Alone Together* (2011), Paris, L'Échappée, 2015.
6. Hartmut Rosa, *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*, Paris, La Découverte, 2012.
7. Bruno Patino, *Le temps de l'obsolescence humaine*, Paris, Grasset, 2026.