

LA SÉCESSION INFORMATIONNELLE EN FRANCE, VAGUE 3

Diane Blanchard, Sébastien Boulonne, Guénaëlle Gault, Simon Ginolin,
David Medioni

23/10/2026

Après la *fatigue informationnelle*, l'*exode informationnel*, les Français seraient entrés dans l'ère de la sécession informationnelle. C'est ce qui ressort de la troisième vague de l'*Observatoire de la fatigue informationnelle* menée par L'ObSoCo, la Fondation Jean-Jaurès, Arte et Cafeyn. Diane Blanchard¹, Sébastien Boulonne², Guénaëlle Gault³, Simon Ginolin⁴, et David Medioni⁵ analysent. Ils montrent ainsi que la fatigue s'est bel et bien installée, qu'elle est socialement située et que le fait que les Français se protègent de ce trop-plein d'informations a un coût collectif : on discute moins, on partage moins, on préfère ceux qui pensent comme nous, dans une forme de désimplification croissante.

L'essentiel – Les chiffres clés

- La fatigue s'est installée : 55% des Français sont fatigués par l'information en 2026 (53% en 2022). Mais sous cette stabilité, le rapport à l'actualité se contracte : moins de canaux, moins de partage, moins de discussion. La part des « détachés » passe de 20% à 26%.
- Elle est socialement située : plus forte chez les femmes et dans les ménages modestes, insensible au diplôme. Ce n'est pas tant un défaut de littératie que ce que l'information fait éprouver, et le travail qu'elle laisse à ceux qui ne peuvent le déléguer.
- La France consulte moins de canaux que l'Allemagne, l'Italie ou le Royaume-Uni et reste pourtant le pays le plus fatigué. Ce qui pèse, c'est le travail informationnel et l'impuissance : 43% des Français se sentent régulièrement impuissants devant l'actualité, deux fois plus qu'en Allemagne.
- Les Français se protègent : 74% limitent ou interrompent leur consultation. Cette auto-protection informationnelle a des bénéfices individuels et un coût collectif.
- Le coût est démocratique. On discute moins, on partage moins, on croise moins les sources ; les désaccords portent jusque sur ce qui est vrai ; les plus fatigués préfèrent les entourages qui pensent comme eux. On assiste à une forme de désimplification informationnelle.
- À l'approche de 2027, l'enjeu pour les médias et les plateformes est de reconstruire une

délégation critique : hiérarchiser, distinguer l'établi de l'incertain, rendre les méthodes visibles, laisser la possibilité de s'arrêter, et reconnecter ce que l'on sait à ce que l'on peut faire.

Les résultats complets de l'enquête

À première vue, presque rien n'a changé. En 2026, 55% des Français présentent un niveau élevé de fatigue informationnelle, pour 53% quatre ans plus tôt. Le phénomène s'est installé. Pourtant, notre rapport à l'information continue de se transformer. Nous consultons moins de canaux, partageons moins de nouvelles, éprouvons moins souvent le besoin de croiser les sources. La part des Français que nous qualifions de « détachés », pour qui l'actualité occupe une place plus réduite, est passée de 20% à 26%.

Les entretiens menés dans le cadre de ce travail donnent à voir cette évolution à travers des gestes que beaucoup reconnaîtront : supprimer une application, couper les notifications, s'en tenir aux grands titres, éviter les détails d'un fait divers ou remettre à plus tard (et donc à jamais ?) la lecture d'un article. Les raisons varient, mais une préoccupation revient : continuer à savoir ce qui se passe sans se laisser envahir. Le besoin de comprendre demeure, alors que rester informé coûte du temps, de l'attention et parfois de la tranquillité.

En 2024, nous avons parlé d'un « exode informationnel⁶ ». La troisième vague en précise les formes. Prendre ses distances peut permettre de retrouver de la disponibilité et de choisir ce à quoi l'on souhaite s'intéresser. Mais, à force de se répéter, ces retraits peuvent aussi réduire la place de l'information dans nos vies et dans nos échanges. Nous proposons de les comprendre comme des pratiques d'auto-protection informationnelle, dont les bénéfices individuels peuvent cependant s'accompagner d'un véritable coût collectif.

Car nous attendons de l'information qu'elle nous aide à comprendre le monde et à prendre part aux décisions qui nous concernent. Que devient cette promesse lorsque s'informer exige un effort dont il faut aussi se protéger ? À l'approche de la présidentielle de 2027, il faut se demander ce qui permet encore à chacun de suivre les affaires communes, d'en discuter et de faire entendre son point de vue.

Pour résumer ce qu'il se passe, nous proposons le terme de « sécession informationnelle ». Par lui, nous ne désignons pas une sortie générale de l'information. Nous décrivons le mouvement par lequel une partie croissante du public se soustrait à l'espace informationnel commun : certains

réduisent leur exposition, d'autres choisissent leurs intermédiaires en fonction de leur confiance ou de leurs affinités, d'autres encore délèguent à de nouveaux acteurs, plateformes, créateurs de contenus ou intelligence artificielle. On continue de s'informer, mais de moins en moins ensemble.

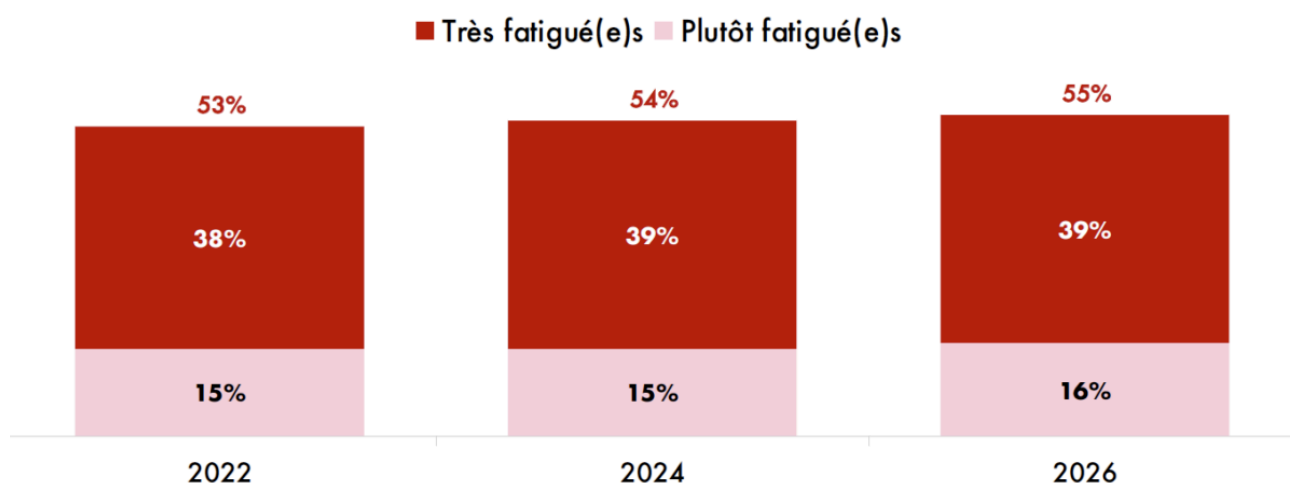
L'analyse s'appuie sur une enquête menée en ligne du 29 avril au 13 mai 2026 auprès de 4000 personnes représentatives des 18-75 ans de France métropolitaine, selon la méthode des quotas et après redressement, ainsi que sur douze entretiens répartis entre cinq profils informationnels. Elle prolonge les vagues de 2022 et de 2024. Trois enquêtes de 1000 personnes en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni permettent d'éclairer, par comparaison, la situation française.

La fatigue qui ne passe pas

Une expérience désormais installée

Les trois vagues montrent combien la fatigue persiste. Une fatigue qui tient à la fois à ce qu'il faut faire de l'information reçue et à ce qu'elle nous fait éprouver. Suivre un sujet, distinguer l'essentiel, remettre un événement dans son contexte demandent un travail ; la répétition, la violence des nouvelles ou leur accumulation peuvent susciter stress et découragement. La quantité d'informations consultées ne suffit pas à décrire l'expérience.

Graphique 1. Une fatigue qui reste élevée depuis 2022



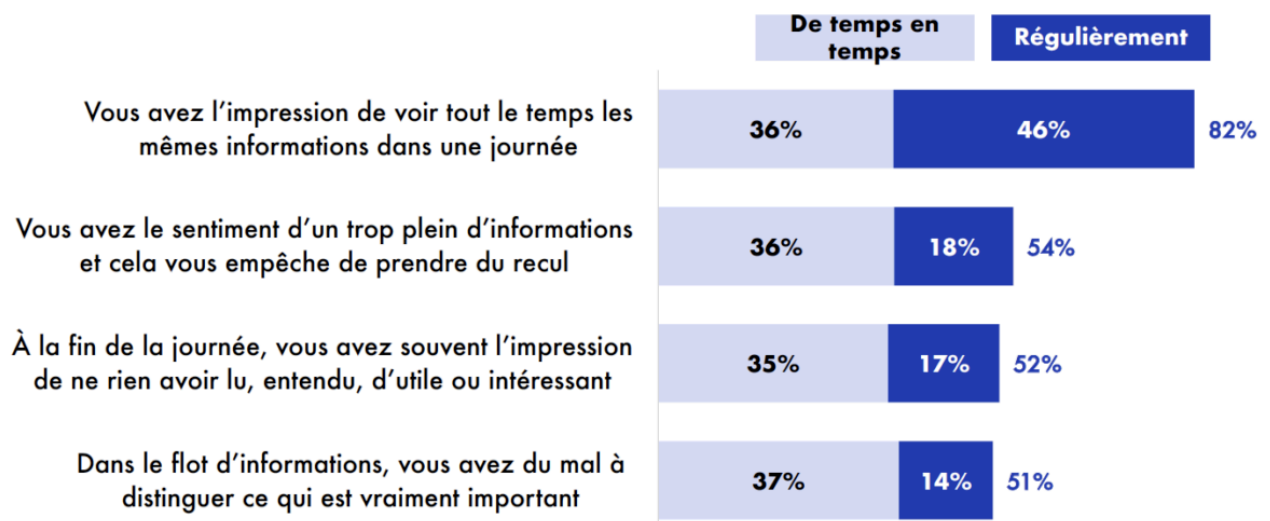
Part des personnes classées comme fatiguées, selon l'indicateur composite de fatigue informationnelle. Base : ensemble des répondants, France, 2026.

Le détail des réponses donne à cette expérience un contenu très concret. En 2026, 82% des Français ont, régulièrement ou de temps en temps, l'impression de retrouver les mêmes

informations au cours de la journée. Pour 54% d'entre eux, le trop-plein empêche de prendre du recul ; 51% peinent à distinguer ce qui est vraiment important. La répétition s'accompagne donc d'une difficulté à hiérarchiser. Les nouvelles reviennent, mais leur accumulation ne donne pas nécessairement le sentiment d'avancer.

Un Français sur deux (52%) a d'ailleurs au moins de temps en temps l'impression de n'avoir rien lu ou entendu d'utile ou d'intéressant à la fin de la journée. Après avoir regardé, lu ou écouté, que reste-t-il ? On peut avoir été tenu au courant sans mieux savoir ce qui compte, ce qui a changé ou ce que l'on doit en penser.

Graphique 2. La répétition domine mais les difficultés se cumulent



Ressentis éprouvés régulièrement ou de temps en temps face à l'information. Base : ensemble des répondants, France, 2026.

Les entretiens permettent de retrouver cette lassitude devant le retour des mêmes sujets et l'abondance des commentaires, y compris chez des personnes qui entretiennent un rapport relativement paisible aux médias. Un participant parle ainsi d'une « information qui ne donne pas d'informations ». Il attendait un éclairage, quelque chose qui justifie le temps consacré ; il a surtout le sentiment d'avoir reçu davantage de la même chose.

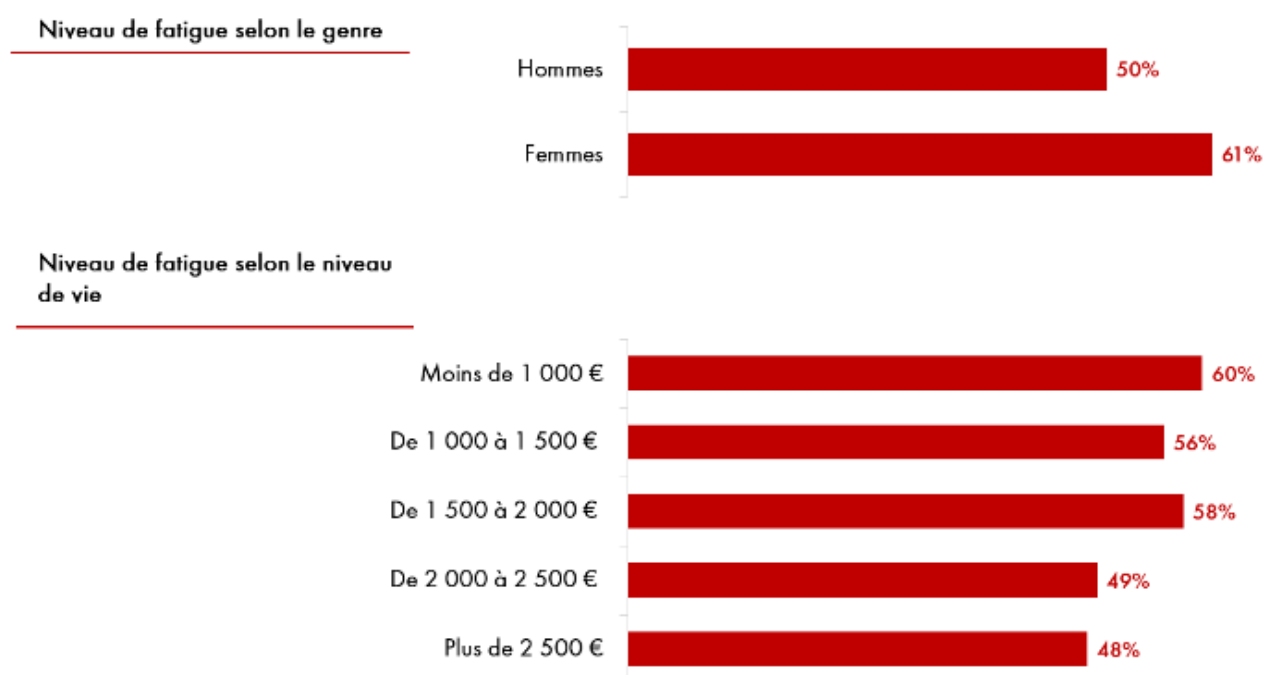
La fatigue se comprend aussi dans cet écart entre l'attente et l'expérience. Nous cherchons dans l'information de quoi nous repérer. Or, la succession des nouvelles laisse parfois surtout l'impression de devoir suivre un mouvement qui ne s'arrête jamais.

Une fatigue socialement située

L'expérience est largement partagée, mais elle ne pèse pas de la même manière sur tous. Le genre fait apparaître un écart net : 61% des femmes sont classées parmi les personnes fatiguées, pour 50% des hommes. La différence concerne aussi l'intensité de la fatigue, puisque 44% des femmes sont très fatiguées vs 34% des hommes. Elle se retrouve aux différents âges de la vie. Chez les moins de 35 ans, la fatigue touche 63% des femmes et 52% des hommes ; à partir de 55 ans, les proportions sont de 59% et 45%.

Le niveau de vie distingue également les expériences. La fatigue concerne 60% des personnes vivant avec moins de 1000 euros par mois et par unité de consommation, pour 48% au-dessus de 2500 euros. La différence reste visible parmi les « très fatigués », respectivement 43% et 33%. La possibilité de tenir l'information à distance doit donc aussi être envisagée au regard des conditions matérielles de vie.

Graphique 3. Une fatigue plus fréquente chez les femmes et les ménages modestes



Part des personnes fatiguées selon le genre et dans chaque catégorie de niveau de vie (revenus mensuels nets par unité de consommation). Base : ensemble des répondants, France, 2026.

L'âge produit des écarts plus modestes : 58% des moins de 35 ans sont fatigués, pour 53% des 55 ans et plus. Le diplôme n'en produit presque aucun : la fatigue touche autant les diplômés du supérieur que les personnes sans diplôme. Ce dernier résultat oriente l'interprétation. Si la fatigue

tenait d'abord à un manque de compétences pour se repérer dans les médias, elle devrait reculer avec le niveau d'études. Elle ne le fait pas. Elle varie en revanche avec le genre et le niveau de vie, autrement dit avec ce que l'information vient chercher dans la situation de chacun.

Chez les femmes, l'écart ne s'explique pas par une consommation plus intense. Elles utilisent moins de canaux que les hommes, éprouvent moins souvent la peur de manquer une information et accordent un peu moins d'importance au fait de s'informer. Ce qui les distingue, c'est ce que l'actualité leur fait ressentir. Près des deux tiers disent éprouver de l'angoisse en la consultant, pour moins d'un homme sur deux ; l'impuissance face aux évolutions du monde et le désespoir vis-à-vis de l'être humain les touchent, eux aussi, nettement plus souvent. Ces réponses font écho à un mal-être plus fréquemment déclaré, stress et anxiété en tête. Nous faisons dès lors l'hypothèse d'une fatigue d'abord affective : les nouvelles arrivent sur une inquiétude déjà là, et beaucoup d'entre elles concernent ceux dont on a la charge. Dans les entretiens, les parents qui écartent les faits divers impliquant des enfants le disent spontanément. Une seconde hypothèse s'y ajoute. Les femmes accordent moins de confiance aux médias en général – 47% pour 57% des hommes – et un peu moins à leur propre capacité à démêler le vrai du faux. Ne pouvant ni déléguer ni s'en remettre entièrement à leur jugement, elles portent seules un travail que d'autres confient à un tiers. Elles s'en protègent davantage, limitent plus souvent leur consultation et sont deux fois plus nombreuses que les hommes à éviter délibérément les informations concernant guerres et conflits.

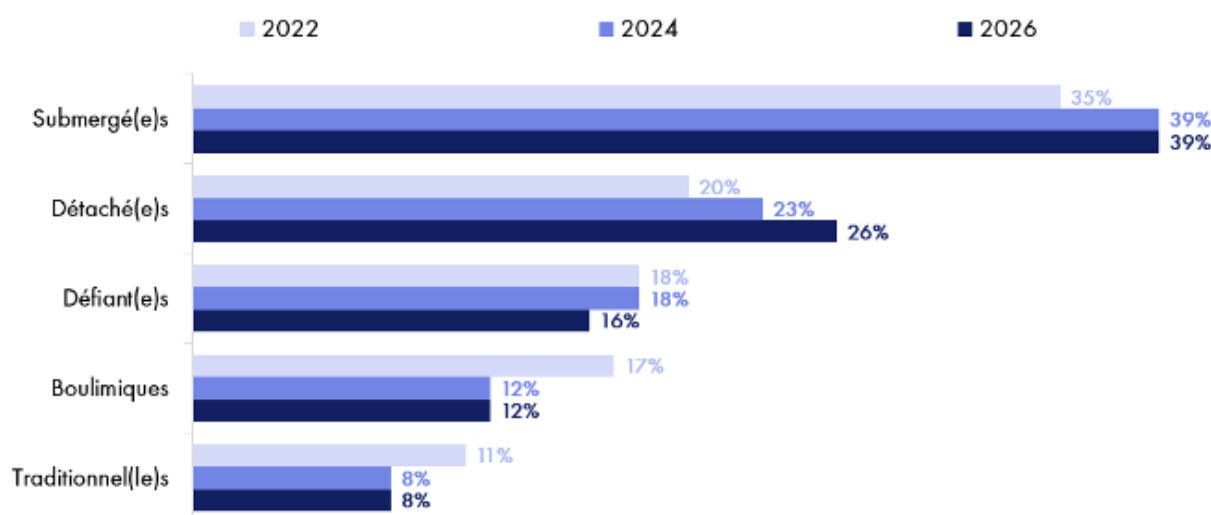
Chez les ménages modestes, trois mécanismes semblent se cumuler. L'information coûte d'abord plus cher. Les catégories populaires peinent davantage à séparer le vrai du faux, trouvent plus souvent que la manière dont s'expriment les journalistes complique les sujets, et les bas revenus ont plus de mal à trouver ce qu'ils cherchent. Elle rapporte ensuite moins : le plaisir d'apprendre et le sentiment de mieux comprendre le monde y sont nettement moins fréquents que chez les cadres. Elle renvoie enfin à une situation sur laquelle on a moins de prise, avec plus de difficulté à suivre la vitesse du monde, moins de sentiment de maîtrise sur son avenir et une défiance envers le politique presque unanime. Le mal-être suit la même pente. Parmi les personnes très modestes, près d'une sur deux déclare de la déprime ou de la solitude, contre une sur quatre, ou une sur cinq, pour les plus aisés ; chez les chômeurs, la fatigue atteint 60%, avec les niveaux de déprime et de solitude les plus élevés de l'enquête. L'actualité arrive alors sur un quotidien déjà contraint, parle d'un monde qui laisse peu de place à ceux qui la reçoivent et demande un effort dont le bénéfice est incertain. Ces associations ne permettent pas d'isoler la part de chaque facteur, mais elles suffisent tout de même à écarter l'idée d'une fatigue qui tiendrait à un défaut de littératie, et à la rapprocher de l'impuissance informationnelle : savoir davantage sans pouvoir davantage pèse plus lourd quand on a déjà peu de prise.

Les catégories intermédiaires, aussi fatiguées que les catégories populaires, le sont pour une autre raison : elles sont les plus nombreuses à retrouver les mêmes informations au fil de la journée et à n'en rien retirer d'utile. Chez elles, c'est la saturation qui domine, plus que la difficulté.

Sous la stabilité, les profils se recomposent

La typologie distingue cinq rapports à l'actualité en rapprochant les pratiques et les attitudes : nombre de canaux utilisés, participation aux échanges, importance accordée à l'information, effort, fatigue et difficultés ressenties. Elle reprend les mêmes critères et variables clés dans les trois vagues. Ces profils décrivent des façons de s'informer, pas des identités figées.

Graphique 4. Le détachement progresse depuis 2022



Part de chaque profil informationnel dans la population, aux trois vagues de l'enquête (mêmes critères et variables clés). Les écarts à 100% sont dus aux arrondis. Base : ensemble des répondants, France, 2022-2026.

Les « submergés » forment le groupe le plus important, avec 39% de la population, et presque tous sont fatigués. Ils ne consomment pourtant pas plus que la moyenne – sept canaux environ – mais chaque opération leur coûte. Près de trois sur quatre ont du mal à suivre le fil des sujets, autant à démêler le vrai du faux, et autant ont le sentiment, en fin de journée, de n'avoir rien retenu d'utile. Un sur deux a régulièrement l'impression de subir l'information plutôt que de la choisir. Leur fatigue est celle de la perte de prise, et elle déborde l'information : ce sont eux qui déclarent le plus souvent avoir du mal à s'adapter à la vitesse du monde et le moins souvent se sentir maîtres de leur avenir. Ils ne peuvent pas davantage déléguer, puisque leur confiance dans les médias est la plus faible des cinq profils. Il ne leur reste que le retrait : près de neuf sur dix limitent ou interrompent

leur consultation. Les femmes y sont plus nombreuses.

Les « boulimiques » représentent quant à eux 12%. Comme leur nom l'indique, ils investissent plus fortement l'information. Ils multiplient les contacts et les formats – près de dix canaux en moyenne –, aiment apprendre et tiennent à se forger une opinion. Ils sont plus jeunes : 42% ont moins de 35 ans vs 29% dans l'ensemble de la population, et plus souvent diplômés du supérieur. Leur cas éclaire un paradoxe. Ce sont eux qui retirent le plus de l'actualité, le plaisir d'apprendre, le sentiment de comprendre et l'envie d'agir y sont bien plus fréquents qu'ailleurs, et ce sont pourtant près de trois sur quatre qui sont fatigués. Leur fatigue n'est pas celle du doute, mais celle du surinvestissement : ils sont les plus nombreux à éprouver la peur de manquer une information, à prolonger le défilement au-delà de ce qu'ils avaient prévu et à ressentir la culpabilité de ne pas s'informer assez. Chez eux, l'abondance produit sa propre confusion : plus on suit de sources, plus il devient difficile de suivre le fil et de démêler le vrai du faux. Renoncer à une source supplémentaire leur est difficile, et l'effort consenti finit par coûter ce qu'il rapporte.

Les « traditionnels » – 8% – accordent eux aussi une place importante à l'information, dans un cadre plus délimité. Plus de la moitié ont au moins 55 ans, contre un tiers de la population. Leurs pratiques s'organisent autour de rendez-vous et de médias familiers : le journal télévisé, la radio, les chaînes d'information à heure fixe. Ils sont, de loin, ceux qui délèguent le plus. Près des trois quarts font confiance aux médias en général et neuf sur dix trouvent facile de repérer une information fiable. Cette confiance leur épargne le travail de tri : presque aucun ne juge coûteux de s'informer correctement, alors qu'ils tiennent plus que tout autre groupe à le faire. Leur peur de manquer une information est pourtant la plus forte de tous les profils, et c'est le rendez-vous qui la contient : un journal a une fin, et cette fin autorise à passer à autre chose. Ce qui les fatigue, lorsque cela arrive, n'est pas la difficulté, mais ce que l'actualité leur fait voir, la répétition des mêmes nouvelles, la colère et l'impuissance devant les événements. Leur expérience montre que l'organisation de la consultation et le fait d'avoir un tiers auquel s'en remettre comptent autant que l'intensité.

Les « défiants » – 16% – sont plus fréquemment des hommes qui entretiennent une relation plus distante, sans renoncer à chercher ce qui leur paraît utile. Leur cas est instructif, parce qu'il sépare la fatigue de la défiance. Ils portent sur les médias, la politique et la situation collective le regard le plus sombre : plus d'un sur deux se sent régulièrement impuissant ou se désespère de l'être humain devant l'actualité, et près des trois quarts jugent que les gouvernants ne comprennent rien aux problèmes des gens comme eux. Mais presque aucun n'est très fatigué. Ce qui les protège, c'est la confiance qu'ils gardent dans leur propre jugement : ils trouvent facile de repérer une information fiable, suivent le fil sans peine et n'éprouvent guère la peur de manquer. Ils ont résolu le problème

de la délégation en endossant eux-mêmes la charge. Dans les entretiens, ils insistent sur l'orientation des médias, leurs biais, la nécessité de s'en méfier et de confronter les versions, et la recherche d'un « cocktail d'informations » qui leur convienne. La critique s'accompagne donc d'un travail de sélection, et ne conduit pas nécessairement à quitter l'actualité. Elle a un autre coût, politique : c'est chez eux que la distance aux institutions est la plus grande.

Les « détachés » représentent désormais 26% de la population. L'information occupe une place moins centrale dans leur vie ; ils sont moins engagés dans sa recherche et un sur cinq seulement est fatigué. Ils continuent pourtant d'en recevoir par la radio, les réseaux ou leurs proches. Le détachement ne doit pas être confondu avec la défiance : leur confiance dans les médias est légèrement supérieure à la moyenne, et c'est précisément ce qui leur permet de tenir l'actualité à distance sans inquiétude. Ils sont, de tous les profils, ceux qui ressentent le moins la peur de manquer, le moins souvent la colère ou l'impuissance, et qui prolongent le moins le défilement. Ce calme n'est pas une absence de ressources, mais une autre manière de les employer : ne pas vérifier soi-même parce qu'on suppose que d'autres le font, et s'arrêter tôt. Certains se contentent des grandes lignes, d'autres évitent ce qui ajoute de l'inquiétude à leur quotidien. Leurs âges sont proches de ceux de l'ensemble de la population. Ce détachement ne concerne donc pas seulement les jeunes : il peut relever d'un faible intérêt ancien, d'une sélection plus exigeante ou d'un besoin de protection.

L'évolution du poids de ces groupes précise ce que recouvre la stabilité de la fatigue. Entre 2022 et 2026, les « submergés » passent de 35% à 39%, les « détachés » de 20% à 26%. Depuis 2024, la submersion se stabilise tandis que le détachement continue de progresser. Nos enquêtes successives montrent donc qu'une part croissante de la population laisse à l'actualité une place plus réduite, sans recul de la fatigue à l'échelle de l'ensemble.

Recevez chaque semaine toutes nos analyses dans votre boîte mail

[Abonnez-vous](#)

L'information, de ressource à milieu

Une actualité qui entre dans les interstices du quotidien

Pour comprendre cette recomposition, il convient de regarder comment l'information arrive jusqu'à nous. En 2026, 62% des Français déclarent utiliser quotidiennement les réseaux sociaux pour accéder à l'actualité. Les journaux télévisés sont cités par 47%, la radio par 39%, les sites ou applications de médias par 27%. Ces usages se cumulent. Un même individu peut écouter la radio dans les transports, croiser un extrait de journal sur son téléphone, puis regarder le soir une vidéo recommandée par un proche.

Dans un fil d'actualité, les productions d'une rédaction voisinent avec la parole d'un témoin, d'un responsable politique ou d'un créateur de contenus. On sait parfois mieux par quel canal une nouvelle nous est parvenue que qui l'a produite. Les entretiens montrent l'intérêt de cette ouverture, qui donne accès à des témoignages ou à des sujets jugés peu présents ailleurs. Ils montrent aussi que l'attention portée à l'origine des contenus varie selon les personnes et les moments.

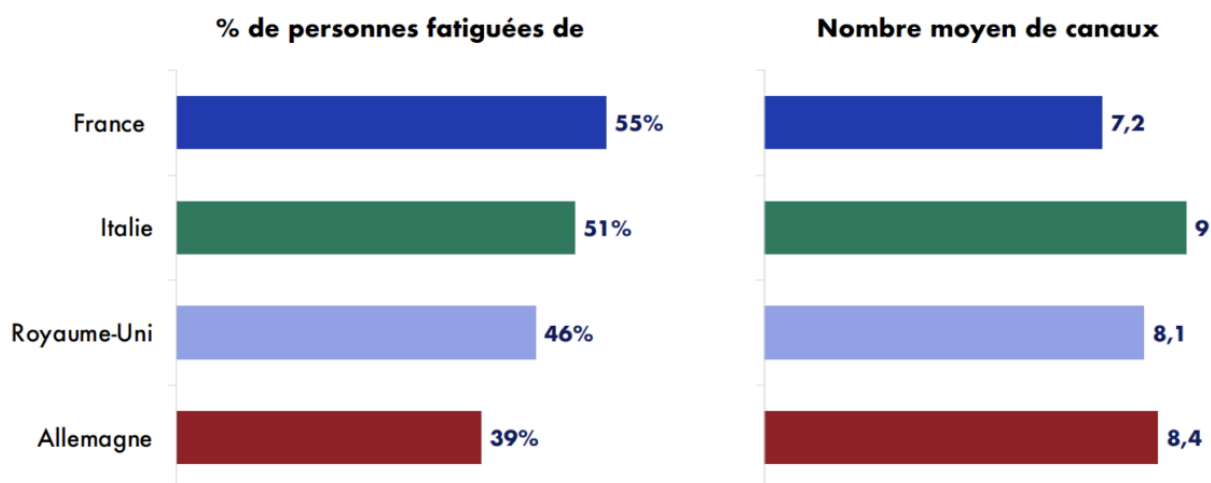
Arrive-t-on avec une question, ou rencontre-t-on une actualité en faisant autre chose ? Dans le premier cas, la recherche a un objet. Dans le second, il faut décider si ce qui se présente mérite d'être regardé. Ce choix se répète dans les pauses et les déplacements, au milieu des échanges personnels ou des loisirs. L'information sollicite l'attention avant même que l'on ait choisi de la lui accorder.

Les rendez-vous médiatiques n'ont pas disparu. Parmi les Français, 37% disent consulter l'actualité à des moments précis de la journée. Mais pour une grande majorité, l'information est devenue un milieu. Elle fait partie de l'environnement dans lequel nous travaillons, nous divertissons et entretenons nos relations. On peut cesser d'aller la chercher sans cesser de la rencontrer. La maîtriser demande alors davantage que de décider d'ouvrir ou de fermer un journal : il faut lui ménager une place parmi toutes les autres sollicitations.

Comprendre et savoir quand s'arrêter

L'abondance ne suffit pourtant pas à expliquer la fatigue. Des quatre pays étudiés, la France compte le nombre moyen de canaux consultés le plus faible : 7,2, contre 8,1 au Royaume-Uni, 8,4 en Allemagne et 9 en Italie. C'est pourtant chez nous que la fatigue est la plus élevée. Le nombre de canaux ne mesure pas le temps passé à s'informer, mais ce décalage invite à examiner ce que la consultation demande et ce qu'elle apporte.

Graphique 5. Moins de canaux consultés et davantage de fatigue en France



Part de personnes fatiguées et nombre moyen de types de canaux consultés, même occasionnellement. Base : ensemble des répondants de chaque pays, 2026.

S'informer suppose en effet tout un travail. Il faut trouver un contenu, en apprécier la fiabilité, le replacer dans une histoire et comprendre ce qu'il change. Il faut aussi savoir quand on en a assez appris pour le besoin du moment. C'est ce que nous appelons le travail informationnel. L'accès au contenu peut être immédiat ; sa transformation en compréhension demande du temps et des appuis.

Ces difficultés concernent aussi des personnes qui se sentent à l'aise pour chercher. En France, 80% des répondants se disent confiants dans leur capacité à utiliser Internet et les moyens de communication pour s'informer. Pourtant, 39% éprouvent parfois des difficultés à trouver les informations dont ils ont besoin. Plus de la moitié – 54 % – estiment que la manière dont s'expriment les journalistes rend les sujets plus complexes. Ce jugement atteint 67% chez les très fatigués, pour 36% chez les personnes pas du tout fatiguées. Se sentir capable de chercher ne rend donc pas nécessairement la recherche facile.

Dans les entretiens, plusieurs personnes décrivent précisément leurs méthodes. Elles disent connaître les orientations des médias, savoir quand un titre peut exagérer et qu'une information mérite parfois d'être recoupée. Mais ces exigences doivent tenir dans le temps disponible. Quand chaque consultation semble appeler une vérification supplémentaire, le discernement devient lui-même une charge.

La confiance permet de ne pas faire seul tout ce travail. En 2026, 52% des Français font confiance aux médias d'information en général, une proportion un peu supérieure aux 49% de 2022 et de 2024. Ils sont 66% à faire confiance à ceux qu'ils consultent.

Pouvoir s'en remettre à un média crédible allège le travail de tri et de vérification. Il joue alors un rôle de tiers garant : il établit les faits, expose ses méthodes et répond de ce qu'il publie. Lorsque cette fonction devient incertaine, chacun peut se sentir tenu de reprendre seul le travail. Les uns confrontent davantage de sources ; les autres réduisent leur exposition. Le doute peut nourrir l'investigation autant que le retrait.

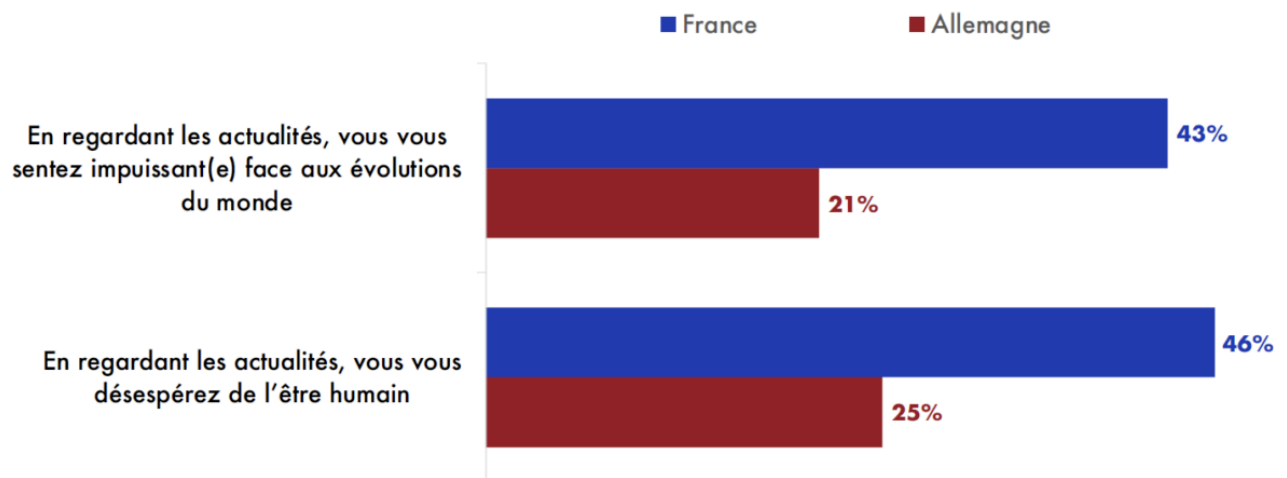
Il reste un autre effort, plus discret : interrompre la consultation. En 2026, 35% des Français ressentent au moins de temps en temps le besoin de rester connectés à l'information de peur de manquer quelque chose. Et 54% disent faire défiler des vidéos sur les réseaux sociaux bien plus longtemps que prévu, contre 50% en 2024. Ce débordement, qui concerne l'ensemble des vidéos et pas seulement l'actualité, est particulièrement répandu chez les jeunes : 75% des 18-24 ans le déclarent, vs 2 % des 65-75 ans.

Savoir quand s'arrêter devient ainsi une ressource. Un rendez-vous éditorial peut donner le sentiment que l'essentiel a été présenté ; un fil propose toujours une suite. La suffisance informationnelle désigne cette possibilité d'estimer que l'on en sait assez pour le moment et de passer à autre chose. Les résultats britanniques sont éclairants : une confiance relativement forte, en soi comme dans les médias, peut coexister avec des difficultés à interrompre la consultation. Savoir apprécier une information et réussir à s'arrêter sont deux capacités différentes.

Savoir davantage sans pouvoir davantage

À l'effort de compréhension s'ajoute ce que l'actualité fait éprouver. En France, 43% des répondants disent se sentir régulièrement impuissants face aux évolutions du monde lorsqu'ils regardent les actualités, pour 21% en Allemagne. Ils sont 46% à se désespérer régulièrement de l'être humain, pour 25% en Allemagne.

Graphique 6. Une impuissance plus souvent ressentie en France



Sentiments éprouvés régulièrement en regardant les actualités. Base : ensemble des répondants de chaque pays, 2026.

Cette impuissance prend des formes différentes selon l'âge. Elle est déclarée régulièrement par 35% des 18-24 ans et par 53% des 65-75 ans. L'écart tient d'abord à ce que l'actualité leur donne à voir et à la prise qu'ils gardent sur elle. Les plus âgés la reçoivent surtout par le journal télévisé et les chaînes d'information, où le monde arrive hiérarchisé autour de ses crises et se répète : neuf sur dix ont l'impression de revoir les mêmes nouvelles au fil de la journée, et quatre sur dix de subir l'information plutôt que de la choisir. À un âge où la vie professionnelle et militante s'éloigne, les occasions d'agir sur ce que l'on apprend se raréfient et le sentiment que le monde va trop vite s'accroît. Les plus jeunes gardent au contraire le sentiment de comprendre et l'envie d'agir, plus fréquents chez eux qu'à tout autre âge. Ce qui les use est ailleurs : la difficulté à s'arrêter, puisque trois sur quatre prolongent le défilement au-delà de ce qu'ils avaient prévu, et la culpabilité de ne pas s'informer assez, deux fois plus répandue que chez leurs aînés. Une fatigue globale assez proche recouvre donc deux expériences : une fatigue de l'impuissance chez les uns, une fatigue de l'attention chez les autres.

Les entretiens éclairent ce sentiment d'impuissance. Les personnes interrogées évoquent les guerres, les violences, les situations douloureuses dont elles connaissent les détails sans voir ce qu'elles pourraient y changer. Une femme de 49 ans, classée parmi les « défiants », ramène ainsi sa mise à distance à une question : « Est-ce que je peux faire quelque chose concrètement ? » L'information rend un problème présent, parfois très proche émotionnellement, sans rendre plus accessible la possibilité d'y répondre.

C'est une véritable impuissance informationnelle que cet écart entre ce que l'on sait et ce sur quoi l'on peut agir. Une nouvelle supplémentaire n'apporte pas toujours davantage de compréhension ni de capacité d'action. À force de voir les événements se succéder, certains finissent par douter de

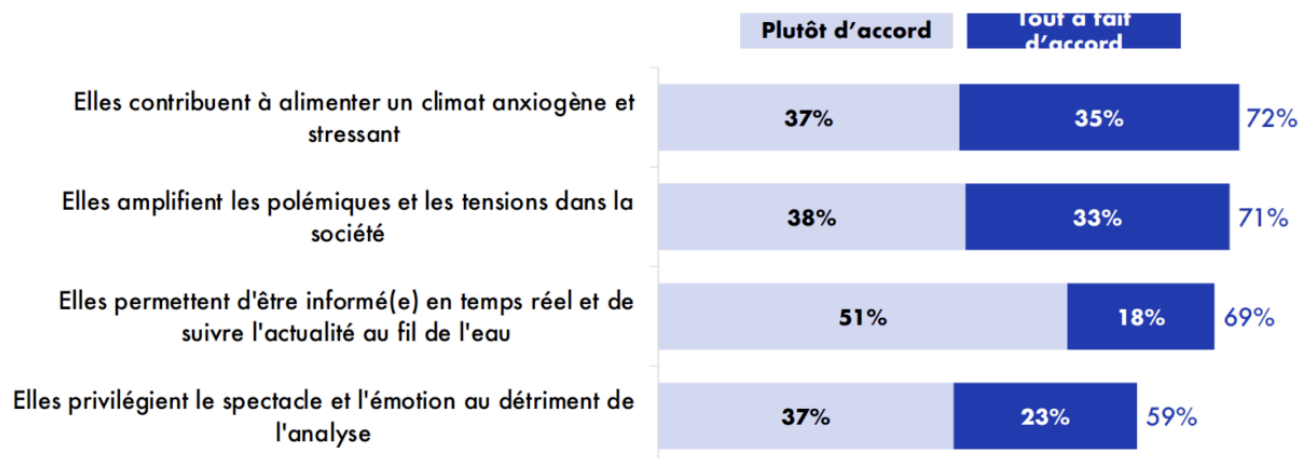
l'utilité de l'effort. En 2026, 55% ont régulièrement ou de temps en temps le sentiment qu'« une information chasse l'autre » sans suivi, et se demandent alors à quoi bon s'informer. Ils étaient 52% en 2022 et 57% en 2024. Le découragement demeure élevé.

L'information conserve pourtant ses bénéfices. Deux tiers des Français – 66% – éprouvent parfois ou souvent le plaisir d'apprendre quelque chose de nouveau en consultant l'actualité. Pour 47%, elle donne le sentiment de mieux comprendre le monde ; pour 46%, l'envie d'agir ou de s'engager. Retrouver ces effets assez souvent peut donner envie de continuer à s'informer.

Les chaînes en continu concentrent les contradictions

Les chaînes d'information en continu offrent un bon observatoire de cette ambivalence. En 2026, 69% des Français leur reconnaissent la capacité d'informer en temps réel et 58% les jugent indispensables en cas de crise ou d'événement majeur. Mais 72% considèrent qu'elles alimentent un climat anxieux, 71% qu'elles amplifient les polémiques et les tensions, et 60% qu'elles privilégient le spectacle et l'émotion au détriment de l'information.

Graphique 7. Les chaînes en continu jugées utiles et éprouvantes



Part se déclarant tout à fait ou plutôt d'accord avec chaque affirmation sur les chaînes d'information en continu. Base : ensemble des répondants, France, 2026.

Ces jugements coexistent chez les mêmes personnes : parmi celles qui regardent les chaînes d'information quotidiennement, 68% estiment qu'elles contribuent à un climat anxieux. On peut y revenir pour connaître les derniers développements tout en désapprouvant la manière dont ils sont présentés. L'utilité de l'information reçue ne fait pas disparaître le caractère éprouvant de la consultation.

La mécanique qui fait basculer du suivi au ressassement apparaît par ailleurs dans les entretiens.

Le direct répond à une attente lorsqu'il apporte un élément nouveau ou permet de comprendre un événement important. Il déçoit lorsqu'il prolonge l'attente, multiplie les commentaires et laisse le spectateur chercher lui-même ce qui a réellement changé. La répétition fatigue d'autant plus qu'elle semble dépourvue de valeur ajoutée.

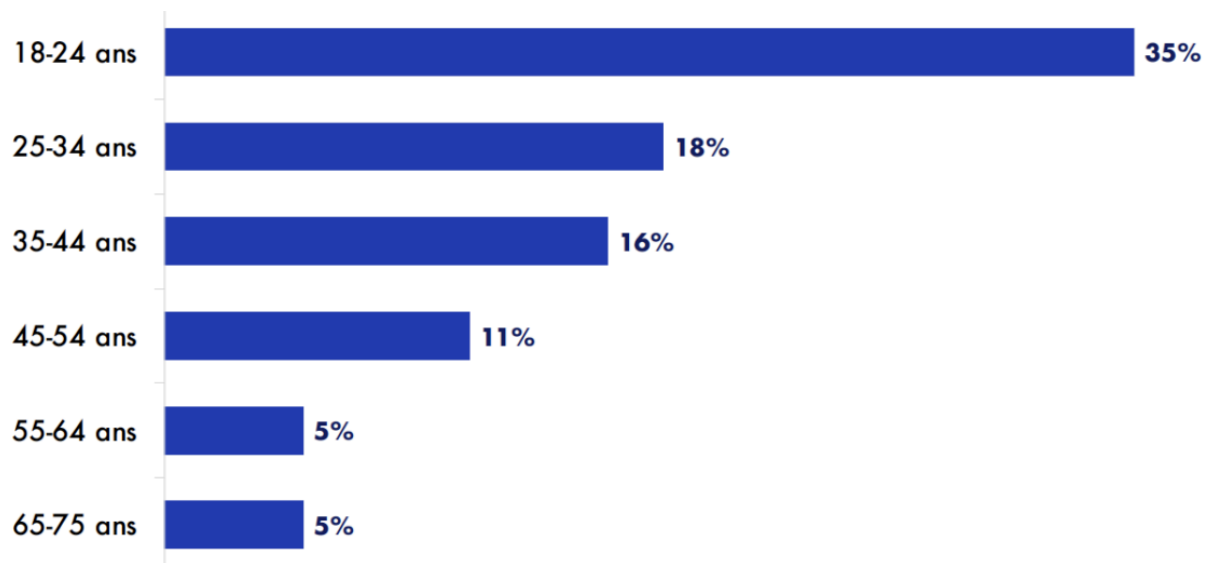
Ces attentes dessinent un travail éditorial précis : hiérarchiser, distinguer ce qui est établi de ce qui reste incertain, expliquer pourquoi une nouvelle compte. En prenant en charge une partie du travail laissé au public, les médias peuvent rendre le suivi moins éprouvant. C'est aussi ce que promettent les outils qui proposent, à la demande, une synthèse ou une explication.

Reste à interroger la responsabilité des médias eux-mêmes dans la fabrication de cette fatigue. Lorsqu'un événement devient le prétexte à une succession d'alertes, de commentaires et de réactions, la multiplication des contenus ne signifie pas nécessairement que le public est mieux informé. La distinction entre ce qui mérite une nouvelle séquence d'information et ce qui permet simplement d'occuper l'antenne devient alors essentielle. Cette question engage les choix des rédactions, mais aussi les modèles économiques qui organisent la concurrence pour l'attention. On ne peut demander aux citoyens de réguler leur exposition sans interroger les mécanismes qui cherchent en permanence à la prolonger.

L'intelligence artificielle et la compréhension déléguée

En peu de temps, l'intelligence artificielle (IA) a d'ailleurs déjà trouvé une place dans les pratiques d'information. Au cours du mois précédant l'enquête, 44 % des Français disent l'avoir utilisée pour s'informer sur l'actualité, dont 30 % au moins une fois par semaine et 14 % quotidiennement. L'écart d'âge est cette fois très marqué : l'usage quotidien concerne 35 % des 18-24 ans, contre 5 % des 65-75 ans.

Graphique 8. L'IA pour l'actualité déjà quotidienne chez un tiers des 18-24 ans



Usage quotidien de l'IA pour s'informer sur l'actualité au cours du dernier mois. Base : ensemble des répondants, France, 2026.

Les utilisateurs les plus intensifs de l'information y recourent eux aussi davantage. Parmi les personnes qui consultent plus de huit canaux chaque semaine, 37% utilisent quotidiennement l'IA pour s'informer sur l'actualité. Elle prend donc ici place dans des pratiques déjà denses.

Les motifs déclarés précisent cette attente. Parmi les utilisateurs, 38% recourent à l'IA pour comprendre un sujet qu'ils maîtrisent mal, 27% pour vérifier une information vue ailleurs et 23% pour obtenir un résumé rapide. L'envie de tester ces outils, par curiosité, est citée par 35%. La recherche de rapidité se mêle au besoin d'explication.

Nous avons toujours confié une part du travail d'explication à des journalistes, à des enseignants ou à des auteurs. Avec l'IA, cette compréhension déléguée prend une forme nouvelle : la réponse est produite à la demande, dans un échange ajusté à la question de chacun. L'outil promet en ce sens de trouver le bon niveau d'explication et de rapprocher plusieurs éléments sans que l'utilisateur ait à parcourir lui-même toutes les sources.

Dans les entretiens, certains apprécient la vitesse d'une synthèse ; d'autres prêtent à l'outil une neutralité supérieure à celle des médias. D'autres, à l'inverse, s'interrogent sur l'origine des réponses ou sur la possibilité de fabriquer des images trompeuses. L'enquête ne mesure pas les effets de ces usages sur la fatigue ou la qualité du jugement. Elle révèle toutefois l'intérêt pour une explication que l'on peut demander, faire préciser et adapter à son besoin.

Reste à savoir quelles garanties accompagnent cette délégation et cette facilité. Une explication accessible peut donner envie d'aller plus loin. Elle peut aussi procurer un sentiment de clarté qui

dispense d'examiner les faits ou une objection. Pouvoir revenir aux sources, repérer les incertitudes et contester une réponse compte alors autant que la facilité avec laquelle on l'a obtenue.

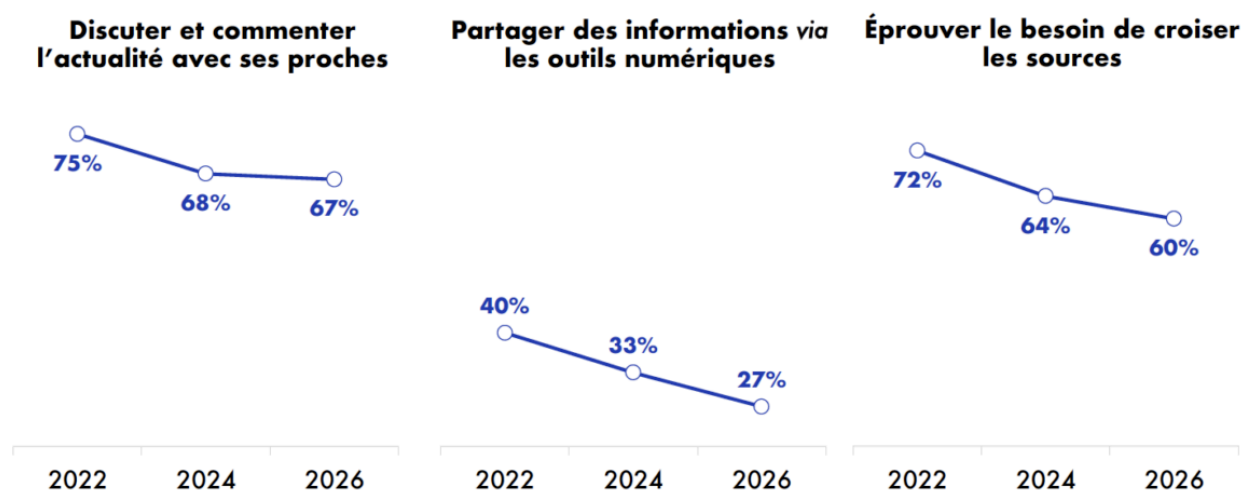
S'informer moins et autrement pour tenir

De l'exode à l'auto-protection

Entre 2022 et 2026, le nombre moyen de canaux consultés au moins de temps en temps passe de 8,3 à 7,2 ; celui des canaux utilisés quotidiennement, de 3,2 à 2,6. La diminution est plus forte entre 2022 et 2024, mais elle se prolonge légèrement par la suite. Le répertoire des moyens d'information se réduit.

Ce recul concerne aussi ce que l'on fait des nouvelles reçues. La proportion de Français qui discutent de l'actualité avec leurs proches au moins de temps en temps, le partage d'informations par les réseaux, les messageries ou encore le besoin déclaré de croiser plusieurs sources pour se faire une opinion sur les sujets importants : l'information circule moins, et certaines pratiques qui permettent de la discuter ou de la confronter perdent du terrain.

Graphique 9. Discuter, partager et croiser les sources : des pratiques en recul



Discussion et partage de l'actualité (régulièrement ou de temps en temps) et besoin déclaré de croiser les sources pour se faire une opinion sur les sujets importants. Base : ensemble des répondants, France, 2022-2026.

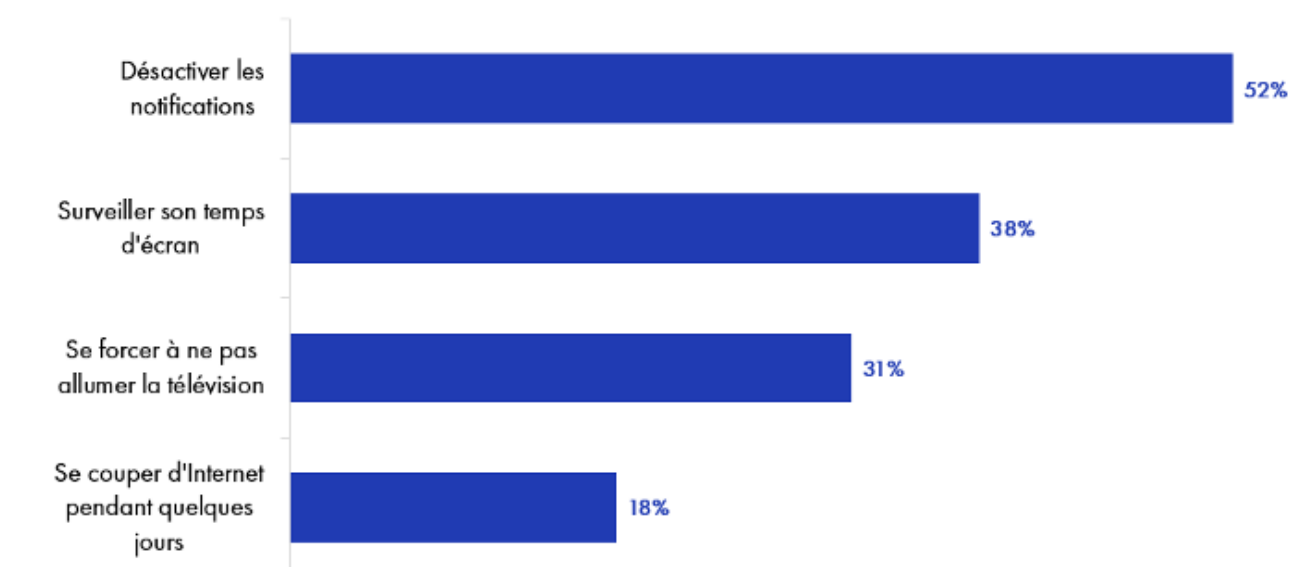
Ces évolutions demandent à être interprétées. Choisir moins de médias peut permettre de mieux lire ceux que l'on conserve. S'abstenir de partager peut relever de la prudence. Pour d'autres, le

retrait accompagne une perte d'intérêt ou le sentiment que l'actualité apporte peu au regard de ce qu'elle coûte. Les mêmes gestes n'ont pas toujours le même sens.

La limitation volontaire est en tout cas très répandue. En France, 74% des personnes interrogées déclarent limiter ou cesser de consulter l'actualité au moins de temps en temps, dont 27% régulièrement. Cette proportion est supérieure à celle observée en Italie, à 65%, au Royaume-Uni, à 59%, et en Allemagne, à 55%. Dans le pays où la fatigue est la plus élevée, la volonté de mettre l'information à distance est aussi la plus fréquente.

Pour y parvenir, beaucoup agissent sur leurs habitudes : 52% désactivent les notifications de leur téléphone au moins de temps en temps, 38% surveillent leur temps d'écran et 31% se forcent à ne pas allumer la télévision. Certains se coupent complètement d'Internet pendant quelques jours, à 18%. Au total, 87% de la population déclare au moins une des stratégies de régulation recensées, une proportion déjà atteinte lors des vagues précédentes.

Graphique 10. Des gestes ordinaires pour réduire les sollicitations



Pratiques déclarées régulièrement ou de temps en temps pour réguler son exposition à l'information. Base : ensemble des répondants, France, 2026.

Ces pratiques sont désormais ordinaires. Elles visent à préserver son attention, son temps ou son humeur, parfois à reprendre la main sur ses usages numériques. C'est cette recherche que désigne l'auto-protection informationnelle. Elle accompagne le resserrement des habitudes d'information sans toujours suffire à dissiper la fatigue.

Continuer à savoir sans se laisser envahir

Le dilemme apparaît nettement dans les entretiens. Plusieurs participants veulent rester au courant, tout en refusant que l'actualité occupe tous leurs moments disponibles ou ajoute une inquiétude à un quotidien déjà chargé. Ils ajustent leur exposition à ce qu'ils se sentent capables de supporter : lire les titres, interrompre un journal, changer de contenu ou réserver un moment à un sujet choisi.

Une femme de 29 ans, classée parmi les « détachés », explique qu'elle connaît déjà l'existence de certaines violences et qu'en recevoir les détails accroît son inquiétude pour son enfant. Ce qu'elle écarte, c'est une forme d'exposition dont elle ne voit plus le bénéfice. À l'autre extrémité des pratiques, un homme de 30 ans parmi les « boulimiques » ferme l'application ou se tourne vers un livre lorsque la consultation le fatigue. Le souci de se préserver traverse les profils.

Les week-ends et les vacances facilitent parfois la déconnexion : le rythme du travail change, les sollicitations sont moins nombreuses, certaines conversations perdent de leur urgence. Le rapport à l'actualité dépend alors de l'organisation de la journée et des relations qui l'accompagnent. Il varie avec ce que l'on a à faire, autant qu'avec ce que l'on souhaiterait savoir.

Le lien avec le mal-être aide à comprendre cette recherche de protection. Parmi les très fatigués, 68% déclarent avoir souffert de stress au cours du dernier mois, pour 55% de l'ensemble de la population ; 60% déclarent de l'anxiété, vs 46%. L'enquête ne permet pas de savoir dans quel sens fatigue et souffrances agissent l'une sur l'autre. Mais leur coexistence rend la réduction des sollicitations d'autant plus importante pour les personnes concernées.

On ne peut donc pas s'en tenir à demander à chacun de mieux gérer ses usages. Encore faut-il disposer de temps, de repères et d'une marge de choix. La présentation des contenus et la manière dont les interfaces sollicitent l'attention comptent aussi. Se protéger devient une tâche supplémentaire lorsque tout pousse à poursuivre la consultation.

Retrouver une information qui apporte quelque chose

Prendre ses distances conduit parfois à chercher d'autres sujets et d'autres formats. L'humour, l'information locale et les contenus positifs reviennent dans les entretiens. Chacun répond à une attente : prendre du recul, retrouver ce que l'on connaît, apercevoir une possibilité d'action. Tous peuvent rendre l'expérience de l'actualité moins pesante.

L'humour autorise d'abord une distance. Une participante de 24 ans, parmi les « boulimiques »,

apprécie une émission « sérieuse, mais qui ne se prend pas au sérieux ». Retrouver les faits de la journée dans un autre registre lui permet de continuer à les suivre. Chez un « détaché » de 43 ans, le plaisir de rire prend au contraire le pas sur l'intérêt informatif. Le divertissement peut entretenir un contact avec l'actualité ; la place qu'il laisse à sa compréhension dépend de ce que chacun vient y chercher.

L'information locale permet, elle, de comprendre ce qui se passe autour de soi, de reconnaître des lieux ou des situations et d'identifier ceux qui décident. Sa proximité ne la rend pas nécessairement moins conflictuelle. Elle aide en revanche à voir en quoi une nouvelle concerne sa vie ou celle de ses proches.

Les contenus positifs répondent également à une attente voisine lorsqu'ils montrent une initiative, une réponse à une difficulté ou des personnes qui agissent. Exposer un problème sans jamais en suivre les suites peut laisser le public démuni. Raconter ce qui se tente donne aussi de quoi réfléchir et discuter. Cela suppose de montrer les réponses et leurs limites, sans promettre une issue heureuse à toute situation.

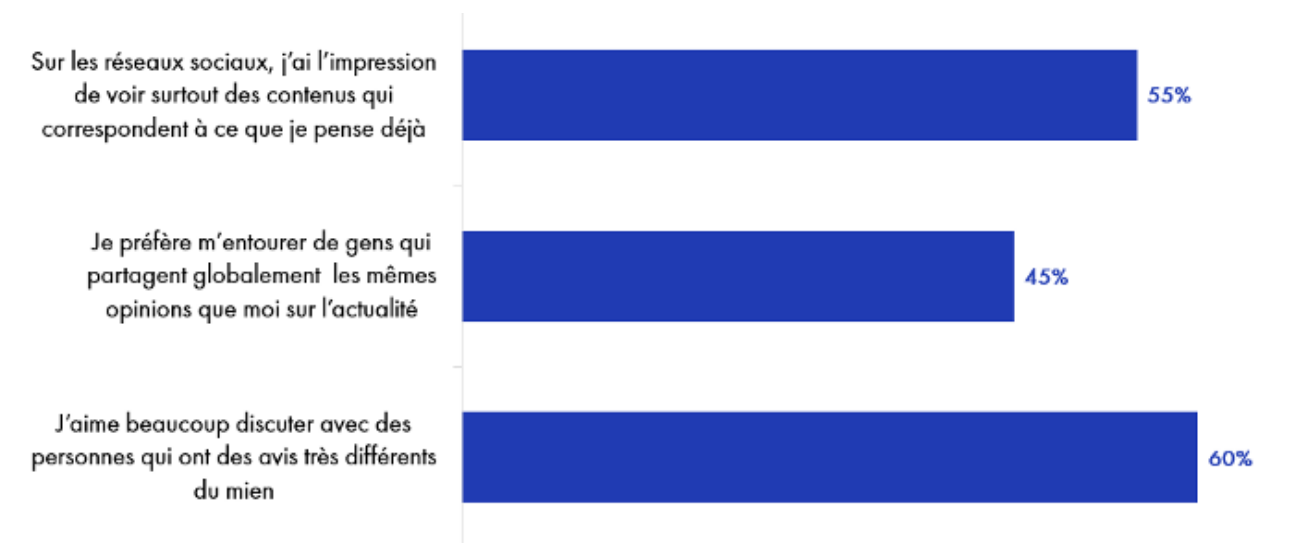
La recherche de brièveté coexiste enfin avec le goût des formats longs. Des participants apprécient les titres rapides et consacrent volontiers du temps à un podcast, à un documentaire ou à une enquête. Le format court les tient au courant ; le format long leur permet d'approfondir ce qu'ils ont choisi. L'attente porte moins sur la durée en elle-même que sur ce que l'on retire du temps consacré.

Se protéger sans s'enfermer

Mais que laissons-nous entrer, et que finissons-nous par tenir à l'écart ? En 2026, 55% des Français ont au moins de temps en temps l'impression que les réseaux sociaux leur montrent surtout des contenus correspondant à ce qu'ils pensent déjà. Ce ressenti ne mesure pas un enfermement effectif, mais il indique que beaucoup reconnaissent leurs propres opinions dans ce qui leur est proposé.

La préférence pour un entourage d'opinions proches concerne, elle, 45% des répondants. Elle est plus fréquente parmi les très fatigués – à 51% – que chez les personnes pas du tout fatiguées – à 37%. On peut faire l'hypothèse que la recherche d'un environnement moins éprouvant concerne aussi les relations : échanger avec ceux dont on connaît les positions peut sembler plus reposant.

Graphique 11. Opinions familières et goût de la contradiction coexistent



Sentiment de voir des contenus conformes à ses opinions (régulièrement ou de temps en temps) et préférence pour un entourage ou une discussion partageant les mêmes opinions (réponses « correspond plutôt » ou « tout à fait »). Base : ensemble des répondants, France, 2026.

La distinction entre bulles et cocons aide à comprendre ce mouvement. Les premières renvoient aux mécanismes de sélection qui organisent ce qui nous parvient. Les seconds désignent des environnements que l'on compose plus volontairement pour s'y sentir mieux. Choisir quelques sources peut redonner de l'attention et permettre une lecture plus exigeante : cela peut aussi réduire les occasions de rencontrer ce que l'on n'aurait pas recherché spontanément.

Le goût de la contradiction n'a pourtant pas disparu : 60 % des Français disent aimer beaucoup discuter avec des personnes ayant des avis très différents des leurs. Cela ne renseigne pas sur la fréquence de ces échanges, mais invite à chercher comment les rendre possibles sans qu'ils soient vécus comme une agression.

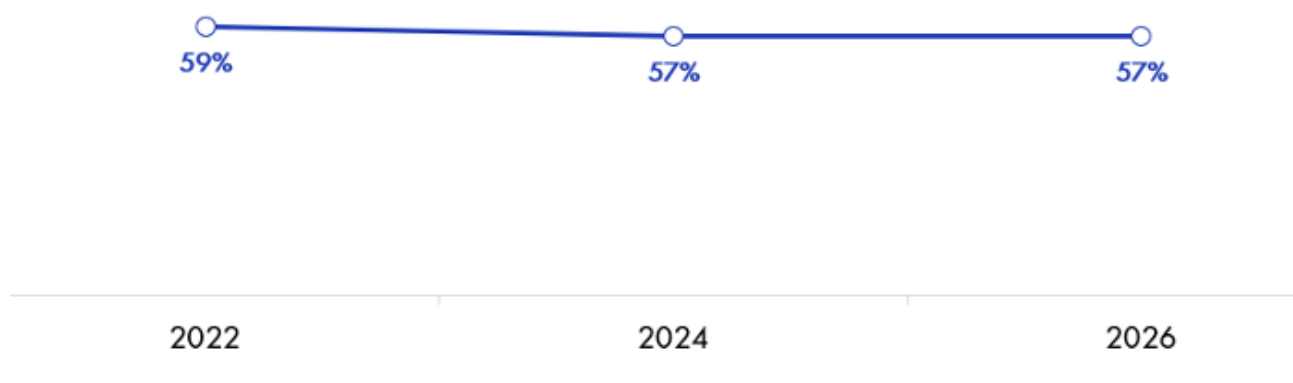
In fine, un retrait commence souvent par redonner de la disponibilité et l'envie de revenir vers les autres. Prolongé, il finit par faire disparaître certains sujets et réduire les occasions d'échanger. C'est là que l'auto-protection devient une question démocratique : que reste-t-il de nos possibilités de confronter nos expériences du monde ?

2027, un rendez-vous démocratique sous tension

L'information conserve sa valeur collective

L'idéal du citoyen informé garde des appuis. En 2026, 57% des Français accordent une importance élevée au fait de s'informer régulièrement dans les médias, avec une note de 7 à 10 sur 10. Ils étaient 57% en 2024 et 59% en 2022. On peut donc continuer à juger l'information nécessaire tout en lui consacrant moins de place.

Graphique 12. Une importance toujours reconnue au fait de s'informer



*Part attribuant une note de 7 à 10 sur 10 à l'importance de s'informer régulièrement dans les médias.
Base : ensemble des répondants, France, 2022-2026.*

Les entretiens montrent les raisons de cet attachement. S'informer aide à se sentir appartenir à la société, à anticiper un événement qui peut affecter son travail ou ses déplacements, à entrer dans une conversation, à connaître les programmes avant de voter. Une participante « détachée » de 29 ans rappelle elle-même qu'on ne peut choisir un candidat sans savoir ce qu'il propose. Une faible consultation habituelle peut donc coexister avec une exigence civique réelle.

L'information circule aussi à travers les proches. Deux tiers des Français discutent encore de l'actualité avec leur famille, leurs amis ou leurs collègues au moins de temps en temps. Ces relations donnent accès à des nouvelles et permettent de les reprendre ensemble, au-delà de la lecture ou du visionnage individuels.

Le service public de l'information conserve également une forte légitimité : 77% des Français le jugent important pour la démocratie. Cette attente demeure, alors même que beaucoup cherchent à réduire leur exposition. Il faut donc se demander comment remplir cette fonction collective dans des conditions compatibles avec le temps et l'attention dont chacun dispose.

La démocratie attend du citoyen qu'il s'informe ; l'expérience du flux le conduit souvent à se

protéger. Pour concilier les deux, la bonne volonté individuelle ne suffit pas. La qualité de l'offre, la façon dont elle parvient au public et les occasions d'en discuter sont aussi en cause.

Quand discuter devient une épreuve

L'information peut pourtant fragiliser les échanges qu'elle est censée nourrir. En 2026, 41% des Français disent avoir connu parfois ou souvent des tensions ou des désaccords avec leurs proches au sujet de l'actualité ou de questions de société. Ils sont 40% à en rapporter à propos de la véracité d'informations et 37% à propos de la fiabilité des médias ou des sources. Le désaccord porte donc aussi sur la manière d'établir ce qui est vrai.

Graphique 13. Des désaccords jusque sur ce qui permet d'établir les faits



Tensions ou désaccords avec les proches (parfois ou souvent) sur chaque thème lié à l'actualité. Base : ensemble des répondants, France, 2026.

Les tensions fréquentes sur au moins un des thèmes liés à l'information concernent 20% des Français. Elles sont particulièrement présentes chez les jeunes : 37% des 18-24 ans, pour 14% des 65-75 ans.

Le désaccord fait partie de la vie démocratique. Contester une interprétation, demander une preuve ou discuter d'une source peut améliorer le jugement. La difficulté apparaît quand poursuivre l'échange semble mettre la relation en danger. Dans les entretiens, un homme « submergé » de 24 ans explique qu'il préfère éviter la politique pour préserver ses relations avec ses collègues et ses proches. Une participante « traditionnelle » de 57 ans se tient elle aussi à distance de conversations qu'elle trouve trop emportées.

Se protéger consiste alors à préserver la relation en évitant certains sujets. D'autres se taisent parce qu'ils ne se sentent pas assez informés ou légitimes pour prendre la parole. Les raisons diffèrent, mais les échanges se réduisent. Certaines questions ne sont plus abordées, ou seulement avec ceux dont on connaît déjà les opinions.

Rester en relation malgré le désaccord suppose de pouvoir examiner un fait, hésiter ou changer d'avis sans être aussitôt assigné à un camp. La qualité d'une conversation dépend aussi de la place qu'elle laisse à ceux qui ne sont pas sûrs d'eux...

Ce que les familles politiques délèguent, et à qui

La proximité partisane ne change pas beaucoup le niveau de fatigue. Elle va de 46% chez les proches de Renaissance à 60% chez ceux de La France insoumise (LFI), et le Rassemblement national (RN) se situe exactement dans la moyenne, ce qui interdit d'y voir une fatigue des extrêmes. Ce qu'elle change, c'est la manière dont chacun résout le problème du travail informationnel : à quels intermédiaires il confie le tri, et avec quelle confiance. Les croisements portent sur le parti dont les personnes se sentent le plus proches, non sur leur vote ; ils décrivent des associations, sans isoler le rôle de la sensibilité politique de celui de l'âge ou du milieu social, et les effectifs des plus petits groupes appellent la prudence.

Trois configurations se dessinent. La première est celle du centre, autour de Renaissance. Ses proches mobilisent le répertoire le plus large – plus de huit canaux en moyenne –, regardent davantage les chaînes d'information en continu et les sites de médias, sont plus souvent abonnés à un média et, surtout, font confiance aux médias en général : 79%, contre 52% dans l'ensemble de la population. Ils délèguent aux intermédiaires établis, et cette délégation les protège : ce sont les moins fatigués. Elle a un prix, la difficulté à décrocher. La peur de manquer une information est plus répandue chez eux que partout ailleurs. Suivre beaucoup et faire confiance n'empêche pas de rester accroché. Les proches des Républicains partagent ces pratiques, un répertoire étendu et la fréquentation quotidienne la plus forte des chaînes d'information en continu, avec une fatigue tout aussi contenue. Mais leur rapport aux faits les rapproche de la droite extrême : c'est là, plus que dans les pratiques, que passe la frontière du bloc central, nous allons y venir.

La deuxième configuration est celle de la gauche insoumise. L'information y est intensément vécue, et vécue en ligne : les trois quarts s'informent chaque jour sur les réseaux sociaux, près de quatre sur dix y prennent leur premier contact avec l'actualité le matin, et le partage y est presque deux fois plus fréquent que dans la population. La confiance envers les médias en général est au contraire la plus faible – 42% – et la délégation se déplace vers d'autres tiers : les médias

numériques indépendants, consultés chaque semaine par plus d'un tiers, et le propre réseau de chacun. Cette configuration produit à la fois la fatigue la plus élevée et l'univers le plus fermé sur lui-même. Deux tiers des proches de LFI ont l'impression que les réseaux leur montrent surtout ce qu'ils pensent déjà, et autant préfèrent un entourage qui partage leurs opinions – la proportion la plus forte de l'échantillon –, alors même qu'ils disent aimer discuter avec des personnes d'avis différents. La gauche n'est pas d'un bloc : chez les écologistes, la radio et les podcasts prennent la place des réseaux ; au Parti socialiste (PS), le journal télévisé et les rendez-vous fixes restent la règle.

La troisième configuration est celle du RN. Ses proches combinent des pratiques de masse, le journal télévisé quotidien pour près de six sur dix, les réseaux sociaux pour deux tiers, avec une sélection à l'intérieur de ces pratiques : parmi ceux qui regardent les chaînes d'information en continu, plus d'un sur deux cite CNews, contre un sur trois chez les Républicains et un sur cinq au PS, quand France Info est citée par la moitié des proches de la gauche et par 15% de ceux du RN. Regarder le même type de canal ne signifie donc pas voir la même actualité. Ici, la délégation se segmente au sein même des médias établis. Elle s'accompagne d'un rapport particulier aux faits : près des trois quarts des proches du RN, et autant chez LR, estiment qu'en matière d'actualité « les médias ont leur version des faits, j'ai la mienne », contre la moitié des écologistes. Ce relativisme déclaré coexiste pourtant avec la conviction, très majoritaire partout, qu'il existe des faits objectifs sur lesquels tout le monde devrait s'accorder. Le désaccord ne porte pas sur l'existence des faits, mais sur ceux à qui l'on reconnaît le droit de les établir. C'est ce qui explique que rappeler les faits ne suffise pas toujours à rétablir l'accord. La participation polémique sur les réseaux, un peu plus fréquente au RN et à LFI, reste partout minoritaire.

Graphique 14. Des habitudes médiatiques différentes selon les sympathies partisans

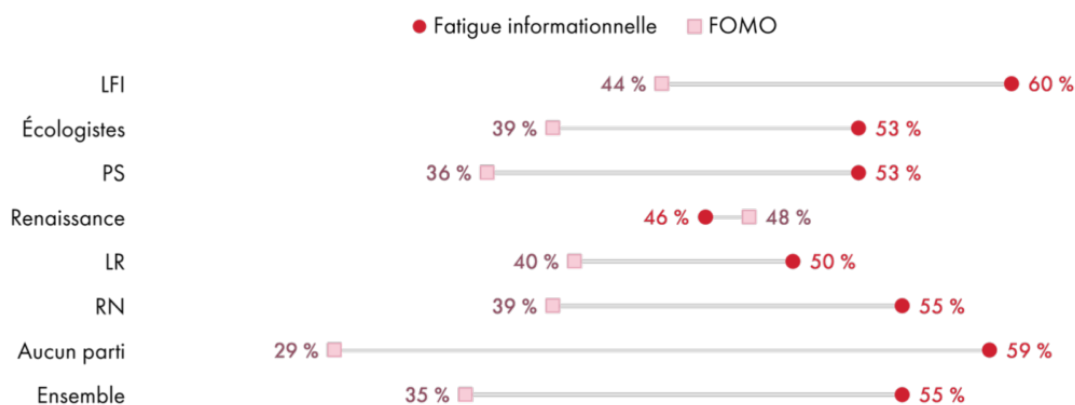
	Journaux télévisés	Réseaux sociaux	Chaînes en continu
LFI	36 %	78 %	19 %
Écologistes	30 %	51 %	13 %
PS	54 %	58 %	26 %
Renaissance	52 %	59 %	36 %
LR	57 %	63 %	42 %
RN	57 %	67 %	33 %
Aucun parti	42 %	60 %	17 %
Ensemble	47 %	62 %	24 %

Utilisation quotidienne de chaque canal pour accéder à l'actualité, selon la proximité partisane. Les usages se cumulent. Base : ensemble des répondants de chaque proximité partisane, France, 2026.

Il reste un quatrième groupe, plus nombreux que chacune des familles précédentes : les 35% de

Français qui ne se sentent proches d'aucun parti. Ils ne sont pas sortis de l'information – six sur dix s'informent chaque jour sur les réseaux sociaux –, mais leur suivi est plus irrégulier, leur répertoire plus étroit et l'importance qu'ils accordent au fait de s'informer nettement plus faible. Leur fatigue est pourtant parmi les plus élevées – 59% –, sans la peur de manquer qui va avec l'engagement : ils sont huit sur dix à limiter ou interrompre leur consultation. Éprouver le poids de l'information sans lui reconnaître beaucoup de valeur, sans intermédiaire de confiance et sans attache : c'est la configuration du retrait. À l'approche d'une présidentielle, ce public mérite autant d'attention que ceux qui occupent le débat par leurs prises de position.

Graphique 15. La fatigue et la peur de manquer ne se répartissent pas de la même manière



Fatigue (indicateur composite) et peur de manquer une information – FOMO – (régulièrement ou de temps en temps), selon la proximité partisane. Base : ensemble des répondants de chaque proximité partisane, France, 2026.

De la désinformation à la sécession

La lutte contre les fausses informations reste indispensable. Mais la troisième vague de l'enquête invite aussi à regarder ce qui se passe lorsque l'information est moins discutée, moins partagée ou moins confrontée à d'autres sources. Ces pratiques lui donnent une vie au-delà de la consultation individuelle. Leur recul peut affaiblir ce qui relie le fait de savoir à celui de participer.

Nous parlons de sécession informationnelle pour désigner ce recul. Il ne signifie pas que l'on quitte la citoyenneté : on peut suivre moins régulièrement l'actualité et se mobiliser sur une question précise. Le risque apparaît lorsque les retraits se cumulent et réduisent durablement la possibilité de se former un jugement, de le confronter et de le porter dans l'espace public.

La typologie aide à distinguer les situations. Certains restent très exposés, mais se sentent débordés et doutent de l'utilité de ce qu'ils reçoivent. D'autres entretiennent un rapport plus

lointain avec l'actualité et rencontrent moins souvent les informations qui pourraient les faire entrer dans un débat. Produire davantage de contenus risque d'accroître la lassitude des premiers sans nécessairement atteindre les seconds.

Il faut aussi distinguer la prudence du renoncement. Vérifier, reconnaître une incertitude ou refuser une opinion prématurée sont des gestes de discernement. Ce qui devient préoccupant, c'est le moment où examiner une question paraît durablement vain, trop coûteux ou sans rapport avec ce sur quoi l'on peut agir. Les témoignages d'évitement et le découragement exprimé rendent ce risque tangible.

Ces retraits peuvent modifier la composition de la discussion publique. Si ceux qui hésitent, nuancent ou se sentent insuffisamment informés parlent moins, les positions les plus affirmées occupent davantage de place. Un débat peut alors paraître très conflictuel tout en laissant à distance une grande partie de ceux qu'il devrait réunir. C'est ce risque que désigne la désaffiliation silencieuse : le lien aux affaires communes s'érode, sans rupture déclarée ni opposition spectaculaire. Et l'on parle ensuite de polarisation...

L'enquête donne des indices de ce retrait ; elle n'établit pas une rupture générale du lien démocratique. Elle conduit plutôt à interroger les possibilités de retour. Qu'est-ce qui peut redonner envie de suivre un sujet, rouvrir une conversation ou rendre une action envisageable ?

La présidentielle comme épreuve du commun informationnel

La question se pose dans un contexte de forte insatisfaction démocratique. En 2026, 74% des Français estiment que la démocratie fonctionne mal, contre 64% en 2022 et 73% en 2024. Fatigue informationnelle, distance aux institutions et sentiment d'impuissance peuvent se rencontrer dans les mêmes expériences. Aucun de ces éléments ne suffit à expliquer les autres.

À cela s'ajoute le sentiment de ne retrouver que partiellement sa vie dans les médias. Sur une échelle de 0 à 10, 76% des personnes interrogées donnent une note de 0 à 6 à la représentation de leur quotidien et de leurs préoccupations. Cette proportion atteint 81% dans les communes rurales, contre 68% dans l'agglomération parisienne. Elle monte à 84% chez ceux qui ne se sentent représentés par aucun des courants politiques proposés et à 82% chez ceux qui disent ne pas s'intéresser à la politique.

Graphique 16. Le quotidien se retrouve inégalement dans les médias



Notes de 0 à 6 sur 10 à la représentation de son quotidien et de ses préoccupations dans les médias, selon le lieu de résidence ou le rapport à la politique. Base : ensemble des répondants, France, 2026.

La participation de ces publics à la conversation électorale n'a rien d'acquis. Elle dépend aussi de la place qu'ils reconnaissent à leur vie dans les récits médiatiques et politiques. Une campagne s'adresse à des citoyens inégalement intéressés par les controverses, disponibles pour les suivre et convaincus que leur parole peut compter.

La présidentielle peut susciter une attention partagée, rendre des choix plus visibles et donner envie de chercher à comprendre. Dans le même temps, elle offre un terrain fertile à la répétition, aux polémiques et au sentiment de devoir suivre sans forcément apprendre. La manière dont elle sera racontée comptera donc autant que la quantité de contenus produits.

Les réponses ne relèvent toutefois pas des mêmes acteurs, et l'enquête permet de les distinguer. Aux rédactions revient d'abord le travail que le public n'arrive plus à faire seul. Hiérarchiser plutôt qu'ajouter : dire ce qui a changé depuis la veille, ce qui est établi et ce qui reste incertain, pourquoi un sujet compte. Donner une fin au moment d'information, avec des rendez-vous, des synthèses closes et des formats qui permettent de s'arrêter sans avoir le sentiment de manquer quelque chose ; c'est la ressource qui protège les « traditionnels » et elle est transposable. Suivre les sujets plutôt que les abandonner, puisque le sentiment qu'« une information chasse l'autre » nourrit le découragement d'un Français sur deux. Parler plus simplement, quand plus d'un Français sur deux estime que la langue des journalistes complique les choses. Et montrer le quotidien : trois Français sur quatre, et quatre ruraux sur cinq, ne retrouvent pas leur vie dans les médias.

La confiance, ensuite, demande des garanties concrètes. Pouvoir s'appuyer sur un intermédiaire tout en conservant la possibilité d'interroger son travail, autrement dit la délégation critique. Des

sources accessibles, des méthodes explicites, des corrections visibles et une responsabilité identifiable permettent au tiers garant d'alléger le travail du citoyen sans lui demander de renoncer à son jugement. Le service public de l'information, que 77% des Français jugent important pour la démocratie, dispose ici d'un capital que ne détiennent ni les plateformes ni les médias affinitaires, à condition d'en faire la démonstration plutôt que de l'affirmer.

Les intermédiaires numériques, kiosques, agrégateurs et applications, ont eux encore un rôle propre. Ils peuvent offrir ce que le fil des réseaux ne donne jamais : une sélection plutôt qu'un flux, un point de suffisance plutôt qu'une suite indéfinie, le choix d'un format long pour un sujet que l'on a décidé d'approfondir. La demande existe. Les participants aux entretiens apprécient le titre rapide et consacrent volontiers du temps à une enquête ou à un podcast ; ce qu'ils rejettent, c'est le défilement sans fin. Les réglages de notification, les limites à la recommandation continue et les repères sur le temps passé relèvent de la même logique. L'éducation aux médias gagnerait à prendre en compte cette dimension attentionnelle, reconnaître ce qui nous fait poursuivre et distinguer le besoin de savoir de l'impulsion à consulter encore, sans que cet apprentissage dispense les concepteurs de leur responsabilité dans la manière de solliciter l'attention.

Enfin, l'information peut rendre l'action plus accessible en montrant où se prennent les décisions, quels choix restent ouverts et comment y prendre part. C'est le levier le plus directement lié au cas français, celui de l'impuissance. Les attentes de proximité exprimées dans les entretiens donnent des pistes : rencontres locales, discussions accompagnées, enquêtes nourries des questions du public, suivi de ce qui se tente et de ce qui échoue. Ces occasions de partager des faits et des expériences peuvent aussi accueillir ceux qui se sentent peu représentés ou hésitent à parler, à commencer par le tiers de Français sans attache partisane que la campagne risque de traverser sans les rencontrer.

Reconstruire la confiance ne suffira pas si elle se reconstitue uniquement à l'intérieur d'univers informationnels séparés. Il faut aussi retrouver des procédures communes permettant d'examiner un fait, de confronter des affirmations contradictoires et de reconnaître une information établie, y compris lorsque l'on ne partage pas les mêmes préférences médiatiques.

Se protéger du flux peut être nécessaire pour rester disponible au monde. Encore faut-il que ce retrait laisse la possibilité de revenir vers les autres. À l'approche de 2027, la question est bien celle-là : comment faire de l'information quelque chose dont nous puissions nous servir ensemble, pour comprendre ce qui nous arrive, discuter de ce qui nous oppose et décider de ce que nous voulons changer ?

1. Cheffe de projet à L'ObSoCo.
2. Chef de projet à L'ObSoCo.
3. Directrice générale de L'ObSoCo.
4. Chargé d'étude à L'ObSoCo.
5. Journaliste, codirecteur de l'Observatoire des médias de la Fondation Jean-Jaurès.
6. Sébastien Boulonne, Guénaëlle Gault et David Medioni, *L'exode informationnel*, Fondation Jean-Jaurès, Arte, L'ObSoCo, 11 décembre 2024.