

QUATRE PAYS FACE À LA FATIGUE INFORMATIONNELLE

Sébastien Boulonne, Guénaëlle Gault, Simon Ginolin, David Medioni

23/10/2026

Fatigue informationnelle, exode informationnel, et désormais 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, qui montre qu'une part croissante des Français ne quitte pas l'information, mais se soustrait à l'espace informationnel commun. Qu'en est-il par rapport à nos voisins européens ? L'enquête permet une comparaison avec la situation en Italie, en Allemagne et en Grande-Bretagne ; Sébastien Boulonne¹, Guénaëlle Gault², Simon Ginolin³, et David Medioni⁴ en tirent les grands enseignements.

L'essentiel - Les chiffres clés

- La fatigue informationnelle n'est pas une singularité française, mais la France est en tête. 55% des Français sont fatigués par l'information, contre 51% des Italiens, 46% des Britanniques et 39% des Allemands.
- Ce n'est pas la quantité d'information qui fatigue. Les Allemands consultent plus de canaux que les Français et sont, de loin, les moins fatigués. Ce qui pèse, c'est la perte de prise sur le flux : ne plus savoir quoi regarder, quoi croire, jusqu'où vérifier, ni quand s'arrêter.
- Une fois prises en compte les expériences individuelles du flux (peur de manquer, sentiment d'impuissance, confiance dans sa capacité à s'informer), l'effet propre du pays disparaît. Les contextes nationaux agissent donc à travers les ressources qu'ils offrent, ou non, pour garder prise.
- Quatre réponses nationales à une même perte de maîtrise : la France se retire du flux, l'Italie vérifie sans parvenir à s'arrêter, l'Allemagne délègue à des intermédiaires de confiance, le Royaume-Uni sait juger, mais peine à décrocher.
- La ressource décisive est la délégation : pouvoir confier à des médias jugés crédibles une partie du travail de tri et de vérification. Là où cette confiance manque (France, Italie), chacun porte seul la charge. Là où elle existe (Allemagne), elle est toutefois inégalement partagée et certains s'en détournent.
- Pour les acteurs de l'information, l'enjeu est double : reconstruire une délégation critique et

suffisamment commune, et agir sur les dispositifs qui empêchent de s'arrêter.

Les résultats complets de l'enquête

Un Français ferme son application d'actualité avec le sentiment d'en avoir assez vu. Un Italien ouvre une deuxième source pour vérifier la première. Un Allemand laisse passer une information sans éprouver le besoin d'une seconde confirmation. Un Britannique sait qu'un titre est probablement futile, mais clique quand même.

Ces quatre scènes sont schématiques, mais elles résument l'enseignement central de la troisième vague de l'Observatoire de la fatigue informationnelle, la première à inscrire le cas français dans un cadre comparatif : menée auprès de 4000 personnes en France et de 1000 personnes en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni, l'enquête montre que nos voisins sont confrontés à un environnement informationnel de plus en plus semblable, mais qu'ils ne l'éprouvent pas de la même manière et ne mobilisent pas les mêmes ressources pour y faire face.

Une fatigue partagée, un gradient très net

La fatigue informationnelle n'est pas une exception française. Elle est présente dans les quatre pays, mais selon un gradient sans ambiguïté : 55% des Français, 51% des Italiens, 46% des Britanniques et 39% des Allemands sont fatigués par l'information. Seize points séparent la France de l'Allemagne. Le stress provoqué par le trop-plein d'informations dessine exactement le même ordre, de 53% en France à 38% en Allemagne.

Il serait tentant d'y lire une explication nationale : quelque chose dans la société française rendrait les Français plus vulnérables, quelque chose dans la société allemande protégerait les Allemands. L'analyse en régression conduit ailleurs. Le pays seul explique très peu les écarts de fatigue entre individus. Dès que l'on prend en compte le profil d'une personne, comment elle s'informe et surtout ce qu'elle éprouve devant l'information, on explique alors près de la moitié de ces écarts (46%). Ce qui pèse, c'est la peur de manquer une information, le doute sur sa propre capacité à s'informer, le sentiment d'impuissance et de désespoir devant l'actualité et, au bout du compte, le réflexe de se retirer. La manière dont on s'informe, en revanche, y change peu.

Cela ne signifie pas que les contextes nationaux soient sans importance, bien au contraire. Cela signifie qu'ils agissent à travers ces expériences : la manière dont on fait confiance, dont on vérifie,

dont on parvient ou non à se détacher du flux. La fatigue repose sur des mécanismes largement transnationaux, dont la fréquence et la combinaison varient d'un pays à l'autre. C'est cette combinaison que la comparaison permet de lire.

Méthode

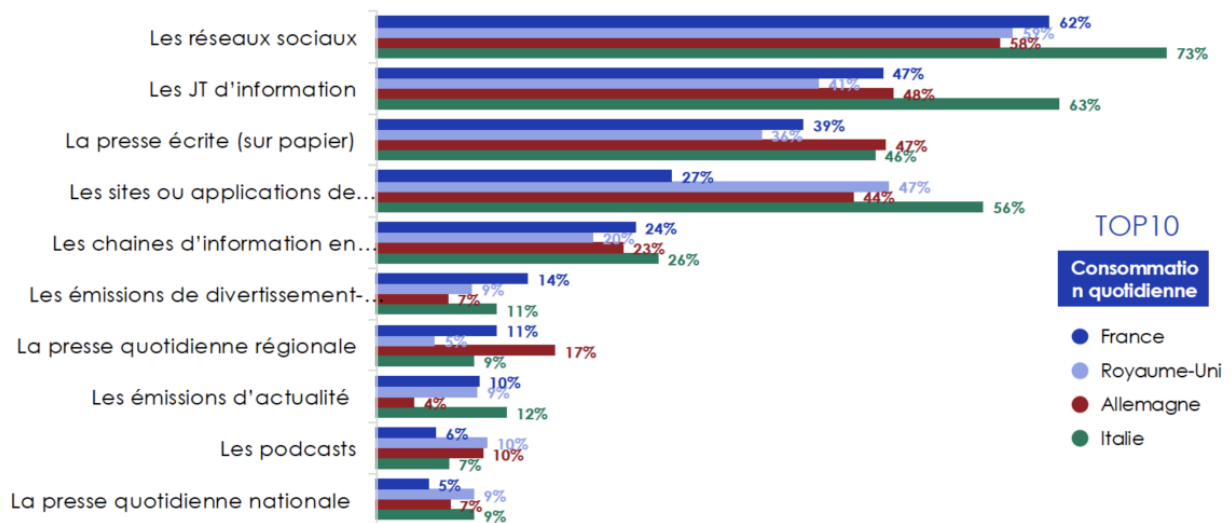
La régression linéaire hiérarchique explique le score global de fatigue en introduisant les variables par blocs successifs : pays, caractéristiques sociodémographiques, pratiques médiatiques, dimensions subjectives du rapport à l'information (« FOMO », confiance dans sa capacité à s'informer, impuissance et désespoir), puis rapport aux médias, au rythme du monde, bien-être psychologique, rapport à la politique et comportements de retrait. Elle identifie des associations et hiérarchise les mécanismes ; elle n'établit pas de liens de causalité.

Ce n'est pas la quantité qui fatigue

Les quatre pays partagent le même bouleversement. Longtemps, s'informer supposait un geste identifiable : acheter un journal, allumer la radio, regarder le journal télévisé. Le moment de l'information avait un début, une durée, une fin. L'environnement numérique a brouillé cette temporalité. Une actualité surgit au milieu d'un fil social, dans une notification, entre deux vidéos, dans le message d'un proche. L'information n'est plus seulement recherchée : elle vient à l'individu, souvent sans qu'il ait décidé de s'informer.

Partout, les réseaux sociaux sont désormais le premier canal d'information quotidien : 73% en Italie, 62% en France, 59% au Royaume-Uni, 58% en Allemagne, loin devant le journal télévisé, la presse papier ou même les sites et applications de médias. Et partout, la frontière entre « être en train de s'informer » et simplement « être en ligne » devient difficile à tracer. Un répondant sur deux, dans chaque pays, a l'impression en fin de journée de n'avoir rien lu ni entendu d'utile.

Graphique 1. Proportion, selon le pays, des personnes utilisant quotidiennement les différents canaux d'information



Le numérique ne remplace pas les formats traditionnels, il s'y ajoute. D'où un nombre élevé de canaux mobilisés. L'Italie est de loin le pays où la consommation est la plus dense : 9 canaux consultés au moins occasionnellement, 3,4 chaque jour. Viennent ensuite l'Allemagne (8,4 et 2,8), le Royaume-Uni (8,1 et 2,6) et la France (7,2 et 2,6).

Ce classement livre le premier résultat important du comparatif : la quantité d'information consommée et la fatigue ne se superposent pas. Les Allemands utilisent davantage de canaux que les Français et affichent le niveau de fatigue le plus bas. La France consomme moins que ses trois voisins et la fatigue y culmine. L'abondance est un terrain favorable, elle n'explique pas l'intensité. Ce qui fatigue, c'est le travail que le flux demande pour être trié, compris et interrompu, et ce que nous appelons le travail informationnel est détaillé dans la note consacrée à la France. Le comparatif montre autre chose : comment ce travail se distribue selon les pays et ce qui, ici ou là, permet de s'en décharger.

Car l'information ne circule pas dans un vide social. Elle décrit un monde que les quatre populations jugent déjà très largement complexe (de 82% en Allemagne à 87% en Italie), difficile à suivre (une personne sur deux dit avoir du mal à s'adapter à la vitesse à laquelle il évolue) et mal gouverné : la démocratie fonctionne mal pour 74% des Français, 69% des Italiens, 61% des Allemands et 53% des Britanniques. L'avenir est vu sombrement partout : à peine 8 à 15% pensent que les générations suivantes vivront mieux, et 60% des Français estiment que la vie de leurs enfants sera moins bonne que la leur.

Ce pessimisme collectif compte pour comprendre la fatigue, parce que l'actualité ne transmet pas que des faits : elle transmet aussi ses angoisses. Par ses choix éditoriaux, elle privilégie ce qui rompt avec l'ordinaire – crises, catastrophes, scandales, polémiques – et produit un effet de loupe :

le plus visible finit par paraître le plus fréquent, parfois le plus représentatif du réel. Dans une société perçue comme instable, avec un avenir jugé dégradé et des institutions considérées comme peu capables d'agir, chaque nouvelle information tend à confirmer que tout se détériore. L'information devient une charge à absorber plutôt qu'une ressource.

La sensibilité politique ne change guère le niveau de fatigue, à peine plus élevée à gauche. Elle change en revanche les sources auxquelles on accorde du crédit et le degré auquel on accepte de déléguer. En France, l'usage quotidien des chaînes d'information en continu passe de 18% chez les personnes très à gauche à 38% chez les personnes très à droite ; en Allemagne, c'est la droite qui s'informe le plus sur les réseaux sociaux. Partout, le sentiment d'impuissance face aux évolutions du monde est plus fréquent à gauche, et le centre est presque toujours le plus confiant envers les médias. Les pays ne forment pas des blocs homogènes, et les moyennes nationales recouvrent des univers informationnels qui se séparent selon les convictions.

Trois prises sur le flux

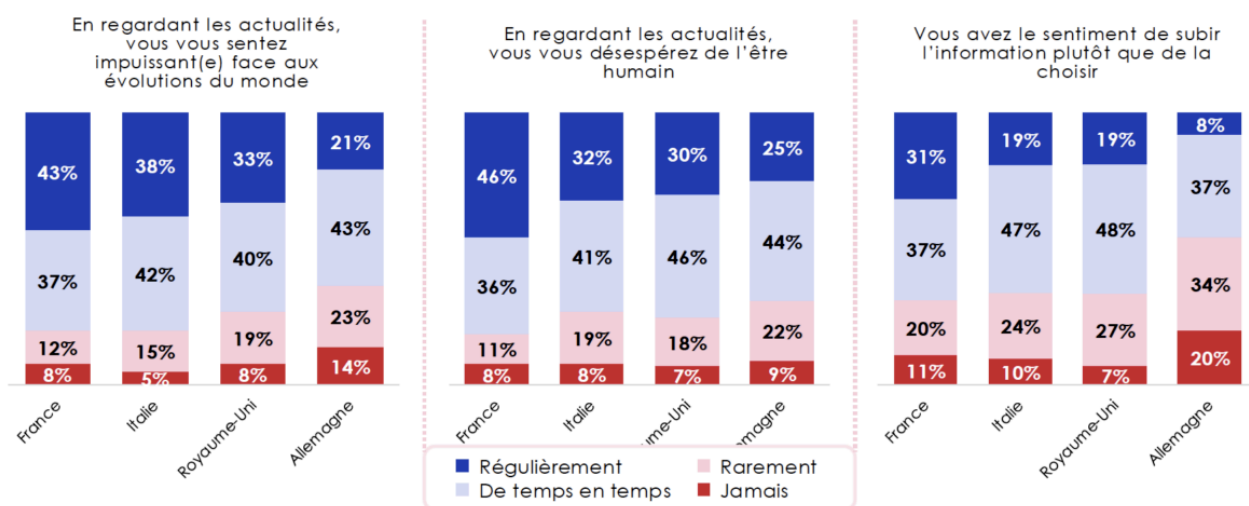
Si le monde paraît complexe à tous, la capacité à y garder prise diffère nettement d'un pays à l'autre. 57% des Allemands trouvent enthousiasmante la vitesse à laquelle le monde change, pour 24% des Français ; 54% des Allemands ont le sentiment de disposer de liberté et de contrôle sur leur avenir, contre 42% des Français et 36% des Italiens. C'est cette différence de prise, plus que la différence de perception, qui sépare les pays. Dans le domaine informationnel, elle se joue sur trois plans.

Le premier est attentionnel : savoir quand s'arrêter. Le FOMO (*Fear of Missing Out*), la peur de manquer une information importante, concerne 48% des Italiens, 38% des Britanniques, 36% des Français et 23% des Allemands. Il traduit l'absence d'un point de suffisance : le moment où l'on peut se dire que l'on en sait assez. Les logiques de captation de l'attention aggravent cette difficulté. Près de six Britanniques et six Italiens sur dix passent plus de temps que prévu à faire défiler des vidéos ; un Français et un Italien sur deux, 52% des Britanniques, ont du mal à s'empêcher de cliquer sur un titre dont ils savent d'avance qu'il sera futile.

Le deuxième est cognitif : savoir s'orienter. Une large majorité, dans les quatre pays, estime savoir reconnaître une information digne de confiance et se sent capable de s'informer avec les outils numériques, jusqu'à 93% au Royaume-Uni. Mais cette assurance n'empêche pas la peine : 52% des Italiens ont parfois du mal à trouver l'information dont ils ont besoin, pour 31% des Allemands. Se sentir compétent ne signifie pas s'informer sans effort.

Le troisième est affectif : supporter ce que l'on apprend. C'est le plan où les Français se distinguent le plus. 43% éprouvent régulièrement un sentiment d'impuissance face aux évolutions du monde lorsqu'ils suivent l'actualité, pour 21% des Allemands ; 46% ressentent régulièrement du désespoir vis-à-vis de l'être humain, vs 25% des Allemands. L'environnement contemporain a considérablement étendu notre capacité à savoir ce qui se passe – guerres, crises, catastrophes – en continu et presque instantanément. Il n'a pas étendu d'autant notre capacité à comprendre, et moins encore à agir. C'est ce décalage que nous appelons l'impuissance informationnelle, dont [la note sur la France](#) montre qu'elle pèse d'abord sur les femmes, les milieux modestes et les plus âgés. Le comparatif ajoute qu'elle n'est pas une fatalité de l'époque : à environnement médiatique comparable, elle est deux fois moins fréquente outre-Rhin.

Graphique 2. Fréquence, selon le pays, des différents ressentis suscités par l'actualité



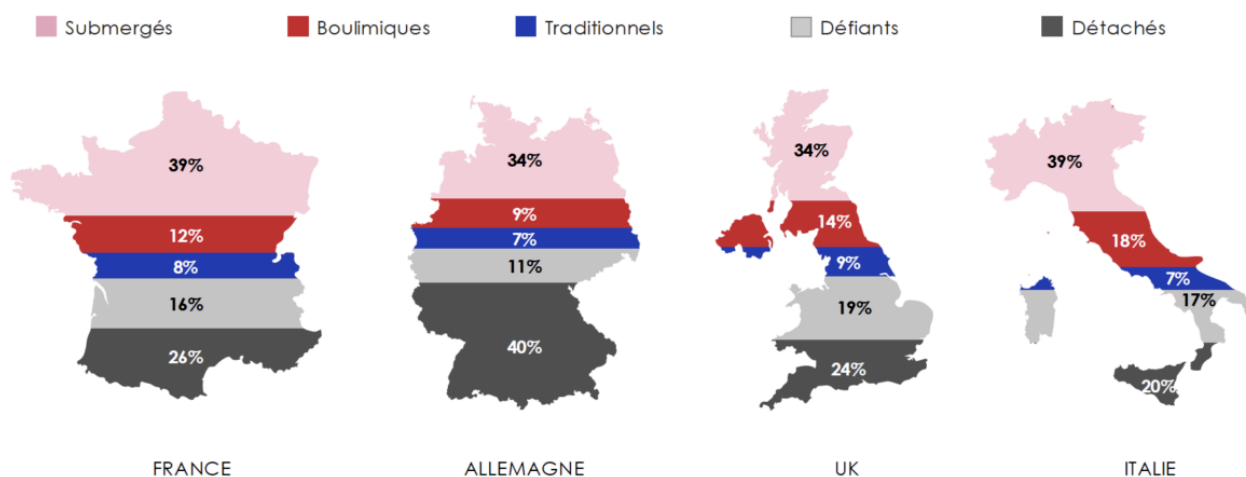
Un dernier repère confirme que la fatigue a sa logique propre. La satisfaction de vie moyenne varie à peine d'un pays à l'autre, de 6,4 à 6,6 sur 10, alors que la fatigue varie de seize points. La fatigue informationnelle ne se réduit pas à un mal-être général ; elle naît d'expériences spécifiques du flux. Et c'est sur les ressources mobilisées pour y répondre, s'arrêter, vérifier, déléguer ou se retirer, que les quatre pays se séparent.

Quatre configurations nationales

Il n'existe pas un Français, un Italien, un Allemand ou un Britannique type. Pour éviter une lecture culturaliste, nous avons reproduit dans chaque pays la typologie du rapport à l'information construite en France en 2022. Elle distingue cinq profils selon l'engagement dans l'information et l'intensité de la fatigue : les « traditionnels », engagés mais protégés par des pratiques structurées

autour des médias classiques ; les « boulimiques », grands consommateurs, notamment en ligne, à la fatigue élevée ; les « submergés », qui subissent l'information, peinent à se faire une opinion et se défient des médias ; les « défiants », moyennement engagés, très critiques envers les médias et la politique, mais sûrs de leur jugement ; les « détachés », enfin, qui consomment peu, sans être ni particulièrement défiants ni particulièrement fatigués. Les écarts entre pays tiennent au poids respectif de ces profils. C'est à cette condition que les quatre pays peuvent être lus comme quatre configurations dominantes.

Graphique 3. Répartition, selon le pays, des cinq profils de rapport à l'information

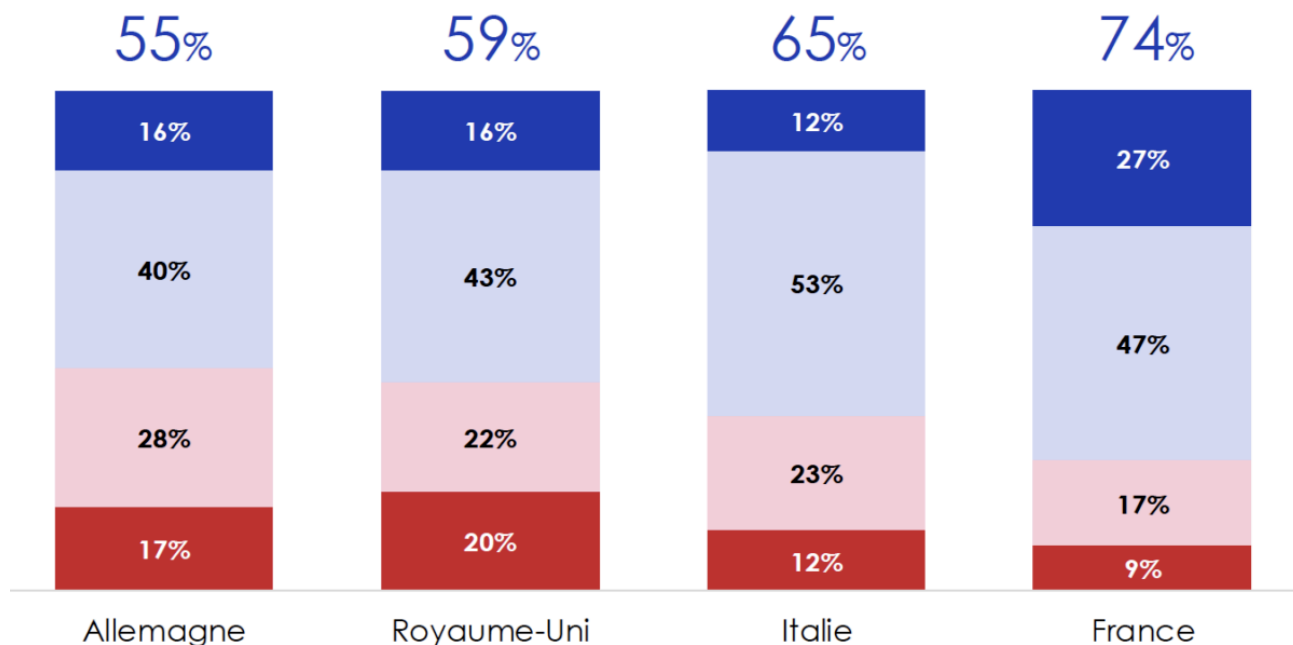


France : fermer le robinet sans retrouver le calme

La fatigue française est d'abord la plus intense du comparatif : 55% de fatigués, dont 39% de « très fatigués ». Elle est aussi la plus subie : 68% des Français ont le sentiment de subir l'information, 31% régulièrement, contre 8% des Allemands et 19% des Italiens et des Britanniques.

Sa singularité tient à la réponse qu'elle privilégie : prendre ses distances. 74% des Français limitent ou cessent parfois volontairement de consulter l'actualité, contre 65% des Italiens, 59% des Britanniques et 55% des Allemands ; 27% le font régulièrement, nettement plus qu'ailleurs. La typologie en porte la trace. Deux profils dominant : les « submergés » (39%) et les « détachés » (26%). Et ils progressent tous deux depuis 2022, de quatre points pour les premiers, de six pour les seconds. La distribution française se déplace vers deux relations dégradées ou distancées au flux : la submersion et le retrait.

Graphique 4. Proportion, selon le pays, des personnes déclarant limiter ou cesser volontairement de consulter l'actualité



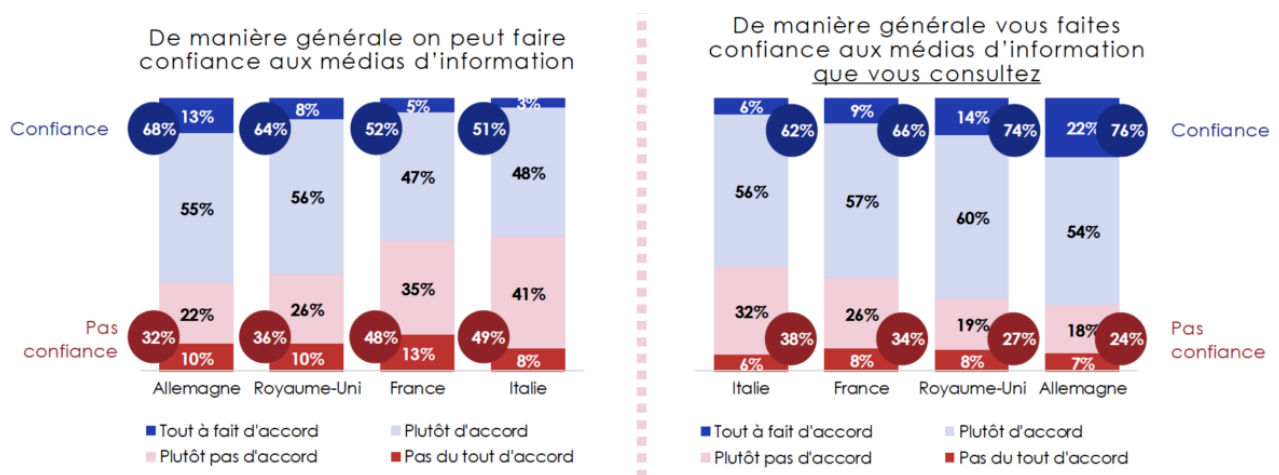
Tous les indicateurs d'engagement reculent sur quatre ans. Le nombre de canaux consultés est passé de 8,3 à 7,2, le nombre de canaux quotidiens de 3,2 à 2,6, la part d'abonnés payants à un média de 19% à 15%. Seuls 32% des Français ont des pratiques actives autour de l'information, contre 39% en 2022. Et l'importance accordée au fait de s'informer régulièrement n'est plus partagée que par 57% d'entre eux, contre 68% des Italiens. 55% se disent découragés par le fait qu'« une information chasse l'autre ». 55% se sentent agressés par un débat public trop polémique, deux fois plus qu'en Allemagne.

Le retrait touche aussi l'espace social qui se construit autour de l'information. 67% des Français discutent de l'actualité avec leur entourage, contre 75% en 2022. Le partage d'informations par réseaux sociaux, messagerie ou courriel a reculé de 40% à 27%. Le besoin de croiser les sources pour se faire une opinion est passé de 72% à 59%. Les plus fatigués sont aussi les plus attirés par des environnements homogènes : 51% des « très fatigués » préfèrent s'entourer de personnes partageant leurs opinions, contre 37% des « pas du tout fatigués ». Le retrait n'est donc pas seulement une baisse de consommation : il participe à une individualisation des univers informationnels.

Ce retrait s'explique par une confiance fragile. 52% des Français font confiance aux médias, contre 64% des Britanniques et 68% des Allemands. Faute d'un tiers auquel confier le tri et la vérification, le travail informationnel revient à l'individu : vérifier l'origine, comparer les récits, distinguer le fait

du commentaire. Il est d'autant plus lourd que 54% des Français jugent que la manière dont s'expriment les journalistes rend les sujets plus complexes. C'est ce que nous appelons la crise de la délégation informationnelle : ne pouvant déléguer, une partie de la population délègue moins, et s'informe moins. Le retrait résout l'équation, au prix des espaces de confrontation et de discussion.

Graphique 5. Proportion, selon le pays, des personnes exprimant de la confiance ou de la défiance à l'égard des médias d'information



Italie : vérifier sans parvenir à s'arrêter

L'Italie est le miroir de la France. Même fatigue, ou presque (51%), même confiance fragile envers les médias (51%), même sentiment que les journalistes compliquent les choses (66%, le niveau le plus élevé). Mais devant une même difficulté à déléguer, les Italiens ne ferment pas le flux : ils l'élargissent.

Leur consommation est la plus dense du comparatif : 73% utilisent quotidiennement les réseaux sociaux pour s'informer, 63% regardent chaque jour le journal télévisé, 56% consultent chaque jour un site ou une application de média, 13% un média en ligne indépendant, contre 4% en France. Ce sont aussi les champions de l'échange : 72% discutent de l'actualité avec leurs proches, 26% la commentent sur les réseaux et les forums. Ils sont les plus nombreux à accorder une grande importance au fait de rester informés (68%) et à ressentir le besoin de croiser les sources sur les sujets importants (74%, contre 41% en Allemagne). Le FOMO y atteint son maximum, 48%.

Cette recherche soutenue ne conduit pourtant pas à la suffisance. 52% des Italiens peinent parfois à trouver l'information dont ils ont besoin, 53% à distinguer ce qui est important, 55% à séparer le vrai du faux. 65% restent en ligne bien plus longtemps que prévu après être venus chercher une

information précise. Une source en appelle une autre, et la recherche ne se referme pas. L'effort déclaré en témoigne : plus d'un Italien sur deux juge que s'informer correctement demande un effort important, et 34% trouvent l'acte de s'informer fatigant, le niveau le plus élevé des quatre pays. Ces indicateurs convergents dessinent une sur-vérification : une quête répétée de confirmation qui alourdit le travail informationnel sans garantir d'atteindre un point d'arrêt. C'est une hypothèse interprétative, non un comportement mesuré par une question unique. Elle s'accorde avec l'histoire du système médiatique italien, où les liens anciens entre télévision, pouvoirs publics et forces politiques ont appris aux publics à choisir leurs chaînes selon leurs affinités, donc à considérer chaque source comme une version parmi d'autres. Quand on a grandi dans l'idée que l'information est toujours orientée, on la recoupe par réflexe.

La typologie confirme la configuration : 18% de « boulimiques » en Italie contre 12% en France, et 20% de « détachés » seulement, contre 26% en France et 40% en Allemagne. L'engagement intense y tient une place que les autres pays ne lui accordent pas.

L'intelligence artificielle s'insère dans cet écosystème. 18% des Italiens l'utilisent chaque jour pour s'informer, plus qu'ailleurs, et 56% y ont déjà eu recours pour l'actualité, contre 40% des Britanniques. Elle sert d'abord à comprendre un sujet mal maîtrisé (43%), puis à obtenir un résumé (26%) ou à vérifier une information vue ailleurs (26%). Dans un pays où trois personnes sur quatre ressentent déjà le besoin de croiser les sources, la question est ouverte : l'IA permet-elle de déléguer, ou devient-elle une source de plus à confronter ? La régression n'en fait pas un facteur de fatigue, ni dans un sens ni dans l'autre. Le cas italien montre en tout cas que chercher davantage pour reprendre la main peut alourdir précisément le travail que l'on cherche à maîtriser.

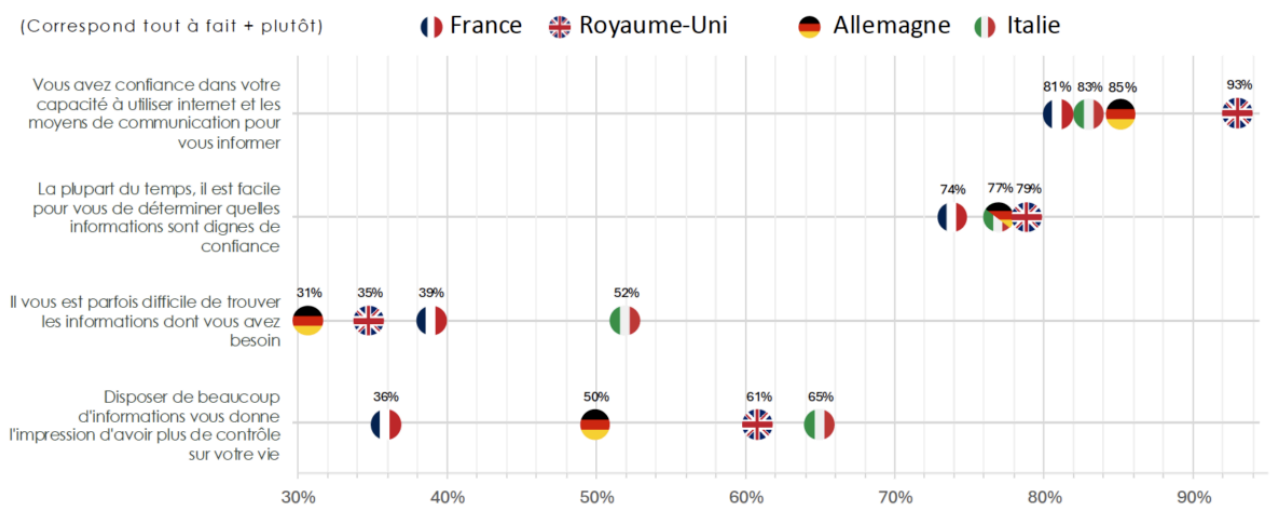
Allemagne : déléguer, mais à qui ?

L'Allemagne occupe l'autre extrémité du comparatif : 39% de fatigués, 38% de stress lié au trop-plein, 23% de FOMO, et la confiance médiatique la plus élevée, à 68%. Les « détachés » y représentent 40% de la population, contre 26% en France, 24% au Royaume-Uni et 20% en Italie.

Ce détachement n'est pas de l'indifférence. Les Allemands restent engagés : ils utilisent plus de canaux que les Français, écoutent massivement la radio (83%) et lisent la presse (65%), et 24% paient un abonnement à un média, contre 12 à 15% ailleurs. Il s'agit plutôt d'un rapport distancié et maîtrisé, proche d'une forme de pleine conscience informationnelle. Les supports y contribuent : un journal a une dernière page, une émission de radio se termine, un rendez-vous d'information a un horaire. Ces médias « finis » délimitent le temps de l'information, là où le fil d'une plateforme est conçu pour se prolonger indéfiniment et laisse à l'utilisateur la charge de s'arrêter.

Le sentiment de maîtrise est le plus élevé des quatre pays : 85% se sentent capables de s'informer avec les outils numériques, 77% trouvent facile d'identifier les informations fiables, et seuls 31% ont parfois du mal à trouver ce qu'ils cherchent. Surtout, le flux est plus facile à interrompre : 45% font défiler des vidéos plus longtemps que prévu, contre 54 à 59% ailleurs ; 32% ont du mal à résister à un titre futile, contre un sur deux en France et en Italie ; 41% ressentent le besoin de croiser les sources, contre 74% des Italiens.

Graphique 6. Proportion, selon le pays, des personnes exprimant un sentiment de compétence et de confiance dans leur capacité à s'informer



Cette maîtrise repose sur une double confiance : en ses propres capacités et dans les institutions journalistiques auxquelles une partie du travail de sélection et de vérification peut être confiée. La confiance fonctionne ici comme une économie du travail informationnel : lorsqu'un intermédiaire est jugé crédible, il devient possible de ne pas tout revérifier soi-même et de sortir du flux sans craindre de manquer l'essentiel. D'où vient cette confiance ? L'enquête ne le mesure pas, mais quatre traits du paysage allemand en font des hypothèses solides. Un audiovisuel public puissant, dont le financement est protégé par la Cour constitutionnelle et ne dépend pas de l'arbitrage budgétaire annuel, à la différence du modèle français. Une presse régionale et locale encore dense, qui rapproche l'actualité de ce sur quoi chacun a prise. Une journée d'information qui commence par la radio ou le journal plutôt que par les réseaux sociaux, ce qui donne au flux un cadre avant même qu'il ne déborde. Et un fédéralisme qui répartit la défiance politique au lieu de la concentrer sur un seul lieu de pouvoir.

Mais cette moyenne masque une fracture. La confiance allemande est nettement plus faible à droite, et surtout à l'extrême droite : 44% de défiance envers les médias, contre 20% à gauche, et 13% seulement des Allemands de droite se sentent bien représentés dans les médias, contre 22% à

gauche. Ils s'informent autant que les autres, mais autrement : davantage sur les réseaux sociaux (66% au quotidien contre 56% à gauche), sur les sites de médias et sur des sources en ligne « alternatives » (Junge Freiheit, Tichys Einblick, Compact Online). Notre enquête, réalisée avant les scrutins régionaux de 2026, n'en explique pas le résultat. Elle montre pourquoi il serait trompeur de faire de l'Allemagne le contre-modèle vertueux de la France : une même société peut combiner une forte confiance moyenne dans ses intermédiaires et des espaces politiques où la délégation est presque rompue.

Royaume-Uni : savoir juger sans savoir s'arrêter

Les Britanniques cumulent les deux confiances qui protègent les Allemands. Confiance en soi d'abord : 93% se sentent capables de s'informer avec les outils numériques, le niveau le plus élevé, et 79% trouvent facile de repérer les informations dignes de confiance. Confiance dans les institutions ensuite : 64% font confiance aux médias, 80% jugent le service public de l'information important pour la démocratie et 65% le tiennent pour plus fiable que les médias privés, la proportion la plus forte des quatre pays.

Cette double confiance ne les met pourtant pas à l'abri. Ils sont même les plus exposés aux mécanismes de captation : 52% ont du mal à s'empêcher de cliquer sur des titres qu'ils savent futiles, contre 32% des Allemands ; 58% passent plus de temps que prévu à faire défiler des vidéos ; 38% ressentent le FOMO, quinze points de plus qu'en Allemagne. À exposition comparable, les Britanniques déclarent plus souvent que les autres les comportements associés à la difficulté d'interrompre la consultation. L'enquête constate cet écart sans pouvoir l'attribuer à une cause. Deux traits du paysage britannique en font toutefois des hypothèses plausibles : une presse populaire qui a, plus tôt et plus fort qu'ailleurs, fait du titre accrocheur un art, et un marché numérique où les plateformes américaines se sont installées sans la médiation d'une presse régionale ou d'un audiovisuel régional comparables à ceux de l'Allemagne.

C'est ce qui distingue le plus nettement le Royaume-Uni de l'Allemagne : une confiance équivalente, mais qui cohabite avec un flux difficile à couper. La régression confirme que la confiance dans sa propre capacité à s'informer va avec une moindre fatigue. Le cas britannique rappelle qu'elle ne suffit pas. D'où un niveau de fatigue intermédiaire, 46%, et une société hétérogène où aucun profil ne domine : « submergés » 34%, « détachés » 24%, « défiants » 19%, « boulimiques » 14%, « traditionnels » 9%.

Il invite à compléter la littératie médiatique, comprendre ce que l'on consulte, par une littératie attentionnelle : reconnaître les mécanismes qui captent l'attention et être capable d'y mettre une

limite. L'éducation aux médias a beaucoup insisté sur la sélection des sources et le repérage des manipulations. Ces apprentissages restent indispensables, mais ils répondent mal à des plateformes dont l'objectif est de nous retenir le plus longtemps possible.

Recevez chaque semaine toutes nos analyses dans votre boîte mail

[Abonnez-vous](#)

De la surabondance à la crise de la délégation

Fermer le flux, vérifier davantage, déléguer à des intermédiaires de confiance, compter sur son propre jugement : les quatre pays apportent quatre réponses, toutes imparfaites, à une même question. Comment garder prise sur un environnement informationnel devenu abondant, continu et difficile à interrompre ?

Pays	Ce que le pays nous apprend	Forme de reprise de contrôle	Limite ou risque
France	Une charge affective et politique : la fatigue s'accompagne du sentiment de subir l'actualité et de connaître les désordres du monde sans prise pour agir.	Le retrait : réduire ou interrompre la consultation pour rendre l'information plus supportable.	Se protéger au prix du lien à l'actualité et à la discussion ; l'effet sur la fatigue n'est pas établi.

Pays	Ce que le pays nous apprend	Forme de reprise de contrôle	Limite ou risque
Italie	Vérifier davantage ne garantit pas d'en savoir assez : l'engagement et la multiplication des sources coexistent avec un effort élevé et une recherche difficile à clore.	La recherche de confirmation : croiser et multiplier les sources pour sécuriser son jugement.	La recherche sans fin, qui alourdit le travail informationnel sans dissiper l'incertitude.
Allemagne	Une moyenne apaisée qui masque de fortes fractures : confiance élevée, FOMO faible et moindre fatigue, mais des ruptures de confiance à droite.	Le détachement et la délégation : s'appuyer sur des intermédiaires crédibles pour alléger le travail.	Une confiance inégalement distribuée ; les groupes ne délèguent pas aux mêmes sources.
Royaume-Uni	Savoir juger ne signifie pas savoir s'arrêter : une forte confiance dans ses compétences coexiste avec des clics difficiles à éviter, du défilement prolongé et du FOMO.	L'autonomie de jugement sous contrainte attentionnelle.	Le décalage entre assurance et attention : la maîtrise attentionnelle est un enjeu distinct.

La surabondance crée le terrain de la fatigue ; elle ne suffit pas à l'expliquer. Le basculement se produit lorsque l'abondance devient une tâche : décider ce qui mérite l'attention, distinguer ce qui est fiable, hiérarchiser, déterminer quand on en sait assez. La fatigue est alors une affaire de maîtrise, cognitive pour comprendre et vérifier, attentionnelle pour interrompre le flux, affective pour supporter ce que l'on apprend sans avoir pris dessus.

La délégation est la ressource qui allège cette tâche. Mais la question n'est pas seulement de savoir

si l'on délègue : c'est de savoir à qui. Les écarts selon les sensibilités politiques montrent que les groupes ne s'appuient pas sur les mêmes intermédiaires ni avec la même confiance. La crise contemporaine de la délégation est aussi une fragmentation des délégations. L'Allemagne en offre une version politique. La France en développe une autre, au sein même des médias établis : la progression de CNews, la transformation d'Europe 1 et la circulation de journalistes et d'invités entre ces antennes, *Le Journal du dimanche* et d'autres titres du même groupe ont donné à une partie de la droite des intermédiaires de masse dont les thèmes, les figures et le vocabulaire lui sont familiers. Une délégation segmentée par affinité politique, longtemps considérée comme une spécificité italienne.

Lorsque les gouvernants sont perçus comme éloignés des préoccupations ordinaires (c'est le cas pour 69% des Français et 66% des Britanniques), que les médias paraissent mal représenter certains groupes et que la frontière entre faits et interprétations est elle-même contestée, la question n'est plus seulement « que dois-je savoir ? ». Elle devient double : « à qui puis-je confier une partie du travail qui me permet de savoir ? » et « comment préserver des règles communes pour établir les faits lorsque nous ne fréquentons plus les mêmes intermédiaires ? »

La confiance dans ses propres capacités reste une ressource, mais elle ne peut être l'unique réponse. Renforcer les compétences individuelles sans agir sur l'environnement fait peser sur chacun une responsabilité toujours plus lourde : être à la fois lecteur, *fact-checker*, spécialiste des sources, gestionnaire de son attention et arbitre de la crédibilité. À l'inverse, déléguer sans condition à des intermédiaires affinitaires ou à des plateformes personnalisées réduit l'effort tout en accentuant la fragmentation du monde commun. Le problème est autant institutionnel qu'individuel.

Les leviers qui en découlent, pour les rédactions, le service public, les intermédiaires numériques et ceux qui feront campagne en 2027 sont développés dans [la note consacrée à la France](#). Le comparatif y ajoute une leçon propre : aucun des quatre pays n'a trouvé la bonne réponse, mais chacun en détient une pièce. L'Allemagne montre ce que vaut un intermédiaire auquel on peut se fier et un moment d'information qui a une fin. Le Royaume-Uni rappelle que la compétence ne dispense pas d'apprendre à s'arrêter. L'Italie montre qu'on ne sort pas de la défiance en vérifiant davantage. La France, enfin, montre que le retrait protège l'individu et appauvrit le débat, et qu'il faut donc agir sur ce qui le rend nécessaire plutôt que sur ceux qui s'y résignent.

Une société informationnelle soutenable ne peut reposer sur l'idée que chacun doit vérifier seul tout ce qu'il reçoit. L'enjeu est un environnement où l'on puisse rester critique sans être condamné à la méfiance permanente, autonome sans être laissé seul face au flux, attentif sans être

constamment capté, informé sans être réduit à l'impuissance, et assez confiant pour déléguer une partie du travail informationnel sans renoncer à son propre jugement. C'est faire de l'information une ressource d'encapacitation : permettre aux citoyens de peser sur le monde, plutôt que d'en porter seulement le poids.

1. Chef de projet à L'ObSoCo.
2. Directrice générale de L'ObSoCo.
3. Chargé d'étude à L'ObSoCo.
4. Journaliste, codirecteur de l'Observatoire des médias de la Fondation Jean-Jaurès.