Fondation Jean Jaurès

Société

LES FRANÇAIS ET LA FATIGUE INFORMATIONNELLE. MUTATIONS ET TENSIONS DANS NOTRE RAPPORT À L'INFORMATION

Guénaëlle Gault, David Medioni

01/09/2022

On sait peu ce que la multiplication des canaux d'information, leur profusion et leur transformation dans la façon de les produire induisent précisément sur les individus. Pour mieux appréhender ce phénomène de fatigue informationnelle, en mesurer la portée, en saisir les enjeux et les risques, L'ObSoCo, Arte et la Fondation Jean-Jaurès se sont associés pour mener une enquête inédite.

Images terribles des combats en Ukraine, théories du complot démultipliées sur la pandémie, campagne présidentielle faisant une large part à l'invective, polémique sur les incidents au Stade de France en marge de la finale de la Ligue des champions, condamnations judiciaires en rafale... Toutes ces informations et bien d'autres encore déferlent non-stop à la télévision, en une des journaux, partagées, commentées et amplifiées sur les réseaux sociaux, dans des boucles WhatsApp, sujets de podcasts... Tout se passe comme si chaque individu vivait de plus en plus, dans son rapport à l'information, la même expérience que celle vécue par le réalisateur Morgan Spurlock dans son documentaire *Super Size Me* dans lequel il décidait de manger matin midi et soir chez McDonald's pour mesurer les effets que cela engendrait sur sa santé. Chacun et chacune sent bien aujourd'hui que le monde de l'information est une forme de McDonald's géant où l'on peut s'abreuver de Big Mac et de « Face à Baba » en permanence et que, comme le héros de *Super Size Me*, la déprime, l'obésité et le risque de rejet deviennent de plus en plus possibles, pour ne pas dire probables ou certains. Bienvenue dans le merveilleux monde de « Super Size News » !

Pourtant, le sujet est très peu abordé – et encore plus rarement étudié – de savoir ce que la multiplication des canaux d'information, leur profusion et leur transformation dans la façon de les produire induisent précisément sur les individus.

Les notions de surcharge informationnelle[1], d'infobésité[2], le syndrome de saturation cognitive sont

cependant des éléments cruciaux à prendre en compte. L'information, bien commun, permet de comprendre notre environnement, de se situer dans celui-ci, de prendre des décisions… Mieux, elle est « un réducteur d'incertitude », comme l'écrit Caroline Sauvajol-Rialland[3]. Qu'en est-il quand sa profusion et la fatigue qu'elle est susceptible d'engendrer empêchent sa métabolisation ?

Ce phénomène ne représente-t-il pas par ailleurs une menace pour la santé mentale des citoyens (que l'on sait déjà fragilisés après la pandémie) – menace qui, en fonction de ses proportions, mériterait d'être considérée comme un problème de santé publique ? Et ne s'agirait-il pas de surcroît d'une force de nuisance considérable pour le fonctionnement de la société et de la démocratie ?

C'est précisément pour appréhender ce phénomène de fatigue informationnelle, en mesurer la portée, en saisir les enjeux et les risques que L'ObSoCo, Arte et la Fondation Jean-Jaurès se sont associés pour mener une enquête inédite. Un travail nécessaire et préalable à une réflexion sur les possibles moyens de lutter contre celle-ci.

Les profonds bouleversements des pratiques informationnelles

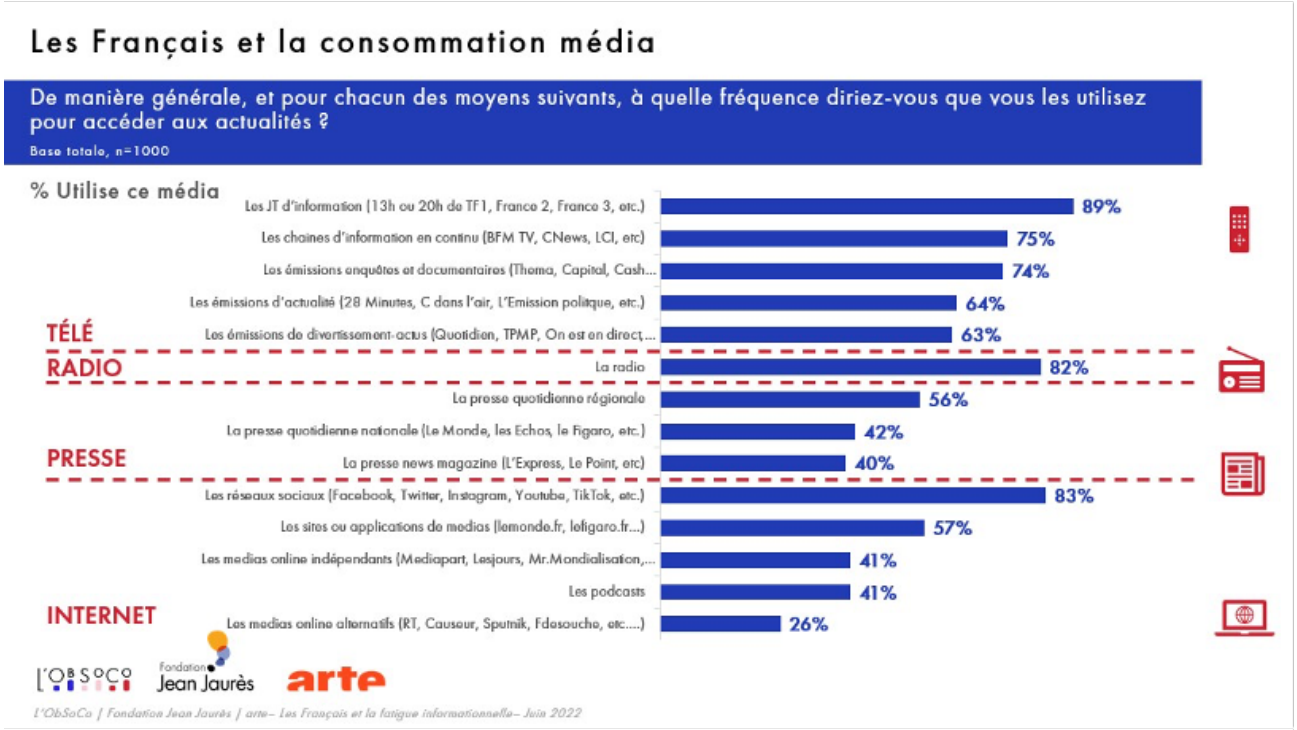
Pour une majorité de Français, il est important de s'informer régulièrement dans les médias (59%). Pour un Français sur cinq, c'est même « très » important (20%). Pour autant, les façons de le faire ont considérablement changé en une poignée d'années.

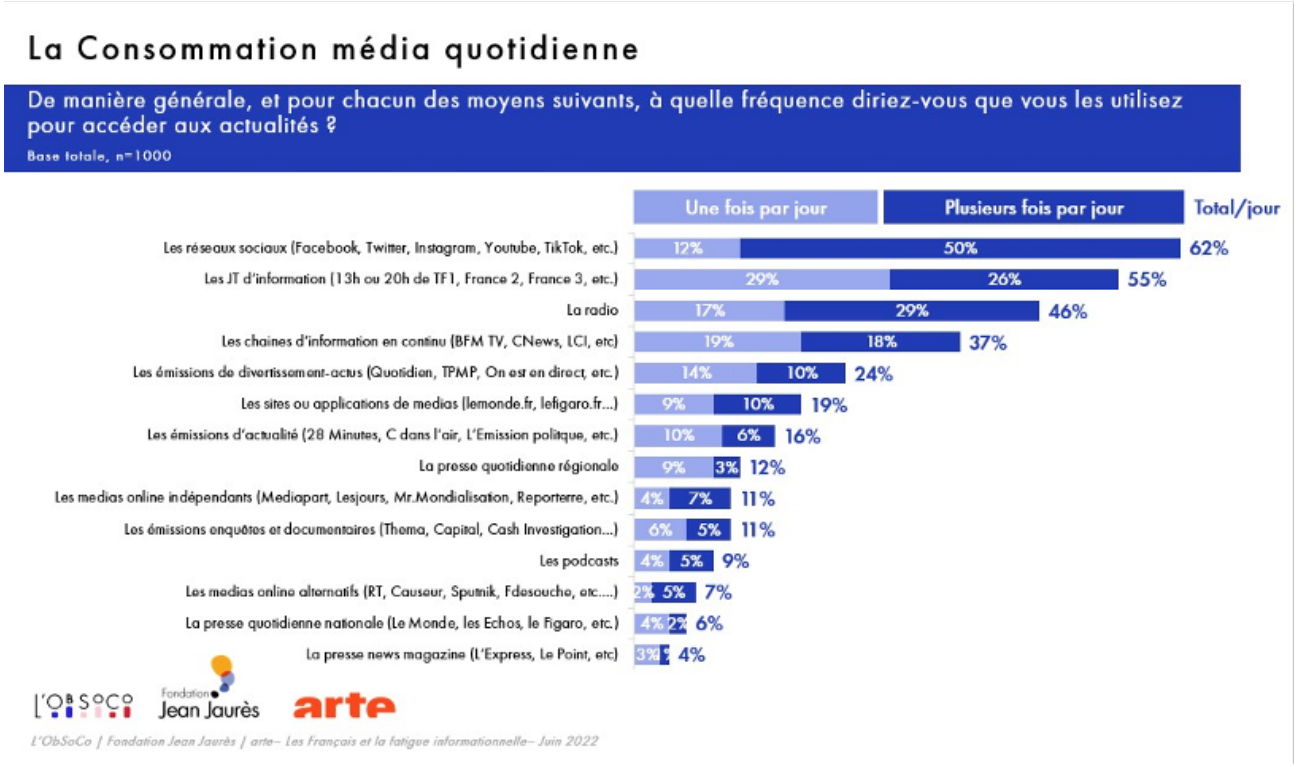
Éparpillé façon puzzle. Depuis vingt ans, le paysage de l'information a connu des transformations majeures. Celles que l'on appelle encore parfois les « nouvelles » technologies de l'information sont entrées tellement rapidement dans les usages que l'adjectif paraît désormais impropre. Mais que l'on y songe : en 2005, un Français sur deux (52%) était connecté, ils sont désormais plus de neuf sur dix (92%). Il y a dix ans, 17% possédaient un smartphone, ils sont aujourd'hui 84% ; 4% une tablette, ils sont 56% aujourd'hui ; 23% étaient sur les réseaux sociaux, ils sont aujourd'hui plus des deux tiers (67%)[4].

Ce faisant, c'est tout un écosystème qui s'est à la fois enrichi et fragmenté. Et le potentiel d'accès des Français à l'information – et au-delà leur rapport à celle-ci – qui s'en est trouvé fondamentalement transformé. Car le moins qu'on puisse dire est que les Français s'en sont saisis.

De manière incrémentale, car aujourd'hui, pour s'informer, ils utilisent en effet en moyenne 8,3 canaux différents et 3,2 quotidiennement. Trois canaux dominent : le JT télévisé de 13 heures ou 20 heures (89% s'informent en général par son intermédiaire), les réseaux sociaux (83%) et la radio

(82%). Mais la hiérarchie se trouve franchement modifiée si l'on ne retient que l'usage quotidien. En effet, 62% utilisent les réseaux sociaux, dont 50% plusieurs fois par jour, 55% les JT (dont 26% plusieurs fois par jour) et 46% la radio (dont 29%). Et l'on notera les usages non négligeables de formats parmi les plus récents que sont par exemple les podcasts, médias indépendants ou alternatifs.

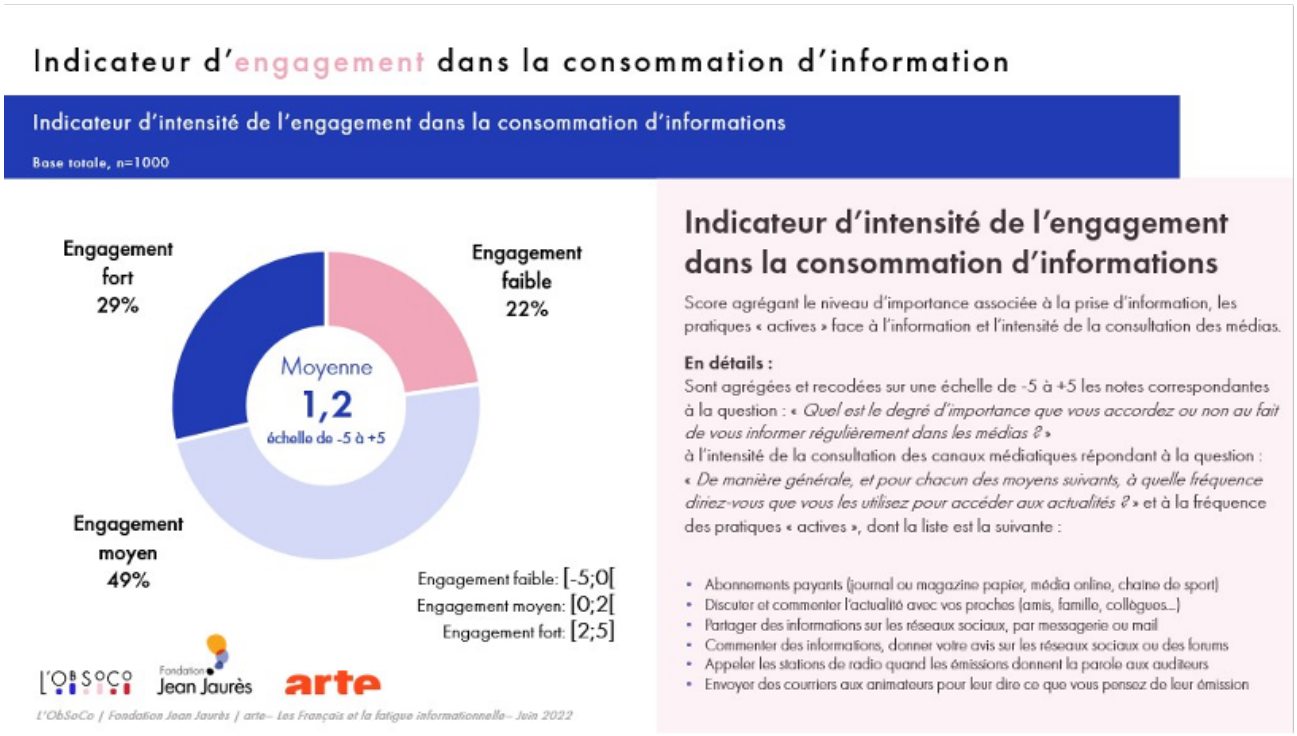




À changement des usages, changement dans la nature même de la production et diffusion

d'informations. On le voit bien : quand le *la* était donné par le JT il y a encore quelques années, celui-ci vient aujourd'hui souvent se nourrir et valider ce qui émerge d'abord sur internet et les réseaux sociaux. Un espace conversationnel où désormais 40% des Français partagent des informations et 29% les commentent ou donnent leur avis.

Au total et si l'on agrège l'importance qui lui est accordée, l'intensité de la consultation des médias, mais aussi les pratiques actives, 29% des Français témoignent d'un engagement fort dans la consommation d'informations, 49% d'un engagement moyen, 22% d'un engagement faible. On notera que les plus engagés montrent un profil plutôt urbain, aisé et intéressé par les enjeux politiques. Sur ce dernier point : 59% des personnes se disant très intéressées par la politique ont un engagement fort dans la consommation média pour 5% de ceux qui le sont peu.



S'agissant des canaux d'information, si la hiérarchie diffère peu selon que l'on est très ou peu engagé dans la consommation d'information, l'intensité de consultation est logiquement plus élevée, mais se démarque plus encore concernant les chaînes d'information en continu (fréquentées par 37% de l'ensemble des enquêtés, mais par 56% des plus engagés, soit un différentiel de +19 points), les sites ou applis médias (respectivement 20% et 36%, soit +16 points), les émissions de divertissement-actus (23% / 37%, soit +14 points) et les réseaux sociaux (utilisés pour s'informer par 61% de l'ensemble des enquêtés, mais par 74% des plus engagés, soit un différentiel de +13 points).

Dans ce contexte de fragmentation et multiplication des usages, rien d'étonnant à ce qu'un tiers

des Français (35%) admettent devoir faire des efforts pour s'informer correctement, dont un sur dix « beaucoup » d'efforts. Une difficulté davantage éprouvée par les plus jeunes (48%) et ceux qui tiennent à s'informer régulièrement (49%).

Plus d'un Français sur deux souffre de fatigue informationnelle

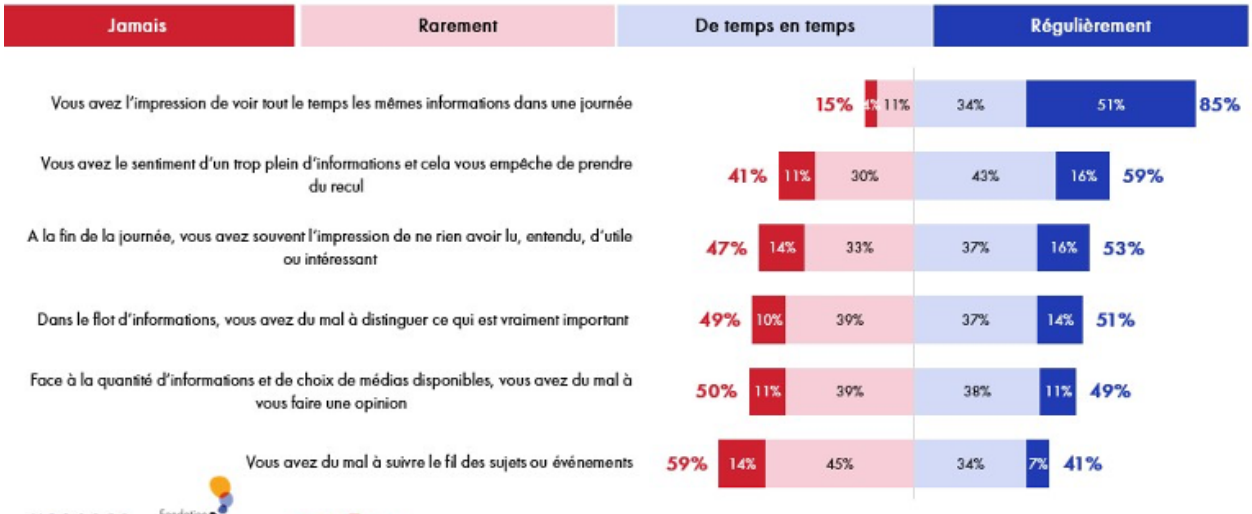
« Il est étonnant que l'on puisse déplorer une surabondance d'informations. Et pourtant, l'excès étouffe l'information quand nous sommes soumis au déferlement ininterrompu d'évènements sur lesquels on ne peut méditer parce qu'ils sont aussitôt chassés par d'autres évènements. Ainsi, au lieu de voir, de percevoir les contours, les arêtes de ce qu'apportent les phénomènes, nous sommes comme aveuglés par un nuage informationnel[5]. » Ces propos d'Edgar Morin datent des années 1980. Avant la naissance des chaînes d'information en continu qui font leurs débuts dans les années 1990, bien avant l'avènement du web pour le grand public et *a fortiori* des réseaux sociaux puisque Facebook/Meta est né en 2004 et Twitter en 2005.

Pour cerner aujourd'hui l'ampleur de ce qu'Edgar Morin appelle le « nuage informationnel », nous avons soumis les Français à un questionnement détaillé destiné à saisir à la fois leur difficulté à trier l'information et leur degré ressenti de stress et de fatigue face à son flux. De l'agrégation statistique de leurs réponses à ces questions, il ressort que ce ne sont pas moins de 53% des Français qui disent souffrir de fatigue informationnelle, dont 38% – plus d'un tiers donc ! – en souffrent « beaucoup ». À l'inverse, 19% déclarent être « peu » et 28% « pas du tout fatigués ».

Le « Nuage informationnel » vécu

Pour chacune des propositions suivantes pouvez-vous dire à quelle fréquence il vous arrive de ressentir ce qu'elle évoque ?

Base totale, n=1000



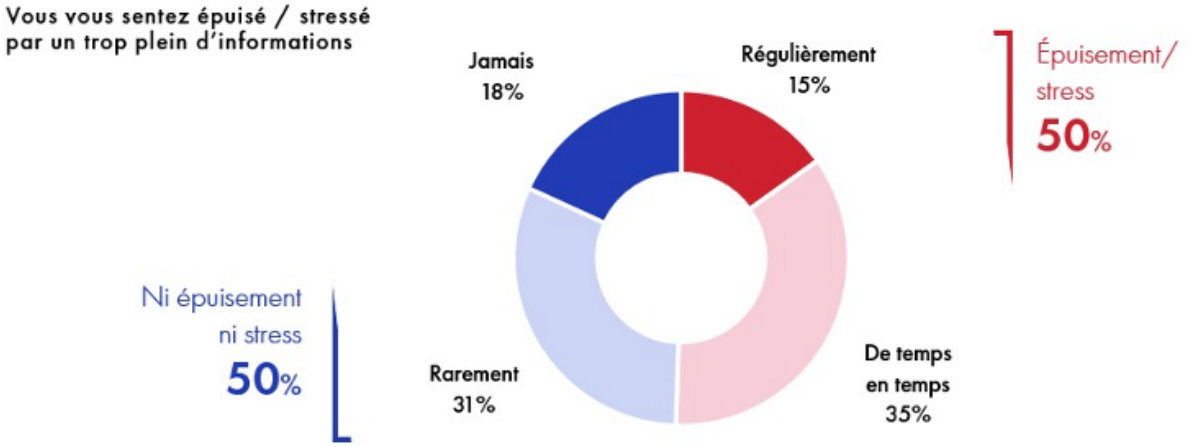
L'ObSoCo Fondation Jean Jaurès arte

L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte– Les Français et la fatigue informationnelle– Juin 2022

Le « Nuage informationnel » ressenti

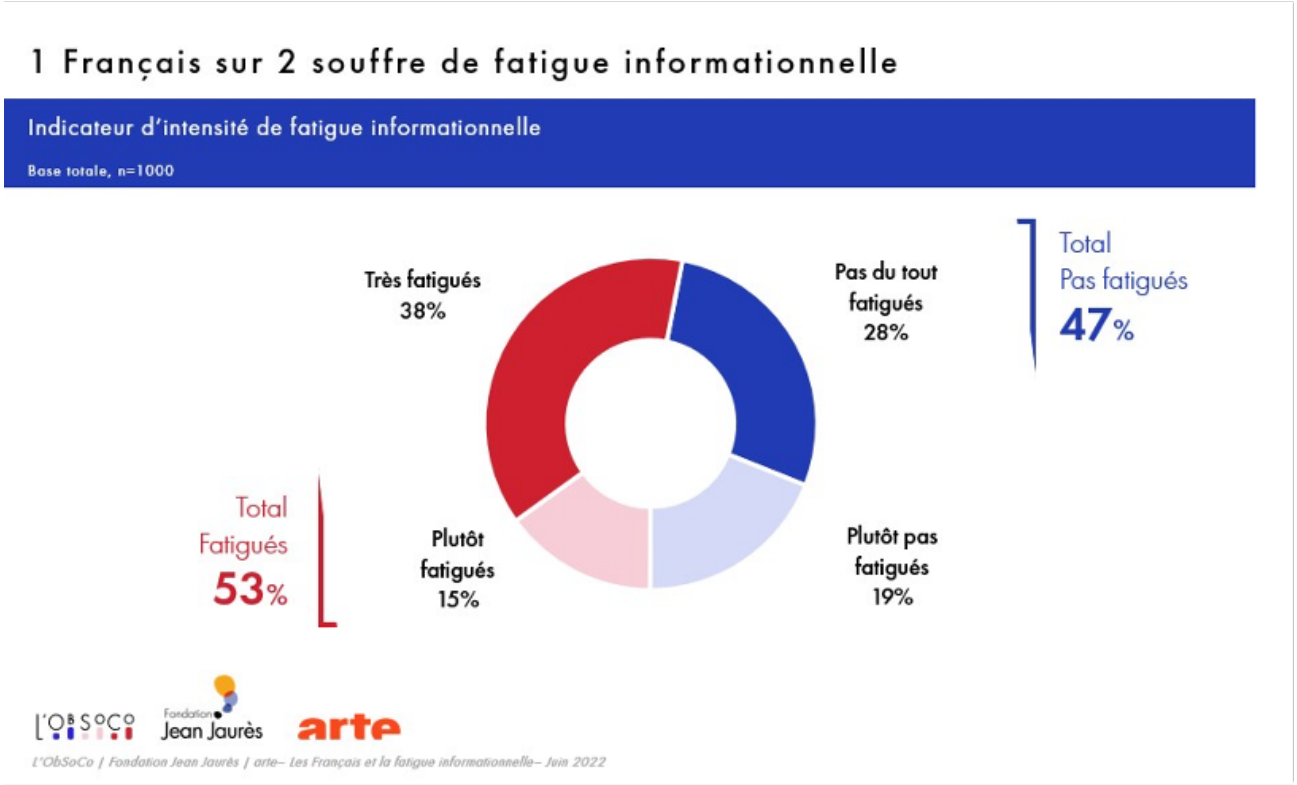
Pour chacune des propositions suivantes pouvez-vous dire à quelle fréquence il vous arrive de ressentir ce qu'elle évoque ?

Base totale, n=1000



L'ObSoCo Fondation Jean Jaurès arte

L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte– Les Français et la fatigue informationnelle– Juin 2022

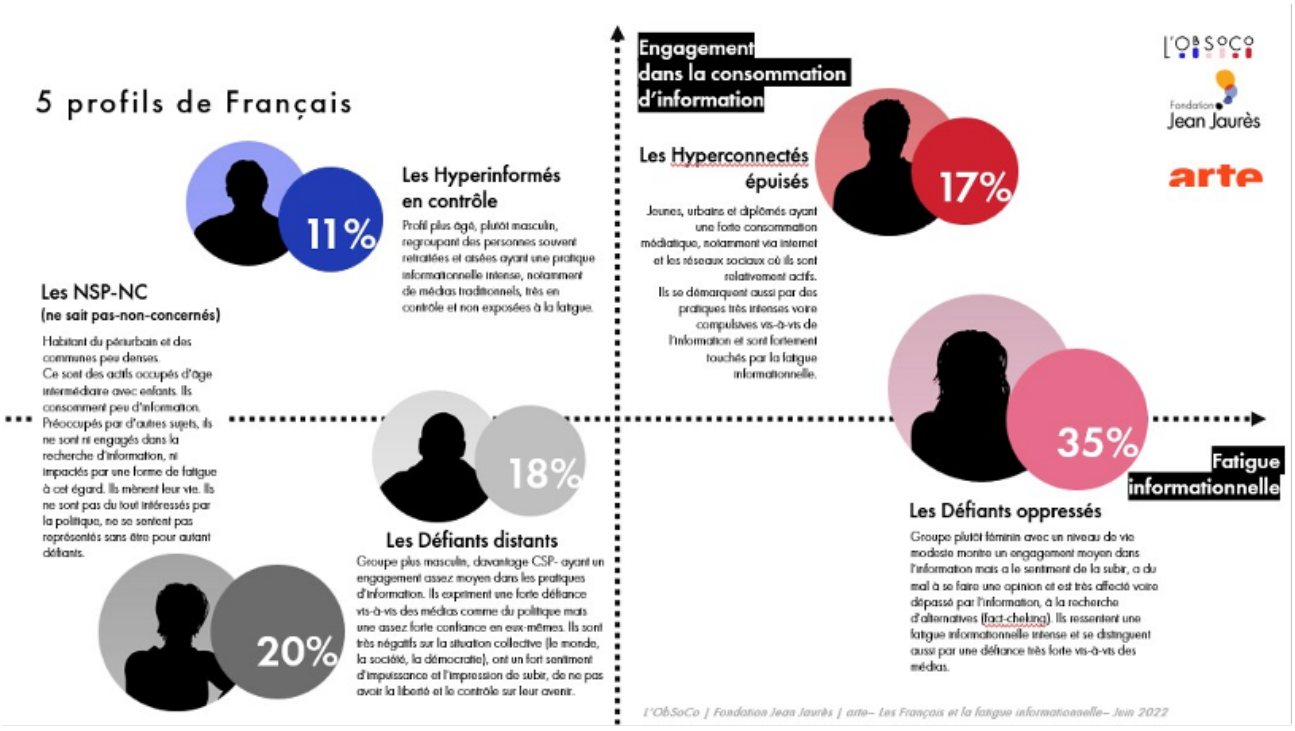


En moyenne, rien ne semble fondamentalement distinguer les plus fatigués du reste de la population. Leurs usages apparaissent sensiblement similaires aux autres. Ils consultent à peine plus de médias (8,6 pour 8,3 au total), sont légèrement plus habitués aux réseaux sociaux (65% pour 61% de l'ensemble) et aux médias numériques en général (par exemple 13% écoutent des podcasts d'information pour 9% de l'ensemble des Français). Les plus fatigués sont, en revanche, plus actifs dans leur rapport à l'information : 48% la partagent (pour 40% de l'ensemble), 34% la commentent en ligne (pour 29%), 9% envoient des courriers aux animateurs ou appellent des émissions de radio (6%).

On retrouve aussi un besoin de cognition plus fort chez ces plus fatigués : 80% ressentent « en permanence le besoin de croiser différentes sources d'information pour se faire une opinion » (*versus* 72% de l'ensemble de la population et 63% de ceux qui ne souffrent pas du tout de fatigue informationnelle), 49% éprouvent ce qu'il est désormais convenu d'appeler le FOMO (*Fear of missing out* : peur de manquer une information) pour 40% de l'ensemble de la population et 30% de ceux qui ne sont pas du tout fatigués. Pas loin de la compulsion, 68% des plus fatigués avouent « avoir du mal à s'empêcher de cliquer sur certains titres même s'ils savent d'avance que ce sont des informations futiles » (pour 52% de l'ensemble et 30% des pas du tout fatigués).

Cinq profils de Français

Pour mieux comprendre qui sont ces Français fatigués, nous avons conduit une analyse statistique complémentaire qui permet de dégager cinq profils. Ceux-ci se distinguent à la fois par leur engagement dans la consommation d'information et par le degré de fatigue informationnelle qu'ils disent éprouver.



Les « hyperconnectés épuisés » représentent 17% de la population

Ce profil regroupe surtout des jeunes, urbains et diplômés ayant une forte consommation médiatique, notamment *via* internet et les réseaux sociaux où ils sont relativement actifs. Ils se démarquent aussi par des pratiques très intenses, voire compulsives vis-à-vis de l'information et sont fortement touchés par la fatigue informationnelle.

Les « défiants oppressés » représentent 35% de la population

Ce profil est plutôt féminin avec un niveau de vie modeste et un engagement moyen dans l'information, mais avec le sentiment de la subir, d'avoir du mal à se faire une opinion, de se sentir dépassé par l'information. Très affectées par cette situation, les personnes de ce groupe sont souvent en recherche d'alternatives (*fact-checking*). Elles ressentent une fatigue informationnelle intense et se distinguent aussi par une défiance très forte vis-à-vis des médias.

Les « hyperinformés en contrôle » représentent 11% de la population

Plus âgé, plutôt masculin, ce profil rassemble des personnes souvent retraitées et aisées ayant une pratique informationnelle intense, notamment de médias traditionnels, très en contrôle et non exposées à la fatigue.

Les « défiants distants » représentent 18% de la population

Ce profil est plutôt masculin, davantage issu de catégories modestes et a un engagement assez moyen dans les pratiques d'information. Les individus qui en sont issus expriment une forte défiance vis-à-vis des médias comme du politique, mais une assez forte confiance en eux-mêmes. Ils sont très négatifs sur la situation collective (le monde, la société, la démocratie), ont un fort sentiment d'impuissance et l'impression de subir, de ne pas avoir la liberté et le contrôle sur leur avenir. C'est le groupe qui, par rapport à la confiance dont il témoigne aux médias, a le différentiel de confiance le plus important entre les médias en général (forte défiance) et ceux qu'ils utilisent.

Les « NSP-NC » (ne sait pas/non concernés) représentent 20% de la population

Habitants du périurbain et des communes peu denses, ce sont des actifs occupés d'âge intermédiaire avec enfants. Ils consomment peu d'informations. Ils ne sont ni engagés dans la recherche d'information, ni impactés par une forme de fatigue à cet égard. Ils mènent leur vie et en sont relativement satisfaits. Ils ne sont pas du tout intéressés par la politique, ne se sentent pas représentés sans être pour autant défiants.

Au regard de cette typologie, il existe, on le voit, deux groupes qui, au-delà de ce qui les rassemble (l'importance qu'ils donnent au fait de s'informer, le fait d'être plutôt diplômés et/ou relativement aisés), témoignent clairement de l'évolution de l'écosystème médiatique. L'un très engagé dans les médias avec une consommation classique, l'autre bien plus engagé dans les médias et les pratiques numériques.

Ce faisant, les « hyperconnectés épuisés » mettent en évidence les défis d'un nouvel écosystème informationnel dans lequel le centre de gravité de la composition de l'information s'est déplacé vers l'individu avec une nécessité d'orchestrer l'information, d'y contribuer, de la hiérarchiser depuis lui-même en se reposant sur une moindre délégation. Avec la pression qui en résulte.

On notera deux autres groupes qui se caractérisent avant tout par leur défiance, dont l'un (les

« défiants oppressés ») manifeste de façon évidente une souffrance résultant de cette défiance. Tout se passe pour eux comme si la fatigue informationnelle venait renforcer un cercle vicieux produisant des effets invalidants tant sur la personne elle-même que sur sa capacité à se sentir arrimée à un collectif. L'autre groupe défiant (les « défiants distants ») parvient à tout le moins à se préserver dans son intégrité individuelle au prix de son rapport aux institutions (médiatiques, politiques…).

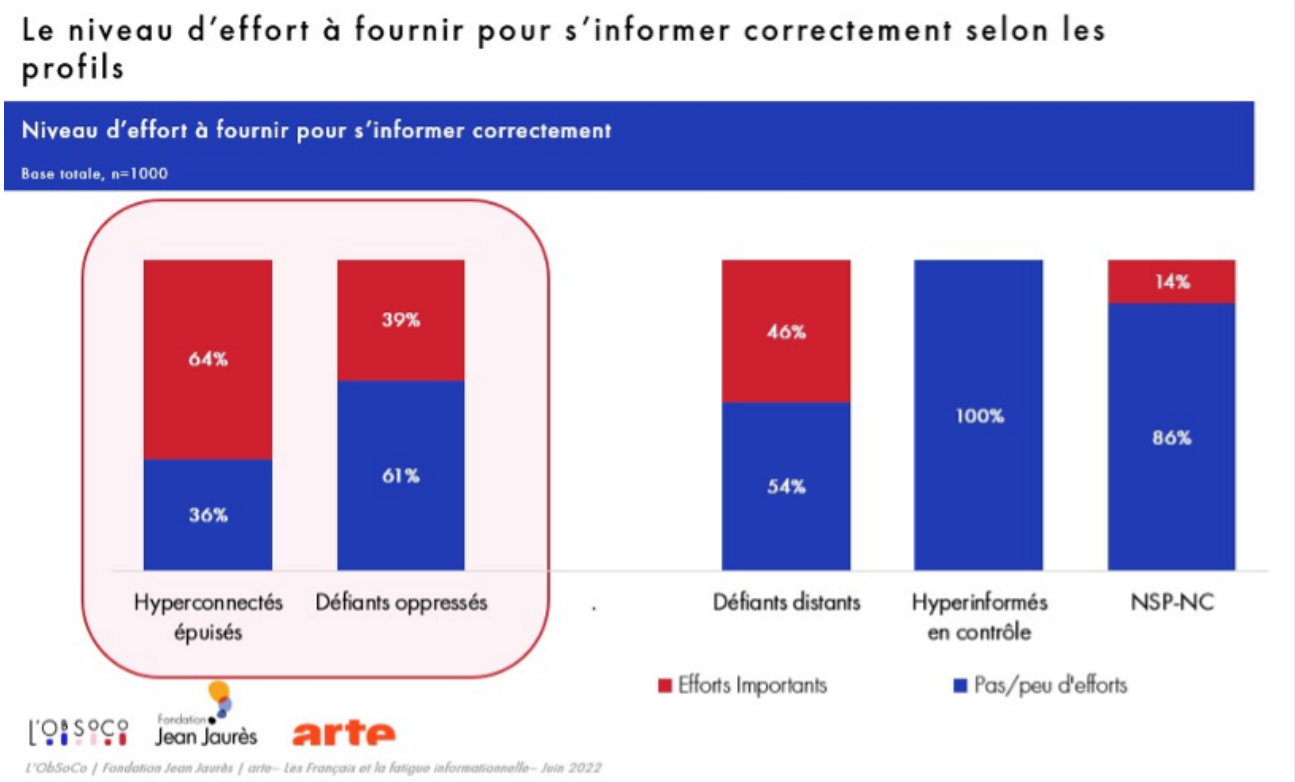
Quant au dernier groupe (les « NSP-NC »), sans acrimonie spécifique ni rejet, mais à l'écart, il semble finalement incarner et entériner la déconnexion tant commentée entre les Français, ces mêmes institutions et les représentations que celles-ci véhiculent.

Ces « défiants oppressés », ces « défiants distants » et ces « NSP-NC » sont clairement les profils qu'il appartient aux médias, aux pouvoirs publics et à l'ensemble de l'écosystème démocratico-médiatique d'aller reconquérir.

Fatigue informationnelle : des enjeux majeurs

En apparence, les Français souffrant de fatigue informationnelle font montre de moins de maîtrise et de plus d'efforts vis-à-vis de l'information que l'ensemble de la population. Mais il convient de distinguer les « défiants oppressés » des « hyperconnectés épuisés » car, si les premiers présentent la maîtrise la plus faible des cinq groupes dans leur rapport à l'information, les seconds se distinguent en revanche par l'affirmation d'une maîtrise plus forte. À l'inverse, les « hyperconnectés épuisés » sont ceux qui déclarent bien plus que tous les autres groupes devoir produire des efforts importants pour s'informer correctement.

On le voit, de nouveau, ces résultats viennent battre en brèche une idée fort répandue selon laquelle « les jeunes » sauraient s'orienter dans cet univers informationnel fragmenté, leur hyperconnexion constituant un atout pour y voir plus clair. Ce que montre l'étude est qu'au contraire, quelle que soit la catégorie de population ou d'âge, l'hyperconnexion et la surexposition aux informations ne garantissent pas le fait de pouvoir s'informer sans difficulté, ni sans conséquence (comme nous allons le voir). Et c'est tout particulièrement le cas, donc, de cette jeunesse hyperconnectée qui, dans cet univers numérique impitoyable de « Super Size News », semble être au contraire celle qui en souffre le plus. Faute de freins, faute d'hygiène informationnelle, faute d'éducation concrète aux médias.

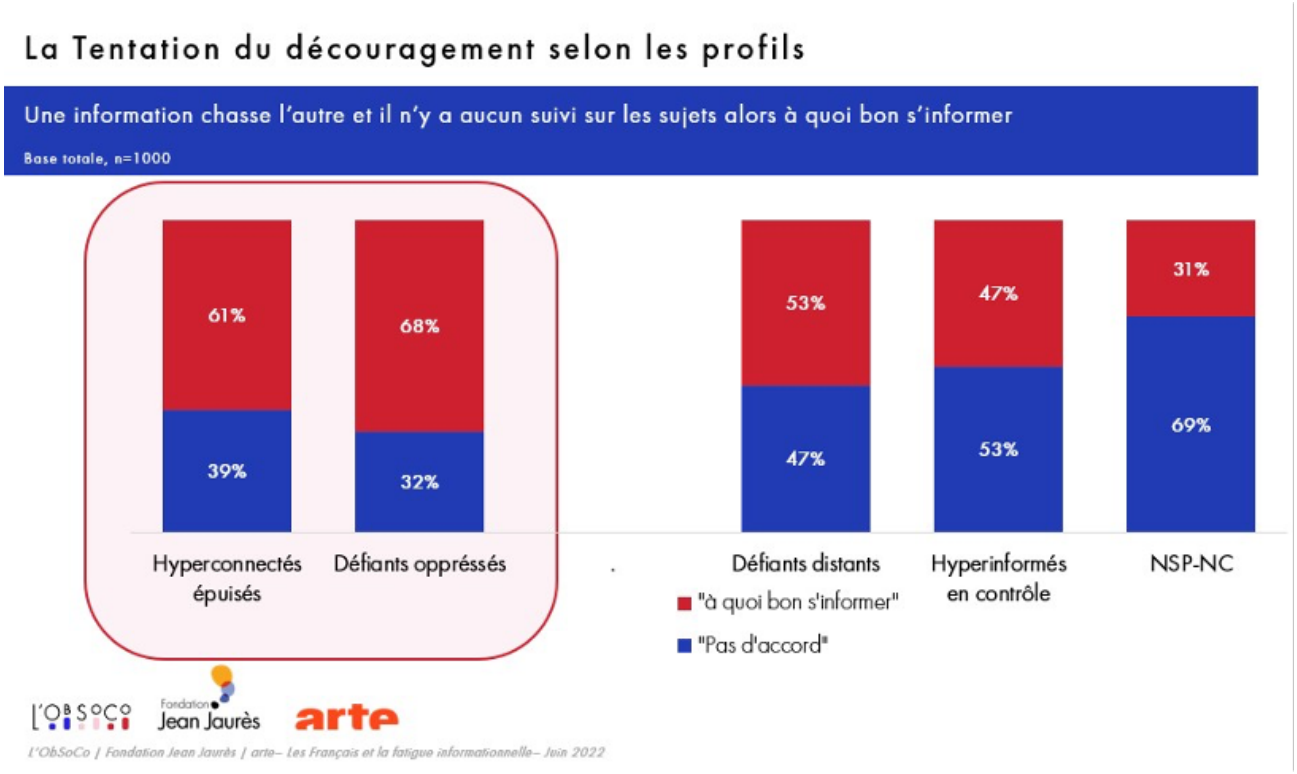


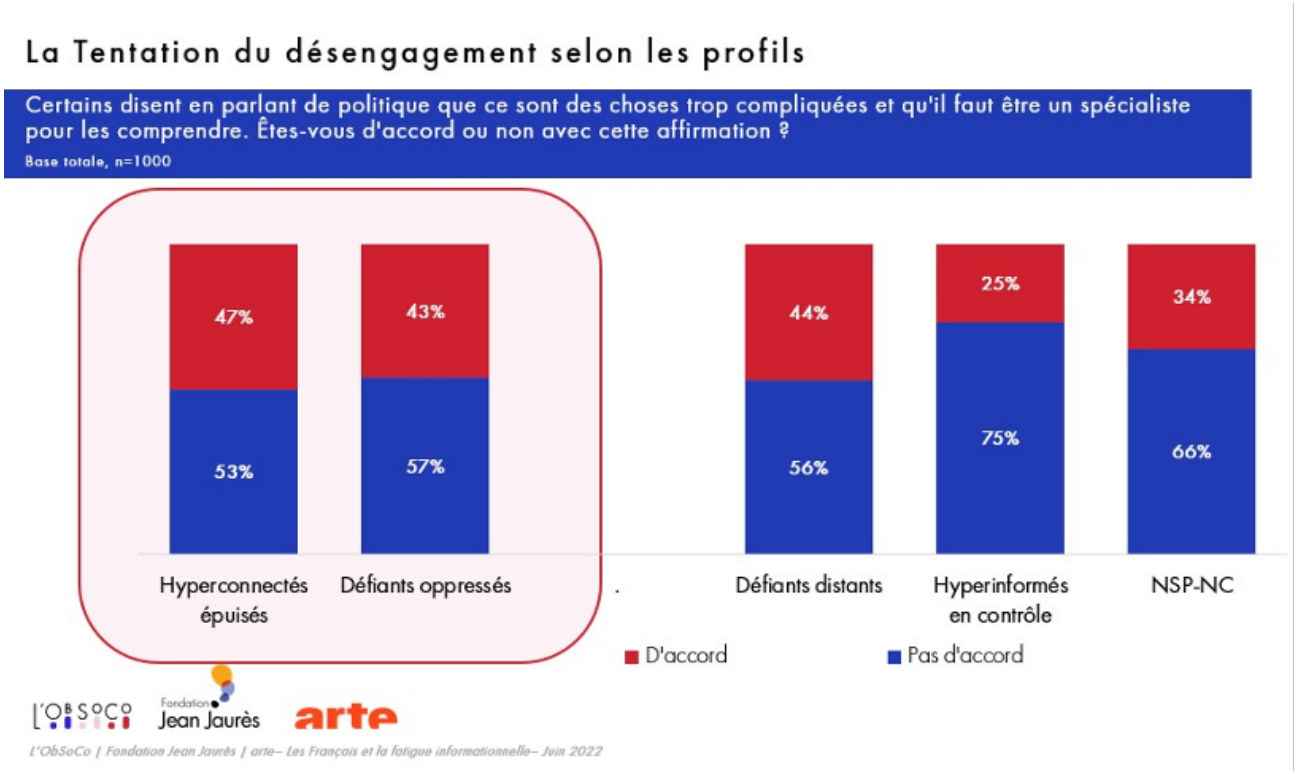
Si les personnes souffrant d'une forte fatigue informationnelle déclarent avoir une moindre confiance dans les médias en général (43% de confiance *versus* 50% pour l'ensemble de la population) ou les médias qu'ils consultent en particulier (55% / 65%), il faut encore distinguer les deux groupes en question. Les « défiants oppressés » se situent dans les deux cas franchement en dessous de la moyenne quand les « hyperconnectés épuisés » se positionnent significativement au-dessus.

Mais, et c'est notable, ces deux groupes se rejoignent en revanche par la critique qu'ils portent au langage journalistique. Ainsi, si 60% des Français estiment que généralement « la façon dont s'expriment les journalistes rend les choses plus complexes », c'est le cas de 70% des « défiants oppressés » et de 66% des « hyperconnectés épuisés ».

Autre point commun et non des moindres : l'expression d'un certain découragement à l'égard de l'information. Alors que 52% des Français s'accordent sur la proposition selon laquelle « une information chasse l'autre et il n'y a aucun suivi sur les sujets alors à quoi bon s'informer », c'est le cas de 60% des « hyperconnectés épuisés » et de 68% des « défiants oppressés ». Il y a dans cet « à quoi bon », auquel pour l'heure ces Français résistent, un enjeu démocratique fort, de façon générale, mais en particulier pour une génération qui se montre plutôt bien disposée tant à l'égard de l'information que du débat public. D'autant qu'il convient de rapprocher cela d'un autre chiffre : si 40% des Français se disent d'accord avec la proposition selon laquelle « certains disent en parlant de politique que ce sont des choses trop compliquées et qu'il faut être un spécialiste pour les

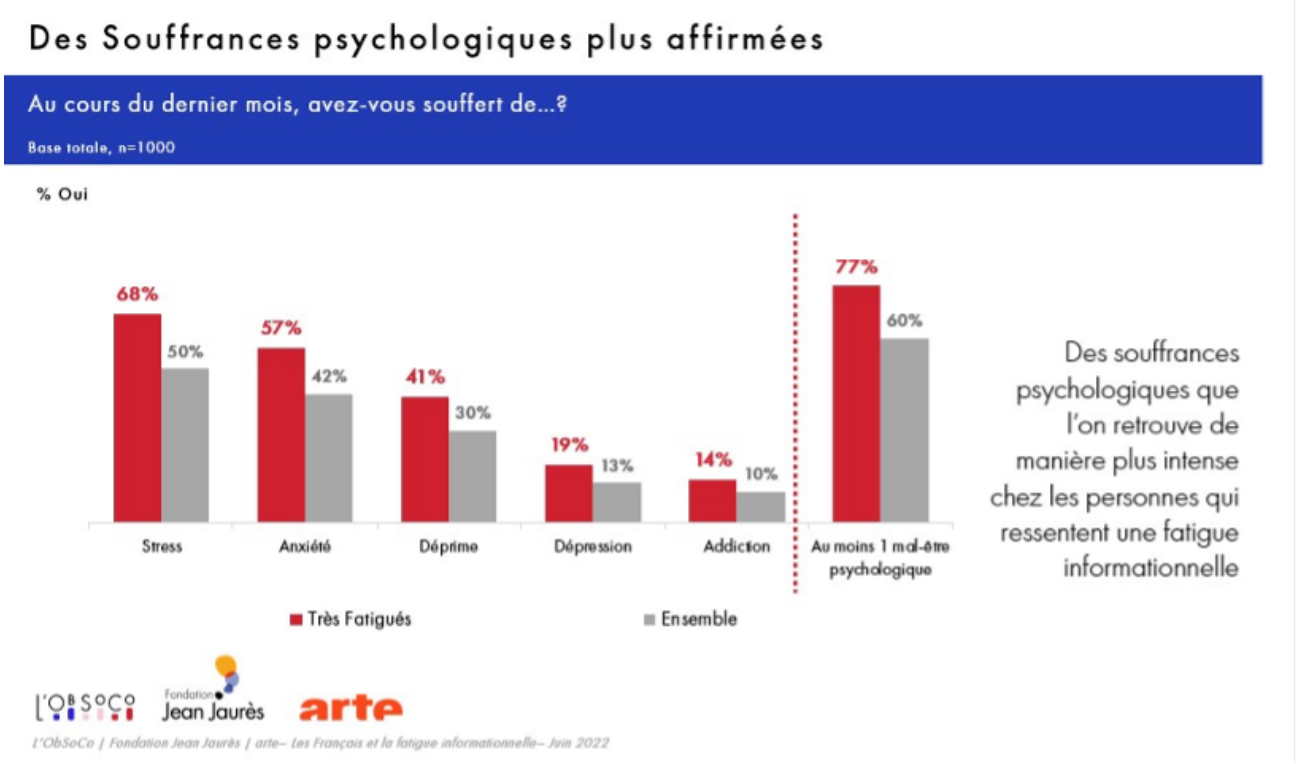
comprendre », c'est le cas en plus forte proportion des plus fatigués et des « hyperconnectés épuisés », plus encore que des « défiants oppressés ». Historiquement, cette attitude était en diminution constante, à proportion du niveau d'éducation moyen et de l'émancipation des femmes qui, pendant longtemps (participant de ce que l'on appelle le *gender gap*), s'autorisaient moins à donner leur opinion sur les sujets politiques. *Quid* d'une société où le débat disparaîtrait et où chacun, à commencer par les plus jeunes, suspendrait son jugement ?





Dans un autre registre, si une majorité de Français s'accordent à dire que le monde autour d'eux change trop vite, et que par ailleurs ils aspirent à ralentir, l'inconfort est encore plus marqué chez les plus fatigués, c'est-à-dire chez les « défiants oppressés » comme chez les « hyperconnectés épuisés ». La seule chose qui les distingue est le sentiment d'impuissance exacerbé chez les premiers, renforcé très certainement par leur défiance généralisée ne leur permettant pas de substituer une quelconque délégation pour prendre en charge ce qu'ils n'ont pas le sentiment de maîtriser.

Finalement, le lien entre la fatigue informationnelle, la santé (les risques psychosociaux) et le bien-être est patent. Les personnes souffrant de fatigue informationnelle souffrent aussi plus que les autres de stress, d'anxiété, de déprime, de dépression ou d'addiction. Et en l'occurrence, à l'exception de ces deux derniers maux sur lesquels ils sont à peu près au même niveau, les « hyperconnectés épuisés » semblent même plus touchés que les « défiants oppressés » et tous les autres groupes. Notamment par le stress qui, rappelons-le, est défini par l'Agence européenne de la santé comme « le déséquilibre entre la perception qu'une personne a des contraintes que lui impose son environnement et la perception qu'elle a de ses propres ressources pour y faire face[6] ». On mesure les tensions individuelles !



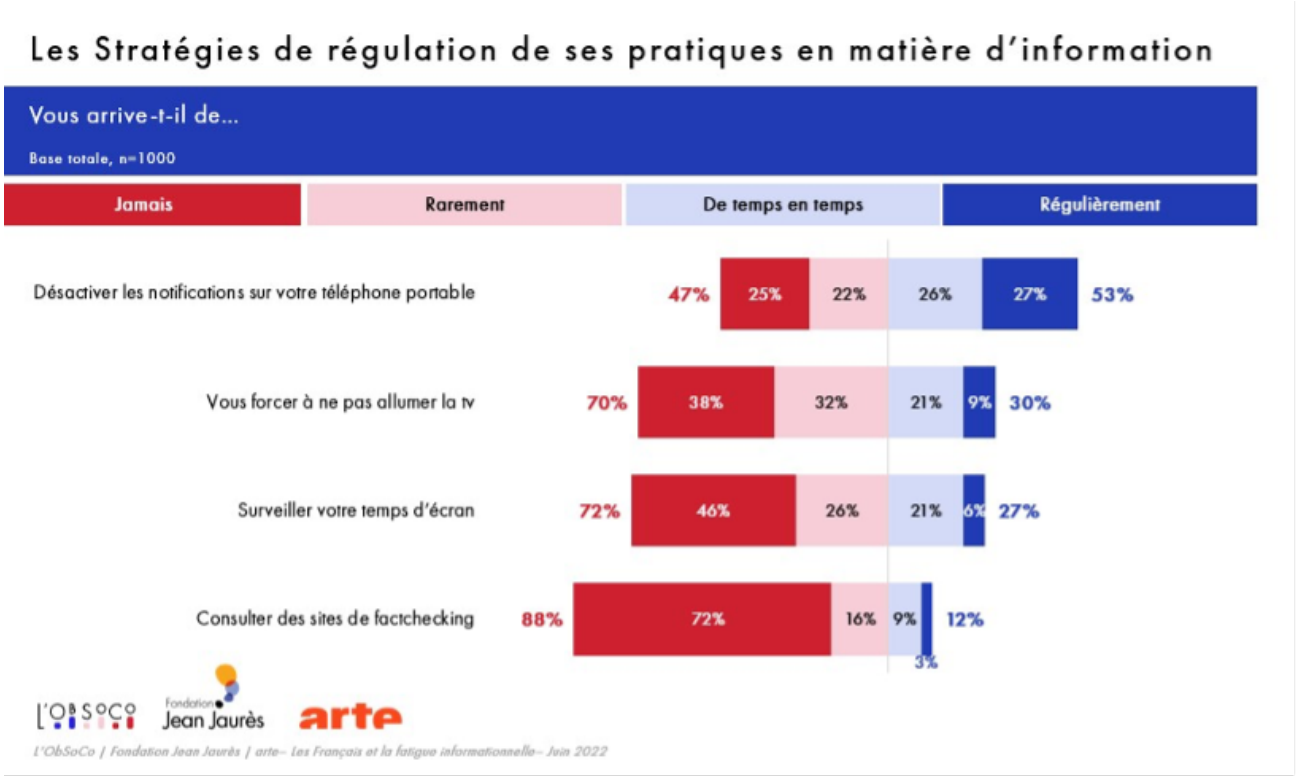
Entre stratégies de protection et risque de retrait

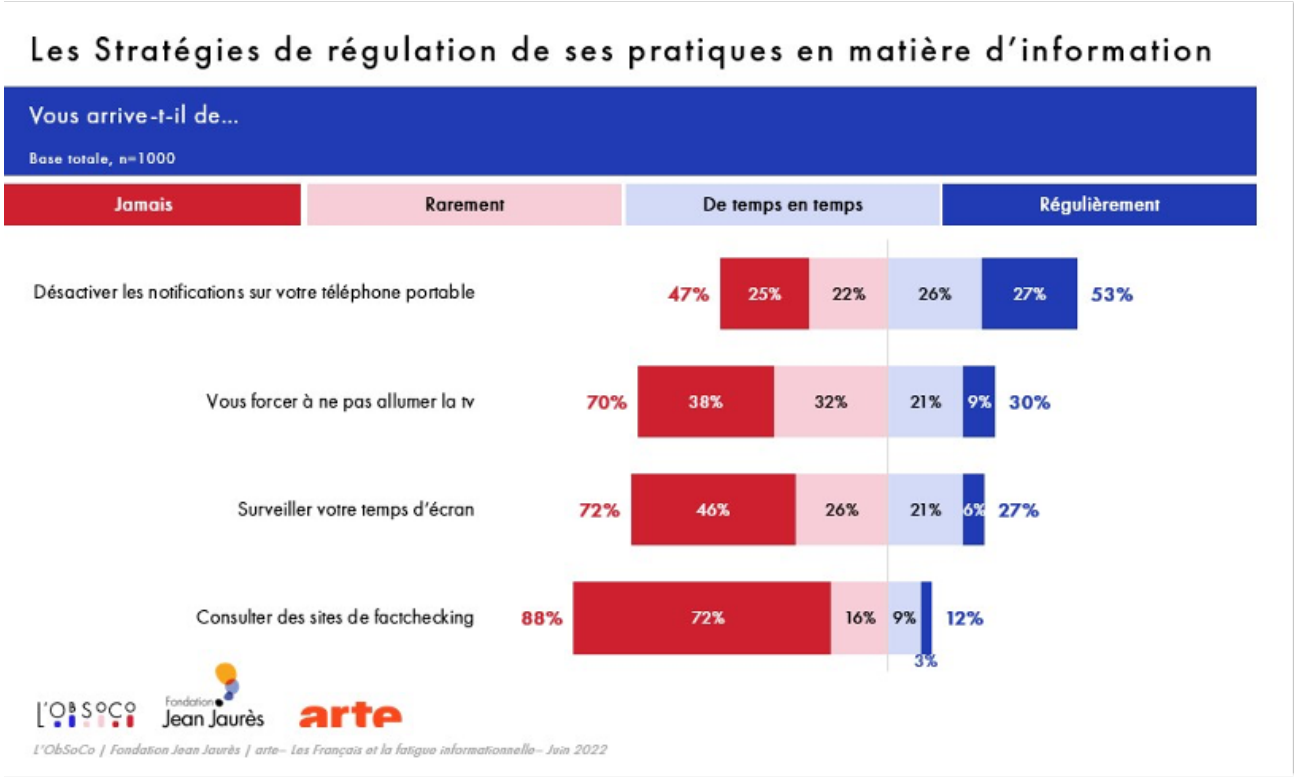
Face au flux d'information, des stratégies de protection commencent à se mettre en place sur le plan individuel. Ainsi, 53% des Français disent qu'il leur arrive de désactiver les notifications de leur téléphone portable, dont plus d'un quart (27%) régulièrement. En outre, 30% se forcent parfois à ne pas allumer la télévision, 27% surveillent leur temps d'écran. Autre façon de reprendre le contrôle : 12% déclarent consulter des sites de *fact-checking*. Chacune de ces stratégies est d'ailleurs davantage pratiquée par les plus fatigués.

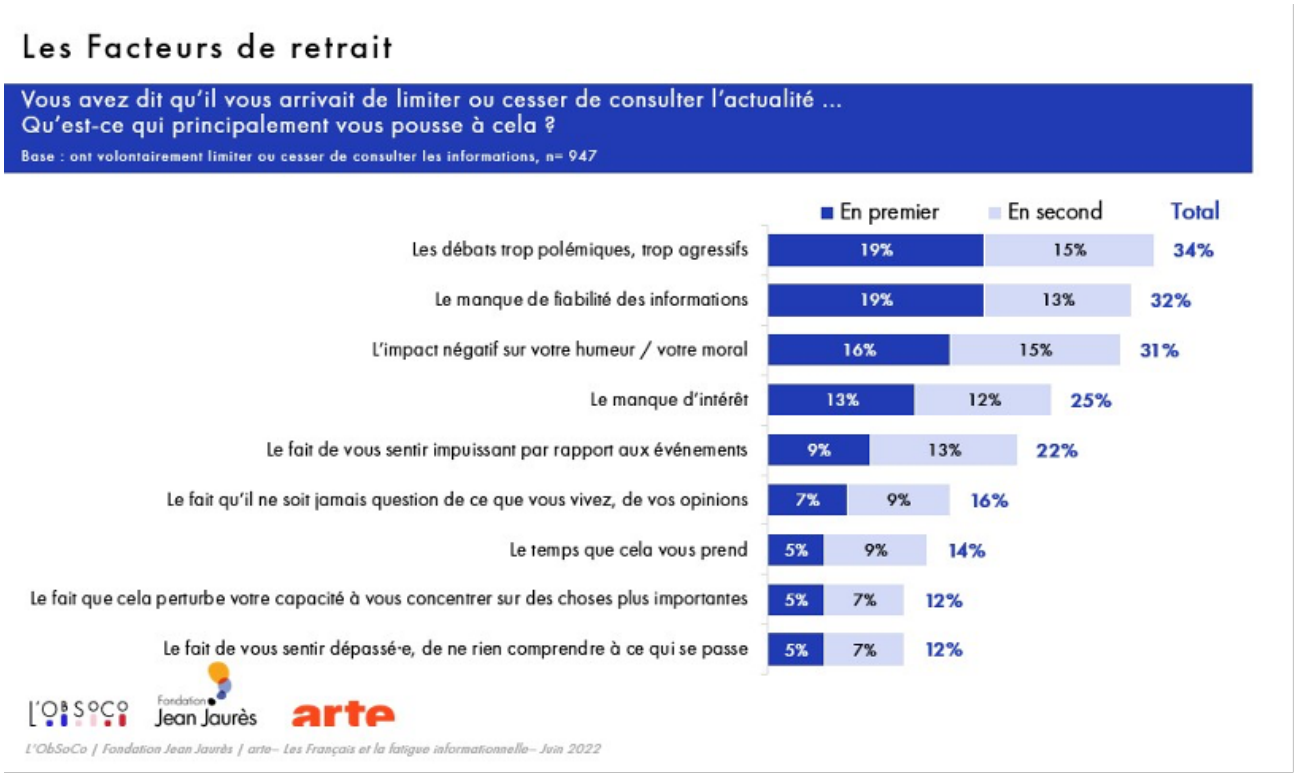
Mais plus impressionnant encore, car plus radical et plus massif : 77% de Français déclarent qu'il leur arrive de limiter ou de cesser de consulter les informations, dont 28% régulièrement. Et c'est le cas de 90% des plus fatigués.

Ce retrait est motivé avant tout par des débats qu'ils jugent trop polémiques et agressifs (34%), le manque de fiabilité des informations (32%) et l'impact négatif sur leur humeur ou leur moral (31%). On notera que le manque d'intérêt n'intervient qu'ensuite (25%), de même que le temps que cela prend (14%). Il est intéressant aussi de constater que, pour 16% de ceux qui lâchent, le fait que les médias ne rendent pas compte de ce qu'ils vivent et de leurs opinions joue un rôle. Un sur dix invoque la perturbation de leur capacité à se concentrer sur des choses plus importantes.

Logiquement, les « NSP-NC » citent davantage le manque d'intérêt, les « défiants distants » et les « hyperinformés en contrôle » davantage le manque de fiabilité, les « défiants oppressés » l'impact sur leur concentration et – fait intéressant – les « hyperconnectés épuisés » le fait qu'il ne soit jamais question de ce qu'ils vivent ou de leurs opinions.







Dans ce nouvel écosystème informationnel qui se double d'une lutte sans merci entre géants du numérique et médias pour capter notre attention, il existe donc bien déjà des victimes. Victimes d'un nouveau mal, la fatigue informationnelle, dont à travers cette étude nous avons mesuré la portée et commencé à dessiner les enjeux. Il en est encore peu question. Bien moins que des *fake news* et autres théories du complot, dont pourtant ils peuvent procéder.

Car cette fatigue informationnelle, à laquelle un Français sur deux est exposé, contribue, comme l'expliquait déjà Edgar Morin dans les années 1980, à étouffer les processus critiques et intellectuels. Comme l'obésité, qui consiste à ne pas métaboliser les graisses en énergie, l'« infobésité » nous empêche de métaboliser l'information en connaissance et donc ultimement en compréhension et décision. Cette situation peut engendrer des processus de recherche à tout prix d'informations alternatives, mais aussi et surtout la sensation de ne plus rien comprendre à rien, ainsi que le risque de tout bonnement renoncer à s'informer. Le problème peut devenir psychique, il est alors affaire de santé publique. Il peut aussi prendre la forme d'une tentation de retrait, il est alors affaire de démocratie. D'autant que cette fatigue informationnelle réelle de nos concitoyens corrobore aussi un certain nombre d'études portant sur la fatigue démocratique et la fatigue généralisée des Français[7].

Face à cette nouvelle donne, il convient de s'interroger et d'envisager les voies d'amélioration pour réduire la fatigue informationnelle et revivifier les liens entre médias et citoyens. Des solutions individuelles et collectives sont possibles. Certaines pour les individus, d'autres pour les médias,

d'autres encore pour les pouvoirs publics, pour que justement les Français puissent y voir plus clair et reprendre leur consommation d'information en main, comme ils sont d'ailleurs en train de le faire avec leur alimentation. De fait et pour des inquiétudes et aspirations qui ont trait à la fois à la santé, l'environnement, le règne animal ou même la cohésion sociale, les Français sont en train de revisiter leur rapport à l'alimentation. Manger « moins », manger « mieux », manger « sain », faire et cuisiner soi-même, accéder à des produits bruts, bio, locaux et direct-producteurs, consommer moins de viande rouge… Une volonté de reprise en main se fait jour qui passe par davantage d'exigences et une montée en compétences. Déjà près de la moitié des Français (45%) semblent avoir pris en marche le train de ce qu'il est désormais convenu d'appeler la « transition alimentaire ». Et celle-ci engage l'ensemble des acteurs du secteur, depuis la production jusqu'à la distribution, les amenant à dépasser un modèle industriel qui semblait avoir un temps réglé la question de la faim et de la sécurité alimentaire par une abondance qui apparaît aujourd'hui de moins en moins soutenable[8].

À l'heure où il est question de l'urgence de la transition écologique, le philosophe Yves Citton a, quant à lui, récemment proposé au débat le terme d'« écologie de l'attention ». Il pose notamment les bases de celle-ci en envisageant « l'attention comme phénomène collectif et politique, à la première personne du pluriel, autrement dit d'un "nous", pour aller à l'attention conjointe, autrement à celle d'un "tu" et enfin à l'attention individuante qui permet l'épanouissement de soi, autrement dit le "je", par l'entrée en résonance des différents "je" qui se font écho[9] ».

Cette étude est une première pierre d'un travail plus large que L'ObSoCo et la Fondation Jean-Jaurès vont continuer de mener, notamment pour faire des propositions. Toutefois, quelques grandes lignes apparaissent déjà.

Pour les médias, l'un des enseignements majeurs est la tentation du retrait. Trop de notifications, trop d'informations, trop de réactivité peut entraîner la perte des lecteurs, des auditeurs et des téléspectateurs. Ce qui ressort, c'est que dans ce monde informationnel infini où le millefeuille de possibilités est devant chacune et chacun, une offre éditoriale « finie », au sens où elle offre du choix dans un univers où il y a un début, un milieu et une fin, est l'une des voies à explorer. Certains (« La Matinale » du *Monde*, *Le Un*, les newsletters thématiques, etc.) s'y sont déjà mis. Il convient d'amplifier la cadence, et peut-être aussi, de ralentir la vitesse, comme dans une préparation sportive où, pour progresser, il faut savoir courir plus lentement.

Pour les pouvoirs publics, alors que le président de la République a l'ambition d'organiser des états généraux du droit à l'information, après la tenue de la commission Bronner où de nombreuses pistes figurent déjà, il convient de faire de cette question de la fatigue informationnelle l'un des

enjeux à traiter. Sous l'angle de la désertion démocratique, avec cette idée selon laquelle la fatigue informationnelle constitue l'un des aspects de la fatigue démocratique généralisée, documentée notamment par la Fondation Jean-Jaurès, elle doit donc – peut-être – constituer l'une des grandes causes du quinquennat. Elle doit être aussi considérée par le prisme de la santé publique, mais aussi évidemment par celui du droit à l'information (lutte contre les plateformes commerciales, meilleures garanties pour les journalistes, etc.)

Enfin, pour les citoyens, le but de cette étude est aussi de faire œuvre de pédagogie. De permettre à chacune et à chacun d'interroger sa pratique, de la mettre en perspective, d'élaborer une hygiène informationnelle et de pouvoir sortir de « Super Size News » pour entrer dans un raffinement plus grand, celui d'un restaurant sinon étoilé, en tout cas plus gastronomique.

1. Bertram Myron Gross, *The Managing of Organizations: the Administrative StruggleOffsite Link*, New York, Free Press of Glencoe, 1964.
2. David Shenk, « Data Smog », *The Next Progressive*, 1993.
3. Caroline Sauvajol-Rialland, « Infobésité, gros risques et vrais remèdes », *L'Expansion Management Review*, vol. 152, n°1, 2014, pp. 110-118.
4. « Baromètre du numérique (édition 2021) », étude Credoc réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT.
5. Edgar Morin, *Pour sortir du XXe siècle*, Paris, Seuil, 1984.
6. Caroline Sauvajol-Rialland, « Infobésité, gros risques et vrais remèdes », art. cit., 2014.
7. Voir les travaux de la Fondation Jean-Jaurès, notamment Collectif, *Une société fatiguée*, Fondation Jean-Jaurès, 26 novembre 2021 et David Medioni, *Faut-il supprimer les chaînes d'info en continu ?*, Fondation Jean-Jaurès, 7 janvier 2021.
8. L'ObSoCo, *L'Observatoire du rapport à la qualité et aux éthiques dans l'alimentaire*, 22 novembre 2021.
9. Yves Citton (dir.), *L'Écologie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?*, Paris, La Découverte, 2014.