

12 _ 2024

ENQUÊTE

L'exode
informationnel

_Sébastien Boulonne
_Guénaëlle Gault
_David Médioni

arte
L'OB S O C O

Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS

**Enquête « Fatigue informationnelle, vague 2 », L'ObSoCo,
Fondation Jean-Jaurès, Arte**

**Deuxième vague d'un dispositif initié en avril 2022 sous la direction de
Guénaëlle Gault, David Médioni et Jérémie Peltier.**

Les résultats sont analysés en trois parties, l'étude *L'exode informationnel* en constituant la deuxième, après *Monographie des pratiques médiatiques et sympathies politiques en France* et avant *Fatigue informationnelle au travail : une nouvelle pénibilité*.

L'enquête a été conduite en ligne du 4 avril au 2 mai 2024 sur la base d'un échantillon de 4 000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans. La représentativité de l'échantillon a été construite par la mise en place de quotas sur les critères suivants : âge, genre, catégorie socioprofessionnelle, région et taille de l'agglomération de résidence. Les données ont été redressées sur l'ensemble des variables « quotas » afin de pallier les écarts résiduels entre la structure de l'échantillon et celle de l'ensemble de la population.

Précision importante : afin de s'assurer que les analyses ne soient pas altérées par la séquence politique succédant aux élections européennes (dissolution, élections législatives, etc.), une partie de l'étude a été reconduite du 16 au 26 septembre 2024 auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes. Les résultats de cette seconde enquête confirment au contraire les tendances observées à l'exode informationnel.

Sébastien Boulonne est chargé d'études
à l'ObSoCo.

Guénaëlle Gault est directrice générale
de l'ObSoCo.

David Médioni est directeur de l'Observatoire
des médias de la Fondation Jean-Jaurès.

Introduction

Ils sont des millions à faire leurs bagages, à fuir massivement les conditions difficiles d'un territoire devenu hostile. Non pas une région ou un pays. Mais un écosystème médiatique saturé d'informations répétitives, anxiogènes et conflictuelles.

C'est le grand exode informationnel des Français.

Certes, la métaphore est forte et quelque peu alarmante. Mais les résultats et enseignements de la nouvelle vague de l'enquête pensée et créée par la Fondation Jean-Jaurès, L'ObSoCo et Arte ne le sont pas moins.

En 2022, cette enquête avait mis en lumière et objectivé ce que nous avons nommé la « fatigue informationnelle », ce phénomène qui se caractérise par un sentiment d'épuisement par rapport à l'information et une sensation angoissante de ne plus rien y comprendre, malgré des efforts et une envie réelle. Deux ans ont suffi pour que la situation se dégrade de façon critique. Désormais, une hémorragie silencieuse est bel et bien en cours qui en dit long sur notre société « info-malade ».

Burn-out médiatique, dégoût du buzz permanent, méfiance envers les « élites journalistiques », sentiment d'impuissance grandissant... Les chemins de l'exode informationnel sont pavés de ces symptômes.

Pourtant, dans une société précisément dite « société de l'information », on aurait pu s'attendre à ce que les citoyens soient mieux informés que jamais. Mais le constat est tout autre : de plus en plus de Français se détournent de l'information. Et quand certains préfèrent s'en déconnecter, se réfugier dans des espaces qu'ils estiment plus sereins, d'autres en revanche se retirent dans des bulles de désinformation ou d'ignorance volontaire, quand ils ne tombent pas tout simplement dans l'addiction.

Ces candidats au départ, toujours plus nombreux, laissent planer le spectre d'un désert civique. Car cette grande transhumance a un coût démocratique majeur. Quand l'exil de l'actualité rime avec rupture du pacte républicain. Quand la carte médiatique se déchire jusqu'à menacer le commun. Cet « exode informationnel » soulève de sérieuses inquiétudes quant à la santé de notre démocratie et à la capacité de nos concitoyens à prendre des décisions éclairées, à mieux comprendre le monde et à s'y engager activement.

S'il est urgent de penser les conditions d'un retour des exilés de l'info, encore faut-il comprendre les racines de cet exode, qui y prend part et quels sont les territoires refuges.

La saturation informationnelle : une fatigue collective

Premier constat : la fatigue informationnelle concerne plus de la moitié de la population, et ne recule pas, malgré sa mise en lumière. 54 % des Français se déclarent fatigués de l'information, dont 39 % apparaissent même « très » fatigués. Des chiffres relativement stables donc par rapport à la première vague de notre étude en 2022.

Cette fatigue ne procède pas simplement d'un volume excessif d'informations pesant sur l'individu, mais d'un sentiment étouffant de saturation par du « même ». Ainsi, plus de huit Français sur dix ont l'impression de voir tout le temps les mêmes informations, quand un Français sur deux a le sentiment d'un trop-plein d'informations qui ne lui permet plus de prendre du recul. À l'opposé de sa raison d'être, l'information telle qu'elle est aujourd'hui délivrée semble donc, dans bien des cas, inhiber le discernement. Le recul nécessaire pour trier, hiérarchiser et donner un sens à ce qui est vraiment important disparaît sous cette avalanche de données.

De surcroît et dans une telle confusion, l'essence même de l'information, sa véracité, devient floue. Plus d'un Français sur deux (53 %) confie qu'il a désormais du mal à distinguer ce qui est une vraie

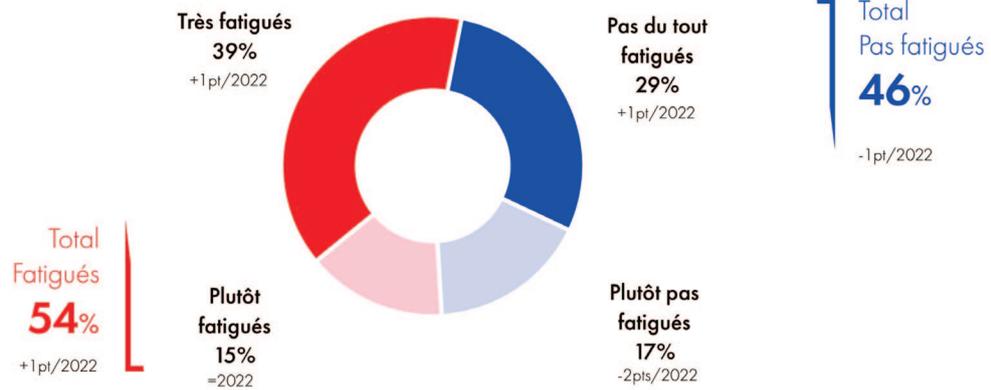
information de ce qui est une fausse information. La frontière entre information rigoureuse et contenu manipulé s'effrite, brouillant peu à peu les notions mêmes de fait et de réalité. La temporalité, elle aussi, semble altérée et plus difficile à suivre. Près de la moitié des Français (47 %) reconnaissent avoir des difficultés à suivre la continuité des sujets ou des événements, un chiffre en hausse depuis deux ans (+6 points). Une difficulté à replacer les informations dans un cadre cohérent, un fil temporel et narratif qui fait sens.

Dans ce contexte, une forme de découragement se fait jour : 57 % des Français se disent en accord avec 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 », en progression de 5 points. Au total, 70 % des Français disent avoir le sentiment de subir l'information plutôt que de la choisir, dont 32 % régulièrement. Des chiffres qui peuvent s'expliquer par la rapidité avec laquelle nous sommes entrés dans une société « de l'information » dans laquelle des quantités inédites de contenu sont devenues disponibles d'un simple clic.

Un niveau de fatigue informationnelle qui demeure élevé

Indicateur d'intensité de fatigue informationnelle

Base totale, n=4000

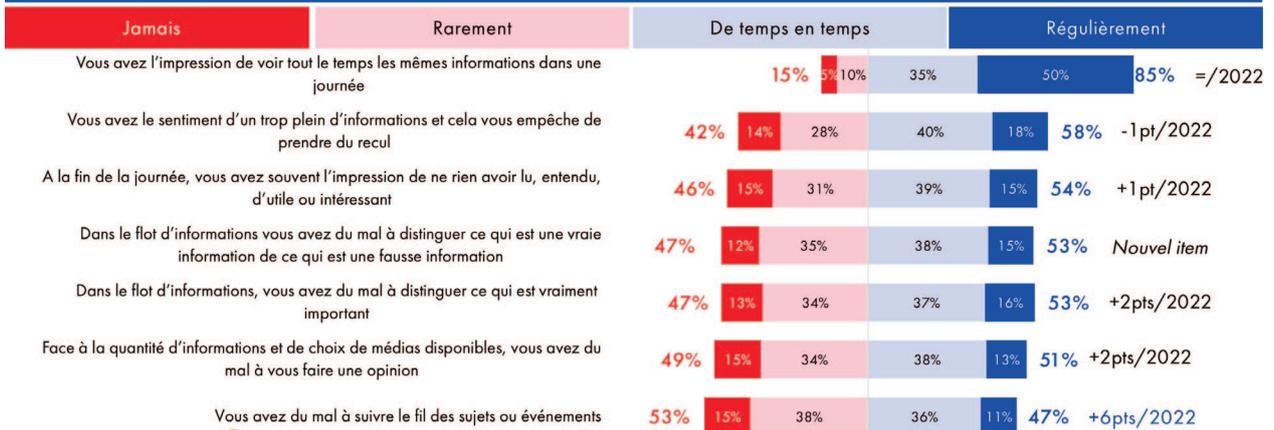


L'ObsCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

Un trop-plein des mêmes informations

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

Base totale, n=4000



L'ObsCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

Un intérêt déclinant pour les médias

Ce faisant, l'importance accordée à l'information s'érode, et c'est surtout la part de ceux qui la jugent « très » importante qui décroît (-3 points). Une des manifestations les plus tangibles en est la baisse du nombre de médias utilisés pour s'informer. En 2024, les Français utilisent en moyenne 7,4 canaux d'information différents pour 8,3 en 2022. Cette baisse se traduit par une consommation quotidienne moins diversifiée, avec 31 % des Français utilisant plus de trois canaux d'information quotidiennement, un recul significatif de 8 points par rapport à 2022.

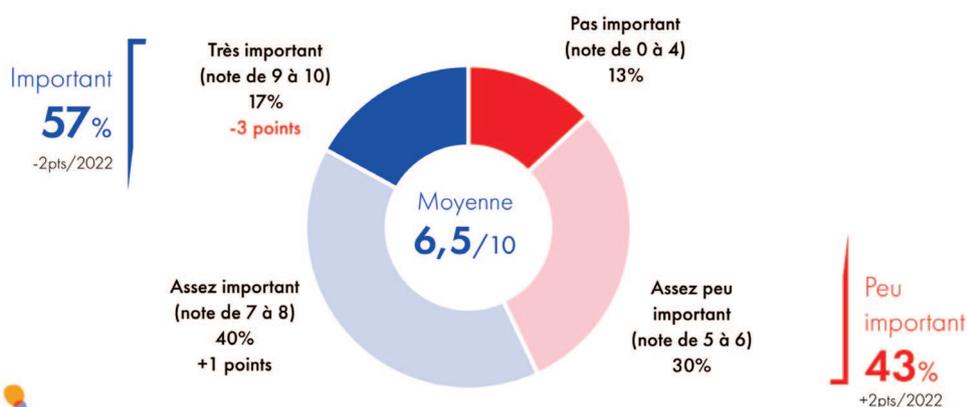
Le journal télévisé (JT) perd 4 points, de même que tous les autres formats : radio (-5 points par rapport à 2022), chaînes d'infos (-11 points par rapport à 2022), émissions d'actualité (-6 points par rapport à 2022), émissions de divertissement-actu (-8 points par rapport à 2022), presse (-1 point par rapport à 2022), etc. Seuls les réseaux sociaux ne subissent pas de retrait. Pour résumer, TikTok, Facebook, Instagram, X et YouTube continuent de générer du trafic – pour s'informer, mais aussi (et surtout ?) pour le reste, quand presque tous les autres canaux d'informations connaissent une forme de reflux.

Une moindre importance accordée au fait de s'informer régulièrement

Sur une échelle de 0 à 10, quel est le degré d'importance que vous accordez ou non au fait de vous informer régulièrement dans les médias?

Base totale, n=4000

(0 : Aucune importance - 10 : énormément d'importance)

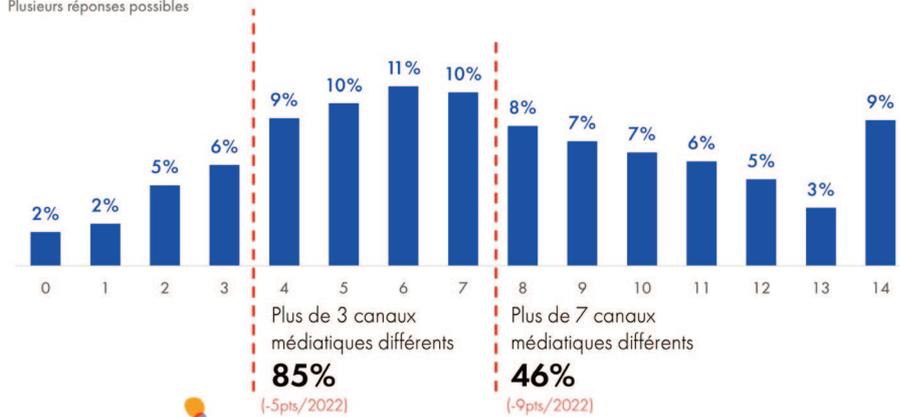


Une pluralité de canaux d'information consultés en baisse

Distribution du nombre de canaux médiatiques consultés (au moins de temps en temps)

Base totale, n=4000

Plusieurs réponses possibles



En 2024, les Français s'informent via **7,4 canaux différents** en moyenne, pour 8,3 en 2022

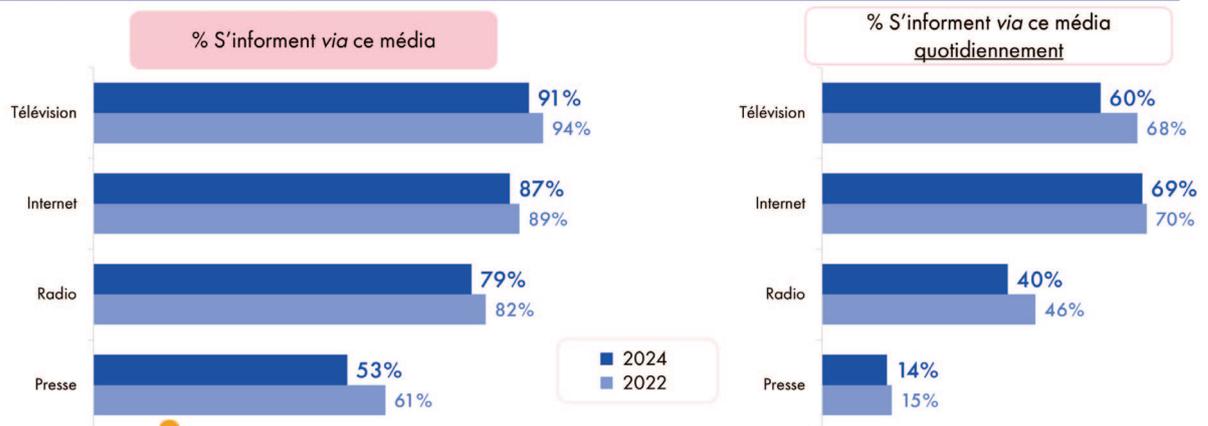


L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

La consommation d'information par grands types de média

De manière générale, et pour chacun des moyens suivants, à quelle fréquence diriez-vous que vous les utilisez pour accéder aux actualités ?

Base totale, n=4000



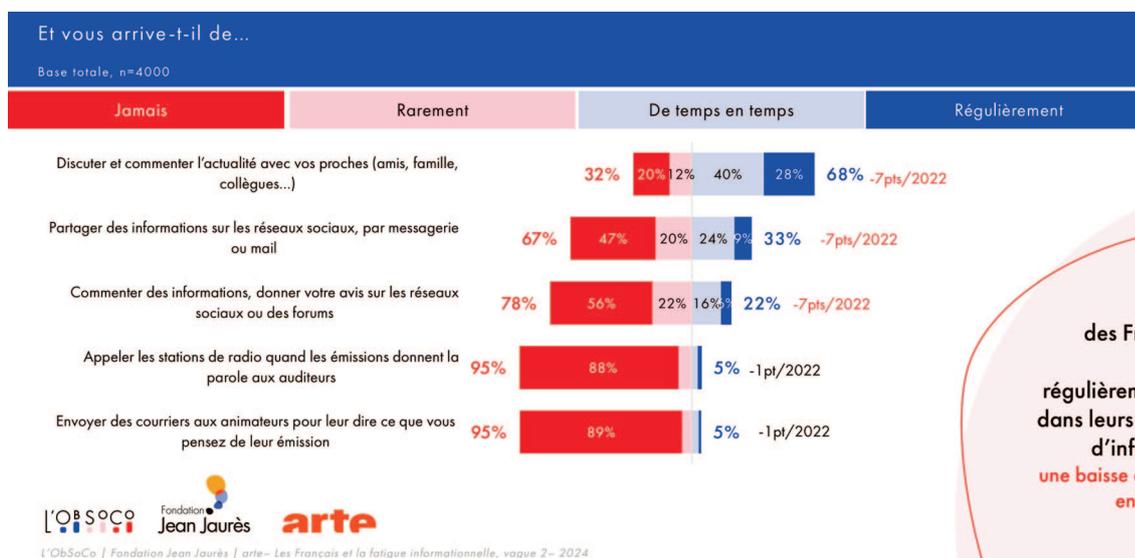
L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

Des pratiques actives en baisse

Dans le même mouvement, la façon de consommer l'actualité est également touchée, moins impliquée et impliquante. En effet, 32 % des Français se déclarent régulièrement actifs dans leurs pratiques informationnelles, soit une chute de 7 points par rapport à 2022, qu'il s'agisse de discuter et commenter l'actualité avec ses proches (-7 points) ou de partager/commenter des informations en ligne (-7 points). Cela reflète un certain désengagement, encore illustré par une diminution de la disposition à payer pour l'information : si 16 % des Français disposent d'au moins un abonnement payant à un média d'actualité, on enregistre une baisse de 3 points par rapport à 2022.

Là encore, cette moindre envie de participer au débat ou de payer pour s'informer illustre nettement une perte de lien entre les médias d'information et leurs audiences. Une perte de lien, une perte de volonté de faire circuler les informations que l'on consulte et, ce faisant, de contribuer au débat public. C'est un nouveau signe encore de la rupture et de l'exode d'une partie de la population avec ses médias. D'ailleurs, le besoin de cognition qui se définit comme l'envie de « croiser en permanence différentes sources d'information pour se faire une opinion sur les sujets importants » enregistre une baisse de 7 points sur deux ans.

Des pratiques actives d'information qui refluent



Un besoin de cognition en nette baisse

Pour chacune des phrases suivantes pouvez-vous me dire si elle vous correspond ou non ?

Base totale, n=4000

« Vous ressentez en permanence le besoin de croiser différentes sources d'informations pour vous faire une opinion sur les sujets importants »

Besoin de cognition
64%
-7pts/2022

Correspond
tout à fait
15% -7pts

Correspond
plutôt
49% =

Ne correspond
pas du tout
10% +1pt



Ne correspond
pas vraiment
26% +6pts

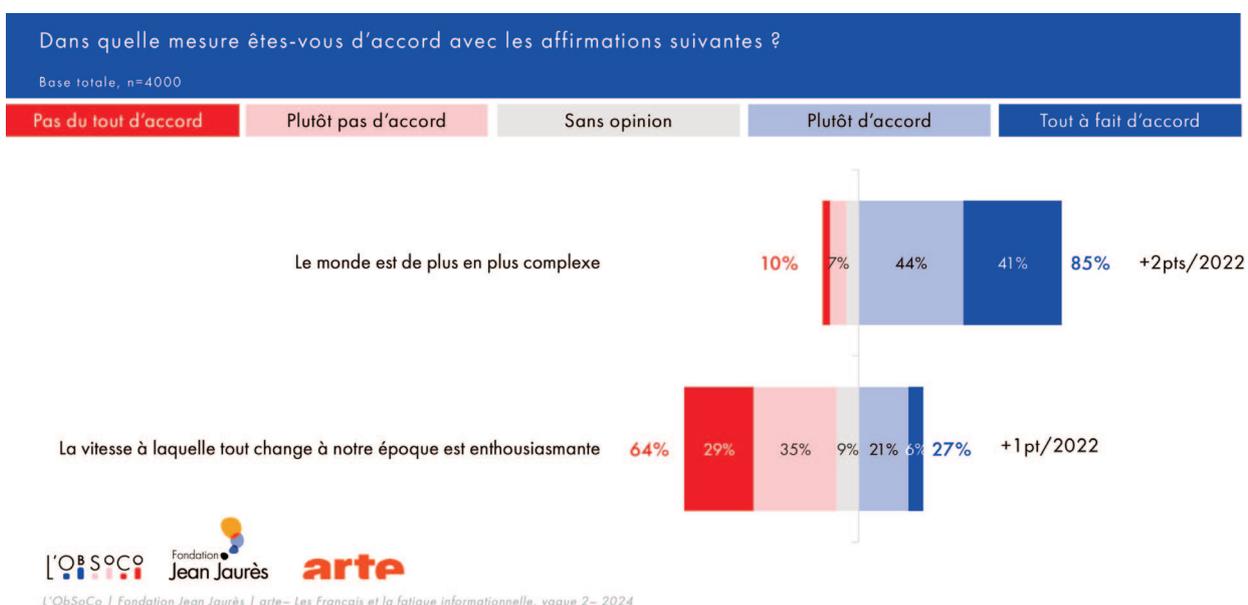
Pas de
besoin de
cognition
36%
+7pts/2022

Le sentiment d'impuissance

Un autre enseignement important de notre enquête réside dans ce que la fatigue informationnelle produit comme effet de dépréciation chez une proportion non négligeable de Français. Ainsi, 80 % des Français disent « se sentir impuissants face aux évolutions du monde » et 83 % avouent « se désespérer de l'être humain lorsqu'ils regardent les actualités ». Ces chiffres traduisent un malaise évident face à la perception d'une information qui ne permet pas de

comprendre un monde considéré comme toujours plus complexe et dont les mutations de plus en plus rapides donnent le sentiment de ne plus être capable de comprendre ou d'agir. Ajoutons qu'en parallèle, 47 % des Français disent avoir du mal à s'adapter à la vitesse à laquelle le monde évolue et 59 % expriment un besoin de ralentir dans leur vie quotidienne.

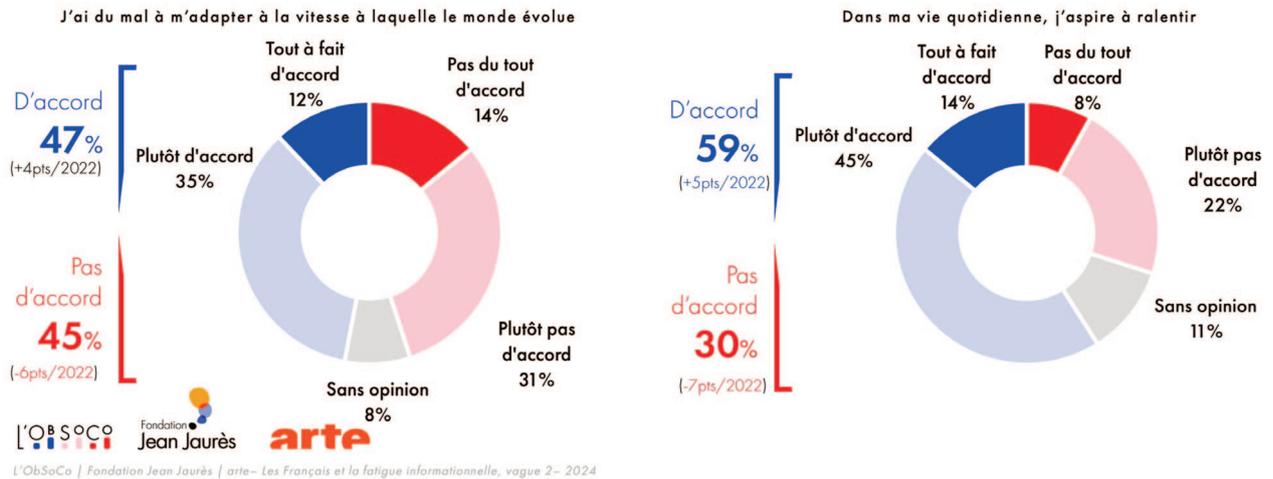
Une difficulté à comprendre les évolutions de la société



Un rythme de vie toujours plus difficile à suivre

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes?

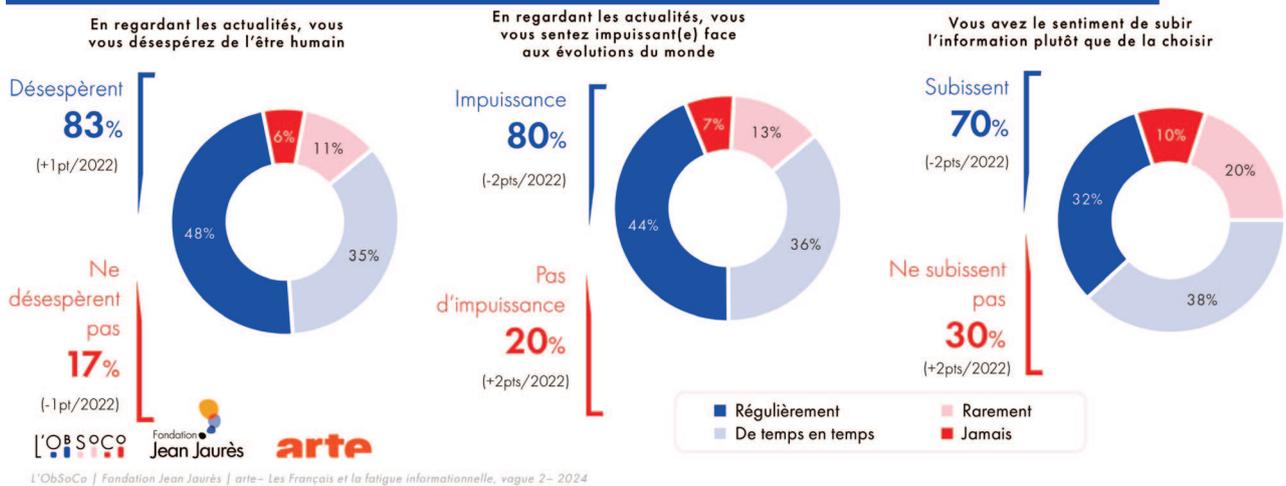
Base totale, n=4000



Le sentiment d'impuissance face à l'information

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

Base totale, n=4000



Une information incapacitante ?

Censée éclairer le citoyen et nourrir le débat démocratique, l'information semble aujourd'hui décidément manquer sa cible. Le constat est particulièrement frappant à travers le rapport des Français à quelques événements marquants de 2024. Ainsi et malgré la mobilisation lors du scrutin législatif, il ne faut pas s'y tromper : la séquence politique majeure de dissolution de l'Assemblée nationale et les débats qui ont suivi n'ont véritablement intéressé que 34 % d'entre eux, récoltant une note d'intérêt de 4,7/10, plus faible que des sujets comme la constitutionnalisation de l'IVG (5,7) ou le projet de loi immigration (5,9). Au contraire, deux tiers des Français se sont dits peu ou pas du tout intéressés, parmi lesquels 19 % ont exprimé une complète indifférence face à cette actualité (note de 0/10). Comme si cette crise institutionnelle majeure leur apparaissait déconnectée de leurs préoccupations réelles.

Plus largement, l'étude révèle une information qui peine à jouer son rôle civique. Dans l'ordre des sujets qui les ont les plus intéressés, qu'il s'agisse de l'assassinat de l'enseignant Dominique Bernard, du projet de loi immigration, de la constitutionnalisation de l'IVG ou encore de la guerre Israël-Hamas et des élections européennes, il se trouve systématiquement moins d'un tiers des Français pour dire que les informations les ont aidés à « mieux comprendre les enjeux » ou à « voir les choses de différents points de

vue » et un tiers que celles-ci les ont aidés à se former une opinion personnelle sur le sujet.

La guerre en Ukraine fait légèrement exception, de même que le traitement de l'assassinat de Dominique Bernard. Ce dernier sujet est celui qui a le plus donné envie d'agir aux citoyens, juste devant les élections européennes ou le projet de loi immigration, mais à des niveaux qui, toutefois, restent relativement modestes. Un mois avant les élections européennes, seuls 38 % estimaient que les informations pouvaient les aider à prendre une décision.

En parallèle, les effets émotionnels négatifs générés par l'actualité sur ces sujets sont patents : au total des informations testées, 21 % des sondés indiquent avoir été « angoissés ou stressés » par ces informations et 40 % en sont ressortis « énervés ». Ce phénomène est particulièrement accentué et se révèle massif lors d'événements majeurs. Ainsi, il apparaît que l'information a tendance à provoquer des réactions émotionnelles plus qu'à favoriser une véritable compréhension ou un débat constructif. Elle n'aide qu'une minorité à comprendre et agir, et semble au contraire alimenter le cercle vicieux du désengagement citoyen (en tout cas traditionnel).

Information : rapport coût/bénéfice déclaré

Diriez-vous que les informations à propos du sujet suivant... (14 sujets testés)

Base : individus ayant donné une note supérieure à 0 pour un des 14 sujets proposés, n=3941 – Sélection aléatoire du sujet concerné, les effectifs par sujet se situent entre n=278 et n=284



L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

Information : un défaut d'encapacitation

Diriez-vous que les informations à propos du sujet suivant... (extrait de 7 sujets sur 14 testés)

Base : individus ayant donné une note supérieure à 0 pour un des 14 sujets proposés, n=3941 – Sélection aléatoire du sujet concerné, les effectifs par sujet se situent entre n=278 et n=284

% des Français	Vous ont aidé à mieux en comprendre les enjeux	Vous ont aidé à vous former une opinion personnelle sur le sujet	Vous ont aidé à voir les choses de différents points de vue	Vous ont angoissé, stressé	Vous ont énervé	Vous ont fait réagir sur les réseaux sociaux (partage, publication,...)	Vous ont donné envie d'agir	Peuvent vous aider à prendre une décision pour cette élection
Ensemble	28%	34%	27%	21%	40%	11%	18%	X
L'assassinat terroriste de l'enseignant Dominique Bernard à Arras	30%	45%	30%	47%	61%	10%	33%	X
Le projet de loi immigration	31%	36%	25%	16%	40%	8%	24%	X
La constitutionnalisation de l'IVG	33%	30%	27%	10%	20%	11%	19%	X
La poursuite de la guerre en Ukraine	45%	43%	42%	48%	47%	9%	18%	X
La guerre Israël-Hamas après l'attaque du 7 octobre 2023	31%	34%	30%	38%	42%	10%	14%	X
Les élections européennes	32%	33%	30%	10%	30%	9%	28%	38%
La mort de Nahel et les mouvements de contestation qui ont suivi	21%	32%	26%	24%	49%	10%	16%	X

L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

L'information : victime de la guerre de l'attention

Il est vrai que l'information est devenue l'une des marchandises de notre société économiciste. Et que, ce faisant, l'ensemble des médias d'information se trouvent engagés dans une compétition sans merci pour la ressource rare qu'est l'attention.

Dans cette guerre, les mécanismes induits par la bataille algorithmique les conduisent à jouer sur les mêmes codes que les émissions de divertissement, les séries Netflix, les « like » ou « dislike » des médias sociaux, et donc à orchestrer une information qui vise à attirer et capter l'attention, plutôt qu'à réellement informer. L'actualité participe de cette grande foire aux émotions, cette « émocratie » que semble être devenu le débat public démocratique.

Si le fameux FOMO (*Fear of missing out* : la peur de manquer une information) se résorbe légèrement sur ces deux dernières années, cela ne signifie pas forcément que la relation est plus apaisée. Qui dit peur de manquer quelque chose, avec toutes les problématiques que cela peut engendrer, dit aussi intérêt pour ce qui vient des médias. Il suffit que cette peur diminue pour démontrer, aussi, une vraie prise de distance, pour partie salutaire, pour partie interpellante, d'avec l'univers médiatique. D'autant qu'elle se cumule avec la baisse déjà évoquée du besoin de cognition.

Et si ces deux attitudes refluent, en revanche, les comportements compulsifs ou le *binge scrolling* prennent le relais. Un Français sur deux admet ainsi qu'il lui arrive de « se retrouver à passer beaucoup plus de temps que prévu à scroller des vidéos sur les réseaux sociaux (TikTok, Insta, Facebook) ». Un phénomène qui est d'autant plus important à mesure que l'âge des enquêtés diminue. Ainsi, s'il concerne 22 % des plus de 65 ans, c'est 67 % des 25-34 ans et 77 % des 18-24 ans.

De plus, dans ce nouveau paysage, des usages tels que celui consistant à « commenter de manière provocatrice et/ou de partager du contenu polémique » en viennent à concerner 23 % des enquêtés. Cela relève d'une pratique nommée *need of chaos* outre-Atlantique et qui se trouve, là encore, liée à l'âge (30 % des plus jeunes), mais aussi au genre (27 % des hommes *versus* 19 % des femmes) et au niveau de revenu (28 % des revenus les plus modestes pour 17 % des plus élevés).

Pour finir sur ce point, on ne manquera pas de signaler que, quelles que soient ces dérives liées à l'information, elles sont systématiquement plus prégnantes chez les Français les plus fatigués.

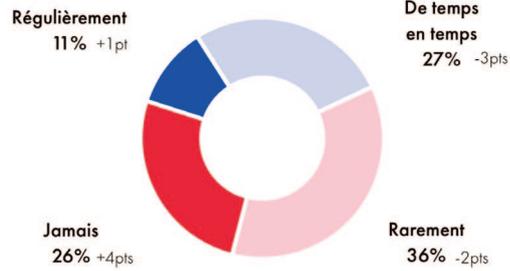
Le FOMO (la peur de manquer une information) s'atténue

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

Base totale, n=4000

« Vous ressentez le besoin d'être en permanence connecté à l'information de peur de rater quelque chose »

FOMO
38%
-2pts/2022



Peu de FOMO
62%
+2pts/2022



L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

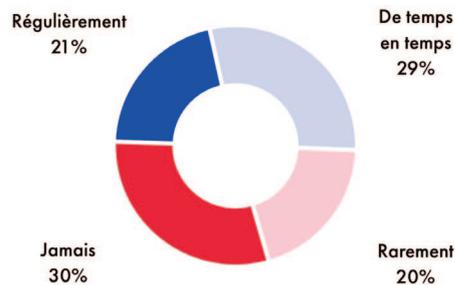
Le binge scrolling concerne un Français sur deux

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

Base totale, n=4000

« Lorsque vous êtes sur les réseaux sociaux vous vous retrouvez à passer beaucoup plus de temps que prévu à scroller des vidéos (TikTok, Insta, Facebook...) »

« binge scrolling »
51%



Peu impactés
49%



L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

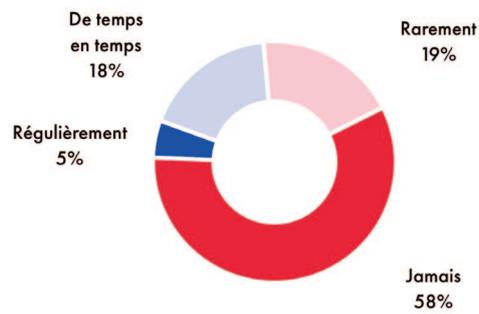
Plus d'un Français sur cinq dans la polémique

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

Base totale, n=4000

« Lorsque vous êtes sur les réseaux sociaux il vous arrive de commenter de manière provocatrice et/ou de partager du contenu polémique »

« Need of chaos »
23%



Pas polémique
77%



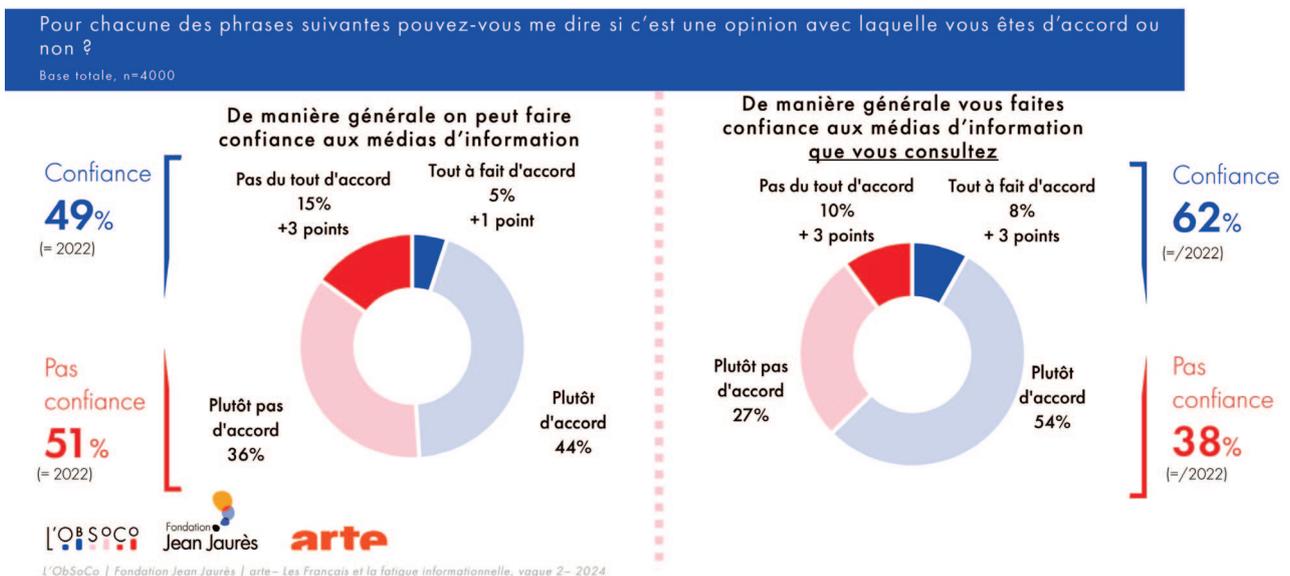
L'ObSoCo | Fondation Jean Jaurès | arte - Les Français et la fatigue informationnelle, vague 2 - 2024

Perte de confiance et polarisation

Les résultats de l'enquête montrent également une polarisation croissante autour de la confiance dans les médias. De manière générale, 49 % des Français disent que l'on peut faire confiance aux médias d'information. Un Français sur deux donc. Un indicateur préoccupant mais stable. Cela étant, cette stabilité recouvre des intensités qui évoluent. Ainsi la proportion de ceux qui n'ont « pas du tout » confiance augmente de 3 points. De même, si 62 %

des Français déclarent faire confiance aux médias qu'ils consultent régulièrement et si, de nouveau, ce chiffre se révèle stable, en revanche, on observe une augmentation de 3 points de ceux qui n'ont « pas du tout » confiance et de 3 points de ceux qui ont « tout à fait » confiance. Tout se passe comme si l'on se repliait sur les médias dans lesquels on a vraiment confiance.

Une confiance vis-à-vis des médias globalement inchangée mais qui se polarise



La tentation du complotisme

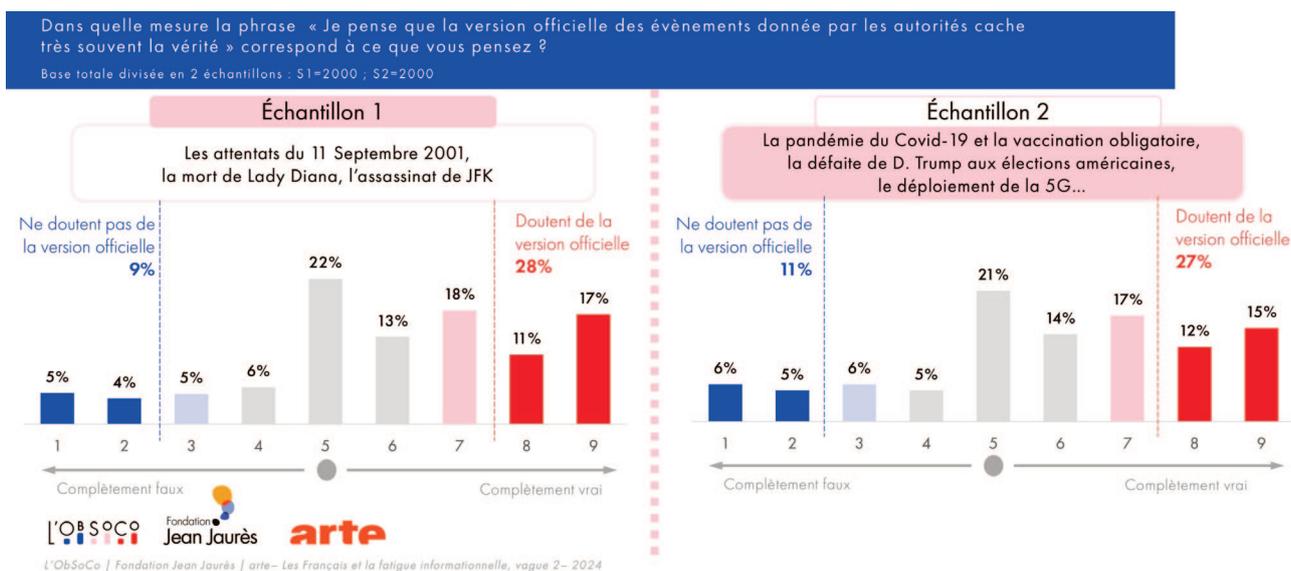
Dans ce contexte de fatigue et de défiance, parmi les terres d'exode choisies par les Français, on trouve celles du complotisme et des vérités alternatives. Si l'on ne comprend ou n'accepte pas un fait, c'est que possiblement les choses ne se sont pas réellement déroulées de la manière dont on nous la raconte et qu'il existe certainement des explications plus claires et évidentes que l'on nous cache. D'où le besoin et l'envie d'une partie importante de nos concitoyens de se tourner vers les théories du complot.

Pour objectiver ce phénomène, nous nous sommes basés sur l'échelle de mesure des théories du complot établie par Anthony Lantian, chercheur en psychologie sociale, et avons questionné deux échantillons : l'un sur des théories du complot « classiques », tel l'assassinat de John F. Kennedy ou le 11-Septembre, l'autre sur des sujets qui sont apparus plus récemment (la 5G, la pandémie de Covid-19 ou les

élections américaines de 2020). Les deux sous-échantillons aboutissent aux mêmes résultats confirmant la disposition en question au-delà des faits eux-mêmes. Au total, plus d'un quart des Français (27 % très précisément) se montrent perméables à la mécanique complotiste.

L'aphorisme de Guy Debord selon lequel « Dans un monde réellement renversé, le vrai est un moment du faux » n'a peut-être jamais été aussi pertinent qu'aujourd'hui. Car le chiffre interpelle. Jamais, peut-être, les médias dans leur ensemble n'ont produit autant d'informations, d'heures de direct, de débats en tous genres et, pourtant, nombreux sont les Français à faire sécession pour former et structurer des espaces informationnels de contestation. Le tout cultivé et alimenté par les biais cognitifs, bulles de filtres et concaténations algorithmiques des plateformes sociales.

Une perméabilité non négligeable aux théories du complot



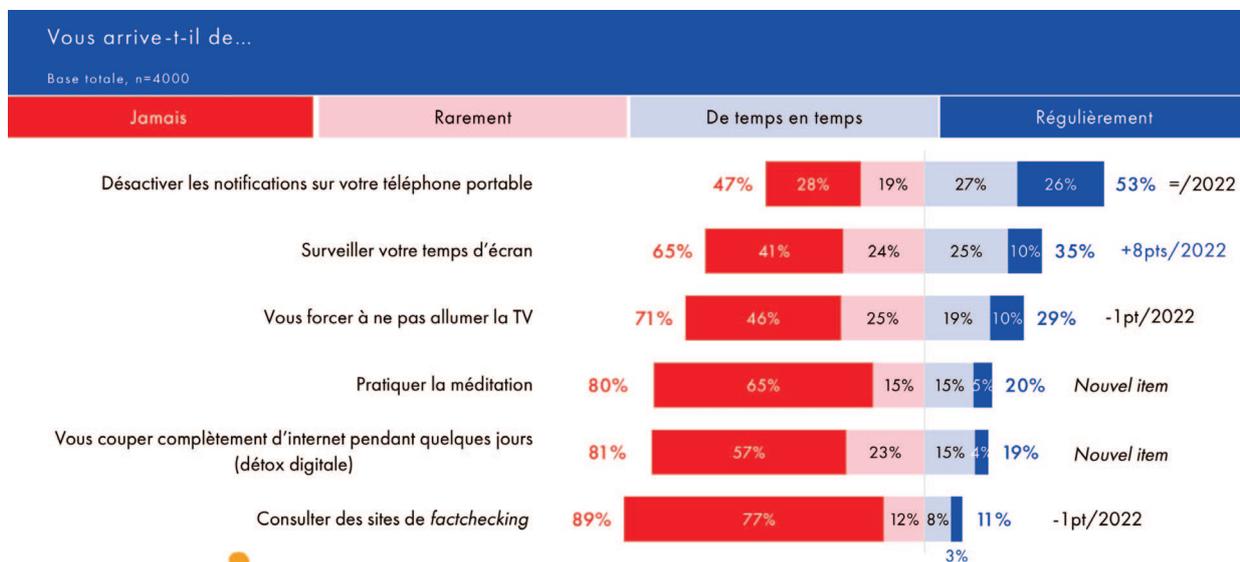
Stratégies de régulation individuelles

Sans nécessairement aller jusque-là, certains Français développent des stratégies de régulation de leurs pratiques médiatiques. La plus répandue consiste à désactiver les notifications sur leur téléphone portable (53 % le font « régulièrement » ou « de temps en temps »), suivie par la surveillance de leur temps d'écran (35 %) et l'extinction volontaire de la télévision (29 %). Plus significatif encore, 68 % des Français déclarent avoir supprimé des applications de réseaux sociaux de leur téléphone et 55 % ont supprimé des applications de conversation comme

WhatsApp ou Messenger, témoignant d'une volonté croissante de reprendre le contrôle sur leur consommation d'information.

Mais d'autres pratiques plus radicales émergent également : 19 % des sondés s'engagent dans des « détox digitales » en se coupant complètement d'internet pendant quelques jours, et 20 % pratiquent la méditation. Un chiffre impressionnant qui dit beaucoup des préoccupations concernant l'hygiène mentale.

Les stratégies de régulation de ses pratiques en matière d'information

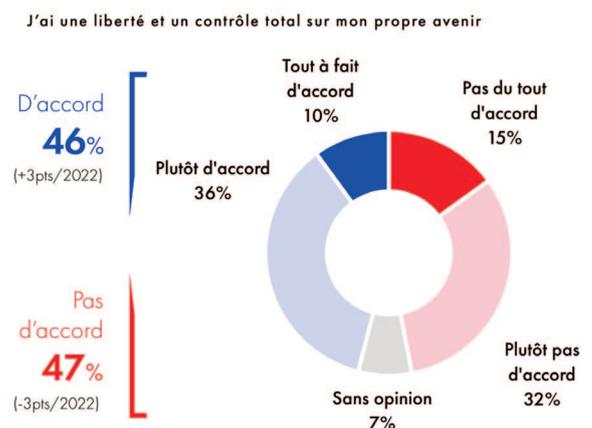
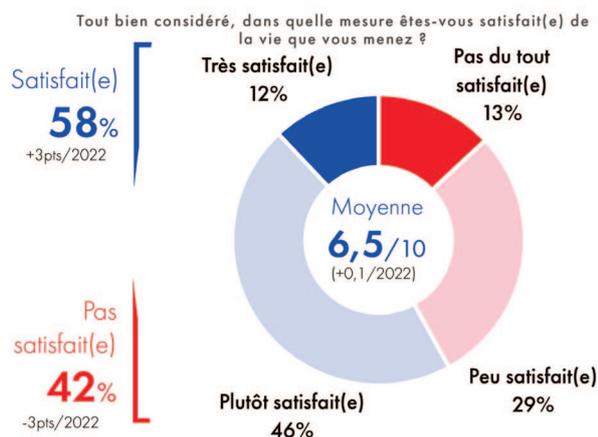


Malaise public, bonheur privé

« Vous pouvez maintenant éteindre votre télévision et reprendre une activité normale. » La célèbre phrase qui concluait chaque émission des *Guignols de l'info* résonne étrangement avec les résultats de cette nouvelle étude sur la fatigue informationnelle des Français. Face à un flux d'actualités perçu comme toxique, nos concitoyens semblent de plus en plus enclins à suivre ce conseil ironique, mais finalement salvateur. Une mise à distance de l'actualité qui s'accompagne, procède et nourrit un paradoxe frappant : alors que les indicateurs collectifs n'ont jamais été aussi dégradés (73 % estiment que la démocratie fonctionne mal, +9 points en deux ans), 81 % sont insatisfaits de la situation du pays et 59 % sont pessimistes pour les générations futures – les Fran-

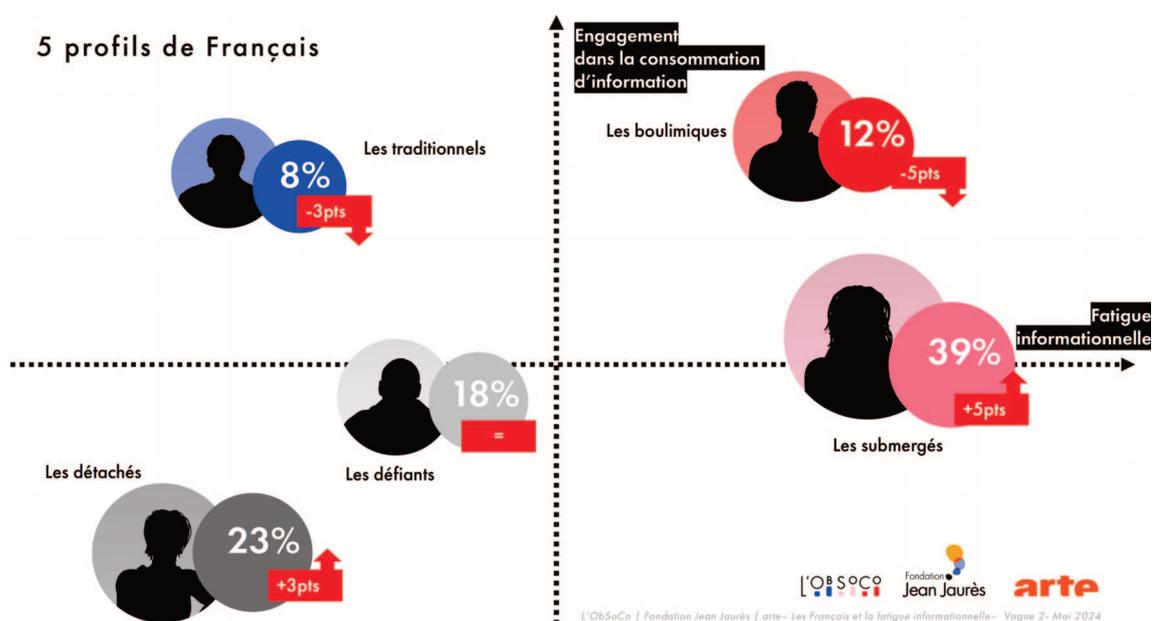
çais disent aller bien, et même mieux. La satisfaction quant à sa vie personnelle progresse légèrement (58 %, +3 points), tout comme le sentiment de contrôle sur sa propre existence (71 %, +3 points). Tout se passe comme si le repli sur la sphère privée, favorisé par la mise à distance d'une actualité perçue comme anxiogène et sur laquelle on manque de prise (on rappellera que 83 % se sentent « impuissants face aux évolutions du monde »), permettait de préserver son équilibre personnel. Une forme d'autoprotection qui pose question : peut-on construire une démocratie vivante avec des citoyens qui, pour préserver leur santé mentale, doivent se tenir à distance de la vie de la Cité ?

Le sentiment de contrôle sur sa vie s'améliore légèrement



Cinq profils de Français

Mapping



Notre étude révèle finalement cinq profils distincts, chacun illustrant une facette différente de notre rapport complexe à l'actualité. Cette analyse statistique approfondie met en lumière non seulement les différents comportements et attitudes, mais aussi les défis et les tensions qui émergent dans notre société de l'information. D'autant que l'on repère des évolutions significatives dans la répartition des différents groupes depuis 2022.

Les « submergés » : l'information comme fardeau

Représentant désormais 39 % des Français, les « submergés » constituent le groupe ayant connu la plus

forte progression en deux ans. Cette augmentation significative (+5 points) témoigne d'une aggravation préoccupante du phénomène de fatigue informationnelle dans la société française. Malgré une prise de conscience croissante du problème, son évolution suggère que les mécanismes de protection peinent encore à se mettre en place.

Majoritairement féminin (57 %), mais de tous milieux sociaux, ce groupe connaît une expansion qui pose des questions cruciales sur l'évolution de notre écosystème médiatique et ses impacts sur les populations possiblement fragiles. Dans ce groupe, en effet, les vulnérabilités semblent s'additionner, qu'amplifient les difficultés à gérer le torrent quotidien d'informations, créant un cercle vicieux d'anxiété et d'impuissance.

De fait, leur quotidien informationnel est marqué par une lutte permanente : 95 % d'entre eux déclarent

ressentir une fatigue informationnelle, un chiffre particulièrement alarmant comparé à la moyenne nationale de 54 %. Cette fatigue se manifeste à travers de multiples symptômes : difficultés de concentration, sentiment d'oppression, incapacité à hiérarchiser l'information. Le langage journalistique lui-même devient une source de confusion supplémentaire, creusant encore davantage le fossé entre ces citoyens et l'actualité.

Malgré un engagement réel dans l'information et une envie non moins réelle de comprendre, le sentiment d'impuissance domine leur expérience : 87 % ont l'impression de subir l'information plutôt que de la choisir. Cette submersion s'accompagne de comportements compulsifs, comme le *binge scrolling*, et génère des souffrances psychologiques significatives. C'est d'ailleurs le groupe qui souffre le plus de stress, d'anxiété et de déprime liés à la consommation d'informations – et qui se montre le moins satisfait de sa vie en général.

Et tout se passe comme si les tentatives de limitation de leur exposition aux médias se heurtaient à une forme d'addiction négative, où la volonté de se protéger combattait une impossibilité à se déconnecter réellement.

Ces submergés sont les enfants de cette ère de la submersion dans laquelle nous vivons : celle du choix impossible, celle de l'incapacité à se faire une opinion précise sur un sujet, et celle de cette impression d'un tout disponible qui, au lieu de nous donner des moyens d'analyse, nous fait perdre toute capacité à avancer et à analyser les choses. Pour « récupérer » ces submergés, il faudra un long travail de fond, tant sur les formats informationnels que sur une politique publique d'éducation et de prévention de la submersion informationnelle.

Les « boulimiques » : l'information comme addiction

Les « boulimiques » (12 % de la population, soit plus d'un Français sur dix) développent quant à eux une relation quasi obsessionnelle à l'information. Ce

groupe, composé principalement de jeunes urbains, voire Parisiens, diplômés et de catégories socio-professionnelles aisées, incarne une nouvelle élite hyperconnectée pour qui l'information est devenue une forme de capital social et professionnel.

Leur consommation médiatique atteint des niveaux vertigineux : ils utilisent en moyenne 9,6 canaux d'information différents, pour 7,4 chez l'ensemble de la population. Cette diversification des sources s'accompagne d'une forte présence sur les réseaux sociaux et d'une utilisation intensive d'internet.

Ils ont également une consommation active : ils commentent, partagent et discutent fréquemment l'actualité. Ils témoignent d'un besoin de cognition élevé : ils aiment croiser les sources et approfondir leur compréhension.

Leur consommation d'informations, on le comprend, est la plus diverse et intense de tous les groupes. Ils sont surreprésentés dans la consommation quotidienne de presque tous les types de médias, à l'exception de la télévision. Leur besoin d'information frôle la compulsion : 62 % admettent avoir des comportements de recherche compulsive d'information et le *binge scrolling* concerne 70 % d'entre eux. Ainsi, bien que passionnés par l'actualité, ils souffrent d'une forte fatigue informationnelle. 67 % se disent fatigués, et ils sont les plus susceptibles de ressentir le FOMO informationnel.

C'est aussi le groupe de tous les paradoxes : malgré cette fatigue, ils restent relativement confiants dans les médias. Nonobstant cette confiance, ils affichent une assez forte propension au complotisme (33 % contre 23 % en moyenne). Malgré tout cela, ils demeurent plus optimistes que la moyenne sur l'avenir de la France et des générations futures. À noter encore qu'ils s'intéressent tout autant à la politique qu'aux sujets *people*.

Conscients de leurs excès, ces boulimiques tentent de réguler leur consommation, notamment en supprimant des applications (46 %) ou en s'imposant des périodes de déconnexion. Cependant, ces tentatives de régulation se heurtent à leur besoin professionnel et social de rester constamment informés/connectés, créant une tension permanente entre la nécessité de déconnexion et la peur de manquer une information cruciale.

Ce groupe, qui représentait 17 % de la population en 2022, ne constitue plus que 12 % du total en 2024, marquant un recul significatif de 5 points. Une attrition qui pourrait signifier une certaine prise de conscience des effets néfastes de la surconsommation d'information et l'émergence de stratégies d'autorégulation plus efficaces parmi les classes supérieures urbaines.

Les « défiants » : l'information sous le prisme du scepticisme systématique

Le groupe des « défiants » n'évolue pas dans sa proportion en deux ans, à 18 % de la population. Cette constance semble suggérer une cristallisation durable d'une forme de défiance structurelle envers l'information, les médias traditionnels et les institutions dans la société française.

Ce groupe incarne en effet une France méfiante, qui a développé une distance critique systématique vis-à-vis de ces institutions. Plus masculin et plus modeste, ce groupe se distingue aussi par sa proximité avec le mouvement des « gilets jaunes ».

Concernant l'information, les membres de ce groupe se caractérisent par une posture de doute systématique : ils maintiennent un engagement significatif dans la recherche d'information tout en remettant systématiquement en question les sources officielles.

Plus globalement et pour faire le lien entre fatigue démocratique, fatigue informationnelle, désertion des urnes et désertion des médias, ce groupe se caractérise par une vision négative plus importante que la moyenne de la situation collective (démocratie, société, etc.). S'ils déclarent « subir » l'information plutôt que la choisir, ils font également montre d'une difficulté d'adaptation à la vitesse des changements sociétaux et expriment un fort sentiment d'impuissance et de désespoir face à l'actualité. 94 % disent se désespérer de l'être humain en regardant les nouvelles. Mais tout se passe comme s'ils « retournaient » cette défiance contre ce qu'ils considèrent

comme faisant « système », à l'inverse des submergés qui la retournent contre eux-mêmes.

Le scepticisme des défiants agit donc comme un filtre protecteur contre la surcharge informationnelle. En maintenant une distance critique permanente, ils parviennent à gérer le flux d'informations sans se laisser submerger. Cependant, cette posture n'est pas sans risque : elle peut conduire à une forme de cynisme généralisé, à une perméabilité au complotisme et à un rejet systématique des institutions démocratiques.

Les « traditionnels » : l'information comme rituel maîtrisé

Les « traditionnels », qui représentaient 11 % de la population en 2022, ne constituent plus que 8 % du total en 2024, marquant un recul de 3 points. Cette diminution progressive reflète la combinaison de l'évolution générationnelle comme des pratiques médiatiques. On note dans cette catégorie une surreprésentation des 65-75 ans, avec un niveau de vie supérieur à la moyenne, et une forte proportion de retraités, plutôt masculins.

Ce groupe représente en fait le modèle « traditionnel » de consommation de l'information. Ils accordent une grande importance à l'acte de s'informer et y consacrent des efforts importants. Ils consomment l'information de façon intensive et variée, en multipliant les sources, avec une préférence pour les médias traditionnels (télévision, radio, presse écrite). Ils ont un fort intérêt pour la politique et l'actualité et semblent relativement maîtriser leur environnement informationnel.

Ils cultivent la particularité de mieux résister que le reste de la population à la fatigue informationnelle – seulement 28% se disent fatigués par l'information – et nourrissent une grande confiance dans leur capacité à s'informer et à discerner les informations fiables. De ce rapport plus tranquille à l'information découlent une vision plus positive de la société et de la démocratie et une satisfaction de vie supérieure à

la moyenne. Contrairement aux autres groupes, ils ne semblent pas souffrir de la surabondance d'informations. Ils expriment moins de stress, d'anxiété ou de déprime liés à l'actualité.

La diminution du poids statistique de ce groupe (-5 points) est particulièrement frappante. Elle suggère un déclin du modèle « traditionnel » de consommation de l'information, même parmi les générations plus âgées. Ce reflux des plus engagés dans l'information au global est un signal fort des mutations en cours dans notre rapport à l'actualité. De plus, il faut noter que si cela reste marginal, même cette partie de la population se dit désormais victime de *binge scrolling* et d'une fatigue plus importante.

Clairement, cette catégorie, qui, il y a deux ans, était un pilier solide du rapport tranquille à l'information, devient plus intranquille et donne des petits signes de basculement vers autre chose.

Les « détachés » : l'information à distance

Ce groupe (près d'un quart de la population française, à 23 %) représente une forme de désengagement volontaire de l'information. Avec eux, tout se passe comme si le monde informationnel et leur monde ne se croisaient jamais et ne devaient plus jamais se croiser. Ils sont partis ailleurs, ils ne veulent plus revenir et, pis, ils cultivent un rejet et érigent même celui-ci en nouvel art de vivre. Leur profil interpelle. Ils sont souvent dans un âge intermédiaire avec des enfants, vivent dans les zones périurbaines et dans les communes peu denses et sont des actifs occupés.

Ils ne s'intéressent pas vraiment à l'actualité, sont relativement indifférents à la politique et estiment que cela ne raconte en rien leurs vies. Ils ne ressentent pas le besoin de s'informer régulièrement et ne fournissent pas d'efforts particuliers pour le faire. Ils sont également moins tentés de remettre en cause la version officielle des événements que, souvent, ils connaissent mal. Leur désengagement semble volontaire et assumé. Évidemment, ils ne sont pas fatigués puisque leur consommation médiatique est la plus

faible de tous les groupes. Seulement 16 % d'entre eux se disent fatigués (pour 54 % en moyenne).

Ce faisant, ils affichent un sentiment de contrôle sur leur vie. Cela ne les rend ni particulièrement optimiste, ni particulièrement pessimiste concernant l'avenir. Si l'on devait les caractériser par une image, ils sont les habitants de la frontière ou d'une terre inconnue des médias. L'augmentation de ce groupe (+3 points) pourrait indiquer une tendance croissante au désengagement informationnel comme stratégie d'adaptation face à la fatigue et ses conséquences.

Cette typologie dessine, on le voit, le portrait d'une société française profondément mal à l'aise dans son rapport à l'information. Entre les submergés qui suffoquent sous le poids de l'actualité et les détachés qui choisissent la distance, entre les boulimiques qui en redemandent et les défiants qui la filtrent par le prisme du doute, c'est toute la complexité du rapport contemporain à l'information qui se révèle.

Au global, en tout cas, on peut observer trois évolutions majeures.

D'abord, le reflux des plus engagés dans l'information : la baisse significative des traditionnels et la légère diminution des boulimiques indiquent un recul des modèles de forte consommation d'information, qu'ils soient traditionnels ou numériques. Plus largement, toutes les catégories affichent une montée du désengagement. La hausse des détachés (+3 points) peut d'ailleurs être interprétée comme une stratégie d'adaptation face à la surcharge informationnelle.

L'autre enseignement majeur porte, ensuite, sur l'aggravation du malaise informationnel : la croissance du groupe des submergés (+5 points) et la diminution des traditionnels (-5 points) suggèrent clairement une détérioration globale du rapport à l'information dans la société française.

La persistance et cristallisation de la défiance, enfin : la croissance des submergés et la stabilité des défiants soulignent la permanence d'un rapport méfiant à l'information et aux institutions médiatiques. Avec, pour ce dernier groupe, la tentation de recréer des espaces informationnels en rupture avec l'écosystème existant.

L'enjeu n'est donc plus seulement l'accès à l'information, mais la capacité à la gérer, à la filtrer et à

maintenir une distance saine avec elle. Cette capacité devient un marqueur social déterminant, créant de nouvelles formes d'inégalités dans notre société de l'information. Face à ces défis, la nécessité d'une réflexion collective sur nos modes de consommation de l'information et leurs impacts sur le bien-être individuel et la cohésion sociale devient de plus en plus pressante.

En conclusion : vers la mort de l'information ?

« Exode ». Le mot est fort. Il évoque la migration massive et soudaine d'une population hors d'un territoire en réponse à des conditions devenues insupportables. Il renvoie pourtant avec justesse à l'idée d'une mutation profonde et d'un rejet du système informationnel dans son ensemble.

Trois grands phénomènes concourent à cette tendance. En très peu de temps, l'écosystème médiatique s'est tout à la fois enrichi et fragmenté en de nombreux canaux, et le potentiel d'accès des Français à l'information – et au-delà leur rapport à celle-ci – s'en est trouvé fondamentalement transformé. Le flux est permanent, le volume sans limites...

D'autant que cette abondance induit elle-même des effets puissants sur la logique économique des médias. L'attention est devenue la ressource la plus rare et précieuse, objet d'une compétition féroce. Tout le monde, des médias aux annonceurs, mais surtout les plateformes sociales, se dispute aujourd'hui cette attention dans ce que le sociologue Dominique Boullier nomme un grand « réchauffement médiatique¹ ». Tous les moyens semblent bons, y compris l'utilisation des puissants ressorts de l'émotion, biais cognitifs et activateurs de dopamine.

À cela s'ajoute un troisième problème : pendant longtemps, de grands récits ont fixé le cadre de la vérité.

Des récits religieux ou politiques qui pouvaient être enfermants, voire dangereux, mais avaient un mérite : un début, une fin et une explication globale de la marche du monde. Ces récits ont volé en éclats, laissant la place non pas à une absence de récit, mais à un récit économiciste néolibéral où la concurrence et la compétition font loi. Cette situation renforce ce qu'observait le philosophe Bernard Williams². D'une part, un attachement intense à la véracité et à la transparence, un souci de ne pas se laisser tromper, le refus obstiné d'être dupe (qui conduit parfois à une attitude de défiance généralisée). Mais, d'autre part, une défiance tout aussi grande à l'égard de la vérité elle-même : existe-t-elle vraiment ? Si oui, peut-elle être autrement que relative, subjective, culturelle, contextuelle ? Ces deux attitudes devraient s'exclure mutuellement, mais sont en fait mécaniquement liées, puisque le désir de véracité suffit à enclencher un processus critique qui vient ensuite fragiliser l'assurance qu'il y aurait des vérités sûres. En bref : plus de boussole(s) et une quête de la vérité sans fin. Épuisant.

Ce contexte, on le voit, produit de la fatigue informationnelle et celle-ci s'avère difficilement tenable au niveau individuel. D'où l'exode progressif de nombreux Français : momentanément – en adoptant de plus en plus de pratiques de régulation – ou plus pérenne – en s'informant moins ou presque plus, voire en investissant des espaces informationnels alternatifs, ou se laissant happer par des pratiques quasi addictives. Mais si ces réactions sont individuelles, en s'agrégeant, elles forment un phénomène massif. Et c'est bien un problème collectif dont il s'agit. Un problème démocratique, dans la mesure où l'information est censée contribuer à l'émancipation de chacun.

Le défi pour les médias, dans ce contexte, sera de réengager des Français fatigués, lassés, méfiants, face à une information qui souffre d'un déficit de sens et de valeur, en rendant à l'information son rôle d'outil au service de la compréhension du monde et de l'action citoyenne.

1. Dominique Boullier, *Comment sortir de l'emprise des réseaux sociaux*, Paris, Le Passeur, 2020.

2. Bernard Williams, *Vérité et véracité. Essai de généalogie*, Paris, Gallimard, coll. « NRF Essais », 2006.

Car si nous n'y prenons pas garde, cette dynamique pourrait conduire inexorablement à la mort de l'information – c'est-à-dire à un monde dans lequel l'information indépendante des intérêts économiques n'existerait plus, où la concentration des sources de production d'information se renforcerait, chacun son information et chacun sa réalité et vérité. Un des premiers messages d'Elon Musk sur X le 7 novembre 2024, au lendemain de l'élection de Donald Trump (et avant de lui-même se préparer à entrer à la Maison-Blanche) était clair : « *You are the media now*³. » Dit celui qui contrôle l'algorithme. Ce populisme informationnel est explicité dans un autre message le même jour : « *For anyone, whether in America or other countries, who finds this result shocking, they should reconsider where they get their information. This trend was obvious on X for months, but almost all the legacy mainstream media pushed a completely false reality. They lied to you*⁴. »

Dans ce monde, le vrai et le faux sont entremêlés et la distinction entre les deux n'est plus possible. C'est un monde dans lequel les IA génératives viendraient se greffer à cette lutte pour l'attention. Au fond, dans ce monde, l'information s'est liquéfiée au point d'en devenir inconsistante. L'information n'a alors plus aucune valeur. Plus aucun intérêt. Ni pour comprendre le monde, ni pour coopérer et guider son devenir. Cela peut sembler pessimiste, voire exagéré. Pourtant, pour que l'information survive, il ne suffit pas de compter sur les pouvoirs publics ou les médias ; il faut aussi des citoyens engagés. Or, ceux-ci, trop longtemps envisagés comme une audience plutôt que comme un public que l'on respecte et avec lequel on tisse des liens, s'en vont. Vous parlez, nous parlons, mais la salle se vide...

Plus que jamais, il devient donc nécessaire d'explorer des pistes pour contrer cet exode informationnel et réengager les citoyens dans un rapport plus sain, plus constructif avec l'information, par plusieurs biais :

- les formats et les modes de diffusion de l'information pour réduire la fatigue informationnelle. Sortir

du flux permanent. Revenir à une logique de programmation. Avec un début, un milieu, une fin. Susciter le lien au public plus restreint plutôt que de cultiver l'audience, c'est-à-dire le plus grand nombre diffus et inqualifié. Juste pour prendre des parts de marché, et capter l'attention. La qualité plus que la quantité. Moins mais mieux, là encore ;

- renforcer l'éducation aux médias et à l'information dès le plus jeune âge. L'école qui forme les citoyens doit se saisir de cette question de manière drastique, sur la compréhension tant de ce qu'est le métier d'informer que de l'univers informationnel, que des techniques pour faire face aux sources multiples. Pourquoi ne pas introduire, dans le cadre des cours d'éducation morale et civique (EMC), une éducation aux médias du CE2 à la terminale, avec une épreuve au bac ? ;
- développer des outils et des pratiques pour aider les citoyens à mieux gérer leur consommation d'information. Mieux comprendre la façon dont fonctionne leur cerveau, leurs biais cognitifs et les techniques destinées à capter leur attention ;
- se poser en médiateur et, pour lutter contre la polarisation croissante du débat public, organiser des échanges entre des personnes d'avis différents. Pas sous forme de spectacle, d'outrances et d'éclats, mais dans une discussion apaisée qui pourrait s'appuyer sur les techniques de communication non violente ;
- réfléchir à de nouveaux modèles économiques pour le journalisme qui ne reposent pas sur la surproduction d'information. Pourquoi ne pas favoriser la création de fondations pour les médias ? ;
- utiliser le levier politique pour imposer des régulations strictes aux plateformes sociales qui, devenues médias et non plus simplement réseaux, doivent se conformer aux règles qui s'imposent à tous les médias. Il s'agirait de pouvoir faire la différence entre ceux qui s'engagent à respecter des exigences renforcées en matière de traitement de l'information (qualité des sources, honnêteté dans

3. « Désormais vous êtes les médias. »

4. « Pour quiconque, que ce soit en Amérique ou dans d'autres pays, qui trouve ce résultat choquant, il serait bon de reconsidérer leurs sources d'information. Cette tendance était évidente sur X depuis des mois, mais presque tous les grands médias traditionnels ont diffusé une réalité complètement fautive. Ils vous ont menti. »

le traitement et dans la présentation de l'information, impossibilité d'anonymat notamment) et ceux qui ne le font pas ;

- aussi, imaginer, ainsi que l'ont proposé les États généraux de l'information, une labellisation adaptée à ces producteurs d'information actifs sur les réseaux qui souhaiteraient en bénéficier. Leur engagement à respecter ces exigences renforcées leur permettrait de bénéficier des avantages liés à cette reconnaissance. Comme toute forme de labellisation, elle devrait faire l'objet d'une validation régulière par un tiers indépendant ;
- enfin, pourquoi ne pas imaginer une forme de loi du pluralisme qui ferait en sorte de contraindre ces

médias à un pluralisme de l'information. Ceci les contraindrait à mettre en avant les contenus des médias d'infos, et rendrait les évolutions à la X d'Elon Musk plus rares.

Ces pistes ne sont que des prémices, mais elles rappellent qu'il est encore possible d'imaginer une société où l'information ne se vit plus comme une contrainte ou un bruit de fond, mais comme un bien commun, un outil au service de l'émancipation et de l'engagement citoyen. Dans cette perspective, le réengagement des citoyens avec l'information est non seulement souhaitable, mais indispensable pour préserver la santé démocratique de nos sociétés.

Table

des matières

- 01 Introduction
- 02 La saturation informationnelle : une fatigue collective
- 04 Un intérêt déclinant pour les médias
- 06 Des pratiques actives en baisse
- 08 Le sentiment d'impuissance
- 10 Une information incapacitante ?
- 12 L'information : victime de la guerre de l'attention
- 15 Perte de confiance et polarisation
- 16 La tentation du complotisme
- 17 Stratégies de régulation individuelles
- 18 Malaise public, bonheur privé
- 19 Cinq profils de Français

Collection dirigée par Laurent Cohen et Jérémie Peltier

© Éditions Fondation Jean-Jaurès
12, cité Malesherbes - 75009 Paris

www.jean-jaures.org

Réalisation : REFLETS GRAPHICS
DÉCEMBRE 2024

Derniers rapports et études :

11_2024 : Consommation énergétique : comment arbitrent les Français ?
Mathieu Alapetite, Corin Blanc, Daniel Boy, Antoine Bristielle, Mathieu Perona, Claudia Senik

11_2024 : Fraternité nationale : penser une politique nationale pour rendre aux maires leur pouvoir de fraternité
Olivia Fortin, Tarik Ghezali, Guillaume Hermitte

11_2024 : Des enfants à protéger. 70 propositions pour agir vite
Collectif, préface d'Adeline Hazan

10_2024 : Faut-il en finir avec l'aide alimentaire ?
Louis Cantuel

09_2024 : Monographie des pratiques médiatiques et sympathies politiques en France
Guénaëlle Gault, Simon Ginolin, David Médioni

09_2024 : Démocratiser les classes « prépa ». Le mythe à l'épreuve des politiques publiques
Tom Porcedo-Zimmermann, avant-propos de Pierre Mathiot

09_2024 : La préférence française pour les inégalités scolaires. Repenser l'éducation prioritaire comme projet de société
Timothée Berenguier

09_2024 : Le pari rwandais
Serge Dupuis

08_2024 : France 2040. Explorer les scénarios possibles
Dylan Buffinton

05_2024 : Une campagne française. Étude de la couverture médiatique des élections européennes
Théo Verdier

05_2024 : Les services publics en Europe. Retrouver la puissance publique
Émilie Agnoux, Laure de la Bretèche (coord.)

 [fondationjeanjaures](https://www.facebook.com/fondationjeanjaures)

 [@j_jaures](https://twitter.com/@j_jaures)

 [fondation-jean-jaures](https://www.linkedin.com/company/fondation-jean-jaures)

 www.youtube.com/c/FondationJeanJaures

 [fondationjeanjaures](https://www.instagram.com/fondationjeanjaures)

 [fondationjeanjaures](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Abonnez-vous !



www.jean-jaures.org


Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS