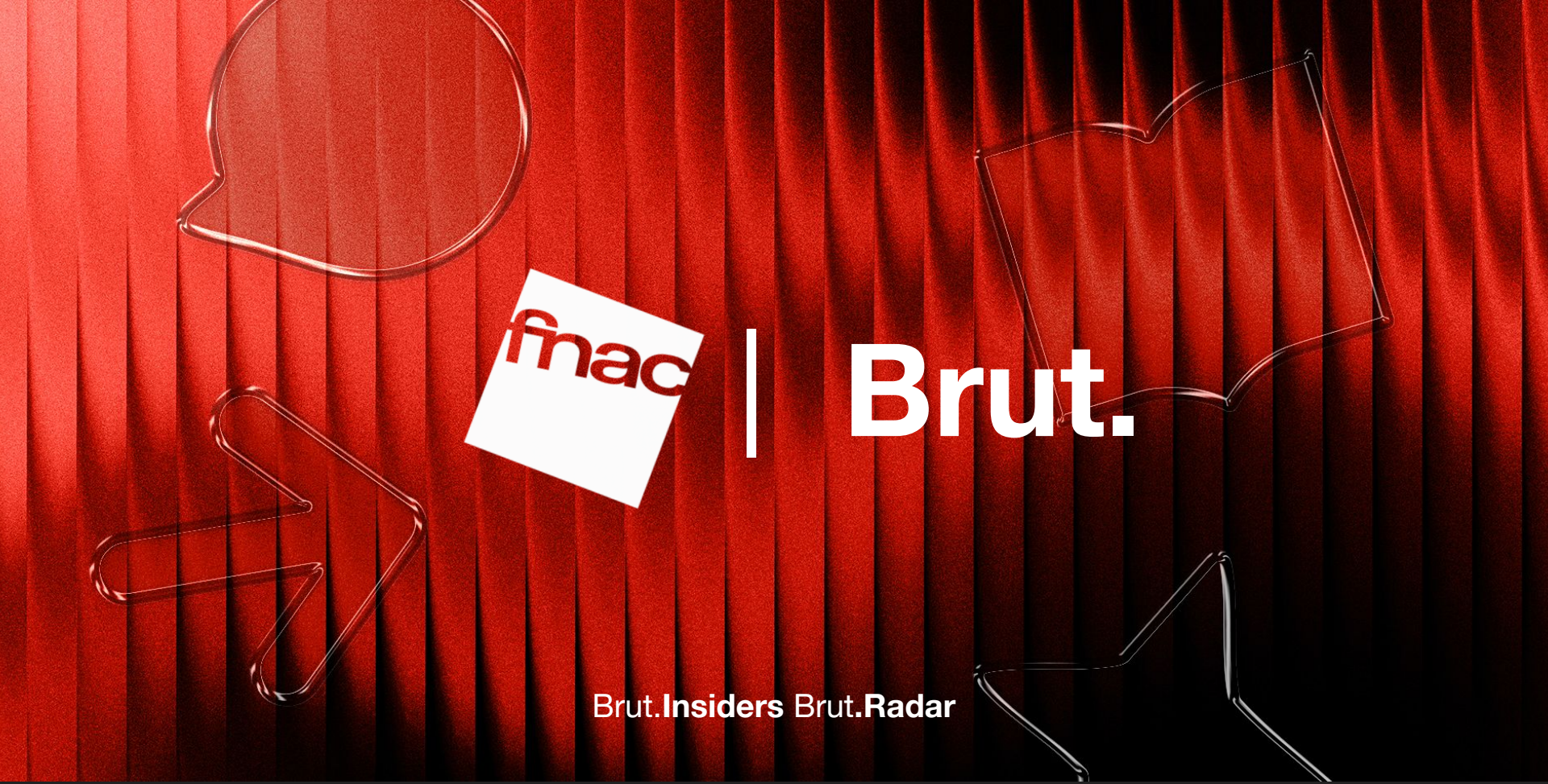

fnac
Brut.
Brut.Insiders Brut.Radar

Brut.Insiders

Profils des **interrogés**

Date de l'étude :
Août 2026

622
répondants

56%
femmes

44%
hommes

68%
- de 24 ans

32%
24-44 ans

44%
Grandes villes/
Métropoles

55%
Hors grandes villes

Brut.Radar

Périmètre :
Brut. Media France
Facebook, YouTube, Instagram, TikTok (hors carrousel).

Publications 2025 + 2026 sur la thématique des jeunes et de la culture

251
publications

~18 200
commentaires qualifiés analysés sur le thème.

Depuis toujours, chaque génération accuse la suivante de faire **décliner la culture**.



Dans les années 60, le mouvement yéyé incarne une nouvelle culture générationnelle, popularisée par le magazine Salut les Copains



En 1965, Salut les Copains organise un concert à Nation qui rassemble près de 150 000 jeunes : certains y voient le symbole d'une jeunesse «décadente», jusqu'au célèbre titre « Salut les voyous ! »

Les générations actuelles **ne font pas exception.**

“ Quel rigolade ! Loin d'être un génie, je prends des jeunes en alternance M1, M2. **Je peux vous dire qu'au niveau culture générale mes parents qui ont à peine le certificat d'étude sont bien meilleurs.”**

“Soit on devient de plus en plus intelligent, soit le niveau est de plus en plus bas. À vous de voir quelle théorie vous convainc le plus :)”

“Je suis triste de lire chaque année ces commentaires haineux où **les générations précédentes se targuent d'être plus cultivées et se rassurent en se disant que c'était mieux avant.”**



Brut.Radar 2025-2026

Les générations actuelles **ne font pas exception.**

“Alors j'ai cité "il en faut peu pour être heureux" sauf que j'ai mis que **ça venait du Roi Lion** 💀”

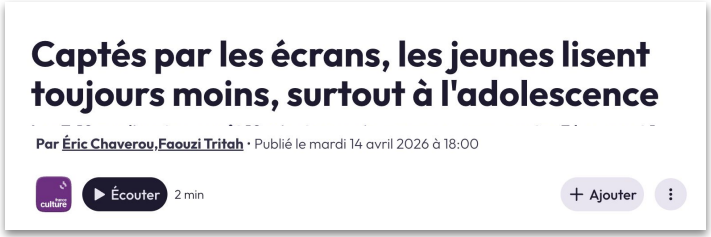
“Les références sont un peu trop intellectuelles, elles font montre d'un niveau de maîtrise tellement élevé… **Moi j'aurais plutôt misé sur des grands classiques, connus de tous : Oui-Oui, Martine…”**

“Et donc pas de réf de philosophes antiques ou contemporains ??? On leur a appris quoi en cours ? Une volonté de l'état de ne pas développer l'esprit critique des citoyens de demain ?”



Brut.Radar 2025-2026

Mais au-delà du mépris générationnel, ce discours s’ancre aujourd’hui dans une peur bien réelle : **celle des écrans.**







Ce sentiment de déclin culturel est désormais **internalisé et exprimé par les jeunes eux-mêmes.**

- 24 ans	+ 24 ans
55%	50%

Je me considère ma génération comme **moins cultivée** que la génération précédente



Pourtant, **ce n’est pas forcément cette génération qui est la plus vulnérable** face aux écrans et dérives AI Slop…

DISCOURSE | TECH

The unsettling rise of grandmAIslop

Boomers love making AI images of their grandkids. The millennial parents hate it.



Au contraire, les plus critiques et lucides sont ceux qui ont **grandi avec les réseaux sociaux**



48%

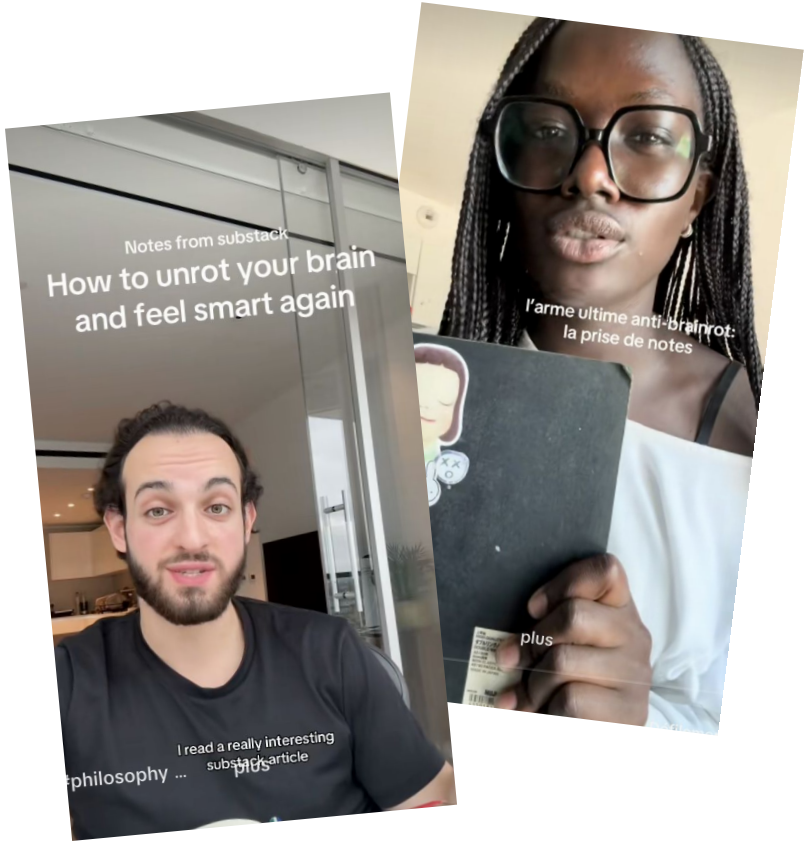
de la génération Z estimant que **les risques liés à l'IA** sont plus nombreux que les bénéfices (+11pts au cours de la même année)

Source : Gallup, 2026

Et ce sont eux qui cherchent le plus activement à **repenser leur usage** des écrans et **lutter contre le brainrot**

- 24 ans	+ 24 ans
55%	**50%**

“Je passe peut-être trop de temps sur mon téléphone, mais je trouve **aussi beaucoup de valeur dans ce que j’y fais**”



PROBLÉMATIQUE

Quelle **place** occupe **la culture** chez la “**génération brainrot**” ?

Un **portrait tendanciel** du rapport de la jeune génération à la culture, dessiné par plusieurs questions :

▼

Quelle est **sa vision de la culture? Ses envies culturelles** ont-elles évolué?

▼

Comment accède-t-elle à la culture et quels sont **ses modes de consommation?**

▼

Quelles attentes envers **les enseignes culturelles**, notamment la Fnac?

01 02 03

Du brainrot au **brainmaxxing** : se cultiver pour **performer**



La jeune génération se dit **globalement insatisfaite** de son niveau de culture

- 24 ans

44%

“J’estime ne pas être **assez cultivé”**

- 24 ans

42%

“J’estime être **plutôt suffisament** cultivé”



Et si elle cherche à **s'élever culturellement** au travers de **ses amitiés…**

- 24 ans	+ 24 ans
90%	**88%**

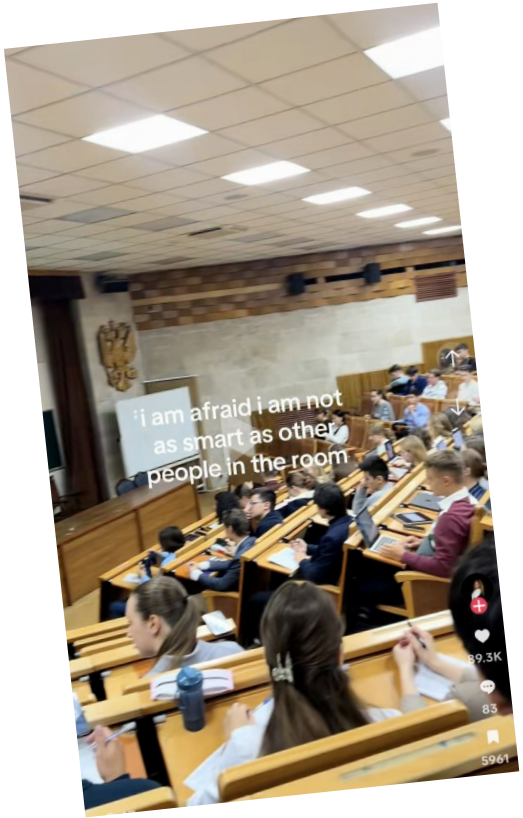
"Je considère qu'il est important d'avoir **des amis ou un entourage** que je considère comme **cultivés**"



Elle ne peut s’empêcher de **se comparer** et de ressentir un **complexe d’infériorité**

- 24 ans	- 24 ans 👩	+ 24 ans
60%	**62%**	**54%**

“Je ressens parfois **une pression à être cultivé”**



Surtout dans les **moments de sociabilité**

“Je suis le **plus susceptible de ressentir cette pression** à être cultivé…”

“...lors de **nouvelles rencontres**”

“...en présence de **personnes plus cultivées**”

“...avec **les personnes âgées**”



Alors, lorsqu’elle se retrouve seule, elle se tourne vers les réseaux sociaux pour tenter **de rattraper son « retard »**

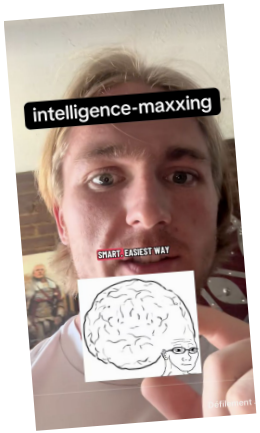


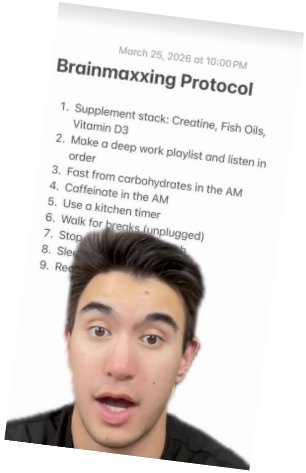
Des conseils et tips plus traditionnels…

…aux challenges communautaires

La culture s’aligne finalement à une obsession générationnelle : **celle de la performance**

Se cultiver dans un **objectif d'optimisation** et de **dépassement de soi :** après le "looksmaxxing" c'est l'ère du **"brainmaxxing"**









EMILIEN me coach pour Question Pour un Champion

▷ 18 k il y a 9 m.

Des méthodes pour **optimiser son intelligence…**

…aux challenges pour se **dépasser culturellement**

Les personnalités les plus **geeks** deviennent leurs nouvelles **icônes**

“Julien, en plus d'être un bon joueur et pédagogue, est également **un bon ambassadeur du jeu d'échecs** en France. Merci !”

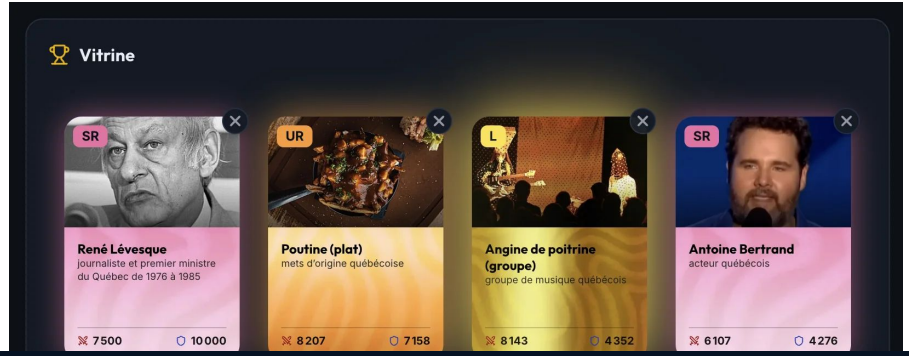
“Faites une interview de Blitzstream, c'est quand même le seul créateur de contenu sur les échecs qui cast toutes les compétitions, les résume et analyse les joueurs, en plus de faire du contenu pédago…”

“Il y a 56 grands maîtres en France, vivement le prochain entretien, ils ont tous une personnalité et une approche différente du jeu et **méritent d'être connus du grand public.”**



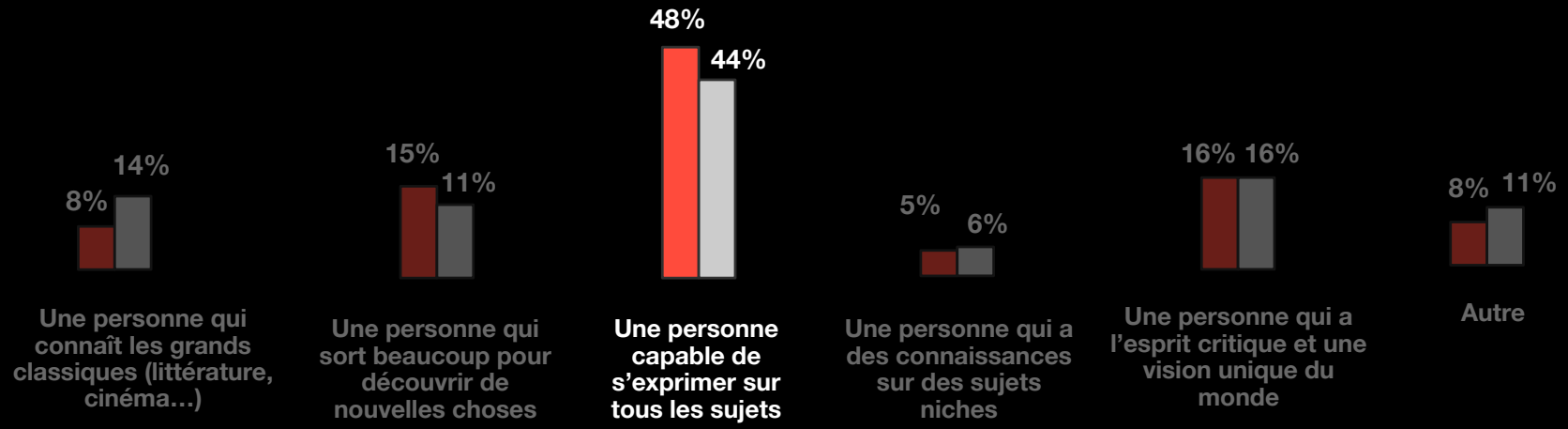
Brut.Radar 2025-2026

Une **quête effrénée des connaissances culturelles**, qui devient mêmes pour certains des objets à **collectionner**

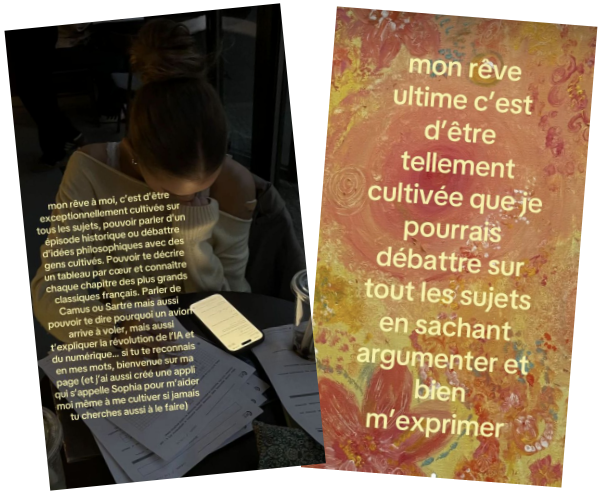


Wikipedia devient un jeu de cartes à jouer et à collectionner : comment y jouer ?

“Une personne **cultivée**, c’est avant tout…”



La culture est vue comme un **capital d’expression et de conversation** plutôt qu’une richesse intérieure



Autant sur **l’éloquence** (fond)



Que sur **l’élocution** (forme)

Pour preuve, la **critique culturelle** est devenue une nouvelle consécration sur les réseaux.

- 24 ans

24%

“J’ai déjà pris la parole sur les réseaux sociaux pour **donner mon avis sur une œuvre culturelle”**



@lagrandebavardeuse



@regelegorila1



@unhommeenretard



@bizar808



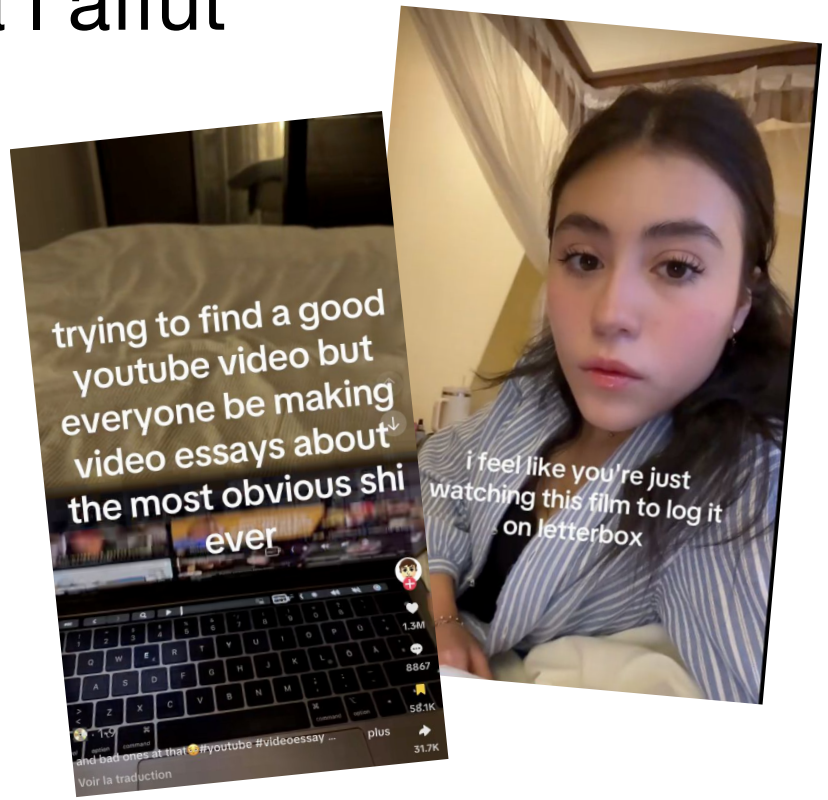
@minalee



@joardanatheresa

Et cette génération reste à l’affût **des faux experts** qu’elle n’hésite pas à *call out*





Une génération loin de se désintéresser de la culture : elle est au contraire **en demande de moyens** pour combler son sentiment de retard.

▼

Une génération qui ressent un véritable **complexe culturel**, nourri par une pression à être cultivé qu'elle s'impose parfois elle-même.

▼

La culture devient alors une **vraie performance** : à l'ère du maxxing, on se cultive aussi pour pouvoir s'exprimer et afficher ses connaissances.

▼

Les **réseaux sociaux** sont au cœur de ce rapport à la culture, de sa découverte à sa consommation et à sa mise en scène.

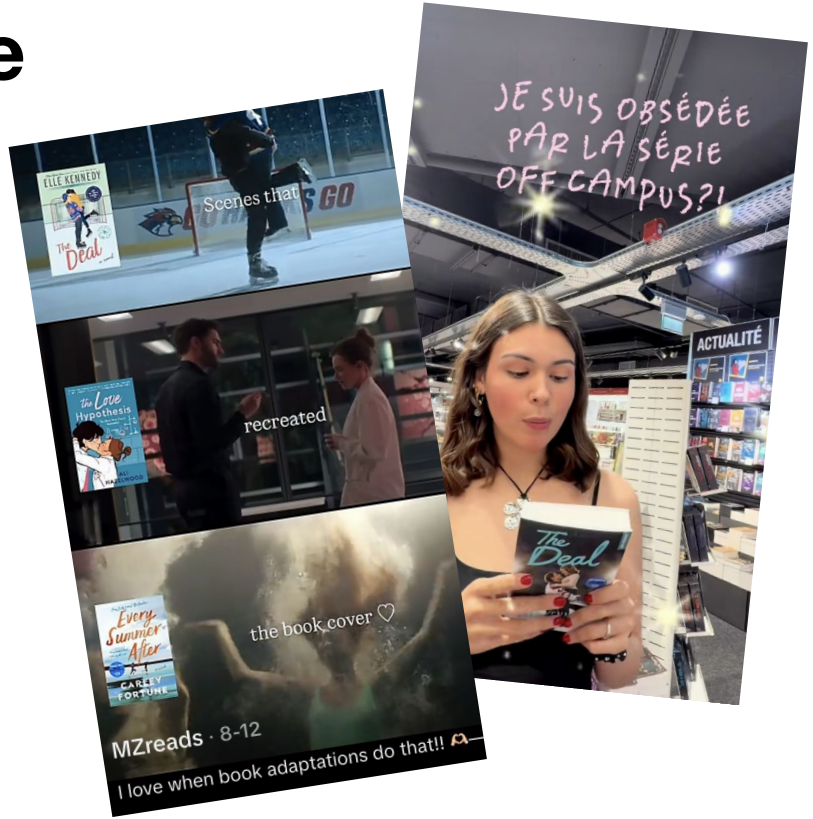

01 02 03
Légitimer les réseaux sociaux comme un lieu de culture(s)

Les réseaux sociaux sont **le principal lieu de culture** pour cette génération.

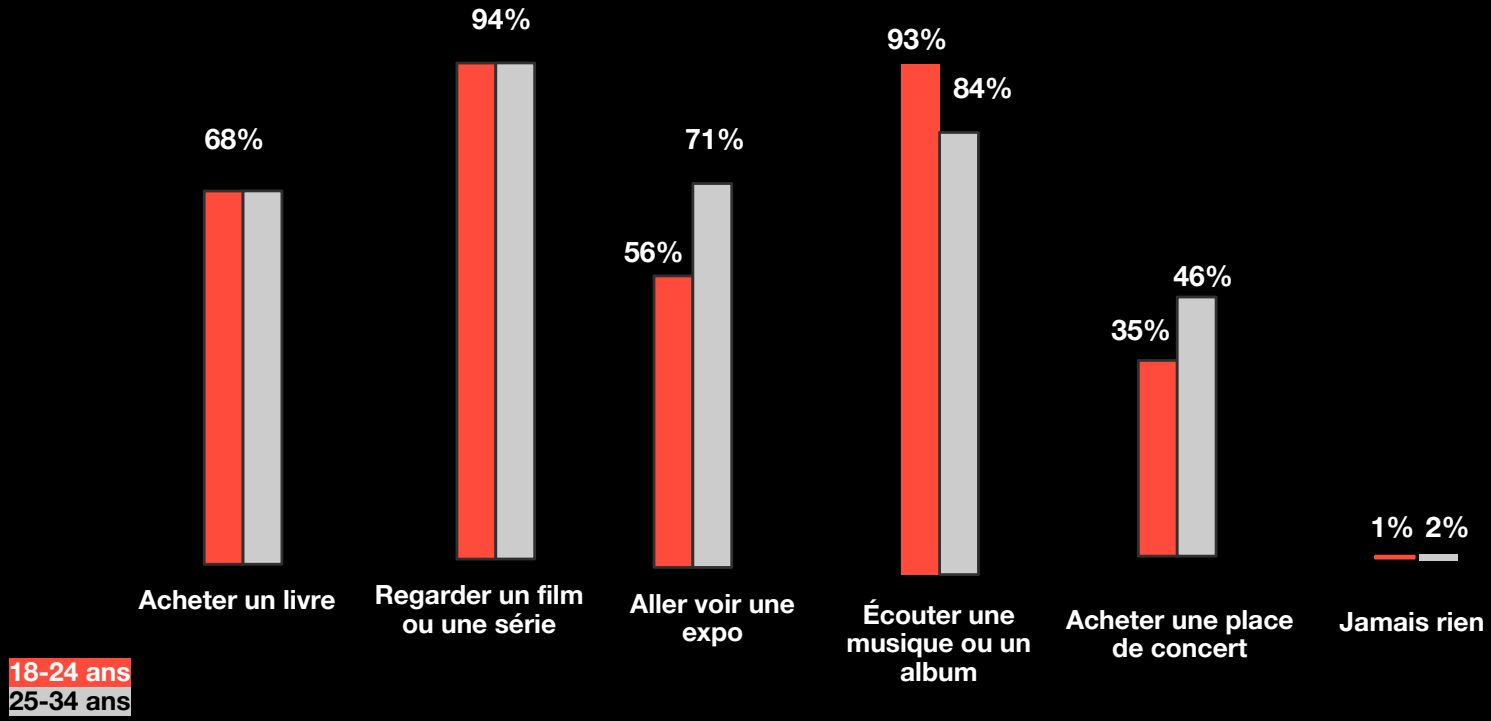
- 24 ans

99%

“Les réseaux sociaux m’ont déjà poussé **à consommer des produits culturels/ me cultiver”**



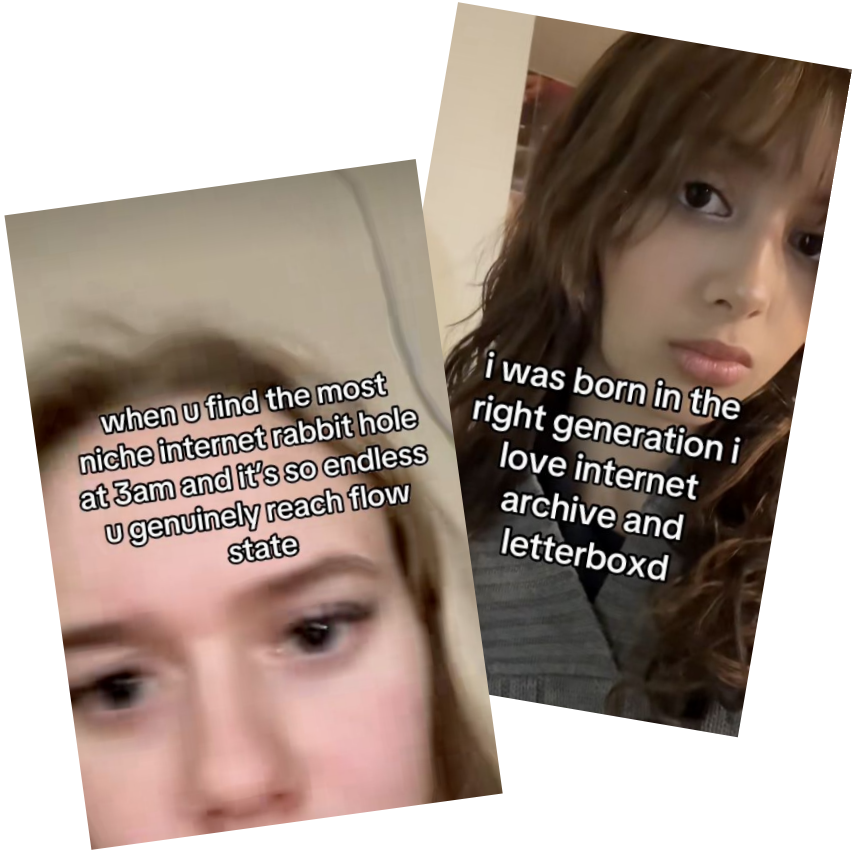
“Les **réseaux sociaux** m’ont déjà poussé à…”



Les réseaux sociaux représentent une vraie **porte d'entrée vers la découverte culturelle**

- 24 ans	+ 24 ans
30%	**21%**

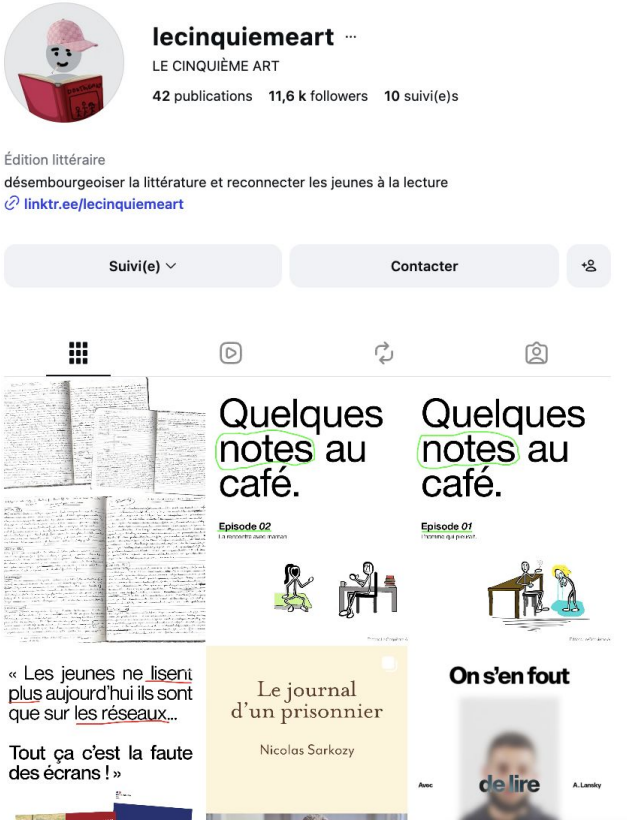
"Selon moi, les réseaux sociaux ont plutôt **renforcé ma curiosité culturelle**"



C’est sur les réseaux sociaux qu’ils **façonnent leur environnement culturel**

- 24 ans	+ 24 ans
81%	**79%**

“Je suis des **créateurs de contenus spécialisés dans la culture**”



Ils **construisent leurs goûts** avec les **algorithmes** auxquels ils font confiance dans leurs recommandations

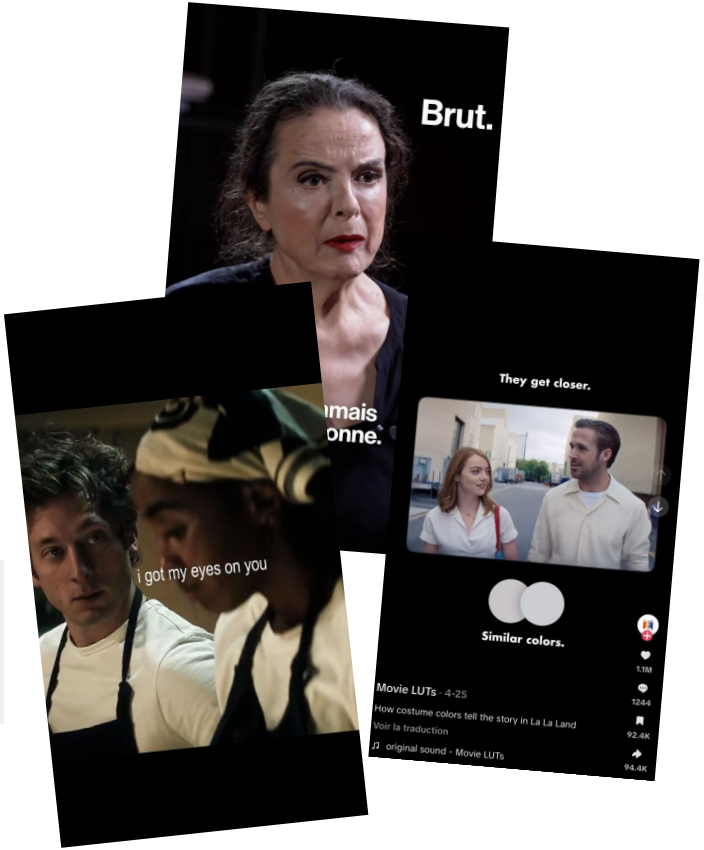
“Quand je découvre **une oeuvre culturelle qui me plaît,** c’est le plus souvent grâce…”

- 24 ans	- 24 ans	- 24 ans
45%	**39%**	**33%**
“...aux **réseaux sociaux**”	“..à **mes amis**”	“..à **ma famille**”

Et attendent de la culture qu'elle soit "**social-first**" et s'intègre dans leur feed

"Les formats qui me donnent le plus envie de découvrir une œuvre culturelle sont…"

- 24 ans	- 24 ans	- 24 ans
71%	**44%**	**40%**
"Décryptage sur l'oeuvre"	**"Interview** de l'auteur.e"	**"Edit TikTok"**

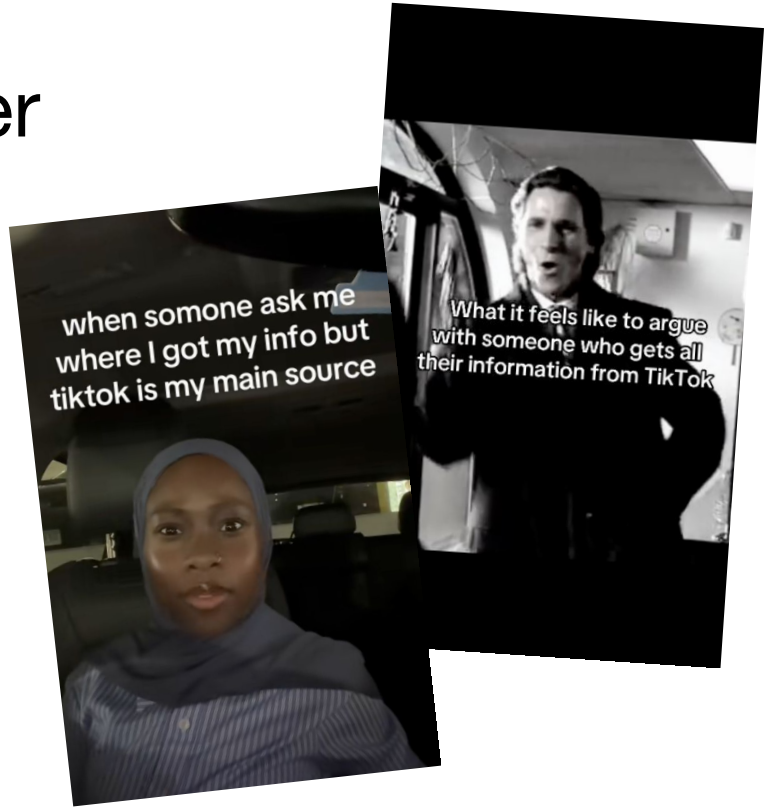


Mais cette utilisation des réseaux sociaux comme vecteurs culturels vient avec un **sentiment de culpabilité**

Une génération qui **n’assume pas** de se cultiver sur les réseaux sociaux

- 24 ans	+ 24 ans
29%	**12%**

“J’ai déja eu **honte de dire** que j’avais appris quelque chose sur les réseaux sociaux ”



Youtube fait toutefois exception, jugé **plus éducatif**

“Je comprends les réseaux....**mais YOUTUBE???? avec les documentaires et tous les choses enrichissantes qu'on peut trouver dedans?** des vidéos explicatifs des cours et tout?...ça c'est con”

“Je révisais avec YouTube… les cours, les profs qui faisaient des récaps des matières, **YouTube c'est tellement bien pour apprendre des langues,** comprendre ce que tu ne comprends pas….”

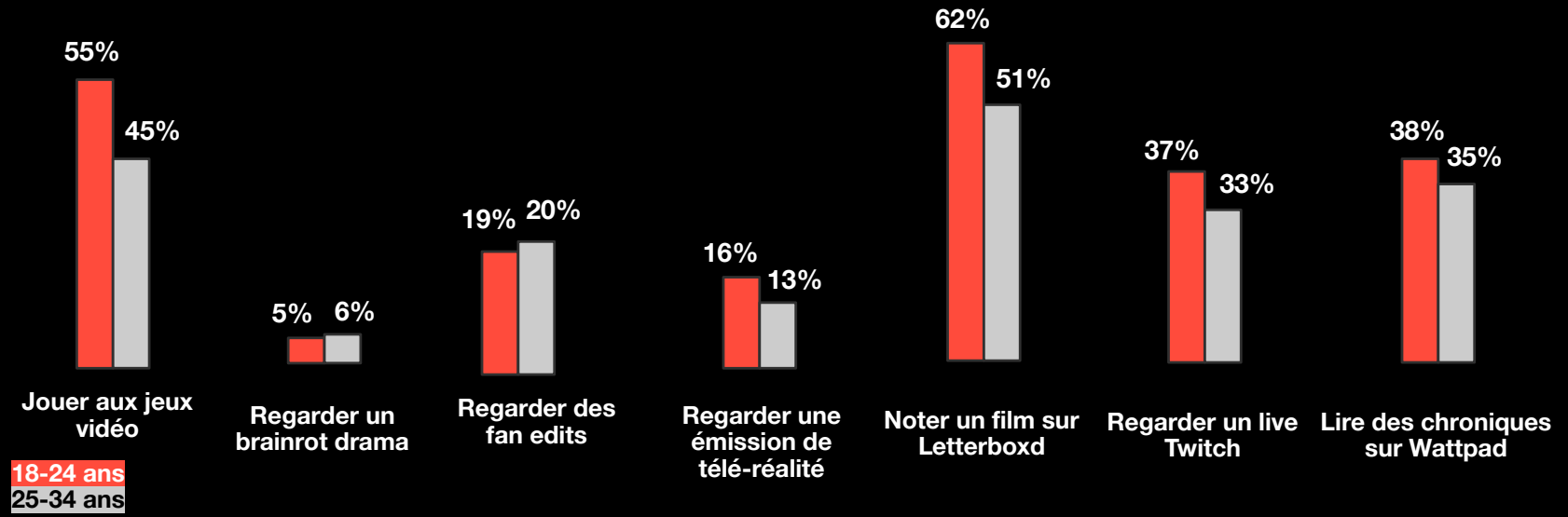
“Oh wow je suis pour des restrictions de certains réseaux mais de là à tout les bannir ! **YouTube quoi... sérieux ?”**



Brut.Radar 2025-2026

Elle reste finalement **assez traditionnelle** quand on l'interroge sur sa vision de la culture

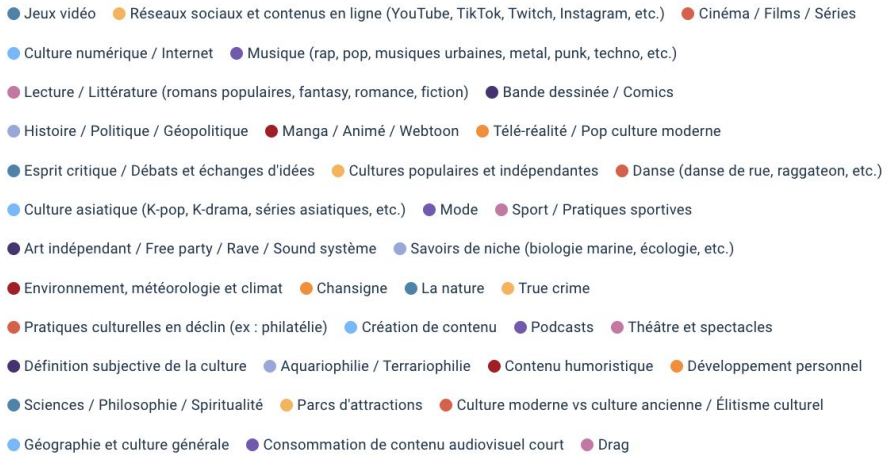
"Je considère… comme une **activité culturelle"**



Les cultures dites “alternatives” restent sujettes à la **stigmatisation et au jugement**

- 24 ans	+ 24 ans
27%	19%

“Je me sens **souvent voire très souvent** jugé.e pour mes goûts ou mes pratiques culturelles”



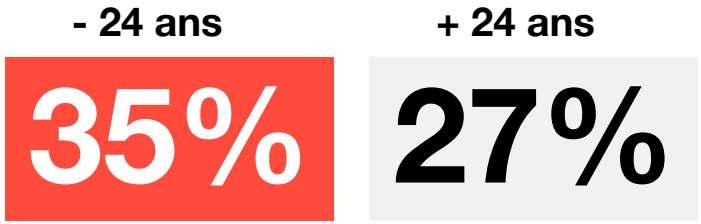
**As-tu le sentiment que les pratiques culturelles que tu apprécies ne sont pas toujours reconnues comme de la culture par la société ? Si oui, lesquelles?*

TikTok devient **le refuge** des **passions les plus niches,** légitimées au sein de **micro-communautés**

# Cottagecore	7.6B vues
# coreworkout	404.3M vues
# glitchcore	161.0M vues
# witchcore	44.4M vues
# weirdcore	716.0M vues



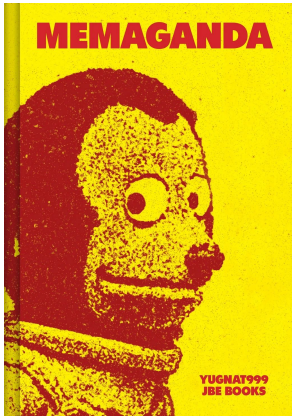
Un **sentiment de décalage** demeure entre leurs pratiques et ce qui est **communément accepté** par la société



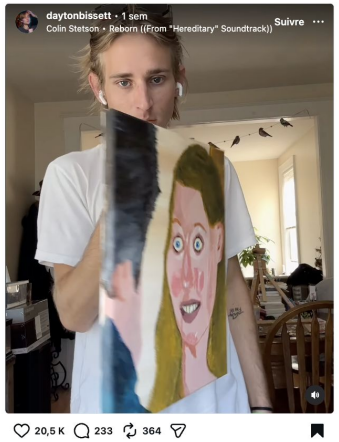
“J’ai le sentiment que les pratiques culturelles que j’apprécie ne **sont pas toujours reconnues** comme de la culture par la société”

Un décalage qui semble se résorber de plus en plus : à mesure que des **ponts sont créés** entre culture internet et culture traditionnelle

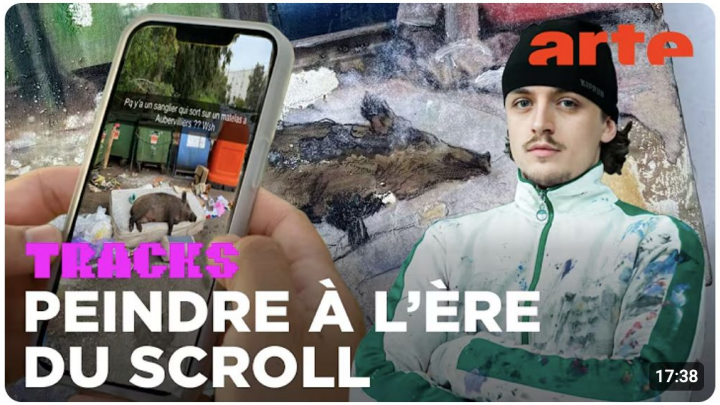
D’un côté, cette génération cherche à légitimer sa culture en l’inscrivant dans des **formes institutionnelles.**



Le “manifeste” de memes curaté par @yugnat999



Peinture d’un meme devenu viral sur X



L’artiste @artemile qui transformes les memes et ses souvenirs snap en peiuntures classiques

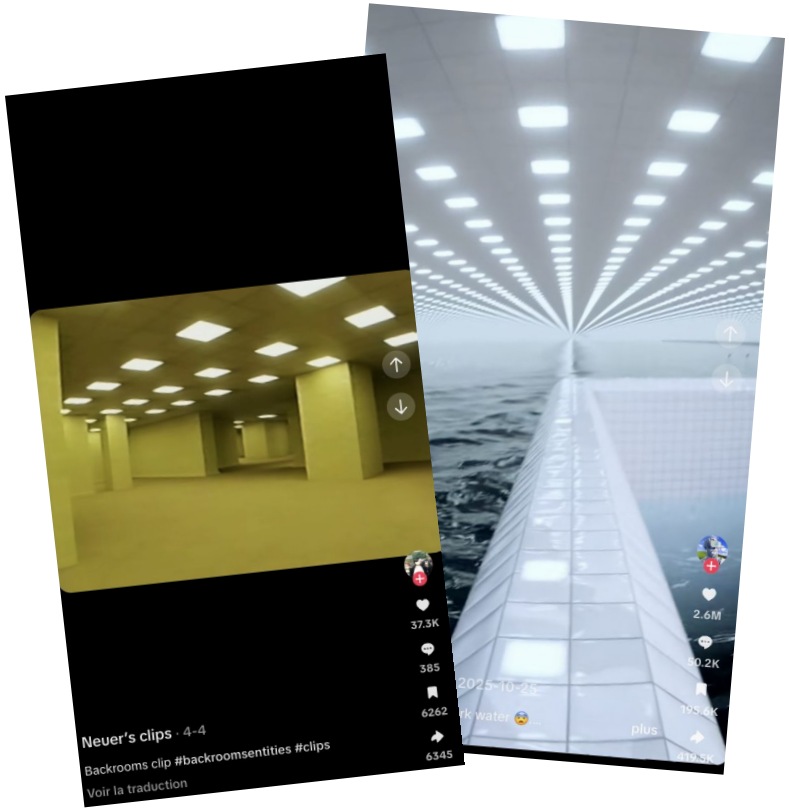
Culture & loisirs, Cinéma

« C'est le meilleur et le plus créatif » : « Backrooms », l'incroyable succès mondial du premier film d'un youtubeur de 20 ans

Kane Parsons, réalisateur de ce film d'épouvante qui ne ressemble à aucun autre, est connu depuis qu'il a 16 ans sous le nom de Kane Pixels sur la célèbre plate-forme vidéo. Une trajectoire incroyable.

Par Renaud Baronian

Le 16 juin 2026 à 09h30



Le **livre papier** en est le moyen le plus efficace, considéré comme **la forme la plus noble**

“Rien ne remplacera le papier, les pages, l'odeur d'un livre. Je préfère de loin lire un livre, que lire sur écran…”.

“Le charme de l'odeur du papier, de la sensation du papier dans la main, du bruit des pages qui se tournent... ça ne se remplacera jamais. Papier 🫶🏽”

“Qu'on ait besoin de ce genre de vidéo et de "conseils" aujourd'hui pour lire m'attriste tellement.”



Brut.Radar 2025-2026

La reconnaissance des influenceurs comme **figures littéraires** illustre bien ce phénomène.

- 24 ans

75%

+ 24 ans

68%

“Un livre écrit par un influenceur **peut être de la littérature**”

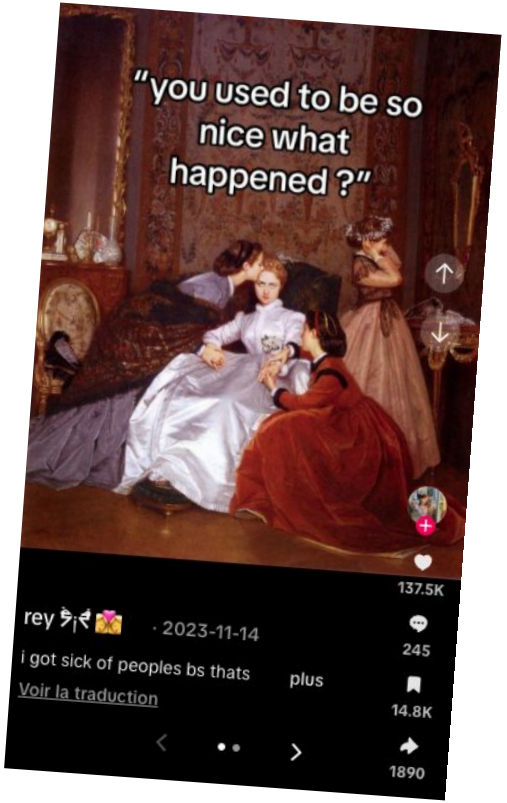


De l’autre côté, des formes nées des réseaux sociaux **participent à redécouvrir des oeuvres** parfois oubliées

Art

19th-Century “Reluctant Bride” Painting Spurs Flurry of TikTok Memes

Artist Auguste Toulmouche seems to have struck on a timeless theme: women being annoyed about the shit we have to put up with.



Ou à **rendre accessibles** des pratiques culturelles vues comme **élitistes**

“A great display of skill and strategy from both Inox and Victor Wembanyama! It's always interesting to **see athletes like Victor challenge themselves in other arenas**, like chess.”

“Le live était masterclass avec un très bon niveau malgré 3 échecs et mat ratés de Victor mais bon 😅😂”

“Wembanyama a plus d'expérience aux échecs **mais en soit Wembanyama ne va pas tryhard,** donc je pense que Inox va win.”



Brut.Radar 2025-2026

Les réseaux sociaux, **entre stigmatisation et refuge culturel,** pour cette génération qui se sent encore peu représentée

▼

Les réseaux sociaux sont les **nouveaux lieux de culture :** c'est là que cette génération découvre, partage et façonne ses goûts culturels.

▼

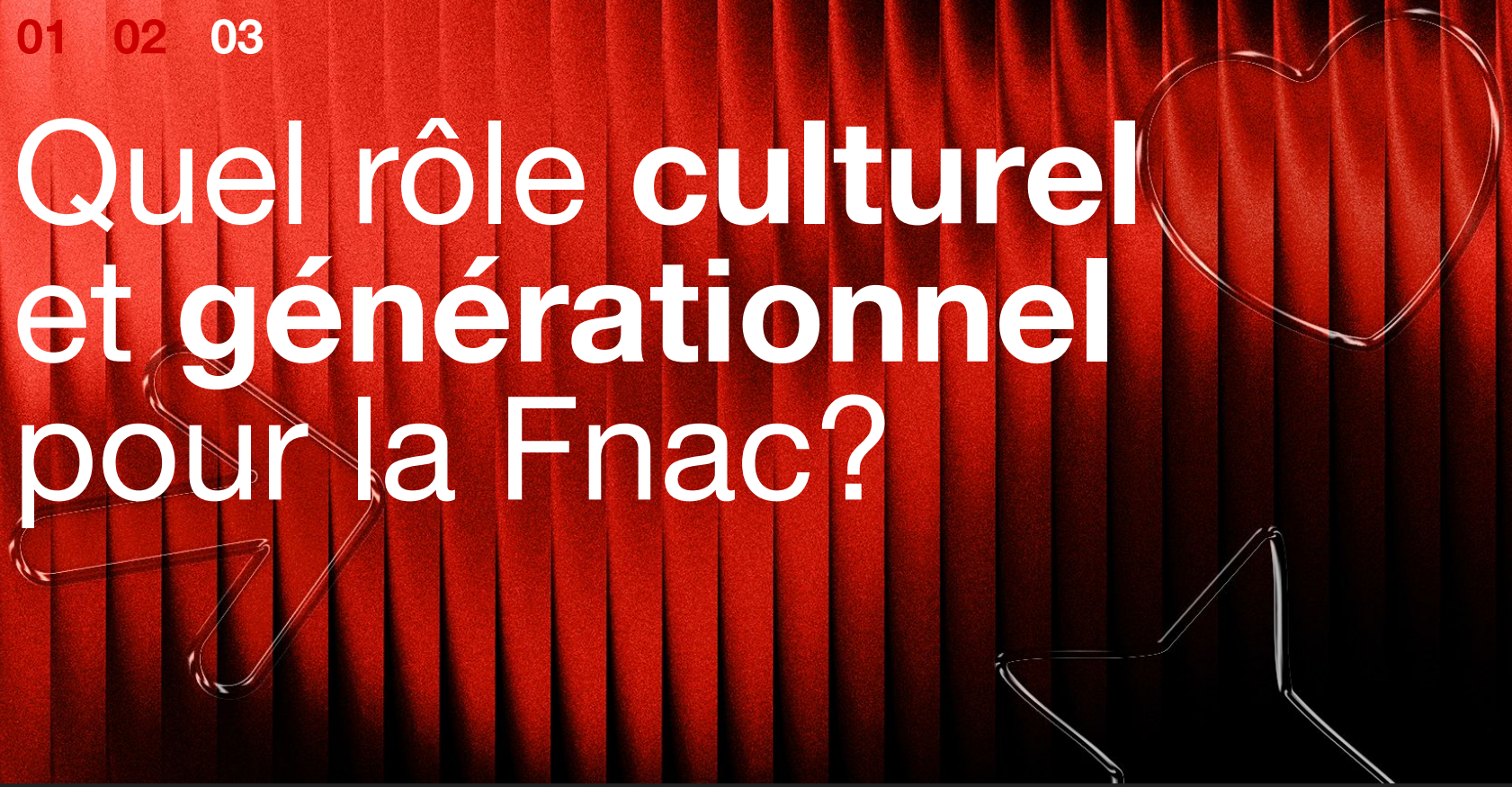
Pourtant, le complexe persiste : entre stigmatisation et panique numérique, **un décalage** se creuse entre ce qu'elle consomme et **ce qu'elle considère comme légitime.**

▼

Un décalage qui peut se résorber **en créant davantage de passerelles** entre **niches internet** et culture traditionnelle.

01 02 03

Quel rôle **culturel** et **générationnel** pour la Fnac?



Les **grandes enseignes culturelles restent un point de repère** pour les plus jeunes

“Pour **acheter un produit culturel**, je me tourne en priorité vers…”



“...les grandes enseignes (Fnac, Cultura…)”

“...les commerces et lieux indépendants”

Une jeunesse qui préfère l'expérience d'achat des enseignes phygitales : **l'effet moquette de la Fnac**

"Pour **acheter un produit culturel,** je me tourne en priorité vers…"

- 24 ans	+ 24 ans
10%	**12%**

"...les sites marchands **en ligne** (Amazon, Cdiscount…)"



Avant même le prix, la Fnac se distingue par **la richesse de son catalogue** dans un moment de profusion des niches culturelles

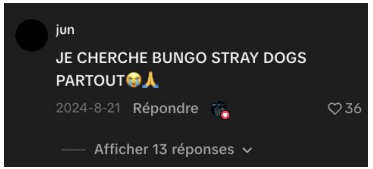
“**J’attends** aujourd’hui **d’une enseigne culturelle** comme la Fnac…”

- 24 ans

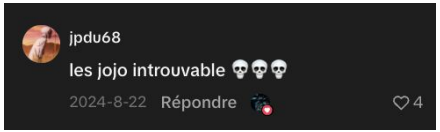
77%

“...une large **sélection de produits** et **références culturelles**”









Même si, dans un contexte inflationniste, **le facteur économique** reste déterminant dans leurs achats

“J’attends aujourd’hui **d’une enseigne culturelle** comme la Fnac…**”**

-24 ans

53%

“...**des prix concurrentiels** et accessibles**”**

“Dans ma **découverte culturelle,** une marque comme la Fnac pourrait…”

-24 ans

52%

“...me proposer **des bons plans,** offres ou réductions**”**

Les enseignes sont attendues comme des **“boosters de culture”** chez une génération de plus en plus demandeuse et exigeante

“Dans ma découverte culturelle, une marque comme la Fnac pourrait…”

-24 ans

38%

“...me donner des conseils d'experts ou des sélections de qualité adaptés à mes goûts”

“J’attends aujourd’hui **d’une enseigne culturelle** comme la Fnac…”

-24 ans

46%

“...des conseils et **recommandations culturels”**

Un rôle à saisir notamment auprès d'une jeunesse hors métropoles qui cherche à **élargir ses horizons**

"Dans ma **découverte culturelle**, une marque comme la Fnac pourrait…"

Hors métropole -24 ans

40%

Métropoles -24 ans

34%

"Me faire découvrir de nouveaux artistes"

Ou bien qui cherche à **faire communauté** autour de ce qui la passionne déjà

“Dans ma **découverte culturelle**, une marque comme la Fnac pourrait…”

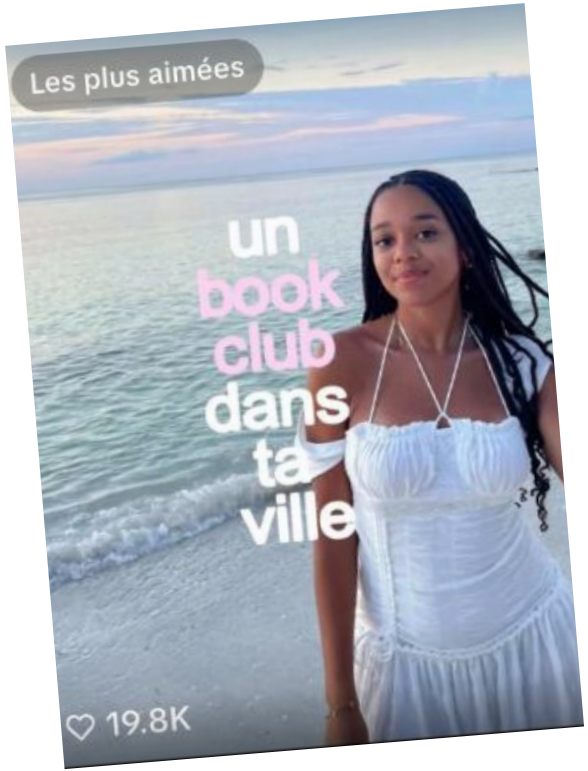
Hors métropole -24 ans

16%

Métropoles -24 ans

9%

“Créer une communauté où échanger des recommandations et des avis”



Une opportunité aussi auprès des communautés féminines : celle de s'inscrire dans **la "fangirl culture"**

- 24 ans 👩

20%

- 24 ans 👨

11%

"J'attends d'une enseigne culturelle comme la Fnac un accès à **des évènements culturels exclusifs"**

- 24 ans 👩

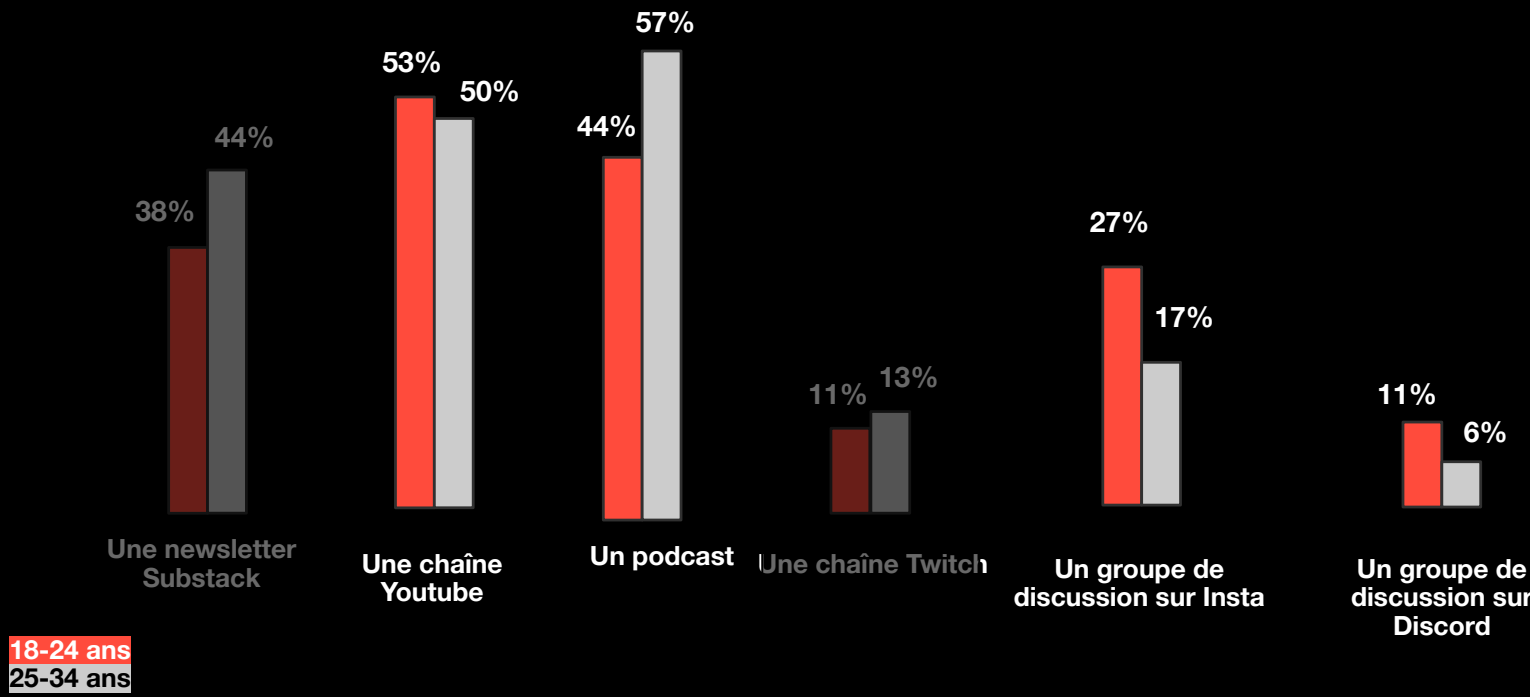
41%

- 24 ans 👨

26%

"La rôle de la Fnac dans ma découverte culturelle, c'est de **me tenir au courant des évènements culturels"**

“Si la Fnac proposait un média dédié **à la découverte culturelle**, je serais intéressé par…”



Une approche **générationnelle et genrée** des plateformes

Podcast	Groupe insta	Newsletter	Twitch	Discord
- 24 ans 👩 +17pts	- 24 ans 👩 +7pts	- 24 ans 👩 +12pts	- 24 ans 👨 +6pts	- 24 ans 👨 +6pts
+ 24 ans +13pts		+ 24 ans +6pts		

Un rôle à prendre pour la Fnac comme **défenseur des nouvelles pratiques culturelles** des jeunes générations

▼

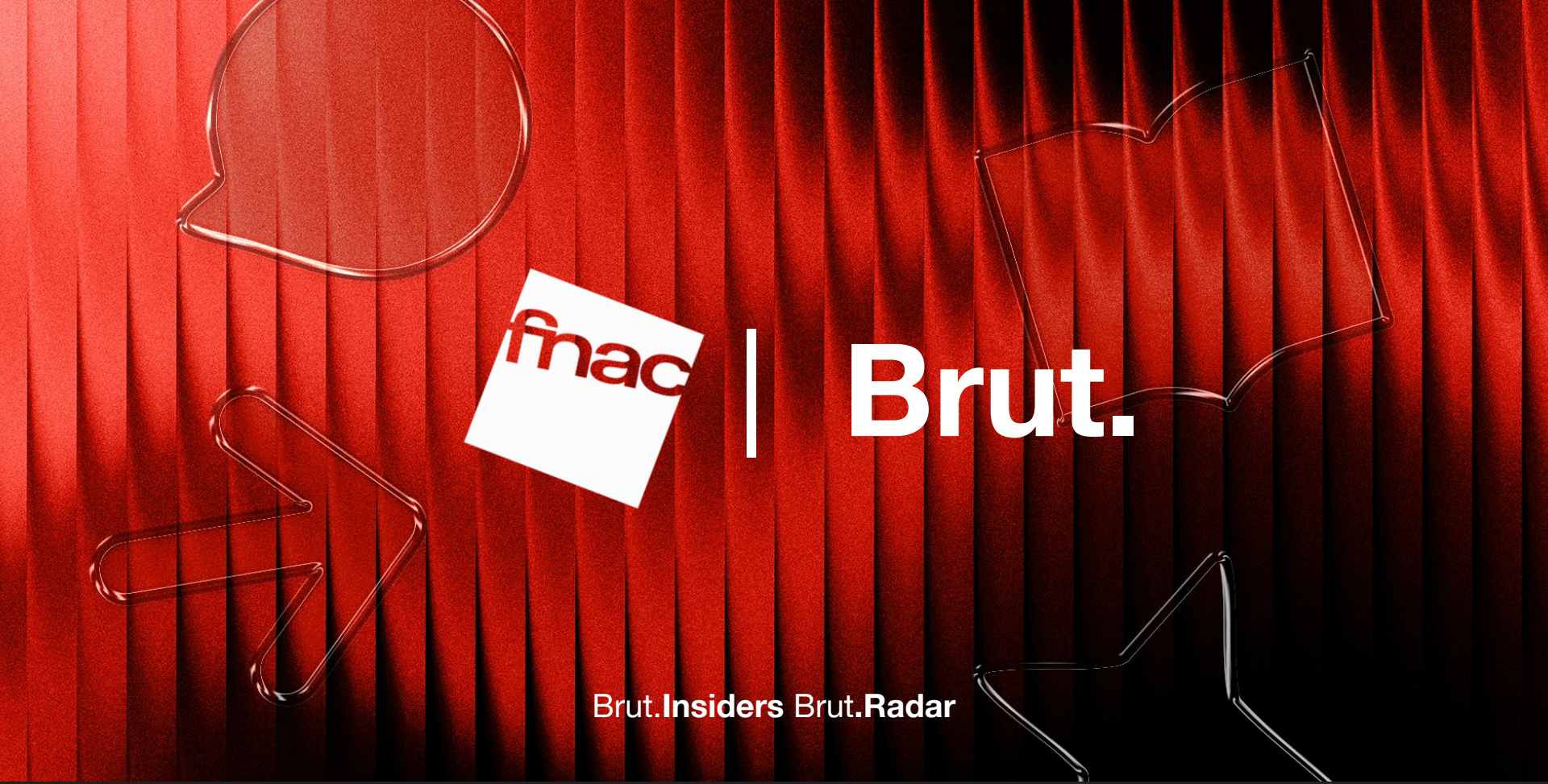
Dans un moment de profusion des niches culturelles, les enseignes sont attendues sur **leur adaptabilité** et la **pluralité de leurs offres**

▼

Une opportunité auprès de communautés particulièrement engagées et demandeuses : **les “fans” et les jeunes qui vivent hors métropoles.**

▼

La Fnac peut participer à **légitimer les pratiques culturelles** de cette jeune génération en investissant de nouveaux canaux (groupe insta ou bookclubs)


fnac
Brut.
Brut.Insiders Brut.Radar