



Vivre à travers l'écran, génération Z et digital

ESCP Impact Paper No. 2022-SI-02-FR

David Chekroun & l'équipe KPMG du Professorship in New Generation Management

Professorship in New Generation Management – en partenariat avec



ESCP RESEARCH INSTITUTE OF MANAGEMENT (ERIM)



[Vivre à travers l'écran, génération Z et digital

Chekroun, David*
et l'équipe du Professorship in New Generation
Management
ESCP Business School

Abstract

Le présent article se propose de revenir sur le préjugé tenace selon lequel ceux qu'on nomme les Z seraient « addicts » à leurs smartphones et, à l'inverse de leurs prédécesseurs, évidemment, « déconnectés du monde réel ». D'abord, il questionne la notion-même de « Génération Z », qui en tant qu'elle englobe une cohorte démographique tout entière oblitère des déterminations plus fines quant à l'existence de ses membres. Ensuite, c'est à la distinction paradigmatique réel/virtuel qu'il s'intéresse, pour rappeler que les individus sont aussi le produit de leur environnement technologique d'une part, et que le monde virtuel n'est jamais autonome vis-à-vis de ses déterminations matérielles de l'autre. Et que non, décidément, les Z n'ignorent pas plus que les autres ce que serait « la vraie vie ».

Mots clés (keywords) : Génération Z, écrans, digital.

*Professeur en droit des affaires, ESCP Business School, et directeur du KPMG Professorship in New Generation Management

Vivre à travers l'écran, génération Z et digital

Qui sont les Z ?

Si l'expression semble aujourd'hui consacrée, un flou entoure pourtant encore la caractérisation de la « Génération Z », censée désigner ceux nés après 1995 et qui commencent à irriguer le marché du travail. Peut-on même se targuer d'envelopper sous un même label un pan si large de la population, sans se risquer à gommer à l'excès d'autres facteurs, plus situés, au fondement de l'identité de ses membres ?

Les sciences sociales nous apprennent qu'une génération est toujours le produit d'un contexte socio-historique spécifique, voire d'un événement fondateur, comme l'a pu être par exemple la Grande Guerre ou, dans une moindre mesure sûrement, mai 68. Ceux-ci *façonnent* un rapport au monde singulier, et donc singularisent toute une cohorte démographique, en tant qu'elle les éprouve en sa chair et sa conscience.

De là à faire de la « génération » un mot-valise, un concept fourre-tout, il n'y a qu'un pas, hélas allègrement et régulièrement franchi par nos contemporains. Alors on fait fi de tout particularisme, on évacue avec tout l'aplomb du monde les effets d'âge, les effets de genre, les effets de classe qui sont autant de réalités sociologiques structurantes pour dire LA « génération Z » ou, plus récemment encore, LA « génération sacrifiée » - sans malice évidemment, et il faut admettre combien la crise sanitaire a particulièrement bouleversé l'existence des jeunes (nous aurons l'occasion d'y revenir). Mais ce serait se risquer à omettre que tous ne sont pas affectés pareillement par la crise.

Digital Natives

Faut-il alors abandonner le concept de génération, et a fortiori de génération Z ? Disons qu'il s'agira plutôt de le manier avec toute la prudence qu'il réclame.

Par exemple, que le marqueur générationnel soit un événement ponctuel de l'histoire n'a rien d'une nécessité, et il est vrai que le concept fait droit à des phénomènes opérant sur le temps long. Aussi, l'expression *Digital natives*, elle, n'a rien d'un concept creux, puisqu'elle caractérise un fait existentiel tout à fait concret : ceux qu'on nommera donc tout de même les Z sont, à l'inverse de leurs prédécesseurs, *nés parmi les écrans*. Ceux de cinéma bien sûr, pourvoyeurs des mythes contemporains et autres grands récits qui façonnent certainement notre imaginaire collectif, ceux de la télévision encore, mais aussi et surtout ceux de nos ordinateurs et nos smartphones, interactifs et fenêtres de prédilection des réseaux sociaux-écrans intersubjectifs donc.

Il n'est pas inutile de rappeler en effet qu'à partir des années 2000, les NTIC se muent en NTR, nouvelles technologies de la relation. Les Z, naissant au cœur de ce tournant, verront en grandissant leur moi social stimulé en permanence.

Aussi l'intuition de Stéphane Vial¹, en 2017 dans *L'être et l'écran* mérite d'emporter notre adhésion : les individus sont et restent toujours le produit de la technologie qui les

¹ S. Vial, *L'être et l'écran, comment le numérique change la perception*, Quadrige, PUF, 2017.

environne et façonne leurs perceptions – c'est-à-dire la façon dont le monde leur apparaît et dont, pourrait-on dire, ils s'apparaissent au monde. Nous sommes tous des « technological natives », et la qualité perceptive de notre présence au monde varie selon l'histoire des systèmes techniques. Chaque génération réapprend et renégocie son rapport au réel à l'aide des dispositifs techniques dont elle dispose dans son contexte socio-culturel, qui sont autant de « structures a priori de la perception, historiquement datées et culturellement variables » ² . Ainsi de nos smartphones, nos réseaux sociaux, nos conversations virtuelles, nos groupes, nos « stories », nos « snaps » et nos « réels » : c'est aussi un rapport à soi et aux autres que le *monde* digital induit. S'il est un « bain technologique » qui façonne les personnalités, les consciences et les rapports interhumains, on peut sans grand risque s'avancer à dire qu'il singularise ou distingue ceux qui n'ont jamais eu à y plonger, parce qu'ils y sont nés.

Du bon usage des écrans, du bon discours sur eux

Mais voilà, une fois ce fait accepté, c'est toute une série de discours, parfois irresponsables, que l'on aurait l'air de cautionner à l'encontre de la génération Z : or comprendre ce qui distingue ces jeunes, analyser précautionneusement leurs générales particularités, ne devrait pas équivaloir à les faire tout à fait autres.

Certes, il paraîtrait que les Z débloquent en moyenne leur écran de téléphone plus de 150 fois par jour, passent en moyenne 4h par jour à le scruter et seraient en ligne, pour la moitié d'entre eux, pratiquement en continu. Mais doit-on en déduire, comme on l'entend partout répété, que le smartphone est devenu une « extension de leur propre corps » ? En faire par-là les cyborgs qu'ils ne sont pas ?

On s'émouvait il y a peu, sur les plateaux télé et dans la presse³, de l'augmentation du temps passé sur les écrans depuis le début de la crise sanitaire, particulièrement chez les plus jeunes, et des risques affiliés : dépendance, cyberharcèlement, difficultés à trouver le sommeil, etc... Evidemment, ceux-ci sont légion et méritent d'être traités avec sérieux. Mais, et loin de nous l'idée de transformer cette tribune en plaidoyer pour les écrans et leurs constructeurs, ne fallait-il pas rappeler dans le même temps l'énorme prouesse dont ils sont le véhicule ? Qu'un enfant puisse par exemple, pendant le confinement, converser par webcams interposées avec ses grands-parents à l'autre bout de la France est une expérience tout à fait singulière qui, si elle n'abolit pas la distance (n'en déplaise aux technophiles et leurs intarissables superlatifs) l'adoucit au moins, ne crève ni n'étend l'espace, mais a le mérite de l'ouvrir un peu, à une période où nombre d'entre nous en manquait cruellement.

Personne ne peut s'étonner en réalité de l'augmentation du temps d'écran pendant les confinements successifs, corollaire d'un modèle de société ultra digitalisé dans lequel nous baignons *déjà*. Et si ce dernier n'est que peu questionné, au moins devrions-nous, dès lors qu'il s'agit des Z et des écrans, remettre au cœur de nos discussions leur *usage*. D'ailleurs, avons-nous souligné que la même étude Ipsos, mettait aussi en exergue le bénéfice perçu, par les enfants, de l'utilisation de smartphones et tablettes : « les enfants [...] vantent l'accès à la connaissance (88%), le développement de la créativité (74%) et le lien social avec les autres enfants (64%) » - quand, dans le même temps, le podium des parents est dominé par

² Ibid

³ [Parents, enfants et numérique - Ipsos](#)

le divertissement (88%) ⁴ . A se demander qui, des enfants ou des parents, développe le rapport le plus sain à ces appareils.

Il conviendrait peut-être d'en finir avec ce préjugé au travers duquel on juge trop souvent les jeunes et qui consiste à les assigner, hâtivement, à résidence dans un monde qu'on considère irréel parce que numérique. Il s'agirait de dépasser ce dualisme réel/virtuel au profit d'une conception qui tienne compte de la porosité entre ces deux sphères, qu'on écarte trop souvent au motif que le monde digital n'est pas physique – et il est toujours bon de rappeler la matérialité de tous les rapports digitaux. La génération Z est transfrontalière : si elle développe sur les réseaux sociaux des relations, des communautés affinitaires et affectives, où l'on communique, partage, juge, rit et même aime, ce n'est jamais à l'exclusion de la « vraie vie » (qui, d'ailleurs, peut se targuer de la mener ?).

Le digital, aussi structurant soit-il aujourd'hui dans la formation de l'identité tant personnelle que sociale de nos enfants et adolescents ne peut jamais se substituer à toutes les dimensions de l'existence. Bien au contraire, les Z ne se voient pas moins que leurs aînés, les relations sociales « réelles » n'ont pas diminué depuis l'avènement des réseaux sociaux : ces derniers sont autant de moyens pour les prolonger, les faire perdurer par-delà les barrières physiques et même les consolider. Et qui pourrait croire que leurs amitiés soient moins fortes que les nôtres en d'autres temps. La pandémie de Covid-19 a montré une certaine forme de saturation par rapport aux écrans pour cette génération : dans cette assignation à résidence, c'est toute une forme de relation à soi, aux autres et au monde qui s'est trouvée atrophiée, et le futur nous dira si la crise sanitaire a joué le rôle de marqueur générationnel que nous mettions en exergue au début du présent propos.

Ajoutons enfin que le fantasme de l'écran total, de l'écran sans bordures, dont les limites sont celles du regard lui-même et de la distance à laquelle il se peut porter, cet écran-là nos enfants ne l'ont pas demandé. Bien au contraire, il est le produit de la fantaisie de quelques grands groupes et des opportunités de marché. Le métavers, ce monde qui lui est si peu / le monde, les Z ne l'ont pas imaginé. Ce sont les géants de la tech, qui par ailleurs envahissent aussi nos salles de classe, qui reconfigurent nos façons de vivre, de se déplacer, d'appréhender l'espace : qu'il soit de travail, public, d'habitation ou même maintenant virtuel : c'est cette configuration-là qui produit des habitus, qui produit un monde, et donc des générations.

Références

S. Vial, L'être et l'écran (2017), comment le numérique change la perception, Quadrige, PUF.

Parents, enfants et numérique – Ipsos pour l'Unaf et l'Open (2022).

⁴ [Parents, enfants et numérique - Ipsos](#). Viennent ensuite l'accès à l'éducation (85%) et l'accès à la connaissance (80%).