

# GÉNÉRATION Z

Pendant deux ans, l'auteur et metteur en scène Salvatore Calcagno a rencontré des jeunes à travers toute l'Europe afin de connaître leurs rêves, leurs questionnements et leur conception de leur propre identité. La démarche aboutit aujourd'hui à *Gen Z*, un spectacle, une exposition et un affichage en rue. Gros plans.

PAR ESTELLE SPOTO

**E**n janvier 2015, la banque BNP Paribas et la start-up The Bosphorus Project publiaient les résultats d'une grande enquête sur « la génération Z et sa vision de l'entreprise ». Son titre ? « La Grande InvaZion »... Succédant à la génération Y, la jeunesse née un smartphone dans la main entre 1995 et 2010 serait-elle vue comme une menace ? « Je n'aime pas l'appellation "génération Z" ». Ce sont des étiquettes marketing, qui me dérangent parce qu'elles ont tendance à induire qu'il s'agit de générations homogènes et qu'elles sont très différentes des autres, ce qui n'est pas le cas, tempère Anne Cordier, enseignante et chercheuse en sciences de l'information et de la communication à l'université de Rouen, auteure notamment de *Grandir connectés, les adolescents et la recherche d'information* (C&F Editions). Il s'agit d'adolescents qui, comme ceux des générations précédentes, ont besoin de socialiser, d'appartenir à des communautés, de se créer un jardin secret... Ce qui les différencie, c'est qu'ils sont nés dans une époque – que d'autres générations partagent

avec eux – caractérisée par un flux d'informations en continu, une massification des données et une évolution technologique extrêmement rapide qui a forcé un impact sur le rapport à l'autre, à l'intime, sur la manière de s'informer et de communiquer. Ce n'est pas eux qui sont différents, c'est la société dans laquelle ils se trouvent qui produit des outils différents. Ces outils, ils s'en emparent pour répondre exactement aux mêmes besoins que la génération d'adolescents précédente. De toute façon, toute génération future fait peur. C'est devenu particulièrement vrai à partir des années 1960, avec le développement des industries culturelles. C'est un trait sociologique caractéristique des relations entre les générations. »

**« Si, pour beaucoup, les réseaux sociaux sont une nécessité, certains s'adonnent à la "digital detox" »**

De son côté, l'auteur et metteur en scène originaire de La Louvière Salvatore Calcagno (*La Vecchia Vacca, Le Garçon de la piscine, Io sono Rocco...*), pas encore trentenaire mais non-Z, a mené pendant deux ans avec son équipe une récolte de témoignages à travers l'Europe (Bruxelles, La Louvière, Mons, Tallinn, Avignon, Maspalomas (Grande Canarie), Paris,



**"Maintenir mon intégrité. Toujours."**

**Bogdan, 17 ans  
BELGRADE**

GEN Z

**"On est tous égaux, non?"**

**Diana,  
14 ans  
TALLINN**

GEN Z



**"On va vite, on comprend tout, on fait des liens."**

**Rayhane, 21 ans  
BRUXELLES**

GEN Z



Marseille et Belgrade). Soit une centaine d'interviews de jeunes rencontrés par hasard en rue ou dans le cadre de workshops organisés par des institutions. Toutes ces paroles, accompagnées de portraits et de vidéos, aboutissent aujourd'hui à trois semaines d'événements à Bruxelles : un spectacle, *Gen Z - Searching for Beauty*, où se mêlent, sur le plateau, des comédiens et les élèves d'une vraie classe, une exposition au cinéma Galeries reprenant toutes les photos des jeunes rencontrés et leurs interviews en intégralité, avec, lors du vernissage, la projection (suivie d'un débat) du documentaire de Pier Paolo

Pasolini *Comizi d'amore (Enquête sur la sexualité* en VF, 1964), mais aussi un affichage de rue de type électoral dans Bruxelles-ville, où les visages de la jeunesse se substitueront aux politiciens qui occupent traditionnellement l'espace (1).

### Image de soi

« Ce qui m'a le plus frappé chez eux, c'est la grande conscience de ce qu'ils traversent, des outils dont ils disposent, de ce que l'on projette sur eux », souligne Salvatore Calcagno quand on l'interviewe avec Antoine Neufmars, comédien et coauteur de *Gen Z*, au pied du décor du

spectacle reconstituant une salle de cours où s'invite un écran géant. Cette conscience de soi a un impact sur les images diffusées sur les réseaux sociaux. « J'ai par exemple été très marquée par la manière – assez violente symboliquement – dont une adolescente que j'ai rencontrée catégorisait les photos postées sur Facebook, relève Anne Cordier. Selon elle, il y avait deux sortes de jeunes : ceux qui publient des "photos kikou", "lol", en posant avec la bouche en cul de poule, et ceux qui appliquent des filtres, retravaillent les photos, les réfléchissent. Pour elle, la première catégorie représentait ceux qui ne vont pas réussir dans la vie, et la seconde ceux qui vont réussir. Ça montre bien qu'Internet est un espace de distinction au même titre que l'espace public, on y reproduit des formes d'inégalité, de différenciation sociale. Beaucoup de jeunes expliquent qu'ils ont modifié leur rapport à l'image au fil des années. Plus ils avancent en âge, plus ils réfléchissent à ce qu'ils postent sur les réseaux sociaux et à la pérennité de ces images. »

Les regards attentifs portés sur eux le montrent : cette conscientisation s'accompagne chez certains d'un refus de l'hyperconnectivité, qui les concerne d'ailleurs tout autant que leurs parents et les empêche de vivre pleinement le présent. « Ceux que l'on appelle les chevreuils ne veulent plus du tout être sur les réseaux sociaux, déclare Antoine Neufmars. Si, pour beaucoup, les réseaux sociaux sont une nécessité, certains s'adonnent à la « digital détox », décident de passer 48 heures avec leurs amis dans la forêt. » Ils se rendent compte qu'ils sont happés par les notifications, par ce système qui les sollicite en permanence et les empêche de rester concentrés, abonde Anne Cordier. Ils déploient alors des stratégies pour réguler leur accès et leur utilisation – mettre leur portable sur silencieux et retourner l'écran, déposer leur téléphone dans une autre pièce... – et comparent ça à des "cures". Tous parlent du rapport →



**"Never give up!"**

**Ibrahim, 15 ans  
MARSEILLE**

GEN Z



**"Espère le mieux, Attends-toi au pire."**

**Nina, 20 ans  
BELGRADE**

GEN Z



**"Je ne veux plus qu'il y ait d'injustices."**

**Luigi, 17 ans  
LA LOUVIERE**

GEN Z



**"Tête haute!"**

**Maty, 21 ans  
BRUXELLES**

GEN Z



**"Chercher le sens de la vie."**

**Damiano, 17 ans  
MONS**

GEN Z



**"La génération dorée de la transition."**

**Maryn-Liis, 17 ans  
TALLINN**

GEN Z





→ au temps, du sentiment d'injonction à la réactivité, de la peur permanente de rater quelque chose, de ne pas être au courant de ce dont on va parler dans la cour de l'école... Il y a là une prise de conscience qui me semble sociétale, mais à laquelle ils participent pleinement. Certains ont même l'air plus déterminés que les adultes à trouver une solution. »

## Fonctionnalité Discover

Une autre angoisse travaille la génération post-11 septembre 2001, que les jeunes aient vécu eux-mêmes cet événement en direct ou qu'ils en entendent parler par leurs parents comme d'un souvenir particulièrement marquant : la menace terroriste, confirmée par les attentats de Paris en 2015 et de Bruxelles en 2016. « L'attentat à Manchester lors du concert d'Ariana Grande a renforcé cette inquiétude parce que cet événement réunissait des enfants et des jeunes, précise Anne Cordier. Ils ont intégré ça à leurs comportements, avec



Anne Cordier



Salvatore Calcagno

une forme de méfiance dans l'espace public. » Dans l'imaginaire de certains Z, la rue est devenue un espace à risque, à plusieurs titres, et aussi bien pour les garçons que pour les filles. Riposte possible côté masculin : passer le plus rapidement du format de garçonnet à celui d'homme baraqué, à grand renfort de musculation. Antoine Neufmarsy voit en tout cas une piste d'explication à l'obsession des abdos bien dessinés et des pectoraux saillants chez les jeunes ados. « Bien sûr, cette nouvelle construction de la virilité est liée au corps comme outil de séduction, note le comédien, mais le corps devient aussi une arme de dissuasion, dans une atmosphère

générale sécuritaire. Dans cette même perspective, les Z sont de plus en plus à vouloir entrer dans la police ou l'armée, ou à penser devenir garde du corps. »

Les attentats et la manière dont l'information a été relayée a en tout cas fortement impacté la confiance des jeunes envers les médias. « A travers les questions de manipulation et de fausses rumeurs, on constate chez eux une condamnation des journaux télévisés et de la télévision en général, pose Anne Cordier. Dans leurs discours, ils affirment se fier à la presse écrite, mais dans les faits, ils ne la lisent pas, en tout cas pas sur papier. Les choses sont en train de changer grâce à de nouveaux phénomènes comme la fonctionnalité Discover de l'application Snapchat, qui ouvre un portail de presse gratuite sous forme de stories. Beaucoup de jeunes lisent ainsi la presse sans s'en rendre compte. En général, ils évoquent énormément le plaisir qu'ils ont à s'informer. Ils parlent des chaînes YouTube auxquelles ils sont abonnés, ils recherchent des documentaires sur les thématiques qui les branchent. On est peut-être face à une génération qui s'informe sans précédent au niveau de la quantité. Par contre, elle ne s'informe pas de la manière dont on le concevait jusque-là. Si on ne sait pas que Discover existe, forcément, on ne leur pose pas la question. Notre grille de lecture est sans doute un peu archaïque. » Laisser tomber les discours alarmistes sur la jeunesse pour l'écouter. C'est exactement ce que propose le projet *Gen Z*. A la recherche de la beauté... ♦

(1) *Gen Z - Searching for Beauty* : du 20 février au 3 mars au théâtre Les Tanneurs à Bruxelles, [www.lestanneurs.be](http://www.lestanneurs.be) ; les 6 et 7 mars au théâtre Le Manège à Mons, [www.surmars.be](http://www.surmars.be)

Expo *Gen Z* : du 26 février au 11 mars au cinéma Galeries à Bruxelles, vernissage et projection du film *Comizi d'amore* le 26 février, [www.galleries.be](http://www.galleries.be)

**20<sup>ème</sup> édition**  
**CONCOURS INVESTISSEUR 2018**  
 Trends KEYTRADE  
**EN TEMPS RÉEL**

Prix hebdomadaire **1.000€\*\***  
 dans une action au choix

Prix principal **10.000€\***  
 en portefeuille-titres

Prix étudiants **5.000€\***  
 en portefeuille-titres

**Challengez l'investisseur qui est en vous !**  
 Et gagnez jusqu'à 10.000€\*.

Inscrivez-vous maintenant sur  
[www.concoursinvestisseur.be](http://www.concoursinvestisseur.be)

\* Le prix principal du classement général et le prix principal du classement étudiant est un portefeuille d'instruments financiers d'une valeur respective de 10.000€ et 5000€ chez Keytrade Bank. Si le gagnant désire transférer le portefeuille d'instruments financiers gagné vers une autre banque (située en Belgique), il se chargera à ses frais du transfert.  
 \*\* Le prix hebdomadaire est un investissement d'une valeur de 1.000€ dans une action au choix du participant gagnant chez Keytrade Bank.

087/0016

UNE INITIATIVE DE  
 Trends KEYTRADE BANK

AVEC LE SOUTIEN DE  
 realtime cours via EQUIDUCT canal 7