



Un individualisme interconnecté et expressif

Pour la sociologie, la cohorte générationnelle peut expliquer, au même titre que le capital culturel ou le genre, les conduites et les attitudes d'un individu. En cela, l'accès à un univers représentationnel, informatif et relationnel dépend des potentialités offertes par les outils technologiques et les moyens de communication qui prédominent à un temps T: «The medium is the message» écrivait déjà Mc Luhan, en 1964.

Bref, depuis l'avènement du Net et du Web 2.0, les photographies comme mode d'expression, les réseaux sociaux numériques en tant que dispositif de mise en relation entre les individus ou encore les moteurs de recherche comme mode d'accès à l'information, constituent depuis les années 90', à l'instar de l'école et de la famille, des moyens de socialisation et d'apprentissage pour les jeunes. Qu'en est-il alors des Millennials, la génération Y, composée de jeunes adultes nés entre le début des années 1980 et le début des années 2000? Quels sont les traits caractéristiques de ces jeunes adultes et qu'est-ce qui les distingue des générations précédentes?

Des idéaux universalistes à la carte

Les Millennials sont d'abord en rupture avec les systèmes du pouvoir traditionnel: méfiants à l'égard des hiérarchies, notamment celles en vigueur dans les entreprises, perçues comme trop lentes, trop verticales, pas assez efficaces, ces jeunes sont baignés, depuis 2005, dans la culture du partage et de l'échange. Plus conformistes que leurs aînés, notamment que la génération X, les Millennials sont hyperconnectés, individualistes et recherchent des satisfactions immédiates. Les

«Les Millennials inscrivent leurs actions dans une certaine temporalité. Le rapport au temps, à l'effort et à la récompense caractérise en effet très bien cette cohorte générationnelle.»



Millennials aspirent de surcroît à promouvoir des idéaux universalistes (nature, climat, égalitarisme) qu'ils sont prêts à défendre ponctuellement (ex.: manifestations pour le droit des femmes, marches anti-climat). Ils revendiquent leur autonomie, désirent s'instituer comme des sujets singuliers: leurs engagements sont à la carte, moins durables que ceux de leurs aînés, et leur adhésion à des collectifs (clubs, associations, syndicats) plus éphémères.

Valorisation de l'image

Ensuite, en termes de pratiques médiatiques, les Millennials cultivent un «individualisme expressif»: production de contenus, récits sur soi sur les blogs, exhibition de leurs loisirs sur les pages personnelles ou partage de vidéos et de selfies, tous



Patrick Amey

Docteur en sociologie et maître
d'enseignement et de recherche
à l'Université de Genève

les moyens sont bons pour ces jeunes adultes de valoriser leur identité personnelle (passions, loisirs) afin d'exister aux yeux d'autrui, et ce, davantage au travers de «ce qu'ils font» et de «ce qu'ils aiment» qu'au prisme de «qui ils sont» (identité civile). Ils s'inscrivent ainsi dans l'hypercommunication, cette tendance sur le Web, qui consiste à valoriser le partage et la solidarité avec la figure d'un autre, connecté aussi, mais jamais rencontré (lorsque l'inconnu en ligne est préféré à son voisin). Ils manifestent aussi, comme le mentionne le psychanalyste Serge Tisseron, leur «extimité» via les réseaux sociaux. L'«extimité» désignant alors ce désir de dévoilement de l'intimité d'un individu à un public élargi, qui rend poreuse la frontière entre vie publique et sphère privée.

Ici et maintenant

Les Millennials inscrivent en outre leurs actions dans une certaine temporalité. Le rapport au temps, à l'effort et à la récompense caractérise en effet très bien cette cohorte générationnelle. Impatients, ces jeunes évoluent dans l'instantanéité (chat, applications d'échange de données mobiles en ligne). Au sacrifice de longue durée des jeunes qui furent actifs dans les années 1950-1960, avec ses gratifications différées, les Millennials escomptent des récompenses plus immédiates. Ils parient sur le jaillissement de leur talent «ici et maintenant», attendent la reconnaissance de leurs employeurs, celle aussi



de leur groupe de pairs sur les réseaux sociaux (être likés, commentés de suite, gage de popularité). Quand on les interroge sur leur future carrière, ils se disent prêts à «se» délocaliser, à changer de travail, voire de métier, à plusieurs reprises durant leur vie active.

Aptitudes à haute valeur ajoutée

Sur leur lieu d'exercice professionnel, les Millennials manifestent d'ailleurs une capacité d'adaptation et une souplesse qui surprend leurs aînés, des atouts pour s'insérer dans les métiers d'un secteur tertiaire, aujourd'hui numérisé. Certaines recherches montrent que leur polyvalence, mais aussi leurs habilités dans les pratiques des jeux vidéo, souvent dépréciés par leurs aînés, confèrent aux Millennials, des aptitudes à haute valeur ajoutée pour les recruteurs. Enfin, la capacité des jeunes à gérer plusieurs activités en même temps (multitasking), leur réactivité et leur aisance dans la recherche d'information, leur esprit de collaboration qui va de pair avec un sens de la compétition, «profitent» aussi à celles et ceux qui les recrutent dans le entreprises modernes.

Défiance envers les médias classiques

Confrontés à une multitude de sources d'information difficiles à hiérarchiser, les Millennials sont disposés à accorder une crédibilité à la figure de leur semblable (ex. sites de recommandation) et sont sensibles aux rumeurs et aux buzz. Mais contrairement à leurs grands-parents, ils hésitent à témoigner une confiance inconditionnelle aux prescripteurs d'opinion institutionnels. En cela, ils n'adhèrent pas aux discours des figures traditionnelles d'autorité et leur prudence, voire défiance, résonne aujourd'hui au diapason de la crise du journalisme d'opinion ou de la crise de la représentation politique constatées dans nombre de pays européens (Italie, France).

Des racines intergénérationnelles

En guise de conclusion, on dira que les aînés ont sans doute à suivre ou à devoir suivre les Millennials en matière d'adaptation, de flexibilité, de compétences technologiques renouvelées. En contrepoint, le vécu et la parole des aînés, parents et grands-parents notamment, sont l'objet d'une demande, souvent inexprimée par les plus jeunes. Dans une société «liquide» où les institutions ne sont plus les pourvoyeurs de sens qu'ils furent jadis et où les grands récits adviennent comme un legs du siècle passé, les Millennials peinent souvent à savoir d'où ils viennent (leurs racines) et où ils vont (leur destin). Nombre d'entre eux, emportés par le flux interrompu des communications horizontales entre pairs, immergés aussi dans le vacarme des chœurs conformistes des réseaux sociaux, aspirent à reprendre haleine et à s'appuyer, ne serait-ce qu'épisodiquement, sur des référentiels extérieurs, plus «solides»: bref ils sont sans



doute disposés, plus qu'ils ne veulent le concéder, à entendre la parole de leurs aînés. Ces derniers, porteurs d'un rôle de transmission intergénérationnelles, ont beaucoup à apporter aux Millennials en leur léguant un héritage culturel et une histoire familiale, en partageant enfin avec eux leurs expériences de vie: celles qui, se rapportent à l'amour et à l'amitié, à la joie et à la souffrance, toutes si particulières, mais tellement universelles.■

Des babyboomers à la génération Z

Une génération est séparée d'environ 20 à 30 ans, et il est courant de démarrer la classification avec la génération d'après la seconde guerre mondiale. On parle souvent des «babyboomers», nées après 1945. Active pendant les Trente Glorieuses, durant un temps de la prospérité et du plein emploi, cette génération n'est pas unifiée cependant d'un côté celles et ceux qui aspiraient à la conquête d'une liberté individuelle (mai 68) en remettant en cause les institutions et de la tradition ; de l'autre, celles et ceux issus de la classe moyenne et des milieux populaires, pour qui le travail était un devoir à accomplir. Il s'agit ici de la première génération socialisée avec et par les images (apparition de la télévision, imaginaire du cinéma).

Vient ensuite la génération X, qualifiée aussi de génération désenchantée. Née à la fin des années 60' et durant les années 70, cette génération est marquée par l'incertitude et le pessimisme, dans un contexte où le plein emploi n'est plus assuré et où les grandes utopies et récits sont contestés (communisme, religion). Certains affirment que la priorité de cette génération portait sur les perspectives de carrière et de réussite sociale dans un contexte de libéralisation à tout va des sociétés occidentales, mais on retrouve aussi le pendant, avec des formes

«La génération Y est sûre d'elle, confiante en ses potentialités. Elle entend faire carrière, mais pas à n'importe quel prix.»



de rebellions («punk attitude»): dans les faits, la génération X a dû s'adapter aux innovations techniques (premiers ordinateurs des années 80) et été confrontée à la fin de l'insouciance des trente-glorieuse (sida, chômage structurel de masse).

Émerge alors la génération Y, dite aussi Millennials, qui renvoie aux personnes nées à la fin des années 1990. Optimistes, en quête de sens, ils sont prêts à remettre en question ce qui les entoure. Leur mode de vie est en accord total avec les apports de la technologie du Net et des réseaux sociaux. Ils sont en quête de sens dans leur travail et aspirent à une vie privée réussie. La génération Y est sûre d'elle, confiante en ses potentialités. Elle entend faire carrière, mais pas à n'importe quel prix. Ces jeunes adultes tendent à «fusionner» travail et loisirs, et acquièrent, pour les plus diplômés, au statut de nomades interconnectés.

Enfin la génération Z, nés dans les années 2000. Ils forment le bataillon actuel des adolescents contemporains. Digitalisés, socialisés dès leur enfance, par le Web 2.0, il s'agit de la génération de l'écran (tablettes, smartphones). Réalistes et pragmatiques, ils aspirent à une séparation nette entre la vie professionnelle et la vie privée, sont de grands utilisateurs des réseaux sociaux numériques, et de grands amateurs de jeux vidéo, entre 12 et 16 ans. Si pendant leur journée d'étude, ils s'engagent dans leur activité, ils ne souhaitent pas à l'avenir forcément assumer des responsabilités de direction. ■

