

## Voices in the field 2017

### « What's Up with Gen Z ? » - Digital natives and Study Abroad

#### Présentation générale

Le thème de ce Colloque avait pour but de définir, sans catégoriser, la génération née à partir de 1995. Ce groupe est en effet représentatif de la population étudiante que nous recevons dans nos programmes (quel qu'en soit le modèle) et avec laquelle nous échangeons au quotidien. Comment mieux la comprendre, mieux répondre à ses attentes (si tant est que ces attentes aient changé par rapport aux générations précédentes) et mieux définir ses pratiques notamment dans le contexte des nouvelles technologies ?

Un questionnaire a été élaboré et envoyé aux étudiants ayant fait partie d'un programme de Study Abroad entre l'automne 2015 et le printemps 2017. Plus de 300 réponses ont été retournées, ce qui a constitué une base de données et de réflexion sur les pratiques et les préoccupations de cette population.

Le Colloque Voices 2017 s'est tenu le lundi 19 juin dans les locaux de The American Library in Paris où nous avons été gracieusement invités et chaleureusement reçus. Il a réuni 74 participants.

#### Le Comité organisateur était composé de :

- Matthieu Dessier (St John's)
- Sylvie Koneski (USC)
- MaryAnn Letellier (CUPA)
- Francie Plough Seder (Trinity)
- Thomas Roman (IFE)

#### Trois étudiants américains qui ont eu une expérience de Study Abroad Program en France, ont accepté de participer à ce Colloque :

- Fiona Palmer (St John's Paris)
- Elizabeth Taft (Wellesley College Aix en Provence)
- Jesse Tanson (College of William & Mary, IFE Strasbourg)

#### Deux conférenciers ont été invités :

- Hannah Taïeb, anthropologue, éducatrice internationale indépendante et co-éditrice de *The Romance of Crossing Borders*
- Jocelyn Lachance, socio-anthropologue de l'adolescence et auteur de *L'Adolescent Hypermoderne* et du *Voyageur Hypermoderne*.

Le comité a débuté la séance par une série de définitions : la Génération Z réunit les premiers véritables « Digital Natives », petits frères et soeurs de la Génération Y, enfants de la Génération X, petits-enfants des Baby-boomers, une génération plus inquiète et concernée par les maux du temps (crise financière, terrorisme international, menaces environnementales) : on parle de la « We Generation » par opposition à la « Me Generation » qui la précède. Ils entretiendraient avec leurs parents une relation de « co-pilotage » (par opposition aux parents hélicoptères des Millenials).

Nos étudiants sont les « pionniers » de cette génération, et des études ultérieures devront affiner les analyses faites aujourd'hui.

## 1 - Pannel d'étudiants :

Nos trois participants ont en général corroboré les résultats du sondage en y ajoutant quelques exemples personnels.

Concernant les nouvelles technologies, il semble qu'elles fassent partie de leur quotidien à l'étranger mais que leur utilisation soit différente (GPS, Uber, Snapshat, WhatsApp pour se repérer, communiquer et développer des activités) et, souvent, Internet est automatiquement en français donc compatible avec l'expérience linguistique.

Il y a quand même un besoin de contact régulier avec les parents (tous les jours pour certains) ou les amis aux USA car l'éloignement est parfois intimidant et la culture d'accueil différente dès l'arrivée. Elizabeth a noté que la possibilité de rester en contact était un facteur rassurant lors de la décision d'étudier à l'étranger ; l'importance de cette dimension affective/psychologique ne doit peut-être pas être négligée.

La pratique des réseaux sociaux peut créer une barrière (avec la famille d'accueil par exemple et la langue française dans la mesure où le plus souvent les communications se passent en anglais) ou un frein à la possibilité de rencontres « locales ». Cependant, ils peuvent également être une façon de trouver des choses à faire localement, et donc potentiellement de rencontrer des « locaux ». Pour Fiona, un smartphone peut être un « filet de sécurité » qui rassure avant d'effectuer une sortie ou un voyage (cartes, Uber, etc.).

Mais les étudiants peuvent aussi parler suffisamment en français pour équilibrer. Beaucoup estiment être technologiquement raisonnables.

Concernant la pratique des voyages la majorité des étudiants optent pour sortir de France, parfois parce que ces voyages sont moins chers (zones frontalières). Ils voyagent la plupart du temps avec des Anglophones (camarades du programme). Les étudiants subissent souvent la pression de voyager lorsqu'ils sont en Europe (comme une justification de leur séjour pour ceux, parents ou amis, qui ne sont pas partis ; est évoquée « the pressure of posting »).

Le mot le plus représentatif de l'expérience à l'étranger (d'après le sondage) est le mot « Fun ». Pour les étudiants participant au panel, ce mot se traduit plus largement par « exciting », « more freedom » ou « different ». Le mot « fear » qui arrive loin dans le classement a été interprété par les étudiants comme étant l'équivalent de « cultural shock », « not knowing people » ou « different from classroom setting ».

## 2 - Hannah Taïeb : « Emotion Work and Study Abroad »

En questionnant nos métiers et les évolutions du secteur Study Abroad, Hannah Taïeb pose autrement la question de la Génération Z, en explorant notre présent, nos pratiques et nos propres inquiétudes. Dans son introduction, elle questionne le terme de « Study Abroad » dans le contexte émotionnel afin de mieux le définir :

- quelles émotions ressent l'étudiant ?
- quelles émotions est-il sensé ressentir ?
- quelles émotions ressentons-nous (responsables, enseignants, ...) ?
- quelles émotions sommes-nous sensés ressentir ?

Qu'est-ce qu'un « éducateur » ? Quelles sont les définitions, les contradictions et les paradoxes de « Study Abroad » à travers le temps ?

- une quête : se découvrir soi-même
- le « Grand tour » (développé à l'époque coloniale)
- l'idée d'un espace protégé (métaphore de la « véranda »)

Ces différentes approches du voyage à l'étranger sont rendues légitimes dans le discours américain par :

- la paix (surtout après les deux Guerres mondiales)
- l'affirmation de la prédominance américaine dans le monde
- combattre l'isolationnisme américain
- comprendre l'Autre y compris ses ennemis (« Guerre froide »)
- propager les idées et valeurs américaines (le « cœur » et l'« esprit »)
- devenir des citoyens du monde (« global citizenship »)

Après les Guerres mondiales : apparition de Junior Year à l'étranger. A l'ère post-coloniale : apparition de nouvelles destinations (plus exotiques ?). Depuis la fin de la Guerre froide : plus de « Majors » vont à l'étranger, émergence de programmes plus courts, plus de programmes « in house ». De nombreuses institutions d'enseignement supérieur aux Etats-Unis (et ailleurs) veulent se positionner en « global institutions » et tendent vers une « comprehensive globalization » de leur organisation.

Paradoxe : les programmes sont moins uniformes et centrés sur l'Europe, et dans le même temps cette évolution globale est impulsée par les Etats-Unis et la culture américaine. Avec les préoccupations de mondialisation (« Global issues ») : plus d'anglais et plus de « short-term programs ».

Autre paradoxes auxquels nous sommes confrontés :

- les étudiants ont plus de « data »
- nous faisons « moins » pour eux mais ils ont besoin de « plus »
- aujourd'hui, comment donner le sentiment de différences culturelles (alors que le monde s'uniformise)
- discours ambiant et de plus en plus présent sur la sécurité

Plusieurs discours émotionnels se contredisent pour définir « Study Abroad » : discours marketing, culturel et/ou de confort et de sécurité (« safety and security »).

Conclusion : se concentrer sur l'étudiant comme personne à part entière avec ses sentiments, émotions, expériences. Le défi de « Study Abroad » reste l'aventure et l'immersion, le rite de passage mais avec des étudiants qui deviennent des co-pilotes.

### 3 - Jocelyn Lachance : « Devenir adulte dans un monde connecté »

A travers les thèmes du voyage et des nouvelles technologies, Jocelyn Lachance s'attache à définir et à comprendre ce que les étudiants vivent, comment ils le vivent, et quels sens ils donnent à leur(s) comportement(s), particulièrement à l'étranger.

Dans tout voyage, séjour à l'étranger ou migration se posent les problèmes du fossé des générations ou des codes culturels à intégrer en plus de la langue d'accueil.

Dans son dernier ouvrage, *Le Voyageur hypermoderne*, Jocelyn Lachance étudie la fonction anthropologique du voyage comme passage à l'âge adulte (avec ses rites), manque/fuite de la société d'appartenance ; il définit le voyage comme une biographie individuelle. On « s'expérimente », on découvre d'autres aspects de soi-même et, évidemment, dans un « voyage moderne », on se positionne par rapport aux nouvelles technologies.

Le voyageur du XXI<sup>e</sup> siècle se voit dans l'obligation de se positionner vis-à-vis des technologies de l'information et de la communication. Pour se déconnecter, il/elle doit faire un effort et se justifier auprès des autres.

En voyage, être « déconnecté » signifie ne plus recevoir d'informations du pays d'origine... mais toujours rester libre d'en donner (image de la carte postale). Les jeunes sont-ils des « nomades hypermodernes » (qui transportent leur environnement) ou des « voyageurs hypermodernes » (qui veulent sortir de leur point d'origine) ?

La principale raison d'être connecté au XXI<sup>e</sup> siècle, c'est nous-mêmes : nous sommes les inventeurs de la connexion. Pour la nouvelle génération, « se connecter », c'est jouer avec son identité. La connexion (enfants-parents) est en général soumise à un pacte (choix du réseau, délai de réponse). Pendant le voyage, on passe d'un pacte de connexion à un pacte de déconnexion dans une volonté de reproduire le schéma du voyage (liberté, éloignement). Le choix de connexion/déconnexion sera révélateur d'autonomisation et signe de bonne santé.

Jocelyn Lachance brosse une chronologie intéressante sur le rapport des générations aux nouveaux médias :

- Baby-boomers et Génération X : des outils "magiques" vécus – adultes ou étudiants - comme des outils des communication d'abord dans le travail
- Millenials ou Génération Y : des outils utilisés comme moyen de communication tout d'abord avec les amis et pour les loisirs
- Génération Z : le premier contact est "naturel" et se fait tôt, surtout et avant tout par et pour la famille. Le premier Skype avec les grands-parents vivant loin ; le premier smartphone acheté... et contrôlé par les parents.

Les jeunes sont devenus des experts dans l'anticipation de l'anxiété de leurs parents. Pour eux, il est important de reprendre possession de la connexion (désynchronisation, délai, micro signaux comme les petits textos, etc.).

Il résulte de l'utilisation des nouvelles technologies et de l'évolution des rapports enfants-parents une construction de l'identité différente : les jeunes deviennent adultes différemment avec l'importance prise par les réseaux sociaux.

Il existe en effet 3 manières de devenir adulte :

- les rites de passage institutionnalisés
- le projet (déterminé en général par les autres, la société. Exemple : le mariage)
- l'expérimentation (qui passe aujourd'hui par les réseaux sociaux). Or la reconnaissance ne va plus de soi mais nécessite la validation de l'expérience.

Certains jeunes n'attendent pas d'être reconnus pour tenter leurs expériences. Mais les réseaux sociaux sont sollicités pour la reconnaissance ou la validation de l'expérience.

Auprès de qui/quoi les jeunes ont-ils besoin d'être « validés » ? Si l'on prend l'exemple de la photographie :

- à ses propres yeux : prendre une photo est un acte qui signifie un moment important (plus que le contenu lui-même)
- le « selfie » montre qu'on prend des risques en public et l'on donne une image de soi
- le regard des personnes significatives (à qui on envoie la photo)

Notre société moderne favorise « l'extimité » : l'acte de mettre en avant une partie de son intimité pour réajuster son comportement sous le regard des autres.

Se déconnecter pendant son voyage, c'est aller vers les autres (locaux), demander. Mais être connecté est aussi parfois un moyen d'intensifier le voyage : chercher des infos sur des forums, se connecter avec des gens que l'on a rencontrés trois semaines plus tôt.

Questions pour nos programmes :

- comment aménager des temps de déconnexion collectifs ?
- comment orienter différemment les pratiques numériques ?

Par exemple : mieux contrôler le contexte de l'échange (texto plutôt que Skype), utiliser la parole dans l'image : même dans l'image, la parole est présente (avant, après ou ailleurs).

Jocelyn Lachance, par cette approche anthropologique - universelle dans le temps et l'espace – offre un point de vue « rassurant » sur cette génération :

- elle ressemble aux autres dans sa quête d'identité, ses rites de passages, son besoin de reconnaissance
- elle mérite d'être prise au sérieux : les professionnels Study Abroad, en connaissant et utilisant les moyens de communications modernes, utilisent la « langue » de ces jeunes et participent ainsi à la validation de leurs expériences, plutôt qu'à la rejeter sans dialogue et par jugement de valeur.
- Par ailleurs, née avec ces nouvelles technologies, cette génération pourrait être plus « mature » dans la prise de distance et la déconnexion (cas d'adolescents qui refusent d'avoir un smartphone, associé au contrôle parental).