

Ecrit par le 30 janvier 2026

Les smartphones et les réseaux sociaux responsables de troubles anxieux chez les enfants



On savait que l'abus d'écrans pouvait avoir chez les enfants des effets néfastes. Mais l'essor encore récent des smartphones n'avait pas permis jusqu'alors de conduire de réelles études d'impacts sur la santé mentale. [Jonathan Haidt](#), professeur à la New-York University Stern School of business, spécialiste de psychologie sociale, vient de publier le fruit de ses travaux dans un ouvrage traduit en français : [**« Génération anxieuse » paru aux éditions Les Arènes.**](#)

Le constat est alarmant : « les réseaux sociaux menacent la santé mentale des jeunes » affirme Jonathan Haidt. Les chiffres sur l'anxiété, la dépression et l'automutilation grimpent en flèche avec le développement de la fréquentation des réseaux sociaux. Ce phénomène touche particulièrement les filles. Ainsi, en 2008, 12 % des adolescentes américaines avaient souffert d'un épisode dépressif au cours de l'année écoulée. Ce chiffre était proche de 30 % en 2020. Ce chercheur américain pointe notamment l'apparition d'Instagram, en 2010. La publication et le partage de photos de soi, où l'on se compare devant des centaines de milliers de personnes a des effets néfastes. Pour Jonathan Haidt , « il devient impossible pour ces jeunes filles de rencontrer les standards fixés ». « Leur miroir ne leur renvoie pas une image digne de ces standards ». Concernant les garçons les problèmes viennent d'avantage de la surconsommation de jeux vidéo et de la consultation de sites pornographiques. Les travaux conduits par le chercheur montrent que les enfants de la génération Z (nés entre 1990 et 2010) ont tendance à moins

Ecrit par le 30 janvier 2026

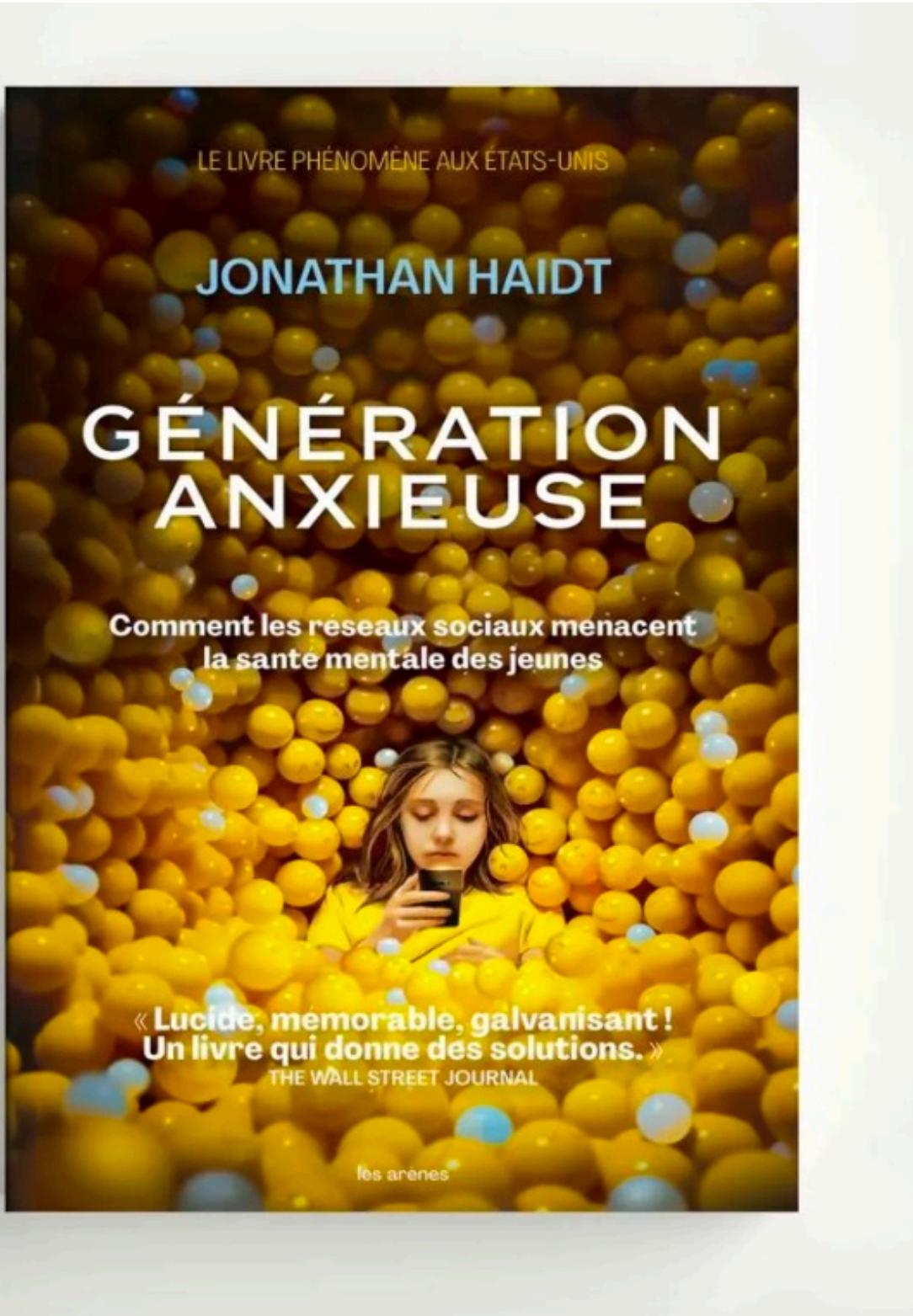
faire d'études supérieures, à trouver un emploi plus difficilement ou encore à ne pas quitter le domicile parental.

« Tout ce qui est nécessaire au développement des enfants s'évanouit »

D'une manière plus générale le fait d'être connecté en permanence « empêche les enfants d'être pleinement présents aux autres dans le monde réel ». « Ils ne jouent pas, ne courrent pas, ne prennent pas de risque et n'apprennent donc pas de quoi ils sont capables. La lecture disparaît. Tout ce qui est nécessaire au développement des enfants s'évanouit ». « Et le jour où ces enfants doivent faire face au monde, ils sont alors pris d'anxiété » conclut Jonathan Haidt. Avec l'avènement de l'IA les écrans vont devenir encore plus attractifs prédit l'universitaire. « Des faux amis encore plus empathiques rendront leurs vies « plus faciles » et le développement de leurs attitudes sociales en pâtira », « tout cela se terminera mal » ajoute-t-il. Mais le chercheur américain reste optimiste et son livre se veut aussi un manuel à l'usage des parents. Il propose quelques solutions : pas de smartphone pour les moins de 14 ans, interdiction d'utilisation des téléphones dans les écoles, avoir au moins 16 ans pour pouvoir créer un compte sur un réseau social (mesure mise en place en Australie).

[« Génération anxiouse » paru aux éditions Les Arènes. 448 pages, 24,90 €](#)

Ecrit par le 30 janvier 2026



Ecrit par le 30 janvier 2026

© « [Génération anxieuse](#) » paru aux éditions [Les Arènes](#)

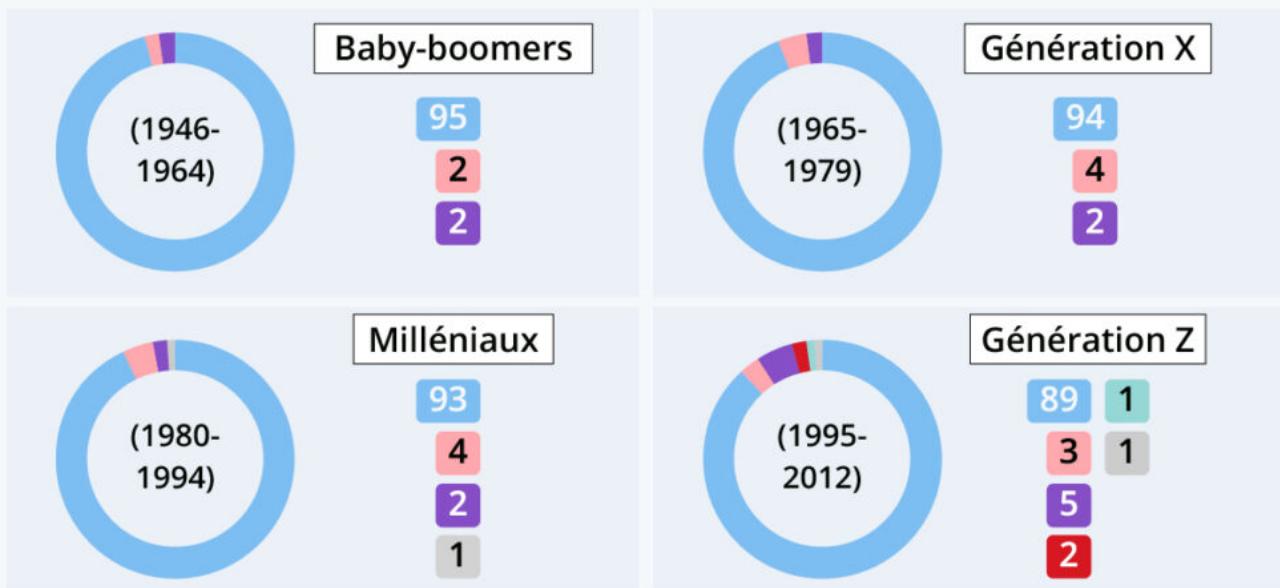
Comment les Français définissent leur orientation sexuelle

Ecrit par le 30 janvier 2026

Comment les Français définissent leur orientation sexuelle

Part des répondants qui définissent leur orientation sexuelle comme suit, selon la génération (en %)

- Hétérosexuel/elle
- Homosexuel/elle
- Bisexuel/elle
- Pansexuel/elle
- Asexuel/elle
- Autre/Préfère ne pas le dire



Base : 10 095 répondants (18 à 64 ans), interrogés en France d'avril 2021 à mars 2022.

Source : Statista Global Consumer Survey



La « [génération Z](#) », qui désigne les jeunes nés après 1995, se distingue de ses aînés à bien des égards, qu'il s'agisse d'[usages](#), de comportements ou de valeurs. Parmi les domaines dans lesquels cette génération marque une évolution importante, on peut citer l'identité et l'orientation sexuelle.

Comme le met en avant une enquête du [Statista Consumer Insights](#), les jeunes adultes s'identifient avec

Ecrit par le 30 janvier 2026

de nouveaux termes pour décrire leur sexualité. Si 89 % des Français majeurs nés après 1995 se disent hétérosexuels, environ 8 % se déclarent homo- ou bisexuels, alors que 2 % se définissent pansexuels et 1 % asexuels. Aucune autre génération étudiée ne s'affranchit autant des normes et se montre aussi ouverte vis-à-vis de son orientation sexuelle.

Dans les trois groupes qui précèdent - des milléniaux aux baby-boomers, en passant par la génération X - les répondants à l'étude n'ont (quasi-exclusivement) utilisé que trois termes pour décrire leur orientation : hétéro-, homo- ou bisexuel. Même si le poids des traditions hétéronormées est un peu plus visible chez les baby boomers, on constate que la répartition des orientations sexuelles reste assez similaire pour les trois générations couvrant la période 1946-1994 : 93 % à 95 % se déclarent hétérosexuels et 4 à 6 % homo- ou bisexuels. Le changement le plus marquant concerne donc la cohorte née à l'ère numérique.

Pour rappel, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a officiellement cessé de catégoriser l'homosexualité comme une maladie mentale il y a un peu plus de trente ans seulement, le 17 mai 1990. La transidentité a quant à elle été retirée de la liste de l'OMS des « troubles mentaux et du comportement » en 2018.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

La fête des mères fait toujours recette auprès des jeunes générations

Ecrit par le 30 janvier 2026



A l'approche de la fête des mères, Opinionway a réalisé pour Clearpay, l'un des leaders mondiaux du paiement fractionné en ligne, une étude* sur les habitudes de consommation de la génération Z* à l'occasion de cette fête.

Premier constat : les jeunes célèbrent toujours la fête des mères. Ils sont en effet 85% à déclarer faire un cadeau à leur mère au moins occasionnellement, 55% d'entre eux le font systématiquement. Côté cadeaux, l'étude révèle une préférence pour les fleurs (51%), les bijoux (35%), les cosmétiques (33%) puis les vêtements et accessoires de mode (26%).

Des budgets limités

Qu'ils soient étudiants, jeunes actifs ou à la recherche d'un emploi, les 15-25 ans disposent généralement de finances limitées. Pour beaucoup, il apparaît que l'aspect économique est une raison évidente pour laquelle les jeunes interrogés n'offrent pas toujours de cadeau à leur mère : 44% d'entre eux disent manquer de budget ou avoir d'autres priorités d'achat.

Alors que leur budget moyen s'élève à 62€, 44% des jeunes déclarent qu'offrir un cadeau à cette occasion peut rendre le reste du mois plus difficile, 43% estiment que cela pourrait les empêcher de réaliser d'autres dépenses importantes et 36% que cela pourrait les obliger à restreindre leur train de vie.

« Ces chiffres reflètent les préoccupations actuelles des jeunes, dont le pouvoir d'achat se voit érodé d'année en année », explique Clearpay qui constate également 55% des 15-25 ans s'avèrent intéressés par sa nouvelle solution de paiement permettant de payer en plusieurs fois sans frais.

Ecrit par le 30 janvier 2026

Plus de budget mais moins de cadeaux pour les papas

Par ailleurs, cette étude révèle que les jeunes sont moins enclins à célébrer la fête des pères. Ils ne sont que 74% à déclarer offrir un cadeau au moins occasionnellement à leur père à cette occasion (soit 11% de moins que pour leur mère). En revanche, ils sont plus généreux sur le budget cadeau de leur père avec une moyenne de 66€ (contre 62€ pour les mères). Cela peut s'expliquer par la nature des cadeaux offerts aux papas : les vêtements et accessoires arrivent en première position avec 41% des achats cadeaux, suivis des produits liés aux loisirs et à la culture avec 33% et les produits high-tech avec 27%.

**Méthodologie: Échantillon de 551 personnes représentatif de la population française âgée de 15 à 25 ans (Génération Z). L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées du 12 au 13 avril 2022.*