

L'étude a été menée de mars à juillet 2020 par Charlotte Veron, étudiante en Master 2 de psychologie sociale, parcours *Représentations Sociales, Pratiques et Interventions : études qualitatives et quantitatives*, à l'UBO, dans le cadre d'un stage au RESAM. Cette enquête s'inscrit dans le projet Jeunes en TTTrans, porté par l'EHESP de Rennes.

Objectif : L'objectif de cette étude était d'appréhender les représentations sociales (Moscovici, 1961) de l'engagement chez les jeunes (18-30 ans). Les résultats dévoilés à travers la web-série « En quête de jeunes » sont à regarder et à apprécier comme étant un éclairage sur ce que peut signifier et impliquer l'engagement pour des jeunes, aujourd'hui. En plus de dévoiler comment peut se construire l'engagement, nous avons souhaité articuler notre analyse à des théories développées en psychologie sociale, comme la théorie de l'engagement (Kiesler, 1971) et la dissonance cognitive (Festinger, 1957). De cette façon, nous espérons proposer une étude favorisant la réflexion et les interrogations autour de ce vaste concept, qu'est l'engagement.

Méthodologie qualitative : Pour réaliser cette étude, nous avons mené des entretiens semi-directifs auprès de 12 jeunes habitant-e-s le pays de Morlaix, dont 8 femmes et 4 hommes. Ces entretiens, d'une durée moyenne d'une heure, ont été effectués par téléphone pendant le mois d'avril 2020. L'analyse a été réalisée grâce à une analyse thématique de contenu. Dans les 7 épisodes de la web-série, les verbatims (extraits ou citations d'entretiens) sont tous retransmis et mis en scène par Charlotte Veron. Si les personnages, hauts en couleurs, sont fictifs, l'ensemble de leurs propos sont réels et proviennent au mot près, des discours des personnes interrogées.

Méthodologie quantitative : En plus des entretiens, un questionnaire a été diffusé du ? au ? par le biais du réseau social *Facebook*. 159 personnes âgées entre 18 et 30 ans y ont répondu. Parmi elles, une majorité de personnes du genre féminin (77%), d'étudiant-e-s (56%) et de personnes âgées entre 18 et 24 ans (61%). Il s'agissait à travers ce questionnaire de connaître le noyau central de la représentation de l'engagement (Abric, 1994). De plus, nous avons créée des consignes visant à observer les comportements des jeunes vis-à-vis de l'engagement. L'analyse des données quantitatives a été effectuée grâce à des méthodes statistiques (analyse prototypique, analyse en composantes principales et test de Pearson).

Population participante au questionnaire :

Genre : 77% des personnes ont affirmé s'identifier au genre féminin et 20% au genre masculin. 3% ont déclaré autre chose.

Âge : 61% des participants étaient âgé-e-s entre 18 et 24 ans et 39% entre 25 et 30 ans.

Situation actuelle : 33% des participant-e-s ont déclaré être en activité professionnelle, 38% en activité étudiante, 18% en activité étudiante et professionnelle, 8% sans activité professionnelle et 3% « autre » (ex : service civique, contractuel..)

Niveau d'étude : 7% des personnes ont dit être de niveau baccalauréat, 5% en bac +1, 21% en bac +2, 20% en bac +3, 14% en bac +4, 27% en bac +5, 4% en bac +6, 2% en bac +8.

Orientation politique : 11% des participant-e-s ont déclaré être plutôt d'extrême gauche ; 41% plutôt de gauche ; 5% plutôt centre ; 6% plutôt droite ; 2% plutôt extrême droite ; 22% sans orientation politique et 4% n'ont pas souhaité se prononcer. Les 9% restant ont déclaré autre chose (exemple : humaniste, anarchiste, etc.)

Type d'agglomération : 16% des participant-e-s ont affirmé vivre dans un village (-2000 habitant-e-s), 15% une petite ville (entre 2000 et 20 000 habitant-e-s), 18% une ville moyenne (entre 20 000 et 100 000 habitant-e-s), 18% une grande ville (entre 100 000 et 200 000 habitant-e-s) et 33% une grande ville (plus de 200 000 habitant-e-s).

Croyance ou non : 79% personnes se sont déclarées comme non-croyante et 21%, comme croyantes.

Situation familiale : 48% des participant-e-s se sont déclaré-e-s comme étant « en couple sans enfant », 48% comme étant « célibataire sans enfant », 2% « en couple avec enfant-s », 1% « célibataire avec enfant-s » et 1% « autre ».

Profession et formation engagée ou non : 76% des personnes ont dit exercer un métier ou suivre une formation en rapport avec leur engagement, contre 24% qui ont répondu par la négative.

Membre d'une association ou non : 52% des participant-e-s ont déclaré ne pas faire parti-e-s d'une association ou d'une coopérative contre 48% qui ont répondu par l'affirmative.

Famille engagée ou non : 61% des participant-e-s ont déclaré ne pas avoir des parents ou tuteurs-trices « engagé-e-s », contre 39% qui ont estimé que oui.

Bibliographie :

Abric J.-C. (1994). L'organisation interne des représentations sociales : système central et système périphérique. In C. Guimelli (Dir.), *Structures et transformations des représentations sociales* (pp. 73-84). Neuchâtel, Delachaux et Niestlé.

Festinger L. (1954), A theory of social comparison processes, *Human Relations*, 7, pp. 117-140.

Heider F. (1946). Attitudes and Cognitive Organization. *Journal of Psychology*, 21, 107-112.

Ion, J. (2012) *S'engager dans une société d'individus*, Paris, Armand Colin, coll. « Individu et société », 2012, 214 p., ISBN : 9782200275198.

Jodelet, D. (1989) *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1993.

Joule R.-V. & Beauvois J.-L. (1987). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble. Seconde édition : 2002.

Joule, R., Beauvois, J. (2010). *La soumission librement consentie: Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?*. Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France.

Kiesler C. (1971). *The psychology of commitment: experiments linking behavior to belief*. New-York, Academic Press, New-York.

Moscovici S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris, Presses Universitaires de France.