

## Ressource #7

Les Français sur le fil de l'engagement, par Anne Muxel et Adélaïde Zulfikarpasic, Fondation Jean-Jaurès et Éditions de l'Aube, 2022, 157 pages.



Présenté par Hannah Olivetti, chargée de mission de la Fonda.

Mots clés : #Engagement  
#Démocratie #Citoyens

# ENSEIGNEMENTS CLÉS

## Brève présentation des auteurs

Anne Muxel est directrice de recherche en sociologie et en science politique au CEVIPOF. Ses travaux portent sur les mutations de la citoyenneté et les formes de participation politique. Elle est administratrice de la Fondation Jean-Jaurès.

Quant à Adélaïde Zulfikarpasic, elle est directrice de BVA Opinion. Elle intervient également en tant qu'en enseignante à Sciences Po et est experte associée à la Fondation Jean-Jaurès.

## Que nous apprend cette ressource ?

Les Français éprouvent une défiance à l'égard des institutions politiques et de leurs représentants. La hausse de l'abstention au fil des différentes élections, nationales et locales, l'illustrent. Cette crise de la participation politique est-elle le reflet d'un désengagement plus global des citoyens ?

Cet ouvrage démontre que les citoyens sont toujours actifs, mais sous des formes qui se diversifient. Il s'appuie sur les résultats d'une enquête menée sur le rapport des Français à l'engagement auprès de 3 000 personnes de 18 ans et plus en 2021. Un module complémentaire porte sur les valeurs patriotiques des Français, ainsi que sur leurs engagements de proximité pendant la crise du COVID-19.

## RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

BVA Opinion, Fondation Jean-Jaurès, enquête « Les Français et l'engagement », juin 2021.

Mathilde Didier, INJEP Analyses & synthèses n°64 « Deux tiers des Français impliqués dans la vie associative », 2023.

# MISE EN PERSPECTIVE AVEC L'ENGAGEMENT

## Qu'est-ce que s'engager pour les Français ?

Après avoir rappelé la dimension polysémique du terme « engagement » (juridique, médical, historique, professionnel, militaire, etc.), les autrices soulignent que **l'engagement se caractérise par des actions et des valeurs**. Il s'agit d'interactions entre l'individu et le groupe, et plus globalement la société.

**Les Français ont majoritairement une perception positive du mot « engagement »**. C'est le cas surtout des jeunes, des salariés d'une entreprise publique, des personnes appartenant aux catégories socio-professionnelles dites supérieures, celles fortement intéressées par la politique et celles issues de familles engagées. L'engagement renvoie davantage à une **dimension individuelle**, comme les valeurs ou bien encore une ligne de conduite, qu'à une approche plus collective (engagement pour une cause, engagement associatif ou humanitaire, etc.).

**La majorité des Français interrogés se déclare engagée**. Elle pense aussi qu'il est préférable de s'engager, même si l'on n'est pas sûr du résultat que l'on va obtenir. Les Français se sentent concernés par les enjeux sociétaux et agissent.

- 82 % des Français interrogés ont une perception positive du mot « engagement ».
- 62% se déclarent engagés, même si l'intensité de l'engagement varie.
- 3/4 pensent qu'il est préférable de s'engager, même s'il n'y a pas de certitude sur le résultat.

## Qui sont les Français qui s'engagent ?

« **L'engagement s'inscrit dans un processus biographique et dans une temporalité sociale**, à l'interface de l'expérience individuelle et de l'expérience collective », soulignent les autrices.

Ainsi, le fait de s'engager est le fruit de plusieurs paramètres personnels (âge, milieu social, niveau de diplôme, lieu de vie, héritage familial, politisation, convictions religieuses, etc.) et d'autres plus conjoncturels (comme des luttes sociales, la défense des droits).

Ce compte-rendu a été rédigé par Hannah Olivetti, relu par Yannick Blanc pour la Fonda et mis en page par Agathe Thiebaux. Il est mis à disposition sous la Licence Creative Commons CC BY-NC-SA 3.0 FR.

Pour caractériser le niveau effectif d'engagement des Français (au-delà de leurs perceptions de leur engagement), les autrices ont créé un score global d'engagement. **Celui des Français est en moyenne de 57/100, 60/100 pour les jeunes de 18-24 ans.**

## Comment les Français s'engagent-ils ?

Dans un contexte de défiance à l'égard des rouages démocratiques et du personnel politique, les Français interrogés partagent leur préférence pour **des formes directes d'expression et de participation politique**. La majorité déclare signer souvent une pétition, faire un don à une association régulièrement et pratiquer le boycott contre une entreprise ou une marque.

Près d'un tiers des Français ont recours aux **réseaux sociaux pour partager leurs opinions**. Ce phénomène concerne près de la moitié des jeunes. En revanche, peu de Français s'engagent dans des structures d'action collective, comme des associations, un parti politique ou bien encore une réserve citoyenne (police et armée).

- 54% des Français déclarent signer une pétition de temps en temps ou souvent, contre 57% des 18-24 ans.
- 52% font un don à une association à la même fréquence.
- 9% sont membres d'une association.
- 2% déclarent être membres d'un parti politique. Il en va de même pour la réserve citoyenne.

Les 3 moyens d'action jugés les plus efficaces par les Français pour défendre des convictions ou s'engager pour une cause sont :

- ⊙ S'engager dans une association (71% d'entre eux).
- ⊙ Voter aux élections (70%).
- ⊙ Faire un don à une association (64%).

5 grands registres d'engagement politique et citoyen sont identifiés : **l'engagement électoral, l'engagement protestataire, l'engagement partisan ou syndical, l'engagement pour une cause et enfin l'engagement numérique.**

58 % des Français ont un profil « engagé », venant principalement de catégories socioprofessionnelles supérieures. Parmi eux :

- ⊙ Dominante protestataire (45%),
- ⊙ Dominante conventionnelle (42%),
- ⊙ Dominante activiste (13%), composée souvent d'individus à gauche et jeunes.

42% ont un profil de « désengagé ». Parmi eux :

- ⊙ Les distancés (68%) du système politique et social,
- ⊙ Les hors-jeu (32%) qui sont exclus du système politique et qui le rejettent.

Les autrices notent quelques enseignements clés :

⊙ **L'engagement électoral et l'engagement protestataire ne sont pas antinomiques.** Les citoyens utilisent ces différentes formes d'engagement complémentaires. En revanche, ceux qui **s'abstiennent systématiquement tendent à se désinvestir** des autres modalités d'engagement, sauf de celui numérique.

⊙ Les individus situés à gauche de l'échiquier politique et ceux qui expriment un intérêt pour la politique sont plus enclins à l'engagement protestataire, tandis que ceux situés à droite sont légèrement plus enclins à l'engagement électoral.

⊙ Ceux situés à gauche de l'échiquier politique exprimant un intérêt pour la politique, ont un surcroît d'engagement partisan et syndical, ainsi que de l'engagement pour une cause.

⊙ Ceux qui s'engagent dans un parti, syndicat ou association ont tendance à s'engager aussi dans les autres registres d'engagement.

⊙ **L'engagement numérique est utilisé par la majorité des citoyens, qu'ils votent ou non.**

Le module complémentaire de l'enquête montre que 65% des Français sont prêts à s'engager pour **défendre leur pays en cas de conflit** et la moitié à risquer sa vie, principalement des hommes jeunes. La crise sanitaire, elle, fut l'occasion de voir **émerger des engagements de proximité variés** tels que Les applaudissements de 20h en soutien aux personnels soignants, la prise de nouvelles des personnes âgées et du voisinage, etc.

Les autrices concluent l'ouvrage par une note positive. Malgré le contexte actuel complexe -avec une défiance à l'égard des institutions politiques, une fragmentation sociale ou encore la multiplication des crises -, **il existe une vitalité démocratique en France. Les Français s'engagent plus que les citoyens d'autres pays.**

Toutefois, « les engagements sont plus autonomes, plus volatils, plus dépendants de l'air du temps et des enjeux de l'actualité, tels que le réchauffement climatique, les flux migratoires, le racisme, les droits de l'homme, le genre et bien d'autres causes mettant en avant de façon privilégiée des problématiques identitaires ». **L'engagement des citoyens est lié à leurs valeurs et représentations et la manière dont elles résonnent par rapport à une cause à une échelle collective.**

Aujourd'hui, l'engagement s'articule entre des formes de participation conventionnelles et non-conventionnelles. « **L'engagement se construit, se bricole, voire s'improvise** ». Les corps intermédiaires, surtout les associations, ont un rôle dans le développement de l'engagement, concluent-elles.