



Le sens des processus d'engagement hors du champ politique chez les jeunes

The Meaning of Youth Engagement Processes Outside the Political Sphere

Anne Quéniart

Volume 3, Number 2, 2018

L'engagement des jeunes dans les diverses sphères de la vie Première partie

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1075736ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1075736ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Institut national de la recherche scientifique (INRS)

ISSN

2371-3054 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Quéniart, A. (2018). Le sens des processus d'engagement hors du champ politique chez les jeunes. *Revue Jeunes et Société*, 3(2), 58–75. <https://doi.org/10.7202/1075736ar>

Article abstract

Dans ce texte, l'auteure revient sur deux des recherches qualitatives qu'elle a réalisées il y a quelques années, l'une qui comparait le parcours de vie et le sens donné à l'engagement de jeunes se définissant comme des consommateurs engagés à ceux de jeunes militant au sein de divers groupes ou associations et de partis politiques, l'autre qui analysait l'insertion de la pratique de don de sang dans la vie quotidienne des jeunes et analysait la convergence ou la concurrence entre des pratiques de don de sang et d'autres pratiques d'engagement civique chez les jeunes. En lien avec la réflexion amorcée lors du colloque de Baie-St-Paul de 2012 sur le processus d'engagement, elle y examine deux dimensions particulières de l'engagement : celle de la finalité de l'engagement de ces jeunes – pour quoi ou qui s'engagent-ils ? – et celle de la temporalité – comment s'insère l'engagement dans leur quotidien ? L'auteure montre que les processus d'engagement des jeunes sont fortement marqués par une porosité entre le privé et le public, les actes posés individuellement ayant toujours un sens et une portée collective. Les gestes de consommation responsable de même que le don de sang sont définis comme des actes de participation à la société, comme un « agir » pour changer les choses à leur échelle. Leurs pratiques individuelles sont également l'expression d'un souci de l'Autre, de son bien-être, que cet Autre soit lointain (producteurs du Sud) ou proche (petits commerçants, malades).

© Anne Quéniart, 2019

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

Érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>



Le sens des processus d'engagement hors du champ politique chez les jeunes

Anne Quéniart

Professeure associée

Département de Sociologie

Université du Québec à Montréal

queniart.anne@uqam.ca

Résumé

Dans ce texte, l'auteure revient sur deux des recherches qualitatives qu'elle a réalisées il y a quelques années, l'une qui compare le parcours de vie et le sens donné à l'engagement de jeunes se définissant comme des consommateurs engagés à ceux de jeunes militant au sein de divers groupes ou associations et de partis politiques, l'autre qui analysait l'insertion de la pratique de don de sang dans la vie quotidienne des jeunes et analysait la convergence ou la concurrence entre des pratiques de don de sang et d'autres pratiques d'engagement civique chez les jeunes. En lien avec la réflexion amorcée lors du colloque de Baie-St-Paul de 2012 sur le processus d'engagement, elle y examine deux dimensions particulières de l'engagement : celle de la finalité de l'engagement de ces jeunes – pour quoi ou qui s'engagent-ils ? – et celle de la temporalité – comment s'insère l'engagement dans leur quotidien ? L'auteure montre que les processus d'engagement des jeunes sont fortement marqués par une porosité entre le privé et le public, les actes posés individuellement ayant toujours un sens et une portée collective. Les gestes de consommation responsable de même que le don de sang sont définis comme des actes de participation à la société, comme un « agir » pour changer les choses à leur échelle. Leurs pratiques individuelles sont également l'expression d'un souci de l'Autre, de son bien-être, que cet Autre soit lointain (producteurs du Sud) ou proche (petits commerçants, malades).

Mots-clés : Québec, engagement, consommation, militantisme, don de sang

The Meaning of Youth Engagement Processes Outside the Political Sphere

Abstract

This article revisits two qualitative research projects I conducted in recent years. The first compared young people who define themselves as engaged consumers with youth activists involved with various groups, associations, and political parties. It looked at life courses as well as the meaning given to engagement. The second study looked at how young people become regular blood donors, while also considering convergence and competition between blood donation and other forms of civic engagement among youth. In line with the discussions that grew out of the 2012 Baie-St-Paul conference on the engagement process, this article addresses two specific aspects of engagement: what young people seek to achieve (Why and for whom do they become engaged?) and time considerations (How do young people make time for engagement in their daily lives?). The analysis shows how engagement processes among youth are heavily influenced by the porous nature of the boundary between public and private life. Individual acts therefore consistently have a collective meaning and scope. Like blood donations, acts of ethical consumption are defined as forms of social participation, as actions capable of changing society at some level. Young people's individual actions are also expressions of concern for the Other, for the latter's well-being. In the context of this study, the Other can be far-off (producers in the Global South) or close-by (small business owners, the ill).

Keywords: Quebec, engagement, consumption, activism, blood donation

Pour citer cet article : Quéniart, A. (2018). Le sens des processus d'engagement hors du champ politique chez les jeunes. *Revue Jeunes et Société*, 3 (2), 58-75. <http://rjs.inrs.ca/index.php/rjs/article/view/150/91>

1. Introduction

L'engagement est un concept sujet aux multiples interprétations. Il se voit souvent accolé d'un adjectif, peut-être pour mieux en préciser sinon le sens, du moins le domaine. On parle ainsi d'engagement politique, social, artistique, amoureux. En sociologie, il renvoie traditionnellement à des formes organisées et collectives (partis politiques, syndicats associations, groupes), mais aussi de plus en plus à des formes individuelles, et parfois spontanées, de participation sociale. Il concerne alors des objets, des causes que l'on souhaite défendre au nom de certaines valeurs. Comme le rappelle Ladrière (2000), « on peut s'engager à l'égard d'une organisation [...] un parti politique [...] une valeur [...] une profession [...] une personne [...] le choix d'un état de vie » (p. 524-525). Cependant, tout n'est pas engagement : pour qu'un individu soit engagé, il doit pouvoir introduire du sens dans la cause ou la valeur défendue ou dans l'expérience vécue, faire preuve de réflexivité, c'est-à-dire avoir un regard critique sur les choix qu'il fait dans sa vie intime comme dans la sphère publique. De plus, « dans un acte d'engagement, on se met en jeu, partiellement ou totalement » (Ladrière, 2000, p. 524). Enfin, il y a engagement lorsqu'il y a prise en compte de l'Autre, que celui-ci soit concret ou abstrait. Autrement dit, tout engagement est « animé par l'indignation et la révolte et par le souci des individus » (Lapeyronnie 2005, p. 51).

Cette définition large de l'engagement est à l'origine des recherches que nous avons réalisées depuis une quinzaine d'années sur l'engagement des jeunes, dont le but était de mettre en lumière les processus en jeu tant en aval (influences, événements déclencheurs, motivations) qu'en amont (modalités, sens). Nous avons ainsi analysé des pratiques d'engagement politique traditionnelles, situées dans le cadre de collectifs comme des partis politiques, des groupes et des associations, mais aussi deux types de pratiques individuelles, qui feront l'objet de ce texte. Le premier type est la consommation responsable, appelée aussi consumérisme politique, consistant en un mode de vie basé sur des gestes de consommation posés selon des valeurs éthiques ou politiques (*boycott* de produits ou de compagnies, *buycott* des produits biologiques, équitables, locaux). La recherche¹ visait à analyser le parcours de vie et le sens donné à l'engagement de 30 jeunes se définissant comme des consommateurs engagés afin de les comparer à ceux de jeunes militants (30) impliqués au sein de divers groupes ou associations et de partis politiques (20)².

Le second type de pratique individuelle que nous avons étudié est le don de sang, que nous estimions intéressant du fait que c'est un geste à la fois très personnel – presque intime –, mais en même temps altruiste par sa nature même. Cette recherche, réalisée dans un tout autre cadre, celui d'une enquête sur les aspects sociaux et culturels du don

¹ Recherche financée par le Centre de recherches en sciences humaines (CRSH) (Quéniart 2008-2011) intitulée « L'engagement politique des jeunes : une analyse du militantisme associatif et des mobilisations spontanées », à laquelle ont participé Julie Jacques, Chantal Bayard et Catherine Jauzion, la première étant alors doctorante en sociologie, les deux étudiantes à la maîtrise, également en sociologie à l'Université du Québec à Montréal (UQÀM).

² Cette recherche s'est déroulée en trois étapes : une première portait sur les jeunes femmes militant au sein de partis et d'associations, la seconde sur les jeunes hommes, militant également au sein de partis et d'associations, la troisième sur les jeunes consommateurs hommes et femmes.

de sang³, visait à comprendre l'insertion de la pratique de don de sang dans la vie quotidienne des jeunes et d'analyser la convergence ou la concurrence entre des pratiques de don de sang et d'autres pratiques d'engagement civique chez les jeunes. Nous avons ainsi comparé les pratiques de 30 jeunes donneurs avec celles de 31 jeunes impliqués comme bénévoles au sein de divers groupes de défense et comme militants au sein d'associations étudiantes et de divers groupes⁴.

Ces deux recherches permettent de poursuivre la réflexion amorcée lors du colloque de Baie-St-Paul de 2012 sur le processus d'engagement. Ainsi, dans le cadre de cet article, je m'attarderai notamment à deux dimensions de l'engagement: 1) celle de la finalité de l'engagement : pour quoi ou qui s'engage-t-on ? 2) celle de la temporalité : comment s'insère l'engagement dans le quotidien ? Je montrerai que les processus d'engagement des jeunes sont fortement marqués par une porosité entre le privé et le public, les actes posés individuellement ayant un sens et une portée collective, et ce, de façon durable selon nous. Je me centrerai sur la pratique de la consommation responsable et celle du don de sang, mais en conclusion de chacune des deux sections de ce chapitre, je proposerai certaines comparaisons générales avec le militantisme. Pour commencer, il convient de présenter rapidement la démarche méthodologique commune à ces deux recherches ainsi que le profil sociodémographique des jeunes rencontrés dans chacune d'elles.

2. Démarche méthodologique

2.1 Une approche qualitative par entrevues semi-directives

Sur le plan méthodologique, une approche qualitative par entrevue a été privilégiée, inspirée en partie de la théorisation ancrée, notamment pour les procédures d'analyse (Paillé, 1994). La même méthode de cueillette de données a été utilisée dans les deux recherches, soit l'entrevue semi-directive. Les guides d'entrevues, bien qu'ayant leurs spécificités, comprenaient tous deux les thématiques suivantes : 1) la trajectoire vers la consommation responsable ou vers le don de sang (influences, motivations, éléments déclencheurs); 2) l'histoire de vie (parcours familial et scolaire); 3) le sens de l'engagement (définitions, perceptions); 4) les pratiques d'engagement (types, description des activités quotidiennes ou ponctuelles).

2.2 Procédures d'analyse

Toutes les entrevues ont été enregistrées puis retranscrites intégralement, pour être ensuite soumises à une analyse qualitative de contenu en deux étapes, selon les

³ Cette recherche a été réalisée dans le cadre des travaux de la Chaire de recherche sur les aspects sociaux et culturels du don de sang, basée au Centre Urbanisation Culture Société de l'Institut national de la recherche scientifique (INRS), Chaire dirigée par Johanne Charbonneau, chercheure à ce même institut. Voir le rapport de recherche pour plus de détails (Quéniart, Silveira et Charbonneau, 2012). Julie Silveira (étudiante à la maîtrise en sociologie, UQAM), Karine Hébert (assistante, INRS) et Balia Fainstein (assistante, INRS) ont participé à cette recherche.

⁴ Les jeunes militent dans leurs associations étudiantes, au sein de groupes de défense de l'environnement et dans des associations luttant pour les droits des gais et lesbiennes et ceux des femmes, les jeunes bénévoles pour divers groupes comme Les Grands Frères, La Maison des jeunes, L'association Rêves d'enfants, associations de lutte contre le cancer. Pour plus de détails, voir notre rapport de recherche (Quéniart *et al.*, 2012).

principes d'analyse de la théorisation ancrée (Paillé, 1994)⁵. La première, l'analyse verticale (ou analyse de contenu d'une entrevue) visait à repérer et coder les thèmes (prévus dans le guide et émergents), à dégager, sur le plan du contenu, les éléments organisateurs du récit (noyau central et schèmes périphériques, regroupements en catégories, élaboration d'hypothèses interprétatives) et à les confronter avec les théories explicatives globales⁶. La seconde, l'analyse transversale, c'est-à-dire la comparaison de l'ensemble des entrevues, visait à établir la récurrence ou non des contenus des discours.

3. Profil des jeunes rencontrés⁷

3.1 Recherche sur l'engagement des jeunes

3.1.1 Profils des 30 jeunes engagés dans la consommation responsable

Le recrutement des jeunes consommateurs responsables s'est fait sur une base volontaire, via l'affichage dans des lieux où nous étions susceptibles de les trouver, à savoir des boutiques spécialisées dans l'offre de produits biologiques, des restaurants offrant du café équitable et des commerces de produits écologiques. Une annonce a aussi été placée dans le journal hebdomadaire d'une ferme offrant des paniers de fruits et légumes biologiques. Pour être admissibles à l'étude, les consommateurs devaient affirmer consommer régulièrement des produits biologiques et/ou équitables et/ou locaux⁸. Les 30 jeunes consommateurs engagés qui ont été interrogés sont des hommes (13) et des femmes (17), âgés entre 18 et 30 ans, avec une moyenne d'âge de 26 ans. Vivant tous à Montréal ou dans sa proche banlieue, ils sont assez fortement scolarisés comparativement à la moyenne des Québécois de leur âge, puisqu'un tiers possède un diplôme universitaire de deuxième cycle ou est en voie de l'obtenir. Environ la moitié des jeunes poursuivent des études en même temps qu'ils occupent un emploi, alors que l'autre moitié est sur le marché du travail, dans des professions variées. Trois femmes ont des enfants et une était enceinte au moment de l'entrevue, alors qu'aucun homme n'avait d'enfants, mais un était en voie de devenir père.

3.1.2 Profil du groupe de comparaison : les 50 jeunes militants du milieu associatif

Les pratiques des 30 jeunes consommateurs responsables ont été comparées à celles de 50 jeunes militantes (30) et militants (20) âgés également de 18 à 30 ans, avec une moyenne d'âge de 23 ans. Parmi eux, 20 militaient au sein des deux partis politiques

⁵ La validité et la fiabilité de la recherche ont été assurées par le recours à divers stratégies et outils, dont la triangulation des données (comparaisons avec des données quantitatives et avec des données d'autres recherches ayant le même objet), la confrontation des analyses, réalisées par au moins deux chercheurs, la prise en compte du positionnement particulier des chercheurs tout au long du processus de recherche (tenue d'un journal de bord, écriture de mémos etc.) et la diversification de l'échantillon

⁶ Dans les deux recherches, une attention a été portée d'une part au cadre de référence du discours des jeunes (historicité des choix marquant les principaux épisodes de vie, histoire personnelle, systèmes sociaux et culturels d'appartenance: groupes primaires, associations etc.) et d'autre part à l'espace extérieur de leur parcours de vie (systèmes de normes du milieu, caractéristiques familiales, etc.)

⁷ Pour plus de détails sur chacune des recherches voir Quéniart et Jacques (2004), Quéniart, Bayard et Jacques (2007), Quéniart, Jacques, Jauzion-Graverolles (2007), Quéniart, Silveira et Charbonneau (2012).

⁸ Pour alléger le texte nous emploierons les expressions « consommer responsable » ou « consommation responsable » pour décrire ces pratiques de consommation qui englobent également des pratiques écologiques comme le compostage, le recyclage etc. Quant aux jeunes impliqués dans ce genre de pratiques, nous les nommerons ici « jeunes consommateurs ».

(10 femmes, 10 hommes)⁹ et 30 dans divers groupes et associations (20 femmes, 10 hommes), qui soit s'adressaient spécifiquement aux jeunes¹⁰, soit étaient susceptibles, de par leurs enjeux (mondialisation, pauvreté, environnement, justice sociale), d'intéresser particulièrement les jeunes¹¹, auxquels nous avons ajouté un groupe féministe, le comité des jeunes de la Fédération des femmes du Québec. Tout comme les jeunes consommateurs responsables, ils sont assez fortement scolarisés : 2 ont un diplôme d'études secondaires, 29 ont un diplôme d'études collégiales (DEC), 17 un baccalauréat et un une maîtrise. Pour ce qui est de l'occupation, 15 jeunes sont en emploi, 24 aux études, 5 sont au travail et aux études à temps partiel et 6 sont sans emploi, dont 3 qui bénéficient de prestations de chômage. Enfin seules deux des jeunes femmes ont un enfant.

3.2 Recherche sur les jeunes et l'altruisme

3.2.1 Profil des 30 jeunes donneurs de sang

Les 30 jeunes donneurs de sang réguliers, c'est-à-dire donnant au moins deux fois par année depuis au moins 3 ans¹², ont été recrutés par le biais de la banque de donneurs *Progesa* d'Héma-Québec. Les entrevues ont été réalisées auprès d'hommes (16) et de femmes (14) âgés entre 21 ans et 30 ans avec une moyenne d'âge de 26 ans. Les donneurs ont été recrutés dans quatre régions du Québec, soit dans la région de Montréal (14), de la Capitale Nationale -Québec et environs- (6), du Bas-St-Laurent (5) principalement aux alentours de la ville de Rimouski, et du Centre-du-Québec (5). La majorité des donneurs (20) est au travail à temps plein. Dix sont aux études à temps plein. Un seul donneur mentionne être au travail à temps plein et aux études à temps partiel. La majorité des donneurs (21) a fait des études de premier cycle universitaire ou plus.

3.2.2 Profil du groupe de comparaison : les 31 jeunes militants et bénévoles

Les 31 jeunes militants et bénévoles rencontrés sont des femmes (18) et des hommes (13) âgés entre 18 ans et 30 ans avec un âge moyen de 23 ans, recrutés dans les mêmes régions que les donneurs, soit celle de Montréal (13), de la Capitale-Nationale (7), du Bas-Saint-Laurent (5), le Centre-du-Québec (4), auxquelles s'est ajoutée la région des Laurentides dans les environs de St-Jérôme (2). Deux militants ont aussi été recrutés dans la région des Laurentides. Souvent recrutés sur les campus collégiaux et universitaires, 27 répondants sont étudiants : 16 répondants terminent ou ont terminé des études de 1^{er} cycle, 8 de cycles supérieurs, 7 des DEC. Quinze travaillent à temps partiel, 4 à temps complet, et 12 ne travaillent pas. Une majorité de jeunes se disent

⁹ Les jeunes faisaient partie des deux partis qui alternent le plus souvent au pouvoir au Québec, soit le Parti libéral du Québec et le Parti québécois.

¹⁰ Force Jeunesse, la Jeunesse ouvrière chrétienne (JOC), le Mouvement pour le droit à l'éducation (MDE), l'Association des étudiants de 1^{er} cycle en sociologie de l'UQÀM, le regroupement autonome des jeunes (RAJ) et Environnement jeunesse

¹¹ Le groupe SALAMI, Le Collectif pour une loi sur l'élimination de la pauvreté, Opération Québec-Printemps 2001, (OQP-2001), Les Amis de la terre et le Rassemblement pour une alternative politique (RAP), ATTAC-Québec, *Greenpeace*, l'Institut du Nouveau Monde (INM), Convergence des luttes anticapitalistes (CLAC), Option citoyenne et l'Union paysanne.

¹² Les jeunes recrutés sont en fait de grands donneurs, ayant fait entre 13 et 43 dons.

militants¹³ et sont engagés au sein de leur association étudiante et de groupes de défense de l'environnement, mais aussi dans des associations luttant pour les droits des gais et lesbiennes et ceux des femmes. Les autres jeunes, qui se définissent comme bénévoles, s'impliquent dans divers organismes d'aide aux jeunes, dans des associations d'aide humanitaire et de coopération internationale ou encore dans des organismes liés à la santé (association d'aide aux victimes de cancer).

4. Résultats

Les entrevues réalisées tant auprès des jeunes consommateurs que des jeunes donneurs de sang révèlent que le parcours menant vers l'engagement s'explique par un enchevêtrement d'expériences (voyages, bénévolat, par exemple) et de rencontres (un professeur, un ami, etc.), et par la confrontation à divers contextes de socialisation. À cet égard, chez les deux groupes, la famille est une source d'influence importante, les parents agissant comme exemples, comme « modèles » par leurs pratiques (cuisine maison, recyclage, compostage dans le cas des consommateurs, dons de sang chez les jeunes donneurs, bénévolat, participation sociale ou politique dans les deux cas) et transmettant à leurs enfants des valeurs de type altruiste ou solidaire, comme la générosité, l'entraide, le souci des autres, ou encore des valeurs liées à certains combats sociaux société (les inégalités, la pauvreté, etc.) et à l'environnement (éviter de polluer, etc.). À l'influence de la famille s'ajoute celle des pairs – amis, collègues de travail ou d'études – qui agissent non seulement comme « informateurs », mais aussi comme agents renforçant de nouvelles pratiques ou des convictions déjà présentes. Enfin, les médias ont aussi une part d'influence. Ainsi en est-il par exemple des documentaires ou articles de journaux sur l'environnement, le gaspillage alimentaire ou la surconsommation pour les jeunes consommateurs, et des publicités télévisuelles d'Héma-Québec pour le don de sang chez les jeunes donneurs. Notons à cet égard que la recherche d'informations (sur les origines et les caractéristiques des aliments biologiques et équitables, sur le processus de certification ou sur les besoins en sang au Québec, sur le rôle des transfusions, etc.) a joué un rôle important dans l'engagement des jeunes envers leur cause. Chez eux, la « conscientisation » envers la consommation responsable ou le don de sang est constitutive de l'acquisition d'informations et même de compétences particulières, vues comme essentielles à une prise de décision « éclairée ». Cette prise de conscience les a ouverts ensuite à un questionnement face à leurs propres habitudes de vie, à une réflexion par exemple sur l'impact de la consommation ou sur la façon dont ils pourraient contribuer à la société. À cet égard, chez tous les jeunes donneurs, la connaissance des propriétés « matérielles » du sang est partie prenante de leur parcours vers le don de sang régulier. La rareté du sang en général, ou de leur propre groupe sanguin en particulier, de même que le fait que le sang soit un « produit » du corps unique, impossible à reproduire en laboratoire, sont parmi les raisons de leur choix pour cette cause. Toutes ces influences et étapes de conscientisation ont mené les jeunes vers leurs pratiques respectives de la consommation responsable et du don de sang. Elles ont soit créé une rupture assez nette entre un avant et un après, soit constitué le point de départ de changements à plus long terme²¹. Le geste de consommer responsable ou de donner du sang n'est donc

¹³ Lors des entrevues, nous avons laissé les jeunes se présenter eux-mêmes ou nous leur demandions de nous dire comment ils se définissaient, comme militants ou comme bénévoles.

pas anodin pour ces jeunes : c'est un acte chargé de sens, qui exprime les valeurs des individus qui les posent, qui reflète ce qu'ils sont comme citoyens. Autrement dit, et c'est ce que nous montrerons, ces jeunes ne sont pas devenus des consommateurs responsables ni des donateurs de sang sans raison, sans avoir réfléchi au sens et à la place d'un tel engagement dans leur quotidien.

4.1 Pourquoi s'engager : le sens donné aux pratiques individuelles d'engagement

À la question « qu'est-ce qui vous a amené à favoriser des produits de la consommation responsable/devenir un donneur de sang régulier ? », la majorité des jeunes a donné des réponses de divers ordres, appartenant autant au registre de la solidarité (agir comme citoyen, lutter pour changer les choses, pour abolir les inégalités, etc.) que de l'altruisme (aider les autres, sauver des vies, etc.) et pour des raisons plus personnelles, liées à eux-mêmes (faire des apprentissages, « réseauter », se sentir valorisés). Autrement dit, bien qu'ayant choisi des pratiques personnelles, individuelles, se réalisant chez soi ou seuls, ces jeunes partagent le fait de donner pour des raisons liées à la fois à autrui et à eux-mêmes. Plus précisément, les raisons « pour autrui » semblent être une sorte de moteur de l'action vers l'engagement, tandis que les raisons « pour soi » interviennent plutôt comme renforcement, comme incitation à poursuivre ou encore comme des « bénéfiques », des rétributions symboliques.

4.2 Autrui comme moteur d'action

Chez les jeunes consommateurs, c'est d'abord et avant tout pour autrui que l'on s'engage dans cette pratique. Autrui, c'est à la fois un Autre lointain, « le producteur du Sud », « le petit paysan du Chili », et un Autre proche, perçu comme le maillon faible du circuit économique, que ce soit « le producteur local de la Montérégie » ou « le petit commerçant du quartier ». C'est pour ces gens-là qu'ils s'engagent dans la consommation responsable, défendant l'importance de soutenir les petits commerces indépendants plutôt que les multinationales, et d'encourager les commerces du quartier, ceux qui sont accessibles à pied et qui contribuent à la vitalité de l'endroit où les répondants résident.

Les gens travaillent, travaillent, travaillent, puis, ils n'ont à peu près rien à se mettre dans les poches et il y a peut-être une multinationale en arrière qui, elle, se bourre les poches. Ça m'écœure et je n'ai vraiment pas d'attrait pour ça. C'est pour ça que ça nous dérange moins de payer plus cher, quitte à ce que je consomme moins, au moins, je sais qu'il y a des gens qui se font moins exploiter et ça fait mon bonheur.
(CR, Charles, 30 ans)

C'est donc dans le but d'encourager directement les producteurs locaux et de limiter les intermédiaires qui sont coûteux sur les plans écologiques et économiques que certains jeunes consommateurs se sont tournés vers ce qu'on appelle communément l'abonnement aux paniers bio¹⁴. Si le panier répond à leurs besoins en termes d'aliments biologiques, il est surtout vu comme une forme de solidarité, celle d'encourager

¹⁴ Le système des paniers biologiques de l'Agriculture soutenue par la communauté (ASC) repose sur un partenariat entre le producteur qui s'engage à offrir des fruits et légumes abordables et certifiés biologiques et le consommateur qui devient partenaire de ce dernier en acceptant de le payer à l'avance, partageant ainsi les risques liés à la production.

directement un producteur plutôt que de donner à divers intermédiaires. Pour ces jeunes, la responsabilité, dans son sens de « répondre de soi » face aux autres et aux institutions (Gaudet, 2001), est donc au cœur des choix qu'ils font pour ce type de consommation :

Quand tu dis « consommation responsable », bien, qui est responsable ? Bien, c'est moi. Ça s'applique tout de suite à ma personne, qu'est-ce que je fais, qu'est-ce que j'achète [...] tu sais, les gens ont une responsabilité face à la personne qui a produit ce qu'il vont acheter, une responsabilité face à l'usage qu'ils font de ce produit-là puis comment ils vont en disposer une fois qu'ils vont l'avoir utilisé. Tu sais, une mégaresponsabilité. (CR, Charles, 30 ans)

Au niveau de l'équitable, c'est vraiment pour aider les paysans du Sud. Mon chum et moi on a voyagé un peu, puis on a fait un stage de coopération au Brésil, on a habité avec des paysans sans terre, alors d'encourager ce type d'agriculture là plutôt que des mégafermes, des mégaindustries, ça nous plaisait. Puis on sait aussi que les grosses multinationales font beaucoup d'argent sur le dos des paysans, et c'est sûr que, autant que possible, on essaie de pas encourager ça. (CR, Stéphanie, 29 ans)

C'est une liste de questions vraiment d'un bout à l'autre de la chaîne, et puis de voir par rapport à ces questions-là ce qui est le plus responsable, finalement [...] comment est produit ce que tu achètes ? Où est-ce qu'il a été fait ? Dans quelles conditions ? Comment il a été acheminé ? Comment est-ce qu'il est emballé ? Comment est-ce qu'il est vendu ? Puis toi, comment tu l'achètes... ? (CR, Marianne, 25 ans)

Au-delà de simples « préférences » pour tel ou tel produit, au-delà même du souci de l'Autre, le choix d'une consommation responsable exprime aussi des « valeurs fortes », au sens employé par Taylor (1998), c'est-à-dire celles qui « concernent la manière dont je vais vivre ma vie [...], touchent à ce qui constitue une vie riche et signifiante, par rapport à une autre qui ne se préoccuperait que de questions accessoires ou futiles » (p. 20).

Tout comme les jeunes consommateurs, les jeunes donneurs posent leur geste d'abord et essentiellement pour autrui, une personne anonyme qui a besoin de sang parce qu'elle est malade ou accidentée. Plus que la responsabilité, c'est la compassion, l'empathie envers des gens malades qui les pousse à donner du sang. Pour eux, donner est un geste concret « qui fait une vraie différence » entre la vie et la mort, qui « sauve des vies ». Si le sang est associé à la vie, le don de sang correspond à « un don de vie », formule¹⁵ que tous s'approprient :

Je donne pour toutes les personnes qui ont besoin de sang, qui sont... qui veulent la vie. [...] Si on n'avait pas de sang humain, on pourrait pas vivre alors, c'est vraiment un gros enjeu... (DS, Stéphane, 25 ans)

¹⁵ Slogan d'une des publicités d'Héma-Québec.

Ça peut sauver la vie de quelqu'un parce qu'il doit l'utiliser. C'est un don de vie et ça rend service à quelqu'un qui est dans une situation où il en a besoin. (DS, Yves, 25 ans)

Mais autrui, c'est aussi la société, la collectivité. Les jeunes consommateurs achètent des produits locaux, équitables et biologiques pour contribuer à l'amélioration du présent et du futur – réduire à la fois la pollution et les inégalités sociales dans le domaine de l'économie de marché. La question environnementale est celle dont ils se sentent le plus responsables, et ce, même s'ils ne sont pas à l'origine des problèmes de réchauffement climatique et de pollution, engendrés plutôt par les générations qui les précèdent. La consommation biologique et équitable devient pour eux une façon de poser un geste écologique « pour le futur » - refus de pesticides, herbicides et autres additifs, choix de l'achat local, créant moins ou peu de pollution liée au transport, etc. Ils se disent surtout préoccupés par le sort des plus jeunes et des générations à venir. Les gestes qu'ils posent aujourd'hui sont donc une forme d'assurance pour les générations futures, un « don » pour l'avenir de leurs enfants et celui de la planète. Il s'agit en quelque sorte pour eux « de se prémunir ou conjurer de nouveaux risques envahissants (la pauvreté, le saccage de la planète, les tensions internationales, etc.) » (Ion, 2005, p.25), en privilégiant des changements concrets, qui ont des effets immédiats et durables. Autrement dit, les jeunes s'engagent dans ce type de pratique aussi parce qu'ils s'attribuent une responsabilité comme consommateur et comme citoyen, celle de s'assurer que leurs gestes ne contribuent pas à la dégradation de la planète ni à l'exploitation de travailleurs. La consommation responsable serait ainsi un moyen pour eux « de se prononcer, et donc de façonner par ses choix, des pratiques environnementales, politiques, culturelles, sociales et économiques plus larges » (Marchand, De Coninck et Walker, 2005, p. 42) et, en ce sens, elle permettrait à chacun « de se considérer comme un citoyen engagé et soucieux non seulement de sa communauté, mais aussi du reste du monde (en tant que "citoyen du monde"), tout comme il l'invite à contribuer à l'épanouissement des générations montantes et à venir » (Marchand *et al.*, 2005).

Quant aux jeunes donneurs de sang, plusieurs affirment que leur don, bien qu'il soit fait pour des personnes qui en ont besoin, est aussi destiné, de façon générale, à la communauté, à la collectivité. Ils conçoivent leur geste comme une contribution sociale, « une manière de participer ». Il s'agit d'un geste individuel, mais qui a une portée collective; il s'agit même, selon certains, d'un geste collectif, puisqu'il est impossible sans une participation massive : *c'est une sorte d'effort de gang* (DS, Adam, 27 ans):

Je pense que chacun se doit de donner, de donner ou de participer à la société d'une façon ou d'une autre. Comme je disais, quelqu'un est peut-être plus individualiste que collectif, mais en quelque part je pense qu'il faut quand même donner. Puis j pense aussi c'est important de choisir ses causes... (DS, Martin, 29 ans)

L'aspect humanitaire pour moi c'est un gros aspect, une grosse motivation. (DS, Marc, 27 ans)

Je donne à qui ? Je ne pense pas que je donne à quelqu'un. Je donne à tout le monde. (DS, Michaël, 21 ans)

Pour eux, le droit à la vie est accompagné d'une sorte de devoir social, celui de rétablir l'égalité entre les malades et les bien portants en partageant son sang :

C'est un peu comme, pas le devoir citoyen, mais c'est un peu ça, le devoir humain de voir comme mon cœur est capable de générer un sang qui fonctionne et le cœur de telle personne, il réussit pas à en générer assez. C'est quoi l'égalité là-dedans ? Qu'est-ce que moi j'ai fait pour avoir ça ? J'ai rien fait. Je le vois plus comme un devoir social. [33] Je trouve ça un peu aberrant les gens qui s'en détachent complètement. C'est un peu comme dans toutes les tâches sociales. En tout cas, je pense que je l'ai traduit en devoir social, envers le genre humain on dira, t'sais. (DS, Michaël, 21 ans).

Plus généralement, le fait de se savoir en santé et de connaître les besoins en sang, de pouvoir donner, d'en avoir la capacité suscite la motivation à donner : *Peut-être un engagement moral en disant que je vais le faire et il n'y a aucune raison pour lesquelles je ne devrais pas le faire, alors pourquoi ne pas le faire. (DS, Philippe, 29 ans).* Les jeunes donneurs se disent conscient des besoins en produits sanguins et des limites des réserves nationales et donc de leur responsabilité en cette matière :

C'est important que je le fasse parce que justement je crois pas que la population en général le fait beaucoup. Ça fait qu'effectivement pour moi c'est une des causes pourquoi je vais à chaque 56 jours donner du sang parce que c'est important. (DS, Pierre-Luc, 29 ans)

Je sais que c'est important, que ça sert et je sais qu'on en manque aussi [...], je les connais les statistiques, seuls 3 % des gens qui pourraient en donner du sang en donnent. (DS, Cédric, 26 ans)

Non, c'est sûr, mais il y a quand même que je veux faire ce que peu de personne fait déjà et vu que je suis donneur, je peux compenser pour certains qui y vont pas, tant mieux. (DS, Louis, 27 ans)

4.3 Des retombées pour soi

Outre ces motivations solidaires et altruistes, les jeunes mettent aussi de l'avant des raisons plus personnelles à leur engagement ou bien soulignent que les gestes qu'ils posent ont des retombées positives pour eux, leur amenant des satisfactions personnelles.

Chez les jeunes consommateurs responsables, outre les critères altruistes qui président à leur choix, un second type de critères entre en jeu, de type égoïste : ce type de consommation est garant d'une meilleure santé et leur procure du plaisir à manger. En outre, la formule particulière de l'échange de paniers ou encore le fait de s'approvisionner chez un petit commerçant de quartier leur permet de développer un « sentiment d'appartenance » avec le producteur, la ferme, et tous les autres « partenaires », de créer des liens de proximité. Ils aiment aussi se sentir « reconnus » par le commerçant, et non être un numéro, un client parmi d'autres comme dans une grande surface, avoir le temps de prendre leur temps :

J'aime l'ambiance qui est meilleure. Il n'y a pas de musique d'ascenseur! Souvent les commis, tu peux jaser avec. Ils sont plus avenants, plus souriants, ils ont plus le temps aussi, moins achalandé, donc ça me fait moins perdre patience... moi les grandes surfaces j'ai bien de la misère! Puis, oui, la convivialité en fait, j'aime mieux ça. (CR, Emmanuelle, 23 ans)

Pour leur part, les donneurs font état spontanément du fait que si le don de sang est un geste posé d'abord pour autrui, il n'en reste pas moins qu'il est également fait « pour soi » : il apporte quelque chose au niveau personnel, il « fait du bien », « il fait se sentir heureux » : *Je me sens toujours pareil. Je me sens bien parce que j'ai fait une bonne action. T'sais, c'est un self good deed...* » (DS, Danny, 28 ans).

C'est certain que ça m'apporte un sentiment de réalisation parce que j'ai l'impression de « faire quelque chose », de faire quelque chose de bien, faire quelque chose qui fait en sorte qu'on avance, de faire en sorte de contribuer à quelque chose. (DS, Marc, 27 ans)

Je donne pour moi parce que ça me rend fière et ça me valorise. Je donne pour ceux que j'ai connus et ceux que je connais pas. Je peux pas vraiment les dissocier. (DS, Geneviève, 23 ans)

À cet égard, chez les donneurs, la reconnaissance qu'ils reçoivent, notamment de leurs proches qui les encouragent ou les félicitent, et des bénévoles d'Héma-Québec qui les remercient, est importante même si elle n'est pas explicitement recherchée ou attendue.

Sur un plan plus personnel encore, certains donnent parce qu'ils croient que le don de sang permet de réguler certains de leurs problèmes de santé et qu'il a des effets régénérateurs et énergisants sur le corps humain; il serait ainsi « bon pour la santé », participant à une forme d'hygiène du corps où le vieux sang laisse de la place pour du sang frais. Enfin, chez certains des jeunes, donner du sang est un geste fait pour soi dans la mesure où, en donnant leur sang à l'intention d'autrui, il les rend « éligibles » à leur tour pour un don de sang éventuel, sans éprouver de culpabilité. Ils estiment que s'ils devenaient un jour malades, ils mériteraient de recevoir à leur tour du sang. En ce sens, en donnant du sang, les jeunes se font un don à eux-mêmes :

Pour qui que je donne? En premier pour moi, je donne pour moi. Je me dis si un jour j'en ai besoin, j'en aurais. C'est naïf et pas compliqué, c'est simple. Si un jour j'ai besoin de sang, je sais que je vais en avoir donné et je vais me sentir moins mal d'en prendre. (DS, Joël, 24 ans)

En conclusion, nos analyses illustrent que la consommation responsable ou le don de sang ne sont pas des pratiques ni purement égoïste ni seulement utilitariste (Caillé, 2007, Henrion, 2003, Godbout, 2000), mais illustrent la pluralité des motivations humaines, les individus étant « capables d'actions qui se donnent pour fin le bien d'autrui, sans exiger cependant qu'ils agissent uniquement pour le bien d'autrui dans une radicale oblation et oubli de soi » (Terestchenko, 2005, p. 18). Les jeunes consommateurs et donneurs ressemblent en cela aux jeunes bénévoles et militants des groupes et des partis politiques que nous avons rencontrés dans nos recherches. En

effet, chez ces derniers, les motivations empruntent certes essentiellement à l'univers du changement social, de l'action collective (changer le monde, réduire les injustices, participer aux transformations de la société), mais également à celui du pour-soi, notamment de la construction identitaire. Pour ces jeunes, en effet l'engagement est aussi une expérience personnelle qui contribue à la connaissance de soi, à la formation de leur identité, à la création de liens de sociabilité, et même à de l'expérience de travail. En ce sens, les motivations altruistes (donner) ne s'opposent pas aux motivations égoïstes (acquérir); elles « participent [plutôt] de cette recherche de construction de soi dans et par la relation à l'autre » (Gagnon, Fortin, Ferland-Raymond et Mercier 2004, p. 51). Cette dimension identitaire est beaucoup plus présente chez les jeunes militants que chez les jeunes consommateurs et les jeunes donateurs, peut-être parce que ces derniers ne se retrouvent pas au sein de groupes permettant l'échange et la création de liens, contrairement aux militants. Comme l'ont souligné plusieurs chercheurs, le militantisme permet de développer une identité valorisante (Neveu, 1996, Quéniart, 2008, Quéniart et Jacques, 2008), puisque celle-ci est en rapport avec à une cause ou avec des valeurs allant au-delà du vécu individuel (Neveu, 1996). De même, le bénévolat est un moment de travail sur soi et de construction identitaire, car le rapport à l'autre est lié au rapport à soi-même. Cependant, nous pouvons aussi penser que la dimension identitaire est importante chez les militants parce qu'ils sont les plus jeunes parmi nos répondants (moyenne d'âge de 23 ans chez les jeunes militants, 26 ans chez les jeunes consommateurs et les donateurs).

5. Comment s'engager : l'insertion de l'engagement individuel dans le quotidien

L'engagement renvoie aussi chez les jeunes que nous avons rencontrés à la question de la temporalité et plus spécifiquement à la façon dont il prend place dans leur vie quotidienne. Chez les jeunes consommateurs, l'engagement en est un de tous les jours, il fait même partie de leur vie, ou plus justement de leur philosophie de vie. La consommation biologique et équitable est en effet un aspect d'un ensemble de pratiques et de gestes qui expriment l'aspiration à un monde meilleur. Il y a chez eux une recherche de cohérence les amenant à vouloir vivre en accord avec leurs valeurs, tant dans l'espace privé que dans l'espace public. Ainsi, la plupart ont des pratiques quotidiennes allant dans ce sens, qu'il s'agisse de recyclage, de compostage ou du choix pour des modes de transport écologiques :

On utilise beaucoup la bicyclette, le transport en commun, puis quand c'est pas possible, CommunAuto. [...] La récupération, beaucoup. On achète neuf le moins possible. Je pense qu'on n'a rien de neuf ici. C'est tout acheté dans des friperies, des ventes de garage, récupération... On va récupérer dans la rue [...] Donc, pour moi, la consommation responsable, ça commence déjà là, de consommer ce que tu as besoin. Puis dans la mesure du possible, récupérer. Faire avec ce que tu as déjà. (CR, Marianne, 25 ans)

Certains vont même choisir (ou chercher) un travail dans un domaine ou au sein d'une entreprise dont les visées correspondent à leurs idéaux. Il y a donc, chez plusieurs, cette idée que l'achat de produits biologiques et équitables n'est qu'une partie d'un tout plus large que l'on peut appeler mode de vie responsable ou engagé, où d'autres pratiques s'ajoutent, où la réflexion est de plus en plus globale et profonde, et où les gestes

s'inscrivent dans une recherche de cohérence. L'achat de produits biologiques et équitables représente pour ces jeunes un maillon dans une chaîne beaucoup plus vaste d'engagements citoyens, une étape dans une « spirale d'engagements »¹⁶. En effet, tout comme dans une spirale, les engagements sont à la fois de plus en plus nombreux et de plus en plus variés;

Plus ça va, plus j'avance en âge et en connaissance de cause, plus j'essaie de faire des choix responsables, autant en termes de justice, comme le commerce équitable, autant en termes de respect de l'environnement, comme le biodégradable, autant que j'essaie de moins acheter aussi. Je ressens de moins en moins le besoin de consommer quoi que ce soit, fait que, en termes du respect que je porte aussi là, en tant que consommatrice. (CR, Emmanuelle, 23 ans)

Dans les loisirs, aussi, c'est essayer de pas trop consommer. On utilise beaucoup la bibliothèque. Depuis qu'il y a la grande bibliothèque, emprunter des livres, des CD, des films, on peut aller directement là-bas. C'est une autre manière de voir la culture aussi. Il y a beaucoup de spectacles gratuits, ou encourager les petites productions. (CR, Marianne, 25 ans)

Chez les donneurs de sang, il en va tout autrement. Le don de sang est au contraire un geste ponctuel, limité – une fois par 56 jours – et il est apprécié et choisi comme cause d'engagement pour cette raison même. Plusieurs donneurs insistent d'ailleurs pour dire qu'ils aiment la liberté du don de sang, un geste dont ils contrôlent la « gestion » (quand, où) et qui représente, à chaque fois qu'il le pose, un choix qu'ils pourraient décider de ne plus faire:

Ça me demande pas non plus beaucoup de temps ou d'effort, je veux dire, j'y vais, je m'assois et je m'en vais. C'est simple, j'ai pas besoin de penser ou de m'impliquer. Non, je veux dire, c'est pas comme militer pour quelque chose, j'ai pas besoin d'aller à des réunions ou d'aller protester ou quoi que ce soit, je m'assis et voilà. (DS, Louis, 27 ans)

Tu peux y aller ou pas. Si tu t'engages dans le bénévolat toutes les semaines, t'es obligé d'y aller même si ça te tente moins. Tant dis qu'une collecte, t'es pas obligé d'y aller. (DS, Yves, 25 ans)

Ça aide puis c'est aussi quelque chose que je peux faire quand bon me semble. C'est pas une journée précise à une heure précise faut être là pour faire quelque chose. C'est quelque chose que je peux aller faire si m'adonne un jeudi soir, un samedi matin. Je passe au Centre Globule et hop. Ça prend dans le fond, rentre-sortir une demi-heure généralement c'est fait. (DS, Martin, 29 ans)

Pour la majorité des jeunes donneurs, la rapidité et la simplicité du processus, le peu d'efforts requis et l'accès aisé aux lieux des collectes de sang rendent le don de sang « facile » à insérer dans le quotidien. Le moment du don est généralement déterminé selon l'horaire de travail ou des cours du donneur ou encore selon le lieu de la collecte

¹⁶ Nous avons développé cette idée dans Quéniart, Jacques et Jauzion-Graverolle (2007).

de sang – sur le chemin du travail ou de l'université, dans un centre commercial où ils ont l'habitude d'aller, etc.

Les jeunes donneurs et les jeunes consommateurs partagent le fait que leurs pratiques respectives s'insèrent bien dans leur vie, sans l'envahir. En cela, ils ressemblent aux jeunes bénévoles, mais ils se distinguent beaucoup des jeunes militants pour qui l'engagement prend beaucoup de place, les préoccupant et les occupant parfois au quotidien, sans que les heures soient comptées. Le temps de loisirs et les activités sociales se confondent souvent avec l'engagement, notamment chez ceux qui sont aux études à temps plein. Il occupe alors la totalité du temps libre disponible et nécessite certains sacrifices au niveau de la vie personnelle. Contrairement aux jeunes donneurs, l'engagement militant n'est donc pas restreint dans le temps et l'espace; et contrairement à l'implication des jeunes bénévoles, il n'est pas mis en suspens jusqu'à la prochaine activité. En revanche, tout comme les donneurs, la majorité des militants et des bénévoles recherchent un lieu d'engagement situé à proximité de leurs activités quotidiennes. Les étudiants choisissent souvent un lieu près de leur établissement scolaire et même à l'intérieur de celui-ci, alors que les travailleurs apprécient s'impliquer près de leur lieu de travail.

6. Conclusion

À la suite de Ladrière (2000), nous pouvons rappeler que trois dimensions doivent être considérées lorsqu'on analyse le processus d'engagement, soit l'implication, la responsabilité et le rapport à l'avenir. Celui qui adopte une conduite d'engagement, mentionne-t-il, « est porté par le sentiment d'être impliqué dans ce qui se passe, et le comportement qu'il adopte traduit objectivement ce sentiment et le lie de façon effective à la situation qu'il assume ». La responsabilité, quant à elle, signifie que l'être engagé « reprend à son compte un cours d'action qui s'était jusque-là déroulé sans lui et atteste qu'il se considère responsable de ce qui se passe ». Il doit répondre de la situation, laquelle « a été engendrée en réalité par d'autres volontés, par d'autres actions », indépendamment de lui-même, et ce, autant dans le passé que dans l'avenir. Enfin, le rapport à l'avenir signifie que la situation n'est pas figée ou déterminée, mais plutôt « se façonne, dans le présent ». Comme nous avons vu, les deux premières dimensions de l'engagement sont très présentes chez tous les jeunes que nous avons rencontrés. Chez eux, les gestes de consommation de même que le don de sang sont définis comme des actes de participation à la société, comme un « agir » pour changer les choses à leur échelle, pour améliorer le sort des gens dans le besoin. Leurs pratiques individuelles sont également l'expression d'un souci de l'Autre, de son bien-être, que cet Autre soit lointain (producteurs du Sud) ou proche (petits commerçants, malades). Si la plupart se disent conscients de n'être « qu'une goutte d'eau dans l'océan », ils adhèrent néanmoins tous à l'idée selon laquelle un petit geste – achat responsable, don de sang – contribue à changer les choses, d'autant plus que leurs gestes individuels s'additionnent à ceux d'autres personnes, participant « à un mouvement planétaire » selon les termes d'un des jeunes consommateurs, à un vaste mouvement collectif qui les dépasse, selon d'autres, à un « effort de gang » comme le disait un jeune donneur. Quant à la troisième dimension de l'engagement, le rapport à l'avenir, elle est aussi présente, bien que le cadre de ce chapitre ne nous ait pas permis de la développer. Nous avons souligné la place importante que les jeunes consommateurs et les jeunes

donneurs donnent à leur propre responsabilité dans le devenir de la collectivité – souci écologique, souci pour les réserves en sang. Il faut ajouter ici toujours en lien avec la troisième dimension de l'engagement, le besoin qu'ont les jeunes consommateurs responsables de transmettre autour d'eux leurs savoirs, leurs connaissances du commerce équitable et biologique ainsi que leurs pratiques de consommation responsable. Il s'agit pour eux de conscientiser les autres et ainsi de contribuer à former une masse critique pour faire réellement changer les choses à long terme :

L'engagement au quotidien, comme je le fais, ça a une certaine valeur de démonstration. Plein de fois, si je mange une tablette de chocolat puis que j'en offre autour de moi, « ah! il est bon ton chocolat c'est quelle sorte ? », j'en profite pour dire que c'est du chocolat équitable. C'est la meilleure démonstration par l'exemple. (CR, Karina, 28 ans)

Par ailleurs, malgré des différences entre elles, les pratiques d'engagement individuelles des jeunes et celles des jeunes impliqués au sein de collectifs se rejoignent sur leur visée générale, à savoir une quête de cohérence entre les valeurs exprimées et les gestes posés; elles témoignent d'une « recherche de cohérence éthique [qui] vise à donner du sens aux valeurs auxquelles nous adhérons individuellement et collectivement » (Lamoureux, 1996, p. 14), une « volonté de répondre de soi dans l'action publique, faisant sauter la barrière entre la vie privée et l'espace public » (Martin et Martin, 1998, p. 9). En effet, les jeunes conçoivent leur engagement à la fois comme un acte qui passe par le groupe ou se construit dans le rapport aux autres et à la société, et comme un acte individuel, voire personnel, qui leur apporte des satisfactions personnelles, qui leur fait du bien. Il importe pour eux de vivre en accord avec leurs valeurs, mais aussi de s'engager selon les limites qu'eux-mêmes se donnent, en termes de temps notamment. Les pratiques d'engagement des jeunes tendent donc à suivre le même processus d'individuation et de personnalisation qui est à l'œuvre dans la société, amenant chacun à développer une biographie qui lui est propre et à construire « son propre modèle de conduite » (Caradec et Martucelli, 2004, p. 12). Autrement dit, les nouvelles façons de s'engager, plus personnelles, seraient propres aux sociétés de la modernité avancée, marquées entre autres par le caractère

indéterminé, créé, ouvert de l'avenir [...] Si le changement historique ne peut plus se comprendre comme le déroulement automatique de lois « objectives », si le progrès du savoir et des techniques ne protège pas de l'enfer, si ni la régulation par l'État ni celle par le marché pur ne sont satisfaisantes, les questions des fins et de la responsabilité humaine, des choix individuels et collectifs prennent un nouveau relief: la résurgence éthique est l'écho de la crise de notre représentation de l'avenir et de l'épuisement de la foi dans les promesses de la rationalité techniciste et positiviste. (Lipovetsky, 1992, p. 216-217)

Dans une telle perspective, les engagements individuels et l'implication personnelle ne sont pas l'effet d'une mode passagère, ils sont là pour durer. Cependant, nos recherches – c'est là une de leurs limites – ne permettent pas de savoir si ces engagements sont le fait seulement d'une minorité active de jeunes – notamment très scolarisés - ce qui réduit leur portée. D'où l'importance de continuer à mener des enquêtes auprès des

jeunes, enquêtes non seulement qualitatives, mais aussi quantitatives, afin de documenter leurs pratiques effectives d'engagement en tenant compte de leurs différents contextes de vie centres urbains, mais aussi milieux ruraux, jeunes en emploi, chômeurs ou aux études, en couples ou non, avec ou sans enfants, etc. Notre intuition est que de telles enquêtes permettront de rendre caduque l'idée que les jeunes sont majoritairement apolitiques ou non engagés...

Bibliographie

- Caillé, A. (2007). *Anthropologie du don*. Paris : Éditions La Découverte.
- Caradec, V. et D. Martucelli (dir.) (2004). *Matériaux pour une sociologie de l'individu. Perspectives et débats*. Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, Coll. Le regard sociologique.
- Henrion, A. (2003). *L'énigme du don de sang. Approche ethnographique d'un don entre inconnus*. Mémoire de fin d'étude en philosophie et lettres, Université de Liège.
- Gagnon, É., A. Fortin, A.-E. Ferland-Raymond et A. Mercier (2004). Donner du sens. Trajectoires de bénévoles et communautés morales, *Lien social et Politiques – Revue internationale d'action communautaire*, Engagement social et politique dans le parcours de vie, 51, 49-57.
- Gaudet, S. (2001). La responsabilité dans les débuts de l'âge adulte, *Lien Social et Politiques, Revue internationale d'action communautaire. La responsabilité : au-delà des engagements et des obligations*, 46, 71-84.
- Godbout, J. T. (2000). *Le don, la dette et l'identité*. Montréal : Éditions du Boréal.
- Ion, J. (2005). Quand se transforment les modes d'engagement dans l'espace public. In V. Becquet et C. De Linares (dir.), *Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires* (p. 23-33). Paris : Éditions L'Harmattan.
- Ladrière, J. (2000). Engagement. In Encyclopédie Universalis. En ligne : <http://www.universalis.fr>
- Lamoureux, H. (1996). *Le citoyen responsable. Éthique de l'engagement social*. Montréal : VLB éditeur.
- Lapeyronnie, D. (2005). L'engagement à venir. In V. Becquet et C. De Linares (dir.), *Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires* (p. 35-53). Paris : Éditions L'Harmattan.
- Lipovetsky, G. (1992). *Le crépuscule du devoir: l'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques*. Paris : Éditions Gallimard.
- Marchand, A., De Conink, P., Walker, S. (2005). La consommation responsable: perspectives Nouvelles dans les domaines de la conception de produits, *Nouvelles pratiques sociales*, Vol. 18, No. 1, pp.39-56.
- Martin, C. et J. C. Martin (1998). Présentation. Liens personnels, liens collectif, *Lien social et politiques*, 39, 5-13.

- Neveu, É. (1996). *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris : La Découverte, Coll. Repères.
- Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée, *Cahiers de recherche sociologique*, 23, 147-181.
- Quéniart, A. (2008). The Form and Meaning of Young People's Involvement in Community and Political Work, *Youth and society*, 40 (2), 203-223.
- Quéniart, A et J. Jacques (2008). Trajectoires, pratiques et sens de l'engagement chez des jeunes impliqués dans diverses formes de participation sociale et politique, *Politique et société*, 27 (3), 211-242.
- Quéniart, A. et J. Jacques (2004). *Apolitiques les jeunes femmes?* Montréal : Éditions Remue-ménage.
- Quéniart, A, J. Jacques et C. Jauzion-Graverolle (2007). Consommer autrement: une forme d'engagement politique chez les jeunes, *Nouvelles pratiques sociales*, 20 (1), 181-195.
- Quéniart, A., J. Silveira et J. Charbonneau (2012). *Jeunes, altruisme et don de sang. Une recherche qualitative auprès de jeunes donneurs et de jeunes militants du Québec*, rapport de recherche remis à Héma-Québec. Université du Québec à Montréal et Chaire de recherche sur les aspects sociaux du don de sang.
- Taylor, C. (1998). *Les sources du moi*. Montréal : Éditions du Boréal.
- Terestchenko, M. (2005). Le donneur est-il un égoïste qui s'ignore ? In J. Malet (dir.), *Donner son sang en France* (p. 18-19). Paris : Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie (CerPhi).