

CHAPITRE 10 - Comment expliquer l'engagement politique dans les sociétés démocratiques ?

1. Quelles sont les diverses formes d'engagement politique ?

(p. 276 - 277)

Doc 3 p. 276 : La consommation engagée

a. Boycott ou buycott ?

Le plus simple et le plus ancien des moyens dont disposent les consommateurs pour faire entendre leur voix, c'est le boycott. Refuser d'acheter des produits fabriqués dans des conditions scandaleuses, la pratique a fait ses preuves depuis les campagnes de Gandhi contre le textile britannique [...]. Les consommateurs peuvent aussi décider d'acheter des produits fabriqués dans des conditions exemplaires : c'est le buycott, pratiqué par exemple dans le commerce équitable, où l'apposition d'un label délivré par des associations comme Max Havelaar est destinée à garantir de meilleures conditions de travail et de rémunération aux producteurs.

Manuel Domergue, « L'irruption des consommateurs engagés »,
Alternatives économiques, 2014.

2. Pourquoi s'engager dans des actions politiques ? (p. 278 - 279)

Doc 1 p. 278 : Le paradoxe de l'action collective

Le point de départ de l'analyse d'Olson¹ repose sur un paradoxe fécond. Le sens commun suggère, que dès lors qu'un ensemble d'individus peut trouver avantage à se mobiliser et en a conscience, le déclenchement de l'action collective va de soi. Or, l'objection d'Olson consiste à démontrer qu'un groupe ayant ces caractéristiques peut parfaitement ne rien faire. C'est en effet à tort que l'on imagine qu'un groupe latent – des individus ayant des intérêts matériels communs – est une sorte d'entité douée d'une volonté collective, là où l'analyse doit aussi prendre en compte la logique des stratégies individuelles. Et si l'action collective va de soi si l'on considère le groupe comme titulaire d'une volonté unique, les rationalités individuelles l'enrayent. [...] La mobilisation est rentable, d'autant plus qu'elle sera massive. Mais c'est oublier le scénario du passager clandestin (free-rider). Il existe une stratégie plus rentable encore que la mobilisation : regarder les autres se mobiliser. Le cas classique du non-gréviste qui bénéficie de la hausse de rémunération conquise par la grève sans avoir subi les retenues de salaires consécutives en témoigne. Poussée à son terme, cette logique rend aussi impossible toute mobilisation.

Érik Neveu, Sociologie des mouvements sociaux, coll. « Repères »,

© Éditions La Découverte, 2015.

1. Mancur Olson (1932-1998) est un économiste américain qui a cherché à expliquer le comportement des individus à travers la rationalité.

Doc 2 p. 278 : Des incitations pour encourager à l'engagement politique

Selon Olson, ce phénomène de free-rider (passager clandestin) peut être évité lorsque la taille des groupes est suffisamment petite pour créer de la pression sociale ou inciter l'un des membres à se procurer le bien collectif quitte à en supporter seul la charge. D'ailleurs, constate Olson, le syndicalisme américain est né sous la forme de petites associations, aux intérêts locaux et aux coûts de fonctionnement organisationnels relativement faibles. Les politiques d'incitation sélective, qu'elles soient positives (services délivrés aux seuls membres de l'organisation, closed shop) ou négatives (pénalisation de ceux qui sont tentés de refuser de supporter les coûts), constituent un second moyen efficace de mobilisation. [...] Dans le bâtiment, par exemple, les intermédiaires entre la main-d'œuvre et les employeurs pouvaient être des agents du syndicat qui négociaient et contrôlaient les salaires. Dans ce cas de figure s'imposait le closed shop (monopole syndical) : seuls les adhérents au syndicat pouvaient prétendre à l'embauche. Cette conscience de métier et cette volonté de défendre l'emploi constituent un des traits forts de ce syndicalisme américain.

Michel Lallement, *Sociologie des relations professionnelles*,
coll. « Repères », © Éditions La Découverte, 2018.

Doc 3 p. 279 : Quelles récompenses de l'engagement ?

a. Les rétributions symboliques

[...] Les militants retirent bel et bien diverses satisfactions de leur engagement. Ces composantes sensibles de leur activité peuvent être analysées comme des mécanismes de « récompense », ou, pour mieux dire, comme des rétributions, de l'implication dans les activités d'un mouvement collectif.

Ces incitations « non-officielles » existent pour les dirigeants, qui trouvent dans l'occupation de positions de pouvoir dans l'État ou dans leur organisation, des sources de revenu, des avantages matériels, la possibilité de vivre de la politique, des moyens pour agir conformément à leurs convictions idéologiques et politiques et/ou diverses gratifications symboliques comme le prestige, la notoriété, l'honneur et le pouvoir.

Daniel Gaxie, « Les rétributions du militantisme », Politika, 2017.

3. En quoi l'engagement en politique est-il influencé par les variables sociodémographiques ? (p. 280 – 281)

Doc 2 p. 281 : L'engagement politique des jeunes

a. Une jeunesse dépolitisée ?

Les jeunes ne sont pas dépolitisés ou apathiques d'un point de vue civique, bien au contraire. Ils sont politisés autrement. Leur intérêt pour la politique, la chose collective, s'exprime malgré leur défiance envers le système et le personnel politiques. C'est dans cette posture paradoxale que les jeunes entrent en politique et cela aboutit à une définition de leur citoyenneté plus critique, assez vigilante vis-à-vis de la démocratie et de son fonctionnement. [...]

Les années de la jeunesse sont propices à des positions souvent plus extrêmes, à des engagements de soi plus risqués, dans la rue, dans des mobilisations actives, le temps de la jeunesse est propice à la contestation, soit de la société, soit de l'ordre établi. Mais il n'y a pas que ça. Les jeunes d'aujourd'hui sont des enfants de la crise économique et de la crise de la représentation politique que la France a connues depuis la fin des années 1980. Ils sont donc dans ce contexte de très grande défiance, partagée par leurs aînés. Une large majorité de citoyens ne fait pas confiance au système politique. Les jeunes sont aussi tributaires de ce contexte.

Anne Muxel, propos recueillis par Laure Cometti, « Les jeunes sont politisés autrement », 20minutes.fr, 2018.

4. Comment les objets de l'action collective se transforment-ils ?

(p. 282 - 283)

Doc 1 p. 282 : La diversité des mouvements sociaux

L'analyse des mouvements sociaux a [...] pris l'habitude de distinguer selon que les objectifs poursuivis étaient liés aux conditions de travail (salaires, emplois, temps de travail...) ou aux revendications « post-matérialistes » (mobilisations féministes autour des droits des femmes, mobilisations homosexuelles, mouvements régionalistes, défense de l'environnement et du cadre de vie...). Ces mobilisations collectives s'adossaient à la conviction que les sociétés ne pouvaient évoluer que dans le sens du progrès social : la croissance des Trente Glorieuses garantissait au plan économique une élévation du niveau de vie, tandis que pour les mentalités et les comportements, les choses évoluaient forcément dans le sens d'un approfondissement de la démocratie par la conquête de nouveaux droits, en particulier pour les minorités [...].

Comme leurs parents et grands-parents, les Français d'aujourd'hui se mobilisent pour défendre leurs intérêts immédiats (leur emploi, leurs conditions de travail, leurs droits sociaux), souvent à l'échelle des territoires de proximité sur lesquels ils vivent (défense de l'environnement, résistance aux grandes opérations d'aménagement). Ils se mobilisent également pour défendre les valeurs auxquelles ils adhèrent, en particulier lorsque ces valeurs interfèrent directement avec leur vie quotidienne (école, famille, santé).

Christian Le Bart, « Qu'est-ce qui mobilise les Français ? »,

Cahiers français, n° 383, novembre-décembre 2014.

Mobiliser les SES - GRAND ORAL p. 286 – 287 : Le mouvement des Gilets jaunes

Doc 1 p. 286 : De nouveaux vecteurs de mobilisation

Tout commence le 29 mai 2018 quand Priscillia Ludosky, une ancienne employée de banque devenue autoentrepreneuse dans la vente de produits cosmétiques, crée sur la plateforme change.org une pétition en ligne qu'elle intitule : « Pour une Baisse des Prix du Carburant à la Pompe ! » [...] Éric Drouet [...], chauffeur routier résidant dans le même département que Priscillia Ludosky, crée alors un événement Facebook : « TOUS ENSEMBLE LE 17 NOVEMBRE 2018 pour le blocage national face à la hausse du carburant ! » [...] Le 22 octobre, la pétition de Priscillia Ludosky est évoquée dans un article du Parisien. Ce premier coup de projecteur de la presse nationale est décisif : les signataires passent de 10 000 à 225 000, captant alors l'attention du reste des médias hexagonaux qui à leur tour se saisissent de l'histoire, pour ne plus la lâcher. [...] Début janvier 2019, la pétition de Priscillia Ludosky s'apprête à franchir le cap des 1,2 million de signatures, et le groupe Facebook d'Éric Drouet, désormais rebaptisé « La France en colère !!! », compte plus de 340 000 membres. Le deuxième groupe le plus actif, « Fly Rider infos blocage », géré par Maxime Nicolle, rassemble plus de 160 000 personnes. L'administrateur du « Compteur officiel de Gilets jaunes » espère atteindre les 3 millions de membres. [...]

L'alliance du militantisme viral et de la presse a permis de construire la première force politique de Facebook en moins de trois mois.

Romain Bornstein, « En immersion numérique avec les “Gilets jaunes” »,

Fondation Jean Jaurès, 2019.

L'ESSENTIEL p. 288 – 289 : Comment expliquer l'engagement politique dans les sociétés démocratiques ?

Dans les sociétés démocratiques, le pouvoir appartient aux citoyens. Pour l'exercer, ils doivent prendre part aux décisions politiques ou tenter de les influencer.

Pourquoi s'engager ?

Le but de l'engagement politique est d'influencer la société, soit pour en tirer des avantages, soit pour la faire mieux correspondre à son système de valeurs. Pourtant, il existe un paradoxe de l'action collective : son coût est élevé pour ceux qui s'y engagent alors que le gain est partagé par tous. Il serait donc plus rationnel de ne pas s'engager en politique et d'attendre que les autres le fassent. Pour contrer ce problème, certaines organisations ont mis en place des incitations sélectives qui abaissent le coût de la participation aux actions collectives ou au contraire augmentent celui de la non-participation. Pour autant, ces incitations sélectives ne sont pas toujours nécessaires, car certains individus se mobilisent au profit d'une cause collective et sans chercher forcément un intérêt individuel.

D'autre part, l'engagement politique n'entraîne pas que des gains économiques mais peut procurer d'autres formes de satisfaction. Cette rétribution symbolique peut passer par le sentiment de participer à une noble cause, par l'accès à des positions prestigieuses au sein de son organisation ou de l'appareil politique ou encore par le fait de partager un engagement commun.

Enfin, la structure des opportunités politiques peut faciliter ou, au contraire, réduire la possibilité de s'engager en politique. Dans un contexte de forte répression des militants et où les revendications ont peu de chances d'aboutir, il est probable que

l'engagement politique sera moins important que dans un contexte où la revendication est possible, permise, et susceptible d'atteindre ses objectifs.

Comment l'action politique évolue-t-elle ?

Le vote est au cœur du fonctionnement démocratique. Il permet d'élire des représentants ou de prendre des décisions collectives. À ce titre, il est considéré comme la principale forme de participation politique conventionnelle avec l'engagement militant dans un parti politique ou un syndicat. Par ailleurs, certains engagements associatifs, lorsque leur objet est l'action sanitaire et sociale, humaine et caritative, ou encore la défense de droits et d'intérêts communs, par exemple, peuvent être considérés comme relevant de l'engagement politique. Les participations non conventionnelles recouvrent les pratiques contestataires comme la grève, le blocus ou le boycott ou la consommation engagée.

Les objets de l'action collective sont nombreux et des objets plus traditionnels, comme les conflits du travail (conditions de travail et rémunération), voisinent avec de nouveaux mouvements sociaux, tournés vers de nouvelles valeurs comme la défense de la nature, de certains modes de vie, d'une identité...

Ces revendications sont portées par des acteurs divers. Les partis politiques peuvent être à l'origine ou participer à des actions collectives telles que des manifestations. Les syndicats, quant à eux, sont à l'origine de la majorité des mouvements sociaux traditionnels.

Au-delà de ces acteurs conventionnels, on constate l'émergence de nouveaux acteurs : des associations voire, plus récemment, des groupements n'ayant pas

d'existence légale (les Gilets jaunes, par exemple). Ces acteurs organisent des actions collectives capables d'influencer les décisions politiques nationales.

Les répertoires de l'action collective regroupent toutes les formes d'action à la disposition des individus. Ces répertoires évoluent en fonction de la structure des opportunités politiques, de ce qui est permis ou non, possible ou non, mais aussi des acteurs qui y font appel.

En France, le recours à la grève reste une action collective commune, les manifestations sont fréquentes et battent régulièrement des records de participation, tandis que la consommation engagée ou le fait de signer une pétition sont également en augmentation sur le long terme. On a également vu se développer de nouvelles formes d'actions, à travers l'usage des réseaux sociaux, la mise en place de réunions publiques ou encore l'occupation de terrains en signe de protestation.

Quelles variables influencent l'engagement politique ?

L'engagement politique des individus est influencé par plusieurs variables. Le niveau de diplôme est fortement corrélé à l'intérêt des individus pour la politique, les plus diplômés se déclarant davantage intéressés par celle-ci que les moins diplômés.

De même, la profession entraîne des différences dans le recours au vote, à l'adhésion à un parti politique, à un syndicat ou à une association engagée, ou encore dans le choix d'avoir une consommation engagée.

L'engagement et la participation électorale augmentent par ailleurs avec l'âge car l'acquisition d'une compétence politique est progressive.

Enfin, le sexe influence également l'engagement politique. En effet, les femmes déclarent moins s'intéresser à la politique et s'y engagent moins que les hommes, même si ces différences diminuent progressivement.