



UNION DES MJC EN DRÔME ET ARDECHE

PROJET AEJ 2022

SENSIBILISATION DES COLLÉGIENS.NES À LA MOBILITÉ INTERNATIONALE

ÉTUDE SUR LES REPRÉSENTATIONS DE LA MOBILITÉ INTERNATIONALE DES COLLÉGIENS.NES

RÉALISÉE DANS LE DÉPARTEMENT DE LA DRÔME,
ENTRE JUILLET 2022 ET MARS 2023



1 TABLE DES MATIERES

2	Présentation :	3
3	Les acteurs du projet.....	3
4	Objectifs de l'étude :	4
4.1	Objectif Général :	4
4.2	Objectif opérationnel :	4
5	Méthodologie globale	4
5.1	Phase de test : questionnaire version 1.....	4
5.2	Questionnaire version 2.....	6
5.3	Micros-trottoirs	7
5.4	Entretiens individuels.....	8
6	Étude quantitative :	9
6.1	Les premiers résultats (tris à plat).....	9
6.1.1	Le profil des répondants	9
6.1.2	Les réponses des jeunes :	10
6.2	Une analyse typologique à partir du recoupement des réponses (tris croisés) :	12
6.2.1	La question de l'intérêt pour la culture d'un autre pays :	12
6.2.2	Les jeunes qui ont de la famille à l'étranger :	16
6.2.3	La population d'immigration récente :	17
6.2.4	Conclusion :	19
7	Étude qualitative :	21
7.1	La méthodologie :	21
7.1.1	La trame de l'entretien	21
7.1.2	Les objectifs	22
7.2	Présentation des données recueillies	22
7.3	Conclusions et pistes pour la conception/diffusion de l'outil.....	25
7.3.1	Pistes transversales aux deux types d'enquête (quali et quanti)	25
7.3.2	Les pistes révélées par l'enquête qualitative.....	26
8	Conclusion.....	27

2 PRESENTATION :

Un forum pour l'engagement et la mobilité internationale à destination des adolescents est organisé chaque année à Valence (26) par diverses acteurs.trices de la jeunesse et de la mobilité internationale.

Il a permis de constater l'importance de sensibiliser les pré-adolescents.es aux questions d'engagement et de mobilité internationale afin d'anticiper leur éligibilité à des dispositifs de mobilité à l'adolescence et les amener à réfléchir sur l'ailleurs.

L'appel à projet « Année Européenne de la Jeunesse 2022 » lancé par le ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse était donc, pour certains.es de ces acteurs.trices, l'occasion de se saisir de ce sujet.

A l'initiative du Service Départemental à la Jeunesse, à l'engagement et aux sports, un comité de pilotage, animé par l'Union des MJC en Drôme et Ardèche, s'est constitué avec des partenaires reconnus sur les questions de jeunesse et de mobilité internationale.

3 LES ACTEURS DU PROJET



L'UMJC 26-07
LE SDJES DE LA DROME
LA CAF DE LA DROME



LA MAISON DE L'EUROPE/
EUROPE-DIRECT DROME-ARDECHE
ROMANS INTERNATIONAL



LA MPT DU PETIT CHARRAN (VALENCE)
LA MJC/CS DE TAIN L'HERMITAGE
LA MJC/CS LA CANOPEE (PORTES LES VALENCE)

Ce comité de pilotage souhaite travailler sur **un outil qui permette de sensibiliser et d'informer des jeunes de 11 à 15 ans sur la mobilité internationale.**

La 1^{ère} étape à ce projet était un diagnostic permettant de mieux appréhender le rapport des pré-adolescents.es à la mobilité internationale tout en identifiant les contenus, les outils et les formes les mieux adaptés pour aller au contact de ces jeunes.

Ce sont les résultats de ce diagnostic que nous vous présentons ici.

4 OBJECTIFS DE L'ETUDE :

4.1 OBJECTIF GENERAL :

Apprécier les représentations que les jeunes collégiens et collégiennes ont de la « mobilité internationale » et des possibilités qu'elle offre.

4.2 OBJECTIF OPERATIONNEL :

Cette étude a aussi pour fonction, à partir des différentes représentations que nous parviendrons à identifier, d'ajuster nos outils pédagogiques pour faire découvrir la mobilité internationale aux différents publics de collégiens et collégiennes, qui sont favorables ou pas à cette mobilité.

5 METHODOLOGIE GLOBALE

Le diagnostic se décompose en deux parties, une étude quantitative pour cerner quelques typologies de publics, une étude qualitative pour approfondir les freins et les motivations à la mobilité internationale.

Il a été réalisé sur l'ensemble du département de la Drôme par certains des acteurs.trices du comité de pilotage, à savoir :

 **Le SDJJES 26**

 **L'UMJC 26-07**

 **La maison de l'Europe/Europe direct 26-07**

 **Romans International**

5.1 PHASE DE TEST : QUESTIONNAIRE VERSION 1

Elle a consisté en l'élaboration d'un questionnaire, dont la phase test s'est déroulée au début de l'été 2022. Il a été diffusé dans les structures jeunesse (MJC) accompagné d'explications à destination des animateurs.trices, et à un plus large public via les mailing lists des différentes structures. Cette première étape a permis d'obtenir 78 réponses.

À l'analyse de ces premiers retours, *plusieurs biais* sont clairement ressortis :

Un échantillon déséquilibré

Les résultats du pré-test ont mis en évidence une surreprésentation des jeunes fréquentant des structures jeunesse puisque ce questionnaire a été principalement transmis dans ce cadre-là ; cela présageant un impact sur la suite des réponses.

De plus, une majorité de réponses provenait des 5èmes et des 4èmes, or l'objectif était d'obtenir un panel aussi large que possible chez les 11-15 ans.

Points essentiels oubliés

À la lecture de ces premiers résultats, une autre faiblesse du questionnaire est apparue : lorsque l'on cherche à questionner la connaissance d'un dispositif ou d'une notion, il est pertinent de contourner l'approche et d'amorcer la réflexion autour des freins et des barrières ; il aurait été pertinent par exemple, de questionner davantage les jeunes sur ce qui les **empêche** de partir (raisons financières, niveau de langue, etc.) et de mesurer par-là la connaissance (ou méconnaissance) de ces dispositifs de mobilité.

Pour autant, cette première phase a permis de souligner plusieurs **points d'analyse et des apports intéressants** qu'il conviendra de prendre en compte dans la suite de ce travail.

L'objet de cette étude a porté sur *la représentation* que les jeunes ont de la mobilité :

Des difficultés à visualiser les notions de Culture, de Mobilité...

Lors de l'élaboration du questionnaire par la Commission diagnostic, une première difficulté à s'accorder autour de la notion de « culture » avait déjà été manifeste. Afin d'anticiper sur d'éventuelles complexités, il a été décidé de rédiger un document explicatif à l'attention des accompagnants.es/animateurs.trices.

Les résultats du pré-test montrent en outre chez les jeunes plusieurs difficultés à se projeter dans les notions de culture et de mobilité. La culture est une notion trop vaste, écrasante, bloquante qui a suscité autant d'intérêt que de silence dans les réponses. Idem avec la notion de "mobilité" difficile à définir, pour le public cible comme pour les accompagnants.es. Il apparaissait alors évident de faire évoluer cette première version du questionnaire en envisageant une reformulation de ces concepts.

Le désir et la curiosité comme moteurs

Les jeunes enquêtés.es témoignent dans l'ensemble d'une large curiosité à l'égard de ce qu'ils.elles ne connaissent pas.

Des expériences communes

Leur connaissance de la mobilité s'appuie pour la plupart sur des expériences personnelles et communes de voyages, soit avec leur famille, soit scolaires, soit organisées par des structures type MJC.

Des expériences individuelles via les attaches familiales élargies



Le questionnaire montre également que certains.es jeunes sont exposés.es au multiculturalisme et au plurilinguisme au travers de leur famille. Au premier abord, ces atouts ne semblent toutefois pas être perçus par les jeunes comme une prédisposition à la mobilité.

En conclusion, cette première phase met en avant *des premières hypothèses à creuser* :

- **Si les jeunes ne semblent pas avoir de représentations concrètes d'eux.elles-mêmes en mobilité, il existe une curiosité pour l'ailleurs qu'il est intéressant d'explorer.**
- **La trajectoire personnelle ou familiale ne semble pas perçue par les jeunes comme un élément de revendication ou de justification, sensibilisation/connaissance des dispositifs ou encore de prédisposition pour envisager un parcours de mobilité.**

A l'issue de cette toute première phase d'enquête, la Commission diagnostic a choisi d'apporter plusieurs modifications au questionnaire :

Modification de certaines tournures de questions

-  **Ajout de nouvelles questions (autour des thématiques oubliées ou passées trop rapidement dans la première version)**
-  **La tranche d'âge des répondants est élargie aux 11-17 ans afin de comparer les réponses obtenues dans une analyse quantitative plus rigoureuse**

Le questionnaire a ensuite été transmis à plus grande échelle (particuliers, établissements scolaires, structures jeunesse, structure mobilités internationales, réseaux sociaux, etc.).

Enfin, un complément méthodologique a été apporté avec la planification d'entretiens et la réalisation de micros-trottoirs.

5.2 QUESTIONNAIRE VERSION 2

Comme prévu à l'issue de la phase de test, le questionnaire modifié est alors transmis à un large public, et permet de recueillir 476 réponses. L'analyse détaillée des données est présentée ci-dessous.

Cette seconde phase permet de vérifier certaines hypothèses de la phase test, tout en en affinant d'autres. Afin de pousser le diagnostic au maximum, la commission diagnostic a proposé de mettre en place une nouvelle étape, celle des micros-trottoirs.

5.3 MICROS-TROTTOIRS

Proposer une phase de micros-trottoirs avait pour but d'apporter une dimension qualitative et autrement interactive au diagnostic qui reposait, jusque-là, sur une approche quantitative via le questionnaire.

Les micros-trottoirs ont été réalisés par les animateurs des MJC de Tain l'Hermitage, Portes-lès-Valence et Valence. **Une cinquantaine de personnes (entre 13 et 18 ans) ont participé à cette phase**, mais il est difficile de prendre en compte toutes les réponses (notamment pour Valence), car plusieurs micros-trottoirs ont été réalisés en groupes, empêchant ainsi de questionner plus en profondeur chaque répondant. D'ailleurs, un des biais de ce mode de diagnostic est la méthodologie de chaque animateur : n'ayant pas pu être formés à la méthodologie d'enquête par manque de temps, ils ont dû improviser leur posture, créant ainsi certaines limites à l'entretien (questions fermées, suggestions de réponses, peu d'incitation à la reformulation, nombreuses répétitions, manque de contextualisation, etc.).

Néanmoins, l'analyse des micros-trottoirs a montré de la spontanéité dans les réponses et fait apparaître *des motivations, des leviers et des freins* :

Premiers leviers

- Importance des personnes ressources (figures de voyageurs présentes dans la famille ou l'entourage)
- Voyage associé à une expérience initiatique (mais en même temps, entendu seulement en tant que "vacances" ou temps de "loisirs")
- Pistes pour pallier à l'absence de budget (auberge de jeunesse, voyager en voiture et dormir dedans etc.)
- Motivations principales associées à la curiosité et à l'envie d'être dépaysés.es, de bouger, de rencontrer des gens

Premiers freins

- Budgets difficiles à se représenter, très variable d'un extrême à l'autre
- Notion de culture toujours vaste et floue mais davantage associée aux vacances et aux visites à la famille pour ceux qui ont de la famille ailleurs.
- Notion de mobilité associée pour certains à l'élite
- Notions d'étranger et de mobilité souvent associées aux déplacements, à l'amplitude géographique...
- Confusion entre voyage et consommation, "éclate", etc.

- Détachement de la famille un peu difficile
- Communication et rencontre interculturelles peu envisagées
- Etudes à l'étranger peu citées également

De manière globale, on souligne un manque de projection directe : les interrogés.es évoquent le voyage/la mobilité comme quelque chose de général, éloigné d'eux ; on le ressent notamment dans les budgets énoncés pour une expérience à l'étranger, qui semblent complètement déconnectés de la réalité (peut-être est-ce là encore un biais de la méthode, l'explicitation de l'attente intrinsèque à la question n'étant pas assez claire).

En conclusion de cette 2^{ème} étape, il est clairement apparu qu'une dernière phase était nécessaire au diagnostic : celle d'entretiens qualitatifs approfondis, afin de recentrer l'analyse sur la question de mobilité en expliquant que celle-ci englobe voyages, stages, volontariats...

Après l'enquête quantitative, il est apparu nécessaire de reformuler et préciser la commande en fonction des données existantes sur le sujet, des enjeux, objectifs et capacités d'actions :

- 📌 **Sur les pratiques des jeunes et leurs conditions (comment on part, avec qui, à quel moment, quelles destinations, contextes...)**
- 📌 **Sur les logiques, mais aussi les facteurs discriminants**
- 📌 **Sur les raisons en termes de sociabilité (partager un moment en famille, avec des amis, créer des possibilités de rencontre...) et de culture (quels sont les loisirs valorisés, les destinations pour se distraire, se cultiver etc...).**

À ce stade, il nous a paru important de mener 5 à 6 entretiens pour mieux distinguer les différentes perceptions des dispositifs de mobilité chez les jeunes de 11 à 15 ans.

5.4 ENTRETIENS INDIVIDUELS

Une trame d'entretien a été réalisée pour mener 6 entretiens qualitatifs. **L'échantillon se compose de 3 garçons et de 3 filles âgés de 12 à 15 ans ½ et résidant dans la Drôme.** Ce travail "sur-mesure" affine l'étude quantitative et met en avant des résultats communs aux deux méthodes (certaines pistes avancées dans l'étude quantitative sont confirmées par l'analyse qualitative). Celles-ci seront présentées en conclusion de la partie qualitative.

Les entretiens ont été conduits en structure, à Romans international, à la MJC de Tain l'Hermitage, ou à domicile.

La durée moyenne de l'entretien est de 45 minutes.

6 ÉTUDE QUANTITATIVE :

6.1 LES PREMIERS RESULTATS (TRIS A PLAT)

Nous avons eu 476 réponses au questionnaire, mais un problème technique, ou une lassitude des répondants qui n'ont pas poursuivi, a conduit à un déclin des réponses à partir de la 7^{ème} question (Est-ce que tu as déjà voyagé à l'étranger ?) à la 10^{ème} (Qu'est ce qui pourrait t'empêcher de voyager ?).

A partir de cette dixième question, les réponses sont assez stables et l'échantillon final s'élève donc à 400 répondants. C'est sur cette base que se feront les tris croisés, ci-dessous

6.1.1 Le profil des répondants

Ce sont essentiellement des jeunes qui fréquentent collèges et lycées.

- La tranche des 13-15 ans domine = 320 réponses
- 49 pour les 11-12 ans
- 107 pour les 16-18 ans.
- Ces sont surtout les élèves de 4^{ème} (120 réponses), 3^{ème} (99) et 2^{ème} (88) qui ont participé.

La plupart ont rempli le questionnaire :

- À la maison
- Quelques-uns en classe (59)
- Ou dans une structure MJC-Centre social (16).

15% de ces jeunes fréquentent une structure type MJC ou centre social.

La plupart de ces jeunes ont déjà voyagé à l'étranger : seuls 38 élèves ont répondu « Non jamais ». C'est le voyage avec la famille qui domine largement (362 occurrences contre 104 avec l'école et 29 avec une association : club, MJC ou centre social¹).

Pour le nombre de voyages à l'étranger, « plusieurs fois » ou « souvent » dominent quand le voyage a été effectué avec la famille (304 fois), alors qu'« une fois » est plus fréquent avec l'école (86 fois contre 35 fois « plusieurs fois » ou « souvent »)².

¹ Plusieurs réponses étaient possibles sur cette question

² Il est difficile ici de comparer ces deux premières catégories avec les associations, dans la mesure où tous les jeunes ne fréquentent pas forcément des associations : ils ou elles ne sont que 65 dans l'échantillon à fréquenter un structure jeunesse (MJC ou centre social)

Les raisons des voyages apportent des éléments complémentaires pour identifier le public de l'échantillon :

- 322 jeunes ont voyagé pour visiter du pays
- 163 pour aller voir de la famille
- 102 pour un voyage scolaire
- 51 pour des échanges culturels
- 29 « parce que j'ai changé de pays »³.

Notons 6 jeunes qui ont voyagé pour « aider d'autres personnes » : ils ou elles ont voyagé plusieurs fois avec leur famille à l'étranger pour visiter le pays et aider les autres, rencontrer des personnes étrangères à travers des liens familiaux et ont envie de rencontrer des personnes vivant dans un autre pays⁴.

La plupart des répondants **connaissent quelqu'un qui est parti à l'étranger**, pour des vacances (339), pour des études (216) ou pour travailler (215).

Ils ou elles sont en nombre plus restreint à avoir discuté ou à *discuter avec des personnes originaires ou vivant dans un autre pays* : des amis ou de la famille (170), ou un contact que l'on côtoie plusieurs fois par an (120). C'est le plus souvent à travers les liens familiaux que ces derniers ou dernières les ont rencontrées (172), mais aussi à l'école (134) (cf.&2-2-2).

6.1.2 Les réponses des jeunes :

Quand on leur demande ce qui les intéresse, ce sont les « films, séries et dessins animés » qui dominent (300), suivi de la musique (295), du sport (274), de la lecture de mangas, BD, romans... (255). Les langues étrangères ne viennent qu'après (210), puis viennent les jeux vidéo (188), les arts (184), la mode vestimentaire (181), la cuisine (178), l'environnement (142), l'actualité (140) et l'histoire (134) + autres (30).

L'analyse de ces centres d'intérêt a été introduite ici pour comparer avec une question qui reprend les mêmes items à la fin du questionnaire :

« Est ce que tu t'intéresses à la culture d'un autre pays ? « Si oui, grâce à quoi ? ».

On peut ainsi apprécier le pourcentage de jeunes qui s'intéressent, à travers une activité qui les passionne, à la culture d'autres pays :

- 71% des jeunes qui aiment la lecture considèrent que cette activité leur a permis de découvrir les cultures étrangères
- 76% pour la musique
- 80% pour la cuisine
- 87% pour les films, séries et dessins animés

³ Ces publics, en particulier les jeunes qui ont changé de pays, feront l'objet d'un travail dans le paragraphe suivant - tris croisés.

⁴ En raison du faible effectif de cette catégorie, nous n'avons gardé que les items cochés par les 6 jeunes.

- 66% pour l'art
- 85% pour l'environnement
- Pour le sport et la mode vestimentaire, ils ou elles ne sont plus que 61%
- Pour les jeux vidéo, ils ou elles ne sont plus que 47%.

Par ailleurs, nous avons trois activités à travers lesquelles les jeunes ont répondu plus souvent positivement à la seconde question qu'à la première : les langues étrangères (109%), l'actualité (112%) et l'histoire (116%). Cela signifie que quelques jeunes qui ne sont pas particulièrement intéressés a priori par ces trois dernières activités s'intéressent tout de même à celles-ci pour connaître la culture d'autres pays :

- **La langue**, certainement en raison de son statut d'outil de communication
- **L'histoire et l'actualité** pour des raisons particulières au public de l'échantillon

Mais il est difficile à travers une étude quantitative, d'identifier les causes objectives de ces intérêts particuliers avec un quota faible de ce public au sein de l'échantillon.

Quand on leur demande s'ils ou elles ont envie de *partir plus tard à l'étranger sans leur famille*, la plupart répondent Oui (361), peu répondent Non (49). Ce « Non » recoupe ceux ou celles qui ne souhaitent pas partir à l'étranger et ceux ou celles qui ne souhaitent pas partir sans leur famille.

Leurs choix de voyage s'orientent plutôt vers l'Amérique (305) et l'Europe (290), un peu moins vers l'Asie (219) où le Japon est souvent cité, puis vers l'Afrique (153) et l'Océanie (147).

C'est le prix qui constitue *le principal frein* (287), suivi de loin par la méconnaissance de la langue (133), l'éloignement de la famille (86), savoir comment faire (81), puis la peur (61) et les transports (60).

La plupart ont *envie de rencontrer une personne étrangère* (336) : ils ou elles ne sont que 64 à avoir répondu « Non ».

La majorité s'intéresse à la culture d'autres pays, « énormément » (79), « beaucoup » (166). Mais une forte partie d'entre eux ou elles ont répondu seulement « un peu » (146) ou « pas du tout » (9). Ce sont les films, séries et dessins animés (238), les langues étrangères (225) et la musique (205) qu'ils ou elles évoquent pour justifier cet intérêt. Notons que cette question sera plus finement analysée dans le paragraphe suivant, à partir de la méthode des tris croisés et du Khi2.

Pour conclure, à la question *« est ce que tu penses avoir plusieurs cultures ? »*, 165 jeunes ont répondu « Non ». Pour ceux et celles qui ont répondu « Oui », ce sont les films, séries et dessins animés regardés en VO qui sont les plus cités (114), « je parle plusieurs langues au sein de ma famille » (102) ou « je suis passionné par un autre pays » (91).

6.2 UNE ANALYSE TYPOLOGIQUE A PARTIR DU RECOUPEMENT DES REPONSES (TRIS CROISES) :

Les analyses multivariées permettent de définir des typologies de réponses. Cette approche est intéressante car elle permet de définir les types de publics auxquels nos propositions pédagogiques devront s'adapter. Nous nous limiterons cependant à des croisements simples, éventuellement quand c'est possible avec l'introduction de croisements complémentaires (variables tests) pour expliquer un peu plus les résultats.

6.2.1 La question de l'intérêt pour la culture d'un autre pays :

Le choix de ces croisements est guidé par l'objectif opérationnel que nous avons fixé ci-dessus. En raison de celui-ci, une question est apparue centrale :

« est-ce que tu t'intéresses à la culture d'autres pays que le tien ». Si nous la divisons en son point médian – « Enormément + beaucoup / un peu+ pas du tout », - nous avons une répartition assez équilibrée de l'échantillon : 245 / 155, soit 61,3% / 38,7% des répondants⁵.

Nous pouvons alors analyser les autres facteurs qui sont corrélés avec cet intérêt par le croisement des variables.

Ainsi, pour la question de l'âge, on constate que ce sont surtout les 13/15 ans qui affichent le moins d'intérêt pour la culture d'autres pays = 42,7% de la classe d'âge alors que les autres classes d'âges sont autour de 30,3% (Khi2 = 1,5%)⁶. Ce sont surtout les classes de la 4^{ème} à la 2^{ème} qui ont conduit à ce résultat = 43,4% de la classe d'âge contre 28,6% pour les autres (Khi2=0,46%), en particulier les classes de 4^{ème} et 2^{ème} (Khi2 = 0,05%).

Les 13/15 ans apparaissent donc comme un public qui affiche un moindre intérêt pour les cultures étrangères.

Est-ce en raison du repli sur soi propre à cet âge ? Ou est-ce une réaction face aux habitudes familiales ?

Effectivement, la plupart des répondants.es sont partis.es en vacances à l'étranger avec leurs parents (voir tris à plat) ou pour une autre raison. Le croisement avec d'autres variables permet d'approfondir notre analyse.

L'hypothèse d'un désintérêt des cultures étrangères par rejet des voyages réalisés avec la famille apparaît peu pertinente.

Effectivement, à la question *« As-tu envie de partir plus tard à l'étranger, sans ta famille ? »*, la plupart des jeunes répondent « OUI », mais ce sont plutôt ceux ou celles qui sont moins

⁵ 76 jeunes n'ont pas répondu à cette question pour les raisons évoquées en introduction.

⁶ Le test du Khi2 permet de mesurer statistiquement le degré d'incertitude des résultats. En dessous de 5%, on considère que les « écarts à la norme » peuvent être pris en considération : on dit qu'ils sont « significatifs ». Plus le Khi2 est faible, plus la tendance au sein de l'échantillon est forte et significative.

intéressés.es par les cultures étrangères qui sont plus nombreux.ses à répondre « NON » (22 contre 14 - $\text{Khi}2 = 0,39\%$)⁷. Le désintérêt paraît donc reposer sur un autre facteur.

Si l'on croise cette dernière question (« partir à l'étranger sans ta famille ») avec la question :

« As-tu envie de rencontrer quelqu'un originaire ou vivant dans un autre pays que le tien ? », ceux ou celles qui répondent OUI à l'une sont plus nombreux.ses à répondre OUI à l'autre et ceux ou celles qui répondent NON à l'une sont plus nombreux.ses à répondre NON à l'autre ($\text{Khi}2 = 0,09\%$). Les deux questions apparaissent donc relativement corrélées.

Parmi celles et ceux qui répondent « NON » au désir de rencontre avec d'autres jeunes étrangers.ères, nous trouvons le plus de jeunes qui portent peu d'intérêt à la culture d'autres pays, = 46/155 alors qu'ils ou elles ne sont que 18/245 parmi celles et ceux qui sont intéressés.es pour découvrir d'autres cultures ($\text{khi}2 = 0,0000004\%$).

L'hypothèse du repli sur soi semble donc plus plausible, et dans tous les cas, plus significative.

Le désintérêt pour l'étranger.ère apparaît donc corrélé au rejet de la rencontre avec une personne étrangère.

Notons cependant que la majorité des jeunes, y compris parmi celles et ceux qui accordent moins de place aux cultures étrangères, ont répondu positivement à cette question. Les « NON » ne représentent que 29,5% de cette dernière catégorie : 109/155 jeunes ont répondu « OUI ».

La rencontre avec d'autres jeunes reste donc une motivation importante. Mais cela peut aussi constituer un frein pour une minorité qui ne souhaite pas s'ouvrir à d'autres cultures, et surtout à des personnes étrangères.

Cette hypothèse du repli sur soi peut être expliquée par diverses variables complémentaires, en particulier celle d'avoir rencontré un.e jeune étranger.ère dans diverses occasions. Ainsi, celles et ceux qui n'ont jamais rencontré de jeunes étrangers.ères sont-ils-elles plus nombreux.ses à se désintéresser des cultures étrangères (33/155 jeunes contre 26/245 – $\text{Khi}2 = 0,33\%$).

La rencontre avec de jeunes étrangers.ères apparaît ainsi comme un facteur d'ouverture aux cultures étrangères.

Le désintérêt pour les cultures étrangères peut aussi s'expliquer en croisant avec d'autres variables la question *« est-ce que tu t'intéresses à la culture d'autres pays que le tien »*.

Ainsi, les jeunes qui s'intéressent à la lecture ($\text{Khi}2=0,005\%$), à la musique ($\text{Khi}2=0,01\%$), aux langues étrangères ($\text{Khi}2 = 0,000000001\%$), à la cuisine ($\text{Khi}2=0,001\%$), aux arts ($\text{Khi}2=0,0007\%$), à l'actualité ($\text{Khi}2=0,0001\%$), à l'histoire ($\text{Khi}2=0,0001\%$), à l'environnement ($\text{Khi}2=0,001\%$),

⁷ Ceux qui ont répondu à la fois « OUI » et « NON » ont été retirés du décompte = 10 réponses.

s'intéressent plus à la culture d'autres pays. L'intérêt pour les films, séries et dessins animés peut aussi conduire à s'intéresser aux cultures étrangères, mais le Khi2 est déjà moins significatif (=1,39%). Pour la mode vestimentaire, le Khi2 n'est plus significatif (=6,5%). Le sport (Khi2=29%) et les jeux vidéo (khi2=28,2%) ne sont pas du tout significatifs : il y a parmi les jeunes qui portent de l'intérêt à ces activités proportionnellement autant de jeunes qui s'intéressent ou ne s'intéressent pas aux cultures étrangères.

Ces données confirment les conclusions issues des tris à plat qui ont mis en valeur le moindre intérêt de ces trois dernières activités pour découvrir les cultures étrangères : 61% et 47% seulement des jeunes intéressés.es par l'activité en question la nomment comme support de découverte de la culture étrangère. Elles ne sont donc guère des moteurs, ou du moins elles sont des moteurs peu significatifs, vers l'acquisition d'un intérêt pour les cultures étrangères.

Pour résumer, nous avons plusieurs activités qui favorisent l'ouverture aux cultures étrangères et c'est parmi les pratiquants et pratiquantes de celles-ci que se trouvent les jeunes qui sont énormément ou beaucoup intéressés.es par la culture d'autres pays que le leur : lecture, musique, cinéma, cuisine, art, environnement, langue, histoire et actualité, ces trois dernières pouvant être un moteur plus puissant si elles sont motivées par des raisons particulières.

Notons *un autre paradoxe intéressant à analyser*. La majorité des répondants sont de la classe d'âge des 13/15 ans, soit de la 4^{ème} à la 2^{ème} : 311 réponses, soit 65% de l'échantillon. Cela a-t-il influencé les résultats ? C'est peu probable au regard du taux très significatif du Khi2. En revanche, cela montre qu'il y avait un réel intérêt de cette classe d'âge à répondre au questionnaire : la plupart des répondants l'ont rempli chez eux ou elles, sans obligation de la part de prescripteurs. Il est vrai que le titre du questionnaire parle de « voyage » et non de « partir à l'étranger ». Ce paradoxe n'est donc pas forcément surprenant en raison des contradictions qui se font jour à cet âge de la vie.

Mais cela tend à montrer que, quand il y a peu ou pas d'intérêt pour l'étranger, cela ne signifie pas forcément un désintérêt du voyage.

Si nous nous penchons maintenant sur les « motivations », nous voyons que l'idée de « découverte » domine légèrement plus chez les jeunes intéressés.es par les cultures étrangères = 59,2% des motivations exprimées contre 47,7% chez celles et ceux qui sont moins intéressés.es par les cultures étrangères (Khi2 = 2,5%).

En revanche, dans *la représentation du « voyage »*, « l'avion » est plus souvent cité par celles et ceux qui sont moins intéressés.es par les cultures étrangères (10,3% contre 4,9% - Khi2 = 3,83%).

La « découverte » reste donc une motivation importante pour les jeunes puisqu'elle est citée par plus de la moitié d'entre elles et eux, y compris les moins intéressés.es. Il ne faut pas négliger pour autant d'autres facteurs : le plaisir de prendre l'avion ou autre transport, mais aussi de s'amuser et se divertir, de revoir la famille, d'améliorer son niveau en langues étrangères, d'apprécier la gastronomie...

Les destinations projetées apportent des informations complémentaires sur les motivations. Si l'Europe est une destination équitablement répartie entre les jeunes les plus intéressés.es et les moins intéressés.es par les cultures étrangères, ceux et celles qui sont les plus intéressés.es notent plus souvent les autres destinations : l'Amérique (Khi2 = 0,6%), l'Océanie (Khi2 = 0,1%), mais surtout l'Afrique (Khi2 = 0,01%) et l'Asie (Khi2 = 0,000002%).

L'intérêt pour les autres cultures conduisent ces jeunes à se projeter au-delà des frontières européennes.

Au niveau des freins, aucun d'entre eux n'est significatif dans son croisement avec la question sur l'intérêt porté à la culture d'un autre pays.

Cela signifie que ces freins interviennent peu dans l'intérêt porté à l'étranger.

Notons tout de même que le fait de ne pas connaître la langue peut influencer en partie cette démotivation (khi2=6,5%). Mais cela demanderait à être confirmé, en raison du Khi2 peu significatif, et cela ne concerne pas forcément beaucoup de monde.

Enfin, à la question « penses-tu avoir une autre culture ? », il n'est pas surprenant que ce soient les jeunes les plus intéressés.es par les cultures étrangères qui répondent OUI (163/245 contre 67/155 ; Khi2=0,003). Mais ce qu'il est important de signaler, parmi les jeunes qui répondent OUI à cette question, les plus intéressés.es par les cultures étrangères font le plus souvent référence à plusieurs des critères évoqués⁸ (86/163 contre 12/67 ; khi2=0,0001%).

Le fait de développer diverses activités de communication dans une autre langue génèrent ainsi une identification qui devient un facteur d'intérêt pour les cultures étrangères.

⁸ Parler plusieurs langues au sein de la famille ; regarder les chaînes TV d'un autre pays ; regarder les films, séries et dessins animés en VO ; lire des livres dans une autres langues ; passionné par un autre pays ; divers

Un dernier paradoxe a orienté notre étude : on pourrait s'attendre à ce que les jeunes qui ont de la famille à l'étranger (« voyage à l'étranger pour voir la famille ») et / ou qui « ont changé de pays » aient plus d'intérêt pour les cultures étrangères. Or ce n'est pas le cas ($Khi2 = 13,7\%$ et $Khi2 = 25,2\%$). Dans un premier temps, cela nous conduit à relativiser notre échantillon : ces jeunes qui ont de la famille à l'étranger représente 34% de celui-ci en début de questionnaire et 39% à la fin. Il apparaît donc qu'ils ou elles ont été plus mobilisés.es à répondre au questionnaire et qu'ils ou elles représentent une catégorie de population survalorisée au sein de l'échantillon. Mais il est fort probable aussi que ce résultat reflète une position particulière de ce public : il est donc intéressant de l'analyser par un tri croisé spécifique avec les jeunes qui ont répondu positivement à la question : « Pourquoi as-tu voyagé à l'étranger ? pour aller voir de la famille », puis avec ceux et celles qui ont répondu positivement à « j'ai changé de pays ».

6.2.2 Les jeunes qui ont de la famille à l'étranger :

Les jeunes qui ont une famille à l'étranger sont plus nombreux.es dans les classes de 3^{ème} et 4^{ème} de notre échantillon ($Khi2 = 0,5\%$). Cette catégorie est donc sans doute un peu surreprésentée dans celui-ci.

C'est une population qui fréquente un peu plus les structures MJC ($Khi2 = 0,7\%$).

Ces jeunes ont envie de « *rencontrer quelqu'un originaire ou vivant dans un autre pays* » plus que la moyenne de l'échantillon ($Khi2 = 0,5\%$).

Mais ils ou elles n'accordent pas plus *d'intérêt « à la culture d'autres pays »* que la moyenne ($Khi2 = 18\%$), ni aux activités pour découvrir ces cultures ($Khi2$ autour de 60% - sauf les films et séries : $Khi2 = 5,83\%$).

En revanche, ils ou elles répondent OUI massivement à la question : « *Penses-tu avoir une autre culture ?* » ($Khi2 = 0,00001\%$). Mais ce n'est en général qu'une caractéristique qui conduit à cette identification. Celle-ci peut être le fait de parler « plusieurs langues au sein de la famille » pour 75 d'entre eux ou elles ($Khi2 = 0,000000001\%$), le fait de « regarder les chaînes TV d'un autre pays » pour 18 ($Khi2 = 0,04\%$) ou le fait d'être passionné pour un autre pays pour 45 ($Khi2 = 1,4\%$)⁹.

Ces jeunes sont plus nombreux.es à avoir « discuté avec une personne originaire ou vivant dans un autre pays » (41,5% de cette catégorie de population - $Khi2 = 0,2\%$), mais c'est surtout les questions « je les ai rencontrés.es à travers des liens familiaux » (45,6% - $Khi2 = 0,000001\%$) et « oui, j'ai des amis, de la famille d'une autre culture » (57,2% - $Khi2 = 0,00000001\%$)

Dans ce contexte, le choix des destinations apporte quelques informations supplémentaires sur les intérêts de ce public, puisqu'ils sont plus nombreux à choisir l'Afrique ($Khi2 = 0,3\%$) et l'Asie ($Khi2 = 0,3\%$).

L'ensemble de ces constats permet de cerner cette population qui est différente du public précédent. Certainement issue en grande partie d'une immigration plus ou moins ancienne (famille

⁹ N.B. : Certains d'entre eux ou elles ont pu cocher deux, voire trois caractéristiques. Les statistiques observent surtout les tendances et le khi2 traduit le taux significatif de la tendance. Ainsi 65 de ces jeunes n'ont répondu qu'à une caractéristique, une trentaine d'entre eux ou elles 2 à 3 caractéristiques.

dans un pays étranger) ou d'une émigration d'une partie de la famille pour diverses raisons (facteur certainement plus rare), cette population n'accorde pas plus d'intérêt aux autres cultures que l'ensemble de la population de l'échantillon. En revanche, elle s'identifie à une autre culture, celle de leur pays d'origine ou du moins du pays où se trouve une partie de leur famille : ces jeunes parlent au moins deux langues à la maison (pour au moins deux tiers d'entre eux ou elles), regardent les TV étrangères pour une petite partie d'entre eux ou elles, et sont passionnés.es pour un pays, certainement celui où se trouve leur famille amis.

Un petit paradoxe tout de même à éclaircir : à la question « Est-ce que tu connais quelqu'un qui est déjà parti à l'étranger ? », 9 d'entre eux ou elles ont répondu NON sur un total de 13 sur l'ensemble de l'échantillon ($\text{Khi}2 = 2\%$). Bien entendu, certainement faut-il rajouter en dehors des vacances avec la famille. Notons tout de même que c'est ce public qui connaît le plus de personnes qui sont partis à l'étranger pour aider des gens » (51,2% de cette catégorie de population – $\text{Khi}2 = 0,8\%$).

On peut donc identifier une population ouverte à la culture étrangère, mais moins ouverte que la précédente à des cultures diverses, plus en repli sur elle-même, sur ces racines culturelles et sur les liens familiaux. (N.B. : attention, quand nous parlons de « repli sur soi », il s'agit bien de l'entendre au sens où il a été évoqué ci-dessus, par rapport à un âge particulier, en particulier dans les classes de 4^{ème} et 3^{ème}).

6.2.3 La population d'immigration récente :

Parmi cette population, une partie est clairement identifiée comme population immigrée puisqu'elle « a changé de pays ». Sur 29 jeunes qui ont répondu positivement à cette dernière question, 27 d'entre eux ou elles sont partis.es en vacances revoir leur famille à l'étranger. Il apparaît donc intéressant d'analyser les réponses spécifiques de cette dernière catégorie.

Ces jeunes sont plus nombreux.ses à fréquenter des structures associatives (MJC, club...) que la moyenne de l'échantillon (8/29 - $\text{Khi}2 = 2,46$). Ils.elles sont aussi plus nombreux.ses à être partis.es à l'étranger avec ces structures (5/29 – $\text{Khi}2 = 3,1\%$).

Ceci met en valeur le facteur intégratif de la vie associative pour cette population jeune récemment immigrée.

Bien entendu, *la plupart de ces jeunes sont partis.es à l'étranger pour voir leur famille* (23/29 – $\text{Khi}2 = 0,0002\%$). Au niveau des motivations de voyage, c'est surtout l'Asie qui est la destination la plus prisée (22/29 – $\text{Khi}2 = 1\%$) ; l'Afrique est moins prisée, ce dernier choix n'étant guère significatif de cette population (15/29 - $\text{Khi}2 = 8,8\%$). Un seul répondant de cette catégorie « ne discute pas avec des personnes originaires ou vivant dans un autre pays ». Et c'est surtout « les amis ou la famille d'une autre culture » qui constituent cette fréquentation de personnes étrangères (22/29 – $\text{Khi}2 = 0,01\%$). Il est possible que la proportion de jeunes originaires d'Asie soit légèrement plus

importante dans cette population issue de l'immigration récente, que dans l'ensemble des jeunes qui ont de la famille à l'étranger (cf. &.2-2-2).

Ils et elles parlent plusieurs langues à la maison (17 d'entre eux et elles – Khi2 = 0,001%), certains ou certaines regardent les TV étrangères (5 – Khi2 = 1,1%). Certains ou certaines lisent des livres en langue étrangère (10 – Khi2 = 0,008%). C'est ce dernier caractère qui différencie le plus ce public des autres jeunes qui ont de la famille à l'étranger, mais qui sont d'une immigration plus ancienne¹⁰ (Khi2 = 0,1%).

N.B : il est important, ici, d'exposer quelques points méthodologiques pour préciser les interprétations.

Les khi2 sont, dans ce paragraphe, plus modérés que dans les paragraphes précédents. Il est important de relativiser cette différence, dans la mesure où la proportion de ce public est faible par rapport à la totalité de l'échantillon (29/400), ce qui accroît statistiquement les incertitudes. Ainsi, une partie importante des immigrés.es de cette nouvelle génération considèrent « avoir plusieurs cultures » (22/29), mais le taux de signification est juste et, d'après les canons sociologiques, il ne serait pas pris en considération (Khi = 5,5%). Pourtant ces jeunes, quand ils ou elles sont inclus.es dans la population qui a de la famille à l'étranger (étudiée au &. 6.2.2), ils ou elles font partie de ces jeunes qui « pensent avoir plusieurs cultures » et ceci de façon très significative (Khi2 = 0,00001%). La méthode des Khi2 met donc en valeur les différences de caractères entre les populations, plus que les caractères propres à chacune.

Par rapport à cette question de « penser avoir plusieurs cultures », la différence est ainsi plus marquée entre les jeunes qui ont de la famille à l'étranger et ceux ou celles qui n'ont pas de famille à l'étranger, qu'entre les jeunes de l'immigration récente et de l'immigration plus ancienne.

Il est cependant possible d'identifier quelques différences entre ces deux dernières populations en les comparant, en particulier pour la lecture de livres étrangers. Mais globalement, cette population, quasiment incluse (à deux individus près) dans celle qui a de la famille à l'étranger, a un profil assez proche des autres répondants.es de cette dernière catégorie. En particulier, ce public ne s'intéresse guère à d'autres cultures étrangères, ou du moins guère plus que l'ensemble de notre échantillon (khi2 = 75%).

¹⁰ Pour cela, nous avons fait une étude spécifique sur la population qui a de la famille à l'étranger (celle du &.2-2-2), soit 165 jeunes : nous avons ensuite divisé cet échantillon en deux sous catégories, les jeunes qui « ont changé de pays » et les autres.

6.2.4 Conclusion :

Les modalités de passation du questionnaire conduisent à certaines réserves. En laissant les jeunes le soin de le remplir à la maison, sur le principe du volontariat, ces modalités ont certainement conduit à une surdétermination de certaines catégories de population, en particulier ceux et celles qui s'intéressent à la culture de pays étrangers et ceux et celles qui ont de la famille à l'étranger.

Les jeunes qui ont répondu « pas du tout » à la question : « Est-ce que tu t'intéresses à la culture d'autres pays que le tien ? » ne sont que 11. Mais, à condition d'être prudent lors du traitement des données¹¹, la démarche reste pertinente si nous la replaçons par rapport à son objectif opérationnel : mieux cerner le public qui peut être intéressé par la découverte de l'étranger et par la mobilité internationale, de façon à ajuster les propositions pédagogiques. En ce sens, le fait de n'avoir pu travailler sur ceux et celles qui ont répondu « pas du tout » en termes d'intérêt pour l'étranger, trop peu nombreux, n'est pas problématique. Il y a peu de chance qu'ils ou elles soient un public captif pour une intervention d'animation sur ce sujet, ou pour une découverte des possibilités de voyage vers cette destination.

Une première approche globale (par tris à plat) permet de cerner certaines caractéristiques de cette jeunesse :

- 🚩 Ils ou elles sont nombreux.ses à avoir envie de voyager et de partir à l'étranger sans leur famille
- 🚩 La rencontre avec des jeunes d'autres pays est une grande motivation
- 🚩 La découverte, citée par plus de la moitié de l'effectif est une autre motivation importante

La plupart de ces jeunes ont déjà voyagé à l'étranger avec leurs parents, soit pour visiter, soit pour aller voir de la famille. Ils ou elles connaissent quelqu'un qui est parti à l'étranger, pour des vacances, pour des études ou pour travailler. Il est probable que nous ayons là deux facteurs qui induisent l'envie de découvrir les cultures étrangères, mais cela demanderait à être confirmé par des études complémentaires.

L'activité dominante est le cinéma, séries et dessins animés. 87% de ces jeunes considèrent que cette activité leur a permis de découvrir les cultures étrangères. Pour comparaison, si la musique et le sport arrivent juste après comme activités prisées par ces jeunes, ils et elles ne sont plus que 76% pour la musique et 61% pour le sport à considérer que cette activité a un intérêt pour découvrir les cultures étrangères.

Une seconde approche multivariée - analyse des variables significatives par rapport à une question (tris croisés) -, a permis de dégager *des types différents de publics*, au moins deux principaux d'entre eux.

¹¹ En particulier, de ne pas projeter ces résultats à l'ensemble de la population des jeunes français, voire même des jeunes drômois, à l'image d'un sondage de la population.

Un public qui est énormément ou beaucoup intéressé par les cultures étrangères.

- ✚ La rencontre, le contact avec les personnes vivant à l'étranger ainsi que la découverte (souvent évoquée) sont une forte motivation
- ✚ Le contact avec des jeunes de l'étranger est un facteur d'ouverture
- ✚ Ils.elles s'intéressent à la lecture, à la musique, au cinéma, à la cuisine, aux arts, à l'environnement, à l'actualité, à l'histoire et aux langues étrangères
- ✚ L'actualité, l'histoire et les langues étrangères sont les plus significatives et un moteur puissant si elles sont motivées par des raisons particulières
- ✚ Ils.elles se projettent au-delà des frontières de l'Europe, dans leurs désirs de voyage. A travers diverses activités de communication dans une autre langue, ils ou elles s'identifient à ces cultures étrangères
(N.B. : « pensent avoir plusieurs cultures »)

Un public qui a de la famille à l'étranger, issu d'une immigration récente ou plus ancienne

- ✚ Ils sont plus nombreux à fréquenter les structures associatives, MJC, clubs ou autres
- ✚ Ils connaissent des jeunes à l'étranger, surtout à travers les liens familiaux
- ✚ Ils ou elles ont envie de rencontrer d'autres jeunes vivant à l'étranger
 - ✚ Leurs choix de destination sont plutôt l'Afrique ou l'Asie
- ✚ Ils ou elles s'identifient à une autre culture, mais c'est en général autour d'une caractéristique, le fait de parler plusieurs langues au sein de la famille
- ✚ Mais ce qui caractérise surtout ce public, c'est qu'il n'accorde pas plus d'intérêt à la culture d'autres pays que la moyenne de l'échantillon, ni aux activités citées précédemment pour découvrir ces cultures, à part les films, séries et dessins animés

Les jeunes issus de l'immigration récente (« ont changé de pays »)

Ce public est inclu dans le précédent et a fait l'objet de quelques observations complémentaires, mais à part une caractéristique essentielle, il ne se distingue guère du public des jeunes issus d'une immigration plus ancienne :

Un pourcentage bien plus important (40%) de ces jeunes lisent des livres en langue étrangère.

Il est important de rappeler que ces types de public ne s'opposent pas : le ou la même jeune peut fort bien faire partie des trois publics. Ce sont des tendances que nous analysons ici afin de discerner des représentations sociales - façons de faire et de communiquer au sein de la jeunesse. L'objectif est d'apporter quelques informations sur les modes de communication propres à ces types de représentations sociales, de façon à adapter l'outil à un public assez large, au moins les différents publics qui sont intéressés par les voyages à l'étranger.

7 ÉTUDE QUALITATIVE :

7.1 LA METHODOLOGIE :

7.1.1 La trame de l'entretien

Il propose d'explorer le rapport à la mobilité, en prenant en compte l'ensemble de l'**environnement social et culturel** de l'intéressé.e. Pour ce faire, nous avons :

- ✚ Demandé aux jeunes de se présenter (âge, lieu de résidence, typologie de la famille...) en insistant sur leurs centres d'intérêt et éventuels engagements.
- ✚ Posé la question du *rapport au voyage* (quels types d'expériences concrètes ?), mises en perspective avec la *notion de mobilité*.
- ✚ Questionné leurs perceptions de cette notion, au niveau sémantique comme dans leur vie quotidienne.
- ✚ Cherché à comprendre les *difficultés* rencontrées dans les démarches et/ou les *freins* qui empêchent simplement *la projection d'une expérience de mobilité*
- ✚ Demandé aux jeunes de *proposer des pistes ou des formats de sensibilisation* appropriés.es au contexte dans lequel ils.elles évoluent.

7.1.2 Les objectifs

- ✚ Mesurer les connaissances des types de mobilités chez les jeunes
- ✚ Mesurer leurs connaissances des différents dispositifs existants, afin d'apporter une réponse adaptée en termes d'outils, d'accompagnement...
- ✚ Appréhender leur projection personnelle dans un tel projet, avec la notion de rencontre, d'interculturalité, de compétences en perspective.
- ✚ Estimer le besoin et la forme de l'accompagnement

7.2 PRESENTATION DES DONNEES RECUEILLIES

N. 14 ans

N. fait le constat qu'elle dispose de trop peu d'informations sur les types de mobilité en général. Le sujet de la mobilité est totalement absent de ses cercles de sociabilités, ce qui génère chez elle beaucoup de frustration. Elle considère appartenir à une génération « sédentaire ».

Le terme de « voyage » est associé à l'expérience familiale, celui de la « mobilité » en revanche est un terme qu'elle ne saurait définir.

Ses représentations de la mobilité se caractérisent par une forte envie d'autonomie, de découverte et la volonté d'endosser de nouveaux types d'engagements et de responsabilités (comme le volontariat).

Les freins associés à la mobilité montrent une difficulté à estimer sa temporalité concrète, son imbrication possible dans un cursus scolaire et au-delà de ça la crainte des regards stéréotypés portés sur elle depuis l'étranger.

Propositions :

- ✚ Diffuser des informations sur les mobilités via les maisons de quartier
- ✚ Définir clairement ce que « mobilité » veut dire
- ✚ Diffuser des informations sur les mobilités dans les établissements scolaires à partir de la 3^{ème}
- ✚ Bien distinguer ces informations, sensibilisations des apprentissages scolaires
- ✚ Mobiliser pour cela des personnes extérieures et jeunes
- ✚ Créer des animations ludiques
- ✚ Une proposition d'outil : un jeu de « Memory des pays » basé sur des stéréotypes (recto : Inde/ verso : épice), à déconstruire par le dialogue

J. 15 ans





J. détient quelques informations sur les mobilités grâce à son cercle d'amis proches, aux grands frères et grandes sœurs, mais aussi via sa participation au Conseil des jeunes (en classe de 5^{ème}).

D'après elle, la mobilité est un sujet de conversation et de préoccupation entre ses amis mais pas forcément chez d'autres jeunes de son âge. La mobilité commence selon elle avec les premières expériences de voyages ou de camping en France, en famille. Elle s'organise en ce moment pour voyager ou camper en Europe avec des amis et se renseigne sur les moyens de transport (par exemple Interrail).

Le terme de voyage est associé au plaisir et au foisonnement d'activités de découverte, tandis que la mobilité est associée à des tâches précises et ciblées (chantiers...). La mobilité engage donc plus de responsabilités, mais celles-ci sont plutôt positives.

Les freins exprimés sont relatifs à la temporalité de la mobilité et à l'éloignement du cercle familial et amical. Ces freins sont assez contradictoires avec l'envie d'émancipation par ailleurs très présente dans le discours. La pratique de la langue étrangère est peu conscientisée voire impensée.

Propositions :







-  Diffuser les informations sur la mobilité via les éco-délégués
-  Diffuser davantage pendant les Conseils départementaux de jeunes
-  Utiliser les tableaux d'affichage du collège/lycée comme supports d'informations
-  Faire imaginer comment poursuivre ses passions à travers un dispositif de mobilité (par exemple l'équitation => volontariat dans un refuge/centre équestre à l'étranger)

S. 15 ans

S. s'intéresse aux questions de mobilités pendant les études après le bac. Il en a entendu parler par les élèves, grands-frères et sœurs plus âgé(e)s (par ex. programmes sc po 3^{ème} année). Il est très en attente d'informations claires à ce sujet pendant les années de lycée.

Ses craintes sont essentiellement liées au manque d'argent pendant la mobilité.

Propositions :

-  Aller voir les CPE des collèges lycées avant une intervention de sensibilisation, leur demander comment les informations circulent le mieux dans l'établissement
-  S'adapter à la « culture locale » de l'établissement
-  Proposer plutôt des jeux au collège, une présentation (facultative) en plénière au lycée par exemple dans un format conférence dynamique et qui donne envie (chiffres, diapos, témoignages, court, pas de jargon, ludique et précis)
-  Montrer les différentes façons de voyager (bien insister sur les différences entre chaque type de mobilités, bénévolat, chantiers, volontariat etc.)
-  Présenter les atouts et les opportunités que créent les mobilités pendant les études et comment elles peuvent renforcer un parcours (par rapport à embauche, carrière etc.)
-  Proposer des animations/ sensibilisations aux mobilités pendant les temps de vie de classe ou d'EMC (éducation morale et civique)

M. 15 ans

M. est impliquée dans un projet de voyage au Portugal avec la MJC de Tain-l'Hermitage : il s'agit d'un projet auto-construit qui a été initialement proposé par deux animateurs. Plusieurs jeunes se sont saisis de cette opportunité : d'abord un groupe à l'interconnaissance forte, puis deux autres personnes qui ont été admises après un vote collectif (M. souligne que c'est important que l'ensemble du groupe s'entende bien pour la bonne réalisation du projet). Le groupe recherche





actuellement des financements (porte à porte, vente de gâteaux, emballage cadeaux...) et M. précise que c'est une grosse sortie de sa zone de confort.

Sa famille est sensibilisée au voyage avec des expériences diverses (études à l'étranger, voyages...), pour autant, elle ne part jamais très longtemps avec ses parents. Elle souhaiterait aussi partir individuellement pour faire une année de lycée à l'étranger, mais ses parents sont moins disposés à la laisser partir. Elle souligne également les compétences développées lors de telles expériences : indépendance, autonomie, capacité à faire des choix, dépassement de soi...

D'après la définition de M., le voyage correspond à un temps court tandis que la mobilité renvoie plutôt à la notion de distance et de mouvement.

Concernant la connaissance des dispositifs et programmes de mobilité, elle dit disposer de beaucoup d'informations via des flyers et plaquettes, mais que celles-ci sont difficilement "exploitables" pour elle car ce n'est pas concret, ni très précis (notamment en termes de coûts). M. pense avoir besoin d'un accompagnement personnel afin de dépasser le trop plein d'infos et obtenir des conseils personnalisés. Parmi les freins à tout projet de mobilité, elle évoque l'accès à l'information donc (le fait de fréquenter une MJC par exemple), la difficulté des démarches, l'absence de sensibilité à la mobilité de la part des familles ou le simple refus des familles, l'argent et l'idée de rater des cours pendant un an.

Propositions :

-  Faire intervenir des personnes extérieures à l'établissement
-  Proposer des formats ludiques : le jeu peut être intéressant, à condition que la forme ne brouille pas le message de fond
-  Développer des animations qui suscitent de l'intérêt
-  Ne pas faire d'affiches !!

L. 12 ans

L. est fils unique et n'est parti qu'une seule fois à l'étranger, 3 ou 4 jours à Rome. Personne de son entourage semble n'avoir réalisé de mobilité, quant à lui, il ne souhaite absolument pas partir à l'étranger. Pour autant, il est en capacité de citer plusieurs types de mobilités (voyage, emploi à l'étranger, rencontres sportives...) et quand on évoque l'idée d'un stage, il n'est pas contre.

Il aime le sport, mais cette pratique n'est pas un motif suffisant pour lui pour créer une opportunité de mobilité. La maîtrise de la langue semble d'ailleurs être le principal obstacle.

Parmi les freins essentiels à la mobilité, il y a bien sûr l'envie, mais aussi l'argent, le temps et la maîtrise de la langue.

Il semble tout de même que la possibilité d'un accompagnement sur place puisse l'encourager à se projeter dans une expérience à l'internationale.

Propositions :

- Faire intervenir des personnes extérieures sur plusieurs sessions avec des formats différents mais sur la même thématique

- Utiliser le jeu pour transmettre le message (mais pas lors de la première session) : ce jeu pourrait être dérivé d'un jeu connu pour faciliter sa prise en main

A., 14 ans

A. est passionné de musique, il fait partie de réseaux autour de concerts, etc. Il est très sensibilisé aux voyages et à la mobilité, grâce à des amis de ses parents qui sont expatriés. Sa problématique à lui, c'est plutôt de partir en laissant ses proches et ses activités derrière lui. Mais en échangeant, on sent sa curiosité et une envie d'aller voir "ailleurs". Il aborde (sans la nommer ainsi) la capitalisation de l'expérience en parlant de "bagage".

Selon lui, le voyage est un passe-temps tandis que la mobilité se réfère plutôt au déplacement.

Parmi les freins qu'il évoque, il parle des démarches administratives, mais aussi de la difficulté d'aller rencontrer des associations pour simplement se renseigner quand le projet n'est pas clairement défini. La question de l'accompagnement individuel est de nouveau présente car si Internet permet un accès rapide à l'information, ce n'est pas toujours clair ni vérifié.

Propositions

- Proposer des animations interactives et ludiques
- Renforcer les interventions par des témoignages concrets de jeunes partis en mobilité
- Utiliser des jeux à condition que la forme ne prenne pas le dessus sur le contenu
- Ne pas envisager de mettre des infos sur les panneaux d'affichage de l'établissement scolaire

7.3 CONCLUSIONS ET PISTES POUR LA CONCEPTION/DIFFUSION DE L'OUTIL

7.3.1 Pistes transversales aux deux types d'enquête (quali et quanti)

✚ La découverte comme motivation première,

✚ L'influence des personnes ressources (pairs et aînés) comme sources d'inspiration et vecteurs d'informations.

✚ Il semblerait que pour les jeunes qui sont intéressés.es par une expérience de mobilité, ils le soient de plus en plus jeunes : cela se traduit par une réaction de "déception" quand lors des entretiens, on a pu évoquer quelques dispositifs et leurs conditions d'accessibilité en termes d'âge.

7.3.2 Les pistes révélées par l'enquête qualitative










- ✚ Une sous-information générale chez les jeunes des dispositifs (les principales récurrences étant les études / l'emploi / l'humanitaire - ce qui est déjà un panel intéressant, mais insuffisant au regard de la diversité de l'offre)
- ✚ Le désir de connaissance et la frustration de certains de ne pas avoir assez d'informations sur la mobilité
- ✚ Un manque d'information, mais des biais dans la transmission de celle-ci : informations non vérifiées sur Internet, côté impersonnel et froid de l'information sur papier, difficultés à pousser la porte d'une association pour simplement se renseigner...
- ✚ Le souhait d'un accompagnement individuel et "humain" pour trouver le projet qui leur correspond réellement. Ce point nous permet non seulement d'anticiper la création de notre outil (qui devra peut-être s'adresser aux jeunes, mais aussi à leur entourage), mais aussi de dépasser les freins inconscients autour des expériences de mobilité (budget, soutien familial, intégration de l'expérience dans un temps scolaire...)
- ✚ Des contradictions, entre le désir d'émancipation exprimé à l'égard des voyages en famille et la peur de s'éloigner ou la difficulté à se projeter.
- ✚ De réelles inégalités d'ordre social entre les jeunes "bien entourés.es", déjà initiés aux voyages et aux mobilités en famille, ayant la possibilité de préparer et rêver un voyage "initiatique", et ceux qui n'ont pas ces possibilités.

En cela, l'expérience de la mobilité peut se comparer à un rite de passage vers l'âge adulte. C'est dans cette perspective qu'il faut appréhender la création de l'outil à l'issue de ce diagnostic : ne pas bousculer la phase d'expérimentation inhérente à la mobilité en voulant se focaliser sur les apports futurs d'une telle expérience, mais peut-être questionner les appréhensions (en termes d'éloignement, d'autonomie, de maîtrise de la langue, de budget...) pour apporter des solutions concrètes.

8 CONCLUSION

L'ensemble de ce diagnostic vient confirmer l'hypothèse initiale d'une méconnaissance globale des 11-15 ans de la mobilité en générale et des dispositifs qui lui sont liés. Pour répondre à cette problématique, le Comité diagnostic propose la construction d'un outil dont le format sera ludique, clair, concret et encouragera la mise en perspective de parcours individuels à travers le prisme de la mobilité, afin d'accompagner les collégiens à dépasser les freins d'un projet de mobilité.

Diverses propositions ont émergé au travers de cette étude qui permettront d'orienter l'élaboration pédagogique de l'outil :

-  **Clarifier la notion de mobilité et présenter les différentes façons de partir (bien insister sur les différences entre chaque type de mobilités : bénévolat, chantiers, volontariat etc.)**
-  **Mettre en place des temps d'information distincts des apprentissages scolaires**
-  **Faire appel à des canaux de diffusion ressources : maisons de quartier, éco-délégués, Conseils départementaux de jeunes...**
 -  **Mobiliser des jeunes qui viennent témoigner de leur expérience**
-  **Interventions sur le temps scolaire en s'appuyant sur le fonctionnement de l'établissement pour les envisager pendant les temps de vie de classe ou d'EMC (éducation morale et civique), permettant ainsi de mieux introduire la thématique et de la penser dans un contexte.**
-  **Mettre en avant les atouts et les opportunités que créent les mobilités pendant les études et comment elles peuvent renforcer un parcours (par rapport à l'embauche, la carrière etc.)**
-  **Envisager l'outil sous forme de cycle : plusieurs interventions au cours de l'année, avec des formes différentes**
-  **Utiliser un format ludique : plusieurs propositions de jeux (dont un jeu de « Memory des pays » basé sur des stéréotypes (recto : Inde/ verso : épice), à déconstruire par le dialogue)**
-  **Présentations claires et dynamiques (pas de Powerpoint longs) - Attention toutefois : plusieurs interrogés.es soulignent le risque de passer à côté du contenu si la forme est trop complexe (peut-être adapter des jeux connus vers une version "mobilités" pour dépasser la question des règles et de la prise en main)**

- ✚ **Développer des animations qui suscitent de l'intérêt, qui encouragent les projections individuelles en fonction des goûts personnels/centres d'intérêt (peut-être un jeu de rôle ?)**
- ✚ **Globalement, éviter les tableaux d'affichages pour transmettre de l'information car ceux-ci sont déjà saturés d'informations et peu lus (mais tous les interrogés ne sont pas d'accord sur ce point)**