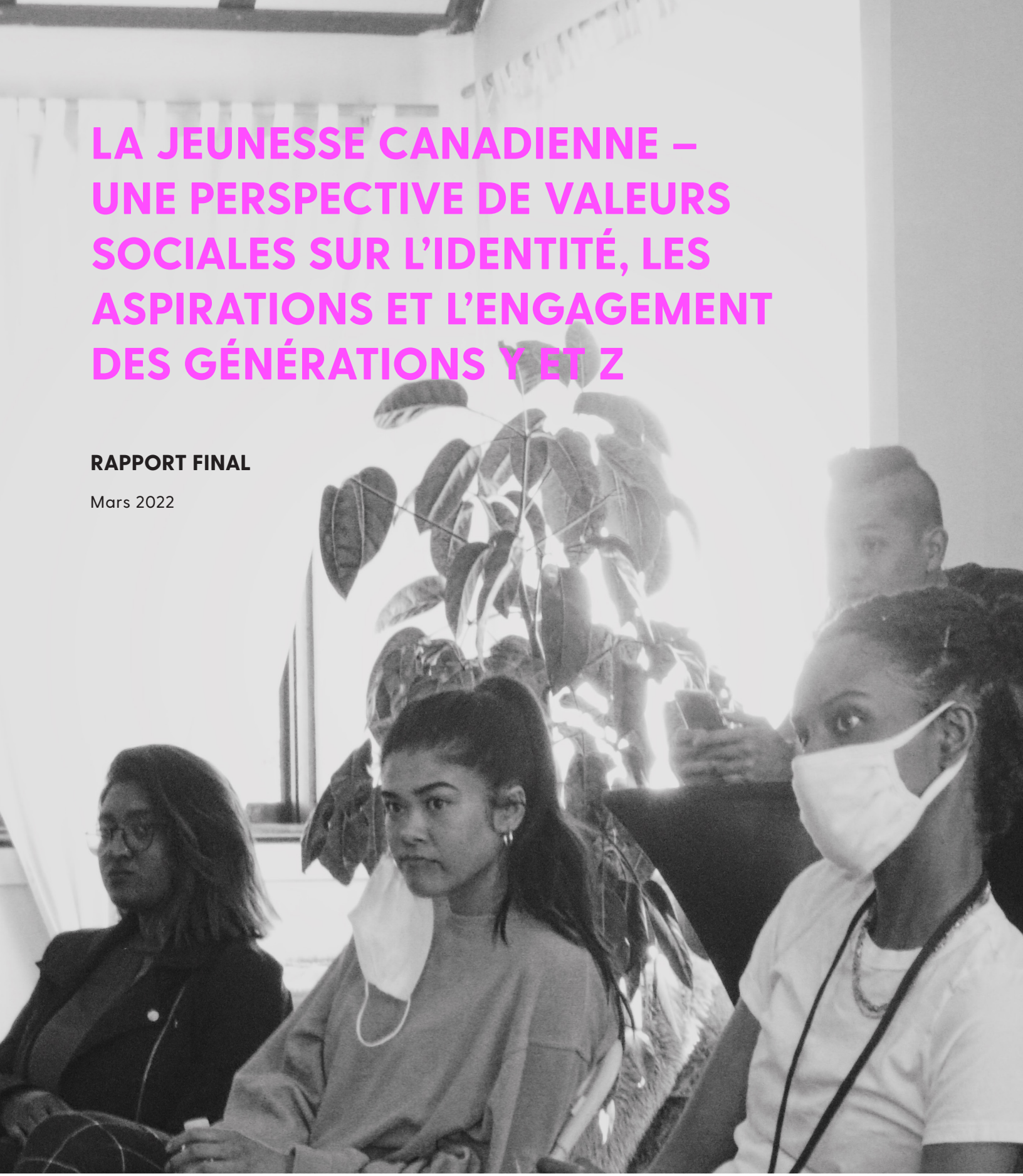
LA JEUNESSE CANADIENNE – UNE PERSPECTIVE DE VALEURS SOCIALES SUR L'IDENTITÉ, LES ASPIRATIONS ET L'ENGAGEMENT DES GÉNÉRATIONS Y ET Z

RAPPORT FINAL

Mars 2022



L'APATHIE C'EST PLATE.
Connectez, éduquez et activez.

Environics Institute
For Survey Research

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION **3**

LES VALEURS SOCIALES ET LA JEUNESSE DU CANADA

Définir les valeurs sociales 6

Les groupes de valeurs sociales de la génération Y canadienne 7

Les groupes de valeurs sociales de la génération Z canadienne 10

SOMMAIRE DÉCISIONNEL **15**

IDENTITÉ PERSONNELLE

Aspects importants de l'identité 21

Genre et orientation sexuelle 24

Identité canadienne versus identité provinciale 25

Définir la génération Z 27

LES CIRCONSTANCES DE LA VIE ACTUELLE

Satisfaction générale à l'égard de la vie 29

Statut d'emploi 32

Adéquation du revenu 33

Appartenance à la communauté locale 34

OBJECTIFS ET ASPIRATIONS

Principaux objectifs de vie 37

Priorités en matière de travail et de carrière 41

Confiance dans la réalisation des objectifs de carrière 44

La valeur de l'éducation postsecondaire 45

Soutien institutionnel aux jeunes Canadien.ne.s .....

PERSPECTIVES SUR LA DÉMOCRATIE ET LES INSTITUTIONS **50**

PERSPECTIVES SUR LES ENJEUX MONDIAUX ET CANADIENS **53**

ENGAGEMENT CIVIQUE ET POLITIQUE **57**

INTRODUCTION

CONTEXTE

Les deux plus jeunes générations de Canadien.ne.s – le plus souvent appelées génération Z (9 à 24 ans) et génération Y ou milléniaux (25 à 40 ans) – sont les plus nombreuses de l'histoire du pays et représentent ensemble une proportion importante de la population (plus de 40 %). Ces générations jouent un rôle dominant dans l'économie d'aujourd'hui, tant sur le marché du travail que sur le principal marché de consommation dans de nombreux secteurs. En même temps, leur influence est beaucoup moins marquée lorsqu'il est question de la façon dont notre pays est gouverné, autant sur le plan de la politique que des politiques. La plupart des postes de pouvoir au Canada sont occupés par des personnes appartenant à des générations plus âgées, qui semblent souvent ne pas apprécier ou accorder du crédit aux priorités des plus jeunes. Comme les jeunes Canadien.ne.s sont moins susceptibles de voter aux élections, ils et elles n'ont pas le poids politique nécessaire pour exiger une plus grande attention.

Mais les jeunes d'aujourd'hui assument déjà des rôles de direction qui vont se développer rapidement au cours des prochaines années. Il est dans l'intérêt de tous et toutes que leur voix soit entendue et pleinement intégrée dans le processus décisionnel collectif de la société. Leur contexte mondial et leurs expériences de vie sont différents de ceux de leurs parents et grands-parents, et ils et elles assument des rôles de direction, devant relever les défis difficiles auxquels la société est confrontée. Il est donc important de comprendre qui sont les jeunes d'aujourd'hui, en matière de valeurs, de priorités et d'expériences de vie.

Un obstacle majeur à la compréhension de la jeunesse canadienne est la tendance dominante à regrouper toute une génération dans un seul groupe, l'hypothèse implicite étant que l'âge seul est la caractéristique déterminante.

La plupart de ce qui passe pour une analyse de ces générations d'adultes canadien.ne.s se résume à des anecdotes et des stéréotypes. Hormis les données sur le chômage des jeunes, l'endettement des étudiant.e.s et l'adoption de tout ce qui est numérique, la conversation canadienne est remarquablement dépourvue de preuves solides sur la façon dont les générations Y et Z vivent, ce qu'elles pensent, ce qu'elles valorisent, ce qu'elles veulent ou ce qu'elles espèrent réaliser. S'agit-il de personnes motivées, confrontées à un marché du travail difficile, ou d'enfants gâté.e.s, trop difficiles pour accepter un emploi insatisfaisant? S'agit-il d'innovateur.ice.s numériques talentueux.euse.x ou de simples accros de l'écran? Sont-elles des personnes qui été nourries par les encouragements affectueux de leurs parents de la génération X et de la génération Boomer, ou sont-elles des narcissiques en puissance empoisonnées par une vie entière d'éloges non mérités? Les journaux, les flux d'informations et les salles à manger regorgent d'opinions.

Ce type de raccourci passe à côté des idées importantes révélées par Michael Adams il y a deux décennies dans son livre phare Sex in the Snow. Dans cette analyse stimulante de la société canadienne, Adams a montré que la démographie n'est plus un destin, et que chaque génération est composée de sous-groupes distincts, chacun défini par une constellation unique de valeurs sociales par lesquelles les individus s'orientent vers le monde et leur vie.

En 2016, l'Environics Institute for Survey Research s'est associé à L'apathie c'est plate et à d'autres organisations de premier plan pour mener un sondage révolutionnaire auprès des milléniaux canadien.ne.s afin de révéler pour la première fois un portrait de cette génération à travers le prisme de ses valeurs sociales[1].

RECHERCHE 2020

En 2020, l'Environics Institute s'est de nouveau associé à L'apathie c'est plate pour mener une nouvelle étude sur les valeurs sociales des jeunes Canadien.ne.s, afin de mettre à jour le portrait des milléniaux et de présenter l'avant-garde de la prochaine génération émergente, la génération Z. L'objectif

[1] *https://www.environicsinstitute.org/projects/project-details/canadian-millennial-social-values-study*

de cette recherche est d'acquérir une nouvelle compréhension et un nouvel aperçu de ces générations à travers leurs valeurs sociales telles qu'elles se rapportent à:

- L'identité personnelle
- Les circonstances de la vie actuelle
- Objectifs et aspirations
- Le niveau de confiance envers la démocratie et les institutions du pays
- Perspectives sur les enjeux mondiaux et canadiens
- L'engagement personnel relativement aux enjeux, aux politiques et à la communauté locale

La recherche a consisté en un sondage approfondi mené en ligne auprès d'un échantillon représentatif de 5 264 Canadien.ne.s âgé.e.s de 18 à 40 ans à travers le pays, comprenant des membres de la génération Z (18 à 24 ans) et de la génération Y (25 à 40 ans)[2]. Le sondage a été réalisé par Environics Research entre le 8 septembre et le 9 novembre 2020, et l'échantillon a été stratifié pour garantir une juste représentation par province, âge et genre, conformément aux plus récentes statistiques démographiques (Recensement de 2016). De plus, des suréchantillons ont été collectés auprès de personnes qui s'identifient comme Noir.e.s ou Autochtones afin d'assurer une représentation suffisante de chaque groupe pour l'analyse. Le sondage a été mené en anglais et en français (selon la préférence des répondant.e.s).

À PROPOS DU RAPPORT

Le rapport commence par une introduction au modèle de recherche sur les valeurs sociales mis au point par Environics Research et un profil détaillé des segments de valeurs sociales qui définissent les Canadien.ne.s des générations Y et Z. Elle est suivie d'un résumé mettant en évidence les principales conclusions de la recherche, et d'une présentation détaillée des résultats du sondage couvrant les principaux thèmes décrits ci-dessus, en mettant l'accent sur la manière dont les expériences et les perspectives des jeunes sont façonnées par les identités, les origines et les valeurs sociales.

Des tableaux de données détaillés sont disponibles sous pli séparé. Ils présentent les résultats de chaque question du sondage en fonction des données démographiques de la population et d'autres caractéristiques pertinentes (voir la page du projet d'étude à l'adresse www.environicsinstitute.org). Tous les résultats sont présentés en pourcentage à moins de mention contraire.

Deux rapports antérieurs s'inspirant de cette recherche ont été publiés par l'Environics Institute et L'apathie c'est plate, et sont maintenant disponibles sur le site Web de l'Institute:

- Répercussions de la pandémie de COVID-19 sur les Canadien.ne.s des générations Y et Z (mars 2021)
- Perspectives des jeunes canadien.ne.s sur la démocratie, les enjeux mondiaux et l'engagement civique (mai 2021)

Note sur la terminologie. Tout au long du rapport, il sera fait référence à la génération Y ou aux milléniaux (définis comme les Canadien.ne.s âgés de 25 à 40 ans) et à la génération Z (18 à 24 ans, constituant la cohorte la plus ancienne de cette génération). Nous définirons parfois la population étudiée comme les « jeunes », bien que ce terme ne soit habituellement pas utilisé pour décrire les personnes âgées de plus de 30 ans.

REMERCIEMENTS

Cette recherche a été réalisée grâce au soutien de nombreuses personnes et organisations. L'Environics Institute aimerait souligner les contributions financières et importantes de son principal partenaire, L'apathie c'est plate (Samantha Reusch, Erika De Torres et Melina Duckett), ainsi que celles de l'équipe de recherche d'Environics Research (John Otoo, Rohit Shah et David Jamieson). L'Institute aimerait aussi remercier les 5 264 Canadien.ne.s qui ont pris le temps de nous faire part de leur point de vue et de leurs expériences.

[2] *La recherche a fixé un seuil d'âge minimum de 18 ans, selon la norme appliquée à la plupart des sondages nationaux de ce type.*

LES VALEURS SOCIALES ET LA JEUNESSE DU CANADA

DÉFINIR LES VALEURS SOCIALES

Le terme « valeurs sociales » revêt aujourd'hui de nombreuses significations et connotations, comme les « valeurs familiales » dont la nature précise est tacitement assumée sinon bien définie. Mais le terme a également une origine plus cohérente sur le plan conceptuel, à partir des années 1960, lorsque le psychologue américain Milton Rokeach a utilisé les sciences sociales pour élaborer une définition des valeurs sociales en tant que croyances ou conceptions concernant : a) les modes de conduite souhaitables et la façon dont il faut vivre (par exemple, l'honnêteté, le travail acharné); et b) les idéaux et résultats sociaux (par exemple, la paix, la bonne santé).

On pense que ces croyances formatives et fondamentales sur les moyens et les fins souhaitables sont largement façonnées par l'expérience de l'adolescence et du début de l'âge adulte. Les valeurs sociales sont influencées par les expériences et les perceptions courantes des gens, acquises par le biais des contacts familiaux et sociaux, ainsi que par l'exposition à des événements et des tendances sociétales plus larges. Les valeurs sociales peuvent avoir une dimension idéaliste et idéologique, mais peut-être plus important encore, elles servent de manière pragmatique à s'adapter aux pratiques personnelles ou culturelles actuelles et à les justifier. Ainsi, les valeurs peuvent être décrites comme des croyances profondes qui déterminent et reflètent les réponses d'une personne au monde alors qu'elle s'efforce de satisfaire ses besoins fondamentaux et supérieurs. Au total, les valeurs sociales d'une personne représentent un ensemble de postures mentales, émotionnelles et motivationnelles avec lesquelles elle navigue dans la vie, interagit avec les autres et elle-même, et prend des décisions morales sur ce qui est bon ou mauvais.

Recherche sur les valeurs sociales d'Environics— Ce concept de valeurs sociales a été exploré de manière systématique par la recherche à partir des années 1960 en France, puis dans toute l'Europe, afin de mieux comprendre les tendances socioculturelles de la société. Au début des années 1980, deux sociétés de recherche (Environics Research Group et CROP, basée à Montréal) ont adapté ce modèle de recherche sur les valeurs sociales à l'Amérique du Nord. Depuis plus de trois décennies, Environics Research mène régulièrement des enquêtes sur les valeurs sociales auprès des Canadien.ne.s et des Américain.e.s pour le compte de ses clients. Ce travail permet également une analyse plus large des tendances en matière de valeurs sociales, et a servi de base à plusieurs livres publiés par Michael Adams, notamment Sex in the Snow: Canadian Social Values at the End of the Millennium (1997); Fire and Ice: The United States, Canada and the Myth of Converging Values (2003), et Stayin' Alive: How Canadian Baby Boomers will Work, Play and Find Meaning in the Second Half of their Adult Lives (2010).

La méthodologie des valeurs sociales d'Environics Research intègre un ensemble d'environ 80 tendances ou « concepts » de valeurs sociales, fondées sur la recherche et une analyse multivariée approfondie[3]. Voici quelques exemples de valeurs sociales :

- Navigation adaptative. Avoir la flexibilité nécessaire pour s'adapter aux événements imprévus qui interfèrent avec la réalisation de ses objectifs. Faire preuve de souplesse dans la définition de ses attentes et des moyens d'atteindre ses objectifs.
- Joie de la consommation. Gratification intense par la consommation de biens de consommation (autres que les produits de première nécessité). Consommer pour le plaisir de consommer (se sentir plus excité.e par l'acte d'achat que par l'utilisation des produits achetés).
- Acceptation de la violence. La croyance que la violence est une partie inévitable de la vie. Les personnes les plus fortes de cette tendance acceptent même la violence comme un exutoire pour se défouler ou comme un moyen d'obtenir ce qu'elles veulent.

Les tendances individuelles en matière de valeurs sociales sont combinées en matière de relations entre elles, et forment collectivement une structure sous-jacente qui dépeint des visions du monde d'ordre supérieur. Cette analyse fournit un profil de valeurs sociales distinct pour des segments particuliers de la population, comme une génération. Il y a vingt ans, le livre Sex in the Snow présentait la typologie des valeurs sociales des générations canadiennes (groupes ou segments définissables au sein de chaque génération : aîné.e.s, baby-boomers, génération X). Le livre part du principe que la démographie n'est plus une fatalité; les personnes et la société ne peuvent plus être comprises selon les catégories traditionnelles du genre, de l'âge et de la classe sociale, et que les valeurs sociales sont aussi importantes, sinon plus, dans ce qui détermine le comportement humain et les tendances sociales.

[3] *Pour plus de détails sur Environics Research et ses recherches sur les valeurs sociales, consultez https://environics.ca/social-values/.*

LES GROUPES DE VALEURS SOCIALES DES
MILLÉNIAUX CANADIEN.NE.S

En 2016, Environics Research a identifié les six groupes de valeurs sociales distincts de milléniaux Canadien.ne.s (qui ont alors été publiés pour la première fois grâce au sondage précédent de l'Institute)[4]. Ces personnes se présentent comme suit (telles qu'elles étaient dans leur vie en 2016):

CHUMS DE GARS ET CHUMS DE FILLES
(32% DES MILLÉNIAUX CANADIEN.NE.S)

Il s'agit du groupe le plus important, qui représente un tiers de cette génération. Les Chums de gars et chums de filles (appelé.e.s les Chums de gars et chums de filles en anglais), sont de fervent.e.s amateur.ice.s de risques, de sensations fortes et d'excitation, et sont des consommateur.ice.s enthousiastes. Ce sont des milléniaux qui travaillent dur pour être payé.e.s et avoir le style de vie qu'ils et elles souhaitent. Ils et elles adoptent la technologie et apprécient la connectivité sociale. Il est important pour ce groupe de bien paraître et d'être respecté.e.s, et c'est pourquoi ils et elles aiment se tenir au courant des dernières tendances. Ces milléniaux ne cherchent pas à changer le monde et parfois ils et elles ne se sentent pas maîtres de leur destin. Il est important pour ces personnes de pouvoir s'évader et de s'amuser un peu, par exemple en assistant à un concert, en buvant de la bière et en pratiquant des sports HD dans une « tanière virile » (alias man cave), ou en passant une soirée entre filles.

En tant que groupe le plus important de tous les milléniaux, les Chums de gars et chums de filles ont tendance à définir le courant démographique dominant. Par rapport aux autres groupes, ils sont plus susceptibles d'être Québécois.e, d'être de genre masculin, d'être un peu plus âgé.e.s, de vivre avec un.e partenaire (mais en union libre plutôt qu'en mariage) et d'avoir un emploi à temps plein plutôt que d'être aux études. Les Chums de gars et chums de filles sont l'un des groupes les plus susceptibles d'être né.e.s au Canada et d'être ethniquement de race blanche, mais ils et elles sont également bien représenté.e.s par l'ethnie chinoise. Ils et elles ont des revenus de niveau moyen, un niveau d'éducation juste inférieur à la moyenne et sont proches de la moyenne nationale en matière de spectre d'idéologie politique gauche-droite.

BATTANT.E.S ÉCLECTIQUES *(20%)*

Pour les Battant.e.s éclectiques (aussi appelé.e.s Battant.e.s éclectiques an anglais), « réussir » dans la vie et faire des choses qui apportent des expériences nouvelles et intenses sont des priorités absolues. Ces milléniaux ont soif de réussite matérielle et se poussent à l'atteindre de plusieurs manières. Ils et elles travaillent dur dans leur carrière et relèvent des défis personnels (comme courir des marathons ou faire des séances de yoga) en dehors des heures de travail. Ces personnes s'efforcent d'inspirer le respect à leurs proches en faisant leur devoir et en étant des membres intègres de leur famille et de leur communauté. Ils et elles prennent soin de leur apparence et disposent des derniers gadgets et jouets pour conserver une apparence soignée et réussie. Les Battant.e.s éclectiques font état de niveaux élevés de vitalité – ils et elles aiment les foules, l'attention et recherchent l'intensité dans toutes leurs activités – et ils et elles ont besoin de chaque parcelle de leur énergie pour continuer à avancer vers leurs objectifs; ces personnes n'arrêtent jamais de construire leur curriculum vitae pour satisfaire leurs ambitions et impressionner les autres.

Les Battant.e.s éclectiques sont les plus multiculturels des groupes de milléniaux. Ils et elles sont plus susceptibles d'être né.e.s dans un autre pays et d'avoir une origine ethnique non blanche, en particulier sud-asiatique, mais aussi d'autres (noirs, latinos, chinois). Ce groupe est également plus masculin que féminin, plus jeune que la plupart des autres groupes et concentré en Ontario (surtout dans la région du

[4] *Les descriptions antérieures utilisaient le terme de valeur sociale « tribus », qui a maintenant été remplacé par le terme plus normatif culturellement « groupe ».*

Grand Toronto). Bien que plus jeunes, ils et elles sont aussi susceptibles que les autres milléniaux d'être marié.e.s (mais pas en union libre) et d'avoir des enfants; les Battant.e.s éclectiques qui ne sont pas encore marié.e.s ou parents sont parmi ceux et celles qui souhaitent le plus que cela fasse partie de leur avenir. Étant plus jeunes, ces personnes plus susceptibles d'être étudiant.e.s, bien qu'elles aient des niveaux d'emploi et de revenu du ménage moyens. Parmi les groupes de milléniaux, les Battant.e.s éclectiques sont les plus à droite en matière d'idéologie politique.

IDÉALISTES ENGAGÉ.E.S *(17%)*

Les Idéalistes engagé.e.s sont des milléniaux sur les stéroïdes: engagé.e.s, sociables, énergiques, en quête d'expérience et idéalistes. Ils et elles croient qu'il faut contribuer autant que possible à leurs relations, à leurs carrières et à leurs communautés – et la récompense de leurs efforts est la croissance et le développement personnels. Ces milléniaux sont convaincu.e.s que leurs actions comptent, qu'elles façonnent leur vie et le monde qui les entoure. Ils et elles reconnaissent que leur environnement est complexe, mais ont confiance dans leur capacité à s'y retrouver. Ce groupe veut des carrières intéressantes et significatives qui leur permettent de s'exprimer et d'utiliser la créativité qui est au cœur de leur identité. L'argent, c'est bien, mais la qualité de leurs expériences professionnelles est une priorité plus importante. Ils et elles essaient également de trouver le temps de s'amuser spontanément, ce qui est considéré comme un élément important d'une vie heureuse et équilibrée.

Les Idéalistes engagé.e.s sont principalement né.e.s au Canada et s'identifient surtout à la race blanche. Il s'agit du plus féminin des groupes (60 %), un peu plus jeunes que la moyenne, et sont surtout présents en Ontario (mais avec une solide représentation de l'Ouest). Les Idéalistes engagé.e.s sont parmi ceux et celles qui sont les plus susceptibles de vivre avec un.e partenaire ou un.e conjoint (par opposition à la famille ou aux colocataires), mais pas plus susceptibles d'être marié.e.s ou en union libre, et moins susceptibles d'avoir des enfants (étant un peu plus jeunes). Ils et elles font partie des groupes les plus instruits des milléniaux (après les Contestataires de contre-culture), ont un revenu familial légèrement supérieur à la moyenne et ont tendance à se situer à gauche de l'échiquier politique.

LOUP.VE.S SOLITAIRES *(16 %)*

Profondément sceptiques à l'égard de l'autorité et dépourvus de liens sociaux et affectifs forts, les Loup.ve.s solitaires ressemblent aux stéréotypes de la génération X des années 1990: cool et distants. Ces milléniaux sont solitaires et préfèrent garder une vie simple et directe. Ils et elles participent rarement aux événements communautaires et se sentent rarement très concerné.e.s par ce qui se passe dans la société en général. Mais alors que certaines personnes se sentant déconnectées de la société sont en colère ou hostiles aux autres, les Loup.ve.s solitaires sont discret.ète.s (par exemple, ils et elles ne sont ni xénophobes ni sexistes). Si la devise des rebelles de la génération X était « peu importe », les Loup.ve.s solitaires ont peut-être pour devise « je ne fais de mal à personne. Laissez-moi tranquille. »

Malgré les stéréotypes, les Loup.ve.s solitaires sont autant des hommes que des femmes, un peu plus âgé.e.s que la moyenne et sont surtout concentré.e.s au Québec. Ils et elles font partie des groupes les plus natifs et ethniquement blancs (avec les Idéalistes engagé.e.s). Leurs arrangements domestiques sont comparables à ceux de l'ensemble des milléniaux en ce qui concerne le fait d'être marié et d'avoir des enfants; mais les Loup.ve.s solitaires qui ne sont pas encore installé.e.s de cette façon sont les moins intéressé.e.s de tous les groupes à se marier ou à avoir des enfants. Parmi les milléniaux, ils et elles sont les moins susceptibles d'avoir un emploi à temps plein ou de suivre des études, et parmi ceux et celles qui sont les plus susceptibles de ne pas chercher de travail (tout comme les Néo-traditionalistes, mais pour des raisons différentes). Les Loup.ve.s solitaires comprennent la plus forte proportion de milléniaux sans éducation post-secondaire et dont le revenu du ménage est inférieur à 30 000 $. Ils et elles ne se démarquent pas en matière d'idéologie politique et sont les moins enclin.e.s de tous les groupes à se situer sur l'échiquier politique.

NÉO-TRADITIONALISTES *(11 %)*

Comme leur nom l'indique, les Néo-traditionalistes défendent de nombreuses valeurs similaires à celles des années 1950, mais leur vision des choses reflète également des préoccupations propres au XXIe siècle, notamment un intérêt pour les enjeux environnementaux. Ces milléniaux sont plus orientés vers la religion et la spiritualité que les autres: La religion est une partie importante de leur vie et un élément central de leur identité. Ils et elles croient qu'il faut rester fidèle aux valeurs avec lesquelles ils et elles ont été élevé.e.s, en particulier aux rôles conservateurs de la famille et des genres. Les Néo-traditionalistes valorisent également les modes traditionnels d'étiquette et de bienséance: tenue vestimentaire appropriée, bonnes manières, respect des aîné.e.s, maison bien rangée. Ils et elles respectent davantage les figures

d'autorité que leurs pairs, font état d'un sens du devoir plus fort et d'un plus grand sentiment d'identification avec leurs racines familiales et leurs ancêtres.

Les Néo-traditionalistes sont les plus ancien.ne.s et les mieux établi.e.s des groupes des milléniaux. Ils et elles sont également plus susceptibles que la moyenne d'être des femmes, d'être marié.e.s (mais pas en union libre) et d'avoir des enfants (et ceux et celles qui ne sont pas encore marié.e.s ou parents sont les plus susceptibles de les vouloir dans leur avenir). Ce groupe est légèrement surreprésenté en Alberta et au Manitoba. Comme les Battant.e.s éclectiques, les Néo-traditionalistes ont une forte proportion d'immigrant.e.s et une vaste mosaïque ethnique (en particulier les personnes qui s'identifient comme Noires). Les Néo-traditionalistes sont un peu moins susceptibles d'avoir un emploi à temps plein, et sont plus nombreux que la moyenne à ne pas chercher de travail (dans de nombreux cas, il s'agit de mères au foyer). Ils et elles ont un niveau d'éducation supérieur à la moyenne et le revenu du ménage le plus élevé de tous les groupes (en partie parce qu'ils et elles sont plus âgé.e.s et marié.e.s). Les Néo-traditionalistes ont tendance à se situer au milieu de l'échiquier politique et sont parmi les moins susceptibles de s'identifier idéologiquement à la gauche.

CONTESTATAIRES DE CONTRE-CULTURE *(4 %)*

Les Contestataires de contre-culture sont les jeunes engagé.e.s et critiques que l'on retrouve parfois dans des articles sur des jeunes de 20 ans qui créent des entreprises, s'adonnent à du militantisme en ligne révolutionnaire et bouleversent le monde. Ils et elles partagent beaucoup des mêmes valeurs progressistes que les Idéalistes engagé.e.s: Ce groupe croit en l'égalité des genres, est à l'aise avec la diversité sous toutes ses formes et rejette la discrimination et l'injustice. Mais alors que les Idéalistes engagé.e.s voient le monde à travers un prisme social et émotionnel – en recherchant des relations et des expériences authentiques et en s'efforçant d'exprimer leur véritable personnalité – le modèle d'excellence des Contestataires de contre-culture est la rationalité pure et simple. Ils et elles rejettent le statut et l'autorité, le considérant comme illégitime ou superficiel; ils et elles ne rechignent pas à diriger quand il est possible d'apporter une valeur ajoutée à un projet, mais ils et elles détesteraient qu'une personne les juge sur leur jean ou leur téléphone intelligent.

C'est de loin le plus petit des groupes de milléniaux. Les Contestataires de contre-culture sont aussi susceptibles d'être des hommes que des femmes, de se situer dans la tranche d'âge moyenne (27 à 31 ans) et de vivre en Colombie-Britannique. Ils et elles se distinguent surtout par le fait d'être les moins orienté.e.s vers la famille: Ce sont le plus souvent célibataires et sans enfants, et tiennent à ce qu'il en soit ainsi. Les Contestataires de contre-culture sont aussi, et de loin, le groupe le plus instruit (un sur cinq possède un diplôme d'études supérieures), bien que le revenu de leur ménage soit un peu inférieur à la moyenne. Ce groupe compte une proportion notable de Canadien.ne.s de première génération, mais la plupart d'entre eux et elles s'identifient également comme blanc.he.s. sur le plan ethnique (par exemple, les anglophones arrivant des États-Unis et d'Europe). Les Contestataires de contre-culture sont la quintessence des progressistes, deux tiers d'entre ces personnes s'identifiant à la gauche, contre seulement trois pour cent à la droite.

LES GROUPES DE VALEURS SOCIALES DE LA
GÉNÉRATION Z CANADIENNE

Environics Research a récemment identifié sept groupes distincts de valeurs sociales pour la génération Z du Canada, en se basant sur la portion plus âgée de cette génération (de 18 à 24 ans). Ces groupes ne sont pas de jeunes clones des groupes des milléniaux qui les précèdent, mais certaines similitudes apparaissent.

IDÉALISTES ÉGALITAIRES *(26 % DES CANADIEN.NE.S LES PLUS AGÉ.E.S DE LA GÉNÉRATION Z)*

Les Idéalistes égalitaires sont l'équivalent de la génération Z des Idéalistes engagé.e.s de la génération Y (et notamment le plus grand des segments de la génération Z). Ils et elles ont une vision optimiste du monde et s'efforcent de mener le changement. Les Idéalistes égalitaires sont moins enclin.e.s à suivre aveuglément ce qu'ils et elles considèrent comme des normes dépassées, et sont de fervent.e.s défenseur.e.s de l'amélioration de la condition planétaire. Soucieux.euses d'aider les autres et l'environnement, ils et elles veulent s'impliquer et essaient activement d'exprimer leurs valeurs dans la vie quotidienne. Ils et elles obtiennent un score élevé en matière de responsabilité sociale, de préoccupation écologique et de consommation éthique. Avoir un emploi qui apporte une valeur sociale est essentiel pour leur sentiment d'identité progressiste et socialement responsable. Ce sont des « citoyen.ne.s du monde » empathiques. Ils et elles sont guidé.e.s par une forte boussole morale et se sentent appelé.e.s à faire la bonne chose pour soi-même, et non pour la reconnaissance. Ces jeunes sont plus orienté.e.s sur la spiritualité que la religion. Ils et elles veulent avoir un but et laisser un héritage, en faisant les deux d'une manière qui leur est authentique et qui laisse transparaître leur créativité et leur personnalité.

Les Idéalistes égalitaires sont l'un des groupes les plus susceptibles d'être des Canadien.ne.s de troisième génération et plus (c.-à-d. que leurs deux parents sont nés au pays) et de s'identifier ethniquement comme étant de race blanche. C'est de loin le groupe le plus féminin (73 %), les plus susceptibles de s'identifier comme LGBTQ (31 %) et les plus présent.e.s au Québec. Les membres de ce segment sont plus susceptibles que les autres d'avoir obtenu un diplôme postsecondaire et de se situer à gauche de l'échiquier politique.

BOSSEUR.EUSE.S DÉVOUÉ.E.S *(17 %)*

Les Bosseur.euse.s dévoué.e.s, par rapport aux autres groupes de la génération Z, sont plus conformistes et ressentent un fort sens du devoir. Ce sont des personnes optimistes et pleines d'espoir, qui vivent dans la conviction générale que les choses vont s'arranger. Leur principale priorité est de rendre leur famille fière. Moins soucieux. euses de tirer un sens de leur travail, les Bosseur.euse.s dévoué.e.s ont à cœur de faire de grands progrès dans leur carrière et à l'école; l'une des raisons de cet accent mis sur la réussite est qu'ils et elles se soucient beaucoup de la façon dont les autres les perçoivent. Avec des opinions politiques plus conservatrices que la plupart des autres groupes de la génération Z, ils et elles sont susceptibles d'être religieux.euses, de s'impliquer dans leurs communautés et d'exprimer un sentiment d'appartenance à ces communautés. Ils et elles éprouvent également un sentiment d'appartenance à leur pays, exprimant plus de fierté nationale que la plupart de leurs pairs. Les Bosseur. euse.s dévoué.e.s respectent l'autorité et pensent que les règles de la société doivent être suivies.

Les Bosseur.euse.s dévoué.e.s constituent l'un des trois segments englobant une grande partie des membres de la génération Z qui sont des Canadien.ne.s de première génération (la moitié seulement de ce groupe a deux parents né.e.s au Canada). Ils et elles sont l'un des deux groupes les moins susceptibles de s'identifier comme étant de race blanche, et sont fortement représenté.e.s parmi les Asiatiques du Sud et les Noir.e.s. Les Bosseur. euse.s dévoué.e.s sont le groupe de la génération Z le plus susceptible de travailler à temps plein, et ils et elles ont des niveaux d'éducation et de revenu moyens. Ils et elles sont majoritairement de genre masculin (65 %) et s'identifient comme hétérosexuel.le.s (77 %). Sur l'échiquier politique, ces membres de la génération Z constituent l'un des trois groupes qui penchent à droite.

HÉDONISTES TRAVAILLANT.E.S *(16 %)*

Les Hédonistes travaillant.e.s se donnent au maximum au travail et dans les loisirs, tout en cherchant des moyens de s'exprimer et de gagner l'admiration des autres. Ils et elles partagent un grand nombre des valeurs sociales

exprimées par les Battant.e.s éclectiques de la génération Y. Les Hédonistes travaillant.e.s ont besoin d'une validation extérieure de leurs réalisations, en partie parce que leur propre système de valeurs et leur vision du monde sont encore en cours d'élaboration. Ils et elles sont plus réactif.ve.s que proactif.ve.s dans leur engagement avec le monde: ce groupe est plus susceptible d'être des exécutant.e.s d'un mouvement social que de remarquer un problème et d'amener les autres à le résoudre. S'efforçant de répondre aux nombreuses exigences du travail, de la société, de la famille et des ami.e.s, les Hédonistes travaillant.e.s s'efforcent de donner le meilleur de soi-même dans tous les domaines de la vie. Ils et elles recherchent également des expériences intenses, peut-être pour faire une pause dans leur lutte quotidienne pour paraître bien et être à la hauteur. Leurs valeurs suggèrent une profonde impulsivité et une quête de gratification immédiate, de plaisir hédoniste et d'émotion intense. « YOLO » (on ne vit qu'une seule fois) est un cri de ralliement quotidien pour ce groupe.

Les Hédonistes travaillant.e.s se distinguent parmi les groupes de la génération Z comme étant les plus diversifiés en matière d'identité et d'origine ethniques (seulement 48% s'identifient comme étant de race blanche). Il s'agit de l'un des trois groupes de la génération Z qui sont majoritairement des Canadien.ne.s de première ou de deuxième génération, et qui vivent principalement en Ontario (surtout dans la région du Grand Toronto). Ils et elles sont semblables aux autres membres de leur génération en matière de niveau d'éducation, de revenus et de statut professionnel. Tout comme les Bosseur.euse.s dévoué.e.s, les Indépendant.e.s prudent.e.s et les Bosseur.euse.s dévoué.e.s plus agé.e.s, les Hédonistes travaillant.e.s ont tendance à s'identifier au côté droit de l'échiquier politique.

BATTANT.E.S HONNÊTES *(15%)*

Les Battant.e.s honnêtes travaillent dur pour satisfaire leur désir de réussite et de stabilité. Une partie de la recette de leur succès consiste à garder la tête froide: ce groupe a une grande capacité à maîtriser ses émotions. Ce groupe de jeunes montre les signes d'une lutte légèrement interne – ils et elles sont peu optimistes sur le plan personnel et, malgré leurs réalisations, ils et elles ont tendance à douter de soi-même, voire à présenter des symptômes du « syndrome de l'imposteur.ice ». C'est peut-être ce manque de confiance qui les amène à se sentir un peu déconnecté.e.s de la société: ils et elles obtiennent un score élevé en matière d'anomie/de désœuvrement, et leurs efforts sont fondés sur une pression interne, par opposition à une pression externe, pour réussir. Ils et elles ont besoin de stabilité dans les modes traditionnels, comme leur capacité à épargner pour un logement, et sont susceptibles d'épargner par principe; néanmoins, ils sont plus susceptibles que les personnes de leur âge de s'inquiéter de leur avenir financier. Les Battant.e.s honnêtes sont susceptibles de s'en tenir à des façons simples de faire les choses: ces personnes ont une aversion pour la complexité et ont tendance à être plus fermées aux idées nouvelles, à moins que ces idées ne soient étayées par des preuves concrètes qu'elles trouvent convaincantes.

Les Battant.e.s honnêtes sont les plus représenté.e.s parmi les Canadien.ne.s de deuxième génération (un tiers), bien que leur composition ethnique corresponde largement à celle de leurs pairs de la génération Z. Ils et elles ne se distinguent pas des autres segments en matière de revenu ou de statut professionnel, bien qu'ils et elles soient un peu moins susceptibles d'avoir un diplôme d'études supérieures. Les Battant.e.s honnêtes sont majoritairement des hommes (69%). Ce groupe se situe légèrement à gauche de l'échiquier politique.

INDÉPENDANT.E.S PRUDENT.E.S *(12%)*

Les Indépendant.e.s prudent.e.s aiment se lancer des défis et sont très optimistes – ils et elles sont, travailleur.euse.s et aiment relever des défis personnels. Ils et elles constituent le groupe de la génération Z le plus proche, en matière de profil de valeurs sociales, des Chums de gars et chums de filles de la génération Y (mais représentent une part beaucoup plus faible de leur génération). Les Indépendant.e.s prudent.e.s sont plus enclin.e.s à s'en tenir à un noyau d'ami.e.s de confiance qu'à explorer avec souplesse de nouveaux contacts sociaux, et leur nature plus solitaire fait qu'ils et elles sont susceptibles d'avoir besoin de recharger leurs batteries en solo en faisant une randonnée dans la nature, par exemple. Ces jeunes recherchent l'intensité dans tous les domaines de la vie – professionnelle et personnelle. Ils et elles préfèrent s'en tenir à leur propre façon de penser et sont moins susceptibles de faire preuve d'ouverture d'esprit. Ils et elles cherchent à garder leur vie simple et préfèrent les routines familières aux changements et aux variations. L'aspect réservé de leurs personnages signifie qu'ils et elles acceptent souvent moins bien les différences d'identité et de perspective

en matière de race et de genre. Ils et elles expriment également une plus grande indifférence à l'égard de la violence que beaucoup de leurs pairs du même âge, la considérant comme faisant partie de la vie.

Les Indépendant.e.s prudent.e.s sont plus susceptibles de vivre au Québec et de s'identifier ethniquement comme étant de race blanche. Ils et elles ne se distinguent pas en matière de niveau d'études, mais sont un peu plus susceptibles que les autres membres de la génération Z de travailler (à temps plein ou partiel) et d'avoir des revenus plus élevés. Ils sont généralement de genre masculin (58 %) et s'identifient comme hétérosexuel.le.s (76 %). Politiquement, ce groupe penche à droite de l'échiquier politique.

RÉALISTES RÉFLÉCHI.E.S *(8 %)*

Les Réalistes réfléchi.e.s sont un groupe ouvert sur le monde, qui apporte un regard critique sur de nombreux aspects de la vie. Tout en présentant une certaine ressemblance avec les Loup.ve.s solitaires de la génération Y, ils et elles ne sont pas nécessairement pessimistes dans leur nature critique – et sont susceptibles d'avoir l'esprit ouvert. Il s'agit d'individualistes qui s'occupent soigneusement de soi-même, dans les grandes comme dans les petites choses. Beaucoup d'entre eux et elles sont en quête spirituelle et ont le sentiment de se ressourcer dans la nature. Il n'est donc pas surprenant que ces jeunes croient fermement à la protection de l'environnement. Ce groupe est souvent inquiet au sujet de ses revenus et se sent un peu étranger à la société, obtenant un score plus élevé que les autres en matière d'anomie/de désœuvrement. Les Réalistes réfléchi.e.s ont tendance à rejeter l'autorité. Peut-être en raison de leur scepticisme à l'égard de ce qu'on leur dit, ce sont des consommateur.ice.s averti.e.s, qui font des recherches sur leurs achats et ne prennent pas les descriptions de produits pour argent comptant. Ils et elles ont plus de mal que certain.e.s de leurs pairs du même âge à envisager leur avenir, en partie à cause de leur anxiété financière.

Les Réalistes réfléchi.e.s se distinguent comme le groupe ayant les niveaux de revenu et d'éducation les plus bas, et également le moins susceptible d'avoir un emploi ou d'étudier actuellement. Ces jeunes de la génération Z sont également plus susceptibles d'être des femmes, et de tous les groupes, ce sont eux et elles qui sont les plus susceptibles de s'identifier comme LGBTQ (près de quatre sur dix) et comme un genre non-conforme (11 %).

Les Réalistes réfléchi.e.s ont la plus forte représentation de peuples autochtones et une concentration dans les provinces de l'Atlantique et en Colombie-Britannique. Comme les Idéalistes égalitaires, ce groupe a tendance à s'identifier à la gauche de l'échiquier politique.

OBSERVATEUR.ICE.S OPTIMISTES *(6 %)*

Les Observateur.ice.s optimistes sont le plus petit groupe de la génération Z, et partagent de nombreuses valeurs avec les Réalistes réfléchi.e.s.

En même temps, on peut les qualifier de casanier.ère.s heureux.euses; ils et elles sont à l'aise dans leurs propres espaces et n'ont pas un sens aigu des obligations sociales ou mondaines. Ils et elles ne sont pas enclin.e.s à explorer le monde à la recherche de nouvelles expériences. Ce groupe est à l'aise dans son travail quotidien et est convaincu d'être sur la bonne voie. Ils et elles ne se préoccupent pas de la perception sociale de soi-même et apprécient leur situation actuelle. Les Observateur.ice.s optimistes croient qu'il faut travailler dur pour aller de l'avant; étant donné que ce groupe obtient un score élevé pour les valeurs individualistes, réussir signifie en partie obtenir une plus grande liberté et autonomie. Ils et elles ont une vision personnellement optimiste ainsi qu'un état d'esprit post-matérialiste, adoptant une approche « vivre et laisser vivre » du monde qui les entoure. L'observateur.ice optimiste est l'ami.e discret.ète ou relax.e du groupe.

Contrairement aux Réalistes réfléchi.e.s, les Observateur.ice.s optimistes se distinguent par un niveau d'éducation et de revenu élevé. Ils et elles ressemblent également aux Idéalistes égalitaires en étant principalement de race blanche et Canadien.ne.s de troisième génération. Ce groupe est le plus représenté au Québec, ainsi que parmi les membres de la génération Z qui s'identifient comme hétérosexuel.le.s (82 %). Par rapport à la plupart des autres groupes de la génération Z, ils et elles ne font pas preuve d'une grande conscience sociale et ont tendance à se positionner au milieu de l'échiquier politique.

SOMMAIRE DÉCISIONNEL

La jeunesse canadienne – la génération Y (25 à 40 ans) et la portion plus âgée de la génération Z (18 à 24 ans) – fait maintenant son chemin dans un monde très différent de celui dans lequel leurs parents et grands-parents ont navigué à leur époque. Aujourd'hui, ces jeunes générations bénéficient d'opportunités et de libertés sans précédent, tout en étant confrontées à des défis sans précédent dans les domaines de l'emploi et du logement, ainsi qu'à des menaces nationales et mondiales telles que la crise climatique, l'aggravation des inégalités, le racisme systémique et, plus récemment, une pandémie majeure qui a mis une grande partie de leur vie entre parenthèses.

C'est dans ce contexte que la recherche dépeint la vie et les perspectives des Canadien.ne.s de la génération Y et Z en matière d'identité personnelle, de circonstances, d'aspirations de vie et de perspectives sur la démocratie, les enjeux mondiaux et l'engagement civique. Dans l'ensemble, les jeunes s'en sortent bien, surtout si l'on tient compte de la pandémie mondiale qui datait déjà de six mois lorsque la recherche a été menée. Mais les circonstances et les perspectives sont loin d'être uniformes au sein de ces générations, et il existe des différences significatives dans un certain nombre de domaines.

Comme l'ont démontré les recherches précédentes de l'Institute, l'éducation est l'un des facteurs de différenciation les plus importants chez les jeunes au Canada; les jeunes qui détiennent un diplôme d'études postsecondaires s'en sortent nettement mieux et expriment des perspectives d'avenir plus positives que les jeunes qui n'ont qu'un diplôme d'études secondaires. En comparaison, le revenu du ménage ne fait pas autant de différence. Les circonstances et les perspectives positives sont également étroitement liées au fait de se sentir connecté à sa communauté locale, ce qui suggère que de nombreux jeunes de ce pays luttent contre l'isolement social.

Les jeunes Canadien.ne.s constituent les générations les plus diversifiées sur le plan ethnique et racial de l'histoire du pays, ce qui se reflète dans la plupart des sujets abordés dans cette étude. Les jeunes d'Asie du Sud se distinguent comme étant parmi les plus performant.e.s et les plus optimistes, ce qui s'explique en partie par le fait que leur niveau d'éducation soit le plus élevé. Les jeunes Noir.e.s font également preuve d'une motivation et d'une confiance remarquables lorsqu'il s'agit de poursuivre des études postsecondaires et d'envisager leur carrière et leurs revenus futurs. En comparaison, les jeunes autochtones ne s'en sortent pas aussi bien que dans certaines domaines.

L'étude révèle que les valeurs sociales jouent un rôle important dans les circonstances, les expériences et les perspectives des jeunes Canadien.ne.s, au-delà des données démographiques comme l'éducation et l'origine ethnique ou raciale. Les valeurs sociales – réparties en six groupes de la génération Y et sept groupes de la génération Z – donnent un aperçu important de l'orientation de ces générations en matière de vie, de carrière, de politique et d'engagement civique. Parmi les milléniaux, ce sont les **Battant.e.s éclectiques**– le groupe le plus diversifié sur le plan ethnique de cette génération – qui réussissent le mieux, sont les plus engagé.e.s et les plus optimistes. Les **Idéalistes engagé.e.s** et les **Contestataires de contre-culture** obtiennent également de bons résultats en matière d'éducation et d'emploi, et sont parmi les plus activement engagé.e.s dans les enjeux locaux et mondiaux. **Les Chums de gars et chums de filles** constituent le groupe le plus important de cette génération et ces personnes ont donc tendance à définir la moyenne dans la plupart des domaines. Les **Loup.ve.s solitaires** (qui représentent un sixième des milléniaux) constituent le groupe le plus susceptible de connaître des difficultés dans sa vie et qui affiche les perspectives d'avenir les plus négatives.

On observe un schéma similaire chez la portion plus âgée des jeunes de la génération Z. Les groupes les plus performants de cette jeune génération sont aussi les plus diversifiés sur le plan ethnique – les **Hédonistes travaillant.e.s** en particulier, mais aussi les **Bosseur.euse.s dévoué.e.s**. Les **Idéalistes égalitaires** ressemblent à bien des égards aux **Idéalistes engagé.e.s** plus agé.e.s, et partagent en grande partie les mêmes perspectives et aspirations. Dans cette génération, le moins de succès et d'optimisme se trouve parmi les **Réalistes réfléchi.e.s** (le groupe ayant le moins d'éducation et de revenus, ainsi qu'un regard critique sur de nombreux aspects de la vie), et les **Observateur.ice.s optimistes** qui partagent beaucoup des mêmes valeurs, mais un profil socio-économique différent. Deux autres segments de la génération Z – les **Battant.e.s honnêtes** et les **Indépendant.e.s prudent.e.s** – occupent un espace intermédiaire.

Cette typologie des valeurs sociales offre un cadre précieux pour comprendre les Canadien.ne.s des générations Y et Z, et déterminer la meilleure façon de prendre en compte leurs priorités et leurs intérêts en matière de marketing, de politique publique et d'engagement citoyen. Comme l'ont révélé cette recherche et d'autres études telles qu'Ensemble, nous pouvons

agir de L'apathie c'est plate, les jeunes ne constituent pas un groupe monolithique. Il est donc essentiel d'apprécier la diversité des perspectives et des expériences des jeunes et, ce faisant, de leur fournir plus qu'un simple espace pour les encourager à s'impliquer dans leurs communautés et dans le processus démocratique au sens large. La création de nouveaux types de possibilités pour les jeunes leur permettra de se connecter plus facilement à leurs communautés et de devenir des décideur.euse.s et des leaders à part entière.

RÉSUMÉ DES PRINCIPALES CONCLUSIONS

Identités personnelles— Pour l'ensemble des jeunes Canadien.ne.s, l'identité personnelle est plus fortement liée à leur pays, à leur genre et à leur langue, et dans une moindre mesure à leur génération, à leur région ou province et à leur religion. Pour les jeunes autochtones, leur nation ou leur communauté est l'identifiant le plus fort (en particulier chez la génération Z), tandis que l'ethnicité ou la race est le plus largement adoptée par les Noir.e.s et les Sud-Asiatiques, ainsi que par les membres des groupes de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique (Hédonistes travaillant.e.s, Battant.e.s éclectiques); les jeunes de ces deux groupes se distinguent en donnant la priorité à tous les aspects de leur identité.

Presque tous les jeunes indiquent que leur genre est masculin ou féminin, et les trois quarts d'entre eux et elles indiquent que leur orientation sexuelle est hétérosexuelle, un.e sur dix se déclarant bisexuel.le et une proportion similaire indiquant une autre identité sexuelle. Les orientations non hétérosexuelles sont plus fréquentes chez les jeunes autochtones de la génération Z, ainsi que chez les femmes, les jeunes de 18 à 21 ans, les Réalistes réfléchi.e.s et les Contestataires de contre-culture.

Les jeunes non autochtones s'identifient plus fortement au Canada qu'à leur province, surtout en Ontario et moins au Québec (bien que seulement un.e sur six s'identifie exclusivement comme Québécois.e). De même, les jeunes autochtones sont plus enclin.e.s à se considérer comme des Canadien.ne.s que comme des autochtones (surtout chez les Métis), la grande majorité d'entre eux et elles s'identifiant dans une certaine mesure aux deux.

Satisfaction à l'égard de la vie— Au milieu de la pandémie, à la fin de 2020, un quart des jeunes Canadien.ne.s déclarent avoir un niveau élevé de satisfaction générale dans la vie, contre un.e sur cinq qui la décrit comme faible ou médiocre. La satisfaction à l'égard de la vie est plus étroitement liée au revenu du ménage et au niveau d'éducation, mais elle est aussi fortement liée à la façon dont les jeunes se sentent lié.e.s à leur communauté locale. Les milléniaux ont des niveaux de satisfaction un peu plus élevés que les jeunes de la génération Z, mais ils sont maintenant un peu moins positif.ve.s qu'en 2016 (peut-être en raison de leur situation en pandémie). Parmi les membres de la génération Z, ce sont les Bosseur.euse.s dévoué.e.s et les Hédonistes travaillant.e.s qui sont les plus satisfait.e.s de leur vie en général (contrairement aux Réalistes réfléchi.e.s), tandis que parmi les milléniaux, ce sont les Battant.e.s éclectiques qui sont les plus positif.ve.s (et le seul groupe de cette génération à montrer une amélioration au cours des dernières années).

Emploi et revenu— Sept jeunes sur dix ont un emploi à temps plein ou partiel, un.e sur cinq est scolarisé.e et un.e sur quatre n'est pas sur le marché du travail. L'emploi est le plus fortement lié au niveau d'éducation, et le moins susceptible d'être déclaré par les jeunes autochtones. Un peu plus d'une personne sur trois pense gagner suffisamment d'argent pour vivre comme elle le souhaiterait, et cette proportion dépasse à peine les 50 % chez les personnes se situant dans la tranche de revenus la plus élevée (100 000 $ et plus). L'adéquation du revenu chez les milléniaux en tant que génération est restée stable depuis 2016, mais a augmenté de manière notable chez les Battant.e.s éclectiques, tout en diminuant chez les Idéalistes engagé.e.s et les Néo-traditionalistes.

Si la majorité des membres de ce groupe ne sont pas satisfait.e.s de leurs revenus actuels, la plupart sont optimistes quant à leurs perspectives d'atteindre le revenu souhaité. Cette perspective positive est plus évidente chez les jeunes ayant fait au moins quelques études postsecondaires, chez les Noir.e.s et dans la cohorte la plus jeune (18 à 21 ans). L'optimisme quant à la réussite financière future a baissé chez les milléniaux depuis 2016, de manière plus notable chez les femmes, les personnes dont le revenu est inférieur à 60 000 $, et les Chums de gars et chums de filles et Loup.ve.s solitaires. En revanche, les milléniaux autochtones sont aujourd'hui plus optimistes qu'auparavant quant à la possibilité d'avoir un jour l'argent nécessaire pour vivre comme ils et elles l'entendent.

L'appartenance à la communauté— Seul.e un.e jeune sur six éprouve un fort sentiment d'appartenance à ce qu'il et elle définit comme sa communauté locale (généralement son quartier), et plus de deux fois plus de jeunes décrivent ce lien comme assez ou très faible. Un fort sentiment d'appartenance à la communauté est le plus souvent signalé par les jeunes

d'origine sud-asiatique et les jeunes Noir.e.s, ainsi que par les groupes de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique dans les deux générations (par exemple, Hédonistes travaillant.e.s et Battant.e.s éclectiques), contrairement à ceux et celles qui sont majoritairement de race blanche (Réalistes réfléchi.e.s et Loup.ve.s solitaires). Les raisons de la faiblesse des liens communautaires relèvent principalement de l'un des deux thèmes suivants: la description de leur quartier comme étant peu amical ou peu accueillant, et des raisons personnelles telles que la préférence pour le repli sur soi ou le fait d'avoir récemment déménagé dans un quartier.

Principaux objectifs de vie et aspirations— Ce que les jeunes Canadien.ne.s disent souhaiter le plus dans la vie, ce sont des relations positives avec leur famille ou leur partenaire et une carrière réussie, suivies de la sécurité financière, de la croissance personnelle et de l'accession à la propriété. L'évolution de la carrière et l'éducation sont davantage privilégiées au cours des deux prochaines années, alors qu'elles l'étaient tout au long de la vie. Mais certain.e.s ne se projettent pas dans l'avenir, un.e sur cinq n'identifiant aucun objectif à court terme ou à vie; ce groupe est le plus susceptible d'inclure des hommes ayant un niveau d'éducation et un emploi limités, ainsi qu'une proportion importante de Loup.ve.s solitaires de la génération Y et de Battant.e.s honnêtes de la Génération Z.

En ce qui concerne ce que les jeunes attendent le plus de leur travail et de leur carrière, les deux générations accordent la plus grande priorité à l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et à la sécurité financière, sept personnes sur dix déclarant que ces éléments sont d'une importance capitale. L'accent est moins mis sur la création de richesses pour soi-même et leur famille et sur la flexibilité dans la manière et le moment de travailler. En comparaison, peu des membres de ce groupe accordent une importance cruciale au travail et aux carrières qui apportent une contribution importante à la société, une priorité qui diminue avec chaque cohorte d'âge successive à travers les générations. Plus que d'autres objectifs de travail et de carrière, la contribution à la société est une fonction des valeurs sociales de chacun.e: elle est plus susceptible d'être importante pour les Hédonistes travaillant.e.s et les Idéalistes égalitaires de la génération Z, ainsi que pour leurs homologues de la génération Y, les Battant.e.s éclectiques et les Idéalistes engagé.e.s. En revanche, très peu d'Observateur.ice.s optimistes, de Chums de gars et chums de filles ou de Loup.ve.s solitaires partagent cette ambition.

Enfin, les jeunes sont plus susceptibles d'exprimer leur confiance dans la réalisation de leurs objectifs professionnels et de carrière, mais c'est plus souvent le cas des hommes et des personnes qui ont un niveau d'éducation et de revenu plus élevé. Parmi les groupes ethniques/raciaux, les jeunes Noir.e.s sont ceux et celles qui ont le plus confiance dans leur avenir professionnel, tout comme les milléniaux d'origine sud-asiatique. Les jeunes autochtones sont les moins susceptibles d'exprimer le même optimisme quant à la réalisation de leurs objectifs professionnels et de carrière.

Valeur de l'enseignement postsecondaire— La plupart des jeunes au Canada voient la valeur des études postsecondaires, mais tout le monde n'en est pas convaincu. Seulement trois personnes sur dix pensent qu'elles sont essentielles pour avoir une vie épanouie, une majorité d'entre elles déclarant qu'elles sont importantes, mais pas essentielles, et une autre personne sur six estime qu'elles ne sont pas importantes. Parmi les personnes qui ont un diplôme d'études postsecondaires, moins de la moitié disent qu'elles ont été très utiles dans leur carrière à ce jour, et elles sont également divisées sur la question de savoir si elles obtiendraient le même diplôme si on leur donnait une deuxième chance; beaucoup s'orienteraient vers un autre domaine d'études, tandis qu'un plus petit groupe dit qu'il aurait fait quelque chose en dehors de l'éducation formelle (par exemple, créer une entreprise). Pour les personnes qui n'ont pas de diplôme d'études postsecondaires, environ la moitié prévoit d'en obtenir un (ou sont déjà inscrites), tandis que l'autre moitié indique qu'elle n'a aucun projet ou qu'elle est incertaine. Les jeunes qui ont l'intention de poursuivre leurs études ont tendance à être des Canadien.ne.s de première génération, et ceux et celles qui sont noir.e.s et sud-asiatiques.

Comme pour le travail et les objectifs de carrière, les perspectives sur la valeur des études postsecondaires sont fortement liées aux valeurs sociales, indépendamment de l'éducation actuelle. Parmi les milléniaux, les opinions positives sont le plus souvent exprimées par les Battant.e.s éclectiques et les Idéalistes engagé.e.s, et le moins par les Loup.ve.s solitaires et les Contestataires de contre-culture; ces deux derniers groupes ont respectivement les niveaux d'éducation les plus bas et les plus élevés, ce qui suggère que leur scepticisme à l'égard des études postsecondaires a des raisons différentes.

La même tendance est évidente chez les jeunes de la génération Z: les opinions sur les études postsecondaires sont les plus positives chez les Hédonistes travaillant.e.s et les Idéalistes égalitaires, et les moins positives chez les Réalistes réfléchi.e.s et les Idéalistes égalitaires (encore une fois, les groupes les moins et les plus scolarisés, respectivement).

Perspectives sur la démocratie et les institutions— Les jeunes Canadien.ne.s appuient sous réserve la démocratie et les gouvernements de leur pays. Ils et elles sont plus enclin.e.s que les autres à se déclarer satisfait.e.s du fonctionnement de la démocratie (les membres de la génération Z en particulier) et la plupart d'entre eux et elles pensent que leurs gouvernements fonctionnent, même s'ils et eles connaissent des problèmes majeurs. Parmi les principales institutions et les principaux

secteurs canadiens, les jeunes ont le plus confiance dans le système de soins de santé du pays, les principaux organismes sans but lucratif (p. ex., YMCA, Centraide) et les universités et collèges, suivis des banques, du système scolaire et du système judiciaire et des tribunaux. En comparaison, cette confiance est moins évidente lorsqu'il s'agit du Parlement fédéral, des médias canadiens et des grandes entreprises.

La confiance dans la démocratie, les gouvernements et les institutions du pays est la plus forte parmi les groupes de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique: Les Battant.e.s divers.es et les Néo-traditionalistes de la génération Y, et les Hédonistes travaillant.e.s et les Bosseur.euse.s dévoué.e.s de la génération Z. Ce sont ces mêmes groupes qui ont le plus fort sentiment d'appartenance à une communauté locale. Il n'est pas surprenant que cette confiance dans la démocratie et les institutions soit la plus faible chez les jeunes les moins éduqué.e.s et les plus sceptiques à l'égard de l'autorité (Loup.ve.s solitaires et Réalistes réfléchi.e.s).

Perspectives sur les enjeux mondiaux et canadiens— Compte tenu de l'état actuel du monde, il n'est pas surprenant que les jeunes Canadien.ne.s soient plus pessimistes qu'optimistes quant à la direction que prendra le monde au cours de la prochaine décennie. En ce qui concerne la réalisation de progrès réels sur les grands problèmes mondiaux, ils et elles sont les plus optimistes quant aux progrès réalisés en matière d'inégalité entre les genres, de pandémies comme la COVID-19 et de racisme, et le sont moins en ce qui concerne le changement climatique et la pauvreté/l'inégalité économique. Une fois de plus, ce sont les Hédonistes travaillant.e.s et les Battant.e.s éclectiques qui expriment les perspectives les plus positives, par rapport aux Réalistes réfléchi.e.s et aux Loup.ve.s solitaires. Les Contestataires de contre-culture de la génération Y sont particulièrement pessimistes quant à l'avenir mondial.

Lorsqu'il s'agit de savoir comment progresser sur les questions urgentes qui se posent chez nous, les jeunes expriment une confiance tempérée dans l'efficacité de stratégies de changement social telles que le développement de projets communautaires de base, la responsabilisation des gouvernements par le biais des élections et du vote, le lancement de mouvements sociaux pour créer un débat public et le plaidoyer pour une réforme des politiques. En ce qui concerne le potentiel de changement significatif, ce sont les Idéalistes engagé.e.s de la génération Y et les Idéalistes égalitaires de la génération Z qui sont les plus pour faire la différence, contrairement aux Loup.ve.s solitaires, aux ambitieux et aux Observateur.ice.s optimistes.

Engagement civique et politique— La plupart des jeunes Canadien.ne.s suivent les nouvelles et l'actualité, la moitié d'entre eux et elles le faisant au moins quotidiennement, contre seulement un.e sur six qui le fait rarement ou jamais. Une majorité d'entre eux et elles expriment un certain intérêt pour la politique, même s'il n'est pas très marqué, surtout parmi les Bosseur.euse.s dévoué.e.s et les Idéalistes égalitaires de la génération Z, ainsi que les Contestataires de contre-culture et Battant.e.s éclectiques de la génération Y.

Les jeunes couvrent tout le spectre de l'orientation politique, avec environ un quart d'entre eux et eles se situant à droite, un.e sur cinq à gauche, et quatre sur dix se situant quelque part au milieu. La plupart des groupes de valeurs sociales des jeunes ont tendance à se situer au milieu du spectre politique. Ceux et celles qui se situent clairement à gauche sur le plan politique sont les Idéalistes égalitaires et les Réalistes réfléchi.e.s de la génération Z, ainsi que les Contestataires de contre-culture de la génération Y. La droite politique est plus susceptible d'être représentée par les Bosseur.euse.s dévoué.e.s, les Hédonistes travaillant.e.s et les Indépendant.e.s prudent.e.s de la génération Z, ainsi que par les Néo-traditionalistes de la génération Y.

Quelle que soit leur orientation politique, la plupart des jeunes ne limitent pas leurs cercles sociaux aux personnes de même tendance. Moins de quatre personnes sur dix déclarent que leurs ami.e.s ou la plupart d'entre eux et elles partagent leurs propres opinions politiques, et environ la moitié d'entre elles se connectent à d'autres personnes (en ligne et en personne) dont l'orientation politique est très différente de la leur. Cette pratique est similaire dans tous les groupes de valeurs sociales, mais les Battant.e.s éclectiques se distinguent par le fait qu'ils et elles sont les plus susceptibles d'avoir l'entièreté ou la plupart de leurs ami.e.s partageant leurs propres opinions, mais qu'ils et elles s'engagent également avec les personnes dont le point de vue est très différent.

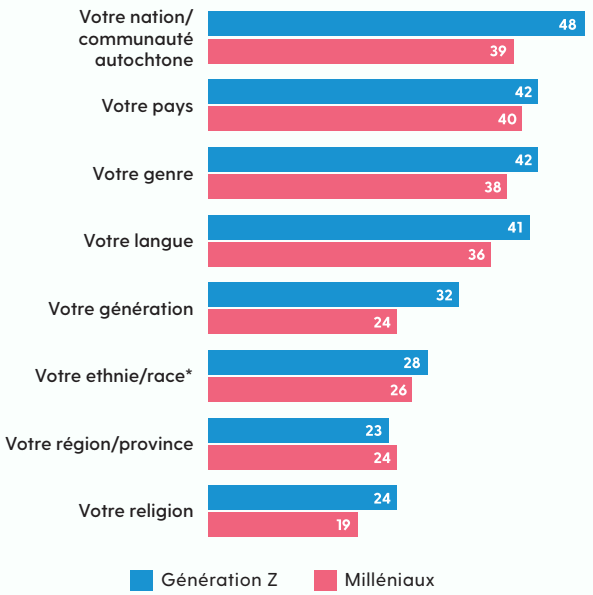
Un tiers des jeunes Canadien.ne.s déclarent avoir fait du bénévolat non rémunéré au cours de l'année écoulée, une activité étroitement liée au niveau d'instruction (en particulier chez les titulaires d'un diplôme d'études supérieures), et plus fréquente chez les Battant.e.s éclectiques. Près de la moitié d'entre eux et elles appartiennent ou participent à des organisations et groupes locaux, tels que les syndicats, les associations professionnelles et celles associées à des activités telles que le sport, la religion, la culture et les arts. Ce type d'activité est le plus courant chez les Battant.e.s éclectiques et les Contestataires de contre-culture de la génération Y, ainsi que chez les Hédonistes travaillant.e.s, les Bosseur.euse.s dévoué.e.s et les Battant.e.s honnêtes de la génération Z.

IDENTITÉ PERSONNELLE

ASPECTS IMPORTANTS DE L'IDENTITÉ

Pour les jeunes Canadien.ne.s, l'identité personnelle est le plus fortement liée à leur pays, à leur genre et à leur langue, suivis par la génération, l'ethnicité ou la race, la région ou la province et la religion. Tous les aspects de l'identité sont plus forts chez les jeunes de la génération Z et ceux et celles qui sont noir.e.s et sud-asiatiques.

Très important pour l'identité personnelle
par génération



* *Non-Autochtone seulement*

Q.17a-h
Je vais vous lire un certain nombre de facteurs qui peuvent contribuer au sentiment personnel d'identité d'une personne. Pour chacun, veuillez me dire si chacun des éléments suivants est très important, assez important, pas très important ou pas du tout important pour votre propre sentiment d'identité.

Qu'est-ce qui compte le plus dans la façon dont les gens définissent leur identité personnelle? Le sondage a examiné dans quelle mesure les jeunes Canadien.ne.s considèrent chacun des huit aspects de l'identité comme important. Dans l'ensemble, les jeunes sont plus susceptibles d'accorder une grande importance à leur pays (les participant.e.s autochtones accordant une grande importance à leur nation ou communauté autochtone), suivi de leur genre et de leur langue. Par comparaison, les jeunes sont moins enclin.e.s à se définir en fonction de leur génération, de leur ethnie ou de leur race (chez les participant.e.s non autochtones), de leur religion et de leur région ou province. L'ordre de classement général de ces identités est largement le même pour les deux générations, mais les membres de la génération Z sont un peu plus susceptibles que les milléniaux de considérer chacune d'elles comme très importante.

Pays— Quatre Canadien.ne.s de la génération Z (42%) et de la génération Y (40%) sur dix considèrent que leur pays est très important pour leur sentiment d'identité personnelle, contre moins d'un.e sur cinq qui déclare qu'il n'est pas très important ou pas du tout important (18% et 17%, respectivement). Dans les deux générations, l'importance du pays comme source d'identité est plus évidente chez les Canadien.ne.s de première génération (46%) et les jeunes qui s'identifient comme Sud-Asiatiques (56%) et Noir.e.s (50%), comparativement à ceux et celles qui sont Chinois.es (35%), Blanc.he.s (39%) et Autochtones (42%). L'identification à leur pays est la plus forte dans les provinces de l'Atlantique (49% disent que c'est très important) et en Ontario (46%), et la plus faible au Québec (28%).

L'identité nationale varie également de manière significative selon les segments de valeurs sociales. Parmi les jeunes de la génération Z, la forte identification au pays est plus fréquente chez les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (51%) et les Hédonistes travaillant.e.s (62%), et moins fréquente chez les Observateur.ice.s optimistes (28%). Parmi les milléniaux, l'identification au pays est la plus forte chez les Battant.e.s éclectiques (56%), contrairement aux Loup.ve.s solitaires (24%) et aux Contestataires de contre-culture (20%).

Nation ou communauté autochtone. Parmi les 444 participant.e.s au sondage qui s'identifient comme autochtones, près de la moitié (48%) des membres de la génération Z et quatre milléniaux sur dix (39%) déclarent que leur nation ou leur communauté autochtone est très importante pour leur identité personnelle, tandis que moins de la moitié d'entre eux et elles indiquent qu'elle n'est pas importante (16% et 22%, respectivement). La taille de l'échantillon n'est pas assez grande pour permettre une analyse complète par groupe, mais cet aspect de l'identité est plus fortement priorisé chez les jeunes des Premières Nations (50%) que chez les jeunes Métis.ses (31%) (il y a trop peu de participant.e.s Inuits pour que les résultats soient rapportés).

Genre— Quatre membres de la génération Z sur dix (42%) et une proportion similaire (38%) de milléniaux déclarent que leur genre est un élément très important de leur identité personnelle, contre un.e sur quatre qui indique qu'il n'est pas très important ou pas du tout important (23% et 25% respectivement). Les femmes ne sont qu'un peu plus enclines à accorder une grande importance à l'identité de genre (42%, contre 36% chez les hommes) et cela s'applique également aux deux générations. Ce qui semble faire le plus de différence, c'est l'identité ethnique ou raciale, les jeunes Noir.e.s (61%) et les jeunes d'Asie du Sud (55%) étant les plus susceptibles de dire que le genre est très important pour leur identité. Dans tous les groupes ethniques et raciaux, les femmes accordent plus d'importance à l'identité sexuelle que les hommes, par une marge de sept à neuf points de pourcentage, sauf dans le cas des jeunes Chinois.e.s où il n'y a pas de différence.

L'importance proportionnellement plus grande accordée à l'identité sexuelle chez certains jeunes racialisé.e.s se reflète également dans les segments de valeurs sociales qui sont les plus diversifiés sur le plan ethnique: Les Hédonistes travaillant.e.s (55%) parmi les membres de la génération Z, et les Battant.e.s éclectiques (53%) et les Néo-traditionalistes (52%) parmi les milléniaux.

Langue— Quatre membres de la génération Z sur dix (41%) et 36% des milléniaux accordent une grande importance à leur langue en tant que source d'identité personnelle, contre ceux pour qui elle est peu ou pas importante (21% et 24%, respectivement). Comme on pouvait s'y attendre, les francophones (45%) accordent une plus grande importance à la langue que les anglophones (37%), et encore plus chez les jeunes qui s'identifient comme Noir.e.s (46%, surtout chez les milléniaux), Autochtones (45%) et Sud-Asiatiques (45%, surtout chez la génération Z). La langue est privilégiée par les deux segments les plus diversifiés sur le plan ethnique: les Hédonistes travaillant.e.s de la génération Z et les Battant.e.s éclectiques de la génération Y (deux groupes aux profils de valeurs sociales similaires).

Génération— Un tiers (32%) des jeunes de la génération Z et un quart (24%) des jeunes de la génération Y déclarent que leur génération constitue une partie très importante de leur identité personnelle (contre 25% et 31%, respectivement, qui déclarent que ce n'est pas important). Dans les deux cohortes, c'est parmi les jeunes racisés que la génération est la plus importante, en particulier parmi les Sud-Asiatiques (49%) et les Noir.e.s (44%), ainsi que parmi les autochtones de la génération Z (42%). En comparaison, moins d'un.e Blanc.he (23%) et d'un.e Chinois.e (23%) sur quatre accorde cette priorité à la génération dans le cadre de son identité personnelle. Comme pour la langue, la génération est plus susceptible d'être une composante forte de l'identité chez les Hédonistes travaillant.e.s (génération Z) et les Battant.e.s éclectiques (milléniaux).

Ethnicité/Race— Parmi les jeunes Canadien.ne.s non autochtones, un peu moins de trois sur dix considèrent que leur origine ethnique ou raciale est très importante pour leur identité personnelle (essentiellement la même chose chez les membres de la génération Z [28%] et les milléniaux [26%]). Comme on pouvait s'y attendre, cette question est beaucoup plus pertinente pour les jeunes racialisé.e.s et en particulier pour ceux et celles qui s'identifient comme Noir.e.s (66%; 69% chez la génération Z, 61% chez les milléniaux), suivis par ceux et celles qui sont sud-asiatiques (47%) et chinois.e.s (44%). En comparaison, moins d'un.e jeune blanc.he sur cinq (19%) accorde une grande importance à son identité ethnique ou raciale, et près de la moitié (47%) dit qu'elle est peu ou pas importante. L'accent mis sur l'identité ethnique/raciale se reflète dans les deux segments de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique (Hédonistes travaillant.e.s, Battant.e.s éclectiques).

Région ou province— Seulement un.e jeune Canadien.ne sur quatre (24%) accorde une grande importance à sa région ou à sa province comme source d'identité personnelle. Cela varie quelque peu d'un bout à l'autre du pays, avec une forte importance allant d'un maximum dans les provinces de l'Atlantique (37%) à un minimum en Ontario (21%), le Québec se situant près de l'extrémité inférieure (24%). Comme c'est le cas pour d'autres aspects de l'identité, la région ou la province était considérée comme très importante chez les jeunes qui sont Noir.e.s (31%), Autochtones (31%) et Sud-Asiatiques (36%), comparativement à ceux et celles qui sont Blanc.he.s (22%) et Chinois.e.s (21%). L'accent mis sur l'identité ethnique/raciale se reflète dans les deux segments de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique (Hédonistes travaillant.e.s, Battant.e.s éclectiques).

Religion— Comparativement aux autres dimensions de l'identité, les Canadien.ne.s sont les moins susceptibles d'accorder une grande importance à la religion comme source d'identité personnelle (24% des membres de la génération Z et 18% des milléniaux). Toutefois, comme pour les autres dimensions, cette source d'identité est fortement influencée par l'origine ethnique ou raciale: La religion revêt une plus grande importance pour les jeunes qui s'identifient comme Noir.e.s (46% disent qu'elle est très importante) et Sud-Asiatiques (46%), contrairement à ceux et celles qui sont Blanc.he.s (16%) et chinois.e.s (13%). Dans tous les segments de valeurs sociales, la religion est la plus importante comme base de l'identité personnelle chez les membres de la génération Z qui sont des Hédonistes travaillant.e.s (39%) et des Bosseur.euse.s dévoué.e.s (37%), et chez les milléniaux qui sont de Néo-traditionalistes (51%) et des Battant.e.s éclectiques (38%).

POPULATION DE RÉFÉRENCE

Les recherches menées par l'Environics Institute auprès de l'ensemble de la population canadienne (âgée de 18 ans et plus) en 2019 révèlent que les jeunes sont moins susceptibles que les générations plus âgées d'accorder une grande importance à chacun de ces aspects de l'identité, surtout par rapport aux Canadien.ne.s âgés de 55 ans et plus*. Cette différence est plus prononcée en ce qui concerne la nation/communauté autochtone, le pays, la région/province et la langue.

**Confederation of Tomorrow: 2019 Survey of Canadians. Environics Institute*

GENRE ET ORIENTATION SEXUELLE

Presque tous les jeunes Canadien.ne.s identifient leur genre comme étant soit féminin, soit masculin. Les trois quarts s'identifient comme hétérosexuel.le.s, certain.e.s (surtout les femmes et les jeunes de 18 à 21 ans) se présentant également comme bisexuel.le.s ou d'une autre orientation. Les jeunes autochtones expriment le plus large éventail d'orientations sexuelles.

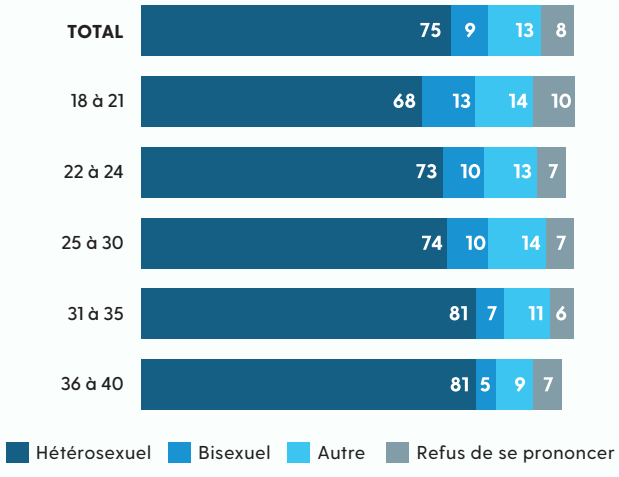
Les participant.e.s au sondage ont également été interrogé.e.s sur leur identité de genre et leur orientation sexuelle, sur la base d'une liste de catégories conformes et non-conformes, avec la possibilité de se porter volontaire pour d'autres catégories non listées.

Identité de genre— Presque tous les jeunes Canadien.ne.s se disent de genre féminin (50%) ou masculin (48%), les autres se disent non binaires (1%) ou transgenres (1%), et moins de 1% se disent bi-spirituel.le.s ou homosexuel.le.s. Un autre un pour cent a choisi de ne pas fournir de réponse. Les réponses ne diffèrent pas sensiblement entre les deux générations. L'identification non-conforme au genre (c'est-à-dire ni femme ni homme) est plus susceptible d'être exprimée par les jeunes autochtones (5%), les Réalistes réfléchi.e.s de la génération Z (10%) et les Contestataires de contre-culture de la génération Y (6%).

Orientation sexuelle— Les trois quarts (75%) des jeunes Canadien.ne.s s'identifient comme hétérosexuel.le.s, tandis qu'un.e sur dix (9%) s'identifie comme bisexuel.le. Des proportions plus faibles indiquent d'autres orientations, notamment gai (3%), pansexuel (2%), lesbienne (2%), asexuel (2%), en questionnement (2%), queer (1%), bi-spirituel (1%) et autre chose (<1%). Huit pour cent ont refusé de répondre à la question.

Les participant.e.s pouvaient donner plus d'une option, et cela était plus fréquent chez ceux et celles qui s'identifiaient comme autres qu'hétérosexuel.le.s. Une majorité dans presque tous les groupes sociodémographiques et de valeurs sociales s'identifie comme hétérosexuel.le.s, mais cette orientation semble aussi être en partie fonction de l'âge au sein des cohortes générationnelles: l'identification comme étant

Orientation sexuelle*
par groupe d'âge



** Le total peut dépasser 100 %, en raison des réponses multiples.*

Q.83
Laquelle des propositions suivantes décrit le mieux votre orientation sexuelle?

hétérosexuel.le est la moins prédominante chez les jeunes de 18 à 21 ans (68 %), elle passe à huit sur dix (81 %) chez les 31 à 40 ans.

Les hommes et les femmes ont la même probabilité de s'identifier comme hétérosexuel.le.s, mais les femmes sont beaucoup plus susceptibles de s'identifier également comme bisexuelles (13 %, contre 5 % des hommes), ainsi que la plupart des autres catégories non hétérosexuelles (à l'exception des homosexuels). Parmi les groupes ethniques/raciaux, les jeunes autochtones se distinguent par la diversité de leurs orientations sexuelles, notamment bisexuelles, homosexuelles et pansexuelles.

Parmi les jeunes autochtones de la génération Z, moins de la moitié (47 %) s'identifient comme hétérosexuel.le.s, et près de la moitié (22 %) indiquent qu'ils sont bisexuel.le.s. Parmi les milléniaux, les Contestataires de contre-culture expriment le plus large éventail d'orientations (notamment la bisexualité et l'asexualité), suivi.e.s des Idéalistes engagé.e.s. Parmi les membres de la génération Z, ce sont les Réalistes réfléchi.e.s qui présentent l'éventail d'orientation sexuelle le plus diversifié, suivis des Idéalistes égalitaires.

IDENTITÉ CANADIENNE CONTRE IDENTITÉ PROVINCIALE

Les jeunes non autochtones sont plus susceptibles de se considérer comme des Canadien.ne.s que ceux et celles de leur province, surtout en Ontario et moins au Québec. Pour la plupart des jeunes autochtones, l'identité est un mélange d'être canadien.ne et d'être autochtone, un tiers d'entre eux s'identifiant également aux deux.

Identité canadienne versus identité provinciale— En plus de mesurer l'importance du pays comme source d'identité, le sondage a également exploré la façon dont les jeunes s'identifient personnellement en tant que Canadien.ne.s par rapport à la façon dont ils et elles se considèrent comme faisant partie de leur province. Le sondage a demandé aux participant.e.s autochtones dans quelle mesure ils se considéraient comme des Canadien.ne.s ou des autochtones, ou les deux[5].

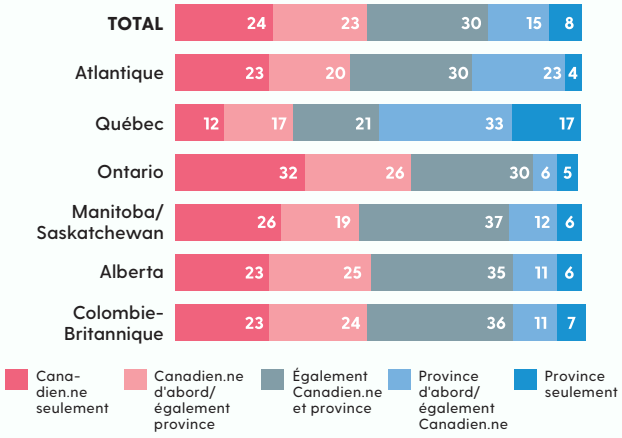
Les résultats du sondage révèlent un éventail de perspectives, mais les jeunes non autochtones sont deux fois plus susceptibles de se considérer comme des Canadien.ne.s seulement (24 %) ou comme des Canadien.ne.s d'abord, mais aussi comme des gens de leur province ou de leur région (23 %), comparativement à ceux et celles qui s'identifient exclusivement à leur province (8 %) ou à leur province d'abord, mais aussi comme des Canadien.ne.s (15 %). Les autres (30 %) disent s'identifier à parts égales au pays et à leur province.

L'équilibre de ces identités varie quelque peu à travers le pays selon un schéma prévisible, bien que les différences ne soient pas aussi importantes que l'on pourrait s'y attendre. L'identification à la province est la plus prononcée au Québec

[5] *Cette question a été tirée d'une série de sondages de l'Environics Institute auprès de la population canadienne, et a été posée pour la dernière fois en 2020.*

Identité en tant que Canadien.ne ou personne de votre province

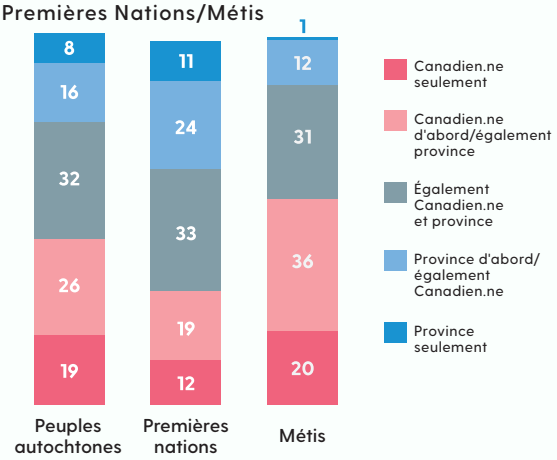
Non-autochtones, par région



Q.16a
[SI NON–AUTOCHTONE] Les gens ont différentes façons de se définir. Vous considérez-vous comme

Identité en tant que Canadien.ne ou autochtone

par Premières Nations/Métis



Q.16b
[SI [AUTOCHTONE] Les gens ont différentes façons de se définir. Vous considérez-vous comme

(50% d'identification exclusive ou première), alors que c'est l'inverse en Ontario (58% d'identification exclusive ou première). Mais d'autres régions du pays sont beaucoup plus proches de la moyenne nationale, et c'est notamment dans les Prairies et en Colombie-Britannique que les jeunes sont les plus susceptibles de s'identifier également au pays et à la province.

Les valeurs sociales semblent ne jouer qu'un rôle mineur dans le façonnement de l'identité juridictionnelle. Parmi les milléniaux, les Chums de gars et chums de filles et les Loup.ve.s solitaires ont tendance à s'identifier comme Canadien.ne.s, tandis que les Contestataires de contre-culture constituent le segment le plus apte à s'aligner sur leur province. Parmi les membres de la génération Z, ce sont les Réalistes réfléchi.e.s qui se considèrent le plus fortement comme des Canadien.ne.s (56% dans l'ensemble, 31% exclusivement), tandis que les Battant.e.s honnêtes et les Indépendant.e.s prudent.e.s sont les plus aptes à s'identifier à leur province.

Identité canadienne versus identité autochtone— Les participant.e.s autochtones ont été interrogé.e.s sur une version différente de la question: dans quelle mesure ils et elles se considèrent comme des Canadien.ne.s ou comme des autochtones. Les résultats sont étonnamment similaires à ceux de la question sur le Canada par rapport aux provinces: Près de la moitié des participant.e.s autochtones disent se considérer comme exclusivement canadien.ne.s (19%) ou d'abord autochtones, mais aussi canadien.ne.s (26%), contre un.e sur quatre qui s'identifie exclusivement comme autochtone (8%) ou d'abord autochtone, mais aussi canadien.ne (16%). Un.e jeune autochtone sur trois (32%) indique s'identifier à la fois comme Canadien.ne et autochtone.

L'identification au Canada est considérablement plus forte chez les jeunes Métis.ses (56% exclusivement ou en premier lieu), ainsi que chez ceux et celles dont l'identité ethnique comprend à la fois des Blanc.he.s et des Autochtones (73%).[6] En comparaison, les jeunes des Premières Nations sont réparti.e.s plus uniformément dans l'éventail des options. Contrairement aux jeunes non autochtones, les femmes autochtones sont un peu plus susceptibles de s'identifier comme Canadiennes, tandis que les hommes ont tendance à privilégier d'autres options.

[6] *Il y a un certain chevauchement entre ceux et celles qui s'identifient comme Métis.ses et ceux et celles qui s'identifient comme Blanc.he.s (56%), mais un pourcentage appréciable de participant.e.s des Premières nations (40%) incluent également la race blanche dans leur identité ethnique.*

DÉFINIR SA GÉNÉRATION

Les Canadien.ne.s des générations Y et Z partagent une vision similaire de ce qui rend leurs générations respectives distinctives ou uniques. Dans les deux cas, la culture numérique est l'attribut le plus commun, mais dans l'ensemble, il y a peu d'accord sur ce qui ressort de ce qu'ils et elles sont en tant que génération.

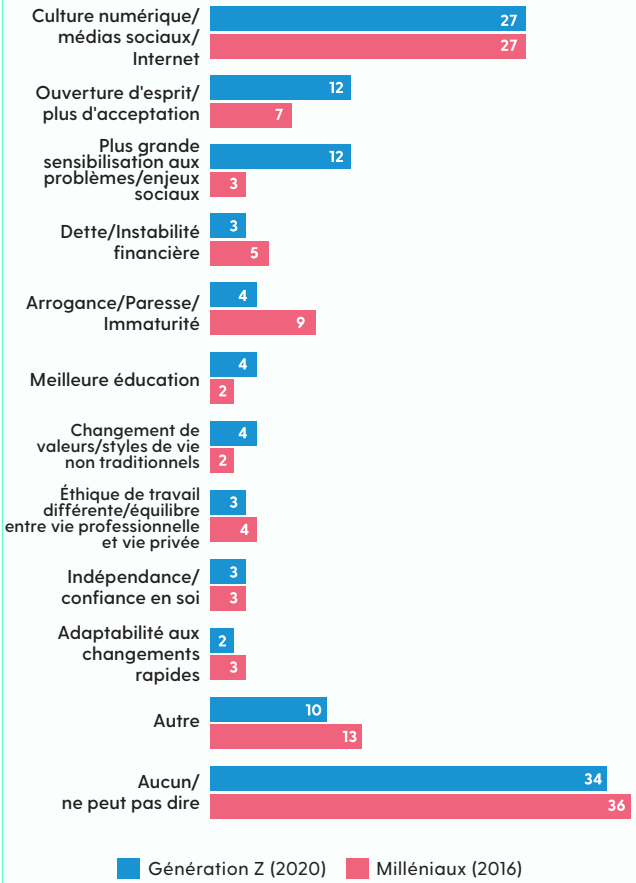
Chaque génération reçoit une étiquette (ou deux) qui saisit ostensiblement l'essence de ce qu'elle représente, devenant invariablement des stéréotypes qui captent l'imagination du public et l'attention des médias. La génération Z est encore assez récente pour ne pas être étiquetée de manière indélébile, mais les récits actuels décrivent ces jeunes comme particulièrement connectés numériquement et socialement (la première génération à être véritablement « native du numérique »), pragmatiques et politiquement progressistes.

Dans le cadre du sondage de 2016, on a demandé aux milléniaux ce qu'ils considéraient comme étant le plus distinctif ou unique de leur génération par rapport aux générations plus anciennes au Canada (question posée sans suggestion, de sorte que les participant.e.s n'ont pas eu à choisir entre plusieurs options). En 2020, la même question a été posée à la portion plus âgée de la génération Z. Les résultats du sondage révèlent que la portion plus âgée des jeunes Canadien.ne.s des générations Y et Z ont des points de vue étonnamment similaires sur ce qui définit leurs générations respectives. Dans les deux cas, la culture numérique est le thème le plus commun, mais dans l'ensemble, il n'y a pas de point de vue défini sur ce qui rend leur génération distinctive ou unique.

Deux tiers des membres de la génération Z canadienne ont pu identifier au moins une caractéristique qui définit leur génération, soit à peu près la même proportion que les milléniaux qui ont pu définir leur propre génération en 2016. À l'instar des milléniaux, cette génération est la plus susceptible de dire qu'elle se distingue par sa culture numérique (p. ex. médias sociaux, Internet) (27 %), suivie par des caractéristiques telles que l'ouverture d'esprit ou l'acceptation, le sentiment d'être dans son bon droit, la gestion des dettes et de l'instabilité financière, et une approche distincte de l'équilibre travail-vie personnelle et des modes de vie non traditionnels. Les membres de la génération Z sont plus enclin.e.s à définir leur génération comme étant plus consciente des problèmes sociaux (12 %, contre 4 % pour les milléniaux). Dans les deux générations, environ une personne sur trois ne peut pas (ou ne veut pas) identifier un élément de sa génération comme étant distinct des autres générations.

Comme dans le cas des milléniaux, les points de vue des Canadien.ne.s de la génération Z sur ce qui rend leur génération unique sont largement similaires dans toute la cohorte. Les femmes sont un peu plus susceptibles que les hommes de mettre l'accent sur la culture numérique et l'ouverture d'esprit. Les Idéalistes égalitaires et les Réalistes réfléchi.e.s sont plus susceptibles que les autres segments de valeurs sociales de définir leur génération en matière de culture numérique, d'ouverture d'esprit et de sensibilisation aux problèmes sociaux. En comparaison, l'incapacité ou le refus de nommer des caractéristiques distinctives est plus répandue chez les autochtones de la génération Z (46 %), ainsi que chez les Battant.e.s honnêtes (59 %, contre seulement 15 % des Idéalistes égalitaires).

Qu'est-ce qui rend votre génération unique?
par génération – mentions spontanées



Q.43
[SI GÉN. Z] Qu'est–ce qui, selon vous, est le plus distinctif ou unique au sujet de votre génération par rapport aux générations plus âgées au Canada?

LES CIRCONSTANCES DE LA VIE ACTUELLE

La section suivante aborde les aspects pertinents de la façon dont les jeunes se débrouillent actuellement dans leur vie, en couvrant des domaines tels que la Satisfaction globale à l'égard de la vie, la situation de l'emploi, la sécurité du revenu, le niveau d'éducation et le lien social.

SATISFACTION GLOBALE À L'ÉGARD DE LA VIE

La satisfaction globale à l'égard de la vie chez les jeunes Canadien.ne.s est le plus étroitement liée au revenu du ménage et au sentiment d'appartenance à sa communauté. Chez les milléniaux, la satisfaction à l'égard de la vie a diminué depuis 2016, sauf chez les Canadien.ne.s de première génération et les Battant.e.s éclectiques.

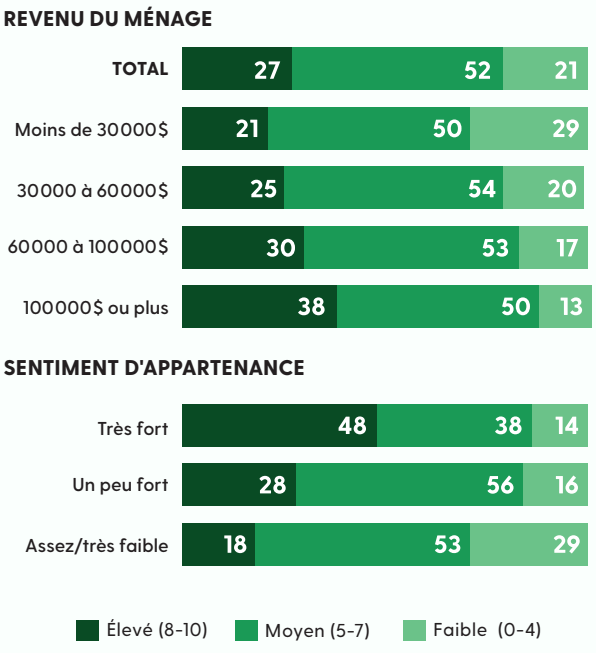
Tout bien considéré, dans quelle mesure les jeunes du Canada sont-ils satisfait.e.s de leur vie actuelle? Cette question est souvent posée dans les sondages comme une mesure globale du bonheur, de l'épanouissement ou de la réussite. Ce sondage a utilisé une question standard qui emploie une échelle de 11 points, allant de « 0 » (extrêmement insatisfait.e) à « 10 » (extrêmement satisfait.e). Comme pour toute population, on observe des variations considérables dans la satisfaction globale à l'égard de la vie parmi les jeunes, la plupart (52%) se situant quelque part au milieu (avec des scores de 5 à 7 sur l'échelle de 11 points). Un peu plus d'un quart (27%) disent avoir un niveau de satisfaction élevé (8 à 10), contre un peu moins (21%) qui expriment une faible satisfaction globale à l'égard de la vie (0 à 4). La note moyenne est de 6,1 sur 10.

La satisfaction globale à l'égard de la vie est largement similaire entre les deux générations de jeunes. Les milléniaux sont un peu plus susceptibles de dire qu'ils ont un haut degré de satisfaction à l'égard de la vie (28%, contre 25% chez la génération Z), mais cela représente également une baisse notable chez les personnes de cette génération par rapport à leur niveau de satisfaction en 2016 (où 36% exprimaient un haut niveau de satisfaction globale à l'égard de la vie).

Chez les jeunes (toutes générations confondues), la satisfaction à l'égard de la vie est étroitement liée au revenu du ménage (le taux de satisfaction élevé passant de 21% chez ceux et celles qui gagnent moins de 30 000 $ à 38% chez ceux et celles qui gagnent 100 000 $ et plus). Ces répercussions du revenu se reflètent également dans les niveaux de satisfaction plus élevés chez ceux et celles qui ont un diplôme d'études postsecondaires (34%; surtout s'il s'agit d'un diplôme de deuxième cycle, 50%) et chez les jeunes d'origine sud-asiatique (37%, contrairement à ceux et celles qui sont autochtones, 21%).

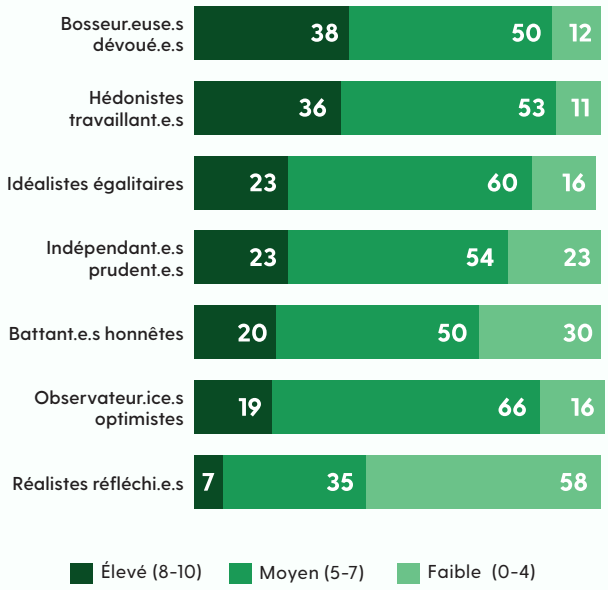
Mais plus encore que le revenu, la satisfaction globale à l'égard de la vie est liée à la mesure dans laquelle les jeunes se sentent lié.e.s à leur communauté locale (au sens large), qui elle-même n'a aucune corrélation avec le revenu du ménage. Près de la moitié (48%) des personnes qui ont un lien très fort avec leur communauté locale se disent très satisfaites de

Satisfaction globale à l'égard de la vie
selon le revenu du ménage et le sentiment d'appartenance à la communauté locale



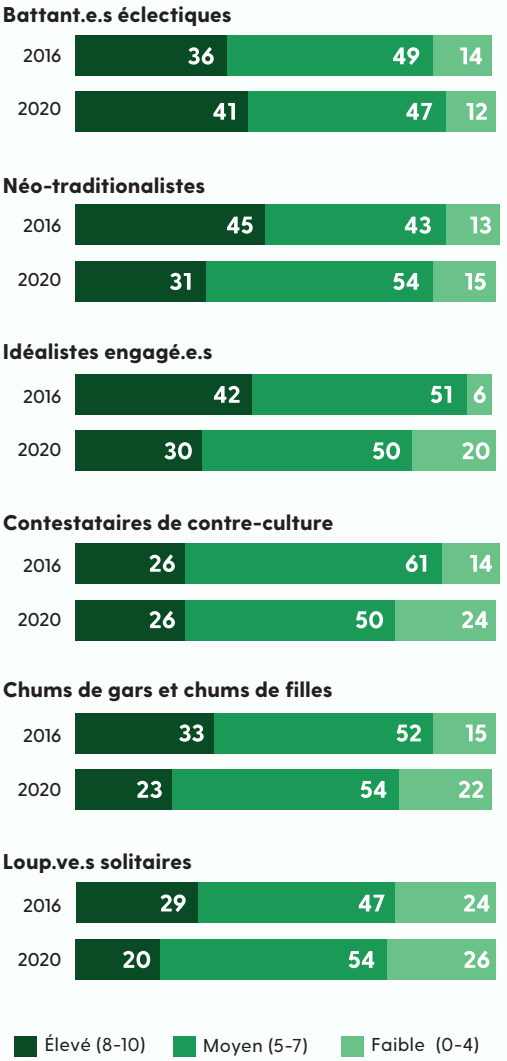
Q.20
Tout bien considéré, dans quelle mesure êtes-vous satisfait.e de votre vie dans son ensemble aujourd'hui? Veuillez répondre sur une échelle de 0 à 10, « 0 » signifiant « extrêmement insatisfait.e », et «10» signifiant « extrêmement satisfait.e ».

Satisfaction globale à l'égard de la vie
Groupes de valeurs sociales de la génération Z



Q.20
Tout bien considéré, dans quelle mesure êtes-vous satisfait.e de votre vie dans son ensemble aujourd'hui? Veuillez répondre sur une échelle de 0 à 10, « 0 » signifiant « extrêmement insatisfait.e », et «10» signifiant « extrêmement satisfait.e ».

Satisfaction globale à l'égard de la vie
2016-2020, Groupes de valeurs sociales de la génération Y



Q.20
Tout bien considéré, dans quelle mesure êtes-vous satisfait.e de votre vie dans son ensemble aujourd'hui? Veuillez répondre sur une échelle de 0 à 10, « 0 » signifiant « extrêmement insatisfait.e », et «10» signifiant « extrêmement satisfait.e ».

leur vie, et ce chiffre baisse à 18% parmi celles qui ont un lien faible avec leur communauté (voir plus loin sur le sentiment d'appartenance).

La satisfaction globale à l'égard de la vie est également un peu plus élevée chez les Canadien.ne.s de première génération (33%) et les Québécois.e.s (32%, contre 24% en Ontario et 23% en Alberta). Les faibles niveaux de satisfaction à l'égard de la vie sont plus fréquents chez les jeunes qui n'ont pas terminé leurs études secondaires (33%), ceux et celles qui cherchent du travail (35%) et ceux et celles dont l'orientation sexuelle est autre qu'hétérosexuelle (31%) (ce groupe déclare également des revenus inférieurs à la moyenne).

Chez les milléniaux, la baisse de la satisfaction globale à l'égard de la vie depuis 2016 est évidente pour la plupart des membres de cette génération, mais surtout pour ceux et celles de la cohorte plus âgée (36 à 40 ans), les personnes à revenu élevé et les résident.e.s de l'Ontario et de l'Alberta. En revanche, les niveaux de satisfaction à l'égard de la vie se sont améliorés au cours des quatre dernières années parmi les milléniaux immigré.e.s de première génération.

Enfin, la satisfaction à l'égard de la vie est également liée aux valeurs sociales de manière significative. Parmi les membres de la génération Z, deux segments se distinguent: la satisfaction à l'égard de la vie élevée est plus répandue chez les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (38%) et les Hédonistes travaillant.e.s (36%) (deux groupes où la présence de Canadien.

ne.s de première génération et la diversité ethnique sont les plus importantes).

En comparaison, très peu (7%) de Réalistes réfléchi.e.s partagent ce niveau de satisfaction à l'égard de la vie, plus de la moitié (58%) estimant que leur satisfaction globale à l'égard de la vie est faible (ce qui reflète la forte représentation dans ce groupe de jeunes moins scolarisé.e.s, ne travaillant pas, autochtones et ayant un faible sentiment d'appartenance à la communauté).

Parmi les milléniaux de 2020, la satisfaction à l'égard de la vie élevée est la plus répandue chez les Battant.e.s éclectiques (41%), et la moins répandue chez les Chums de gars et chums de filles (23%) et les Loup.ve.s solitaires (20%). Depuis 2016, les niveaux de satisfaction ont baissé dans tous les segments de valeurs sociales, avec une exception notable: la hausse de la satisfaction chez les Battant.e.s éclectiques (satisfaction élevée en hausse de 5%). Les taux de satisfaction faibles ont augmenté de façon plus marquée au cours des quatre dernières années chez les Idéalistes engagé.e.s (+ 14 points) et les Contestataires de contre-culture (+ 10 points).

SITUATION PROFESSIONNELLE

La majorité des jeunes ont un emploi à temps plein ou à temps partiel, une personne sur cinq est aux études et une personne sur quatre ne fait pas partie de la population active. L'emploi est le moins fréquent chez les jeunes autochtones, alors que quatre jeunes sur dix ne travaillent pas ou ne sont pas scolarisés.

Sept jeunes Canadien.ne.s sur dix déclarent être actuellement employé.e.s, la plupart à temps plein (42%), ainsi qu'à temps partiel (17%) ou à leur compte (à temps plein ou partiel) (8%). Une personne sur cinq est étudiante à temps plein (15%) ou à temps partiel (5%), tandis qu'une personne sur quatre est à la recherche d'un emploi (12%) ou n'en cherche pas (12%) (les totaux dépassent 100%, car certaines personnes entrent dans plus d'une catégorie).

La situation professionnelle dépend en grande partie de l'âge dans les deux générations, selon un schéma prévisible. La plus jeune cohorte de la génération Z (18 à 21 ans) se répartit de manière égale entre ceux et celles qui travaillent et ceux et celles qui sont scolarisé.e.s. Entre 31 et 35 ans, plus de la moitié des jeunes travaillent à temps plein, et environ une personne sur dix (9%) cherche actuellement un emploi.

Comme on pouvait s'y attendre, l'emploi à temps plein est fortement lié au niveau d'études dans les deux générations, mais de manière plus significative chez les milléniaux (68% des personnes ayant un diplôme de premier cycle et 74% des personnes ayant un diplôme de deuxième cycle, contre 24% des personnes n'ayant pas terminé leurs études secondaires). Dans les groupes ethniques/raciaux, l'emploi à temps plein est le plus souvent déclaré par les jeunes Chinois.e.s (49%) et le moins souvent par les jeunes autochtones (24%, contre plus de quatre sur dix qui ne travaillent pas et ne sont pas scolarisé.e.s). Les hommes sont un peu plus susceptibles de travailler à temps plein, tandis que les femmes sont plus susceptibles de déclarer travailler à temps partiel ou de ne pas chercher de travail (par exemple, pour s'occuper des enfants).

Situation professionnelle
par cohorte d'âge

	18-21	22-24	25-30	31-35	36-40
Employé.e à plein temps	18	37	48	56	55
Employé.e à temps partiel	28	22	16	8	11
Travailleur.euse autonome	5	5	8	9	9
Étudiant.e (à temps plein ou partiel)	50	32	13	8	4
En recherche d'emploi	13	13	11	11	9
Pas à la recherche d'un emploi	6	6	12	14	15

Q.31
Êtes-vous actuellement?

ADÉQUATION DU REVENU

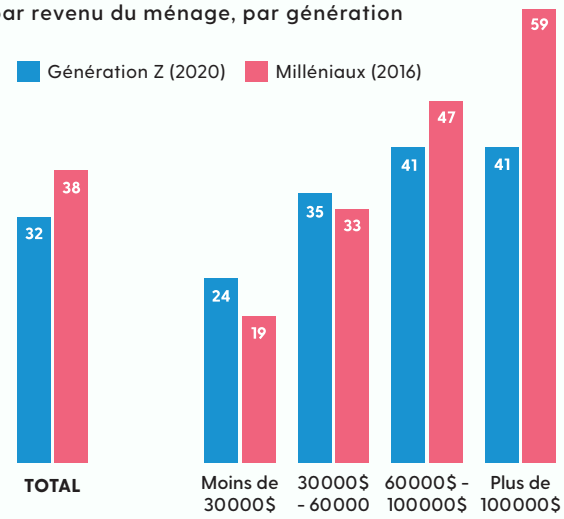
Un peu plus d'un tiers des jeunes Canadien.ne.s croient qu'ils et elles ont actuellement assez d'argent pour vivre selon leurs désirs, et cette proportion dépasse à peine 50% chez ceux et celles qui se situent dans la tranche de revenu la plus élevée. Pourtant, la plupart de ceux et celles qui décrivent leur revenu comme insuffisant sont optimistes quant à leur capacité à gagner le revenu souhaité à l'avenir

Votre revenu actuel est-il suffisant?— La jeunesse canadienne a-t-elle assez d'argent pour mener le genre de vie qu'elle souhaite? Un peu plus d'une personne sur trois (35%) affirme que c'est le cas. Comme on pouvait s'y attendre, cette opinion est liée au revenu actuel du ménage, et plus particulièrement chez les milléniaux. Parallèlement, même parmi les personnes qui se situent dans les tranches de revenus les plus élevées, la satisfaction de ce que l'on possède est loin d'être la norme. Outre le revenu actuel du ménage, les déclarations de niveau adéquat augmentent progressivement avec l'âge (passant de 32% chez les 18-21 ans à 40% chez les 31 ans et plus). Les jeunes sans emploi et à la recherche d'un emploi (16%) et ceux et celles dont le revenu est inférieur à 30 000 $ (22%) sont les moins susceptibles de déclarer un revenu adéquat.

Parmi les milléniaux, le revenu déclaré adéquat est resté stable au cours des quatre dernières années. Au sein de cette génération, cependant, la sécurité du revenu s'est améliorée modestement chez les plus jeunes, ceux et celles dont le revenu du ménage est plus faible et les résidents de l'Est du Canada, tout en diminuant chez les milléniaux plus âgé.e.s, les personnes à revenu plus élevé et les résidents de l'Ouest. Parmi les groupes de valeurs sociales, l'adéquation des revenus a fortement augmenté chez les Battant.e.s éclectiques (53%, soit une hausse de 17 points), tout en diminuant chez les Néo-traditionalistes (31%, soit une baisse de 9 points) et les Idéalistes engagé.e.s (36%, soit une baisse de 5 points).

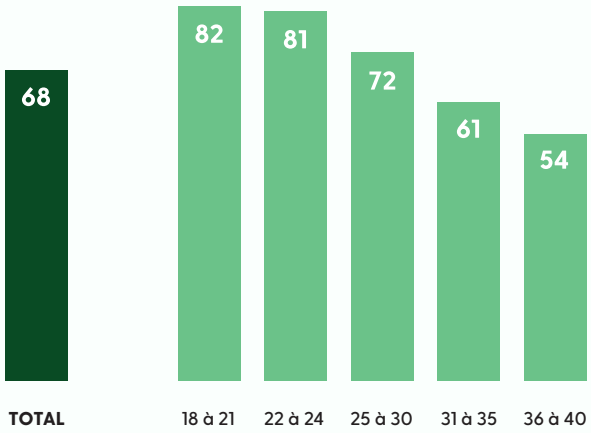
Perspectives d'avenir— Si la plupart des jeunes déclarent ne pas disposer actuellement du revenu dont ils et elles ont besoin ou souhaitent avoir, ils et elles sont également

Avoir assez d'argent pour vivre comme vous le souhaitez
par revenu du ménage, par génération



Q.32
Est–ce que vous gagnez ou avez actuellement assez d'argent pour mener le genre de vie que vous voulez, ou non?

Disposera du revenu souhaité dans le futur
Ceux et celles qui n'en ont pas assez actuellement, par âge



Q.33
(SI NON À LA Q.28) Pensez-vous que vous pourrez gagner ou avoir assez d'argent dans le futur pour mener le genre de vie que vous voulez, ou non?

très optimistes quant aux perspectives d'avenir. Parmi ceux et celles qui ne gagnent pas ou n'ont pas assez d'argent aujourd'hui, deux tiers (68%) pensent pouvoir le faire à l'avenir. Et cette perspective n'est que modestement liée au revenu actuel, par rapport à d'autres facteurs. L'optimisme à l'égard de la sécurité du revenu futur est le plus prononcé chez les jeunes qui ont fait des études postsecondaires (mais qui ne détiennent pas de diplôme) (77%), qui détiennent un diplôme d'études supérieures (81%), qui sont étudiant.e.s (82%), qui s'identifient comme Noir.e.s (83%) et qui ont un niveau élevé de satisfaction globale à l'égard de la vie (81%). Contrairement à l'adéquation du revenu actuel, l'optimisme quant à l'atteinte de cet objectif diminue avec l'âge dans toutes les générations (il est le plus élevé chez les jeunes de 18 à 21 ans [82%] et tombe à seulement 54% chez les 36 à 40 ans).

Parmi les milléniaux, l'optimisme quant à l'atteinte de la sécurité financière future a diminué depuis 2016 (de 72% à 63%), ce changement étant plus prononcé chez les jeunes dont le revenu est inférieur à 60 000 $, les femmes, les Canadien.ne.s de l'Atlantique et ceux et celles qui sont des Chums de gars et chums de filles et des Loup.ve.s solitaires. Notamment, les milléniaux autochtones sont aujourd'hui plus susceptibles qu'il y a quatre ans de croire qu'ils et elles finiront par avoir l'argent nécessaire pour vivre le genre de vie souhaitée (69%, soit une hausse de 9 points depuis 2016).

Parmi la portion plus âgée des Canadien.ne.s de la génération Z qui ne gagnent pas le revenu souhaité, les attentes concernant les revenus futurs varient sensiblement selon les groupes de valeurs sociales. L'optimisme quant aux perspectives d'avenir est presque universel chez les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (92%), les Idéalistes égalitaires (91%), les Hédonistes travaillant.e.s (90%) et les Observateur.ice.s optimistes (89%), mais beaucoup moins prononcé chez les Battant.e.s honnêtes (64%) et les Réalistes réfléchi.e.s (51%).

APPARTENANCE À LA COMMUNAUTÉ LOCALE

Peu de jeunes ont un fort sentiment d'appartenance à leur communauté locale. Ces liens sont le plus souvent signalés par les personnes d'origine sud-asiatique et noire, ainsi que par les groupes de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique. La faiblesse des liens communautaires dépend à la fois des caractéristiques de la communauté locale et des préférences personnelles.

L'un des principaux défis de la vie au XXIe siècle consiste à établir et à maintenir des liens sociaux significatifs avec la famille et les ami.e.s, avec les voisins à un niveau individuel, et avec la société dans son ensemble à un niveau plus large. L'isolement social est peut-être le plus largement ressenti par les jeunes d'aujourd'hui, qui sont en train d'établir leur vie d'adulte et qui sont fortement concentré.e.s sur les connexions en ligne à distance.[7] En outre, la pandémie de COVID-19 n'a fait que mettre davantage en évidence les défis de l'isolement social, toutes générations confondues.

Le sondage a abordé la mesure dans laquelle les jeunes du Canada ressentent un lien social avec les autres par le biais d'une question générale sur le « sentiment d'appartenance à sa communauté locale » (une question de référence standard de l'Enquête sociale générale de Statistique Canada).[8] Parmi l'ensemble des jeunes, un.e sur six (15%) déclare ressentir un très fort sentiment d'appartenance à sa communauté locale, près de la moitié (46%) décrivant ce lien comme assez fort, et les autres le disant assez (30%) ou très (9%) faible.

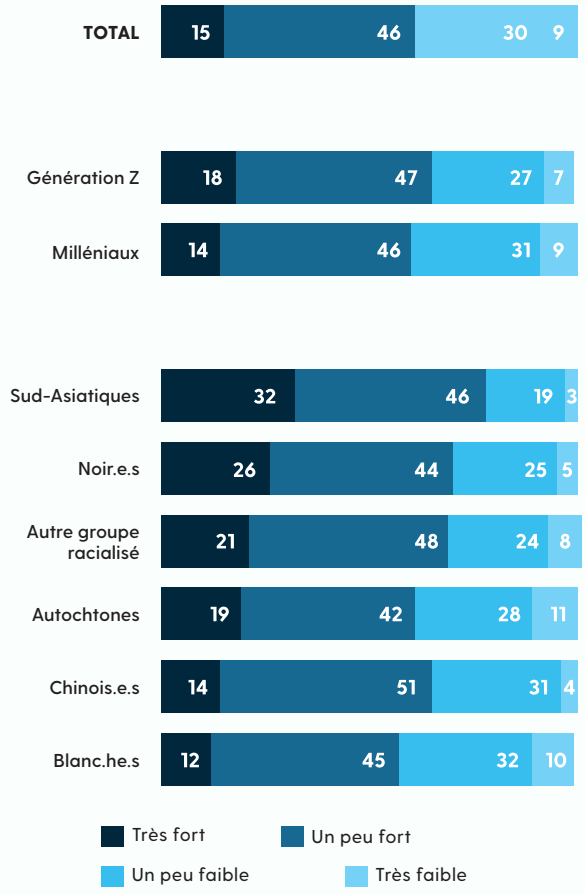
L'importance du lien avec la communauté est soulignée par le fait qu'il est étroitement lié à la satisfaction générale dans la vie. Les jeunes Canadien.ne.s ayant un très fort sentiment d'appartenance sont presque trois fois plus susceptibles de déclarer un niveau élevé de satisfaction globale à l'égard de la vie (48%), comparativement à ceux et celles qui déclarent un lien assez ou très faible (18%) (voir le graphique de la page 22).

Le sentiment d'appartenance à la communauté est légèrement plus répandu chez les membres de la génération Z (18% très fort) que chez les milléniaux (14%), et est également un peu plus susceptible d'être déclaré par les hommes (17%) que par les femmes (13%). Les différences entre les groupes ethniques/raciaux sont plus perceptibles. Les jeunes d'origine

[7] *On peut trouver des preuves des défis auxquels les jeunes sont confronté.e.s dans l'étude sur le capital social de Toronto 2018 de l'Institute*

[8] *La « communauté locale » n'est pas définie dans la question, laissant aux participant.e.s du sondage le soin d'utiliser leur propre cadre de référence. Pour un examen détaillé de la littérature sur le « sentiment d'appartenance » et des données canadiennes, voir https://www.canada.ca/fr/immigration-refugies-citoyennete/organisation/rapports-statistiques/recherche/sentiment-appartenance-revue-litterature.html#sec01.2.*

Sentiment d'appartenance à la communauté locale
par génération et groupe ethnique/racial



Q.18
Comment décririez-vous votre sentiment d'appartenance à votre communauté locale? Diriez-vous que c'est le cas?

sud-asiatique sont ceux et celles qui déclarent le plus souvent avoir un très fort sentiment d'appartenance à la communauté (32%), suivis des jeunes Noir.e.s (26%), et beaucoup moins de ceux et celles qui s'identifient comme étant de race blanche (12%) et Chinois.e.s (14%).

Les valeurs sociales apparaissent également comme un facteur important de différenciation du sentiment d'appartenance à la communauté. Dans la portion plus âgée de la génération Z, ce sont les Hédonistes travaillant.e.s qui se distinguent par leurs liens très forts (32%, contre seulement 13% de liens faibles). En revanche, un fort sentiment d'appartenance est rapporté par très peu de Réalistes réfléchi.e.s (4%, contre 71% avec un lien faible) et d'Observateur.ice.s optimistes (7%, contre 56%). Parmi les milléniaux, ce sont les Battant.e.s éclectiques (la portion la plus agée des Hédonistes travaillant.e.s) qui ressentent le lien le plus fort avec la communauté (37%), ce lien étant moins prononcé chez les Loup.ve.s solitaires (4%), les Chums de gars et chums de filles (6%) et les Contestataires de contre-culture (9%); la moitié ou plus de chacun de ces groupes décrit son lien avec la communauté locale comme assez ou très faible.

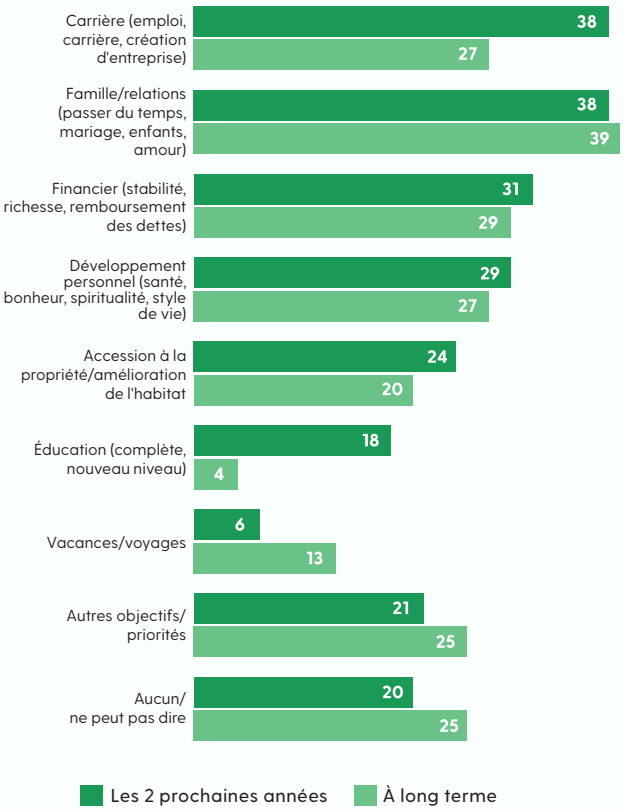
Raisons d'un faible sentiment d'appartenance à la communauté. Les personnes qui ont décrit leur sentiment d'appartenance comme étant assez ou très faible ont été interrogées sur la ou les principales raisons pour lesquelles elles n'avaient pas un sentiment d'appartenance plus fort à leur communauté locale (question posée spontanément). La plupart des réponses s'inscrivent dans l'un des deux grands thèmes suivants: les problèmes liés à leur communauté ou à leur quartier, et les raisons personnelles.

Près de la moitié des jeunes ayant un faible sentiment d'appartenance à la communauté attribuent cette situation à la communauté elle-même, c'est-à-dire au fait qu'il s'agit d'un quartier peu amical ou peu accueillant (22%) et au manque de programmes ou d'événements communautaires intéressants (14%), ainsi qu'au manque de valeurs et de politiques communes (8%), à la composition culturelle ou démographique (6%) et aux préoccupations relatives à la criminalité (3%). Quatre personnes sur dix invoquent des raisons personnelles: elles préfèrent rester discrètes (22%), sont nouvelles dans la région (10%), n'ont pas le temps de s'impliquer davantage (6%) et n'ont pas envie d'être plus connectées (4%). Peu (3%) mentionnent spécifiquement la pandémie de COVID-19 comme raison pour laquelle ils et elles ne se sentent pas plus connecté.e.s.

Les raisons du manque de liens avec la communauté sont sensiblement les mêmes pour l'ensemble de la population des jeunes. La portion la plus agée de la génération Z est un peu plus susceptible de mettre l'accent sur les questions de voisinage plutôt que sur les questions personnelles, mais les raisons de la faiblesse des liens communautaires ne changent pas avec l'âge.

OBJECTIFS ET ASPIRATIONS

Priorités de vie et objectifs personnels
par génération – mentions spontanées



Q.21
Quelles sont les trois principales priorités dans votre vie au cours des deux prochaines années?

Q.22
Et à plus long terme, quelles sont les trois choses que vous souhaitez le plus réaliser au cours de votre vie?

PRINCIPAUX OBJECTIFS DE VIE

Comme aspirations à court et long terme, les jeunes accordent la plus grande priorité aux relations familiales/personnelles et à leur carrière, suivies par la sécurité financière, la croissance personnelle et l'accession à la propriété. Une personne sur cinq n'identifie aucun objectif de vie, ce groupe étant principalement composé d'hommes n'ayant pas fait d'études postsecondaires.

Qu'est-ce que les jeunes Canadien.ne.s attendent le plus de la vie? Le sondage comportait deux questions sur les aspirations de vie, d'abord pour citer jusqu'à trois priorités personnelles au cours des deux prochaines années, puis pour indiquer les trois choses qu'ils et elles souhaitent le plus réaliser au cours de leur vie. Les deux questions ont été posées sans suggestion, afin que les participant.e.s puissent décrire les objectifs dans leurs propres mots; ceux-ci ont ensuite été analysés et codés en thèmes et catégories conceptuellement significatifs.

Les résultats révèlent quelques grands thèmes couvrant les principaux aspects de la vie et des moyens de subsistance. En ce qui concerne les objectifs dans deux ans, les thèmes les plus courants concernent la carrière (38%) (p. ex. trouver un emploi, faire avancer sa carrière, créer une entreprise) et la famille ou relations personnelles (38%) (se marier, passer du temps en famille, élever des enfants, trouver l'amour), suivis des objectifs financiers (31%) (atteindre la stabilité, accumuler des richesses, rembourser ses dettes), de la croissance personnelle (29%) (être en bonne santé, heureux, devenir une meilleure personne), de l'accession à la propriété (24%) (acheter une maison, déménager dans un meilleur endroit), et de l'éducation (18%).

D'autres objectifs à court terme moins largement mentionnés sont les vacances ou les voyages, l'achat d'une voiture, le bénévolat et la possession d'un animal de compagnie. Une personne sur cinq (20%) n'a pas identifié de priorités personnelles pour les deux prochaines années.

En ce qui concerne les objectifs à long terme, les thèmes et leur importance relative restent largement les mêmes que

pour les priorités dans deux ans, sauf que l'on accorde un peu moins d'importance aux objectifs de carrière et à l'éducation, et un peu plus aux vacances et aux voyages.

L'importance relative accordée à chacun des principaux thèmes varie au sein de la population:

Objectifs de carrière— L'importance accordée aux objectifs de carrière diminue quelque peu à mesure que les jeunes vieillissent dans les deux générations, tant pour les priorités dans deux ans que pour l'ensemble des réalisations. Par exemple, les objectifs de carrière ayant une priorité sur deux ans sont identifiés par 43% des jeunes de 18 à 21 ans, puis diminuent dans chaque cohorte successive, jusqu'à 30% chez les 36 à 40 ans. Cette même tendance se reflète également dans le fait que chaque cohorte de milléniaux est moins apte à accorder de l'importance aux priorités de carrière en 2020 qu'en 2016.

L'accent mis sur les objectifs de carrière au cours des deux prochaines années est similaire quel que soit le revenu du ménage, la race/ethnie, le genre et la génération au Canada. Mais lorsqu'il s'agit des objectifs à long terme, les femmes, les jeunes Noir.e.s et les Québécois.e.s accordent comparativement plus d'importance à la carrière, et les Chinois.e.s en accordent moins.

Les valeurs sociales jouent également un rôle dans l'importance accordée aux objectifs de carrière dans deux ans et à long terme. Parmi les jeunes de la génération Z, les objectifs de carrière à court terme sont les plus importants pour les Observateur.ice.s optimistes et les Hédonistes travaillant.e.s, tandis que les Idéalistes égalitaires et les Hédonistes travaillant.e.s y attachent le plus d'importance en tant qu'objectif à long terme. Pour les objectifs à court et long terme, les Battant.e.s honnêtes de la génération Z sont les moins susceptibles de partager cette priorité. Chez les milléniaux, l'importance accordée aux objectifs de carrière est similaire dans tous les groupes de valeurs sociales, à l'exception notable des Loup.ve.s solitaires qui y accordent beaucoup moins de priorité que les autres groupes (comme c'était le cas en 2016).

Objectifs familiaux et relationnels— L'importance accordée aux objectifs familiaux et relationnels augmente avec l'âge des jeunes jusqu'à un certain point, puis diminue. Par exemple, la proportion de jeunes ayant identifié cet objectif comme une priorité sur deux ans passe de 29 pour cent (chez les jeunes de 18 à 21 ans) à 43 pour cent (entre 31 et 35 ans), puis chute à 36 pour cent (entre 36 et 40 ans). On observe une tendance similaire dans l'importance accordée à la famille et aux relations en tant qu'objectif de vie, mais le changement à la baisse commence après 25 ans. Chez les milléniaux, la priorité accordée à la famille et aux relations, à la fois comme priorité dans deux ans et comme objectif à long terme, est nettement plus faible en 2020 qu'en 2016.

Parmi l'ensemble des jeunes, les objectifs relatifs à la famille et aux relations sont les plus importants pour les femmes, les Québécois.e.s, les jeunes ayant un diplôme d'études postsecondaires et les Canadien.ne.s de troisième génération et plus. Parmi les membres de la génération Z, les priorités en matière de famille et de relations au cours des deux prochaines années sont plus fréquentes chez les jeunes Blanc.he.s et Noir.e.s que chez les Chinois et les Asiatiques du Sud; mais ces différences ne se reflètent pas dans leurs objectifs de vie ni chez les milléniaux. La famille et les relations occupent une place plus importante chez les jeunes qui s'identifient comme hétérosexuel.le.s (pour les objectifs à court et long terme) et comme bisexuel.le.s (comme objectif à long terme).

Parmi les membres de la génération Z, la priorité accordée aux objectifs familiaux et relationnels au cours des deux prochaines années ne varie pas beaucoup selon les groupes de valeurs sociales, mais pour les objectifs à long terme, cela devient beaucoup plus important pour les Idéalistes égalitaires (identifiés par 54% de ce groupe). À titre de comparaison, seulement la moitié (27%) des Battant.e.s honnêtes partagent cette aspiration. Parmi les milléniaux, ce sont les Idéalistes engagé.e.s, les Néo-traditionalistes et les Contestataires de contre-culture qui s'intéressent le plus à ce domaine de la vie (à la fois sur deux ans et au cours de la vie), tandis que les Loup.ve.s solitaires se distinguent en exprimant le moins d'intérêt. La priorité accordée aux objectifs familiaux et relationnels a diminué dans tous les groupes de valeurs sociales des milléniaux depuis 2016, à l'exception des Idéalistes engagé.e.s (aucun changement) et des Contestataires de contre-culture (légère augmentation).

Objectifs financiers— L'importance accordée à ce domaine de la vie est largement similaire dans toutes les cohortes d'âge, avec des augmentations modestes à mesure que les

jeunes vieillissent. La priorité accordée aux objectifs financiers par les milléniaux est essentiellement inchangée depuis 2016. Les priorités financières sont plus élevées chez les jeunes ayant un diplôme d'études postsecondaires; elles ne varient pas sensiblement en fonction du revenu du ménage en tant que priorité dans deux ans, mais augmentent avec le revenu en tant qu'objectif à long terme chez les milléniaux. Dans l'ensemble du pays, les objectifs financiers sont également les plus importants pour les résidents de la Colombie-Britannique et de l'Alberta (au cours des deux prochaines années) et parmi les milléniaux qui sont des hommes et ceux et celles qui s'identifient comme Noir.e.s.

Parmi les membres de la génération Z, la priorité accordée aux objectifs financiers au cours des deux prochaines années ne varie pas selon le groupe de valeurs sociales, mais en tant qu'objectif à long terme, elle est plus évidente chez les Indépendant.e.s prudent.e.s, et moins évidente chez les Battant.e.s honnêtes. Parmi les milléniaux, ce sont les Contestataires de contre-culture qui mettent le plus l'accent sur les objectifs financiers au cours des deux prochaines années et également à long terme (rejoint.e.s dans ce dernier cas par les Idéalistes engagé.e.s et les Néo-traditionalistes); les Contestataires de contre-culture sont le seul groupe pour lequel cette priorité s'est renforcée depuis 2016. Les Loup.ve.s solitaires continuent d'être les moins concentrés sur cette partie de leur vie.

Objectifs de croissance personnelle. La priorité que les jeunes accordent à l'épanouissement personnel augmente régulièrement avec les cohortes d'âge en tant que priorité sur deux ans, mais pas en matière d'objectifs à long terme. L'importance accordée par les milléniaux à ce domaine n'a pas changé au cours des quatre dernières années. En tant que priorité sur deux ans, la croissance personnelle est plus susceptible d'être identifiée par les milléniaux qui vivent au Québec et qui s'identifient comme autochtones, ainsi que par les membres de la génération Z qui s'identifient comme Noir.e.s. La croissance personnelle en tant qu'objectif à long terme est plus répandue chez les femmes, les jeunes qui s'identifient comme étant d'origine sud-asiatique et les membres de la première génération de la génération Z.

Parmi les jeunes de la génération Z, l'épanouissement personnel est plus susceptible d'être une priorité sur deux ans pour les Réalistes réfléchi.e.s, tandis que les Battant.e.s honnêtes sérieux sont moins susceptibles de partager ce point de vue (surtout en tant qu'objectif à long terme). Parmi les milléniaux, ce sont les Contestataires de contre-culture et les Néo-traditionalistes qui mettent l'accent sur la croissance personnelle, contrairement aux Loup.ve.s solitaires.

Objectifs d'accession à la propriété— L'intérêt des jeunes pour l'accession à la propriété (ou, dans certains cas, pour un meilleur logement) augmente jusqu'à l'âge de 30 ans, puis diminue, à la fois comme priorité sur deux ans et comme aspiration à vie. Cette priorité a légèrement diminué chez les milléniaux depuis 2016, tant comme priorité à deux ans que comme aspiration à vie. L'importance accordée à l'accession à la propriété ne varie pas de façon significative dans la population des jeunes, mais elle est plus marquée chez les femmes et les Canadien.ne.s de troisième génération. Parmi les membres de la génération Z, ceux et celles qui sont motivé.e.s sont les moins susceptibles de donner la priorité à l'accession à la propriété au cours des deux prochaines années, tandis que les Observateur.ice.s optimistes se distinguent en considérant cette attention comme un objectif à long terme. Parmi les milléniaux, les Idéalistes engagé.e.s sont un peu plus susceptibles que les autres d'identifier cet objectif, à la fois pour les deux prochaines années et pour toute la vie.

Objectifs quant à l'éducation— La priorité accordée par les jeunes Canadien.ne.s à l'éducation au cours des deux prochaines années est surtout en fonction de l'âge. Près de la moitié (44%) des personnes âgées de 18 à 21 ans considèrent qu'il s'agit d'un objectif à atteindre dans les deux ans, et ce pourcentage diminue dans les cohortes plus âgées pour atteindre seulement 7% des personnes âgées de 36 à 40 ans. Peu de personnes, quelle que soit la cohorte, considèrent l'éducation comme un objectif à long terme (de 6% chez les 18-24 ans à 3% chez les 25-40 ans). De même, les milléniaux en tant que génération accordent un peu moins d'importance aux objectifs d'éducation en 2020 qu'en 2016 (ayant maintenant quatre ans de plus).

L'éducation est plus susceptible d'être une priorité de deux ans chez les femmes et les jeunes ayant fait des études postsecondaires (mais pas de diplôme universitaire), ainsi que chez les milléniaux noir.e.s et autochtones. Parmi les membres de la génération Z, l'éducation est une priorité importante pour les Hédonistes travaillant.e.s et les Observateur.ice.s optimistes, et moins importante pour les Battant.e.s honnêtes. Chez les milléniaux, cette importance est plus évidente chez les Idéalistes engagé.e.s, les Contestataires de contre-culture et les Néo-traditionalistes, mais elle a considérablement diminué dans les deux premiers groupes depuis 2016.

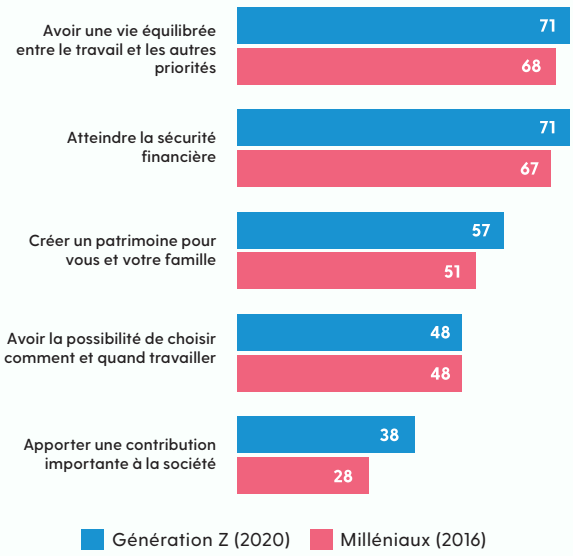
Ceux et celles qui n'identifient aucun objectif à long terme— L'absence d'objectifs à deux ans ou à vie est la plus faible chez les jeunes de 22 à 24 ans, et la plus élevée chez ceux de 18 à 21 ans et de 31 à 40 ans. Ce groupe est le plus susceptible d'être composé d'hommes, de jeunes moins

instruit.e.s et de personnes sans emploi et ne cherchant pas de travail. Notamment, l'absence d'objectifs à court ou long terme est maintenant plus répandue chez les milléniaux en 2020 qu'en 2016, et de manière plus significative chez les Loup.ve.s solitaires (40 % dans le cas des objectifs à vie, en hausse de 9 points) et les Battant.e.s éclectiques (28 %, en hausse de 9 points). Parmi les membres de la génération Z, près de la moitié (47 %) de ceux et celles qui ont le goût de l'effort ne se fixent aucun objectif à long terme.

PRIORITÉS DE TRAVAIL ET DE CARRIÈRE

Les jeunes accordent la plus grande priorité en matière de carrière à l'obtention d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée et à la sécurité financière, devant la création de richesse et la flexibilité sur la façon et le moment de travailler. Ils et elles accordent beaucoup moins d'importance au fait d'apporter une contribution importante à la société, une priorité fortement influencée par leurs valeurs sociales.

Objectifs professionnels et de carrière d'une importance capitale
en fonction de la génération



Q. 23
En pensant à ce que vous voulez réaliser en matière de travail et de carrière, quelle importance accordez-vous à la réalisation de chacun des éléments suivants dans votre vie?

Qu'est-ce que les jeunes Canadien.ne.s attendent le plus de leur travail et de leur carrière? Parmi les cinq objectifs présentés dans le sondage, la plus grande priorité est accordée à l'équilibre entre le travail et les autres priorités de la vie (69 % disent que c'est d'une importance capitale), et à la sécurité financière (67 %), suivie de la création de richesse pour soi-même et sa famille (53 %), de la flexibilité dans la manière et le moment de travailler (48 %), et de la contribution importante à la société (31 %).

L'importance relative accordée à ces objectifs de travail et de carrière est similaire pour les deux générations, mais varie selon d'autres caractéristiques de la population des jeunes.

Avoir une vie équilibrée entre le travail et les autres priorités— C'est l'un des deux principaux objectifs des deux générations. C'est chez les jeunes de 22 à 24 ans qu'il est le plus susceptible d'être perçu comme étant d'une importance capitale (76 %), puis il diminue progressivement à mesure que les jeunes vieillissent jusqu'à la fin de la vingtaine et la trentaine. Cette tendance se reflète également dans le fait que les milléniaux sont moins susceptibles qu'en 2016 d'en faire une priorité essentielle, et ce déclin est le plus prononcé parmi la cohorte la plus âgée (64 % parmi ceux et celles qui sont maintenant âgés de 36 à 40 ans, en baisse de 18 points depuis 2016).

L'importance accordée à une vie équilibrée augmente avec le niveau d'éducation, mais pas avec le revenu du ménage. Les femmes accordent une plus grande priorité à cet objectif que les hommes, cet écart étant particulièrement important parmi les membres de la génération Z. Parmi les milléniaux, les jeunes Noir.e.s sont ceux et celles qui accordent le plus d'importance à cet objectif (76 %), contrairement aux jeunes autochtones (61 %) et aux Chinois (60 %).

Parmi les jeunes de la génération Z, les Idéalistes égalitaires, les Réalistes réfléchi.e.s et les Observateur.ice.s optimistes sont les plus susceptibles de considérer l'équilibre entre le travail et les autres priorités comme étant d'une importance capitale, et beaucoup moins les Battant.e.s honnêtes. Parmi les milléniaux, ce sont les Idéalistes engagé.e.s et les Contestataires de contre-culture qui se distinguent sur cette priorité, les Loup.ve.s solitaires étant les moins enclin.e.s à partager cette perspective. Les milléniaux de tous les groupes de valeurs sociales accordent maintenant moins d'importance à cet objectif qu'il y a quatre ans, à l'exception notable des Contestataires de contre-culture (où il n'y a pas eu de changement).

Atteindre la sécurité financière— Cette priorité en matière de travail et de carrière est tout aussi importante pour les deux

générations, mais moins chez les milléniaux qu'en 2016, en particulier chez les 36-40 ans (63% dans cette cohorte disent qu'elle est d'une importance capitale, en baisse de 8 points). Les femmes de la génération Z et les milléniaux noir.e.s sont les plus susceptibles d'accorder la priorité à cet objectif. Parmi les jeunes de la Génération Z, l'importance d'atteindre la stabilité financière est moins évidente chez les Battant.e.s honnêtes. Chez les milléniaux, l'importance de cet objectif a diminué dans tous les groupes de valeurs sociales, à l'exception des Idéalistes engagé.e.s (où elle a légèrement augmenté), et reste la plus faible chez les Loup.ve.s solitaires.

Créer de la richesse— La création de richesse pour soi-même et sa famille arrive en troisième position sur la liste des priorités des deux générations, mais elle est plus susceptible d'être considérée comme extrêmement importante par les membres de la génération Z (en particulier ceux et celles âgé.e.s de 22 à 24 ans [59%], et progressivement moins par les cohortes de la génération Y [jusqu'à 46% chez les 36 à 40 ans]). La priorité accordée à la richesse n'est pas clairement liée au niveau d'instruction, au revenu du ménage ou au genre, mais elle est plus prononcée chez les jeunes qui sont Noir.e.s et sud-asiatiques, ainsi que chez les Canadien.ne.s de première génération.

Les valeurs sociales occupent une place prépondérante dans l'orientation des jeunes vers cet objectif de travail et de carrière, en particulier chez les milléniaux pour qui la création de richesses est la priorité des Battant.e.s éclectiques (66%), contrairement aux Contestataires de contre-culture (21%) et aux Loup.ve.s solitaires (34%). Parmi les membres de la génération Z, la création de richesse est considérée comme essentielle par les Hédonistes travaillant.e.s (72%) et les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (68%), contrairement aux Idéalistes égalitaires (48%), aux Battant.e.s honnêtes (51%) et aux Réalistes réfléchi.e.s (52%).

Avoir de la flexibilité quant au moment et à la manière de travailler— Les Canadien.ne.s de la génération Z (48%) et les milléniaux (48%) expriment le même niveau de priorité sur cet objectif de travail et de carrière, avec peu de différence entre les cohortes, ou de changement dans la perspective des milléniaux depuis 2016. Comme pour certaines des autres priorités, les jeunes Noir.e.s sont les plus susceptibles d'identifier cet aspect comme étant d'une importance capitale (surtout parmi les milléniaux). Le genre n'entre pas en ligne de compte dans cette priorité chez la génération Z, mais chez les milléniaux, les femmes sont un peu plus susceptibles que les hommes de souligner son importance (un changement faible, mais notable par rapport à 2016, où il n'y avait pas de différence selon le genre).

Parmi les jeunes de la génération Z, les Hédonistes travaillant.e.s sont les plus enclin.e.s à privilégier la flexibilité du travail (64%), par rapport aux ambitieux (39%), aux Observateur.ice.s optimistes (40%) et aux Indépendant.e.s prudent.e.s (42%). Parmi les milléniaux, ce sont les Battant.e.s éclectiques (60%) qui se distinguent par cet objectif de travail et de carrière, les Loup.ve.s solitaires (34%) étant les moins enclin.e.s à partager ce point de vue.

Apporter une contribution importante à la société— Parmi les objectifs de travail et de carrière présentés, les jeunes de la Génération Z (38%) et de la génération Y (28%) sont les moins susceptibles d'accorder une grande priorité à l'apport d'une contribution importante à la société, la proportion l'identifiant comme étant d'une importance critique diminuant avec chaque cohorte d'âge successive (passant de 39% chez les 18 à 21 ans, à 24% chez les 36 à 40 ans; ce dernier groupe étant inférieur de 6 points de pourcentage par rapport à 2016).

Les jeunes les plus susceptibles d'accorder la priorité à un travail qui contribue à la société sont les Noir.e.s et les Sud-Asiatiques, ainsi que les milléniaux ayant un diplôme postsecondaire. Plus que tous les autres objectifs, celui-ci est le plus fortement déterminé par les valeurs sociales. Parmi les membres de la génération Z, une majorité d'Hédonistes travaillant.e.s (53%) et d'Idéalistes égalitaires (47%) considèrent qu'il s'agit d'une priorité essentielle dans leur travail et leur carrière, ce qui contraste fortement avec les Observateur.ice.s optimistes (12%). Parmi les milléniaux, les Battant.e.s éclectiques (49%, en hausse de 5 points depuis 2016) et les Idéalistes engagé.e.s (42%, en baisse de 2) sont les plus aptes à accorder une priorité à cet objectif, par rapport aux Chums de gars et chums de filles (15%, en baisse de 3) et aux Loup.ve.s solitaires (10%, en baisse de 5).

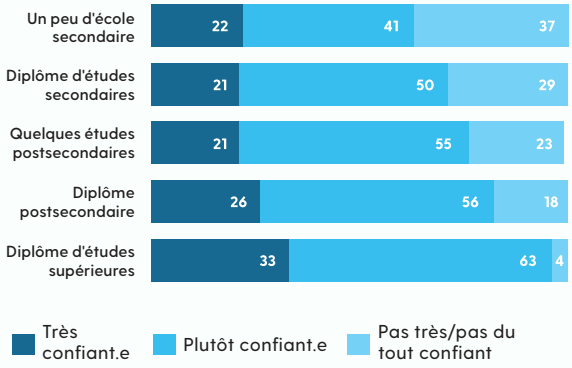
CONFIANCE DANS L'ATTEINTE DES OBJECTIFS DE CARRIÈRE

Les jeunes expriment un optimisme qualifié quant à la réalisation de leurs objectifs professionnels et de carrière, et cette confiance est fortement liée au niveau d'instruction actuel. La confiance en la réussite est plus répandue chez les jeunes Noir.e.s et moins chez ceux et celles qui sont autochtones.

Dans quelle mesure les jeunes Canadien.ne.s ont confiance dans la possibilité d'atteindre leurs objectifs professionnels et de carrière actuels au fil du temps? Dans l'ensemble, on constate un certain optimisme quant à l'avenir, puisque trois personnes sur quatre se disent très (23%) ou assez (52%) confiantes dans la réalisation de leurs objectifs, contre une personne sur quatre qui n'est pas très (19%) ou pas du tout (6%) confiante. Les opinions sont similaires entre les générations et les cohortes d'âge, mais les jeunes de la génération Z sont plus susceptibles que les milléniaux d'être très confiantes (27% contre 21%). De même, la confiance des milléniaux dans leur réussite professionnelle future a sensiblement diminué depuis 2016, et plus particulièrement chez les 36-40 ans (la proportion de personnes très ou assez confiantes ayant diminué de 13 points de pourcentage).

La confiance dans l'atteinte des objectifs professionnels et de carrière est plus fortement liée au niveau d'instruction:

Confiance dans l'atteinte des objectifs professionnels et de carrière
en fonction de l'éducation



Q.24
Dans quelle mesure êtes-vous confiant.e aujourd'hui dans la réalisation de vos objectifs professionnels et de carrière actuels au fil du temps?

presque tous (96%) les jeunes ayant un diplôme d'études supérieures sont assez, voire très, confiant.e.s dans leur avenir, comparativement à un peu plus de six sur dix (63%) qui n'ont pas terminé leurs études secondaires. Parallèlement, même parmi les jeunes ayant un diplôme de premier cycle, seul un sur quatre se sent très confiant quant à sa future carrière.

Des niveaux plus élevés de confiance dans la carrière sont également évidents chez les personnes ayant des revenus plus élevés, les hommes et les Québécois.e.s, en particulier chez les milléniaux. Parmi les groupes ethniques/raciaux, les jeunes Noir.e.s sont ceux et celles qui ont le plus confiance en leur future carrière (84% sont très ou assez confiant.e.s), de même que les milléniaux sud-asiatiques (88%), tandis que les autochtones sont les moins (69%).

Parmi les jeunes de la génération Z, la confiance en sa carrière est plus répandue chez les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (91%) et les Hédonistes travaillant.e.s (92%), contrairement aux Réalistes réfléchi.e.s (41%). Parmi les milléniaux, ce sont les Battant.e.s éclectiques (87%) et les Idéalistes engagé.e.s (80%) qui sont les plus positifs, par rapport aux Chums de gars et chums de filles (67%) et aux Loup.ve.s solitaires (57%), ces deux groupes affichant le plus fort recul depuis 2016.

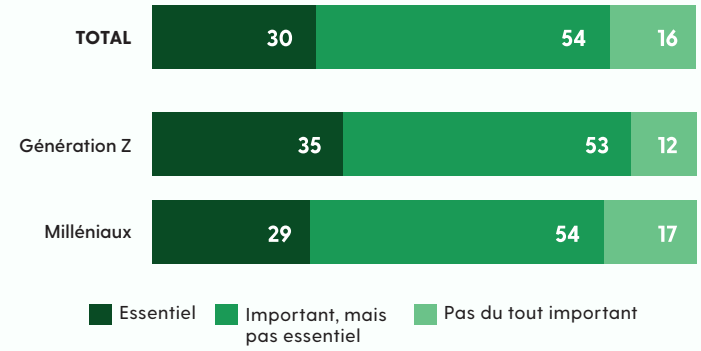
LA VALEUR DE L'ENSEIGNEMENT POSTSECONDAIRE

Les jeunes ont des opinions mitigées sur la valeur des études postsecondaires, seuls trois sur dix les considérant comme essentielles à une vie épanouie. Parmi ceux et celles qui ont un diplôme, moins de la moitié disent qu'il a été très utile dans leur carrière, et ils et elles sont divisé.e.s sur la question de savoir s'ils et elles obtiendraient le même diplôme si on leur donnait une seconde chance.

L'enseignement postsecondaire est la pierre angulaire de l'emploi, de la carrière et de la réussite dans la vie depuis plusieurs générations. Un investissement public substantiel a été réalisé dans les collèges et les universités du pays, et le Canada peut se targuer d'avoir l'un des taux d'éducation postsecondaire les plus élevés au monde. Mais de plus en plus, certain.e.s se demandent si le fait d'avoir un diplôme est toujours un gage de sécurité pour l'avenir. Comment les jeunes d'aujourd'hui perçoivent la valeur des études postsecondaires?

Dans quelle mesure est-il essentiel d'avoir un diplôme postsecondaire?— La plupart des jeunes au Canada voient la valeur des études postsecondaires, mais tous et toutes ne sont

Importance d'un diplôme postsecondaire pour une vie épanouie
en fonction de la génération



Q.28
Dans quelle mesure croyez-vous qu'il est important d'avoir un diplôme d'études postsecondaires (cégep ou université) pour avoir une vie satisfaisante?

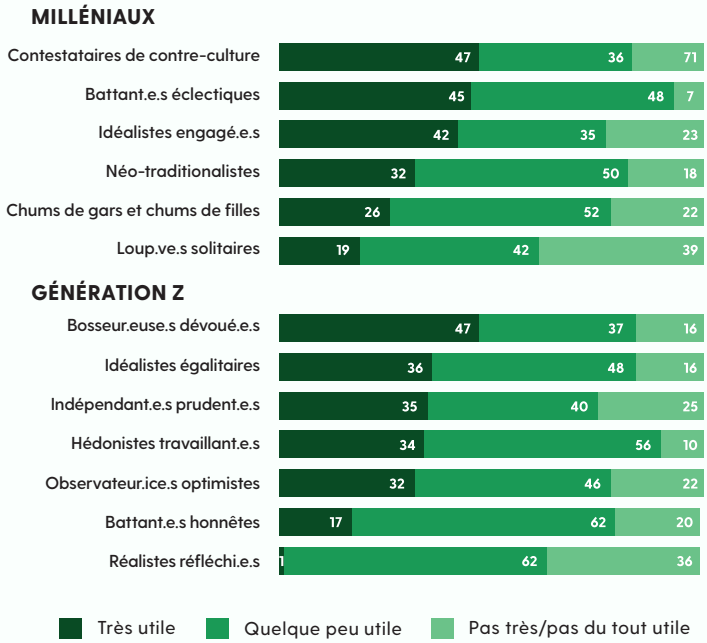
pas convaincu.e.s de leur importance. Trois personnes sur dix (30%) disent qu'elle est essentielle pour avoir une vie épanouie, une majorité (54%) la décrivant comme importante, mais pas essentielle, et 16 autres pour cent indiquant qu'elle n'est pas si importante que cela.

L'importance accordée aux études postsecondaires est plus répandue chez les jeunes Canadien.ne.s de première génération (42% la décrivent comme essentielle à une vie épanouie), ainsi que chez les Noir.e.s (45%) et les Sud-Asiatiques (47%), contrairement aux personnes de race blanche (25%). Ce point de vue est également plus évident chez la portion plus âgée de la génération Z (35%) que chez les milléniaux (29%), le point de vue de cette dernière génération étant inchangé par rapport à 2016. Le niveau d'études actuel fait une différence chez les milléniaux (comme il y a quatre ans), les études postsecondaires étant plus fortement appréciées par ceux et celles qui les ont. Mais cette relation n'apparaît pas dans la portion plus âgée de la génération Z. De même, il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes sur cette question, dans les deux générations.

Les perspectives sur la valeur de l'enseignement postsecondaire sont fortement influencées par les valeurs sociales. Chez les milléniaux, cette éducation est désormais considérée comme essentielle par une majorité (54%) de Battant.e.s éclectiques, et même davantage qu'en 2016. En revanche, ce point de vue est partagé par peu de Loup.ve.s solitaires (16%) et de Contestataires de contre-culture (13%), et dans les deux cas, il reflète un déclin au fil du temps. Et ce, malgré le fait que les Contestataires de contre-culture sont les plus susceptibles de tous les groupes d'avoir un diplôme d'études postsecondaires (40%), alors que les Loup.ve.s solitaires sont les moins susceptibles d'en avoir un (15%); ces deux groupes peuvent avoir des raisons très différentes de rejeter ce qu'un diplôme peut offrir.

Parmi les membres de la génération Z, ce sont les Hédonistes travaillant.e.s (53%) qui sont les plus enclin.e.s à dire que les études postsecondaires sont essentielles à une vie épanouie, suivis des

Valeur des études postsecondaires à ce jour
Par groupe des valeurs sociales



Q.26
[SI VOUS AVEZ COMPLÉTÉ L'ENSEIGNEMENT POST-SECONDAIRE] Dans quelle mesure avez-vous trouvé votre enseignement postsecondaire utile jusqu'à présent dans votre vie, en matière d'aide à la réalisation de vos objectifs de vie?

Bosseur.euse.s dévoué.e.s (40%). Les moins susceptibles de partager cette opinion sont les Idéalistes égalitaires (28%) (qui ont la plus forte proportion de diplômes postsecondaires, soit 34%) et les Réalistes réfléchi.e.s (24%) (qui ont la plus faible proportion, soit 18%).

Valeur de l'enseignement postsecondaire à ce jour— Cette question a également été examinée en demandant aux jeunes qui ont un diplôme d'études postsecondaires dans quelle mesure ils et elles l'ont trouvé utile jusqu'à présent pour les aider à atteindre leurs objectifs de vie. Les opinions sont partagées entre ceux et celles qui disent que leur diplôme a été très utile (32%), assez utile (46%) et pas très ou pas du tout utile (22%).

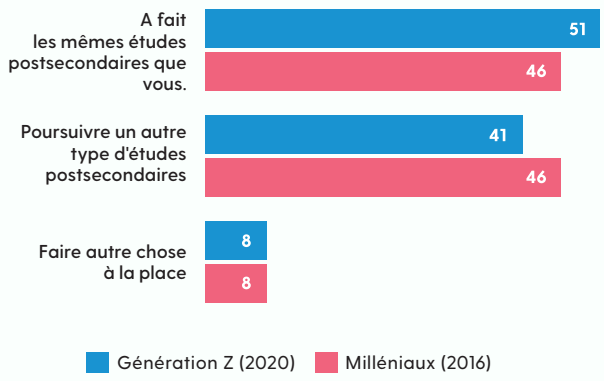
Les jeunes qui sont les plus positif.ve.s sur ce que leur diplôme leur a apporté sont ceux et celles qui ont un diplôme de deuxième cycle (52%, contre 31% pour ceux et celles qui ont un diplôme de premier cycle), ceux et celles qui gagnent 100 000 $ ou plus (40%) et les jeunes Noir.e.s (42%). Ce point de vue est moins évident chez les jeunes qui travaillent à leur compte (19%) ou qui cherchent du travail (11%), chez les jeunes Chinois.e.s (19%) et chez ceux et celles qui ont un faible niveau de satisfaction à l'égard de la vie (11%).

Les perspectives sur cette question sont les mêmes entre les deux générations dans leur ensemble, mais il existe des différences notables au sein de chacune d'elles. Chez les milléniaux, la conviction que leur diplôme postsecondaire est très utile a quelque peu diminué au cours des quatre dernières années (de 41% à 36%), cette tendance à la baisse étant plus marquée chez les femmes, la cohorte la plus âgée (36 à 40 ans), les personnes à la recherche d'un emploi et les résidents du Canada atlantique, de l'Ontario et de l'Alberta. Parmi les groupes de valeurs sociales, cette évaluation est la plus répandue chez les Contestataires de contre-culture (47%), les Battant.e.s éclectiques (45%) et les Idéalistes engagé.e.s (42%), et la moins répandue chez les Loup.ve.s solitaires (19%). Cette opinion a diminué depuis 2016 dans tous les groupes, à l'exception des Contestataires de contre-culture (qui, de manière contre-intuitive, sont également les moins convaincu.e.s de l'importance de cette éducation pour avoir une vie épanouie).

Parmi les membres de la génération Z ayant un diplôme postsecondaire, les femmes (36%) sont plus positives que les hommes (29%) quant à ce que cette éducation leur a apporté jusqu'à présent, tandis que le revenu du ménage ne semble pas être un facteur. Dans tous les groupes de valeurs sociales, ce sont les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (47%) qui sont les plus

Votre diplôme postsecondaire était-il la bonne décision?

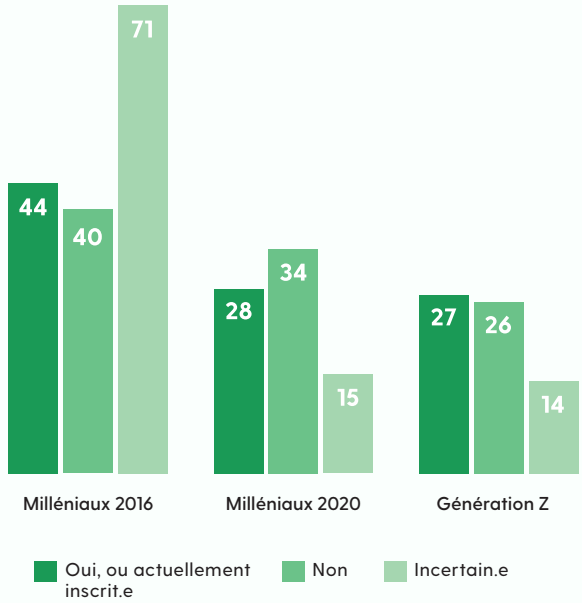
Les personnes qui ont un diplôme postsecondaire



Q.27
[SI VOUS AVEZ COMPLÉTÉ L'ENSEIGNEMENT POST–SECONDAIRE] Si vous pouviez recommencer, auriez-vous :

Projets de poursuivre des études postsecondaires

Personnes sans diplôme ou actuellement inscrites



Q.25
SI PAS D'ENSEIGNEMENT POST–SECONDAIRE] Avez-vous l'intention, ou envisagez-vous de poursuivre vos études au niveau collégial, universitaire ou post-universitaire, y compris les métiers et la formation en stage?

susceptibles de dire que leur diplôme leur a été très utile jusqu'à présent, ce qui contraste fortement avec les Réalistes réfléchi.e.s (1%) et les Battant.e.s honnêtes (17%).

Obtiendriez-vous à nouveau le même diplôme?— On a également demandé aux jeunes titulaires d'un diplôme d'études postsecondaires si, s'ils et elles avaient eu une seconde chance, ils et elles auraient poursuivi le même diplôme ou suivi une voie différente. Les réponses à cette question sont également mitigées. Un peu plus de quatre personnes sur dix (43%) affirment qu'elles auraient quand même fait les mêmes études postsecondaires que celles qu'elles ont terminées. D'autres pensent qu'ils et elles auraient poursuivi un autre type d'études postsecondaires (47%) ou fait quelque chose d'entièrement différent (10%).

Dans l'ensemble de la population, la satisfaction à l'égard du cheminement postsecondaire choisi est plus évidente chez les jeunes de la tranche de revenu supérieure, les Québécois.e.s et les Autochtones. Les personnes qui sont les plus aptes à dire qu'elles auraient fait quelque chose de complètement différent ont tendance à être des jeunes en difficulté, sur le plan de faibles revenus, de non-recherche d'emploi et de faible satisfaction globale à l'égard de la vie.

Les réponses des milléniaux dans leur ensemble à cette question sont restées remarquablement stables depuis 2016, mais des changements notables sont intervenus au sein de cette cohorte. La baisse de satisfaction à l'égard du parcours éducatif choisi est plus prononcée chez les membres de la génération Y les plus âgés (36 à 40 ans) et chez ceux et celles qui ont un diplôme d'études supérieures; ces personnes sont maintenant plus susceptibles de dire qu'elles poursuivraient un autre diplôme ou feraient quelque chose d'entièrement différent. Une baisse similaire de la satisfaction à l'égard de son diplôme actuel est également plus évidente chez les Néo-traditionalistes, et dans une moindre mesure chez les Chums de gars et chums de filles et les Loup.ve.s solitaires, contrairement aux Battant.e.s éclectiques qui sont maintenant plus susceptibles qu'avant de dire qu'ils et eles obtiendraient à nouveau le même diplôme. Les Contestataires de contre-culture, bien qu'ils et elles minimisent le rôle essentiel de leurs études postsecondaires, continuent d'être le segment le plus satisfait de leur parcours éducatif.

Parmi les membres de la génération Z qui ont obtenu un diplôme d'études postsecondaires (28% de cette cohorte), la satisfaction à l'égard de leur parcours éducatif est plus marquée chez les 18-21 ans et ceux et celles qui poursuivent des études, ainsi que chez les Idéalistes égalitaires, les Observateur.ice.s optimistes, les Bosseur.euse.s dévoué.e.s et les Indépendant.e.s prudent.e.s. Sur cette question, les aspirant.e.s à l'égalité sont les moins susceptibles de partager ce point de vue, car ils et elles sont plus de deux fois plus nombreux.euses à dire qu'ils et elles auraient poursuivi un autre diplôme postsecondaire.

Projets de poursuite d'études postsecondaires— On a demandé aux jeunes qui n'ont pas encore de diplôme d'études postsecondaires s'ils et elles prévoient ou envisagent de poursuivre leurs études au niveau collégial, universitaire ou postuniversitaire. Environ la moitié de ce groupe a répondu par l'affirmative en disant avoir de tels plans (37%) ou être déjà inscrit à un tel programme (12%). Une proportion similaire se répartit entre ceux et celles qui n'ont pas de tels projets (28%) et ceux et celles qui restent incertain.e.s (22%). Les projets d'études postsecondaires ou l'inscription actuelle à des études postsecondaires sont plus souvent déclarés par les Canadien.ne.s de première génération (66%) et ceux et celles qui sont Noir.e.s (71%) et sud-asiatiques (69%), comparativement à ceux et celles qui sont Blanc.he.s (43%).

Parmi les milléniaux sans diplôme d'études postsecondaires (comprenant 47% de cette cohorte), seulement quatre sur dix disent avoir des projets en ce sens (32%) ou être actuellement inscrit.e.s (8%), avec un pourcentage étonnamment élevé de 26% encore incertain.e.s quant à leur avenir (essentiellement inchangé depuis 2016). La poursuite d'études postsecondaires est plus fréquente chez les jeunes milléniaux (25 à 30 ans), ainsi que chez les Battant.e.s éclectiques (59%) et les Idéalistes engagé.e.s (57%). En comparaison, peu de Loup.ve.s solitaires (21%) expriment de tels projets.

Parmi les jeunes de la génération Z qui n'ont pas de diplôme (49% de cette cohorte), sept sur dix disent avoir l'intention d'en obtenir un (48%) ou être actuellement inscrit.e.s (23%), le reste affirme n'avoir aucune intention de le faire (15%) ou sont incertain.e.s (14%). Parmi les groupes de valeurs sociales, la poursuite d'études postsecondaires est plus répandue chez les Idéalistes égalitaires (80%) et les Hédonistes travaillant.e.s (77%), et moins répandue chez les Battant.e.s honnêtes (63%) et les Indépendant.e.s prudent.e.s (65%).

SOUTIEN INSTITUTIONNEL AUX JEUNES CANADIEN.NE.S

La jeunesse canadienne est divisée sur la façon dont les grandes institutions du pays répondent aux besoins et aux aspirations de leur génération. Les membres de la génération Z sont plus positif.ve.s que les milléniaux, mais ces derniers voient maintenant plus de preuves de soutien institutionnel qu'en 2016.

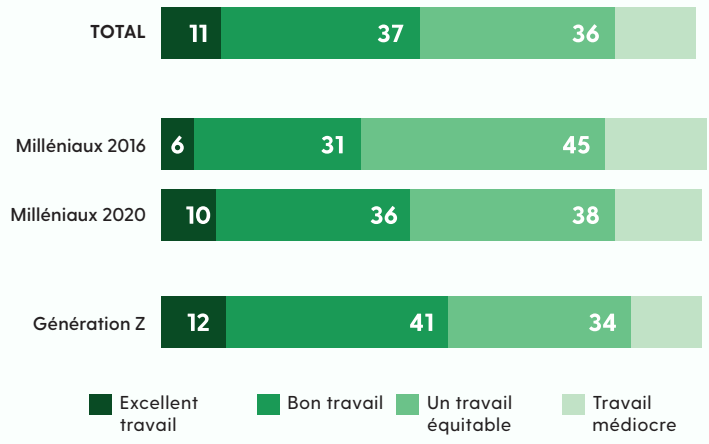
Les jeunes générations du Canada sont confrontées à des défis sans précédent pour réussir la transition vers l'âge adulte et les étapes connexes que sont l'emploi et la carrière, la sécurité financière, le logement abordable et la garde des enfants. Il s'agit dans une large mesure de problèmes collectifs découlant de grandes tendances économiques, structurelles et politiques qui requièrent l'attention des principales institutions du pays, notamment les gouvernements, les établissements d'enseignement postsecondaire et le secteur privé.

Dans quelle mesure les jeunes pensent que les grandes institutions s'efforcent de répondre aux besoins et aux aspirations de leur génération? Le bilan est mitigé. Près de la moitié disent faire un excellent (11%) ou un bon (37%) travail, tandis qu'une proportion égale pense faire un travail moyen (36%) ou médiocre (15%). Une évaluation positive (excellente ou bonne) est plus susceptible d'être donnée par les membres de la génération Z (53%) que par les milléniaux (46%), mais les opinions de cette dernière génération se sont nettement améliorées depuis 2016 (où seulement 37% partageaient ce point de vue).

Dans l'ensemble de la population des jeunes, une évaluation positive du soutien fourni par les institutions du pays est plus évidente chez ceux et celles qui détiennent un diplôme d'études supérieures, les Canadien.ne.s de première génération, les jeunes Noir.e.s et Sud-Asiatiques et les hommes.

Chez les milléniaux, les évaluations se sont améliorées dans la plupart des générations, mais de manière plus significative chez ceux et celles qui ont un diplôme d'études supérieures, les Canadien.ne.s de première génération et les Battant.e.s éclectiques (77% disent excellent ou bon emploi, soit 22 points de plus depuis 2016). En comparaison, seulement 20% des Contestataires de contre-culture partagent aujourd'hui ce point de vue (en baisse de 4 points). Parmi la portion plus agée de la génération Z, la confiance dans les grandes institutions est exprimée par de fortes majorités d'Hédonistes travaillant.e.s (71%), de Battant.e.s honnêtes (70%) et de Bosseur.euse.s dévoué.e.s (63%), contre pas plus d'un tiers d'Idéalistes égalitaires (35%) et de Réalistes réfléchi.e.s (27%).

Dans quelle mesure les grandes institutions répondent-elles aux besoins/aspirations de votre génération?
en fonction de la génération



Q.44
Selon vous, dans quelle mesure les principales institutions du pays (comme les gouvernements, les établissements d'enseignement postsecondaire et le secteur privé) ont-elles réussi à répondre aux besoins et aux aspirations des gens de votre génération? Est-ce qu'elles ont :

PERSPECTIVES SUR LA DÉMOCRATIE ET LES INSTITUTIONS

L'enquête a également examiné le point de vue des jeunes sur toute une série d'autres questions, dont les résultats sont présentés en détail dans un rapport publié précédemment. Ce rapport se concentre sur ces questions à travers le prisme des valeurs sociales des générations Y et Z.

CONFIANCE ENVERS LA DÉMOCRATIE ET LE GOUVERNEMENT

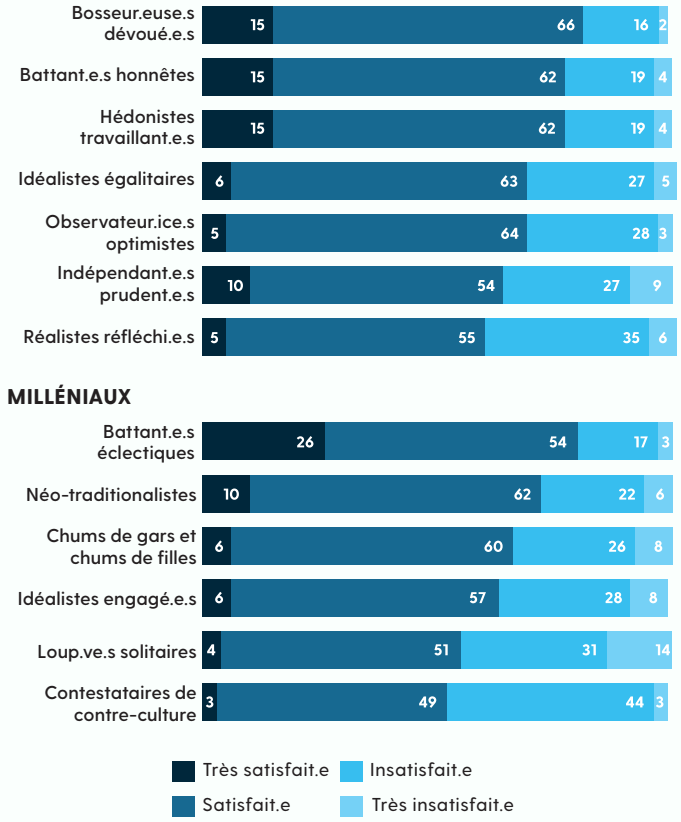
La confiance dans la démocratie du pays et dans ses principales institutions est la plus forte parmi les groupes de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique (par exemple, les Hédonistes travaillant.e.s et les Battant.e.s éclectiques), et la moins évidente parmi ceux et celles qui ont le moins d'éducation et qui rejettent le plus l'autorité (les Réalistes réfléchi.e.s et les Loup.ve.s solitaires).

Niveau de satisfaction par rapport à la démocratie au Canada— Que pensent les jeunes du Canada de la façon dont la démocratie fonctionne dans le pays aujourd'hui? Dans l'ensemble, les opinions sont plus positives que négatives, mais ne témoignent aucunement d'un appui sans réserve. Seulement une personne sur dix (10 %) est très satisfaite, la majorité (57 %) se disant satisfaite. Le tiers des personnes restantes se dit plutôt insatisfait (26 %) ou très insatisfait. La satisfaction à l'égard de la démocratie du pays est la plus forte chez les jeunes ayant un niveau d'instruction plus élevé, ainsi que chez les Sud-Asiatiques, les Canadien.ne.s de première génération et ceux et celles qui ont un fort sentiment d'appartenance à la communauté. Ce point de vue est moins susceptible d'être partagé par les personnes de race blanche et les autochtones, ainsi que par les personnes dont le niveau de satisfaction globale à l'égard de la vie est faible.

Les opinions sur la démocratie au Canada sont également en fonction des valeurs sociales de chacun, les opinions positives étant les plus répandues dans les groupes les plus diversifiés sur le plan ethnique. Parmi les jeunes de la génération Z, ce sont les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (81% très satisfait.e.s ou satisfait.e.s), les Battant.e.s honnêtes (77 %) et les Hédonistes travaillant.e.s (77 %) qui sont les plus susceptibles de se déclarer satisfait.e.s du fonctionnement de la démocratie aujourd'hui, cette opinion étant moins susceptible d'être partagée par les Réalistes réfléchi.e.s (60 %) et les Indépendant.e.s prudent.e.s (64 %).

Les milléniaux dans leur ensemble sont un peu moins satisfait.e.s de la démocratie que les Canadien.ne.s de la génération Z, mais au sein de cette génération, les opinions les plus positives sont exprimées par les deux groupes de valeurs sociales les plus diversifiés sur le plan ethnique – les Battant.e.s éclectiques (80 %) et les Néo-traditionalistes (72 %). En comparaison, les niveaux de satisfaction sont nettement plus

Satisfaction à l'égard du fonctionnement de la démocratie au Canada
par groupe des valeurs sociales



Q.56
En général, diriez-vous que vous êtes très satisfait.e, satisfait.e, insatisfait.e ou très insatisfait.e de la façon dont la démocratie fonctionne au Canada?

faibles chez les Contestataires de contre-culture (52%) et les Loup.ve.s solitaires (55%); ces deux groupes ont très peu de choses en commun sur le plan démographique, mais partagent un scepticisme sur de nombreux sujets.

Le gouvernement est-il dysfonctionnel?— À l'instar des opinions sur l'état de la démocratie canadienne aujourd'hui, les jeunes Canadien.ne.s sont plus positifs que négatifs quant au fonctionnement de leurs gouvernements (tous niveaux confondus)[9]. Les deux tiers disent qu'actuellement, les gouvernements au Canada fonctionnent bien de manière générale (24%) ou qu'ils fonctionnent, mais connaissent des problèmes majeurs (42%), tandis que les autres croient qu'ils sont dysfonctionnels, mais réussissent bien dans certains domaines (25%), ou qu'ils sont totalement dysfonctionnels (9%).

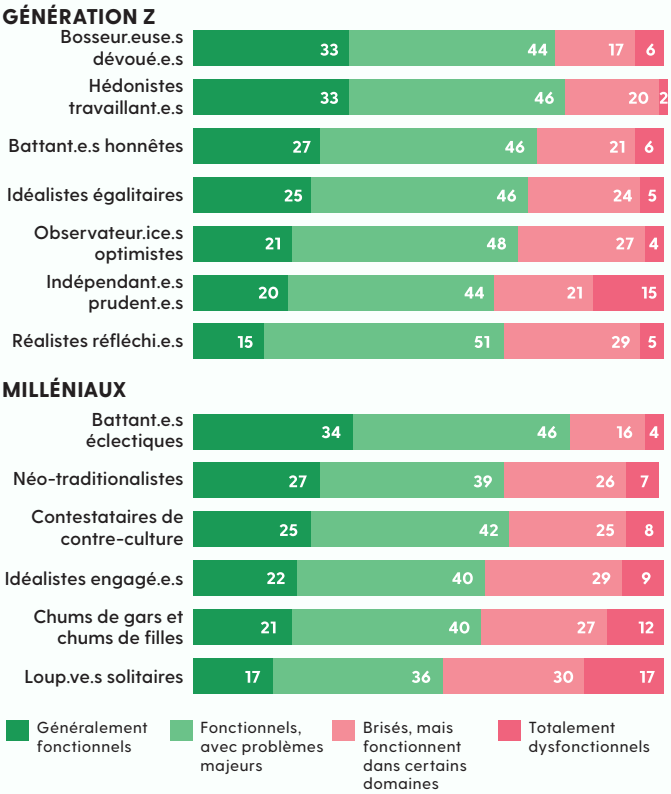
Les attitudes à l'égard de l'efficacité des gouvernements sont fortement liées aux opinions sur la démocratie, comme indiqué ci-dessus. Parmi les jeunes de la génération Z, les Hédonistes travaillant.e.s (33%) et les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (33%) sont les plus susceptibles de considérer les gouvernements comme fonctionnant de manière générale, cette opinion étant partagée par moins de la moitié des Réalistes réfléchi.e.s (15%). Parmi les milléniaux, ce sont les Battant.e.s éclectiques (34%) qui expriment l'opinion la plus positive, par rapport aux Loup.ve.s solitaires (17%) (sur cette question, les Contestataires de contre-culture se conforment à la moyenne générationnelle). Les segments de valeurs sociales qui sont positifs quant à l'efficacité du gouvernement sont aussi ceux et celles qui ont un fort sentiment d'appartenance à une communauté locale.

Confiance envers les institutions canadiennes— Nous avons questionné les jeunes Canadien.ne.s sur leur niveau de confiance général envers chacun des neuf principales institutions ou principaux secteurs canadiens. Aucune n'est bien notée par plus de la moitié de chaque génération, mais il y a des variations considérables dans la liste. Un niveau de confiance élevé (notes de « 4 » ou « 5 » sur une échelle de 5 points) est le plus largement accordé au système de soins de santé (50%), suivi par les grandes organisations à but non lucratif (p. ex. YMCA, Centraide) (43%), et les universités et collèges du pays (42%); dans chaque cas, moins de la moitié des répondants expriment une faible confiance (notes de « 1 » ou « 2 »).

Les cotes de confiance accordées aux **banques** du Canada (36% de confiance élevée, contre 29% de faible confiance) et au **système scolaire** (33%, contre 30%) sont plus équilibrées entre positives et négatives. Les cotes de confiance élevées se situent bien en deçà des cotes négatives en ce qui concerne le **système de justice** et les **tribunaux** (28% de confiance élevée), les **médias canadiens** (24%) et le **Parlement fédéral** (24%). Enfin, les jeunes Canadien.ne.s expriment le moins de confiance dans les **grandes entreprises** du pays (à l'exception des banques), avec seulement 17% d'entre eux et elles qui leur donnent des notes élevées.

Les gouvernements Canadiens sont-ils fonctionnels ou dysfonctionnels?

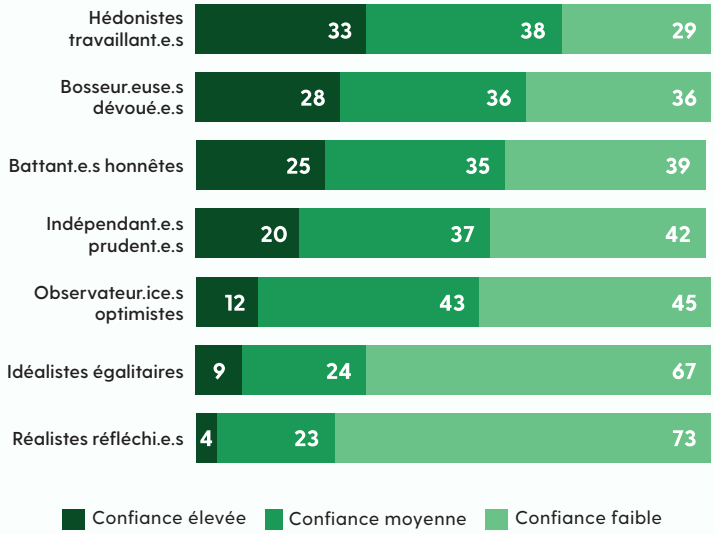
par groupe des valeurs sociales



Q.57
Diriez-vous que [SPLIT SAMPLE : le gouvernement fédéral/le gouvernement de votre province/le gouvernement de votre municipalité] est aujourd'hui :

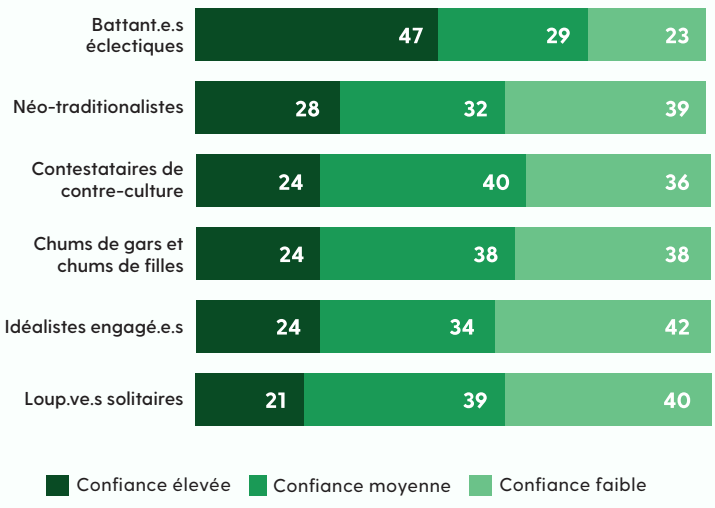
[9] *Dans ce sondage, la question a été posée en référence à chacun des trois niveaux de gouvernement : fédéral, provincial et municipal, afin de fournir des réponses spécifiques à chaque niveau, ainsi qu'au gouvernement dans son ensemble*

Confiance dans les grandes entreprises
par groupes de valeurs sociales de la génération Z



Q.46e
Maintenant quelques questions sur le niveau de confiance que vous avez dans diverses institutions. Sur une échelle de 1 à 5, où « 1 » signifie « aucune confiance » et « 5 » signifie « une grande confiance », quel niveau de confiance accordez-vous aux grandes entreprises?

Confiance dans le système judiciaire
par groupe des valeurs sociales des Milléniaux



Q.46a
Maintenant quelques questions sur le niveau de confiance que vous avez dans diverses institutions. Sur une échelle de 1 à 5, où « 1 » signifie « aucune confiance » et « 5 » signifie « une grande confiance », quel degré de confiance avez-vous dans le système judiciaire et les tribunaux?

Parmi les institutions évaluées, les niveaux de confiance varient en fonction du groupe de valeurs sociales selon un schéma similaire à celui des questions sur la démocratie et le gouvernement. Parmi les jeunes de la génération Z, les Hédonistes travaillant.e.s et les Bosseur.euse.s dévoué.e.s sont les plus, tandis que les Réalistes réfléchi.e.s et, dans certains cas, les Observateur.ice.s optimistes le sont moins. Les écarts entre les groupes sont plus prononcés en ce qui concerne les grandes entreprises, le système judiciaire et le système scolaire. Par exemple, un tiers environ des Hédonistes travaillant.e.s (33%) et des Bosseur.euse.s dévoué.e.s (28%) accordent une grande confiance aux grandes entreprises, contre moins d'un.e Réaliste réfléchi.e sur dix (4%) et, dans ce cas également, des Idéalistes égalitaires (9%).

Parmi les milléniaux, les Battant.e.s éclectiques sont de loin les plus positif.ve.s dans leur opinion sur la liste complète des institutions canadiennes, et dans la plupart des cas, ces évaluations se sont améliorées de 10 points de pourcentage ou plus depuis 2016. Les Idéalistes engagé.e.s donnent de bonnes notes aux grandes organisations à but non lucratif, aux universités et aux collèges, mais de mauvaises notes aux grandes entreprises. Les Contestataires de contre-culture sont sensiblement positif.ve.s à l'égard du système de santé (amélioration de 14 points depuis 2016) et des grands organismes à but non lucratif, mais parmi les plus négatif.ve.s lorsqu'il s'agit des banques, du Parlement fédéral (baisse de 10 points) et des grandes entreprises (3% de confiance élevée).

Comme en 2016, les Loup.ve.s solitaires sont systématiquement les plus négatif.ve.s dans leur opinion de la plupart des institutions canadiennes, surtout lorsqu'il s'agit des grandes entreprises et du Parlement fédéral. Les Chums de gars et chums de filles (le plus grand des groupes de la génération Y) se conforment à la moyenne dans la plupart des cas, mais donnent des notes inférieures à la moyenne pour le système scolaire, les médias canadiens et les grandes entreprises.

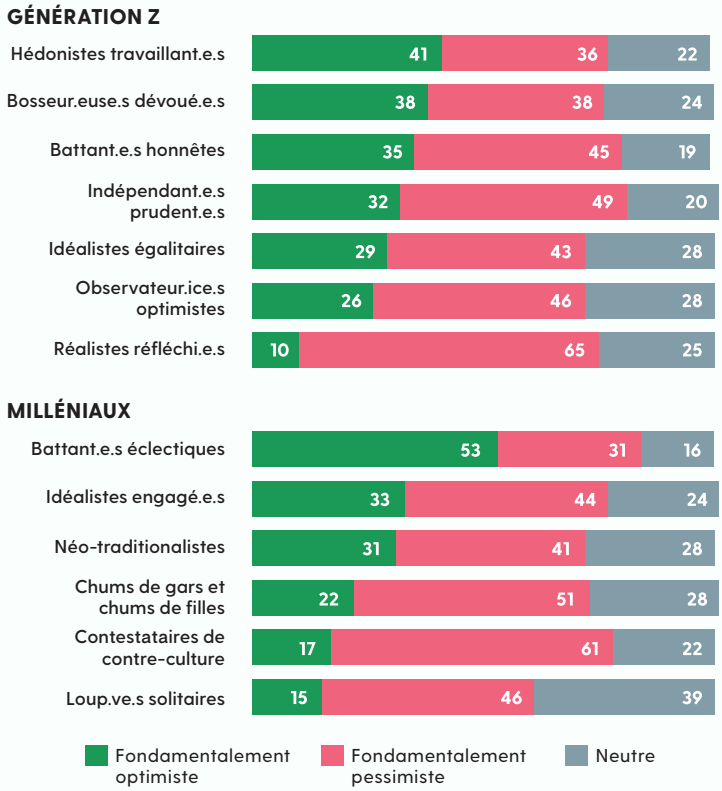
PERSPECTIVES SUR LES ENJEUX MONDIAUX ET CANADIENS

PERSPECTIVES SUR LES ENJEUX MONDIAUX

Les Hédonistes travaillant.e.s et les Battant.e.s éclectiques expriment les perspectives les plus positives sur l'avenir et la résolution des grands problèmes mondiaux comme le racisme et le réchauffement climatique. Ce point de vue est le moins susceptible d'être partagé par les Réalistes réfléchi.e.s et les Loup.ve.s solitaires. Les Contestataires de contre-culture sont particulièrement pessimistes quant à l'avenir mondial.

Optimisme et pessimisme concernant la direction du monde— Le monde a toujours été turbulent. Toutefois, les dernières années ont été marquées par un degré sans précédent de perturbation et d'instabilité dans les domaines de la politique, de l'environnement et, plus récemment, de la santé publique, alors que la première pandémie mondiale depuis plus d'un siècle fait des ravages dans presque tous les endroits habités de la planète. Dans ce contexte, comment les jeunes Canadien.ne.s envisagent l'avenir relativement à la direction que prendra le monde au cours des dix prochaines années?

Vision générale de la direction que prendra le monde au cours de la prochaine décennie
par groupe des valeurs sociales



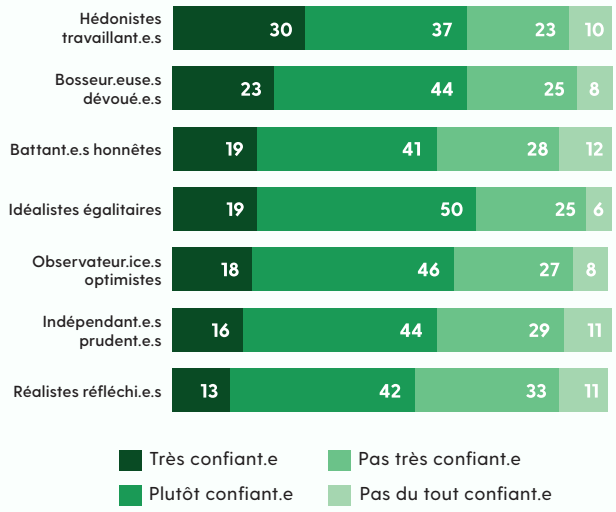
Q.66
Diriez-vous que vous êtes fondamentalement optimiste ou fondamentalement pessimiste sur la direction que vous pensez que le monde prendra au cours des 10 prochaines années?

Globalement, leur opinion est mitigée, mais plus négative que positive. Trois jeunes Canadien.ne.s sur dix (30%) indiquent être fondamentalement optimistes par rapport à la direction dans laquelle le monde s'orientera au cours des dix prochaines années, comparativement à plus de quatre sur dix (44%) disent être fondamentalement pessimistes relativement à cette question; les 26% des répondant.e.s restant indiquent n'être ni optimistes ni pessimistes (une réponse traduisant probablement un mélange d'ambivalence et d'incertitude).

Les opinions quant à la direction du monde dépendent largement des circonstances de vie actuelles de la personne. Tout comme pour les points de vue sur la démocratie et la gouvernance, une perspective optimiste est liée à un niveau de scolarité plus élevé (particulièrement à un diplôme d'études supérieures), à un fort sentiment d'appartenance à sa communauté, à une attention marquée aux nouvelles et aux questions d'actualité, et à une plus grande satisfaction par rapport à la vie. Il n'existe pratiquement aucune différence dans les perspectives respectives de la portion plus âgée de la génération Z et des milléniaux, ni entre les jeunes des différentes régions du pays.

Les valeurs sociales ont également une portée notable sur la façon dont les jeunes envisagent l'avenir. L'optimisme est le plus largement exprimé dans les deux groupes les plus diversifiés sur le plan ethnique. Parmi les membres de la génération Z, ce sont les Hédonistes travaillant.e.s (41%

Confiance dans la lutte contre le racisme
par groupes de valeurs sociales de la génération Z



Q.69c
Dans quelle mesure êtes-vous convaincu.e que de réels progrès peuvent être réalisés au fil du temps dans la lutte contre le racisme au niveau mondial?

d'optimistes), suivis des Bosseur.euse.s dévoué.e.s (38%) et des Battant.e.s honnêtes (35%), les Réalistes réfléchi.e.s (10%) étant les moins susceptibles de partager cette perspective. Parmi les milléniaux, les Battant.e.s éclectiques (53%) sont de loin les plus positif.ve.s dans leur vision de l'avenir du monde, contre moins d'un.e Loup.ve solitaire sur cinq (15%) et les Contertataires de contre-culture (17%; contre 61% qui sont fondamentalement pessimistes).

Niveau de confiance concernant les progrès face aux enjeux mondiaux— Les jeunes Canadien.ne.s ont été interrogé.e.s sur leur niveau de confiance envers les progrès réalisés au fil du temps pour aborder cinq grands enjeux à l'échelle mondiale. Parmi les questions présentées, les jeunes ont exprimé leur plus grande confiance dans les progrès réalisés pour lutter contre **l'inégalité entre les genres** (deux tiers d'entre eux étant très [19%] ou assez [48%]), et les **pandémies comme COVID-19** (18% et 43%, respectivement). Un peu plus de la moitié d'entre eux se disent très (16%) ou assez (41%) quant aux progrès réels réalisés dans la lutte contre le **racisme**.

En comparaison, moins de la moitié des jeunes Canadien.ne.s sont très (12%) ou assez (34%) dans la possibilité de faire de réels progrès dans la lutte contre le changement climatique **à l'échelle mondiale, alors qu'une plus grande proportion n'est pas très (38%) ou pas du tout (15%) confiante à cet égard.**

Enfin, le moins d'optimisme est exprimé quant aux progrès réalisés dans la lutte contre la pauvreté et les inégalités économiques au niveau mondial; à peine plus de quatre personnes sur dix sont très (11%) ou assez (31%) confiantes dans la réalisation de progrès réels sur cet enjeux.

Comme l'on pouvait s'y attendre, le niveau de confiance dans les progrès réalisés sur les grands enjeux est fortement lié à l'idée générale que le répondant.e.s se font de l'évolution du monde au cours de la des dix prochaines années. Les jeunes qui sont généralement optimistes sont plus susceptibles de se dire convaincu.e.s d'assister à des progrès relativement aux cinq enjeux, notamment en ce qui concerne les changements climatiques et la lutte contre la pauvreté et l'inégalité économique. Cela se reflète dans la façon dont les niveaux de confiance varient selon les groupes de valeurs sociales.

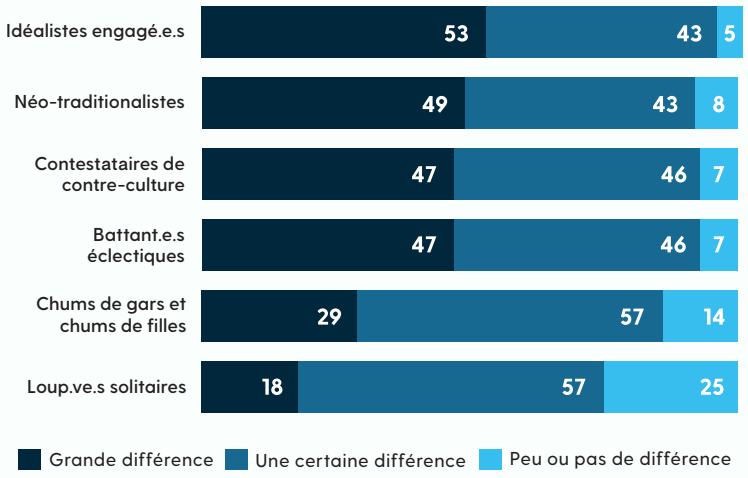
Parmi les membres de la génération Z, les Hédonistes travaillant.e.s sont les plus sur les cinq enjeux (en particulier le changement climatique et le racisme), les Réalistes réfléchi.e.s étant les moins susceptibles de partager ce point de vue. Parmi les milléniaux, les Battant.e.s éclectiques sont les plus aptes à croire que des progrès peuvent être réalisés sur ces problèmes mondiaux, ce qui contraste fortement avec les Loup.ve.s solitaires et les Contestataires de contre-culture en matière de changement climatique et de pauvreté/inégalité.

FAIRE UNE DIFFÉRENCE

La plupart des groupes expriment leur confiance dans l'efficacité de la mobilisation communautaire pour apporter des changements positifs, mais cette confiance est plus forte chez les Idéalistes engagé.e.s de la génération Y et les Idéalistes égalitaires de la génération Z. Les Loup.ve.s solitaires se distinguent comme ayant le moins confiance dans de telles initiatives.

Efficacité de la mobilisation des communautés locales— Le sondage s'est aussi penché sur le niveau de confiance envers la portée positive de l'action collective au niveau local. Quatre jeunes Canadien.ne.s sur dix (40%) affirment que les personnes qui travaillent ensemble en tant que groupe peuvent faire une « grande différence » dans la résolution des problèmes de leur communauté. Près de la moitié d'entre ces jeunes (49%) croient que de telles actions font « une certaine différence », tandis que quelques-un.e.s (11%) maintiennent qu'elles ne font que « peu ou pas de différence ».

La différence que peut faire l'action collective pour résoudre les problèmes locaux.
par groupe des valeurs sociales des Milléniaux



Q.79
En pensant aux problèmes de votre communauté, dans quelle mesure croyez-vous que les gens qui travaillent font une différence en tant que groupe pour résoudre les problèmes que vous voyez?

L'âge semble influencer la façon dont les jeunes répondent à cette question. La portion plus âgée de la génération Z semble plus encline à affirmer que les actions collectives locales font une grande différence, tandis que cette proportion diminue au sein des milléniaux et progressivement au fur et à mesure qu'augmente l'âge des répondant.e.s. Au sein des milléniaux, le niveau de confiance envers les effets des actions collectives est légèrement moins élevé en 2020 qu'il ne l'était en 2016 (passant de 41% à 38%). Comme pour les autres sujets abordés dans ce sondage, la conviction que l'action collective peut faire une grande différence est étroitement liée au sentiment d'appartenance à une communauté locale; ce point de vue est exprimé par plus de la moitié (57%) des répondant.e.s ayant un très fort sentiment d'appartenance à la communauté, contre seulement un tiers (32%) de ceux et celles ayant répondu le contraire. L'identité ethnique et raciale semble aussi jouer un rôle.

Les points de vue sur l'efficacité de la mobilisation communautaire se reflètent aussi fortement dans les valeurs sociales des jeunes Canadien.ne.s, en particulier chez les milléniaux. Ce sont les Idéalistes engagé.e.s (53%) qui sont les plus enclin.e.s à croire qu'elle peut faire une grande différence, suivis par les Néo-traditionalistes (49%), les Battant.e.s éclectiques (47%) et les Contestataires de contre-culture (47%), ce qui contraste fortement avec les Loup.ve.s solitaires (18%) et les Chums de gars et chums de filles (29%). Les différences de valeurs sociales sont moins apparentes parmi les membres de la génération Z, mais ce sont les Idéalistes égalitaires (la portion plus jeune des Idéalistes engagé.e.s) qui se distinguent le plus sur cette question (63%), suivi.e.s des Hédonistes travaillant.e.s (51%). Les moins enclin.e.s à partager ce point de vue sont les Battant.e.s honnêtes (31%) et les observateur.ice.s optimistes (34%).

Influence de sa propre génération— Les jeunes Canadien.ne.s sont positif.ve.s, voire enthousiates, quant à l'influence positive que leur génération aura sur le pays et la société au cours des prochaines décennies. Sept répondant.e.s sur dix se disent très (14%) ou assez (55%) dans la capacité de leur génération à faire ce genre de différence, les autres n'étant pas très (24%) ou pas du tout (6%). La portion plus âgée de la génération Z (21%) est deux fois plus susceptible que les milléniaux d'être très confiante relativement à la contribution future de sa génération à la société.

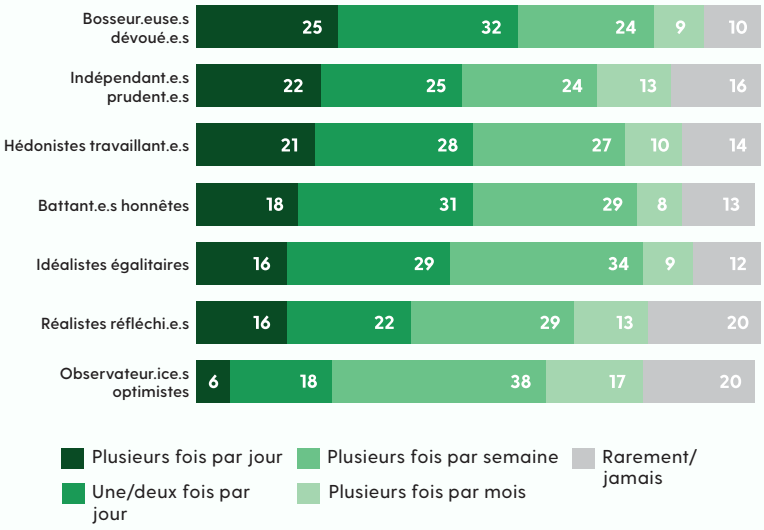
Parmi les milléniaux, la confiance en leur génération pour faire la différence est la plus évidente chez les Battant.e.s éclectiques (30% sont très confiant.e.s), cette opinion étant la moins prononcée chez les Loup.ve.s solitaires (3%) et les Chums de gars et chums de filles (6%). Parmi les membres de la génération Z, une fois encore, les différences entre les groupes sont moindres, mais les Hédonistes travaillant.e.s sont les plus positif.ve.s (26%) et les Observateur.ice.s optimistes (14%) les moins positif.ve.s.

ENGAGEMENT CIVIQUE ET POLITIQUE

ENGAGEMENT DANS LES ENJEUX ET LA POLITIQUE

Les jeunes les plus susceptibles de s'intéresser à la politique et à l'actualité sont ceux et celles de la génération Z, les Bosseur.euse.s dévoué.e.s et les Idéalistes égalitaires, ainsi que les Contestataires de contre-culture de la génération Y et Battant.e.s éclectiques. Cet intérêt est moins prononcé chez les Réalistes réfléchi.e.s et les Loup.ve.s solitaires.

Fréquence de suivi des nouvelles et de l'actualité
par groupes de valeurs sociales de la génération Z



Q.47
À quelle fréquence suivez-vous les nouvelles et les événements courants (par exemple, internationaux, nationaux, régionaux ou locaux)?

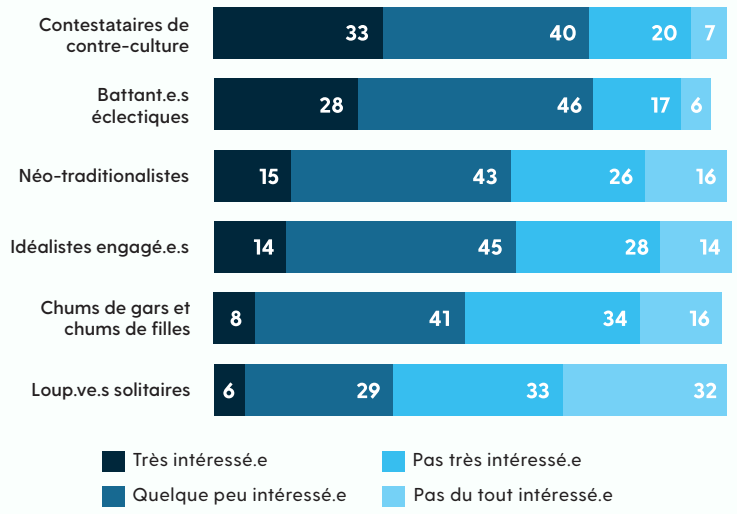
Fréquence de l'attention portée aux enjeux et aux événements actuels— L'un des stéréotypes démodés concernant les jeunes est qu'ils et elles ne s'intéressent guère à ce qui se passe dans le monde de la politique et de l'actualité. Le sondage mené en 2016 auprès de cette génération a montré que ce mythe n'était pas très vrai, ce que confirment les recherches actuelles pour les deux jeunes générations. Parmi les jeunes Canadien.ne.s âgés de 18 à 40 ans, la moitié déclare suivre les nouvelles et l'actualité (qu'elles soient locales, régionales, nationales ou internationales) au moins une fois par jour (30 %), voire plusieurs fois par jour (20 %). Moins d'une personne sur six (14 %) le fait rarement ou jamais.

La fréquence de l'attention est plus étroitement liée au niveau d'instruction, l'attention quotidienne ou plus fréquente étant la plus répandue chez les jeunes ayant un diplôme de troisième cycle (73 %), contre seulement 43 % chez ceux et celles qui n'ont pas de diplôme d'études secondaires. L'attention quotidienne est également un peu plus prononcée chez les hommes (58 %, contre 44 % des femmes) et chez les jeunes de la droite politique (65 %, contre 57 % chez ceux et celles de la gauche). Par génération, les milléniaux (54 %) sont un peu plus nombreux que la portion plus agée de la génération Z (46 %) à suivre l'actualité au moins quotidiennement, et la pratique de cette génération a très peu changé depuis 2016 (date du dernier sondage sur les milléniaux).

Parmi les Canadien.ne.s de la génération Z, le fait de s'intéresser aux nouvelles et à l'actualité au moins une fois par jour est plus fréquent chez les Bosseur.euse.s dévoué.e.s (57 %), et moins fréquent chez les Réalistes réfléchi.e.s (38 %) et les Observateur.ice.s optimistes (24 %). Parmi les milléniaux, une telle activité est le plus souvent rapportée par les Contestataires de contre-culture (70 %) et les Battant.e.s éclectiques (70 %), ce qui reflète une modeste augmentation dans ces deux groupes depuis 2016. En comparaison, seulement 41 % des Loup.ve.s solitaires accordent ce niveau d'attention à ce qui se passe dans le monde.

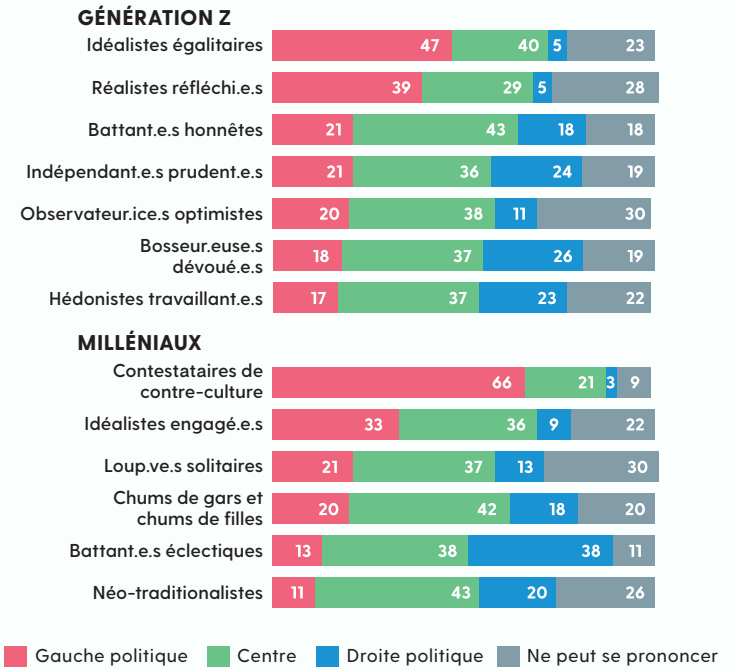
Intérêt pour la politique— Dans quelle mesure les jeunes Canadien.ne.s s'intéressent à la politique en général? Un peu plus de la moitié se disent très (14 %) ou assez (40 %) intéressé.e.s par la politique en général, le reste indiquant

Intérêt pour la politique
par groupe des valeurs sociales des Milléniaux



Q.50
D'une manière générale, quel intérêt portez-vous à la politique?

Orientation politique générale
par groupe des valeurs sociales



Q.51
En politique, on parle parfois de gauche et de droite. Où vous situeriez-vous sur cette échelle, où la gauche signifie « 0 » et la droite « 10 »?

qu'ils et elles ne sont pas très (30 %) ou pas du tout (16 %) intéressé.e.s. Les réponses à cette question sont largement similaires dans la population des jeunes, avec quelques variations modestes. Dans l'ensemble du spectre politique, l'intérêt pour la politique est plus prononcé chez les personnes de droite (27 %) que chez celles de gauche (21 %), et moins prononcé chez celles du centre (10 %). Cet intérêt est également fonction du niveau d'études, avec un intérêt particulièrement marqué chez les jeunes titulaires d'un diplôme de troisième cycle (37 %).

L'intérêt pour la politique est également fonction des valeurs sociales, en particulier chez les milléniaux. Les plus enclin.e.s à se dire très intéressé.e.s sont les Contestataires de contre-culture (33 %) et les Battant.e.s éclectiques (28 %), et les moins enclin.e.s sont les Chums de gars et chums de filles (8 %) et les Loup.ve.s solitaires (6 %). Chez les jeunes de la génération Z, l'éventail s'étend des Idéalistes égalitaires (17 % très intéressés) et des Bosseur.euse.s dévoué.e.s (17 %) aux Observateur.ice.s optimistes (6 %, 67 % de ce groupe exprimant peu ou pas d'intérêt).

Orientation politique générale— Le sondage a mesuré l'orientation politique générale à l'aide d'une question tirée de l'Étude électorale canadienne (2019) qui demandait aux répondant.e.s de se placer sur une échelle de 11 points allant de « 0 » (extrême gauche) à « 10 » (extrême droite). Comme cela a été consigné dans d'autres sondages auprès des Canadien.ne.s, les jeunes sont les plus susceptibles d'occuper le centre de ce spectre (scores de 4 à 6) (37 %). Un peu moins d'une personne sur quatre (23 %) se place à gauche (0 à 3), tandis qu'un peu moins (18 %) s'identifie à droite (7 à 10). Moins d'un.e jeune Canadien.ne sur cinq (22 %) n'a pas répondu à la question (soit parce qu'il ou elle ne savait pas où se situer, soit parce qu'il ou elle ne trouvait pas le concept significatif).

L'identification à la droite politique augmente avec le niveau d'éducation, le revenu du ménage et le sentiment d'appartenance à sa communauté; elle est également plus répandue chez les hommes (22 %, contre 14 % des femmes) et les milléniaux d'Asie du Sud (38 %). En revanche, l'identification à la gauche politique est plus uniformément répartie dans la population des jeunes, bien que plus évidente chez ceux et celles qui ont des liens faibles avec la communauté (26 %), ceux et celles qui suivent les nouvelles et les événements plusieurs fois par jour (31 %) et ceux et celles qui ont une orientation sexuelle autre qu'hétérosexuelle ou bisexuelle (42 %). Parmi ceux et celles qui ne peuvent ou ne veulent pas s'identifier à une orientation politique, on trouve les femmes (28 %), les Canadien.ne.s de l'Atlantique (28 %), les jeunes sans diplôme d'études secondaires (32 %) et ceux et celles qui suivent rarement ou jamais les nouvelles et les actualités (43 %).

L'orientation politique dans les groupes de valeurs sociales est liée en partie aux caractéristiques sociodémographiques décrites dans le paragraphe précédent. Parmi les jeunes de la génération Z, une pluralité occupe le milieu politique dans cinq des sept groupes de valeurs sociales. Trois de ces groupes sont orientés vers la droite (Bosseur.euse.s dévoué.e.s, Hédonistes travaillant.e.s et Indépendant.e.s prudent.e.s), tandis que le dernier est orienté vers la gauche (Battant.e.s honnêtes). Les deux groupes restants (Idéalistes égalitaires et Réalistes réfléchi.e.s) se situent clairement à la gauche de l'échiquier politique, et très peu (5 %) des deux groupes se placent à droite.

Parmi les milléniaux, quatre des six groupes de valeurs sociales ont une pluralité au centre du spectre politique, trois penchant à gauche (Idéalistes engagé.e.s, Loup.ve.s solitaires et Chums de gars et chums de filles) et un à droite (Néo-traditionalistes). Les Contestataires de contre-culture se démarquent comme étant principalement à gauche du centre (66 % à gauche, contre 3 % à droite), tandis que les Battant.e.s éclectiques sont les plus susceptibles de s'identifier à la droite (38 %, contre 13 % à la gauche).

Voter aux élections fédérales de 2019— Dans les démocraties, le vote au moment des élections a longtemps été considéré comme un indicateur clé de l'engagement politique. Parmi les jeunes Canadien.ne.s de 19 ans et plus, un peu plus de six sur dix (63 %) disent avoir voté lors de la dernière élection fédérale (qui s'est tenue en octobre 2019). Parmi ceux et celles qui n'ont pas voté, les deux tiers (68 %) ont indiqué qu'ils et elles avaient le droit de le faire lors de cette élection. Cette proportion qui a déclaré avoir voté à cette élection est la plus élevée chez les jeunes Canadien.ne.s qui sont de la troisième génération ou plus au pays (c'est-à-dire que leurs deux parents sont nés au Canada) (85 %), comparativement à ceux et celles qui sont de la première génération (30 %).

La participation électorale est irréfutablement liée au niveau d'éducation et au revenu du ménage, ainsi qu'au genre (65 % des hommes contre 60 % des femmes) et à la région (la participation est de 70 % au Québec, contre 57 % dans les provinces de l'Atlantique et au Manitoba/Saskatchewan, et 58 % en Colombie-Britannique). Les jeunes de la droite politique (73 %) sont légèrement plus susceptibles que ceux et celles de la gauche (69 %) de déclarer avoir voté aux élections fédérales de 2019, par rapport à ceux et celles du centre politique (64 %) et à ceux et celles qui ne se sont pas identifié.e.s dans le spectre (46 %).

Comparé à d'autres facteurs, le vote lors de la dernière élection fédérale ne varie pas de manière significative entre les groupes de valeurs sociales, bien que certains se démarquent. Parmi les jeunes de la génération Z, la participation est la plus élevée chez les Idéalistes égalitaires (71 %, contre 59 % pour l'ensemble de la génération Z), ainsi que chez les Contestataires de contre-culture (85 %) et les Idéalistes engagé.e.s (70 %) (contre une moyenne de 65 % pour les milléniaux).

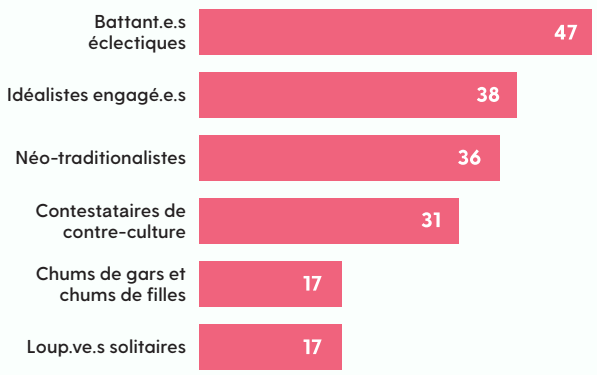
ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Parmi les milléniaux, l'engagement communautaire sous forme de bénévolat et de participation à des groupes est plus fréquent chez les Battant.e.s éclectiques et moins fréquent chez les Loup.ve.s solitaires et les Chums de gars et chums de filles. Parmi les jeunes de la génération Z, les Réalistes réfléchi.e.s et les Observateur.ice.s optimistes sont les moins enclin.e.s à participer à des activités de groupe.

Activité bénévole au cours de la dernière année— Un type important d'engagement civique est le bénévolat au sein d'une organisation, d'un groupe ou d'une bonne cause. Un.e jeune Canadien sur trois (33%) déclare avoir effectué un travail bénévole non rémunéré au cours des 12 derniers mois. Cette activité est étroitement liée au niveau d'instruction, et est particulièrement fréquente chez les jeunes titulaires d'un diplôme de troisième cycle (45%).

L'activité bénévole ne varie pas beaucoup entre les groupes de valeurs sociales de la génération Z. Parmi les milléniaux, cependant, cette forme d'engagement est plus répandue chez les Battant.e.s éclectiques (47%), les Idéalistes engagé.e.s (38%) et les Néo-traditionalistes (36%), contre moins de la moitié des Chums de gars et chums de filles (17%) et des Loup.ve.s solitaires (17%). Ces différences n'apparaissent toutefois pas dans le temps consacré au bénévolat par mois chez ceux et celles qui l'ont fait.

Bénévolat au cours des 12 derniers mois
par groupe des valeurs sociales des Milléniaux



Q.74
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait du bénévolat non rémunéré pour une organisation quelconque?

Participation de groupe— Une autre forme d'engagement communautaire consiste à adhérer ou à participer à des groupes et à des organisations, qui peuvent être des groupes formellement constitués ou des groupes informels d'individus qui se réunissent régulièrement pour des activités ou des discussions. Parmi les jeunes Canadien.ne.s, moins de la moitié (45%) déclarent appartenir ou avoir participé à l'une des huit grandes catégories d'organisations ou de groupes au cours des 12 derniers mois. Comme pour le bénévolat, la génération Z avant-gardistes (53%) sont plus susceptibles que les milléniaux (43%) de participer à un ou plusieurs groupes de ce type (ce chiffre est légèrement inférieur aux 46% de cette dernière génération qui ont déclaré une telle participation en 2016).

L'appartenance à un groupe varie selon les groupes de valeurs sociales selon un schéma prévisible. Parmi les jeunes de la génération Z, l'appartenance à un ou plusieurs groupes est déclarée par une majorité d'ambitieux (62%), d'Bosseur.euse.s dévoué.e.s (59%) et d'Hédonistes travaillant.e.s (58%), contre pas plus d'un sur trois de Réalistes réfléchi.e.s (34%) et d'Observateur.ice.s optimistes (32%). Parmi les milléniaux, ce sont les Battant.e.s éclectiques (62%) et les Contestataires de contre-culture (54%) qui participent le plus activement aux groupes, contrairement aux Chums de gars et chums de filles (31%) et aux Loup.ve.s solitaires (30%).

COMBLER LE FOSSÉ POLITIQUE

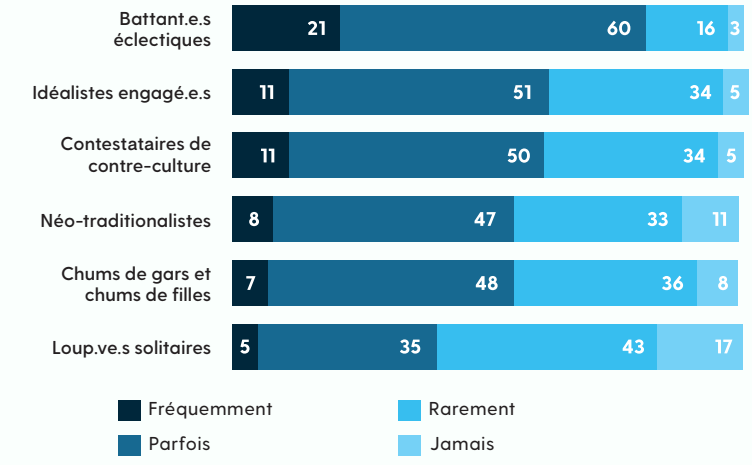
La plupart des jeunes Canadien.ne.s connaissent et s'engagent auprès d'autres personnes dont les opinions politiques sont différentes des leurs. Cette expérience est similaire dans tous les groupes de valeurs sociales, mais les Battant.e.s éclectiques se distinguent comme étant les plus susceptibles d'avoir des ami.e.s partageant leurs propres opinions, mais aussi de s'engager avec ceux et celles dont la perspective est très différente.

Depuis une dizaine d'années, la politique et le discours politique sont devenus de plus en plus polarisés, créant des fossés entre les partis et les électeur.ice.s. Cette tendance n'est pas apparue au Canada, loin de ce qu'elle est devenue aux États-Unis et dans certains autres pays, mais présente néanmoins des défis importants pour une gouvernance efficace et un pays unifié. Cela soulève la question de la jeunesse au Canada aujourd'hui, et de savoir si ceux et celles qui se trouvent aux deux extrémités du spectre politique ont beaucoup en commun. Les résultats du sondage révèlent que de nombreux jeunes déclarent avoir des ami.e.s et des relations avec des personnes dont les opinions politiques sont très différentes des leurs.

Quelle que soit leur point de vue politique, la plupart des jeunes Canadien.ne.s ne limitent pas leurs cercles sociaux à ceux et celles qui partagent leur allégeance politique. Moins de quatre répondant.e.s sur dix affirment que tou.te.s ou la plupart de leurs ami.e.s partagent leurs propres opinions politiques, et environ la moitié d'entre eux.elles disent qu'ils. elles sont en contact (en ligne et en personne) avec des personnes dont le point de vue politique est très différent du leur. Les personnes qui le font sont plus susceptibles que les autres de dire que ces interactions engendrent des discussions sur la politique, au moins parfois, si ce n'est fréquemment. Enfin, lorsque les gens entretiennent de telles discussions sur la politique avec d'autres personnes ayant des points de vue opposés, l'expérience a autant de chances d'être intéressante et instructive que d'être stressante et frustrante. Les jeunes de la droite politique sont plus susceptibles de faire état de telles expériences en termes positifs, tandis que ceux de la gauche risquent davantage de les trouver difficiles.

Les valeurs sociales semblent avoir peu de portée sur la mesure dans laquelle les jeunes Canadien.ne.s comblent le fossé politique dans leurs amitiés et leurs contacts, surtout chez les membres de la génération Z (dont beaucoup sont peut-être en train de former leur identité politique). Parmi les milléniaux, les Battant.e.s éclectiques se distinguent par le fait qu'ils et elles ont la plus grande proportion d'ami.e.s partageant leur propre point de vue politique, et qu'ils et elles établissent le plus de liens avec ceux et celles qui sont de l'autre côté du spectre (et qu'ils trouvent ces interactions intéressantes). Les Loup.ve.s solitaires et les Chums de gars et chums de filles sont les moins susceptibles de faire de même.

Fréquence à laquelle vous discutez de politique avec des personnes dont les allégances politiques sont différentes des vôtres.
par groupe des valeurs sociales des Milléniaux



Q.64
Et à quelle fréquence, le cas échéant, discutez-vous de politique avec des personnes dont les opinions politiques sont clairement différentes des vôtres?

L'apathie c'est plate est un organisme de bienfaisance non partisan qui soutient et sensibilise les jeunes afin qu'ils deviennent des citoyen.ne.s actif.ive.s et contributif.ive.s dans la démocratie canadienne. Notre vision: Un Canada où chaque jeune Canadien.ne est un.e citoyen.ne actif.ve et où les jeunes participent de façon significative à tous les aspects du processus démocratique.

Généraction est un programme de consultation de L'apathie c'est plate, qui collabore avec des partenaires pour stimuler l'innovation en intégrant stratégiquement et intentionnellement les diverses perspectives des jeunes dans leur travail et leurs pratiques. Nous voulons voir un Canada où chaque jeune est un.e citoyen.ne actif.ve et où les diverses perspectives des jeunes font partie intégrante de la conception de notre avenir.

L'Environics Institute for Survey Research a été créé en 2006 en tant qu'organisation indépendante à but non lucratif pour promouvoir une recherche pertinente et originale sur l'opinion publique et la société sur des enjeux importants de politique publique et de changement social. C'est grâce à de telles recherches que les organisations et les individus peuvent mieux comprendre le Canada d'aujourd'hui, comment il a changé et vers quoi il pourrait se diriger.

Pour plus d'informations, consultez le www.EnvironicsInstitute.org, ou contactez le Dr Andrew Parkin à andrew.parkin@environics.ca.

CETTE RECHERCHE A ÉTÉ SOUTENUE PAR

Financé en partie par le gouvernement du Canada dans le cadre du programme Service jeunesse Canada et le Programme de préparation à l'investissement.

Financement accordé en partie par une subvention de la Fondation RBC en vue de soutenir Objectif avenir RBC