

« Les coûts de la masculinité »

Colloque organisé par le **Centre de Recherches Politiques de la Sorbonne (Paris)**
et le **Centre de Recherches sur l'Action Politique en Europe (Rennes)**

Avec le soutien du groupe "Genre et politique" de l'Association Française de Science Politique

14-15 janvier 2010
Institut d'Etudes Politiques de Rennes

Appel à communication :

Une enquête collective portant sur les applications de la loi sur la parité depuis 2001 (Catherine Achin (dir.), *Sexes, Genre et politique*, Economica, 2007) a fait apparaître que les positions des femmes en politique, leurs manières d'être et d'agir ainsi que leur discours sont à la fois le fruit de relations inégales historiquement construites entre genres (une présence masculine longtemps très nettement majoritaire en politique), de rapports de force locaux entre acteurs politiques — hommes et femmes —, et des stratégies adoptées par certaines femmes pour mieux s'insérer dans le jeu politique. Ainsi le « discours de la politique autrement » peut-il être perçu à la fois comme un héritage de la domination masculine passée et comme une stratégie féminine (voire timidement féministe...) pour s'imposer plus facilement dans le jeu politique. Il s'agit en quelque sorte d'une opération de retournement du stigmate (destinée à imposer des façons de faire distinctes de celles des établis, pour s'en distinguer en période de crise de la politique, et indissociablement pour tenter de compenser les déficits en matières de ressources et savoir-faire traditionnellement reconnus dans le jeu politique). Si cette subversion est nécessaire c'est notamment parce que les rôles politiques apparemment universels se révèlent en réalité « masculins », c'est-à-dire conformés par, et pour, les hommes et selon leurs qualités supposées naturelles.

Ce travail, comme tous ceux qui remettent en question les identités immuables (les « natures » masculine et féminine), au profit du genre, c'est-à-dire d'identités et de relations entre sexes historiquement construites et, en permanence, reconstruites à travers socialisations et interrelations quotidiennes entre hommes et femmes, et comme toutes les analyses qui mettent en avant les jeux avec le genre, invite à s'interroger sur les coûts du rôle de dominant et, plus largement encore, sur les coûts liés aux injonctions à se conformer aux rôles masculins. En effet, si l'accent s'est le plus souvent porté sur les coûts de la féminité, peu de travaux se sont intéressés aux coûts de la masculinité. Notamment, les conséquences de ces modèles d'action masculins pour les hommes, en termes d'injonctions de comportements, de normes à respecter, d'identité à assumer, sont peu étudiées.

Il s'agira d'abord de rappeler que le genre n'est pas un fait de nature mais un fait social. Tout à la fois une relation sociale hiérarchisée entre deux catégories (féminin/masculin) et un opérateur symbolique de classement du monde social, il est avant tout une « manière première de signifier la relation de pouvoir » (J. Scott) entre les hommes et les femmes. Le genre à cet égard n'est pas qu'une affaire de femmes comme trop de travaux nous le donnent à voir. Et de fait, si le

contexte paritaire a permis de désenclaver les études de genre, il a aussi creusé l'écart dans la production des connaissances sur les hommes et les femmes au détriment des premiers mais aussi, et du même coup, d'une pensée relationnelle entre les deux. C'est là bien sûr l'une des nombreuses manifestations de la résistance aux *Gender Studies* : pour beaucoup, qui dit « genre » dit « femmes » et non pas rapports sociaux de sexes. Le genre masculin, posé en norme de toute chose, reste largement impensé - même si les *Men's Studies* tendent à se développer en France. Et c'est cet écart qu'on voudrait en premier lieu combler.

Il s'agira ensuite de déconstruire une catégorie trop souvent réduite à son idéal-type. Depuis quelques années, en effet, les études sur les hommes ont rappelé que l'identité masculine n'était pas plus essentialiste que l'identité féminine. Non seulement le masculin est pluriel, mais il s'éloigne fréquemment du modèle général de l'homme viril, hétérosexuel, fort et dominant. Comme pour les femmes, des hiérarchies divisent les hommes entre eux et la plupart ne peuvent être identifiés à l'idéal-type de la masculinité. Bref, le masculin est un sujet beaucoup plus complexe que ne le laisse entendre une analyse qui le réduit à un simple agent du pouvoir, au groupe dominant, à l'opresseur, etc. Or, de même qu'il faut souligner qu'il existe des femmes privilégiées, voire socialement « dominantes », de même a-t-on tout intérêt à montrer qu'il peut exister des ambivalences, des injonctions identitaires et des difficultés à assumer les stéréotypes des rôles masculins imposés aux hommes. Travailler sur les « coûts » de la masculinité, c'est dès lors rappeler que le « masculin » n'a lui aussi rien de naturel, qu'il est un construit social au même titre que le « féminin ».

Enfin, à l'heure où l'on parle souvent de « crise » de l'identité masculine, il s'agira de « faire le point » sur cette identité. Ce troisième objectif est peut-être le plus problématique. D'une part, il risque de figer ce qui, encore une fois, n'est qu'une relation sociale asymétrique qui se rejoue en permanence dans les institutions, les entreprises, les familles, etc. D'autre part, il pourrait contribuer à objectiver l'idée qu'il s'agit de catégories *en soi*, ayant chacune un contenu séparé. Or, on l'a dit, le féminin et le masculin ne se définissent que par opposition : être un homme, au fond, c'est ne pas être une femme. Mais c'est justement pour cela qu'il importe malgré tout de voir si et dans quelle mesure, depuis les mobilisations des années 90 autour de la parité ou celles du mouvement Queer, les idéaux-types du masculin et du féminin se recomposent. On le fera dans une perspective relationnelle et dynamique qui s'efforcera de sortir d'une appréhension substantiviste du genre.

Les questions ouvertes par cette perspective sont les suivantes :

- En quoi la recomposition des rapports de genre a-t-elle fait évoluer le masculin ? Les coûts de la masculinité ont-ils évolué dans le temps ?
- Quelles différences principales entre les coûts de la masculinité et les coûts de la féminité ? Dans la mesure où l'on appréhende en général les coûts de la féminité comme le fruit d'une domination masculine (par exemple, et pour aller vite la nécessité pour les femmes d'avoir un corps de poupée Barbie, ce qui les réduirait à un état d'objet sexuel pour fantasmes masculins), peut-on également appréhender certains coûts de la masculinité comme le fruit des formes de la résistance féminine ?
- Comment hommes et femmes gèrent-ils ces coûts respectifs ? (rapport à la violence sur autrui ou sur soi-même, par exemple)
- Comment coupler une réflexion sur les coûts de la masculinité et l'articulation avec les classes sociales ? Les coûts sont-ils identiques dans tous les milieux sociaux ? Quelles sont les représentations sociales et médiatiques du lien supposé entre classes sociales/masculinité et les contraintes — ou ressources — qu'elles peuvent constituer pour certains milieux sociaux ?

L'ensemble de ces questions méritent sans doute d'être posées dans tous les domaines de la vie sociale tels que, notamment :

- la politique (ex. : conséquences de la loi sur la parité pour les hommes jeunes, sont-ils contraints de laisser leur place aux femmes ? ...)
- l'économie, le monde professionnel (hommes au chômage, ...) et notamment les secteurs qui tendent à se féminiser.
- la vie familiale et de couple (les contraintes dans certains groupes sociaux autour de l'invention du rôle de « nouveau père », ...)
- l'éducation familiale et scolaire
- la sexualité : les coûts de l'homosexualité masculine par exemple sont-ils plus élevés que ceux de l'homosexualité féminine ? Ou encore les injonctions à la performance sexuelle (et là encore, la « non performance » est-elle vécue de la même façon par hommes et femmes, selon les modèles sociaux ?)
- les médias et plus généralement les représentations sociales : quelles évolutions et quelles résistances autour des modèles de l'homme idéal ?

Les propositions de communication (de 8 à 10 000 signes) sont à envoyer avant le 20 avril 2009 à l'adresse e-mail suivante : christine.guionnet@univ-rennes1.fr

Les communications retenues par le comité scientifique devront être envoyées avant le 20 décembre 2009.

Le comité scientifique est constitué de :

Delphine Dulong (MC. Paris 1- CRPS)

Christine Guionnet (MC. Rennes 1- CRAPE)

Sandrine Lévêque (MC. Paris 1- CRPS)

Frédérique Matonti (PR. Paris 1- CRPS)

Erik Neveu (PR. IEP Rennes - CRAPE)