
P1 | IDENTITÄT UND PLURALISIERUNG/ IDENTITÉ ET PLURALISATION

Moderation:

Christoph Maeder

Pädagogische Hochschule Thurgau / Universität St. Gallen

Christoph.maeder@phtg.ch

Lundi 7 septembre 2009 | **14h45 – 16h45** | MR280

Dieses Plenum geht soziologische Identitätskonzeptionen aus drei distinkten Perspektiven an. Ein modernisierungstheoretisch inspirierter Zugriff fragt nach der Konstruktion und Bedeutung von nationaler Identität in der globalisierten Welt. Daran schliesst sich, am Beispiel der Differenzierungstheorien, ein Blick in das Innere von soziologischer Theorie und Theoriebildung an. Damit legen die beiden Beiträge den Grund für die Thematisierung von Identität und Alterität transzendierenden Vorstellungen in Anerkennungsprozessen.

LUNDI 7 SEPTEMBRE 2009 | 14H45 – 16H45 | MR280

THE SOCIAL CONSTRUCTION OF NATIONAL IDENTITY IN TIMES OF GLOBAL CHANGE

Thomas S.Eberle

Universität St. Gallen, Seminar für Soziologie

thomas.eberle@unisg.ch

Lifestyle and identity transformations are closely interrelated, and they go often along with a change of social bonds, affiliations, memberships and networks, or with a change of the traditional meaning of those. The goal of my presentation is to reflect how national identity is transformed in the context of modern lifestyles. For this purpose, I use two different sociological discourses as a resource: On the one hand, the long-standing discourse on social and personal identity in interaction on a micro-level, and on the other hand the discourse on construction processes of national identity in the public sphere and through cultural heritage. The first goal of my paper is therefore to reflect on how national identity is constructed on an individual and interactional level and on how national identity is constructed in the public discourse, and how the two are interlinked. The second goal of my paper is to show how the construction of national identity has changed in times of

increasing globalization, on the collective as well as on the individual (and interactional) level. I offer both theoretical and methodological reflections, as well as a concrete reference to the national identity of the Swiss.

DIFFERENZIERUNGSTHEORIEN UND DIE IDENTITÄT

Kurt Imhof

Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft – fög / Universität Zürich
kurt.imhof@foeg.uzh.ch

Im Beitrag geht es um die Heirat des kulturwissenschaftlichen Differenzierungsverständnisses mit der klassischen sozialstrukturellen Differenzierungstheorie. Zu diesem Zweck wird zunächst die soziologische Differenzierungstheorie in ihrer Trias von funktionaler, stratifikatorischer und segmentärer Differenzierung skizziert und ihre Tücken beschrieben.

Dann wird die Differenzierungstheorie aus ihrer funktionalistischen Engführung herausgeführt. Diese Engführung verdankt die Differenzierungstheorie vor allem den system- und evolutions-theoretischen Modernisierungstheorien seit den 1950er Jahren. Dies bedeutet auch, die sozialstrukturelle Schlagseite der soziologischen Differenzierungstheorie zu korrigieren. Funktionale, stratifikatorische, segmentäre und auch temporale Differenzierungen eignen sich nicht nur als analytische Kategorien zur Beschreibung von Sozialstrukturen, sie lassen sich als Differenzsemantiken auch als Ausdruck der symbolischen Konstruktion von Sozietät

verwenden. Auf dieser Basis lässt sich schliesslich die klassische Differenzierungstheorie mit dem kulturwissenschaftlichen Transdifferenzverständnis gewinnbringend verheiraten. Dies ermöglicht die analytische Berücksichtigung aller Orientierungslogiken, die symbolische Differenzkonstruktionen annehmen können (segmentär, stratifikatorisch, funktional und temporal).

JENSEITS VON IDENTITÄT UND ALTERITÄT – ZUR KONSTITUTIVEN FUNKTION DES DRITTEN IN ANERKENNUNGSPROZESSEN

Dietmar J. Wetzel

Institut für Soziologie, Universität Bern
wetzel@soz.unibe.ch

Für die Konstitution der Identität des Subjekts spielt die Anerkennung des Anderen als genuin Anderem eine wichtige Rolle, was von einer dyadischen Intersubjektivitätstheorie unzureichend reflektiert und berücksichtigt wird (Wetzel 2004, Essbach 2002). Eine vorschnelle Assimilation des Anderen an das Ich führt in intersubjektiv orientierten Ansätzen nur zur Eigenbestätigung eines sich selbst setzenden Subjekts. Erst durch den oder das Dritte wird das soziale Setting vielschichtig (Simmel 1992 [1908]); dies gilt sowohl im philosophischen als auch im soziologischen Sinne. Der von der neueren Kritischen Theorie innerhalb der Sozialtheorie vorgeschlagene „intersubjective turn“ (Honneth 2001, Altmeyer 2003) stößt daher auf unvermeidliche Grenzen. Woran liegt das? Zum einen daran, dass dyadisch angelegte Intersubjektivitätstheorien dazu tendieren, Figuren des Dritten als ein nachgeordnetes Epiphänomen anzusetzen. Dagegen wäre zu zeigen, dass nur dann, wenn der Dritte gleichursprünglich mit dem Anderen gefasst wird, wenn er gleich konstitutiv für die Menschwerdung ist, z.B. Markt, Medien, Recht und Politik originäre Sphären sind, die die Subjektconstitution in ihren identitären Formen fundamental

beeinflussen. Nur so erscheint beispielsweise „Entfremdung“ von realen Verhältnissen nicht als äußerliches Phänomen, das durch ‚objektivierte Mächte‘ vermittelt wird (Fischer 2000). Von Seiten des Anderen wiederum existiert die Möglichkeit des Einspruchs gegenüber diesen „objektivierten Verhältnissen“, die von Dritten geschaffen werden. Der Dritte „stört“, unterbricht die exklusive Beziehung zwischen einem Ich und einem Anderen, wohingegen der Andere es umgekehrt vermag, gegen das (scheinbar) vergleichende Dritte zu intervenieren. Im geplanten Beitrag werden diese relationalen Zusammenhänge zwischen Identität, Alterität und Tertiartät (Drittes) in theoretischer und praktischer Perspektive grundlegend entfaltet und empirisch gewendet.

P2 | IDENTITÉS ET TECHNOLOGIES

Moderation:

Mathilde Bourrier

Département de Sociologie, Université de Genève

Mathilde.bourrier@unige.ch

Lundi 7 septembre 2009 | **14h45 – 16h45** | MRO60

Les modalités de modification de (s) identité(s) par la technique n'est pas un thème nouveau en sociologie. Les sociologues du travail, par exemple, se sont largement emparés dans les années 50 de cette construction problématique, voyant dans la technique, un potentiel d'aliénation sans fin mais aussi une possibilité de s'affranchir de travaux pénibles, susceptibles d'emprisonner l'homme dans une condition amputée. Dès lors, le débat sur la place de la technique dans la construction de l'identité moderne n'a cessé de se déployer \neg par phases \neg , touchant comme on l'a dit la sphère du travail, avec les vagues successives de l'automatisation des installations, mais aussi la sphère des échanges, avec les barrières sans cesse repoussées du voyage, ou encore la sphère privée, recomposée par le biais du téléphone, de la télévision, de la micro-informatique, puis de l'arrivée du téléphone portable et de l'internet domestique. Bref, ce que nous sommes devenus doit sans aucun doute beaucoup à la technique et à la manière dont elle s'est trouvée appropriée, contestée, dévoilée dans des usages sans cesse plus complexes. Les sociologues des techniques notamment ont toujours été au rendez-vous, témoins parfois ébahis, critiques ou candides des développements en cours, capables de décrire les nouvelles pratiques de ce face à face entre l'homme et la technique et ainsi d'analyser l'horizon identitaire d'un individu sans cesse plus appareillé et „redressé“ par des prothèses et autres artefacts, dont l'existence peut-être conçue in vitro, dont l'identification

est désormais biométrique et dont aujourd'hui les modes de communication empruntent des social network services.

Ce face à face entre identités et techniques sera déployé dans cette plénière à l'aide de trois présentations, qui témoignent non seulement de la vitalité de ce champ de recherche, mais aussi et bien sûr de l'inventivité des pratiques des acteurs eux-mêmes.

Olivier Voirol propose d'examiner les relations entre les formes médiatiques de communication et la construction de l'identité de soi.

Julie Denouël et Fabien Granjon proposent quant à eux une exploration des phénomènes d'exposition de soi sur les social network services (les SNS). Ils interrogent empiriquement les différents éléments identitaires rendus visibles par les participants et la manière dont ces parcelles d'identité sont régulées par les intéressés eux-mêmes. Enfin, Gérard Dubey propose une réflexion sur le pari biométrique qui est fait dans nos sociétés et sur la manière dont cet alignement sans cesse plus complet entre corps et identité ne peut pas être uniquement interprété avec la logique de contrôle à distance mise en œuvre par les Etats au XIXème siècle. En effet, cet alignement révèle aussi en creux les désirs contradictoires des usagers, qui ne semblent pas „résister“ outre mesure à l'essor des ces techniques d'identification.

MUTATIONS DES MÉDIAS, MUTATIONS DES IDENTITÉS LES MÉDIATIONS DE LA RECONNAISSANCE

Olivier VOIROL

Université de Lausanne, Institut de sociologie des communications de masse
Olivier.Voirol@unil.ch

A l'heure où les relations sociales sont toujours davantage soumises à la « médiation » technique, la formation de l'identité personnelle semble être entrée dans une phase de profonde mutation. Par conséquent, s'agit d'examiner les relations entre les formes médiatiques de communication et la construction de l'identité de soi. Comment, néanmoins, concevoir une sociologie de l'identité personnelle capable de faire place aux médias de communication ? C'est en m'appuyant sur la théorie de la reconnaissance que j'esquisserai un tel projet en insistant sur les paradoxes du temps présent. En effet, on assiste d'une part à une pluralisation des formes de communication, encourageant une culture publique de l'expérimentation identitaire ; d'autre part, on voit s'accroître, sous le coup de médias vidés de leurs potentiels exploratoires, des formes d'oblitéra-

tion qui limitent les possibles de l'identité et dont les effets sur la formation de soi sont dévastateurs. Une sociologie de l'identité doit saisir quelles sont les mutations encourageant une culture de l'exploration publique ou, au contraire, favorisant une oblitération aliénante qui assèchent les possibles de l'identité personnelle.

LA CONDITION BIOMÉTRIQUE. UNE APPROCHE SOCIO-ANTHROPOLOGIQUE DES TECHNIQUES D'IDENTIFICATION BIOMÉTRIQUE

Gérard Dubey

Institut Telecom
dubey@it-sudparis.eu

Si une filiation existe bien entre la logique de contrôle à distance mise en œuvre par les Etats au XIXème siècle et les techniques d'identification biométriques actuelles (l'identification d'un individu à partir de la mesure et du calibrage numérique d'une partie de son corps), la signification sociale de ces dernières excède ce seul cadre d'analyse. Les modalités actuelles d'application de l'identification biométrique posent par exemple de façon aigüe le problème de la fonction dont est investie la technique dans nos sociétés. A la nouvelle mobilisation du corps par les technologies de contrôle répond l'ambivalence des premiers usagers et l'expression d'attentes contradictoires. L'identification biométrique cristallise en même temps qu'elle révèle les tensions qui affectent nos représentations du corps et de l'identité. Ainsi le corps « par défaut » de la biométrie met-il paradoxalement à découvert

d'autres figures de celui-ci qui transcendent le clivage désormais classique entre corps subjectif (ipséité) et corps objectif laissant entrevoir d'autres modes de légitimation et d'autres rapports à l'identité. Ce sont ces micro-déplacements de sens que cet article propose d'analyser sur la base d'un travail empirique de type anthropologique.

IDENTITÉ, EXPOSITION DE SOI ET RECONNAISSANCE SUR LES SERVICES DE RÉSEAUX SOCIAUX

Fabien Granjon

Laboratoire Sociology and Economics of Networks and Services (Orange Labs France) | fabien.granjon@wanadoo.fr

Julie Denouël

Linguiste, ATER à l'université de Rennes 1 (France) Laboratoire Praxiling (Université Paul Valéry-Montpellier 3 – France)
julie.denouel-granjon@orange.fr

Notre communication a pour objectif d'apporter un éclairage sur les phénomènes d'exposition de soi sur les SNS (social network services – SNS). Ces nouvelles scènes socio-techniques font partie intégrante des dispositifs pratiques qui soutiennent et encouragent aujourd'hui le déploiement du soi. Si elles ne peuvent être tenues pour les causes évidentes de ce fait social dynamique, elles comptent néanmoins parmi les catalyseurs les plus efficaces du phénomène. Notre proposition s'appuie sur un travail de terrain de type qualitatif (une trentaine d'entretiens semi-directifs et l'analyse linguistique d'un corpus de marques d'auto-identification exposées en ligne).

Nous nous sommes intéressés à la mise en visibilité d'éléments identitaires dont les enquêtés cherchent à faire valoir leur valeur. Cette demande de confirmation porte donc sur des formes spécifiques d'estime sociale fondées sur la reconnaissance de singularités subjectives, c'est-à-dire sur la reconnaissance des qualités particulières par lesquelles les individus

se caractérisent dans leurs identités plurielles. À la multiplicité des agencements identitaires visibilisés répond censément une multiplicité de formes de reconnaissance en tant que celles-ci portent sur des identités-valeurs aux multiples inflexions. Les rapports d'estime sont nécessairement pluriels car ils se fondent sur des relations intersubjectives qui, si elles prennent forme sur une toile de fond commune qui est celle des régimes de régulation de la pudeur, sont surtout des ajustements entre des individus dont les valeurs et les éthiques sont ou non partagées.

P3 | IDENTITÉ ET MÉDIAS

Moderation:

Patrick Amey | Université de Genève, Département de sociologie et maîtrise en sciences de la communication et des médias | patrick.amey@unige.ch

Lundi 7 septembre 2009 | 14h45 – 16h45 | MR070

I) Avec un premier axe thématique, orienté autour de la question de la production des identités par les médias, on considère que les représentations médiatiques (télévisuelles, radiophoniques, de presse écrite) des réalités sociales nous disent quelque chose des identités collectives et du rattachement des individus à un territoire, à une nation, à des régions linguistiques. On admettra que les médias, en tant qu'instance de médiation et de médiatisation de la réalité sociale, configurent un espace public, entendu ici comme « *un espace où se joue un conflit des représentations entre acteurs inscrit dans des rapports sociaux de domination et engagés* »¹. Autrement dit, à travers des conflits de représentations, les discours médiatiques mettent en scène des groupes ou des communautés nationales qui sont à la fois « parlés », souvent à leurs dépens, et appelés à s'exprimer pro domo dans une arène médiatique sollicitant leur voix (débat, interview, etc.) : dans cette optique, les médias se conçoivent comme un lieu symbolique de construction d'*identités collectives*².

Parce que les langues identifient des groupes et des populations qui, à leur tour, s'identifient à une langue, il y a alors matière à tirer un profit heuristique de ce double mouvement d'identification, en montrant dans quelle mesure les médias instaurent un rapport à la langue et configurent dans le même temps l'espace public. Se pose notamment la question de savoir comment des débats publics et des controverses participent à la définition et à l'(auto)qualification (censure, stigmates, autoévaluations) des groupes et communautés linguistiques³: le stéréotypage des identités collectives, les représentations des minorités linguistiques et les modalités de cadrage médiatique de l'identité nationale ou collective dans le contexte de discours d'information sont susceptibles d'illustrer comment la figure du profane (citoyen, consommateur) est convoquée dans les débats et controverses publics. Le cas de la Suisse est à cet égard particulièrement éclairant, dès lors que l'on admet que les langues nationales sont autant de langues territoriales qui « *identifient des collectivités territoriales et donc des collectifs politiques* »⁴. Au regard d'un système de démocratie directe, l'espace public helvétique, notamment lorsqu'il traduit un état de « surchauffe » (votations, médiatisation de « scandales »), appelle aussi à s'interroger sur les modalités de participation de la figure du profane ou du citoyen : dans le contexte d'une défiance vis-à-vis du politique et plus généralement d'une crise généralisée de l'autorité (institutionnelle notamment), il apparaît en effet pertinent de s'interroger sur la façon dont ces identités profanes sont clamées, revendiquées et insérées dans des contextes où les enjeux d'adhésion, de reconnaissance identitaire et de légitimation jouent un rôle crucial.

II) Avec un second axe thématique, une attention toute particulière est portée aux formes d'engagement de publics ou communautés d'interprétation face aux récits, et notam-

ment aux programmes fictionnels (séries télévisées⁵, récits d'expérience dans des émissions d'interview télévisuelles ou radiophoniques, etc.). Se pose alors la question de la construction et de la revendication d'identités par des acteurs sociaux qui, à travers le prisme de l'appropriation qu'ils font d'univers fictionnels et de leurs expériences spectatorielles, activent des normes sociales et tiennent des discours réflexifs (de justification, de qualification, d'évaluation) qui peuvent être mis en relation tant avec leur(s) identité(s) de publics constitués qu'avec leurs identités préalables (sexe, âge, position socio-économique, etc.).

En tant que production de l'industrie culturelle et genre fictionnel, les séries télévisées sont un objet d'étude particulièrement riche d'enseignements. Elle fait partie du répertoire d'une culture partagée et peuvent s'envisager comme des ressources permettant à des téléspectateurs de nouer et de (re) construire des liens sociaux, tantôt temporaires, tantôt plus durables (ex. : les fans⁶) : elles s'inscrivent dans des pratiques culturelles différenciées et induisent des stratégies de marquage vs démarquage social, par lesquelles la posture spectatorielle se double d'une réflexivité et de positionnements sociaux que des enquêtes de terrain (l'observation participante, l'entretien) sont susceptibles de révéler. Parce qu'elles ancrent et définissent des valeurs et des référentiels d'identification propres notamment à des groupes sexués ou à des individus définis par leur appartenance à une cohorte générationnelle, les fictions doivent être situées dans des contextes sociaux d'appropriation et/ou d'exposition : la sociologie de la réception, tout comme la sociologie des publics sont des ancrages disciplinaires susceptibles d'articuler la notion d'identité à celle d'interprétation de textes ou d'une collection de textes (le genre fictionnel « séries télévisées » en l'occurrence).

-
1. MACÉ É., « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés », *Réseaux, CNET*, n° 104, 2000, pp. 245-288
 2. Cf. par ex. : BROOKS R., « Newspapers and national identity: the BSE/CJD crisis and the British press », *Media, Culture & Society*, Vol. 21, n° 2, pp. 247-263 (1999)
 3. BOYER H., *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnement ordinaires et mise en scène. Tome2 (Identités)*, L'Harmattan, 2007
 4. WIDMER J., *Langues nationales et identités collectives : L'exemple de la Suisse*, Paris, L'Harmattan, 2004, p. 5
 5. Voir par ex. : PASQUIER D., *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Éd. de la MSH, 1999
 6. Voir par ex. : ABERCROMBIE N. et LONGHURST B., *Audience : a Sociological Theory of Performance and Imagination*, London, Sage, 1998

LES CONSOMMATEURS COMME AGENT DE RÉGULATION : UNE NOUVELLE PROPOSITION D'IDENTIFICATION DANS L'ESPACE PUBLIC SUISSE DU GÉNIE GÉNÉTIQUE

Alain Bovet

Université de Fribourg et Institut Marcel Mauss (EHESS, Paris)
alain.bovet@unifr.ch

La Suisse connaît depuis plus de 15 ans un débat public soutenu sur le génie génétique et les OGM. La voie dite de l'autorisation contrôlée prônée par les autorités fédérales a obtenu le soutien du peuple lors de deux votes populaires en 1992 et 1998. Lors de ces votes, les autorités politiques, économiques et scientifiques sont parvenues à faire du génie génétique un bien commun, dont le développement devait être préservé. En 2005 en revanche, une large majorité de votants a pris le contre-pied des autorités en acceptant une initiative populaire qui demandait un moratoire de 5 ans sur la culture d'OGM en Suisse. Les opposants au génie génétique ont appuyé leur campagne victorieuse sur des enquêtes montrant qu'une large part de la population suisse refuse de manger des OGM. Cette stratégie a marqué une rupture par rapport au cadrage en termes de risque sanitaire et environnemental adopté jusqu'alors.

Cette importante reconfiguration du débat public sur le génie génétique sera appréhendée à travers le travail média-

tique de constitution d'identités collectives. L'analyse de discours médiatiques extraits des campagnes de vote de 1998 et 2005 me permettra de dégager différentes propositions d'identification (Veron 1995, Widmer 2004) adressées aux citoyens suisses. Je me focaliserai sur l'émergence de la figure du consommateur, invoquée par le biais de sondages et d'enquêtes. J'interrogerai en particulier l'agentivité politique portée par cette figure, ainsi que le type d'espace public et démocratique qu'elle suppose et institue. L'invocation de la demande des consommateurs apparaît en effet comme une ressource puissante permettant d'inviter le citoyen à ratifier démocratiquement et légalement un état du marché.

LANGUES, MÉDIAS ET DIFFÉRENCES D'IDENTITÉS POLITIQUES

Ruth Hungerbühler | ruth.hungerbuhler@lu.unisi.ch

Spartaco Calvo | spartaco.calvo@lu.unisi.ch

Faculté des sciences de la communication de l'Université de Lugano

Nous proposerons une analyse comparative du traitement que la presse et la télévision des trois régions linguistiques ont consacré aux débats publics sur deux objets de votation : l'assurance maternité (1987, 1999 et 2004) et les procédures de naturalisation (1983, 1994, 2004 et 2008). Ces deux particuliers objets demandent l'adhésion ou le rejet d'une proposition d'identification (A. Pizzorno, 1991), proposition généralement diffusée par les médias (E. Véron, 1995).

L'hypothèse centrale est que les différents rapports aux langues que l'on peut constater dans les trois principales régions linguistiques constituent une architecture fondamentale de la configuration de l'espace public (Widmer, 2004). En d'autres termes, le rapport à la langue peut être considéré de manière analogue aux codes de civilisation décrits par S.N. Eisenstadt: il contribue à fournir le cadre, les règles fondamentales, dans lesquels se déroulera le débat.

Plutôt que de comparer les tendances favorables ou défavorables à l'égard des objets de votation, il s'agira de voir comment les différents rapports aux langues contribuent à

orienter les arguments des acteurs concernés. On a utilisé une méthode d'analyse de type quantitatif (standing/framing) pour traiter la presse écrite et une approche qualitative, fondée sur l'analyse du discours, pour les documents audiovisuels.

SÉRIES TÉLÉVISÉES : L'OCCASION D'UN BRICOLAGE CULTUREL PASSIONNÉ

Jean-Pierre Esquenazi

Université de Lyon III

j pierre.esquenazi@wanadoo.fr

Les séries télévisées font de plus en plus l'actualité. L'enquête que j'ai menée auprès de jeunes fans de différentes séries d'abord en février mars 2008, puis pendant le début du printemps 2009, permet de mieux comprendre le contexte socio-culturel de ce véritable bain culturel de plus en plus vivant et divers ; ainsi :

- Les séries préférées sont vécues comme une culture partagée qui constitue une ressource pour les individus.
- L'éloignement des séries vis-à-vis des débats de l'espace public n'est pas un obstacle.
- La principale variable apparaît être, sans surprise, le sexe : goûts et interprétations masculins et féminins s'opposent nettement.
- Les interprétations sont souvent extrêmement détaillées et argumentées.
- Enfin, les séries préférées sont toujours mises en rapport avec les modes de vies concrets des jeunes.

Les séries s'installent durablement dans la vie des fans. Elles ont le temps de faire évoluer personnages et narrations et donnent la possibilité aux publics d'interagir avec elles. De telle sorte que certaines séries à succès constituent des viviers culturels de discussion, de reprises, de références et aussi de contestations. Les grandes études ethnologiques permettent de dresser un portrait saisissant des séries comme terrain privilégié de « bricolage culturel » (de Certeau) qui nous conduit à des interrogations nouvelles concernant la signification des objets culturels.

Références

De Certeau M., 1990 : *L'invention du quotidien 1*, Paris, Gallimard Folio.

Gray J., 2005 : *Watching with the Simpsons*, Londres, Routledge.

Jenkins H., 1992 : *Textual poachers*, Londres, Routledge.

Levine E. et Parks L. (éds), 2007 : *Undead TV*, Durham, Duke UP.

P4 | IDENTITÉS ET TRAVAIL – A

Moderation:

Lucio Baccaro (Université de Genève)

Mardi 8 septembre 2009 | **8h30 – 10h30** | MR280

MARDI 8 SEPTEMBRE 2009 | 8H30 – 10H30 | MR280

DIE UNSICHTBAREN. ARBEITER UND ANGESTELLTE IN DER ‚WISSENSGESELLSCHAFT‘

Peter Streckeisen

Institut für Soziologie, Universität Basel
p.streckeisen@unibas.ch

In meinem Beitrag greife ich die Idee von Robert Castel auf, dass in unterschiedlichen historischen Phasen des Kapitalismus bestimmte Gruppen von Erwerbstätigen die Rolle ‚gesellschaftlicher Magneten‘ spielen. Sie werden als die eigentlichen Protagonisten der Geschichte betrachtet. Heute dominiert die Ansicht, dass wir in einer ‚Wissensgesellschaft‘ leben, in deren Zentrum global tätige Manager, Wissenschaftler, Künstler und ‚innovative Netzwerkmenschen‘ stehen. Zugleich erfahren andere Beschäftigtengruppen eine symbolische Abwertung. Sie werden weitgehend unsichtbar. Ein solcher Prozess hat ‚die Arbeiter‘ und ‚die Angestellten‘ erfasst, d.h. zwei grosse Beschäftigtengruppen, die in früheren Zeiten eine zwar gesellschaftlich untergeordnete, aber dennoch tragende Rolle zu spielen schienen.

Diese These erläutere ich am Beispiel der Chemie- und Pharmaindustrie in Basel. Hier lässt der Konzern Novartis auf einem traditionsreichen Industrieareal einen ‚Campus des Wissens und der Innovation‘ bauen, um seinem Hauptsitz einen zeitgemässen Look zu verleihen. Alle Fabriken müssen

weg, es sollen nur noch gläserne Büro- und Laborgebäude da stehen, umgeben von Grünflächen oder Restaurants. Auf dem Bild dieses Campus sind die Beschäftigten, die in den Fabriken, Büros und Labors die alltägliche Routinearbeit verrichten, kaum noch zu sehen, obwohl sie die Mehrheit des Personals ausmachen.

Um heutige Identitäten in der Arbeitswelt zu untersuchen, ist es wichtig, hinter die ‚Fassade der Wissensgesellschaft‘ zu blicken und die ‚unsichtbaren Beschäftigten‘ (wieder) sichtbar zu machen. Alltägliches Leid und kleine Freuden, Konflikte am Arbeitsplatz sowie Identität stiftende Erfahrungen der Arbeiter und Angestellten lassen sich erst mit Bezug auf solche Prozesse symbolischer Auf- und Entwertung soziologisch angemessen verstehen.

IDENTITÉ PROFESSIONNELLE ET TRAVAIL AU NOIR

Jérôme Heim | Institut de sociologie de l'Université de Neuchâtel | Jerome.heim@unine.ch

Patrick Ischer | Institut de sociologie de l'Université de Neuchâtel | Patrick.ischer@unine.ch

François Hainard | Institut de sociologie de l'Université de Neuchâtel | Francois.hainard@unine.ch

Pour celles et ceux dont le parcours de vie est jalonné de ruptures scolaires, professionnelles ou familiales, le passage par une activité économique rémunérée non déclarée peut s'avérer fréquent. Le travail au noir s'inscrit en ce sens dans une succession d'activités relativement instables où l'identité professionnelle n'est donc pas toujours caractérisée par une référence à un « métier », mais par une grande polyvalence de pratiques plus ou moins précaires. Vivant des situations d'exclusion socio-économique, le travail au noir peut néanmoins permettre à certaines personnes de reprendre confiance en elles et leur éviter la stigmatisation liée à la dépendance de l'aide sociale. Cependant, il n'en demeure pas moins que ces activités restent soumises au secret (sous risque de sanctions) et ne peuvent donc pas vraiment servir à la présentation de soi vis-à-vis des autres (Goffman 1983), sauf dans un cercle restreint d'interconnaissances. Autrement dit, elles ne confèrent pas de statut officiel permettant à une personne en rupture de revaloriser publiquement son identité parfois entachée de stigmatisme.

Au vu de cette problématique, nous articulerons notre présentation autour de la question suivante : Quelle place occupent les pratiques non déclarées dans un parcours de vie et comment sont-elles constitutives de l'identité de ceux qui y recourent ?

CONTRADICTION OR CONGRUENCE : THE VALUE OF FEMINIZATION MODELS TO THE SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF MODERN CAREERS

Doris Hanappi | Institut interdisciplinaire d'étude des trajectoires biographiques (ITB) | Doris.hanappi@unil.ch

Nicky Le Feuvre | Institut de Sociologie des Communications de Masse | Nicky.lefeuvre@unil.ch

Modern careers have become increasingly unpredictable and complex, characterized by diminishing boundaries of traditional managerial and professional trajectories. Given the recent increase in the occupational feminization and the debate as to whether the standard organizational career remains problematic for well-qualified women, this paper deals with the gendered dimensions of modern careers. It analyzes the potential consequences of feminization for the decline of the standard organizational career and, conversely, the consequences of this decline for future levels and patterns of women's access to managerial and professional careers.

Building on alternative models of occupational feminization in different national and historical contexts, the paper provides a theoretical foundation for a more fine-grained understanding of emerging career patterns and their impact on women's ability to break through the "glass ceiling". It does so by systematically analyzing the latent mechanisms of "choice, performance and signalling". Rather than criticising sociological and career research as "gender-blind" or even as reproducing existing gender stereotypes, the current paper addresses

ways in which existing ideal-type models of occupational feminization can be seen to articulate with the underlying logics of "protean" and "boundaryless" careers. In this way, the study will provide possible answers to the question of whether this articulation is contradictory or congruent. The results of the present research provide direct implications for the elaboration of equal opportunity (EO) policies and measures that take the decline of the standard organizational career model into account.

P5 | IDENTITÉS ET TRAVAIL – B

Moderation:

Muriel Surdez

Université de Fribourg, Domaine « Sociologie, politiques sociales et travail social »
muriel.surdez@unifr.ch

Mardi 8 septembre 2009 | **10h45 – 12h45** | MR280

L

L

L

I

C

L

C

N

C

L

L

Pe

C

L

C

N

C

P6 | IDENTITÄT UND MEDIEN – A

Moderation:

Klaus Neumann-Braun

Institut für Medienwissenschaft / Universität Basel

K.Neumann-Braun@unibas.ch

Mardi 8 septembre 2009 | **8h30 – 10h30** | MR060

Der Kongress thematisiert den Fragenkomplex: Identität und Lebensformen in sich schnell und nachhaltig veränderten Gesellschaften. Für die angesprochenen Wandlungsprozesse sind die alten und neuen Massen- und Individualmedien von zentraler Bedeutung, da sie Prozesse der Identitätsbildung bzw. Lebensführung in historisch einmaliger Weise katalysieren, kollektivieren und bündeln, indem sie Darstellungen von Identitäten, Images und Lebensweisen sowie deren Genese bzw. Aushandlung einem (Massen-)Publikum zur Verfügung stellen. Medial konstruierte Identitäten und Lebensweisen werden so zum Fixpunkt alltagsweltlicher Selbstverortung und leiten auf diese Weise Prozesse der Orientierung, Inspirierung, (kommunikativen und kognitiven) Auseinandersetzung, Abgrenzung, Kollektivierung und des Probehandelns an. Gängige Gegenwartsdiagnosen tragen diesem Stellenwert Rechnung: Von explodierender Kommunikation und ‚Bilderflut‘ ist ebenso die Rede wie von der fortschreitenden Mediatisierung und Vernetzung der Gesellschaft. Eingeführte aber ebenso kontrovers diskutierte Begriffe und Gegenwartsdiagnosen sind etwa die der ‚Kommunikationsgesellschaft‘, der ‚Wissensgesellschaft‘ oder ‚Netzwerkgesellschaft‘, mit Blick auf die durch die Innovation sogenannter Social Network Sites veränderten ‚neuen Medien‘ wird auch von der Web 2.0-Gesellschaft oder Webciety gesprochen. Solche Zuschreibungen heben – mit Blick auf Identität – häufig die beschleunigte, flexibilisierte, fragmentierte, vielschichtige sowie hybride Form (post-)moderner Verortungen des Selbst hervor.

Im Zentrum der Plenarveranstaltung sollen jedoch nicht makroanalytisch ausgerichtete Gegenwartsdiagnosen stehen, die sich etwa kulturvergleichenden Fragestellungen im Kontext bspw. der aktuellen Globalisierungsdebatte widmen. Vielmehr soll die Frage nach dem Zusammenhang von Gesellschaft, Medien und Identität in mikro- und mesoanalytischer Perspektive angegangen werden. Hier lässt sich mit Blick auf die Theoriebasis am soziologischen

Interaktionismus sowie an den British Cultural Studies anknüpfenden. Leitfrage ist, wie sich Aufbau, Erhalt und Wandel von Identität in und durch Interaktion in den Medien, in und durch Medienkommunikation sowie durch medienvermittelte Diskurse um und über Identität vollzieht. Neben theoretischen Reflexionen zum Zusammenhang von Identität, (Massen-)Medien und Kommunikation/ Interaktion soll es in der Hauptsache um materialgestützte Analysen medienvermittelter Konstitutionsprozesse von Identität gehen, welche sich – in method(olog)ischer Hinsicht – an einer rekonstruktionslogisch ausgerichteten Sozialforschung orientieren.

Mit Blick auf die konkrete Programmgestaltung sollen folgende Themenbereiche und Gegenstände zur Sprache kommen:

I Identitätsbegriff und identitätstheoretische Ansätze

- - Reflexion einschlägiger, im weitesten Sinne interaktionistischer, anti-essentialistischer Identitätskonzepte (interaktionale Identität, narrative Identität, Bastelidentität etc.) mit Blick auf deren Grenzen und Reichweite
- - Fortführung dieser Reflexion mit Blick auf die Rolle der Medien: Wie lässt sich die besondere Identitätsrelevanz medienvermittelter Kommunikationsprozesse konzeptualisieren? Welche Rolle spielen Imagekonstruktionen? Welche handlungsermöglichenden und damit identitätsrelevanten Rahmen stellen (neue) Medien zur Verfügung?

II Identität in und durch Medien

1. Produkt (Programme, Internetgebote, private Aufzeichnungen etc.)

- Hat die Identitätsarbeit – und wenn ja, wie – Eingang gefunden in aktuelle (Medien-) Programme und Formate? Zu denken ist bspw. an den Siegeszug der sog. ‚Real people-Formate‘ (Prototyp: ‚Big Brother‘), in denen Menschen wie ‚du und ich‘ sich und ihr Leben präsentieren. Welche Rolle spielt in solchen Formaten überhaupt (noch) die >

Grösse „Identität“ – Gegenthese wäre, dass nur noch die Oberflächeninszenierung von Relevanz, die Konturierung einer Identität jedoch als hinfällig einzuschätzen sei.

- Welche Identitätsangebote in Form von Rollen- und Handlungsmodellen, Vorbildern, Stars und Idolen sowie Lebensformen und -wege stellen die (apparativ-technischen Massen-) Medien zur Verfügung? Welche Unterschiede bestehen zwischen fiktionalen und non-fiktionalen Formaten sowie zwischen Formaten, die eher berichten und solchen, die massiv in den Alltag der Rezipienten eingreifen (etwa: „Supernanny“, „Germany’s Next Top Model“ u.v.a.m.)? Und: Wie ‚konservativ‘ resp. ‚progressiv‘ sind solche Identitätsangebote – insbesondere mit Blick auf Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene – einzuschätzen?

2. Technologien, Kommunikationsformen und Gattungen

- Welche unterschiedlichen interaktions- und (selbst-)darstellungsermöglichenden Potenziale bergen unterschiedliche Technologien (etwa Fernsehen vs. Internet vs. private Aufzeichnungen), Kommunikationsformen (etwa kopräsent vs. massenmedial oder synchron vs. zeitversetzt oder auditiv vs. audiovisuell etc.) und Genres/ Gattungen (etwa Werbung, (non-)fiktional TV-Shows, Privataufzeichnungen, Social-Network-Sites etc.)? Wie lässt sich mit Blick auf technologischen Wandel (Stichwort: Neue Medien) unter Einbezug der Handelnden kultureller Wandel konzipieren?

3. Rezeption und Aneignung

- Wie rezipieren Zuschauer audiovisuelle Angebote? Welche Aspekte identitärer Angebote werden wie angeeignet, welche Facetten sind besonders ‚effektiv‘? Welche Bedeutung haben Aspekte ritueller Kommunikation bei der identitätsrelevanten Kommunikation und Folgekommunikation bspw. auf Portalen wie YouTube? Welche Rolle spielen Bild und Bilder, d.h. die zunehmende Visualisierung der Kommunikation etwa im Rahmen der Bild-basierten Netz-Kommunikation (Bild wird mit Bild beantwortet, auf Clip folgt Antwort-Clip). Welche Rolle übernehmen Vermittlungsinstanzen wie Peer Group oder Interessengruppen bei der Verarbeitung von Medieninhalten? Welche Rolle spielen der Präsentationskontext, der dem Produkt zugeschriebene Wahrheitsgehalt sowie der Umstand, in welcher Weise man als Nutzer selbst in die Produzentenrolle schlüpfen kann (Stichwort: Prosumer) für die Aneignung?

MARDI 8 SEPTEMBRE 2009 | 8H30 - 10H30 | MR060

IDENTITÄTEN/INTERAKTION/MEDIEN – EINLEITENDE BEMERKUNGEN ANHAND EINES FALLBEISPIELS

Axel Schmidt

Universität Basel, Institut für Medienwissenschaft
Axel.Schmidt@unibas.ch

Der Vortrag widmet sich der Rahmenthematik des Panels „Identität und Medien“ in einleitender Weise. Argumentiert werden soll zunächst, dass und inwiefern Identität als Interaktionsprodukt zu begreifen ist. Zurückgegriffen wird dabei auf interaktionstheoretische Prämissen und Konzepte einer interpretativen Sozialforschung, um deutlich zu machen, wie die Akkumulation identitärer Facetten in und durch Interaktion zu einem ‚Bild‘ (Image) prinzipiell modelliert werden kann und in welcher Weise (Teil-)Aktualisierungen dieses ‚Bilds‘ Identitätsaushandlungsprozesse kontinuierlich anleiten. Von prinzipieller Bedeutung – so soll gezeigt werden – sind dann Rahmungsaktivitäten (Rahmen verstanden im Goffman’schen Sinn als Organisationschemata der Alltagserfahrung), welche Identitätsaushandlungen an Situationsdefinitionen bzw. an (kommunikative bzw. mediale) Gattungs- bzw. Genrebezüge sowie an Interaktionsgeschichten resp. fallspezifische (Vor-)

Wissensbestände binden. Berücksichtigt werden soll dabei sowohl, dass der Begriff ‚Identität‘ sich auf unterschiedliche soziale Einheiten beziehen kann (Person, soziale Organisation,

Medienprodukt), deren Images wechselseitig aufeinander Bezug nehmen, als auch der Umstand, dass Identitätsaushandlungen innerhalb massenmedial vermittelter Interaktionen eine Komplexierung erfahren, insbesondere dann – so soll argumentiert werden – wenn die interagierenden Personen nicht als fiktive Figuren auftreten, sondern als ‚sie selbst‘. Aufgezeigt und veranschaulicht werden sollen diese Zusammenhänge anhand eines konkreten Einzelfalls, genauer: anhand eines Gesprächs Stefan Raabs mit einem eingeladenen Gast im Rahmen der Comedy-Show „TV total“.

VARIATIONEN DES SELBSTVERSTÄNDNISSES DAS FERNSEHEN ALS SCHAUPLATZ DER FORMUNG SOZIALER IDENTITÄT

Angela Keppler

Universität Mannheim, Seminar für MKW
keppler@uni-mannheim.de

Individuen und Gruppen von Menschen nutzen heute mediale Produkte nicht selten dazu, sich ihrer Identität als Personen oder soziale Gemeinschaften zu vergewissern. Sie tun dies aber selten durch eine einfache Übernahme der keineswegs immer eindeutigen medialen Sinnangebote, sondern häufig vermöge einer durchaus eigensinnigen Aneignung der medialen Symbolik. Am Beispiel der TV-Show Germany's Next Topmodel (ProSieben), die eine erstaunlich konventionelle Tugendethik für junge Frauen propagiert, wird der Vortrag untersuchen, welche Spielräume der Identitätsbildung in gegenwärtigen Unterhaltungssendungen bereitgestellt werden.

DER HOCHZEITSVIDEOFILM - DIE MEDIALE IDENTITÄTSSTIFTUNG EINER UNVERBRÜCHLICHEN GEMEINSCHAFT.

Jürgen Raab

Universität Luzern, Kultur- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Soziologisches Seminar
juergen.raab@unilu.ch

Die durch das Hochzeitsritual besiegelte Verbindung zweier Individuen zu einer unverbrüchlichen Gemeinschaft ist zweifelsohne ein herausragendes Moment der gesellschaftlichen Konstruktion von individueller und sozialer Identität. Die gesellschaftliche Arbeit an dieser Identitätskonstruktion vollzieht sich ganz elementar über Symbole und deren Verknüpfung zu gleichbleibenden und vorstrukturierten Handlungsketten, den Zeremonialhandlungen und Einzelritualen, die an einer Hochzeit wiederum zusammengeführt, verdichtet und in einen spezifischen Ablauf gebracht werden.

In bestimmten sozialen Milieus ist das Hochzeitsritual aber erst dann vollständig, wird es auch medial vermittelt. Neben das ‚alte‘ Medium Kirche, das die Arbeit an der Identitätskonstruktion unterstützt, indem es die Feiernenden unter einem heiligen Dach zusammenführt und sie einem synästhetischen Erlebnis aussetzt, rücken verstärkt die ‚neuen‘ technischen Medien. Zuerst sanktioniert die Fotografie das Ereignis, indem sie den Eindruck der Außergewöhnlichkeit der sozialen Verbindung steigert, so die Identitätsstiftung des Paares und nicht zuletzt seines sozialen

Milieus sichert. Im Voranschreiten der technischen Entwicklung eröffnet die Videotechnik neue Handlungsfelder und andere Darstellungsoptionen, die zur Herausbildung und Etablierung neuer, nicht massenmedialer, audiovisueller Gattungen wie etwa dem ‚Hochzeitsvideofilm‘ führen.

Gestützt auf die hermeneutische Einzelfallanalyse eines solchen Handlungsproduktes geht der Vortrag der Frage nach, wie das nicht selten zum ‚schönsten Tag des Lebens‘ überhöhte Hochzeitereignis in eine seinem herausragenden Stellenwert entsprechende audiovisuelle Ordnung übersetzt wird. Die Analyse rekonstruiert, wie die Identität stiftende und Identität sichernde Funktion des Videodokumentes im sozialen Handeln hergestellt wird, und welche sozialen Bedingungen, Bedeutungszuschreibungen, Erwartungen und Wertvorstellungen auf die ästhetische Ausgestaltung der audiovisuellen Form Einfluss nehmen.

P7 | IDENTITÄT UND MEDIEN – B

Moderation:

Axel Schmidt

Institut für Medienwissenschaft / Universität Basel

Axel.Schmidt@unibas.ch

Mardi 8 septembre 2009 | **10h45 – 12h45** | MR060

Présentation voir pp. XX XX

MARDI 8 SEPTEMBRE 2009 | 8H30 – 10H30 | MR060

BILD-IDENTITÄTS-KULTUREN: IMAGE UND WERBUNG

York Kautt

Justus-Liebig-Universität Giessen, Institut für Soziologie

York.Kautt@sowi.uni-giessen.de

Der Vortrag erörtert die Frage, unter welchen Bedingungen Image im 20. Jahrhundert zu einem spezifischen Typus der Schematisierung von Identität wird. Dass und inwiefern gerade der massenmedialen Werbung eine hervorgehobene Bedeutung und Funktion bei der (Re-) Produktion von Image-Identitäten zukommt, wird anhand aktueller Beispiele gezeigt.

IDENTITÄTSDARSTELLUNGEN IN VERSCHIEDENEN VIRTUELLEN RÄUMEN IM VERGLEICH

Sabina Misoch

Universität Luzern, Soziologisches Seminar
sabina.misoch@unilu.ch

Der Vortrag geht der Fragestellung nach, wie Individuen sich bzw. ihre Identität in verschiedenen Medienformaten des Internets darstellen. Basis der Ausführungen ist - in Anlehnung an Keupp, Gross, Sennett u.a. - das Konzept einer flexiblen, patchworkartigen aber nicht multiplen (Bastel-)Identität. Es soll auf dieser Basis anhand der Auswertung der Daten einer aktuellen qualitativen Interviewstudie sowie der Daten einer in 2007/2008 durchgeführten perzeptuellen Analyse von Avatarkreationen in Second Life aufgezeigt werden, welche Verkörperungsformen bzw. Darstellungspraktiken sich in virtuellen Räumen nachweisen lassen. Im Zentrum steht dabei der Vergleich zwischen den Präsentationsstrukturen und -kulturen auf social network sites (wie facebook oder studiVZ), die den Individuen unterschiedliche Darstellungsbühnen (Goffman) anbieten, und den visuellen Verkörperungspraxen in dreidimensionalen nicht gamebasierten Räumen - wie z.B. Second Life.

Der Fokus liegt demnach auf der empirischen Analyse der Verschränkung von Medienformateigenschaften und -logiken d.h. den Rahmungsbedingungen der verschiedenen virtuellen Räume und Anwendungen im Internet und dem individuellen Handeln der Akteure. Ziel ist es, Aussagen darüber machen zu können, wie - ausgehend von einer Adaption des Uses-and-Gratifications-Approachs auf die ausgewählten virtuellen Räume - die Akteure auf Grund ihrer Bedürfnis- und Motivationslage bestimmte Medienformate zur Darstellung bzw. Verkörperung ihrer Identität (oder ausgewählter Identitätselemente) wählen und wie diese Räume gleichzeitig durch die ihnen immanenten Rahmungsstrukturen das Handeln der Akteure determinieren.

PRAKTIKEN DER MEDIENNUTZUNG UND SOZIOKULTURELLER WANDEL

Klaus Schönberger

Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)
klaus.schoenberger@zhdk.ch

Die Erscheinung des Internet wurde von utopischen wie dystopischen Zukunftsprognosen begleitet. Für eine sozialwissenschaftlicher Medienforschung, die von den Cultural Studies Birminghamer Provenienz und einem Verständnis der Nachfolgedisziplinen der Volkskunde im Sinne einer Empirischen Kulturwissenschaft herrührt, sind solche Ideen nicht hypothesenrelevant, sondern Analysegegenstand. Es stellt sich dann aber die Frage, wie soziokultureller Wandel im Kontext von Medien- und Techniknutzung zu konzipieren wäre, ohne mediendeterministisch zu werden. Wenn man Kultur und Identität nicht als Container-Begriff fassen will, bedarf es eines begrifflich-theoretischen Instrumentariums, das ermöglichen muss, die Dimension der Technik, der Nutzungspraktiken, der sozialen Praxen (Lebensführung, Habitus, Lebensstil und soziale Strukturen zu unterscheiden, aber auch miteinander in Beziehung zu setzen.

Die Diskurse über Neue Medien, die Forderung nach Technikfolgenabschätzung, die konjunkturellen Debatten über vermeintlich medieninduzierte Gewalt, beinhalten immer auch Annahmen über den soziokulturellen Wandel. In meinem Beitrag soll es um theoretische Modelle (mittlere Reichweite) gehen, die den soziokulturellen Wandel in Bezug auf die Stellung des Subjekts

und seiner Handlungsmöglichkeiten beschreibbar machen.

Hierzu schlage ich vor auf der Basis des historischen Verständnisses der Regulationstheorie sich dem Wandel weniger über das behauptete Neue, sondern über das Bestehende anzunähern. Es geht mir dabei um das Zusammenspiel von Persistenz und Rekombination oder - etwas vereinfacht formuliert - wie «das Alte» bzw. Bestehende neu wird.

Aus der Perspektive der Subjekte, der Handelnden frage ich, in welcher Weise das soziale Enablingpotenzial von Medientechnologien bei wem welche Praktiken der Nutzung unterstützt oder ermöglicht; inwiefern diese Praktiken soziale Praxen zulassen und unter welchen Bedingungen soziale Strukturen verdoppelt, erneuert oder unterminiert werden können.

P8 | PRATIQUES CULTURELLES ET IDENTITÉS DES PUBLICS

Moderation:

André DUCRET

Département de sociologie, Université de Genève

andre.ducret@unige.ch

Mardi 8 septembre 2009 | 10h45 – 12h45 | MR070

Diverses recherches empiriques portent aujourd'hui, en Suisse, sur ce qu'il est convenu de nommer les « pratiques culturelles » de nos concitoyens, femmes ou hommes, jeunes ou âgés. Outre les données statistiques recueillies au travers d'enquêtes nationales portant, de manière directe ou indirecte, sur cette question, les résultats de plusieurs travaux menés à une échelle plus locale (commune, canton ou région) sont désormais disponibles. La séance plénière comme l'atelier qui suivra permettront de comparer ces données et ces résultats, non seulement les uns avec les autres, mais encore avec ceux obtenus à l'étranger. Ce sera là l'occasion de revenir sur le débat qui, en sociologie de la culture comme ailleurs, voit s'opposer diverses thèses, qui vont de la contrainte jamais démentie qu'exerceraient divers déterminants sociaux (classe, genre, génération, etc.) sur les « pratiques culturelles » à l'individualisation et à l'hétérogénéité croissantes des dites pratiques sous l'impact de nouveaux modes de vie. Faits et constats issus de la recherche sont tour à tour invoqués à l'appui de l'une ou l'autre thèse selon l'échelle d'observation choisie ou la démarche empirique mise en œuvre, ce qui apparaîtra sans doute à nouveau lors de notre rencontre. Enfin, celle-ci devrait favoriser une réflexion plus méthodologique sur les outils d'investigation (analyse secondaire de données statistiques, passation de questionnaires par téléphone, entretiens semi-directifs auprès d'une population-cible, etc.) utilisés pour l'observation et l'explication des « pratiques culturelles

» : que valent nos méthodes, comment les combiner et faut-il en imaginer d'autres ? Tenter une réponse à ces questions, voilà encore un objectif pour cette journée, le dernier, mais pas le moindre puisque le choix de la méthode est intimement lié au débat théorique, voire idéologique autour des « pratiques culturelles » et de leur mesure. Précisons encore que nos débats en plénière comme en atelier sont, lors de ce congrès, largement ouverts, non seulement aux membres de la communauté scientifique que la question des « pratiques culturelles » intéresse, mais encore à tous les acteurs culturels, artistes, écrivains ou musiciens, responsables d'institutions, médiatrices ou médiateurs, journalistes ou fonctionnaires qui, au quotidien, l'affrontent et la discutent sur le terrain.

« MESURER LES “PRATIQUES CULTURELLES” » ? ENJEUX ÉPISTÉMOLOGIQUES ET POLITIQUES DE CHOIX MÉTHODOLOGIQUES

Laurent Fleury

Université Paris-Diderot (Paris 7), Centre de Sociologie des Pratiques et des Représentations Politiques (CSPRP)
laurent.fleury@univ-paris-diderot.fr

Cette communication épouse pleinement l'hypothèse énoncée, selon laquelle « le choix de la méthode est intimement lié au débat théorique, voire idéologique autour des « pratiques culturelles » et de leur mesure ». Le cas de la France en fournit au moins trois illustrations.

Sur un versant théorique, la présence de guillemets autour de « pratiques culturelles » soulève la question de leur définition. Or, les choix de méthode participent à leur définition même, les pensant plutôt soit comme actes de consommation, soit comme actes de culture.

Sur un versant critique, l'existence de quelques impensés normatifs véhiculés par les choix méthodologiques mérite d'être aussi interrogée, car une autonomisation de la méthodologie, oublieuse des enjeux épistémologiques, peut participer à la naissance de problématiques ensuite parfois hâtivement convoquées par les pouvoirs publics pour mieux asseoir leur évaluation d'une politique.

Sur un versant programmatique enfin, sera privilégiée l'exploration de voies pour mieux appréhender la « mesure des pratiques culturelles », ou mieux articuler neutralité axiologique et rapport aux valeurs au sein de la sociologie de la culture - et ainsi dépasser la querelle Adorno / Weber -, ou encore mieux penser une épistémologie de la « justesse », chère à Simmel.

Ainsi les choix de méthode participent à la définition de l'objet, à la formulation de problématiques et, conséquemment, à la production même de résultats servant ensuite à fonder des discours souvent normatifs. Les choix de méthode s'avèrent donc cruciaux pour mieux penser ce que peut être le défi de mesurer les « pratiques culturelles ».

LA PARTICIPATION AUX ACTIVITÉS CULTURELLES EN SUISSE, OU QUAND LES PRATIQUES CULTURELLES (RE)DEVIENNENT UN OBJET D'ÉTUDE LÉGITIME

Olivier Moeschler

Université de Lausanne, Observatoire Science, Politique et Société (OSPS) | Olivier.Moeschler@unil.ch

Stéphanie Vanhooydonck

Office fédéral de la statistique (OFS), Section Politique, Culture et Médias | Stephanie.Vanhooydonck@bfs.admin.ch

Cela faisait vingt ans que les pratiques culturelles n'avaient plus fait l'objet, en Suisse, d'une étude nationale. En 2006, les Offices fédéraux de la statistique (OFS) et de la culture (OFC) lancent le projet d'une étude statistique sur la participation aux activités culturelles en Suisse, donnant lieu, en 2008, à un sondage national dans les trois régions linguistiques, dont les premiers résultats et analyses sont rendus publics cette année.

Visant à dresser un tableau général de la situation et à produire des indicateurs de base, l'étude porte sur la fréquentation d'un certain nombre de lieux ou d'événements (théâtre, musées, concerts en tous genres, cinémas, festivals, etc.), les activités pratiquées en amateur (chanter, danser, jouer d'un instrument, etc.), les motivations à effectuer ces activités, le souhait d'en effectuer davantage et les obstacles empêchant une pratique plus soutenue. L'exposé présentera tout d'abord les principaux résultats de l'étude, en opérant une comparaison, là où cela s'avère possible, avec l'enquête helvétique d'il y

à vingt ans et les statistiques internationales.

A un niveau plus général, il s'agira dans cette intervention à quatre mains aussi de s'interroger sur les implications méthodologiques et théoriques de cette démarche, en la situant dans son contexte national et international. Pourquoi à un moment donné les pratiques culturelles deviennent-elles (à nouveau) un objet d'étude légitime en Suisse ? Les catégories et définitions utilisées, mais aussi les visées sous-jacentes sont-elles les mêmes qu'à la fin des années 1980 en Suisse ou que dans les études françaises directement liées au projet ambitieux de « démocratisation culturelle » ? Peut-on faire un lien entre ce regain d'intérêt et les récentes évolutions de la politique culturelle nationale ?

SOCIOLOGIE DE LA GRATUITÉ DES MUSÉES ET MONUMENTS : LA MOBILISATION DES VISITEURS FRANÇAIS

Jacqueline Eidelman

jacqueline.eidelman@parisdescartes.fr

Benoît Céroux

benoit.ceroux@parisdescartes.fr

Université Paris Descartes, Centre de recherches sur les liens sociaux – CNRS - UMR 8070

La gratuité complète des collections permanentes de quatorze musées et monuments nationaux français a été expérimentée 2008. Le traitement des quelques 6500 questionnaires recueillis à l'issue d'une campagne de six mois repose sur la création de variables synthétiques et l'analyse factorielle de correspondances. Les résultats témoignent d'une institution muséale aussi plurielle que son public en même temps qu'ils éclairent sous un nouveau jour la question des déterminants sociaux de la pratique de visite. D'une part, le public de l'expérimentation présente des caractéristiques plus proches de la population nationale que celles qu'on trouve dans la plupart des enquêtes sur le public de la culture ; d'autre part, qu'il s'agisse du public mobilisé et davantage encore du public des primo-visiteurs mobilisés, l'effet accélérateur de la mesure de gratuité sur la démocratisation de la fréquentation est manifeste. On constate également l'émergence d'une culture de la gratuité chez les visiteurs appartenant à la génération des

moins de 35 ans. Enfin, l'effet de la gratuité dans le mécanisme d'une carrière de visiteur apparaît clairement. Ponctuelles, partielles, hétéroclites et souvent soumises à une clause de confidentialité, les études d'impact d'un libre accès aux musées n'ont servi jusqu'à présent qu'à nourrir les imaginaires et le débat quasi idéologique entre partisans et opposants de la gratuité. Dans sa méthode, comme dans ses résultats, l'enquête 2008 marque un tournant. Mais un public réel sera-t-il moins facile à instrumentaliser au service d'une cause, fût-elle sociologique ?

TRENTE ANS D'ENQUÊTES SUR LES PUBLICS DU CENTRE GEORGES POMPIDOU (« BEAUBOURG ») À PARIS : PRÉOCCUPATIONS DES COMMANDITAIRES AINSI QUE DES CHERCHEURS ET RÉSULTATS

Alain Quemin

Université Paris-Est / Institut Universitaire de France / LATTs (CNRS)

quemin@univ-mlv.fr

Depuis l'ouverture du Centre Georges Pompidou en 1977 jusqu'en 2006, c'est une vingtaine d'enquêtes sur les publics dont nous avons retrouvé la trace et dont nous avons, le plus souvent, pu analyser le contenu. Au cours de ces trente années, l'effort qui a été déployé par le Centre Georges Pompidou pour mieux connaître ses publics est donc particulièrement important, même si l'intérêt porté aux publics a connu des phases plus ou moins intenses.

Il s'agira tout d'abord, dans le cadre de cette communication, d'étudier plus particulièrement comment ont évolué les questions posées par les chercheurs intervenant au sein d'une même institution au cours d'une période de trente années, ce qui renverra en partie aux préoccupations des commanditaires face aux publics et à la pratique culturelle spécifique que constitue la visite d'une institution très légitime. Un second temps de la présentation exposera l'évolution des principaux

résultats, esquissant l'histoire des publics propres à une institution particulière et de leur évolution au fil du temps.

Nous montrerons, plus que des ruptures, une continuité des résultats, et les limites de la démocratisation culturelle qui, bien qu'ayant figuré au cœur du projet initial, a largement relevé de l'utopie. Si les premières enquêtes s'inscrivaient fortement dans une perspective critique, empruntant à la théorie bourdieusienne son cadre d'analyse, les investigations menées plus récemment s'en sont éloignées et ont semblé éviter de souligner les failles de la démocratisation recherchée, comme si l'âge de raison devait s'accompagner du deuil, du moins partiel, de l'utopie fondatrice.

L

L

Pe

C

L

C

N

C

P11 | IDENTITÉ ET PARCOURS DE VIE

Moderation:

Eric Widmer (Université de Genève)

Mercredi 9 septembre 2009 | **8h30 – 10h30** | MR060

MERCREDI 9 SEPTEMBRE 2009 | 8H30 – 10H30 | MR060

GENDERED AND GENDERING AMBIVALENCES IN SCIENCE AND SCIENTIFIC LIFE COURSES

Dagmar Lorenz-Meyer

Charles University, Prague
d.lorenzmeyer@gmail.com

This paper aims to tease out the potential and challenges of ambivalence for gender research where the concept is not yet widely used. I will start by introducing conceptualizations of gender that cut across symbolic, normative, organizational social orders and identities and the ways in which they implicitly and explicitly thematise ambivalence. I will then turn to one of the contexts in which ambivalence has been first formulated and that has received increasing attention in studies of contemporary knowledge societies: science. Based on ethnographic and interview research on knowledge production and scientific careers in the Czech Republic I will explore three kinds of ambivalences that may arise at different points of the scientific life course and which, I argue, help to expand understandings of both gender and science. These ambivalences may or may not be gendered in the sense of being constituted by polar norms that concern assumptions about gender (e.g. conflicting normative conceptions of femininity and scientific competence). Following previous methodological considerations I suggest that ambivalences are most productively re-

searched by exploring how they are enacted, managed and negotiated both at the institutional and personal level. This will draw attention to how seemingly un-gendered conflicting norms such as scientific autonomy vs. collaboration, or vocation vs. 'life' are gendering not only individual researchers but also positions, careers and institutions. A heuristic focus on ambivalence thus avoids mapping gender solely on embodied men and women as has been dominant in research on women in science. In conclusion I will reflect what these considerations imply politically. If ambivalences cannot simply be eliminated, how can their potential for change be tapped by policy makers?

AMBIVALENCEN IM LEBENS LAUF: ERTRÄGE UND POTENTIALE EINER NEUEN PERSPEKTIVE

Kurt Lüscher

Universität Konstanz

Kurt.luescher@uni-konstanz.de

In den letzten Jahre findet das Konzept der Ambivalenz in der Soziologie wachsende Aufmerksamkeit. Das trifft sowohl für die Analyse der Dynamik sozialer Beziehungen als auch für jene der «postmodernen» Gesellschaftlichkeit zu. Beides überschneidet sich in der Thematisierung von «Identität». Die Soziologie des Lebenslaufs ist gut geeignet, die bisherigen Erträge dieser Perspektive und ihre Potentiale darzustellen und eine Diskussion über die allgemeine Tragweite des Konzepts der Ambivalenz für die soziologische Forschung und Theoriebildung anzuregen.

CE QUI NOUS LIE ET NOUS DÉCHIRE: AMBIVALENCES FAMILIALES ET PARCOURS DE VIE

Eric Widmer

Université de Genève

Eric.widmer@unige.ch

Les difficultés inhérentes aux familles contemporaines (problèmes de couple et divorce, violences conjugales, conflits parents-enfants, etc.) ont souvent été analysées comme résultant d'un affaiblissement des liens familiaux et, plus largement, d'un déclin de l'importance fonctionnelle et de la reconnaissance sociale de la famille. Cet exposé revient sur la question réinterprétant un large éventail de résultats empiriques par l'intermédiaire du concept d'ambivalence. Il s'inscrit dans une perspective configurationnelle insistant sur les tensions produites par de nouvelles formes d'interdépendances familiales et sociales, se modifiant tout au long du parcours de vie et exigeant de la part des individus des capacités d'action étendues.

P14 | IDENTITY, SOCIAL RELATIONS, AND CONSUMPTION PATTERNS

Moderation:

Christian Suter (Université de Neuchâtel)

Mercredi 9 septembre 2009 | **10h45 – 12h45** | MR070

MERCREDI 9 SEPTEMBRE 2009 | 10H45 – 12H45 | MR070

IDENTITÉ SOCIALE ET RAPPORTS SOCIAUX

Jorge Vala

Instituto de Ciências Sociais - Université de Lisbonne

Mead différencie deux aspects du Soi (Self), en deux dimensions: le Moi et le Je. Nous proposons que l'identité sociale corresponde dans une large mesure à ce que Mead a associé au Moi. En partant de cette hypothèse, nous présentons les points de départ de trois théories de l'identité sociale et de la catégorisation sociale qui structurent la recherche dans ce domaine: la théorie de H. Tajfel (Social Identity Theory), la théorie de J. Turner (Self-Categorization Theory), et la Théorie de la Différentiation Catégorielle proposée par W. Doise. Nous argumentons que ces théories ont permis d'établir des liens entre identités sociales et rapports sociaux, contribuant à dépasser les pièges du sens commun associés à l'essentialisation des groupes et des identités sociales. Dans une deuxième partie, nous discutons l'approche empirique des dimensions de l'identité sociale, en prenant comme exemple l'étude des identités des minorités culturelles

DIE SOZIALE STRUKTURIERUNG VON KONSUMIDENTITÄTEN: EINE EMPIRISCHE STUDIE AM BEISPIEL DES WEINKONSUMS

Jörg Rössel

Soziologisches Institut, Universität Zürich | roessel@soziologie.uzh.ch

Simone Pape

Soziologisches Institut, Universität Zürich | pape@soziologie.uzh.ch

Als gemeinsames Merkmal soziologischer Gegenwartsdiagnosen zum Wandel der Sozialstruktur und deren Relevanz für die individuellen Akteure kann festgehalten werden, dass sie eine Herauslösung der Akteure aus tradierten Bindungen (z.B. konventionelle Lebensformen, ständisch überformte Milieus, soziale Klassen) feststellen. Identitäten können nicht mehr im unhinterfragten und selbstverständlichen Bezug auf vorgegebene Gruppen- und Gemeinschaftszugehörigkeiten bestimmt, sondern müssen selbstreflexiv konstruiert werden. War in der Vergangenheit – so die These – häufig die berufliche oder die Klassenzugehörigkeit eine primäre Bezugsfolie für die Konstruktion einer Identität, so sind die Akteure in gegenwärtigen Gesellschaften sehr viel stärker auf ihre Rolle als Konsumenten verwiesen. Über ihre Konsumententscheidungen und die Zeichenhaftigkeit sowie Symbolik der verwendeten Konsumgüter basteln und bestätigen Akteure Schritt für Schritt ihre jeweilige Identität als Person in einer individualisierten und marktorientierten Gesellschaft. Alan Warde (1994) kritisiert die oben skiz-

zierten zeitdiagnostischen Thesen indem er hervorhebt, dass sie den Konsumenten viel zu individualistisch konstruieren und dabei übersehen, dass auch Konsumententscheidungen in gegenwärtigen Gesellschaften zumeist durch spezifische soziale Kontexte (z.B. Familie, Freunde, soziokulturelle Milieus, Klassen, Lebensstile) strukturiert sind. Aus diesen zeitdiagnostischen Thesen ergeben sich bislang kaum empirisch untersuchte Fragen, wie z.B. nach der Relevanz von Konsumententscheidungen für den Aufbau und die Bestätigung einer persönlichen Identität, nach dem tatsächlichen Ausmass der Gefühle der Verunsicherung und Beunruhigung bei Konsumenten und nach der Stärke der Identitätsrelevanz von Konsum und die Frage, wie die damit verbundene Verunsicherung sozial durch persönliche Netzwerke, stabile Lebensstile und sozialstrukturelle Position strukturiert ist. Diese Fragen werden in unserem Vortrag empirisch auf der Basis einer Umfrage über Weinkonsum untersucht.

„KLASSENKULTUR“ UND „INDIVIDUALISIERUNG“ ALS SOZIOLOGISCHE MYTHEN? EIN ZEITVERGLEICH DES MUSIKGESCHMACKS JUGENDLICHER IN DEUTSCHLAND, 1955-2004

Gunnar Otte

Soziologisches Institut, Universität Zürich
otte@soziologie.uzh.ch

Die von Ulrich Beck geprägte Diagnose einer „Individualisierung“ im Sinne einer Entkopplung subjektiver Identitäten von objektiven Sozialstrukturen wird heute fast einmütig als zulässige Beschreibung des Wandels von Jugendkulturen akzeptiert. Als Vergleichshorizont dienen meist die 1960/70er Jahre: Mit Verweis auf die Studien der britischen Cultural Studies wird Jugendkulturen dieser Zeit eine Einbettung in herkunftsspezifische „Klassenkulturen“ nachgesagt. Zeitvergleichende Studien, die den konstatierten Wandel systematisch analysieren würden, sucht man vergebens. Da Musik seit langem – von Rock'n'Roll bis Drum'n'Bass – das wichtigste Medium für die Konstituierung von Jugendkulturen ist und da in Deutschland bis in die 1950er Jahre zurückreichende Jugendstudien existieren, bieten diese Daten eine geeignete Testmöglichkeit der Entkopplungsthese. Als Klassenindikator untersuche ich die Bildungsspezifika des Musikgeschmacks Jugendlicher auf der Basis von neun quantitativen Studien, die den Zeitraum von 1955 bis 2004 in gleichmäßigen Abständen abdecken. Ich stütze mich auf Sekundäranalysen

wissenschaftlich zugänglicher Daten einerseits und Reanalysen publizierter Ergebnistabellen andererseits. Die Untersuchung hat zum Ergebnis, dass die Strukturierung von Musikpräferenzen eher durch Stabilität als durch Wandel gekennzeichnet ist. Die Befunde lassen sowohl Zweifel an einer starken Klassenstrukturierung in früheren Jahrzehnten als auch an einem nachhaltigen Individualisierungstrend in jüngerer Zeit aufkommen.

P | I

Moderation:

Mercredi 9 septembre 2009 | **8h30 – 10h30** | MR060

L

C

N

C

L

L

Pe

C

L

C

N

C