

Les espaces de la masculinité

Les hommes et les garçons au travail

Linda McDowell

Traducteur : Claire Hancock



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/gc/11072>

DOI : 10.4000/gc.11072

ISSN : 2267-6759

Éditeur

L'Harmattan

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2005

Pagination : 103-120

ISBN : 2-7475-9696-6

ISSN : 1165-0354

Référence électronique

Linda McDowell, « Les espaces de la masculinité », *Géographie et cultures* [En ligne], 54 | 2005, mis en ligne le 30 mars 2020, consulté le 15 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/gc/11072> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/gc.11072>

Ce document a été généré automatiquement le 15 décembre 2020.

Les espaces de la masculinité

Les hommes et les garçons au travail

Linda McDowell

Traduction : Claire Hancock

*Cet article est adapté d'un chapitre paru dans l'ouvrage dirigé par B. Van Hoven et K. Hoerschelmann, *Spaces of Masculinity*, publié en 2005 par Routledge. L'auteur remercie les directrices de l'ouvrage ainsi que le responsable éditorial de Routledge, Andrew Mould, d'avoir autorisé la réutilisation d'une partie du texte, auquel a été ajoutée une introduction destinée à situer ce travail dans la production britannique actuelle.*

La traductrice tient à remercier l'auteur d'avoir accepté de contribuer à ce numéro, et remercie également Isabelle Généau de la Marlière de sa relecture attentive qui a permis d'éliminer beaucoup de scories de la traduction.

Définition d'un champ

- 1 Cet article traite des inégalités sur le marché de l'emploi et de l'aspect performatif de la masculinité, une question d'actualité pour la géographie féministe et les études féministes plus généralement. La revue *Gender, Place and Culture*, la première et toujours l'unique revue ouvertement féministe de la géographie britannique, a fêté ses dix ans d'existence en 2003 et son contenu reflète la grande richesse et la diversité des travaux qui s'inscrivent dans ce courant. Les luttes sociales, le changement politique, les représentations du genre, les significations symboliques, les pratiques culturelles, l'impact des politiques d'ajustement structurel, les migrations, diverses formes de travail et d'emploi en des lieux et temps variés, ont été étudiés au travers de prismes théoriques multiples. Cette décennie a vu des progrès théoriques sans précédent en géographie féministe en Grande-Bretagne, à mesure que de nouvelles définitions des espaces et des lieux et de leurs liens avec des relations sociales « genrées » ont fait l'objet d'études. Ainsi, on s'est penché sur la notion d'échelle, les connexions entre identité et territoire transformées par les migrations internationales, les fragmentations et réalignements politiques, et les liens entre le genre et d'autres aspects de la différence. De plus, la matérialité du corps est revenue dans les travaux

féministes, après une période où l'on insistait sur la séparation du sexe et du genre : les questions de désir et de plaisir sont devenues de plus en plus prégnantes dans nos sociétés de consommation, et les nouvelles technologies transforment les idées de fertilité, de conception, d'identité, et les façons de penser les relations entre l'humain et le non-humain. Pour éclairer ces multiples questions, les géographes féministes ont eu recours à de multiples références théoriques, depuis Bourdieu et son concept d'habitus, jusqu'à Foucault et ses idées de bio-pouvoir et la façon dont les corps sont socialement construits comme « genrés ». Les arguments de Judith Butler sur l'aspect règlementaire du discours sur l'hétérosexualité se sont avérés particulièrement fructueux pour penser, entre autres, la performance¹ d'identités au travail (Pratt, 2004 ; McDowell, 1997 ; Wright, 1999), Les travaux de théoriciennes françaises plus explicitement féministes ont également influencé les géographes britanniques : Gillian Rose, par exemple, puise son inspiration chez Luce Irigaray, sa métaphore du pli comme espace paradoxal d'inclusion et d'exclusion, et sa mobilisation du corps féminin dans l'écriture, une stratégie méthodologique provocante pour le travail féministe (Rose, 2003), De nouvelles approches ont été développées à partir de l'idée de la mémoire comme récit, des lectures de représentations culturelles du genre ou encore des théories postcoloniales autour de l'hybridité, la domination et la résistance (Radcliffe *et al*, 2004). Il est finalement impossible de résumer l'immense diversité de ce qui s'est écrit récemment, mais on peut se référer aux points sur la question régulièrement publiés dans *Progress in Human Geography* et à un certain nombre d'ouvrages qui se sont donné pour objectif de baliser le champ (Jones Ill *et al*, 1997 ; Domosh et Seager, 2001 ; McDowell, 1999 ; Women and Geography Study Group, 1997). S'il rend le courant difficile à décrire, ce foisonnement théorique a suscité une intense excitation intellectuelle et stimulé la production, transformant considérablement les premières tentatives pour montrer en quoi les relations de genre prenaient des formes clairement spatiales (Women and Geography Study Group, 1984).

- 2 Au risque de simplifier à l'extrême, on peut néanmoins avancer que le débat autour des connexions et contradictions entre l'inégalité économique et les constructions sociales de la différence, thème central dans la recherche féministe anglo-américaine en général, s'est traduit dans la géographie féministe récente par des discussions autour de ce que les géographes ont résumé par « le hiatus entre économie et culture », voire « l'opposition économie / culture » (Castree, 2004 ; Gregson *et al*, 2001 ; McDowell, 2000a ; Sayer, 1999 ; Thrift, 2000²). Dans la géographie britannique dans son ensemble, les tenants d'une lecture matérialiste, s'inscrivant dans une perspective d'économie politique, se sont trouvés confrontés à une florissante branche de théorie sociale « critique », dans le cadre de ce qu'on a appelé le « tournant culturel » de la géographie britannique. Selon Nigel Thrift, ce tournant ou ce changement d'orientation, a sans doute été « l'événement le plus important ayant touché notre discipline (c'est-à-dire la géographie économique) au cours des dix ou quinze dernières années » (Thrift, 2000, p. 689 ; traduction française, Thrift, 2004). On a donc, en géographie économique et plus généralement, mis l'accent sur les questions de significations symboliques, sur les représentations, sur les pratiques culturelles et le caractère fluide et mouvant de la construction des identités. Dans la recherche féministe, la question n'a pas été moins contentieuse, notamment entre les théoriciennes féministes états-uniennes Nancy Fraser (1997), Judith Butler (1998) et Iris Marion Young (1997) qui ont débattu ardemment des mérites relatifs de théorisations des inégalités de genre par les structures matérielles ou par la construction culturelle de la différence : on résume

parfois ce débat par une opposition entre « mauvaise distribution » et « mauvaise reconnaissance ». Ann Phillips (1997, 1999), sociologue et politologue britannique, a cherché à faire le lien entre inégalité économique et différence culturelle et Nancy Fraser (1997) a développé une argumentation similaire. Ainsi, au terme d'une décennie agitée, Lynne Segal (1999), dans son livre *Why feminism ?*, a pu écrire que la priorité pour les années suivantes serait précisément de travailler « à surmonter les éca1ts récurrents entre ceux qui prônent l'analyse culturelle et ceux qui prônent l'analyse économique, comme s'il s'agissait de priorités contradictoires » (p. 224). Il me semble que c'est bien là que les perspectives de travail sont les plus exaltantes, et c'est donc là que je situe mon propre travail, sur les inégalités croissantes de revenu dans les économies capitalistes de plus en plus dominées par l'emploi de service. Je voudrais montrer que l'une des conséquences du changement économique en cours, est que la masculinité est en train de perdre les avantages qu'on lui prête traditionnellement sur le marché de l'emploi, ou plutôt que les appartenances de classe et de genre tendent à se transformer à mesure que certains groupes d'hommes et de femmes, globalement ceux qui sont issus de milieux populaires, se rendent compte que dans la « nouvelle » économie ils sont piégés tout au bas de l'échelle des revenus et de la reconnaissance. Ces changements concrets impliquent que les liens entre classe et genre prennent une importance accrue dans l'explication des changements économiques en cours. J'espère montrer au travers des cas exposés ci-dessous que nous devons prêter attention à la fois au « culturel » et à ses inscriptions concrètes pour expliquer l'importance du genre en ce début de XXIe siècle.

La construction matérielle et discursive des identités masculines

- 3 On a vu au cours de la décennie écoulée se développer les publications sur la masculinité (voir par exemple le compte rendu de Whitehead (2002) et la sélection de textes par Whitehead et Barrett (2001)), faisant écho à des débats antérieurs sur la multiplicité des constructions de la féminité et mettant en cause les notions univoques d'une identité masculine³. Mais jusqu'à récemment, on a continué à associer la masculinité avec la sphère du travail salarié dans les sociétés capitalistes, comme si cela allait de soi. La définition même de la masculinité hégémonique dans les sociétés industrielles est indissociablement liée à la participation au marché du travail. Être un « vrai homme » suppose un emploi rémunéré, que ce soit dans les espaces concrets du travail manuel ou les sphères éthérées des industries de haute technologie, des services aux entreprises ou de la science. Cette association entre les hommes et le marché du travail domine de façon si nette que ses complexités et sa nature changeante n'ont guère été théorisées jusqu'à très récemment encore. C'est plutôt l'exclusion des femmes des espaces publics de l'emploi salarié, et le fait qu'elles soient cantonnées dans une gamme d'emplois spécifiques identifiés comme féminins, qui ont attiré l'attention des féministes de deuxième génération. Mais on se penche depuis quelque temps sur la variété des liens entre hommes et emploi, mettant au jour notamment une dualité dans la construction de la masculinité : d'une part une masculinité éthérée, rationnelle, bureaucratique, scientifique, associée aux classes moyennes et supérieures, et d'autre part une masculinité plus vitale, corporelle et moins cérébrale, reposant sur la force masculine et associée aux emplois manuels et aux hommes des classes populaires. Cette

dualité a été analysée et étudiée dans différentes formes de métiers. Comme l'a relevé Connell (1995), « les définitions de la masculinité sont intimement liées à l'histoire des institutions et des structures économiques. La masculinité n'est pas qu'une idée abstraite ou une identité personnelle » (p. 29). On s'est alors aventuré plus loin dans l'analyse des relations de pouvoir « entre hommes » et plus seulement entre hommes et femmes. Comme la féminité, la masculinité est une construction sociale plurielle par le biais de laquelle les hommes sont positionnés les uns par rapport aux autres, souvent en termes d'infériorité et de supériorité.

- 4 L'idée de Connell, selon laquelle la masculinité est intrinsèquement liée aux structures économiques, a représenté un pas décisif dans la compréhension des liens entre masculinité et emploi. Des analyses plus récentes ont cependant recentré l'attention plutôt sur les identités sociales que sur les institutions : il s'agit alors des façons dont l'identité masculine est construite par des individus et des groupes « dans leurs têtes », pour ainsi dire, par leur positionnement face à un ensemble de discours et de pratiques sociales différents, ainsi que par le fonctionnement de règles et règlements d'un ensemble d'institutions sociales et la participation des hommes à ce fonctionnement. Dans les sociétés capitalistes, la construction des masculinités s'opère dans de multiples institutions et espaces, depuis la famille jusqu'à l'école, en passant par le terrain de football et ses gradins, et le lieu de travail. L'importance de ces différentes institutions varie, non seulement au cours du cycle de vie de chaque homme, mais aussi en fonction des circonstances historiques. Dans un de ses travaux récents, par exemple, Connell (2000) a souligné que « les institutions du sport de compétition semblent particulièrement importantes dans les masculinités occidentales contemporaines » (p. 11). De fait, le sport, comme activité de loisir, s'entremêle avec l'activité professionnelle pour un nombre accru de personnes, hommes ou femmes, pour qui la forme physique est à la fois la clé d'un emploi satisfaisant et un critère des versions hégémoniques de la masculinité ou de la féminité. La confusion s'accroît dans les lieux de travail les plus sélectifs, où des équipements sportifs sont mis à disposition des employés pour une pratique intensive qui ne les éloigne pas de leur travail.
- 5 L'accent mis aujourd'hui sur la prouesse sportive rend parfaitement claire l'idée que le corps est un élément-clé de la construction sociale d'identités « genrées » (Featherstone *et al*, 1991 ; Teather, 1999). Les corps des hommes et des femmes sont des surfaces où s'inscrivent des normes sociales et des conventions concernant les apparences du genre, en taille, en poids, en attitude, ainsi que par la décoration et l'habillement (Bardo 1993, Grosz, 1994) : tous ces traits ont gagné en importance dans les nouvelles formes d'emploi de service qui dominent dans les économies industrielles. Ainsi, par le biais de performances corporelles et dans toutes les interactions sociales, des masculinités (et des féminités) sont activement construites, imposées ou contestées dans les différents espaces de la vie quotidienne. Comme West et Zimmerman (1987) l'ont fait remarquer il y a déjà un certain temps, le genre est une performance, une construction active, les gens « font du genre » activement et quotidiennement (Butler, 1990 ; Kondo, 1990). On reconnaît donc maintenant qu'il y a de multiples façons d'être un homme ; les masculinités sont complexes, souvent contradictoires et peuvent être investies de désirs conflictuels et d'ambivalences. Même la version de la masculinité que l'on peut qualifier de dominante, caractérisée par un ensemble de pratiques (l'hétérosexualité, la participation au marché de l'emploi, un corps sain et jeune, blanc de préférence) a besoin d'être constamment re-créée, policée et régulée. Comme l'a dit

Mac an Ghaill (1994, 1996), la masculinité hégémonique (la version la plus valorisée de ce qu'est être un homme) est « constituée par des éléments culturels consistant en formes contradictoires, l'hétérosexualité de rigueur, la misogynie et l'homophobie. Toutes sont marquées par l'ambivalence et la contingence » (1996, p. 133). Les hommes ont constamment à se (re)définir comme quelque chose que les femmes - ou d'autres versions moins valorisées de la masculinité - ne sont pas ; la masculinité se construit en opposition à un ensemble de caractéristiques qui sont considérées comme inférieures. Ainsi, dans son travail empirique avec de jeunes hommes, Mac an Ghaill a relevé que « ce qui ressort le plus, c'est la façon dont les jeunes hommes hétérosexuels entretiennent une double relation : de dédain pour 'l'autre', dont les femmes, et de rejet du féminin ou de l'homosexuel en eux-mêmes » (1996, p. 133). Pour les hommes employés dans les nouveaux lieux de travail du secteur de service, de complexes négociations sont nécessaires pour arriver à la construction d'une version acceptable de la masculinité, surtout dans les emplois où sont valorisés des attributs soi-disant féminins comme l'empathie, le souci de l'autre, la docilité et la déférence.

La polarisation du secteur des services

- 6 Je voudrais maintenant mettre en relation ce travail théorique sur la multiplicité des masculinités, l'idée d'une « crise » de la masculinité et les nouvelles formes d'emploi, en examinant les changements en cours en Grande-Bretagne. Je tirerai des illustrations de deux cas que j'ai étudiés, de groupes d'hommes travaillant dans le secteur des services. Il s'agit d'une part d'une étude récente (McDowell, 2002 : 2003) sur de jeunes travailleurs entrant sur le marché du travail, à un moment où on les décrit volontiers comme en situation d'échec, notamment par rapport aux jeunes femmes de leur âge, et d'autre part, d'un retour sur une étude antérieure que j'avais effectuée dans les banques d'affaires (McDowell, 1997). Comme on le sait, dans les économies capitalistes occidentales, les emplois du secteur des services se sont développés alors que l'emploi industriel a décliné (en Grande-Bretagne, au milieu des années 1950, plus de la moitié des emplois se trouvaient dans le secteur manufacturier). En 2001, c'est plus des deux tiers des travailleurs britanniques que l'on retrouvait dans le secteur des services. On a pu montrer que le marché de l'emploi dans ce secteur se polarise de plus en plus autour de deux groupes bien distincts de travailleurs dont les conditions de travail et de rémunération diffèrent totalement. Au sommet de la hiérarchie, des hommes (et de plus en plus de femmes) avec un niveau d'éducation élevé, travaillent pour les sociétés juridiques, les services aux entreprises et les banques qui ont proliféré dans les « villes globales », ainsi que dans le secteur de haute technologie, des industries dites *knowledge-based* dont les sociétés dites *dot.com* (internet), des créateurs de logiciels et des informaticiens, et le secteur de l'électronique dans lequel l'innovation, la flexibilité et la mobilité sont valorisées comme attributs par excellence de l'ère dite « de l'information » (Castells, 2000a), ou de la « nouvelle économie » (Carnoy, 2000). Ce sont ces employés qui tirent parti de la « société du risque » (Beek, 1992), qui savent capitaliser sur leurs qualités personnelles pour se construire une carrière ascendante, caractérisée par le mouvement d'un emploi à un autre au gré des projets, et qui se voient récompensés pour cette relative insécurité de l'emploi par des salaires annuels confortables, souvent assortis de primes au résultat.

- 7 À l'autre extrême du marché de l'emploi de service, on retrouve certaines de ces caractéristiques, flexibilité, mobilité et insécurité, mais il n'y a guère de compensation à l'instabilité de l'emploi ou aux contrats à court terme. Ces emplois de services faiblement rémunérés dans des entreprises, dans les fast-foods, la vente, les bars, les services de messagerie, les stands de sandwiches ou de café qui sont devenus si nombreux dans les villes britanniques petites et grandes, mais aussi dans le secteur touristique et hôtelier et celui des services locaux souvent désormais privatisés, sont fréquemment caractérisés par un *turn-over* rapide de main-d'œuvre généralement jeune, souvent à temps partiel ou en contrat temporaire. Manuel Castells (2000b), qui a analysé cette nouvelle ère de l'information, a qualifié ces deux formes de travail « en réseau » ou programmable (en ce qui concerne les employés qualifiés, flexibles et fortement motivés du secteur high-tech) et de travail « générique » (les employés moins qualifiés, faciles à remplacer et à transférer, de ce que Brush (1999) a appelé le secteur *high touch*). Ce qu'ont néanmoins en commun ces deux types de travailleurs, c'est l'importance de leur présentation physique, les attributs personnels de l'employé constituant une part essentielle du service à rendre, qu'il s'agisse de conseil financier extrêmement pointu ou de la vente d'un expresso dans un bar du centre-ville. La nouvelle économie de service requiert des employés qu'ils incarnent physiquement ce que l'on considère comme des attributs sociaux recommandables, y compris en ce qui concerne leur corpulence, la couleur de leur peau, leur attitude et leur style, de façon à ce que les interactions entre ceux qui fournissent le service et ses consommateurs soient productives et profitables.
- 8 Cette polarisation du marché du travail et l'importance accordée aux deux extrêmes à la performance physique trouvent un parallèle dans l'espace bâti, de nouveaux lieux de travail remplaçant l'ancien paysage industriel. Ainsi, les espaces postmodernes des nouveaux CBD reflètent-ils « les impératifs d'une économie postindustrielle, de l'internationalisation de biens fictifs, des affaires financières et des services culturels » (Lash, 1990, p. 72), les travailleurs « programmables » travaillant dans des espaces où travail et loisir semblent se confondre. Les banquiers, les businessmen et les auteurs de logiciels travaillent dans des boîtes et des tours en verre, autour d'atriums verdoyants. Il n'est pas rare que, dans les espaces issus de la rénovation, les immeubles de bureaux soient associés avec des espaces commerciaux ou de loisir, avec des boutiques de vêtements haut de gamme, et, comme relevé précédemment, des gymnases et équipements sportifs. Ailleurs en ville et dans les CBD, les travailleurs « génériques » fournissent des services aux masses ou à l'élite financière dans des reconstitutions ludiques de villages italiens historiques réinventés dans des centres commerciaux ou dans les paysages plus industriels des chaînes de fast-food ou de commerce de détail. Dans ces espaces, c'est tout un « mode de vie » qu'on achète à des travailleurs dont une partie du métier consiste à donner au consommateur le rôle du pseudo-ami, ou au moins de la connaissance. Quand on entre dans un magasin Gap (chaîne de vêtements états-unienne), par exemple, on est salué par une jeune personne avenante qui s'enquiert avec un intérêt feint de votre journée. Dans les deux types d'espace de service, les hommes mettent en scène leur masculinité de façons qui sont susceptibles à la fois de renforcer et de déstabiliser leur propre sentiment d'eux-mêmes comme masculins.

Le corps dans le travail prestigieux des banquiers d'affaires

- 9 Dans des travaux précédemment menés (McDowell, 1997, 2001) auprès d'employés de banques d'affaires dans la City londonienne, j'ai pu montrer que de nouvelles façons de « jouer » (*perform*) la masculinité devenaient visibles dans les bureaux prestigieux et les salles de réunion de la banque. Ces espaces contrastaient fortement avec ceux des salles de marché et de négociation (*trading floor and dealing rooms*), qui nous sont devenus familiers par le biais de représentations populaires de la banque d'affaires dans des films comme *Wall Street*. Je ne reprendrai ici que brièvement les arguments de mon livre *Capital Culture*, qui montre comment, dans les deux espaces de travail de la banque, des formes différentes de performance masculine ont cours, mais dans les deux cas par le vecteur physique, et dans les deux cas pour marquer et renforcer d'anciens schémas de domination masculine au travail.
- 10 Prenons d'abord le travail high-tech du *trading* et de la négociation, et son association avec une version criarde, agressive et machiste de la masculinité. Depuis que j'ai conduit le travail empirique sur lequel se fondait mon livre, des innovations, notamment l'introduction du *trading* sur écran, ont contribué à faire disparaître l'ancien univers carnavalesque et éminemment physique qui prévalait alors dans les salles de cotation. Le début des années 1990 a vu la dernière efflorescence de cette version datée du « genre » dans les banques, qui a laissé place depuis à un ensemble de comportements plus modérés, dans lequel la rapidité d'esprit et la virtuosité au clavier ont remplacé les meutes hurlantes et transpirantes de jeunes gens agressifs qui se bouscullaient en criant des prix et des enchères par-dessus les têtes de la foule des salles de marché. De cette manifestation traditionnelle de modes de domination masculine, les femmes étaient exclues par leur moindre présence physique, leur plus faible taille et des voix plus haut perchées qui leur interdisaient de se faire voir et entendre dans la foule.
- 11 Cet univers a été qualifié par Michael Lewis (1989), un ancien employé de Salomon Brothers, de « jungle », où le mâle le plus bruyant, le plus agressif, le plus outrageusement hétérosexuel est le roi. De plus, comme nombre de banques d'affaires l'ont récemment découvert à leurs dépens dans toute une série de procès pour harcèlement sexuel, c'est un univers dans lequel la discrimination à l'encontre des femmes semble aller de soi. Même dans l'univers plus aseptisé du *trading* par écran interposé, des types de comportements qui ne seraient pas tolérés dans la plupart des lieux de travail persistent. Hurler au téléphone, prendre du bon temps au bureau, faire des blagues de mauvais goût et chahuter, sont autant de façons pour les employés, majoritairement de jeunes hommes, d'évacuer avec exubérance le stress induit par la tâche difficile de suivre les marchés financiers. C'est à la fois une culture du risque et une culture extrêmement compétitive. Comme le relève Ryle (2002) dans un article récent sur les procès du secteur bancaire, « les plaintes pour harcèlement tendent à porter sur des remarques sur la longueur des jupes, l'apparence physique ou des obscénités » (p. 5). Deutsche Bank, par exemple, a dû verser £ 70,000 en dommages et intérêts en 2001 à l'une de ses employées qui était couramment désignée comme « bien roulée » ou « un beau petit lot ». Mais les femmes ne sont pas les seules à se sentir mal à l'aise dans un tel environnement. Des hommes dont la masculinité ne se concentre pas autour de la démonstration bruyante et agressive d'hétérosexualité peuvent se sentir

également hors de leur élément et il arrive que ce soient eux qui doivent plaider le harcèlement et la discrimination devant les juges.

- 12 Ce genre de démonstration bruyante et physique qui persiste dans les secteurs du *trading* et des négociations des banques d'affaires serait cependant fort déplacé et inapproprié dans les bureaux et les salles de réunion des sections finance, « l'autre face » de ces institutions. Ici ce sont des préoccupations de corpulence, d'accent et de vêtement, la production d'une version spécifique de la masculinité dominante ou la plus valorisée, caractérisée par un corps mince, soigné, blanc, vêtu de costumes sombres et de fraîches chemises blanches, qui l'emportent. Le rôle essentiel des employés dans ce domaine, c'est de rencontrer les clients et de les convaincre que ces jeunes banquiers ont accès à un savoir supérieur et sont à même de dispenser des conseils avisés sur les OPA, fusions et acquisitions qui forment une grande part des bénéfices des banques. À cet effet de jeunes hommes, mais aussi de plus en plus de jeunes femmes, de bonne origine, ayant suivi la bonne école et diplômés d'une bonne université (des attributs qui sont essentiellement ceux de la classe moyenne en Grande-Bretagne), sont recrutés afin de convaincre les clients qu'ils sont les plus compétents dans leurs affaires. Comme me l'ont dit certains lors des entretiens, « nous n'avons qu'une chose à vendre, et c'est nous-mêmes ». « Les banquiers d'affaires doivent avoir une bonne présentation et convaincre par leur seule présence physique » ou comme l'a dit plus explicitement l'un d'eux « il faut connaître les gens bien placés et être convaincant. Donc la faculté de s'entendre avec les gens et ne pas hésiter à aller vendre est essentielle ». Dans cet univers, les employés dont les caractéristiques sociales sont les plus proches de celles des clients tendent à être avantagés. De ce fait, la banque d'affaires demeure un bastion de la classe moyenne, dont les échelons supérieurs sont massivement masculins. Les jeunes hommes avec qui j'ai mené les entretiens soulignaient la nécessité de travailler activement à leur apparence personnelle, par l'habillement, le style, et le corps en général, ainsi qu'à la construction d'une mise en représentation soigneusement pensée de leur supériorité technique et de leur appartenance de classe, et enfin la mise en œuvre de manières attentives et souvent déférentes vis-à-vis de leurs clients. D'une certaine façon, leur travail personnel combine des caractéristiques stéréotypiques du masculin comme du féminin, dans la mesure où il intègre un ensemble d'attitudes et de comportements qu'on tend à associer au féminin. De fait, un certain nombre de femmes travaillant dans la profession et que j'ai interviewées soulignaient avec une certaine ironie qu'elles étaient incapables d'entrer en compétition avec leurs collègues masculins sur ce terrain bien particulier et apparemment gagnant, d'attributs féminins dans un corps masculin : on est près de ce que Suzanne Moore (1998), dans un contexte différent, a appelé « les maquereaux du postmodernisme », « s'appropriant un peu de l'autre ».

Apprendre à servir : le corps masculin dans les bars, les cafés et les fastfoods

- 13 Ce second exemple nous amène du high tech vers le *high touch*, de l'activité des travailleurs « programmables » à celle des « génériques » de la société de services postindustrielle. Alors que les expériences au travail des banquiers d'affaires peuvent sembler aux antipodes de celles des jeunes employés masculins des fast-foods, des cafés et des grands magasins si présents dans les centres des villes britanniques, on retrouve

néanmoins des similitudes, notamment dans l'accent mis sur une présentation de soi individualisée et physique sur le lieu de travail. Dans ces secteurs comme dans le précédent, les jeunes gens n'ont rien à « vendre » qu'eux-mêmes dans leur recherche d'emploi et leur quête de rémunération (bien moindre), et la corpulence, le style, les vêtements et l'accent jouent également un rôle dans leur réussite. Au cours d'une recherche plus récente, j'ai conduit des entretiens avec de jeunes gens de milieux populaires en fin de scolarité, à Cambridge et Sheffield, en cherchant à saisir leur façon de se construire comme masculins dans leur recherche de travail.

- 14 À Sheffield, comme dans beaucoup de villes en cours de désindustrialisation, les jeunes hommes avec un faible niveau de formation et peu de capital social se trouvent dans un monde bien différent de celui que trouvaient leurs pères en quittant l'école deux ou trois décennies plus tôt. L'ancienne division « genrée » du travail, dans le cadre de laquelle les hommes des milieux ouvriers acceptaient un labeur à vie dans une industrie lourde en échange d'un salaire régulier permettant de subvenir aux besoins d'une famille et de connaître un niveau de vie au moins décent, a disparu. En son lieu et place, c'est le travail à temps partiel, déstructuré et mal payé qui se présente comme la principale possibilité offerte aux jeunes gens à leur entrée sur le marché du travail. À mesure que les emplois offerts dans les bureaux, les centres commerciaux, dans le secteur hôtelier, remplacent l'emploi manufacturier, la participation féminine au marché de l'emploi a augmenté. Dans nombre de petites villes les plus riches du Royaume-Uni, surtout dans les plus actives du Sud-Est, comme Guildford, Winchester et Brighton par exemple, les femmes sont désormais plus nombreuses à être employées que les hommes, pas seulement dans le secteur des services mais dans l'économie locale généralement. Dans les emplois de service mal rémunérés, les femmes se voient souvent donner la préférence dans la mesure où leurs savoir-faire sociaux et leur présence physique reflètent mieux les attributs attendus des employeurs. Les garçons sont moins soignés et ont tendance à avoir un plus faible niveau d'études, ils sont plus susceptibles de s'ennuyer au travail, de se distraire et tendent à se montrer moins déférents à l'égard du client qui doit être accueilli cordialement et a toujours, toujours raison (Newman, 1999). Ainsi, ils auront moins de chances de trouver et de garder le type d'emploi qui est souvent le seul disponible, que ce soit dans les villes en désindustrialisation du Nord et des périphéries, ou dans les villes-marché du Sud. Dans son étude sur les jeunes hommes aux États-Unis, Philippe Bourgois (1995) a montré que le machisme affiché et la masculinité agressive adoptée par les jeunes urbains dans les rues de New York les disqualifient d'emblée pour nombre d'emplois. Des jeunes gens désagréables et maussades, ayant les mêmes attitudes en Grande-Bretagne et arborant souvent tatouages et *piercings*, ne trouvent pas leur place dans le café « italien », le bar à vins de luxe ou même dans les espaces industriels du fast-food où travailler dur, se montrer discipliné et déférent sont des conditions pour garder son emploi. Incapables d'accepter l'idée que l'économie a changé ou de modifier leur comportement, beaucoup de jeunes hommes reprochent aux « autres » (en général les femmes et les immigrants) leurs propres échecs sur le marché de l'emploi, et tendent à accentuer les caractéristiques mêmes de leur comportement qui les conduisent à en être écartés (Fine et Weiss, 1998).
- 15 À Sheffield, j'ai suivi un groupe de jeunes hommes blancs pendant une période de dix-huit mois, entre avril 1999 et septembre 2000, au moment où ils quittaient l'école avec peu ou pas de diplômes et commençaient à chercher un travail (McDowell, 2000b ;

2002 ; 2003). Je les ai également recontactés deux ans plus tard, en septembre 2002. En général, leurs premiers emplois se situaient dans des magasins, des bars et en particulier dans un restaurant de la chaîne MacDonald's à Sheffield, dans un centre commercial voisin. Quelques-uns ont trouvé des types de travail qu'ils considéraient comme plus en phase avec leur identité masculine, en conformité avec leurs notions de masculinité, par exemple dans un garage, dans une firme de découpe de bois ou dans une petite entreprise sidérurgique. Mais je voudrais me concentrer ici sur les expériences de ceux qui n'ont trouvé à s'employer que tout au bas de l'échelle des emplois du secteur des services. Par exemple, Richard a travaillé chez MacDonald's pendant quelques mois, effectué deux brefs passages dans des commerces (d'abord à Sport's Soccer et ensuite chez Burton's, une boutique de vêtements masculins), puis a travaillé comme nettoyeur de fenêtres. Chez Sport's Soccer, m'a-t-il dit, le travail était correct et « convenable pour un homme, parce qu'il s'agit de sport », mais l'emploi était monotone. Richard a trouvé Burton's trop collet monté et trop mal payé et donc il est très vite retourné chez MacDonald's, à quelques mètres dans le même centre commercial, où le salaire horaire était plus élevé. Deux de ses camarades travaillaient aussi chez MacDonald's et tous trois trouvaient le travail trop intensif et de surcroît peu compatible avec leur image d'eux-mêmes. Les horaires flexibles imposés étaient difficiles à gérer pour ces jeunes gens jusqu'alors peu habitués à la ponctualité ou à la pression, à l'acquisition d'une discipline ou d'une routine de travail, le travail en lui-même était ingrat et avilissant. Le travail dans un fast-food est une chaîne de travail fordiste classique (Gabriel, 1988 ; Schlosser, 2001), avec une division des tâches individuelles, chacune reposant sur un travailleur différent. Il y a obligation pour les employés d'accomplir chaque tâche dans un temps déterminé, d'accueillir les clients avec un ensemble de phrases prédéterminées et d'amener chaque jour au travail un uniforme lavé et repassé de façon à ce que leur apparence soit soignée et conforme.

- 16 Mais l'une des contraintes peut-être les plus difficiles de ce type d'emploi, c'est avoir affaire aux clients, dont beaucoup ont le même âge et la même origine que les travailleurs, s'il ne s'agit pas parfois de leurs anciens camarades d'école et amis. Les emplois dans les fast-foods sont parmi les plus stigmatisés et dénigrés de tout le secteur des services : on parle en effet de « McJob » pour désigner la catégorie réunissant tous les pires attributs du bas de l'échelle des services, dénués des valeurs et des récompenses morales qui caractérisaient l'ancienne « éthique protestante » du travail encore prévalente dans le secteur manufacturier en voie de disparition (Bauman, 1998). Pour ceux qui travaillent dans les fast-foods, il est difficile de maintenir sa dignité et son estime de soi dans un travail en première ligne où les clients traitent souvent les employés comme des moins que rien. Beaucoup de clients sont malpolis, exigeants, voire insultants, mais les employés se doivent de leur répondre avec le sourire. Comme l'a montré Katherine Newman (1999) dans son étude sur un restaurant fast-food à New York, « les travailleurs doivent avaler des couleuvres... (et) accepter des commentaires qui, hors du lieu de travail, conduiraient presque certainement à une bagarre » (p. 89). L'aspect peut-être le plus difficile de cette déférence obligée, c'est d'apprendre à avoir affaire à ses pairs, qui ne seront peut-être pas seulement malpolis et insultants, mais attendront un traitement de faveur de leurs anciens camarades ou voisins. Richard m'a dit à quel point il lui était difficile de dire non à « des potes qui viennent demander un burger ou des frites gratis ». De même, John, qui travaillait dans un bar du centre, d'abord à débarrasser les tables puis à servir à boire, se trouva confronté à une invasion d'amis demandant une boisson gratuite.

- 17 Dans ces types d'emplois, le maintien d'une dominance de la masculinité et des attributs masculins qui font des femmes des « autres » inférieurs dans les secteurs prestigieux comme la banque d'affaires n'a rien d'évident. À l'inverse, les jeunes hommes comme les jeunes femmes, qui travaillent ensemble et accomplissent les mêmes tâches, sont conçus comme main-d'œuvre jetable et facilement remplaçable, dans des emplois où le turn-over est exceptionnellement élevé et où ni la loyauté envers son travail ni la progression de carrière ne font partie des attentes des employeurs ou des employés.
- 18 À la fois dans les espaces prestigieux de la banque d'affaires et les plus dévalorisés du fast-food et des bars, on attend des employés masculins la démonstration de nouvelles formes de masculinité. La distinction binaire entre une masculinité cérébrale et rationnelle de la classe moyenne, essentiellement désincarnée, et une masculinité populaire, rude, manuelle, et puissamment corporelle (les deux étant considérées comme « naturelles » et demandant peu d'explicitation ou d'attention aux détails des interactions entre personnes ou de la présentation physique) a été remplacée par de nouvelles versions de la masculinité dans une économie dominée par les services. Dans ce nouvel univers professionnel, l'attention au client, l'empathie à la fois envers les clients et les collègues, et une présentation de soi physique codifiée, mettant l'accent, selon les contextes, sur le vêtement, la corpulence, la propreté, ainsi que sur l'humilité et la déférence, ou au moins le respect des désirs et exigences d'autrui, sont des critères essentiels à l'obtention d'un emploi. Ces modifications ont à la fois mis en cause les anciens privilèges automatiques de la masculinité et imposé de nouvelles formes de présentation de soi et de performance masculine, dans un contexte où obtenir et garder un travail est de plus en plus dur et où la possibilité du travail à vie pour un seul et même employeur n'est plus ouverte à la majorité des hommes. Il reste à voir si cette transformation a commencé à modifier l'équilibre entre les genres dans le contexte professionnel : malgré cette apparente « féminisation » des formes du travail, les hommes continuent, quel que soit leur âge, à gagner plus que les femmes dans des emplois similaires. Même tout au bas de l'échelle des emplois de service, par exemple, on constate déjà un écart dans les niveaux de rémunération entre hommes et femmes de 19 ans. Il apparaît aussi clairement que, même si les divisions genrées évoluent, les schémas des inégalités de classe deviennent de plus en plus indurés dans les économies industrielles avancées. La polarisation du marché du travail, illustrée ici par la comparaison entre banquiers et employés de fast-foods, se marque dans des écarts de revenus en augmentation en Grande-Bretagne, dans d'autres pays d'Europe de l'Ouest et surtout aux États-Unis. On doit réellement craindre que les travailleurs les plus pauvres se voient refuser les chances d'une vie correcte qui semblent aller de soi pour une majorité. Pour des jeunes gens comme Richard et John, la perspective d'atteindre un jour les éléments d'une masculinité adulte, associée par le passé au statut de soutien de famille, est bien plus lointaine et douteuse qu'au cours des décennies passées - pour ne rien dire des modes de vie dispendieux des jeunes banquiers également entendus ici, auxquels ils ne peuvent même pas aspirer.

BIBLIOGRAPHIE

- BAUMAN, Z., 1998, *Work, Consumerism and the New Poor*, Buckingham, Open University Press.
- BECK, U., 1992, *The Risk Society : towards a New Modernity*, Londres, Sage.
- BOURGOIS, P., 1995, *In Search of Respect : Selling Crack in el Barrio*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BRUSH, L., 1999, « Gender Work, who Cares?! Production, Reproduction, Deindustrialization and Business as Usual », dans M. M. Ferree, J. Lober et B. Hess (dir.), *Revisioning Gender*, Londres, Sage, p. 161-189.
- BORDO, S., 1993, *Unbearable Weight : Feminism, Western Culture and the Body*, Berkeley et Los Angeles, University of California Press.
- BUTLER, J., 1990, *Gender Trouble*, Londres, Routledge.
- BUTLER, J., 1998, « Merely Cultural », *New Left Review*, 227, p. 33-44.
- CARNOY, M., 2000, *Sustaining the New Economy : Work, Family and Community in the Information Age*, Russell Sage Foundation, Cambridge, Mass., New York et Harvard University Press.
- CASTELLS, M., 2000a, *The Information Age : Economy, Society and Culture* (édition mise à jour), Oxford, Blackwell, 3 vol.
- CASTELLS, M., 2000b, « Materials for an Exploratory Theory of the Network Society », *British Journal of Sociology*, 51, p. 5-24.
- CASTREE, N., 2004, « Economy and Culture are Dead ! Long Live Economy and Culture », *Progress in Human Geography*, 28, p. 204-226.
- CONNELL, A. W., 1995, *Masculinities*, Cambridge, Polity.
- CONNELL, A. W., 2000, *The Men and the Boys*, Cambridge, Polity.
- DOMOSH, M et SEAGER, J. 2001, *Putting Women in Place : Feminist Geographers Make Sense of the World*, New York, Guilford Press.
- FALUDI, S., 2000, *Stiffed : the Betrayal of Modern Man*, Londres, Random House.
- FEATHERSTONE, M., M. HEPWORTH et B. TURNER (dir.), 1991, *The Body. Social Process and Cultural Theory*, Londres, Sage.
- FINE, M. et L. WEISS, 1998, *The Unknown City : the Lives of Poor and Working Class Young Adults*, Boston, Beacon Press.
- FRASER, N., 1997, *Justice Interruptus : Critical Reflections of the 'Postsocialist' Condition*, Londres, Routledge.
- GABRIEL, Y., 1988, *Working Lives in Catering*, Londres, Routledge.
- GREGSON, N, K. SIMONSEN et D. VAIYOU, 2001, « Whose Economy for whose Culture ? », *Antipode*, 33, p. 616-646.
- GROSZ, E., 1994, *Volatile Bodies*, Bloomington, Indiana University Press.
- JONES III, Jp, H. NAST et S. ROBERTS (dir.), 1997, *Thresholds in Feminist Geography*, Rowman and Littlefield Lanham MD.

- KONDO, D., 1990, *Crafting Selves : Power, Gender and Discourse of Identity in a Japanese Workplace*, Chicago, University of Chicago Press.
- LASH, S., 1990, « Postmodernism as Humanism ? », dans B. Turner (dir.), *Theories of Modernity and Postmodernity*, Londres, Sage, p. 62-74.
- LEWIS, M., 1989, *Liar's Poker : two Cities, True Greed*, Londres, Hodder and Stoughton.
- MAC AN GHAILL, M., 1994, *The Making of Men : Masculinities, Sexualities and Schooling*, Buckingham, Open University Press.
- MAC AN GHAILL, M., (dir.) 1996, *Understanding Masculinities : Social Relations and Cultural Arenas*, Buckingham, Open University Press.
- MCDOWELL, L., 1997, *Capital Culture : Gender at Work in the City*, Oxford, Blackwell.
- MCDOWELL, L., 1999, *Gender, Identity and Place : Understanding Feminist Geographies*, Cambridge, Polity.
- MCDOWELL, L., 2000, « Learning to Serve ? Employment Aspirations and Attitudes of Young Working-class Men in an Era of Labour Market Restructuring », *Gender, Place and Culture*, 7, p. 389-416.
- MCDOWELL, L., 2001, « Men, Management and Multiple Masculinities in Organisations », *Geoforum*, 32, 2, p. 181-198.
- MCDOWELL, L., 2002a, « Transitions to Work : Masculine Identities, Youth Inequalities and Labour Market Change », *Gender, Place and Culture*, 9, p. 39-59.
- MCDOWELL, L., 2002b, « Masculine Discourses and Dissonances : Strutting 'Lads', Protes ! Masculinity and Domestic Respectability », *Environment and Planning D : Society and Space*, 20, p. 97-119.
- MCDOWELL, L., 2003, *Redundant Masculinities ? Employment Change and white working class youth*, Oxford, Blackwell.
- MOORE, S., 1988, « The Pimps of Postmodernism : Getting a Bit of the other » dans R. Chapman et J. Rutherford (dir.), *Male Order : Unwrapping Masculinity*, Londres, Lawrence and Wishart, p. 165-192.
- NEWMAN, K., 1999, *No Shame in my Game : the Working Poor in the Inner City*, New York, Russell Sage Foundation and Knopf.
- PHILLIPS, A., 1997, From Inequality to Difference : a Severe Case of Displacement, *New Left Review*, 224, p. 13-24.
- PHILLIPS, A., 1999, *Which Inequalities Matter*, Cambridge, Polity.
- PRATI, G., 2004, *Working Feminism*, Edinburgh, Edinburgh University Press.
- RADCLIFFE, S., N. LAURIE et R. ANDOLINA, 2004, The Transnationalisation of Gender and Re-imagining Indigenous Development Signs, *Journal of Women in Culture and Society*, 29, p. 387-416.
- ROSE, G., 2003, « A Body of Questions » dans M. Pryke, G. Rose et S. Whatmore (dir.), *Using Social Theory : Thinking through Research*, Londres, Sage.
- RYLE, S., 2002, « Court Cases Pile up as Sex and the City Collide », *The Observer Business*, 13 octobre, p 5.
- SAYER, A., 1999, « Valuing Culture and Economy », dans L. Ray et S. Sayer (dir.), *Culture and Economy after the Cultural Turn*, Londres, Sage, p. 53-75.

- SCHLOSSER, E., 2001, *Fast Food Nation : what the all-American Meal is Doing to the World*, Londres, Allen Lane.
- SEGAL, L., 1999, *Why Feminism ? : Gender, Psychology, Politics*, Cambridge, Polity.
- SENNETT, R., 1999, *The Corrosion of Character : the Persona/ Consequences of Work in the New Capitalism*, New York, Norton.
- TEATHER, E., 1999, *Embodied Geographies : Spaces, Bodies and Rites of Passage*, Londres, Routledge.
- THRIFT, N., 2004, « Les géographies de l'économie culturelle. Une boîte de Pandore », dans I. Géneau de Lamarlière (dir.), « Économie et culture : nouveaux enjeux géographiques », *Géographie et cultures*, no 49, p. 23-41.
- WEST, C. et D. ZIMMERMAN, 1987, « Doing Gender », *Gender and Society*, 1, p. 125-151.
- WHITEHEAD, S., 2002, *Men and Masculinities*, Cambridge, Polity.
- WHITEHEAD, S. et F. BARRETI (dir.), 2001, *The Masculinities Reader*, Cambridge, Polity.
- WRIGHT, M., 1999, « The Politics of Relocation : Gender, Nationality and Value in a Mexican Maquiladora », *Environment and Planning A*, 31, p. 1601-1617.
- Women and Geography Study Group, 1984, *Geography and Gender*, Londres, Heinemann Educational Press.
- Women and Geography Study Group, 1997, *Feminist geographies : Explorations in Diversity and Difference*, Londres, Longman.
- YOUNG, I. M., 1997, « Unruly Categories : a Critique of Nancy Fraser's Dual Systems Theory », *NewLeftReview*, 222, p. 147-160.

NOTES

1. Le terme anglais de *performance* renvoie à la représentation d'une pièce, à l'interprétation d'un acteur ou d'un artiste, de même que le verbe *to perform* signifie exécuter, accomplir, jouer (un *performer* est un artiste ou un interprète). Ses connotations vont donc bien au-delà du terme français "performance", par lequel on a néanmoins généralement choisi de le rendre dans cet article, faute de meilleure traduction, et parce que le détour par la notion de "performatif" des grammairiens permet de le saisir. Il faut donc se souvenir que lorsque l'on lira ici que le genre est une "performance", ce n'est pas à entendre au sens sportif ou compétitif du terme, mais au sens où chacun joue un rôle "genré" (exécute une partition de genre) au quotidien. La "performance" de la différence "genrée", c'est donc pratiquement sa mise en scène, à l'échelle individuelle (NdT).
2. En français voir le numéro spécial "Économie et culture : nouveaux enjeux géographiques ?", dirigé par I. Géneau de Lamarlière, *Géographie et cultures*, no 49, printemps 2004 (NdT).
3. En français, on peut se référer notamment aux travaux de D. Welzer-Lang (NdT).

RÉSUMÉS

Cet article examine les liens entre la montée des emplois de service et la construction sociale de la masculinité. Au travers de deux types d'emploi de statut fort différent, il s'agit de montrer comment des caractéristiques traditionnellement associées au féminin font maintenant partie intégrante des attitudes et de la présentation de soi attendues d'employés masculins. On verra également que les inégalités restent fortes quant à la possibilité d'assurer une fonction traditionnellement masculine, subvenir aux besoins d'une famille.

In this paper, following some brief introductory comments about current directions in British feminist geography, I examine the interconnections between economic restructuring, the rise of service sector occupations and the social construction of masculinity. Through case studies of different forms of service work high and low status - I show how embodied performances that emphasise what are traditionally seen as characteristics of femininity are now a key part of many of the service occupations undertaken by men. Although both high status and low status occupations demand new forms of workplace performances from male employees, significant inequalities between these types of work remain. Young working class men, for whom the type of manufacturing work that their fathers might have entered has now disappeared, find it increasingly difficult to gain access to the sort of work that will enable them to establish independent living and adopt the traditional breadwinner role.

INDEX

Mots-clés : secteur tertiaire, services, masculinité, corps, présentation de soi, inégalités

Keywords : service sector, masculinity, body, embodied performance, inequalities

AUTEURS

LINDA MCDOWELL

School of Geography and the Environment
University of Oxford