

Sociologie de la consommation, Bachelor, 6 ECTS

Lundi 10h15-12h; Salle UniMail MS160

Enseignante : Marlyne Sahakian ; marlyne.sahakian@unige.ch

Assistant d'enseignement : Irène Courtin, irene.courtin@unige.ch

Mise à jour : 3 février 2020

Descriptif :

Le XXe siècle entraîne une rupture dans nos modes de consommation qui s'élargissent au plus grand nombre, menant à un bouleversement sociétal et écologique. Ce sont les contours de cette mutation que nous allons explorer, en partant d'un nouvel imaginaire social véhiculé par la publicité et l'invention du crédit à la consommation, jusqu'à l'émergence de la consommation éthique et durable dans sa variante contemporaine. Cette introduction s'organise autour de deux axes et cherche à initier les étudiant.e.s aux différentes orientations théoriques et leur application. Dans la première partie, les diverses approches pour appréhender la consommation seront abordées et mises en relation, telles que la valeur symbolique des objets, la consommation comme créateur d'identité, ou encore la consommation habituelle et routinière. La deuxième partie éclaire les objets d'étude de la sociologie de consommation contemporaine. Les étudiant.e.s sont invités à mettre en conversation des théories et approches divergentes sur la consommation, et d'approfondir ces perspectives en lien avec des thématiques.

Objectifs :

- Connaître les orientations théoriques en sociologie de la consommation : concepts, auteurs et éléments de leur pensée.
- Reconnaître les principaux phénomènes de consommation : consommation ostentatoire, symbolique, identitaire, routinière, individualiste, à l'interface sociotechnique, et les tensions apparentes.
- Analyser divers objets de la sociologie de la consommation : consommation éthique, consommation alimentaire, consommation énergétique, etc.

Évaluation : Des lectures obligatoires pour chaque séance permettront aux étudiants de se familiariser avec les auteurs et théories abordés. Les ateliers fournissent un espace pour approfondir les diverses théories et approches. La présence et la participation active sont vivement conseillées.

L'évaluation se fait en continu et sur la base de deux travaux :

1. Travail individuel (60%): un examen écrit en ligne (interface moodle) qui cherche à évaluer votre compréhension des cadres conceptuels, ainsi que de les mettre en rapport les uns avec les autres ; vous serez demandés de faire référence à des textes/auteurs abordés en cours et dans les lectures.

2. Travaux de groupe de quatre étudiant-e-s (40%): présentation de groupe sur un objet de la sociologie de la consommation et en lien avec la théorie des pratiques sociales, et évaluation du contenu d'une fiche explicative et de la présentation d'un poster ; fiche

explicative à rendre avant 10h le 11 mai à l'attention de irene.courtin@unige.ch (2,000 mots sans bibliographie / références). Les présentations auront lieu la dernière semaine cours, le mardi 19 et mercredi 20 mai (attention, le jeudi 21 mai est congé). Vous devez vous rendre disponible pour un créneau de 45 minutes à ces dates, la présence à l'examen orale est obligatoire.

Les étudiant-e-s qui n'auraient pas acquis la note minimale pourront rendre un travail individuel pendant la période d'examens suivante, ainsi que des notes de lecture.

Veillez noter que le plan de cours peut changer, selon le nombre d'étudiant-e-s.

<i>Introduction</i>	
17 février	<p>1. Introduction : contexte historique et orientations théoriques</p> <p>Introduction générale à la sociologie de consommation autour d'un objet de consommation.</p> <p>Présentation de l'approche pédagogique par des personnages théoriques, qui vont nous suivre tout au long du cours. Ces cinq personnages représentent différentes manières d'appréhender la consommation : en sociologie, je vous présente à Dorothee Distinction ; Carla Critique ; Sylvie Signes ; Penelope Pratiques Sociales ; et Sissi Sociotechnique. Trois autres perspectives ne découlent pas de la sociologie, mais ne peuvent pas être ignorées : je vous présente la fratrie Hortense Homo-economicus, Corine Coup de Coude, et Ida l'individualiste.</p> <p>Présentation de l'évaluation du cours et des ateliers de soutien.</p>
<i>Première partie : diverses approches pour appréhender la consommation</i>	
24 février	<p>2. Consommer, c'est se distinguer et communiquer sa position sociale</p> <p>Dorothee Distinction nous dit : « Je suis une descendante directe de Thornstein Veblen ou encore Pierre Bourdieu, et pour moi la consommation sert à se démarquer par classe sociale et à se distinguer, dans des rapports de pouvoirs envers d'autres ».</p> <p>Hortense Homo-economicus y répond : « Tout pour moi est une question de cout et de bénéfices, les rapports de pouvoir n'existent pas. Il suffit d'être bien informé pour prendre de bonnes décisions. ».</p>
2 mars	<p>3. Consommer, c'est se faire manipuler par les systèmes de production</p> <p>Carla Critique nous dit : « Ce sont les systèmes de production capitalistes qui me poussent à acheter des choses dont je n'ai pas nécessairement besoin, comme nous l'explique Theodor W. Adorno. Ces systèmes de production et de consommation deviennent de plus en</p>

	<p>plus complexes, face a la mondialisation et comme nous l'explique George Ritzer ».</p> <p>Ida l'individualiste y répond : « Il y a que moi, ma personne, à titre individuel qui compte. Je suis responsable pour mes actions ».</p>
9 mars	<p>4. Consommer, c'est se doter d'une identité et communiquer des signes</p> <p>Sylvie Signes nous explique : « Tout ce que je fais est doté de sens, je vois dans des biens et des services des signes qui m'aident à communiquer avec les autres, comme me l'indique Mary Douglas ou Arjun Appadurai, et c'est par ces signes et symboles que j'appartiens à une société de consommation, selon Jean Baudrillard ».</p> <p>Carla Critique y répond : « Nous sommes toutes et tous victimes de l'industrie de la mode ».</p>
16 mars	<p>6. Consommer, c'est s'inscrire dans l'interface sociotechnique</p> <p>Sissi Sociotechnique nous apprend « Les interfaces sociotechniques ont une influence importante sur nos modes de consommation, comme nous l'explique Madeline Akrich, Michel Callon et Bruno Latour ».</p> <p>Ida l'individualiste conteste : « Ah non, les objets ne sont pas acteurs ! Uniquement les personnes ont la capacité d'agir. »</p> <p>ATELIER 1 : Analyse des diverses approches conceptuelles à la consommation. 18 mars, 14h15-16h00. M2160.</p>
23 mars	<p>5. Consommer, c'est une question de routines et d'habitudes</p> <p>Penelope Pratiques nous explique : « Nos habitudes et routines du quotidien sont en lien avec trois dimensions, selon Elizabeth Shove, Alan Warde et d'autres: la dimension socioculturelle, la dimension matérielle de la consommation, et nos compétences, croyances et émotions. Nous sommes porteurs de pratiques et n'avons pas toujours le choix ! ».</p> <p>Corine Coup de Coude y répond : « Certes, les acteurs individuels et rationnels ne sont pas toujours au volant quand il s'agit de leurs actes de consommation, mais avec un bon coup de coude on peut les aider à mieux faire, selon Richard Thaler ».</p>
Deuxième partie : Objets d'étude de la sociologie de consommation	
30 mars	<p>7. Consommation et mode</p> <p>La mode est un sujet riche qui a une longue histoire en sociologie de la consommation, elle nous sert aussi comme première thématique qui</p>

	<p>nous permet de mettre en conversations les divers personnages conceptuels présentés dans la première partie de ce cours. La consommation ostentatoire sera abordée, par exemple, ou encore les mécanismes d'influence sur les tendances vestimentaires.</p> <p>Premier examen individuel à rendre pour le 30 mars, 17h (par moodle). Création des groupes de travail.</p>
6 avril	<p>8. Consommation alimentaire Ce qu'on mange, comment on le prépare, comment on mange, ce qui nous semble gouteux, ce sont des questions essentielles pour les sociologues, qui vont mettre la consommation en lien avec les normes sociales, les classes sociales, et les pratiques du quotidien.</p>
13 avril	Vacances
20 avril	<p>9. Consommation énergétique des ménages Les énergies sont souvent invisibles à nos yeux, mais touchent à tous les aspects de notre quotidien. On ne consomme pas l'énergie, on l'utilise, selon les lois de la conservation de l'énergie, mais ce sont surtout les services énergétiques qui sont significatifs pour nous : s'éclairer, bouger, se chauffer, etc.</p> <p>ATELIER 2 : Approfondissement de la théorie des pratiques, en vue du travail de groupe. 22 avril, 14h15-16h00. M2160.</p>
27 avril	<p>10. Consommation et mobilité La mobilité occupe une place centrale dans notre imaginaire contemporain : on bouge pour se déplacer, se rapprocher, se distinguer même – que ce soit dans une Ferrari rouge ou sur un vélo électrique. Quel regard pose la sociologie de la consommation sur la mobilité, dans un contexte suisse, mais aussi dans les villes du Sud ?</p>
4 mai	<p>11. Consommation et tourisme Les touristes consomment l'espace, des expériences, des biens et des services, et peut-être aussi des cultures imaginées comme « lointains » ou « autres ». Le tourisme nous révèle donc la dimension politique de la consommation en lien avec des phénomènes de globalisation.</p>
11 mai	<p>12. Consommation éthique et engagée Les modes de consommation ont un impact sur l'environnement et les inégalités sociales, mais comment s'engager en tant que consommateur.trice et citoyen.enne dans la consommation éthique ? C'est souvent une question de mieux comprendre les rapports de pouvoir et nos représentations du changement sociales, sans pour autant négliger les questions liées à nos libertés et responsabilités.</p>

	FICHE EXPLICATIVE sur le travail de groupe à rendre avant le cours du 11 mai (2,000 mots sans biblio / références)
18 mai	<p>13. Conférencier invité: Professeur Razmig Keucheyan, Université de Bordeaux.</p> <p>« Les besoins artificiels : Comment sortir du consumérisme »</p> <p>Présence obligatoire.</p>
19 et 20 mai (attention, c'est un mardi et mercredi)	<p>ATELIER 3 : présentations posters et examen oral (Présence obligatoire)</p> <p>Mardi : 9h15 – 12h15 ; 14h15 – 16h00</p> <p>Mercredi: 9h15 – 11h00 ; 12h00 – 14h00 ; 14h15 – 16h00 ; 16h30-18h00</p> <p>Esplanade 7 au 3e étage</p>

Bibliographie :

- Adorno, T. and M. Horkheimer (1944/1993). The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception (1944). Dialectic of Enlightenment. Continuum.
- Akrich, M. (1987). "Comment d' écrire les objets techniques?" *Techniques et culture* 9: 49-64.
- Appadurai, A. (1986). The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective. New York, Cambridge Studies in Social & Cultural Anthropology.
- Balsiger, P. (2016). La consommation engagée. In *Sociologie plurielle des comportements politiques*. (pp. X-XX). Paris: Presses de Sciences Po.
- Baudrillard, J. (1968). Le système des objets. Paris, Gallimard.
- Baudrillard, J. (1970). La société de consommation, ses mythes, ses structures. Paris, Denoël.
- Bourdieu, P. (1979). La distinction critique sociale du jugement. Paris, Les Editions de Minuit.
- Cardon, P., Depecker, T., & Plessz, M. (2019). Sociologie de l'Alimentation. Malakoff, France.
- Certeau, M. d. (1990). L'invention du quotidien. Paris, Gallimard
- Cowan, R.S. (1987). The Consumption Junction: A proposal for research strategies in the sociology of technology. The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology. T. H. a. T. P. W. Bijker. Boston, London, The MIT Press.
- Daumas, J.-C. (2018). La révolution matérielle: Une histoire de la consommation, France XIXe-XXIe siècle: Paris, Flammarion.
- Desjeux, D. (2006). La consommation. Paris, Presse Universitaire de France.
- Douglas, M. and B. Isherwood (1979). The World of Goods: Towards and Anthropology of Consumption. New York, Basic Books.
- Dubuisson-Quellier, S. and M. Plessz (2013). "La théorie des pratiques: Quels apports pour l'étude sociologique de la consommation ?" *Sociologie* 4(4).
- Dubuisson-Quellier, S. (2013). Ethical Consumption. Nova Scotia, Canada, Fernwood Publishing.
- Herpin, N. (2004). Sociologie de la consommation. Paris, La Découverte.
- Maniates, M. (2001). "Individualization: Plant a Tree, Buy a Bike, Save the World?" *Global Environmental Politics* 1(3): 31-52.

- Miller, D., Ed. (1995). Acknowledging Consumption: A Review of New Studies. London and New York, Routledge.
- Sahakian, M. and H. Wilhite (2014). "Making practice theory practicable: towards more sustainable forms of consumption." *Journal of Consumer Culture* 14(1): 25–44.
- Ritzer, G. (1993 / 2000). The McDonaldization of Society. Los Angeles:, Pine Forge Press.
- Schatzki, T. R. (1996). *Social practices: a Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Schor, J. (1998). The Overspent American. New York, Harper Perrenial.
- Shove, E. (2003). *Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality*. Oxford, New York, Berg.
- Veblen, T. (1994 / 1899). The Theory of the Leisure Class. New York, Penguin Group.
- Warde, A. (2013). What sort of practice is eating? *Sustainable Practices: Social Theory and Climate Change*. E. Shove and N. Spurling, Routledge: 17-30.