

Compte rendu

Ouvrage recensé :

David HOWES (dir.), *Cross-Cultural Consumption. Global Markets, Local Realities*, Londres et New York, Routledge, 1996, 214 p., réf.

par Natacha Gagné

Anthropologie et Sociétés, vol. 23, n° 2, 1999, p. 168-170.

Pour citer ce compte rendu, utiliser l'adresse suivante :

URI: <http://id.erudit.org/iderudit/015614ar>

DOI: 10.7202/015614ar

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : info@erudit.org

- , 1994, *L'espace Monde*. Paris, Economica.
- , 1995, « Géopolitique du système monde » : 667-693, in A. Bailly, R. Ferras et D. Pumain (dir.), *Encyclopédie de géographie*. Paris, Economica.
- , 1997, *La mondialisation*. Paris, Presses de Science Po.
- MOREAU DEFARGES P., 1998, *La mondialisation*. Paris, Presses Universitaires de France.

Christian Bouchard
Cellule Asie du Sud-Est
Département de géographie
Université Laval
Sainte-Foy
Québec G1K 7P4

David HOWES (dir.), *Cross-Cultural Consumption. Global Markets, Local Realities*. Londres et New York, Routledge, 1996, 214 p., réf.

Cross-Cultural Consumption est le résultat d'une série de conférences organisées par David Howes en 1990-1991 et 1991-1992 sur le thème « Culture and Consumption ». Quatre articles du volume ont été initialement publiés en 1994 dans le volume 18, numéro 3 de la revue *Anthropologie et Sociétés*. Repris avec quelques révisions, ils sont ici associés à d'autres textes. Ensemble, ils poursuivent le débat et l'enrichissent par différents exemples ethnographiques et des références à la théorie.

Ce volume intéressera notamment celles et ceux qui se préoccupent de la question de l'identité et de la mondialisation. Il aborde la question à partir de la consommation et tous les auteurs partagent une même posture épistémologique : l'identité est un construit changeant et à changer selon les circonstances. Les sujets y sont vus comme compétents et jouissant d'une certaine liberté, donc d'un certain pouvoir.

Dans l'introduction, David Howes identifie l'accélération du rythme du commerce international comme point de départ des textes. L'accélération des échanges fait en sorte que la culture matérialisée par les biens apparaît dorénavant comme extérieure aux producteurs. Les biens transférés d'une culture à une autre acquièrent de nouvelles significations selon une logique de la créolisation plutôt que selon celle d'une homogénéisation qui aplanirait les différences culturelles, remplaçant des produits locaux par les produits de masse en provenance, surtout, de l'Occident.

Ce livre contient trois parties. La première, « The Mirror of Consumption », se penche sur la façon dont les biens exportés de l'Occident sont reçus et transformés dans d'autres régions du monde. Jean Comaroff analyse les efforts des missionnaires anglais du XIX^e siècle pour civiliser les Tswana du Sud par la consommation de marchandises, plus particulièrement le vêtement qui, croyait-on, avait le pouvoir de créer de nouveaux désirs et de nouvelles disciplines corporelles. Cet effort, selon Comaroff, eut des effets inattendus dans la mesure où il contribua à la formation de nouvelles classes sociales, à l'accélération de la conversion des systèmes locaux de valeurs et des communautés de signes existantes. Ces efforts donnèrent aussi lieu à divers processus d'expérimentation et de synthèse. Pour sa part, Constance Classen décrit comment trois générations de sa famille, au Nord-Ouest de l'Argentine, ont expérimenté l'arrivée en masse de produits étrangers du début du siècle

aux années 1990. Pour leur part, Jean-Marc Philibert et Christine Jourdan montrent comment les gens du Pacifique du Sud — Vanuatu et Îles Salomon — continuent de souscrire au mode de production traditionnel mélanésien comme au système classificatoire qui lui est associé, bien qu'ils soient engagés occasionnellement comme travailleurs salariés.

La deuxième partie, intitulée « Consuming the “Other” », souligne que l'Occident est aussi aux prises avec des processus d'hybridation et de créolisation. Allison James aborde le lien entre « nourriture » et « identité culturelle » en examinant les changements qui ont eu lieu depuis les années 1950 dans la cuisine britannique. Selon elle, l'incorporation de différents éléments de cuisines étrangères a conduit à sa réinvention. Brad Weiss, de son côté, décrit comment la culture du café chez les Haya de Tanzanie concourt à l'organisation de la vie sociale et cérémonielle haya. Pour cet auteur, le fait que les Haya soient incertains de l'utilisation par les Européens du fruit de leur travail constitue une rupture dans le marché du système-monde ; cela soulève d'importantes questions sur les valeurs et la rationalité de la globalisation de l'économie. Carol Hendrickson analyse comment différents produits faits à la main et provenant du Tiers-Monde — particulièrement les produits identifiés comme guatémaltèques et mayas — sont représentés dans les pages des catalogues américains de commandes postales. L'imagerie utilisée pour promouvoir ces produits met en valeur la différence culturelle avec l'Occident, mais se base aussi sur des termes familiers et intimes. Plusieurs distortions en résultent, notamment le fait que l'utilisation de termes familiers peut suggérer que le capitalisme possède une conscience.

La troisième partie, « Consumption and Identity », s'intéresse aux stratégies de résistance et d'adaptation de différents groupes autochtones en vue de garder un contrôle sur la marchandisation de leur *way of life*. Les trois articles de cette section (Crain, Howes et Bredin) sont surtout descriptifs. Mary M. Crain montre comment des femmes de la ville de Quimsa (Andes équatoriennes), employées comme servantes dans un hôtel pour touristes internationaux, reconstruisent leur identité ethnique et de genre en relation avec les rôles que leur a assignés leur employeur pour les réutiliser à leur avantage. Dans le texte suivant, David Howes fait ressortir que les Amérindiens hopi utilisent la loi anglo-américaine pour s'offrir une protection culturelle tout en étant conscients du danger de la marchandisation et de l'« essentialisation » de leur culture. Quant à Marian Bredin, elle met en relief comment les Cree et les Objibway utilisent les médias de communication modernes pour représenter leur culture et leur monde.

Un épilogue écrit par Constance Classen et David Howes, « The Dynamics and Ethics of Cross-Cultural Consumption » clôt le livre et élargit la thématique en explorant le jeu interculturel des processus de production, de mise en marché et de consommation de biens. Synthétique, il récapitule les points communs des différents articles et les relie théoriquement. Ce dernier chapitre souligne le fait que même si les consommateurs peuvent, de façon créative, construire leur propre identité à travers les produits qu'ils consomment, la diffusion de la culture de consommation soulève d'importants dilemmes et certains problèmes pour les différents groupes socioculturels du monde, en Occident comme ailleurs.

Cet ouvrage collectif a donc le mérite de nous exposer divers aspects de la consommation touchant l'identité dans le contexte d'un monde globalisé. Il va plus loin que d'autres, non pas en traitant de la façon dont l'Autre reçoit et reconstruit les produits de l'Occident — sujet abondamment abordé dans la littérature actuelle —, mais en liant ce processus avec la manière dont l'Occident consomme l'Autre et s'engage aussi dans la créolisation. L'ouvrage attire aussi notre attention sur les problèmes éthiques générés par cette culture de consommation et sur lesquels il devient urgent de se pencher. L'approche est convaincante et concrète dans son traitement des multiples facettes, effets et implications de la mondialisation sur l'identité.

Références

- Anthropologie et Sociétés*, « Frontières culturelles et marchandises », 1994, 18, 3.
- GIDDENS A., 1987, *La constitution de la société. Éléments de la théorie de la structuration*. Paris, Presses Universitaires de France.
- GIVINS B. et R. TUCKER, 1994, « Sociocultural Anthropology. The Next 25 Years », *Anthropological Newsletters*, 35, 4 : 1.

*Natacha Gagné
Département d'anthropologie
Université Laval
Sainte-Foy
Québec G1K 7P4*
