

# Erakor ou la lente consommation d'un capital collectif imaginaire

Jean-Marc Philibert

Volume 18, Number 3, 1994

Frontières culturelles et marchandises

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/015329ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/015329ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département d'anthropologie de l'Université Laval

ISSN

0702-8997 (print)

1703-7921 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Philibert, J.-M. (1994). Erakor ou la lente consommation d'un capital collectif imaginaire. *Anthropologie et Sociétés*, 18(3), 75–89.  
<https://doi.org/10.7202/015329ar>

Article abstract

Erakor or the Slow Consumption of an Imaginary-Collective Capital

When the members of Third World societies consume objects/signs of Western provenance, they are compelled to absorb the ideas and intentions which figure in the production of these objects as well. The Consumption of these objects/signs is therefore equivalent to the consumption of signs and ideas associated with industrial capitalism. Can the societies of the Third World resist such ideological penetration? Do they possess the means to neutralize the Systems of ideas that imbue everything from clothing to telecommunications, including housing and health care Systems? Must the end result be one of subjugation to consumerism and recolonization? In this paper, an analysis of consumer behaviour in rural and urban Vanuatu is offered which attempts to grapple with these questions by focusing on the relations between forms of Consumption, identity construction, and ideological reproduction.

# ERAKOR OU LA LENTE CONSOMMATION D'UN CAPITAL COLLECTIF IMAGINAIRE

Jean-Marc Philibert



Bien que la consommation soit, au même titre que la production et la distribution (ou les formes d'échange), un des éléments constitutifs de tout système économique, l'étude en a été jusqu'à récemment négligée par l'anthropologie économique. En fait, dès ses débuts, cette sous-discipline de l'anthropologie sociale s'intéressa de façon quasi exclusive aux formes d'échange dans les sociétés traditionnelles. On songe ici à la célèbre description de la *kula* dans *Les Argonautes du Pacifique* de B. Malinowski ou à l'*Essai sur le don* de M. Mauss, ce dernier allant même jusqu'à faire de la réciprocité l'essence de toute vie sociale. Une pensée fortement dualiste, à laquelle il est malheureusement difficile d'échapper en anthropologie, ne se contenta pas de développer des « modèles idéaux » de l'échange-don et de l'échange marchand, formes antithétiques de comportement économique; elle alla jusqu'à fonder la différence entre société traditionnelle et société moderne en grande partie sur la présence de l'une ou de l'autre de ces formes d'échange dans les sociétés étudiées. De là à prendre les modèles pour la réalité, il n'y avait qu'un pas. Cette utilisation à outrance de modèles dualistes mena à la querelle interminable entre formalistes et substantivistes en anthropologie économique.

Sous l'influence d'anthropologues français néo-marxistes, l'anthropologie économique vit son champ de recherche passer subitement dans les années 1970 de l'étude des formes d'échange à celle de la production. Dès lors, les relations entre le système économique et les autres systèmes sociaux furent envisagées à partir des modes de production. Conçue comme une phase dans l'existence des objets, comme une forme particulière d'activité économique, ou encore comme un ensemble de relations économiques, la consommation n'en demeura pas moins tributaire du système d'échange ou du mode de production, ou bien des deux à la fois (Rutz et Orlove 1989 : 43). La consommation en tant que lien entre le monde matériel de la production et le monde idéologique de l'évaluation des biens et services n'intéressait guère. Il faudra attendre la fin de l'ascendant marxiste pour que les phénomènes de détermination de la valeur et des modes de contrôle des significations sociales attirent certains chercheurs. L'émergence d'une théorie des pratiques sociales et culturelles (Bourdieu 1977) permettra de théoriser la consommation : les pratiques domestiques quotidiennes faisant partie de stratégies sociales seront dorénavant envisagées comme un mode de communication (Douglas et Isherwood 1979; voir aussi Bourdieu 1984, Appadurai 1986, Rutz et Orlove 1989, McCracken 1988).

Ce numéro aborde la consommation à l'intersection de sociétés différentes et interroge ce qu'il advient des biens de consommation qui traversent des frontières

culturelles, en d'autres termes lorsqu'ils sont consommés dans des sociétés autres que celles dans lesquelles ils ont été produits. Ce sujet est d'autant plus d'actualité que la mondialisation croissante des économies nationales soulève le problème de la mondialisation culturelle. Un scepticisme bien naturel envers des excès de rhétorique, telles les notions d'« économie culturelle mondiale » (Friedman 1990) et de « pensée mondiale » (Hannerz 1987), trop en avance sur une théorisation qui reste encore à faire, ne devrait pas nous faire ignorer l'importance de ce champ de recherche (voir à ce sujet le numéro spécial de *Theory, Culture & Society*, 1990, 7 : 2-3, consacré à la culture planétaire).

On peut, dans une perspective sémiologique, considérer la consommation comme une appropriation de signifiants à travers l'utilisation de certains objets ou idées, de sorte que les individus ou groupes, qui consomment à partir d'un code, parlent d'eux-mêmes à travers leurs comportements de consommation. D'où la question suivante : les paysans du Tiers-Monde utilisant des produits industriels n'importent-ils pas, en même temps, des signifiants, voire des schèmes de pensée, qui peuvent éventuellement mener à l'aliénation culturelle de ces paysans ? Ces produits sont nés de schémas culturels définissant les composantes d'une alimentation saine, de la bonne santé, ou de modes de communication efficaces. Ces schémas particuliers s'imposent-ils imperceptiblement à travers l'utilisation de produits provenant du monde industriel ?

S'inspirant des travaux de Baudrillard (1970), certains sociologues et anthropologues français se sont penchés sur l'économie politique de la consommation, plus précisément sur la diffusion des modèles de consommation occidentaux dans les pays du Tiers-Monde, sujet qui a fait l'objet d'une série d'articles publiés dans les volumes 56-58 de *L'homme et la société* (voir Adam 1980; D'Haene 1980).

Dans les sociétés traditionnelles, disent ces chercheurs, les biens sont souvent les signes d'une identité sociale exprimée aussi bien que délimitée par des droits de résidence et de propriété, par une position dans un système de parenté, par la participation à des réseaux d'échange, et par la conservation et la transmission d'un héritage symbolique commun. Dans une telle situation, « l'objet n'avait pas de valeur en soi, il n'était que le signe d'une relation qu'il mémorisait » (D'Haene 1980 : 183). La valeur sémiologique de l'objet tient au fait qu'il est le signifiant d'une identité sociale. Par contre, à la suite de la déstructuration de la vie sociale traditionnelle et de la généralisation des rapports marchands qui résultent du colonialisme, les statuts sociaux ne relèvent plus de la coutume, mais sont acquis, comme le fait remarquer Adam (1980 : 155), « de manière temporaire et au plus viagère, par simple convention ». Les symboles de ces statuts sociaux deviennent eux-mêmes une marchandise accessible à tous au moyen de l'argent. L'utilisation de l'argent rend alors possible l'acquisition des signes d'un statut social; la possession du signe crée l'illusion que le statut lui-même a été acquis en même temps que le signe.

La logique de la consommation change dans les sociétés du Tiers-Monde à mesure que de nouvelles images remplacent le symbolisme traditionnel. En raison du fonctionnement de la vie sociale, individus et groupes se trouvent maintenant isolés et en compétition les uns avec les autres au moyen de ces objets-signes. Les individus acculturés achètent donc des objets pour se procurer ce que suggère l'image de ces objets, bien qu'il n'y ait rien derrière cette image. La quête d'une identité sociale exige qu'ils dépensent de plus en plus, alors que la logique même de la consommation annule l'effet-signe de leurs acquisitions.

Ce sont les classes dominantes des pays industrialisés qui maîtrisent par leur pouvoir et leur savoir les significations et donc qui créent le code réglant la consommation. Pour contenir l'explosion des besoins et l'élargissement des inégalités que connaît le Tiers-Monde, il faudra que les pays en voie de développement reprennent la maîtrise des significations culturelles. L'analyse effectuée dans *L'homme et la société* mène à un constat brutal : l'abandon des structures traditionnelles au profit d'une illusoire modernité ne peut mener qu'à l'aliénation.

Le phénomène d'aliénation se présente aujourd'hui dans le Tiers-Monde comme affiliation à un code de reconnaissance universel. Le fait qu'il soit accepté comme langage véhiculaire avec des partenaires prestigieux signifie que les mécanismes d'exploitation sont auto-entretenus sans le recours nécessaire à des instruments de pression extérieurs. De cette façon, il se révèle comme le stade ultime de la domination. Celui où les victimes sont les acteurs désirants de leur condition.

Adam 1980 : 158

On peut reprocher à ces chercheurs l'utilisation de modèles de société qui simplifient par trop le contexte social de la consommation. On nous présente d'un côté une société traditionnelle où il y a « une [seule] place pour chaque chose et où chaque chose est à sa place » et, de l'autre, une société moderne du « chacun pour soi » où ce sont toujours les riches qui gagnent; en d'autres termes, on oppose pure culture dans le premier cas à pure économie dans le second. Néanmoins, la question qu'ils posent mérite d'être retenue : si l'acculturation consiste à accepter plus ou moins volontairement les modèles culturels d'autrui comme garants d'une identité socioculturelle plus authentique, les sociétés étudiées par les anthropologues arriveront-elles à refuser, bloquer ou renverser la pénétration idéologique qui accompagne l'utilisation de biens de consommation qui leur viennent des pays industrialisés ?

J'aimerais explorer ici diverses logiques de consommation, en prenant soin toutefois de m'éloigner du modèle binaire société traditionnelle/société moderne, à travers des exemples de pratiques d'objets au Vanuatu<sup>1</sup>, pays du Pacifique-Sud où j'effectue mes recherches<sup>2</sup>. L'article se divise en trois parties : la première tente de cerner les limites de la logique collective qui sous-tend des comportements de consommation en milieu rural; la deuxième partie décrit les habitudes de consommation des habitants

- 
1. Le Vanuatu est le nom que prit le Condominium franco-britannique des Nouvelles-Hébrides au moment d'accéder à l'indépendance en 1980. Cette république du Pacifique-Sud située entre les îles Salomon et la Nouvelle-Calédonie comprend près de 80 îles qui s'étendent du nord au sud sur quelque 700 km. La superficie du pays est d'environ 13 000 km<sup>2</sup>, et la population — environ 160 000 habitants en 1990 — est répartie sur une douzaine d'îles. On nomme ni-Vanuatu les habitants de ce pays.
  2. J'étudie depuis plus de vingt ans la consommation dans un village péri-urbain du Vanuatu, moins par choix que par nécessité, puisque la consommation en tant que sujet de recherche n'intéresse les anthropologues que depuis quelques années. Les habitants de ce village m'ont forcé à me pencher sur la consommation, eux qui, à ma grande surprise, prenaient à consommer un plaisir au moins égal au mien. Les données empiriques présentées ici ont déjà fait l'objet de quelques publications (Philibert 1982, 1984a, 1984b, 1989) et je reprends, pour les critiquer, certaines parties de ces analyses antérieures. Mes recherches au Vanuatu ont été effectuées lors de trois séjours sur le terrain entre 1972 et 1983 d'une durée totale de vingt-quatre mois. Je tiens à remercier le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada pour son soutien financier. Je remercie également pour leurs commentaires les personnes suivantes : Jane Philibert, Jean-Yves Dupraz, Margaret Rodman. J'aimerais finalement témoigner ma gratitude aux habitants d'Erakor pour l'indulgence dont ils ont fait preuve à l'égard de mon travail; c'est une marque de tolérance à laquelle je suis très sensible.

d'un village péri-urbain du Vanuatu pour essayer de comprendre le contexte socio-culturel de la mercantilisation de la consommation; enfin, la dernière section se veut un examen des rapports entre formes de consommation, construction identitaire et reproduction idéologique.

Je présente d'abord deux pratiques qui visent à intégrer des objets occidentaux : dans un premier cas les ni-Vanuatu transforment un objet exotique en quelque chose de familier et, dans le second, avec moins de succès, quelque chose de familier en quelque chose d'exotique.

### Pratiques d'objets en milieu rural

À la fin de la Seconde Guerre mondiale, un ni-Vanuatu appartenant aux Small Nambas de Mallicolo reçut d'un soldat américain du rouge à lèvres contenu dans un étui de métal doré sur lequel était inscrit la marque suivante : Hollywood. Le nouveau propriétaire du tube de rouge à lèvres couvrit ce dernier d'une toile d'araignée, récita les incantations qui donnent aux objets un pouvoir magique, et le transforma ainsi en objet magique traditionnel qui permet de se transporter instantanément d'une île à l'autre. Cette transformation d'un tube de rouge à lèvres en moyen de transport magique Small Nambas repose sur des idées de valeur, de possibilité et d'efficacité qui ne sont pas les nôtres, même si pour nous Hollywood est également un moyen magique d'explorer d'autres îles, que celles-ci soient des personnes, des situations ou des contrées étrangères. Cette transformation du rouge à lèvres se fonde sur une syntaxe et un vocabulaire culturels Small Nambas faits de contrastes sémantiques bien différents des nôtres.

Le second exemple montre l'exercice moins réussi d'un appareil idéologique indigène. Une anthropologue australienne, Margaret Jolly, a examiné (1982) la relation entre tradition et modernité chez les Sa du Sud Pentecôte. Décrivant la pénétration de plus en plus grande de l'économie de marché en région Sa, Jolly est préoccupée par la présentation à des touristes d'un rituel Sa très important, le saut du Gol. Ce rituel associé à la récolte des ignames se fonde sur une « identité métaphysique » entre les hommes et les ignames pour affirmer la puissance et le caractère sacré des hommes (Jolly 1982 : 352-353). Monter ce rituel spectaculaire pour des Occidentaux permet aux Sa de gagner de l'argent en faisant ce qu'ils font de mieux, c'est-à-dire en étant eux-mêmes. On peut toutefois se demander si, en se produisant pour des étrangers, ils demeurent ou demeureront eux-mêmes très longtemps. Jolly craint que la transformation de ces pratiques traditionnelles en spectacles n'en fasse bientôt que du folklore.

On constate déjà une première dissociation dans la pratique du saut du Gol : les Sa produisent désormais deux rituels, un pour eux-mêmes qui a conservé toute son efficacité magique, et un autre pour les touristes qui n'est qu'un simulacre. Ce dernier, dont les énoncés rituels sont pourtant conformes aux règles syntaxiques, est toutefois vide de sens. Dans un tel cas, un déphasement culturel doit sans doute se produire : on ne fait pas une théâtralisation de sa vie sans assumer, au moins durant la représentation, le regard que l'autre porte sur soi. Si, comme c'est souvent le cas, les acteurs éprouvent un certain mépris envers un public si peu averti qu'il est incapable de discerner le vrai rituel du faux, une partie de ce mépris ne retombe-t-il pas sur les acteurs eux-mêmes qui ne peuvent s'offrir un meilleur public ?

L'opposition ici n'est pas entre intégrité culturelle et fétichisme : les sociétés traditionnelles ne sont ni plus ni moins naturelles que les sociétés modernes dans ce contexte, chacune définissant divers constituants de la personne, de la politique, de l'identité sociale, etc. On assiste par contre dans le deuxième exemple à un changement de code : la commercialisation du rituel transforme le saut du Gol en un signe lié à une signification différente. De plus, le pouvoir ne s'attache pas aux marchandises de la même façon qu'il s'attache aux autres signes. Dans la société marchande, on trouve un contrôle du code sans qu'il y ait supervision constante des signes. Il ressort donc qu'en théâtralisant un rituel, il n'y a pas que la valence des signes qui change; on passe également à un système symbolique plus ouvert, un genre de libre échange symbolique. Chez les Sa, l'échange symbolique a lieu entre des acteurs qui ignorent à peu près tout de leurs spectateurs et des spectateurs qui ne parlent pas la langue des acteurs. Comédie d'erreurs ou théâtre de l'absurde ? Il n'est pas dit que le manque de communication que nous venons de décrire soit uniquement un désavantage pour les cultures locales car il réduit considérablement l'impact de la logique libre échangiste qui prévaut dans le « système mondial ».

Toutefois, s'enfermer dans le mutisme n'est pas la seule solution qui s'offre aux sociétés autochtones; elles peuvent également « consommer » de façon imprévue les idées nouvelles. On trouve chez De Certeau (1984) une nouvelle façon d'aborder la transformation culturelle. Il considère la consommation comme une sorte de production, une production secondaire, silencieuse, mais qui néanmoins s'insinue partout. Cette dernière est invisible puisqu'elle ne se manifeste pas à travers ses propres produits, mais plutôt par des manières d'utiliser les produits imposés par l'ordre économique ou social dominant. La lecture constitue pour De Certeau le prototype de cette activité de production invisible qu'est la consommation. On a cru le consommateur passif, dit-il, alors qu'il était au contraire créateur, s'appropriant à ses propres fins un texte produit par un autre. Le monde du lecteur se glisse dans le lieu décrit par l'auteur, transformant ainsi l'espace emprunté au texte comme un locataire meuble un appartement de ses désirs et souvenirs. Au moyen de ce qui ressemble à du braconnage intellectuel, les individus arrivent à subvertir les idées et produits imposés par la culture dominante. Puisque par définition l'ascendant idéologique — l'hégémonie au sens gramscien du terme — n'est jamais complet ou achevé, il y a toujours place pour des formes de résistance, même dans les cas où elles demeurent relativement invisibles. De Certeau décrit dans le passage suivant la réaction des Indiens d'Amérique du Sud à la conquête espagnole :

Submissive, and even consenting to their subjection, the Indians nevertheless often *made of* the rituals, representations, and laws imposed on them something quite different from what their conquerors had in mind; they subverted them not by rejecting or altering them, but by using them with respect to ends and references foreign to the system they had no choice but to accept. They were *other* within the very colonization that outwardly assimilated them; their use of the dominant social order deflected its power, which they lacked the means to challenge; they escaped it without leaving it. The strength of their difference lay in procedures of « consumption ».

De Certeau 1984 : xiii

La perméabilité des systèmes culturels peut être un atout aussi bien qu'une faiblesse. Appadurai (1986 : 41) fait remarquer que la circulation des marchandises

implique des formes de connaissances d'ordres divers qui ne sont pas nécessairement les mêmes aux points de production et de consommation. Ainsi, parmi les Muria Gonds, un groupe tribal de l'Inde décrit par Gell (1986), on trouve un déphasage entre production et consommation : la logique des formes actuelles de consommation correspond à une logique de production maintenant dépassée. Alors qu'auparavant il n'y avait pas de riches Muria, les activités de production ne permettant pas l'accumulation du capital, des changements techniques récents ont grandement accru la productivité de certains Muria, au point de leur procurer une richesse dont ils ne savent que faire. En effet, la seule consommation somptuaire permise chez les Muria a lieu dans le cadre de fêtes publiques. Pour les Muria, qui sont très sensibles aux pressions sociales, toute autre forme de consommation ostentatoire constitue « un danger, une forme d'orgueil démesuré néfaste à l'ordre social » (Gell 1986 : 111).

La vie sociale et religieuse des Muria consiste en une série de grands festins auxquels tout le village participe, ce qui explique que les obligations financières majeures ont à voir avec ces rituels de consommation collective. C'est également le contexte qui sert à évaluer les biens : les objets seront d'autant plus désirés qu'ils serviront à ces fêtes. Comme le fait remarquer Gell :

Muria consumption is bound up with the expression of collective identity and the need to assert commitment to the village as a political unit and to its institutions. [...] Consumption is not associated with competition, but with the demonstration of adequacy, the ability to come up to the collective mark. The emphasis on the collective style, rather than on individual differences, explains the anachronistic nature of Muria tastes and their conservative approach to consumption. [...] no one wants to defy the restraints of the collective style.

Gell 1986 : 122-123

On peut dire que les Muria ne produisent rien au sens matériel du terme, si ce n'est un paysage et un marché où ils se procurent ce que d'autres — tisserands, orfèvres, potiers et forgerons — ont fabriqué ailleurs. Et pourtant, ces éléments matériels ont été sélectionnés et intégrés dans une matrice culturelle, un style collectif lié au processus de reproduction sociale muria (*ibid.* : 136). Voici ce qu'en dit Gell :

One can summarize the traditional Muria attitude toward prestige consumption goods available in the markets as follows : the items sought — cloth, finery, jewelry — are all associated with non-Muria groups considered by the Muria to be higher on the social scale. The definition of prestige goods has been imposed on the Muria by outsiders, and is perpetuated by a marketing system that is in entirely non-Muria hands. But in taking over elements of a set of non-Muria prestige goods for internal consumption, the Muria have imposed their own set of social evaluations on them, which are quite distinct from the ones operative among the groups with whom these goods originated.

Gell 1986 : 121

C'est ce style collectif, cette consommation productrice qui, selon Gell, constituent la création artistique muria et qui expliquent l'illusion très répandue en Inde que les Muria — tout comme les autres groupes tribaux — sont intrinsèquement artistiques. Les Muria ont créé au moyen de leurs formes de consommation une synthèse culturelle qui leur est propre, une synthèse qui dépasse la simple imitation pour devenir une forme d'art (*id.*), c'est-à-dire une transcendance des conditions socioculturelles ambiantes.

Gell nous offre un exemple de préservation de la logique collective réglant le code de consommation parmi les membres d'un groupe minoritaire en Inde. J'aimerais maintenant décrire les rapports entre comportements de consommation et organisation de la production dans un univers socioculturel hybride, soit un village péri-urbain du Vanuatu où il est difficile de séparer la communauté villageoise du monde extérieur dans lequel elle est implantée.

### **Pratiques d'objets en milieu urbain**

J'étudie depuis 1972 une forme sociologique jusqu'ici négligée dans les études mélanésiennes, soit un village indigène péri-urbain du Vanuatu, une communauté qui chevauche l'univers rural et urbain, et dont les membres utilisent les ressources sociales et idéologiques propres à ces deux mondes pour en fin de compte n'appartenir ni à l'un ni à l'autre. L'absence de séparation géographique entre zones rurale et urbaine qui caractérise ces communautés fait d'elles un milieu socioculturel foncièrement instable.

L'articulation de l'économie des villages péri-urbains à l'économie nationale se fait par la vente de produits vivriers à la ville, la fabrication d'objets artisanaux ou la mise en scène de manifestations d'ordre culturel pour l'industrie touristique, mais surtout par le travail salarié en zone urbaine. Si ces villageois ne sont plus des paysans, ils ne sont pourtant pas des prolétaires. Ils ont conservé des formes rurales de solidarité : les produits vivriers, le travail, les formes d'entraide, les droits de pêche, l'accès aux terres de culture et aux sites d'habitation ne circulent pas sous forme de marchandise dans la communauté. Ils ont également préservé dans leurs discours une conception de l'ordre social normalement associée à la propriété collective des moyens de production. Salariés épisodiques installés sur leurs propres terres, ils pratiquent à des degrés divers une agriculture vivrière. Celle-ci leur permet de participer à l'économie de marché dans des conditions favorables en leur donnant la sécurité économique qui tient à l'existence, au village, d'une agriculture d'autosubsistance et d'une petite production marchande. Ainsi, tout comme les autres ni-Vanuatu, ces villageois pratiquent le dualisme économique propre aux économies mélanésiennes (Brookfield 1972 : 165-167).

Le village en question, Erakor, deuxième village du Vanuatu, compte une population de 1 006 habitants (1983). C'est une communauté moderne et prospère située sur l'île d'Efate à quelque 10 km de la capitale, Port Vila, ville d'environ 20 000 habitants (1990). Les habitants d'Erakor vivent sur leurs propres terres couvrant 1 409 ha entourées au nord et à l'ouest par un lagon où les villageois se procurent poissons et coquillages. Deux des plus importants hôtels du Vanuatu sont aussi situés à proximité du village sur la rive opposée du lagon d'Erakor.

Longtemps, Erakor conserva une économie de type paysan alliant une agriculture d'autosubsistance à une petite production marchande comprenant le commerce du coprah et le travail salarié intermittent hors du village. La chute des prix du coprah et un boom économique soudain dans la capitale à la fin des années 1960 firent que du jour au lendemain l'économie villageoise se trouva axée sur le travail salarié nouvellement disponible à la ville. Ce développement économique ne survécut pas à la récession des années 1970 causée par la crise du pétrole et par une seconde récession au moment des troubles qui accompagnèrent l'accession à l'indépendance en 1980 (Philibert 1984b). Cela fut en partie compensé par un important développement communau-



taire durant les dernières années du Condominium, comme on le verra un peu plus loin. Le village s'engagea également dans le développement touristique en mettant sur pied un petit hôtel et restaurant sur un îlot abandonné.

En 1983, Erakor comptait 137 hommes et 111 femmes salariés, ce travail salarié étant la source de la quasi-totalité des rentrées d'argent du village. Mais il était devenu plus difficile de trouver des emplois salariés. Ainsi, les 15 à 24 ans se divisaient maintenant en deux groupes : les jeunes ayant terminé leurs études secondaires occupaient des emplois stables et rémunérateurs dans la fonction publique; les jeunes ayant peu d'instruction ne pouvaient aspirer qu'à un travail de manœuvre ou de planton (Philibert 1984b). Malgré cela, les villageois demeuraient confiants dans l'avenir.

Si, jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, le désir de modernisation des villageois fut exprimé dans un idiome chrétien, plus précisément au moyen des métaphores bien connues du « monde des ténèbres » et « monde de la lumière », l'image du développement qui règne aujourd'hui est liée à l'amélioration des conditions de vie que permet l'utilisation de produits manufacturés. L'idéal de la « bonne vie » à Erakor est fait de consommation excessive ou de surconsommation, tant sur le plan individuel que communautaire, de ces produits (voir Philibert 1982). Les surfaces habitées à Erakor sont plus grandes que celles des autres villages péri-urbains et les maisons y sont mieux équipées (Philibert 1976). Voici la définition qu'on donnait déjà en 1973 d'un villageois aisé : celui qui possède une automobile, un réfrigérateur, une cuisinière à gaz, un groupe électrogène, une citerne, et une tondeuse à gazon; qui est propriétaire d'une maison neuve en tôle ondulée dotée d'un endroit où se doucher près de la maison; qui élève des volailles et des porcs; quelqu'un dont les enfants poursuivent des études secondaires dans la capitale ou à l'étranger; qui consomme beaucoup de conserves et qui utilise couramment du carry et de la sauce tomate dans ses repas (ces sauces servant à la consommation de plats de viande).

La modernité est définie en fonction du confort matériel que procurent des biens produits à l'extérieur du village. De 1972 à 1983, cette tendance à consommer s'est accrue comme l'indique le tableau suivant :

| Objet de consommation        | Nombre de maisonnées |       |      |
|------------------------------|----------------------|-------|------|
|                              | 1972                 | 1979  | 1983 |
| Maisons en dur               | 1                    | 20    | 31   |
| Voitures/camions             | 14                   | 48*   | 44** |
| Réfrigérateurs               | 2                    | 24*** | 40   |
| Téléviseurs et magnétoscopes | n/d                  | n/d   | 5    |

\* Dont 19 modèles récents.

\*\* Dont 20 modèles récents.

\*\*\* L'électricité et l'eau courante furent installées à Erakor en 1979. Les réfrigérateurs électriques remplacèrent alors les réfrigérateurs à pétrole plus coûteux et moins pratiques.

Il faut souligner que les villageois traitent souvent avec peu de soin tous ces objets, affichant envers eux l'insouciance qu'ils témoignent aux objets sans grande valeur utilitaire. La fonction somptuaire, symbolique, domine dans l'utilisation de ces pro-

duits, ce qui explique que ces objets sont préservés même lorsqu'ils ont perdu leur valeur d'usage. Un réfrigérateur qui ne fonctionne plus ne perd pas pour autant sa valeur de signe, bien qu'il vaille moins qu'un réfrigérateur en état de marche dont on ne se sert pas. Les objets utilisés dans la consommation ostentatoire dénotent le mode de vie de ceux qui détiennent le pouvoir. Durant la période coloniale, la possession de ces biens indiquait la réussite sociale dans le monde des Blancs des villageois qui revendiquaient le statut d'associé dans le système colonial.

Durant cette même période, on assiste à un développement communautaire considérable avec l'adduction d'eau et l'installation de l'eau courante dans plusieurs maisons, l'électrification du village, la création de nouvelles routes, la construction d'une mairie-centre communautaire en dur reliant par téléphone le village à la ville. Il y a donc également consommation communautaire ostentatoire de biens de développement, la manifestation d'un discours résolument moderniste.

Les villageois avaient donc investi massivement les gains économiques des années 1970 dans la consommation. Mais pourquoi des produits en provenance du monde industriel étaient-ils devenus les signes de l'identité culturelle des villageois ? Voici ce que j'écrivais en 1982 :

On peut rejeter d'emblée l'explication voulant que les gens d'Erakor soient singulièrement matérialistes et préoccupés au plus haut point de leur confort matériel, puisque beaucoup de ces biens demeurent d'une utilité marginale et ne doivent leur existence qu'à leur état de signe. Et pourquoi des produits manufacturés ? La raison tient à ce que ce ne sont pas ces biens en soi qui comptent autant que la capacité de se les procurer et de les utiliser aux fins prescrites. Capacité reconnue et admise par les Européens et les ni-Vanuatu, cela va sans dire. Ces biens révèlent une articulation nouvelle de la culture villageoise au monde extra-villageois. Ces biens de consommation que l'on affiche si ostensiblement sont, au sens littéral du terme, la preuve matérielle de l'égalité morale entre villageois et Européens, puisqu'ils indiquent une compétence égale dans le monde moderne, et la marque de la supériorité des villageois sur les indigènes moins progressistes des autres îles du Vanuatu.

La surconsommation s'explique également comme le comportement de nantis dépourvus de moyens de s'affirmer politiquement. Tout se passe comme si, considérant toute action politique bloquée du fait que les seules structures nationales soient celles de l'administration et des missions, l'action politique des villageois se retourna sur elle-même pour se métaphoriser en discours symbolique sous forme de consommation ostentatoire. La surconsommation serait alors une sorte de sublimation de conflits politiques, pour ne pas dire de théâtralisation de la réalité sociale, qui aurait pour effet d'investir les objets manufacturés d'une surabondance symbolique qui les rendrait ainsi particulièrement aptes à définir l'identité culturelle villageoise.

Philibert 1982 : 92

Je soutenais aussi (Philibert 1984a) que la prospérité et l'abondance pourraient présenter un plus grave danger pour le Vanuatu que la pauvreté, si l'on se fiait à l'exemple d'Erakor. Après avoir réussi à préserver, pendant un siècle, l'économie villageoise non marchande du système de production introduit par le régime colonial, la pénétration du capitalisme risquait fort de se faire aujourd'hui par le biais de la consommation. Elle serait d'abord et avant tout d'ordre symbolique si les ni-Vanuatu, imitant en cela les habitants d'Erakor, liaient leur identité dans le monde moderne à la consommation somptuaire de produits manufacturés qu'ils sont incapables de produire.

La construction de maisons en dur à Erakor, dont le nombre passa de 20 en 1979 à 31 en 1983 dans une communauté qui compte 130 maisonnées, peut servir d'illustration de ce processus de construction identitaire à travers une consommation des signes de la modernité. Une maison en dur possède une grande valeur symbolique. D'abord parce que l'administration coloniale préoccupée d'hygiène publique a longtemps poussé les gens à construire des maisons soi-disant plus salubres. Ensuite parce que l'obtention d'une hypothèque permettant la construction en dur révèle une maîtrise des institutions sur l'économie de marché. Enfin, elle démontre un haut niveau de disponibilités, puisque ce genre d'habitation exige en principe l'achat des meubles requis pour des pièces à fonction unique : cuisine, chambres, salle à manger, salon décoré avec buffets, étagères, rideaux aux fenêtres, objets d'art touristiques au mur, et tulipes en plastique dans de faux vases de cristal. L'habitation traditionnelle n'a pas disparu pour autant : les villageois aisés vivant dans le confort le plus moderne se font maintenant construire, dans leur cour, une petite hutte traditionnelle dans laquelle ils s'assoient par terre sur des nattes, comme les pauvres, pour boire le kava (*Piper methysticum*).

Tout comme les habitants d'Erakor, les ni-Vanuatu allaient-ils épouser une logique de la consommation qui exige des disponibilités que seul un travail salarié permanent peut assurer ? Émergerait-il au pays une différenciation sociale fondée sur la capacité à consommer ? Allait-on tomber dans un piège idéologique qu'on aurait soi-même creusé ?

Conscient que cette analyse alarmiste de la consommation somptuaire de produits manufacturés parmi ces nouveaux riches mélanésiens n'échappe pas à l'objection soulevée plus tôt contre l'utilisation d'un modèle binaire pour cerner les formes de consommation, j'aimerais réexaminer les rapports entre consommation, construction identitaire, et reproduction idéologique de la communauté d'Erakor.

## Consommation et capital collectif imaginaire

Erakor forme une communauté hybride au sens où s'y trouvent juxtaposées deux rationalités économiques : une rationalité non marchande s'appliquant au domaine villageois, et une autre, marchande, à l'extérieur du village. Ce dualisme économique fait que les villageois croient vivre encore dans un monde rural, alors qu'ils appartiennent déjà au monde urbain, tellement l'économie et la vie sociale villageoises sont axées sur le travail salarié et autres activités qui ont lieu à la ville. Il existe toujours des droits collectifs sur le domaine villageois qui sont actualisés principalement à travers les activités agricoles, droits réglementés par des structures communautaires telles que le système de parenté et un conseil villageois. Même si le marché du travail national fabrique des chômeurs et des salariés à Erakor, même si le niveau des disponibilités varie grandement parmi les villageois, l'agriculture vivrière continue d'alimenter un discours idéologique dominant qui nie l'existence de différenciation sociale au village, ou plus exactement qui offre un contexte social dans lequel ces différences importent peu. Et pourtant, tous les habitants du village ne pratiquent plus l'agriculture vivrière; les terres cultivables sont en nombre insuffisant pour l'agriculture sur brûlis utilisée par les habitants d'Erakor; il reste peu de terres indivises à Erakor, la plupart étant déjà passées sous un mode de propriété individuel; certains n'ont plus accès à des terrains d'habitation au village; le choix d'un conjoint est devenu une affaire personnelle; et le

rôle du système de parenté se réduit à l'organisation du mariage et des obsèques de ses membres.

Il n'y a, pour ainsi dire, plus que quelques représentations collectives, dans les deux sens du terme, pour séparer encore le champ social villageois de celui de la ville. La séparation entre ces deux univers sociaux repose sur un capital collectif imaginaire qui n'est pas uniquement le résultat de l'accumulation des bonnes œuvres corporatives des générations précédentes. L'idéologie collectiviste villageoise est devenue ce qu'elle est durant la période coloniale, alors que les villageois, observant de près le monde occidental et la modernité, ont développé les outils idéologiques nécessaires pour comprendre ces derniers arrivants et, par la même occasion, se repenser dans un contexte interculturel (Philibert 1982). La doctrine collectiviste actuelle a donc été formée dans le creuset des stratégies poursuivies par plusieurs générations de villageois pour s'adapter à un nouveau monde. Ce même processus de sélection est à l'œuvre aujourd'hui, alors que les villageois développent dans le présent contexte historique une conscience de leur passé qui préserve la logique collective sous-tendant certains rapports sociaux. Il est important d'insister sur le contexte dans lequel la mémoire collective s'est constituée, étant donné que la définition indigène des mondes traditionnel et moderne a pris forme dans des rapports de forces qui ont sensiblement varié à travers cent ans d'histoire coloniale. Ces propos sur le développement des doctrines et régimes sociaux indigènes s'appliquent au champ de la consommation à Erakor.

Lorsqu'on tente de décrire un phénomène social complexe dans un univers socio-culturel aussi instable qu'une communauté péri-urbaine, il est légitime de faire appel à des modèles binaires, aussi longtemps qu'on ne prend pas ses modèles pour la réalité. Il faut surtout éviter de considérer que les formes de consommation appartiennent *ab initio* à des univers socioculturels fortement intégrés, de sorte qu'on peut instantanément distinguer ce qui est indigène/traditionnel de ce qui est occidental/moderne et ainsi accéder immédiatement à la logique de la consommation à partir d'une simple liste des objets utilisés. Les formes locales de consommation et la logique qui les sous-tend émergent au contraire de pratiques quotidiennes qui ne sont pas déterminées par cette opposition binaire; ce n'est pas là, du moins, le motif déterminant des consommateurs. Autrement dit, on ne peut sauter l'étape de la production identitaire individuelle pour atteindre directement la logique de la consommation à l'œuvre dans la communauté. Il faut considérer la consommation individuelle comme une production de soi, une construction identitaire guidée par une diversité de désirs et de projets résultant des différents modes d'insertion des acteurs dans le système social.

À cet égard, il est clair que la production identitaire à Erakor repose sur une forte consommation de produits manufacturés. Pourtant, cela n'explique pas pourquoi les villageois ont investi avec une telle fougue la prospérité récente dont ils jouissent dans l'acquisition personnelle de biens de consommation. Se retrouvant dans ce qui est pour eux un état d'abondance, les Muria Gonds, eux, n'en ont pas moins réussi à insérer les biens qu'ils se procurent à l'extérieur de leur communauté dans leur propre logique de consommation. Il est frappant de constater qu'à Erakor l'existence de nouveaux riches n'est pas perçue comme entraînant *ipso facto* l'existence de nouveaux pauvres; que l'utilisation de biens qui procurent un plus grand confort personnel est jugée comme allant de soi; et qu'elle relève du principe qu'il est entièrement naturel de se faciliter la vie lorsqu'on en a les moyens. Ce confort matériel ne suscite pas non plus l'envie des

moins fortunés. Si tel était le cas, les nantis devraient dissimuler leurs richesses pour ne pas s'exposer à la sorcellerie, revanche usuelle des faibles et des démunis. On ne considère pas non plus qu'une consommation personnelle accrue est nocive pour la vie communautaire parce qu'elle réduirait d'autant la part versée à la collectivité. En fait, on assiste à l'inscription des comportements de consommation pour lesquels il existe des ressources nouvelles dans un registre différent. Les produits manufacturés procurent confort et mieux-être, des valeurs qui se rangent dans un registre individuel, de telle sorte qu'on ne peut jamais être critiqué pour en avoir trop. De plus, estime-t-on, rien n'est retiré du domaine collectif par des actes de consommation individuellement indexés. La logique collectiviste demeure ancrée dans la production et la répartition des moyens de production villageois, alors que la consommation des produits manufacturés échappe à cette logique, comme si l'origine étrangère de ces biens plaçait leur consommation hors du domaine social villageois. On ne peut pas dire non plus que les habitants d'Erakor sont conscients d'être en compétition les uns avec les autres à travers la consommation somptuaire d'objets-signes de la modernité. Au contraire, ils nient cette fonction de la consommation, leurs désirs ne relevant, selon eux, que du bon sens.

Erakor témoigne nettement d'une individualisation progressive de la vie sociale qui s'est développée de la façon suivante : les solidarités collectives locales ont été érodées en ce qui concerne la production, et, l'économie villageoise devenant intégrée à l'économie nationale, les villageois se sont tournés vers le travail salarié pour assurer leurs besoins. Il n'existe pas, dans un univers socioculturel aussi instable que ce village mélanésien, une idéologie dominante : les activités de production villageoise continuent pour le moment de faire naître des discours collectivistes et un contexte d'égalité sociale dans la communauté villageoise, alors que l'acquisition des produits manufacturés occidentaux — qui, soit dit en passant, viennent en majorité de l'Orient — se situe dans le registre des pratiques consommatoires individuelles.

S'il est vrai que les produits occidentaux, manufacturés à partir d'une technologie supérieure, possèdent un grand prestige, ce n'est pas cet attrait en lui-même qui est seul responsable de la forte consommation de ces produits à Erakor. L'« affiliation à un code de reconnaissance universel » dont parle Adam (1980 : 158) ne se fait pas d'emblée. Il faut d'abord expliquer le déplacement de la logique de la consommation villageoise vers une dimension personnelle qui stimulera à son tour la mercantilisation des habitudes de consommation. En d'autres termes, montrer comment ces biens viennent à occuper un espace idéologique qui se crée petit à petit, à mesure que disparaissent des comportements collectifs de consommation qui sont maintenant jugés moins pratiques. C'est alors que ces objets manufacturés viennent s'inscrire dans un registre faisant appel à un nouvel imaginaire qui engendre des désirs inconnus jusqu'ici, non parce que ces objets signifient plus en eux-mêmes, mais parce qu'ils se rangent dans un univers de pratiques qui esquivent la ritualisation de certains actes considérés jusqu'ici comme publics. La consommation personnelle de produits occidentaux s'inscrit alors dans le vide de la dimension collective parce que certains, non pas ceux qui sont bien intégrés dans l'économie marchande mais ceux qui mènent une vie plus « traditionnelle », n'arrivent plus à payer la part due à la communauté.

En effet, il est erroné de considérer les dimensions non marchandes et marchandes de l'économie villageoise comme mutuellement exclusives, l'une qui serait dominée par une logique collective, l'autre, par une logique individuelle. En fait, le système

marchand subventionne la sociabilité villageoise et sert à la production symbolique de la collectivité à Erakor. Paradoxalement, ce sont les pauvres, les individus marginalisés dans le secteur marchand et donc forcés de restreindre leurs activités de production au domaine villageois, qui sont en train de miner cette dimension communautaire. Ce sont eux qui, faute de moyens, sont incapables de répondre aux impératifs d'un régime social onéreux parce qu'il implique une dimension rituelle publique, une reconnaissance communautaire qui prend la forme de prestations échangées entre dépositaires de statuts sociaux différents. Les actes d'affiliation à la réalité sociale villageoise, tels que l'obtention d'une épouse qui vient du village ou la formation d'un ménage dans les règles, ne sont plus automatiquement faits selon les normes traditionnelles. Incapables de remplir ces obligations sociales, les pauvres minent la dimension collective par des formes d'insertion dans la communauté qui se situent en deçà des normes communautaires.

La relation entre régime de production et logique de consommation peut donc passer par toutes sortes de rapports que le modèle de la modernisation traduit par l'« individualisation de la vie sociale ». Parmi les Muria Gonds, les riches, à qui il est défendu de consommer autrement que dans une logique collective, accumulent du capital, un développement qui risque fort de miner les formes égalitaires de production dans un avenir rapproché. À Erakor, incapables de produire suffisamment à l'extérieur du village pour acquitter leur dû durant les cérémonies publiques onéreuses qui marquent l'acquisition de nouveaux statuts sociaux, certains pauvres produisent individuellement leur identité sociale et sapent ainsi la logique collectiviste de la consommation.

Le modèle mélanésien d'économie dualiste se maintiendra à Erakor aussi longtemps que survivra une idéologie corporative. Or, cette dimension est en voie de devenir de plus en plus fictive. Les activités de production se marginalisent progressivement, au point où bientôt elles ne serviront plus qu'à assurer la protection sociale des villageois qui n'ont pas accès au salariat. En d'autres termes, ces activités économiques villageoises ne produiront plus une vie communautaire, mais uniquement l'idée d'une communauté, pour des individus engagés à la ville dans des activités économiques de type marchand.

On observe une latéralisation des activités sociales : certaines activités qui avaient autrefois un aspect communautaire se retrouvent indexées dans le domaine personnel, donc sujettes à un code de consommation plus souple et à un style moins contraignant. Ceci se produit lorsqu'un nombre grandissant de villageois sont incapables de se conformer au modèle collectif, public et forcément plus coûteux, dans leur désir d'un conjoint, d'un lieu de résidence, d'activités économiques, ou de formes de réciprocité, etc. Il en résulte un appauvrissement de la liturgie villageoise, de la part faite aux rites publics au moyen desquels se développe la conscience — dans le cas qui nous occupe, il faudrait plutôt parler de fiction — d'une communauté d'esprit et d'intérêts. D'où lente consommation jusqu'à épuisement du capital collectif imaginaire.

## Références

- ADAM M.  
1980 « La contre-culture coca-cola. Le mirage des objets et la dépendance du consommateur dans le Tiers-Monde », *L'homme et la société*, 56-58 : 149-160.
- APPADURAI A.  
1986 *The Social Life of Things*. Cambridge : Cambridge University Press.
- BAUDRILLARD J.  
1970 *La société de consommation*. Paris : Gallimard.
- BOURDIEU P.  
1977 *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge : Cambridge University Press.  
1984 *Distinctions*. Cambridge : Harvard University Press.
- BROOKFIELD H.C.  
1972 *Colonialism, Development and Independence*. Cambridge : Cambridge University Press.
- DE CERTEAU M.  
1984 *The Practice of Everyday Life*. Berkeley : University of California Press.
- D'HAENE S.  
1980 « Essai d'analyse du fonctionnement des modèles de consommation dans les pays sous-développés », *L'homme et la société*, 56-58 : 179-187.
- DOUGLAS M. et B. Isherwood  
1979 *The World of Goods*. New York : Basic Books.
- FRIEDMAN J.  
1990 « Being in the World : Globalization and Localization », *Theory, Culture & Society*, 7 : 311-328.
- GELL A.  
1986 « Newcomers to the World of Goods : Consumption among the Muria Gonds » : 110-138, in A. Appadurai (dir.), *The Social Life of Things*. Cambridge : Cambridge University Press.
- HANNERZ U.  
1987 « The World in Creolization », *Africa*, 57, 4 : 546-559.
- JOLLY M.  
1982 « Birds and Banyans of South Pentecost : *Kastom* in Anti-Colonial Struggle », *Mankind*, 13, 4 : 338-356.
- LOMBARD J.  
1980 « Modèles sociaux et comportements de consommation », *L'homme et la société*, 56-58 : 141-148.
- MCCRACKEN G.  
1988 *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington : Indiana University Press.
- PHILIBERT J.-M.  
1976 *La bonne vie : le rêve et la réalité. Changements socio-culturels aux Nouvelles-Hébrides*. Thèse de doctorat, University of British Columbia. Disponible sur microfilm, Bibliothèque nationale du Canada.

- 1982 « Vers une symbolique de la modernisation au Vanuatu », *Anthropologie et Sociétés*, 6, 1 : 69-98.
- 1984a « Affluence, Commodity Consumption and Self-Image in Vanuatu » : 87-94, in R.F. Salisbury et E. Tooker (dir.), *Affluence and Cultural Survival*. Washington : American Ethnological Society.
- 1984b « Adaptation à la récession économique dans un village péri-urbain du Vanuatu », *Journal de la Société des Océanistes*, XV, 79 : 139-150.
- 1989 « Consuming Culture : A Study of Simple Commodity Consumption » : 59-84, in H. Rutz et B. Orlove (dir.), *The Social Economy of Consumption*. Lanham : University Press of America.
- RUTZ H. et B. Orlove (dir.)  
1989 *The Social Economy of Consumption*. Lanham : University Press of America.

## RÉSUMÉ/ABSTRACT

### *Erakor ou la lente consommation d'un capital collectif imaginaire*

Quand les membres d'une société du Tiers-Monde consomment des objets/signes en provenance de l'Occident, ils empruntent *ipso facto* les idées et perceptions qui sont responsables initialement de la production de tels objets. La consommation de ces objets est donc aussi la consommation de signes/idées associés au capitalisme industriel. Les sociétés du Tiers-Monde peuvent-elles résister à une telle pénétration idéologique ? Ont-elles les moyens de neutraliser ces systèmes d'idées qui s'étendent des vêtements jusqu'aux modes de communication en passant par l'habitat et les systèmes de santé ? Le résultat doit-il être nécessairement l'assujettissement consommatoire et la recolonisation ? Cet article tente d'offrir des éléments de réponse à ces questions au moyen d'une analyse des comportements consommatoires en milieu rural et urbain au Vanuatu, analyse qui met l'accent sur les rapports entre formes de consommation, construction identitaire et reproduction idéologique.

### *Erakor or the Slow Consumption of an Imaginary Collective Capital*

When the members of Third World societies consume objects/signs of Western provenance, they are compelled to absorb the ideas and intentions which figure in the production of these objects as well. The consumption of these objects/signs is therefore equivalent to the consumption of signs and ideas associated with industrial capitalism. Can the societies of the Third World resist such ideological penetration ? Do they possess the means to neutralize the systems of ideas that imbue everything from clothing to telecommunications, including housing and health care systems ? Must the end result be one of subjugation to consumerism and recolonization ? In this paper, an analysis of consumer behaviour in rural and urban Vanuatu is offered which attempts to grapple with these questions by focusing on the relations between forms of consumption, identity construction, and ideological reproduction.

Jean-Marc Philibert  
Department of Anthropology  
University of Western Ontario  
London, Ontario  
Canada N6A 5C2