

## **La mythification et la marchandise dans le Nord canadien. La représentation télévisée du pouvoir (note de recherche)**

Guy Lanoue

Frontières culturelles et marchandises

Volume 18, Number 3, 1994

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/015332ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/015332ar>

[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

Lanoue, G. (1994). La mythification et la marchandise dans le Nord canadien. La représentation télévisée du pouvoir (note de recherche). *Anthropologie et Sociétés*, 18(3), 113–123. <https://doi.org/10.7202/015332ar>

# LA MYTHIFICATION ET LA MARCHANDISE DANS LE NORD CANADIEN

## La représentation télévisée du pouvoir\*

(Note de recherche)



Guy Lanoue

---

On s'interroge souvent sur le sort culturel des marchandises lorsqu'elles passent les frontières, comme le souligne David Howes dans la présentation de ce numéro. Cette question importante n'admet pas de réponse facile, étant donné qu'un des processus généraux qui renforce la validité des catégories est la création d'objets — un monde matériel, en effet — qui les concrétisent. Autrement dit, on s'engage à étendre le monde dit purement « culturel » à un champ partagé entre nature et culture, soit une nature transformée et une culture naturalisée. En effet, les marchandises, comme tous les objets, médiatisent et créent un dialogue entre l'Homme et son environnement. La signification s'élabore quand l'individu s'engage dans un processus de production ou de consommation — bien qu'elle soit construite en utilisant des éléments prédéfinis par les relations sociales de production (le contexte, ou les représentations collectives). Le sens attribué aux objets (et à la marchandise) induit un dialogue sémiotique entre deux systèmes parallèles de signification, le symbolisme de la nature culturalisée et le symbolisme des rapports sociaux naturalisés. Comme l'affirme Appadurai (1986 : 5), du point de vue méthodologique, la signification émergente est observable dans les transactions auxquelles participent les marchandises. Cela implique que le sens de l'objet soit, d'une manière ou d'une autre, caché, habituellement par la fétichisation (dans des économies capitalistes) ou par la mythification (dans des économies tribales).

Dans cette note de recherche, j'explorerai la mythification des marchandises dans les sociétés autochtones du Canada, notamment la télévision, objet emblématique des marchandises. Je ne veux pas m'engager dans un débat sur la signification de la télévision dans les cultures euro-canadiennes, mais je crois qu'il est acceptable de lui attribuer un statut de fétiche (dans le sens proposé par Marx) qui possède des qualités quasi mythiques, si nous considérons la tendance idéologique de la publicité à conférer un aspect cosmogonique aux marchandises qu'elle propose. Dans les cultures autochtones, surtout parmi les Sekani des montagnes Rocheuses au nord de la Colombie-Britannique (qui seront mon exemple ethnographique), cette qualité mythique est

---

\* Je remercie pour leur aide et leurs commentaires Mikhaël Elbaz, David Howes et les deux évaluateurs anonymes qui ont lu une version précédente de ce texte.

complètement absente. En général, l'absence de mythification des marchandises<sup>1</sup> est liée au concept autochtone de pouvoir. Dans la culture sekani, comme pour les peuples athapascans et algonquiens, le pouvoir est une notion qui médiatise les rapports entre les hommes et l'environnement, surtout en ce qui concerne la chasse. Les hommes doivent acquérir le pouvoir, mais les changements récents dans la situation historique et coloniale des Sekani sont tels que les esprits tutélaires (ancêtres des espèces contemporaines), avec lesquels les Sekani entretenaient un dialogue dans leur quête du pouvoir, aujourd'hui se taisent. Dans une tentative de conserver ce lien ou au moins de réciter les formules qui auparavant facilitaient ce contact, les hommes se sont engagés dans une réappropriation symbolique du pouvoir dont le hockey télévisé est le médium.

En effet, pour comprendre le rôle de la télévision comme marchandise dans la société sekani, on doit passer à travers l'histoire des rapports économiques centrés sur les marchandises. En particulier, je crois qu'une activité dite « économique », soit la production et l'échange des marchandises pour la traite des fourrures, ne se prêtait pas à la mythification mais plutôt amplifiait l'importance du pouvoir masculin lié à la chasse. La tendance à la mythification qui aurait pu caractériser la traite en raison des distinctions propres aux deux systèmes de signification, autochtone et européen, n'était jamais très prononcée. L'effondrement de la traite à l'époque contemporaine a remis en cause le lien traditionnel entre le succès à la chasse et le pouvoir masculin. Pour reconquérir symboliquement ce pouvoir, il semble que les Sekani usent d'un produit culturel typiquement canadien : le hockey télévisé. Le peuple sekani, qui tente de redéfinir ses traditions pour répondre aux contingences produites par le colonialisme canadien, s'approprie la télévision et la transforme complètement en objet culturel sekani qui sert à nouer un dialogue entre deux codes traditionnels : les rapports sociaux entre hommes et femmes, et la relation entre hommes et animaux — l'environnement.

## La traite des fourrures

La traite des fourrures au Canada a conditionné les rapports entre les Autochtones et les Européens durant presque trois siècles (depuis 1805 pour les Sekani). Dès le début de la traite, la nature des marchandises européennes acquises par les Autochtones nous permet de constater une convergence d'utilisation évidente pour les articles fortement transigés : les fusils et l'alcool. Bien que dans les deux cas le sens attaché aux marchandises soit le même tant pour l'importateur que pour l'exportateur, au moins pour ce qui est de l'utilisation — les fusils étaient employés pour tuer et l'alcool pour se saouler —, on a pu observer que la chasse et la consommation des produits alcoolisés survenaient dans des contextes spécifiquement autochtones, où l'on peut discerner un système de signification indigène dans l'acte de consommation<sup>2</sup>. Bien que sa thèse de

- 
1. Correspondant grosso modo à la fétichisation dans les cultures occidentales; cependant, la qualité mythique est attribuée par les sociétés autochtones à la culture productrice des marchandises importées.
  2. Dailey (1968 : 118-119), par exemple, considère que les fêtes où l'on consomme beaucoup d'alcool sont insérées dans un complexe traditionnel de comportements; Lurie (1979) laisse entendre que la consommation d'alcool est l'indice d'un mouvement social de protestation qui valorise l'identité autochtone et soulage la frustration; MacAndrew et Edgerton (1969) perçoivent la consommation d'alcool comme une pause (*time out*) face aux tensions dues aux conditions de marginalisation dans lesquelles vivent beaucoup d'Autochtones. Robbins (1964) lie la consommation excessive d'alcool à l'économie. Il soutient que l'augmentation de la quantité de marchandises confère un statut social élevé

la mystification soit discutable, le point soulevé par Dickason est raisonnable; en effet, la marchandise préférée par les Autochtones dans la traite des fourrures correspondait au système indigène de signification, comme le « tomahawk », objet créé par les Européens pour la traite des fourrures, a été rapidement adopté par les Autochtones puisqu'il était à la fois pratique (pour la guerre) et « spirituel » (le calumet de la paix). Ceci, comme le tabac, les miroirs, et les perles, évoquait « [...] the duality of nature, the dichotomy and interaction of life and death » (Dickason 1992 : 139).

La reconnaissance d'une convergence des systèmes de signification au moment de l'échange et d'une divergence au moment de l'emploi des marchandises (la « consommation ») est caractéristique des arguments de la majorité des auteurs qui ont mené des enquêtes sur la question de l'échange entre les deux peuples. On y décèle d'autres systèmes de signification dans le procès de consommation qui ne s'accordent pas nécessairement avec la signification première.

On doit considérer d'autres aspects : « autochtone » n'est pas une catégorie indigène et, de ce fait, ne correspond à aucune réalité économique particulière (par exemple, lorsqu'on parle de « l'économie autochtone<sup>3</sup> »). Les Autochtones septentrionaux formaient généralement des petits groupes de 100 à 300 personnes et ceci seulement durant une partie de l'année. Ils étaient donc défavorisés dans leurs rapports commerciaux avec les Européens, qui faisaient partie d'un plus grand ensemble économique possédant infiniment plus de ressources<sup>4</sup>. La demande européenne pour les produits autochtones surpassait celle existant avant le contact.

Au moins trois facteurs influençaient le degré de participation autochtone à la traite : les prix payés pour les fourrures variaient considérablement d'un lieu à l'autre et d'une saison à l'autre, l'autosuffisance économique de nombreux groupes jusqu'à l'époque contemporaine leur évitait d'être dépendants des biens européens, et les produits européens étaient souvent accessibles à travers les réseaux indirects (les intermédiaires autochtones, par exemple). La décision de prendre part au commerce était donc invariablement déterminée par une combinaison d'éléments écologiques (soit la décision d'accumuler des fourrures ou de s'engager dans la chasse au gibier, deux ressources souvent localisées dans des zones micro-écologiques différentes vu la grandeur des territoires autochtones) et d'éléments politiques (tels que la présence de groupes ennemis autour d'un poste de commerce, ou le désir d'obtenir des marchandises pour les empêcher de tomber aux mains ennemies). Le moment de la concrétisation de l'échange peut être alors considéré comme étant gouverné par un programme de rationalité « économique »<sup>5</sup>.

---

à certains individus dans la société montagnaise-naskapie. Cette situation amplifie les tensions sociales, et la consommation de produits alcoolisés fournit des occasions pour résoudre certains conflits liés aux changements de statut. Par contre, il n'examine pas le processus par lequel les biens deviennent symboles d'un statut social particulier.

3. Voir, par exemple, Asch (1980).

4. Par exemple, les Iroquoiens entraient en guerre afin de contrôler les routes de commerce dans la traite des fourrures et non pour l'acquisition de produits. Ils craignaient d'être exterminés par leurs rivaux amérindiens en ne protégeant pas les réseaux commerciaux de l'expansion française. Voir, par exemple, White (1991).

5. Pour une description plus détaillée de la traite des fourrures au nord, voir Lanoue (1992), deuxième partie.

Dans un sens, l'attitude autochtone vis-à-vis des marchandises dépendait de la synergie de différents facteurs : les conditions quasi mythiques qui entouraient la demande européenne en fourrures (un appétit assouvi à l'étranger, et dont le procédé de transformation et de consommation restait complètement caché aux Autochtones), l'ignorance complète des relations de production européennes qui entouraient la fabrication des produits que les Autochtones exigeaient (ils étaient donc incapables d'exercer un contrôle sur les prix sauf en menaçant de se retirer complètement des échanges commerciaux<sup>6</sup>), et un sens commercial aigu qui apparaissait forcément dans les échanges (les participants étant souvent dans des positions antagonistes : des raisons politiques pour les Autochtones et économiques pour leurs partenaires<sup>7</sup>).

Les relations commerciales des Européens étaient marquées par la volonté de ne pas s'engager dans la collecte des fourrures<sup>8</sup>. Par conséquent, les Européens étaient peut-être portés à la mythification en ce qui concerne les représentations collectives mais non le produit lui-même. Par contre, les Autochtones s'engageaient généralement dans une problématique de consommation dite « politique », soit la transformation des produits européens en biens indigènes de consommation (le gibier, les fourrures) ou dans le développement de rapports strictement politiques avec d'autres groupes autochtones<sup>9</sup>.

Un exemple de la complexité méthodologique dans l'analyse des relations commerciales entre les Autochtones et les Européens est le commerce de marchandises de luxe (selon nos catégories, évidemment). Malgré l'utilité pratique de certaines marchandises européennes, il y avait une demande soutenue pour des miroirs, des perles et le vermillon. En fait, les Européens donnaient souvent bouilloires, couteaux, haches et autres objets pratiques pour encourager le commerce des marchandises de luxe, bien que leur coût de production était généralement beaucoup plus élevé que celui des perles. En effet, la demande autochtone pour ces marchandises n'attestait pas d'un procédé de mythification. Après avoir reçu leur quota de marchandises utilitaires, les Autochtones négociaient les prix des marchandises de luxe. La demande autochtone de ces objets se limitait à la quantité satisfaisant les critères de consommation (emploi immédiat pour des fins esthétiques) et les fins « politiques », soit le commerce avec leurs voisins ou lors des rituels de solidarité sociale. Ces facteurs étaient conditionnés par la quantité de marchandises qu'ils pouvaient matériellement transporter. Ceci est

6. La décision autochtone de s'engager ou non dans la traite ressemblait seulement superficiellement à la motivation européenne d'acheter ou de ne pas acheter la marchandise — les agents n'avaient habituellement pas de rivaux et les moyens de contestation politique ne se présentaient pas comme une solution.
7. Évidemment, ce sont des positions antagonistes présentes seulement au moment de l'échange.
8. La Compagnie de la Baie d'Hudson s'est efforcée pendant deux siècles d'exclure les missionnaires et les colons (pour ne pas mentionner leurs concurrents directs) du commerce avec les Autochtones.
9. La situation décrite par Spooner (1986) pour le commerce de tapis indiens est très différente. Dans ce cas, les acheteurs européens percevaient l'Autre comme producteur d'objets exotiques alors que les « Persans » n'accordaient aucune signification de ce genre à ces objets. En bref, il semble que Spooner décrit un processus de mythification se situant à un niveau complètement différent — l'objet lui-même qui est mythifié par les Européens. Je préfère le terme « mythification » à celui de « fétichisation » parce que les biens dans les mains des Autochtones n'exprimaient pas les relations sociales inhérentes à leur production. À la différence de Appadurai (1986) qui tend à donner au terme « mythe » le sens de « quelque chose de faux », j'utilise la mythification pour exprimer une construction libre de l'imagination dans l'élaboration des explications discursives — mini-cosmogonies, explications des origines et des possibilités d'utilisation de nouveaux objets.

probablement aussi valable pour les fourrures qu'ils se proposaient d'échanger. Après avoir obtenu les marchandises utilitaires, ils se permettaient de payer des prix élevés pour des objets de luxe afin d'éviter de devoir emmagasiner les fourrures non échangées. Le stockage de celles-ci se présentait comme une alternative peu rentable vu la possibilité de pertes dues aux rongeurs, à la pourriture ou au vol. Accepter les prix exigés par les Européens bénéficiait à tout le monde : les Autochtones obtenaient leurs marchandises et les Européens récupéraient une partie du coût des « cadeaux », sans compter les coûts élevés de transport<sup>10</sup>. Bien sûr, les Européens percevaient aussi un profit de 100 à 150 %, profit normal pour le commerce des fourrures<sup>11</sup>.

Bref, la consommation de marchandises européennes faisait l'objet d'un ensemble de relations très différentes qui gouvernaient l'échange. Le fait que les deux protagonistes étaient ignorants ou indifférents aux motivations de l'autre n'entravait aucunement l'échange ou l'engagement d'un comportement clairement économique ou « rationnel » au moment de l'échange. C'est peut-être cette prudence et l'avarice momentanée de chacun des protagonistes envers l'autre qui expliquent la quasi-absence, dans la littérature, de descriptions et attestations d'un processus autochtone de mythification<sup>12</sup>. Une autre raison qui l'expliquerait réside dans le fait que les expressions traditionnelles de mythification — le développement des cultes du cargo en Mélanésie, par exemple — n'avaient pas d'équivalent en Amérique du Nord<sup>13</sup>. Traditionnellement, la mythification a été expliquée (ou on pourrait dire, justifiée, vu le contexte d'une problématique anthropologique tournée vers l'exotique et le primitif) en soutenant que les Autochtones ne possédaient pas une « vraie » économie et donc ne pouvaient accorder une valeur économique « réelle » aux biens. La mythification de produits européens en Amérique du Nord a pris une forme différente, tant et si bien que l'on peut se questionner sur la pertinence du terme « mythification » et sur son application. Étant donné que la chasse et la collecte des fourrures étaient des activités habituellement associées aux hommes, que la chasse exprimait une sensibilité non seulement matérielle mais aussi spirituelle, et que l'activité spirituelle se situait dans le domaine masculin, l'accroissement de la demande européenne pour des produits animaliers a souligné l'importance d'un trait culturel pré-contact, c'est-à-dire le lien entre l'identité masculine et le complexe chasse et pouvoir. Ceci a eu des conséquences considérables pour les cultures autochtones quand la chasse et la traite des fourrures ont diminué en importance. J'examinerai brièvement ces points en me référant aux Sekani, sujet de mes recherches en 1978 et 1979.

10. Les Autochtones s'engageaient dans un cycle d'échange qui pouvait retarder le retour sur l'investissement de une à trois années, nécessitant le paiement à Londres d'un taux d'intérêt élevé sur le capital figé dans le Nord canadien.

11. Le taux de profit à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle était en réalité de 158 %; voir Lanoue (1992, chap. 7, n.55).

12. Bien sûr, la mythification de la catégorie « Indien » par les Blancs joue un rôle. Dans un effort pour redresser la balance (et il faut tenir compte des résultats de recherches plus approfondies), l'anthropologie aujourd'hui tend à représenter les Autochtones comme négociants très préoccupés par « la juste mesure » (je me réfère au livre de Ray et Freeman, 1978). Cette représentation cache peut-être l'importance des motivations non économiques qui apparaissaient au moment de la consommation.

13. En dépit de l'affirmation d'Appadurai (1986 : 52) selon laquelle « Cargo beliefs are an extreme example of the theories that are likely to proliferate when consumers are kept completely ignorant of the conditions of production and distribution of commodities and are unable to gain access to them freely »; ces conditions sont applicables à la traite des fourrures.

## Les Sekani

Les territoires sekani sont situés dans le bassin hydraulique arctique entre les chaînes orientales et centrales des Rocheuses. Cette vallée immense était parcourue par deux fleuves, l'un qui coulait vers le nord (le Parsnip), l'autre vers le sud (le Finlay). Leur confluence formait le fleuve Peace, et marquait probablement le centre des territoires sekani<sup>14</sup>. En 1968 la région fut inondée par la création du barrage W.A.C. Bennett sur le Peace, créant le lac Williston et immergeant la plupart des territoires centraux et méridionaux des Sekani. De nouvelles villes furent construites pour héberger les services nécessaires au soutien des industries forestières naissantes; les bûcherons et, plus tard, d'autres cadres arrivèrent du sud. Les Sekani furent repoussés aux marges de l'histoire, et même de leur propre histoire. Beaucoup se sont installés dans des villes « blanches » et d'autres sont morts d'alcoolisme et de violence. La désintégration sociale s'accéléra : la population passa approximativement de 180 en 1962 à 65 en 1978. La chasse et la collecte des fourrures avaient plus ou moins cessé lorsque j'entrepris mon terrain à McLeod Lake (la communauté méridionale) en 1978, bien qu'elles fournissaient un tiers de son revenu à la communauté septentrionale de Fort Ware. Les Sekani méridionaux étaient apparemment devenus, comme beaucoup d'autres communautés autochtones, désespérés, sans avenir, possesseurs de voitures non fonctionnelles, de vieilles machines à laver — en bref, vivant sur les décombres de la civilisation industrielle.

On peut donner beaucoup d'explications à ce fait; la plus convaincante est peut-être que les machines à laver, comme les fusils et les motoneiges, facilitent la vie et sont donc acquises et jetées sans aucune référence explicite aux valeurs bourgeoises grâce auxquelles les Blancs définissent « l'identité culturelle » ou le statut social. Le résultat observable est une indifférence apparente à la qualité ou à la longévité des marchandises euro-canadiennes. Il est trop facile d'interpréter les grabats présents sur les réserves comme signes de la marginalisation des Autochtones. On peut aussi expliquer le manque de qualité des marchandises achetées par les Autochtones par leurs difficultés à obtenir les mêmes avantages de crédit bancaire que les Euro-Canadiens. Ils sont ainsi contraints d'acheter du matériel de seconde main ou de la marchandise de moindre qualité. La présence sur les réserves d'un marché restreint les oblige à accepter les conditions des commerçants. Certains négociants exploitent cette situation pour vendre leurs produits de qualité inférieure au prix ordinaire<sup>15</sup>.

On peut aussi lire un message symbolique à propos du tas de grabat : d'abord l'exploitation des ressources des Blancs dont les produits simplifient la vie, puis l'indifférence et le dédain envers la civilisation qui les produit. Le tas de grabat est une métaphore spatiale du traitement réservé aux marchandises blanches, et je ne suis pas certain que ce processus opère inconsciemment — les Sekani sont complètement

14. Il existe une certaine incertitude à propos de la catégorie « Sekani » en tant que groupe autoconscient. Les Sekani (qui parfois s'attribuent d'autres noms à des fins politiques) sont probablement les descendants de deux vagues d'immigration (voir Lanoue 1992). Pour d'autres détails sur les changements des conditions de vie des Sekani, voir Lanoue (1990c).

15. Un autre facteur important est indubitablement l'ignorance des pratiques économiques euro-canadiennes, et lorsque les Autochtones achètent des produits haut de gamme par la poste, par exemple, ils sont incapables de sélectionner la marchandise suivant les conditions du marché.

entourés de produits blancs mais sont indifférents aux valeurs qu'ils représentent. Le fait même d'exposer des biens abimés est un signe manifestement concret de la conquête symbolique du monde mythifié du consumérisme blanc et l'affirmation d'une identité sekani.

Un des symboles traditionnels de l'identité sekani est la chasse<sup>16</sup>. Bien qu'étant une catégorie masculine, la chasse n'est pas pour autant, chez les Sekani, une activité réservée aux hommes. Les femmes chassent souvent quand leurs époux sont absents<sup>17</sup>. Il y a, comme parmi les autres peuples athapaskans, des règles et croyances qui circonscrivent le rôle des femmes en matière de chasse, en raison notamment des tabous liés aux menstruations<sup>18</sup>. Il semble qu'il existe une équation entre le sang des femmes et le sang animal dans le discours idéologique entourant l'acte de chasser. Ces règles seraient liées à la notion de pouvoir, selon laquelle les jeunes hommes se mettent en contact avec un esprit animal tutélaire (aujourd'hui appelé par beaucoup d'Autochtones anglophones, « animal-doctor »). En général, les hommes aspirent au pouvoir, tandis que les femmes détiennent un pouvoir émanant de leur responsabilité dans la reproduction du groupe. En fait, le pouvoir féminin est idéologiquement nié, tout comme la participation des femmes à la chasse est tue dans le discours sur la vie quotidienne. L'idéologie est donc largement centrée sur l'activité de chasse masculine, et surtout sur l'acquisition et la préservation du pouvoir dans un contexte de chasse<sup>19</sup>. Autrement dit, hommes et femmes sont responsables de domaines différents dans la reproduction du groupe, les hommes dans le court terme et les femmes dans le long terme. La négation du rôle fondamental des femmes dans la reproduction sociale n'est pas aussi importante que leur non-participation au discours idéologique traitant du pouvoir (incluant les rêves, visions, et comportements dits bizarres et inspirés d'un contact étroit avec l'esprit tutélaire)<sup>20</sup>.

Les Sekani participent à la traite des fourrures depuis presque deux siècles, et beaucoup de leurs traits culturels et sociaux sont le produit de cette longue association avec les Blancs. Par la participation soutenue à la traite des fourrures, la chasse gagna

16. Beaucoup se distinguent de leurs voisins Carriers en se référant à leur exploitation du saumon sur le fleuve Fraser — « nous ne sommes pas des mangeurs de poissons comme eux », même si les Sekani consomment modérément du poisson.

17. Dans ces cas, les femmes décrivent leur succès en termes de chance — elles s'occupaient d'autres choses à ce moment-là et ont eu la « chance » de tuer un orignal, ou alors elles utilisent le pronom « nous » même s'il est évident que leurs maris étaient absents.

18. Une femme n'est jamais autorisée à passer par-dessus le fusil de son mari, à traverser un sentier laissé par le gibier, ou à toucher l'équipement de chasse quand elle est menstruée. La plupart de ces croyances s'expriment en termes de pollution par le sang; voir, par exemple, Perry (1977). Cependant, il n'existe pas, à l'époque pré-contact, de preuves tangibles de l'isolement des femmes dans des huttes durant la période des menstruations.

19. Voir, par exemple, Ridington (1978, 1987, 1988) et Tanner (1979). Les discours féminins autobiographiques sont souvent centrés sur le vécu familial et les autres relations sociales (voir Cruikshank *et al.* 1991).

20. Il n'est pas surprenant que dans certaines sociétés autochtones, la combinaison apparemment contradictoire d'une collaboration économique étroite et d'une tension entre les hommes et les femmes soit un fait connu mais rarement décrit. Pour ce qui est des Kaskas, par exemple, voir Honigmann (1947; 1949, surtout pages 154-160). En ce qui concerne les Ojibwa, voir Landes (1971), Lanoue (1990a) pour les Ojibwa-Saulteaux, et Lanoue (1990b) pour les Sekani.



en importance, au moins sur le plan idéologique<sup>21</sup>. Il est probable que le lien entre le succès du chasseur et son pouvoir spirituel fut renforcé par le fait de chasser pour le marché en même temps que pour la consommation personnelle, bien qu'aucune donnée précise ne nous permette de l'affirmer<sup>22</sup>. Étant donné que les hommes se concentraient sur la chasse aux dépens d'autres activités économiques, l'importance de la chasse renforçait le rôle du pouvoir. Les conséquences de ce processus peuvent être décrites ainsi (malgré le manque de données historiques) : quand la chasse a perdu son importance, plus particulièrement chez les Sekani méridionaux, les hommes non seulement se retrouvèrent dépourvus d'une activité utile vers laquelle tourner leur attention, mais aussi exclus du monde de pouvoir dans lequel ils avaient auparavant vécu. Le résultat en fut souvent l'apathie et l'alcoolisme.

### À la recherche du pouvoir

En tant que sources d'icônes bourgeoises de consommation, les images télévisées auraient pu intéresser les Sekani, alors qu'ils luttèrent pour redéfinir leur identité dans des termes pouvant conférer un sens aux changements récents. Plusieurs personnes possédaient des postes de télévision. À l'exception de « Dallas », les téléromans étaient peu visionnés (fait surprenant vu le nombre élevé de romans-photos achetés par beaucoup de femmes sekani). L'émission la plus populaire était cette tradition canadienne, la « Soirée du hockey ». Un samedi soir mémorable, presque tous les hommes adultes avaient décidé de voir la rencontre Montréal-Toronto. Ils buvaient tout en regardant attentivement le jeu. La rencontre commença bien. Quand le premier but fut marqué, plusieurs manifestèrent leur enthousiasme, et quand Montréal marqua un deuxième but, ils applaudirent. La réaction fut la même au premier but torontois. Quand le jeu se termina sur un match nul, l'enthousiasme ne tomba pas, et un homme prit un fusil, ouvrit la porte et tira plusieurs coups en l'air.

Il m'a semblé assister à une conversion extraordinaire de sentiments. L'enthousiasme me paraissait d'autant plus injustifié qu'aucun d'entre eux ne jouait au hockey. Le même comportement se répéta, ajoutant à ma perplexité. Il est évident que ni l'idée de sportivité (le match nul) ni l'enthousiasme passionné (tout le monde encourageait les deux équipes) ne faisaient partie de l'orientation des Sekani. En parlant aux hommes, il m'est apparu que nous partagions très peu des valeurs sportives liées au hockey. Je n'étais pas un grand passionné de hockey, bien que j'aime ce jeu. J'admirais la vitesse et l'habileté des joueurs, et pour ce qui est du jeu d'équipe, j'aimais les renversements soudains qui pouvaient résulter du jeu brillant de l'équipe considérée comme perdante, de l'arrivée d'un nouveau joueur sur la glace, ou de la façon dont les efforts individuels des joueurs se coordonnaient en un effort collectif. J'étais fasciné par cette notion de renversement : une équipe pouvait jouer selon les règles acceptées et perdre malgré tout, tandis qu'une équipe minable (comme les Flyers de Philadelphie) pouvait gagner

21. Par exemple, la division traditionnelle du travail est centrée sur la chasse comme activité masculine et sur la gestion du camp de chasse comme activité féminine. Parmi les Hare, par exemple, le chasseur donne le gibier à sa femme quand il rentre au camp. Pour les Cris, voir Tanner (1979).

22. Dans cette optique, voir l'argument controversé de Martin (1981) à propos de l'indifférence autochtone envers les limites écologiques d'exploitation du territoire. Les Autochtones considéraient le « pacte » (les animaux s'offrent aux chasseurs en échange de marques de respect) avec les « animals-doctors » rompu quand les maladies européennes ont décimé les populations autochtones à la période du contact.

en ignorant toute règle. Bref (mes réactions sont probablement typiques des hommes blancs de classe moyenne), je pensais connaître et apprécier le hockey, comme tous les Canadiens qui ont grandi avec une diète télévisée composée de l'émeute causée par la suspension de Maurice Richard et de la controverse sur le masque de Jacques Plante.

Il est évident que ma conception du hockey ne correspondait pas à celle des Sekani. L'agression et la compétition ne leur sont pas inconnues, et j'avais d'abord cru qu'ils appréciaient le jeu de ce point de vue — la dimension corporelle, pour ainsi dire — sans participer réellement à la mythification du jeu résultant d'un vécu qui consistait à surveiller la seconde mi-temps et à écouter les entrevues de joueurs édentés (dans ma jeunesse, évidemment, avant que les joueurs ne portent des casques protecteurs), à lire de nombreuses analyses rédigées par des journalistes incapables d'écrire un mot sans l'entourer de trois adjectifs emphatiques, à écouter les lignes ouvertes de l'après-midi où prenaient la parole les milliers d'entraîneurs qu'on trouve partout au Canada, à participer aux sessions d'entraînement dans les arénas déserts à deux heures du matin. Mais je me suis trompé.

Pour eux, la télévision et la « Soirée du hockey » n'étaient pas des médias présentant des images bourgeoises de consommation (par exemple, les Sekani étaient généralement indifférents aux messages publicitaires). Le poste de télévision est un article de consommation en soi, comme les premiers téléviseurs massifs en acajou qui trônaient fièrement au milieu des salons dans les années 1950 et comme les monstres esthétiquement minimalistes de plastique noir multi-canaux et stéréophoniques de notre époque. La télévision leur permettait de participer à un rituel de représentation qui acquiert un sens seulement face à leur histoire culturelle. Ils étaient, autrement dit, consommateurs du hockey télévisé, non pour ce qu'auraient pu représenter les téléviseurs (un statut social plus haut, la modernité) ou ce qu'ils représentaient visuellement (le monde de la qualité miraculeuse Zellers ou le Home Shopping Network, par exemple). Bref, le hockey prenait la forme corporelle d'une lutte symbolique contre l'inconnu — non seulement le résultat n'était pas prévisible (vu les renversements soudains de situation), mais les Sekani ignoraient complètement les règles d'engagement du jeu. Le jeu était une re-création d'une lutte symbolique dans laquelle ils s'étaient autrefois lancés quotidiennement (jour et nuit — les rêves transmettaient des messages des esprits tutélaires<sup>23</sup>), la lutte avec le pouvoir. En regardant le jeu sans en partager la dynamique implicite — en effet, c'est en raison de l'ignorance des codes euro-canadiens par les Sekani que le hockey peut exercer sa fonction cathartique de re-mythification (mais seulement dans la dimension du dialogue entre les rapports sociaux et la nature) —, les Sekani sont capables de revivre un élément qui autrefois définissait la masculinité et leur identité comme chasseurs.

La lutte télévisée n'est pas une saisie cathartique du pouvoir de la part de l'individu aliéné, comme elle l'est dans un certain sens pour les Euro-Canadiens, vu que la lutte traditionnelle sekani n'était pas définie par la notion de duel, homme contre homme : le pouvoir n'était pas un bien limité — tout le monde pouvait profiter de ses diverses manifestations. Le contrôle du pouvoir est la lutte de l'Homme contre l'inconnu. La télévision est une matière première, un objet dans tous les sens du terme, que les Sekani

23. Pour les Beaver, par exemple, voir Brody (1981) et Ridington (1987); à propos des rêves iroquoiens qui incitaient à la vengeance, voir Dailey (1968).

consomment. Mais cette consommation se distingue nettement de celle des autres marchandises euro-canadiennes : la télévision facilite un processus de mythification mais n'est pas elle-même mythifiée comme marchandise, non parce qu'elle transforme leur société mais parce qu'elle leur permet de s'engager dans une lutte dont le but est la conservation de leur culture, bien que ce soit une lutte mystifiée et stérile contre un ennemi aujourd'hui complètement mythifié.

## Références

ASCH M.

- 1980 « Steps Toward the Analysis of Athapaskan Social Organization », *Arctic Anthropology*, 17, 2 : 46-51.

APPADURAI A.

- 1986 « Introduction : Commodities and the Politics of Value » : 3-63, in A. Appadurai (dir.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge : Cambridge University Press.

BRODY H.

- 1981 *Maps and Dreams*. Vancouver : Douglas and McIntyre.

CRUIKSHANK J., A. Sidney, K. Smith et A. Ned

- 1991 *Life Lived Like a Story*. Vancouver : University of British Columbia Press.

DAILEY R.C.

- 1968 « The Role of Alcohol among North American Indian Tribes as Reported in the *Jesuit Relations* » : 116-126, in M. Marshall (dir.), *Beliefs, Behavior and Alcoholic Beverages. A Cross-Cultural Study*. Ann Arbor : University of Michigan Press.

DICKASON O.

- 1992 *Canada's First Nations. A History of the Founding Peoples from Earliest Times*. Toronto : McClelland & Stewart.

HONIGMANN J.J.

- 1947 « Witch Fear in Post-Contact Kaska Society », *American Anthropologist*, 49, 2 : 222-243.
- 1949 *Culture and Ethos of Kaska Society*. New Haven : Yale University Publications in Anthropology, n° 40.

LANDES R.

- 1971 *The Ojibwa Woman. Male and Female Life Cycles among the Ojibwa Indians of Western Ontario*. New York : W.W. Norton.

LANOUE G.

- 1990a *Beyond Values and Ideology. Tales from Six North American Indian Peoples*. Rome : Nuova Arnica Editrice.
- 1990b « Breakdown and Ethnographic Consciousness : The Sekani Case », *The European Journal of Native American Studies*, 4, 2 : 45-52.
- 1990c « La désunion fait la force : survie et tensions chez les Sekani de la Colombie-Britannique », *Anthropologie et Sociétés*, 14, 2 : 117-141.
- 1992 *Brothers. The Politics of Violence among the Sekani of Northern British Columbia*. Oxford : Berg Publishers.

LURIE N.

- 1971 « The World's Oldest On-Going Protest Demonstration : North American Indian Drinking Patterns », *Pacific Historical Review*, 40, 3. Reproduit dans M. Marshall (dir.), *Beliefs, Behavior and Alcoholic Beverages. A Cross-Cultural Study*. Ann Arbor : University of Michigan Press, 1979.

MACANDREW C. et R.B. Edgerton

- 1969 *Drunken Comportment. A Social Explanation*. Chicago : Aldine.

MARTIN C.

- 1981 *Keepers of the Game. Indian-Animal Relationships and the Fur Trade*. Berkeley : University of California Press.

PERRY R.J.

- 1977 « Variations on the Female Referent in Athapaskan Cultures », *Journal of Anthropological Research*, 33, 1 : 99-118.

RAY A.J. et D. Freeman

- 1978 « Give Us Good Measure ». *An Economic Analysis of Relations Between the Indians and the Hudson's Bay Company before 1763*. Toronto : University of Toronto Press.

RIDINGTON R.

- 1978 *Swan People. A Study of the Dunne-Za Prophet Dance*. Service canadien d'ethnologie, collection Mercure, document 38. Ottawa : Musée national de l'Homme.
- 1987 « From Hunt Chief to Prophet : Beaver Indian Dreamers and Christianity », *Arctic Anthropology*, 24, 1 : 8-18.
- 1988 « Knowledge, Power, and the Individual in Subarctic Hunting Societies », *American Anthropologist*, 90, 1 : 98-110.

ROBBINS R.H.

- 1964 « Alcohol and the Identity Struggle : Some Effects of Economic Change on Interpersonal Relations », *American Anthropologist*, 75, 1 : 99-122.

SPOONER B.

- 1986 « Weavers and Dealers : The Authenticity of an Oriental Carpet » : 195-235, in A. Appadurai (dir.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge : Cambridge University Press.

TANNER A.

- 1979 *Bringing Home Animals. Religious Ideology and Mode of Production of the Mistassini Cree Hunters*. St. John's : Institute of Social and Economic Research.

WHITE R.

- 1991 *The Middle Ground. Indians, Empires, and Republics in the Great Lakes Region, 1650-1815*. Cambridge : Cambridge University Press.

Guy Lanoue  
Département d'anthropologie  
Université de Montréal  
C.P. 6128, succ. centre-ville  
Montréal (Québec)  
Canada H3C 3J7