

# APPEL A ARTICLES

Revue SOCIOLOGIES PRATIQUES - N°20  
PUF

## **Est-on (toujours) dans une société de consommation ? Nouvelles frontières de la consommation et émergence de nouveaux modes de vie**

Numéro coordonné par Isabelle Garabua-Moussaoui,  
Docteur en anthropologie sociale, chercheur en entreprise

### **Objectifs du numéro**

La consommation est aujourd'hui un phénomène générateur de nos identités sociales, de nos pratiques, de nos valeurs, de nos imaginaires. Nous sommes depuis les années 60 dans une « société de consommation », en ce que la société se comprend et se lit de plus en plus par ses phénomènes de consommation, celle-ci ayant remplacé ou dépassé la sphère du travail comme lieu des rapports de force entre groupes sociaux. Elle remplace également la production comme indicateur de croissance. Les phénomènes de consommation prendraient donc de plus en plus de place aussi bien à un niveau microsocial (pratiques quotidiennes), mésocial (rapports de force entre groupes sociaux) que macrosocial (gestion politique, économique).

Cependant, actuellement, dans un contexte de mutations sociales fortes (crise écologique, question du pouvoir d'achat, etc.), il existe un mouvement de remise en question de la consommation (en particulier, de la consommation marchande) et plus globalement une possible évolution de nos modes de vie, portée par de nouvelles valeurs et de nouvelles problématiques.

La question centrale est alors de **comprendre en quoi la consommation est un analyseur, voire un catalyseur, des mutations sociétales actuelles** (crises, évolutions, recompositions). En particulier, la société de consommation est-elle un mythe ou une réalité, et existe-t-il actuellement, de par la remise en question de nos modes de vie par les injonctions environnementales et économiques, une évolution de cette société de consommation, d'abondance, dans un monde fini ?

Notre propos est donc de construire un **numéro introductif à la sociologie de la consommation contemporaine**, en tentant de cerner les dynamiques de la consommation comme fait social.

Nous souhaitons ainsi participer au développement d'une « socio-anthropologie de la consommation », avec comme fil directeur la volonté de « déconstruire » la notion de « société de consommation », par les apports en sociologie critique et en sociologie compréhensive reposant sur des terrains portant sur des phénomènes émergents de consommation.

Cependant, parce que ce projet est vaste, nous avons choisi de **nous centrer sur les destinataires de la consommation (usagers, clients, citoyens) et leurs réceptions, actions, réactions, productions sociales dans leurs pratiques de consommation.**

Notons que, faisant le constat que le champ de la sociologie de la consommation est disparate et comportant une part importante de « praticiens » hors système public, nous souhaitons que ce numéro, en accord avec l'esprit de Sociologies Pratiques, reflète la diversité des positions des professionnels travaillant en sociologie de la consommation (chercheurs travaillant en cabinets d'études ou en indépendants, structures publiques et privées, jeunes chercheurs et chercheurs confirmés, chercheurs se définissant comme sociologues de la consommation ou

chercheurs intéressés par le sujet par d'autres biais, chercheurs d'autres disciplines travaillant sur la consommation, etc.).

Ainsi, dans une logique de compréhension de ce qu'est la consommation et ce qu'est le champ de la socio-anthropologie de la consommation, de nombreux autres champs de la sociologie et de l'anthropologie (mais aussi de l'histoire, de l'économie, etc.) peuvent être sollicités pour comprendre les phénomènes de consommation : famille, vie quotidienne, culture matérielle, environnement, énergie, marchés, nouvelles technologies, mouvements sociaux et groupes de pression, innovation, techniques, culture, alimentation, tourisme, etc.

Les chercheurs de ces champs sont les bienvenus pour éclairer les phénomènes de consommation et débattre de la notion.

## Propositions de thèmes à explorer

Pour ce numéro, nous proposons plusieurs thèmes qui nous semblent révélateurs de l'émergence de nouvelles formes de consommation, de nouvelles problématiques autour des phénomènes de consommation, de nouvelles définitions de la consommation. Nous les formulerons sous forme de questions sur les évolutions actuelles des phénomènes de consommation, cherchant les processus, les glissements, les déplacements de frontière, pour comprendre les phénomènes en émergence :

✓ La consommation marchande est-elle en extension, ou bien le processus **marchandisation/démarchandisation** se déplace-t-il plus qu'il ne développe l'un de ses termes et atrophie l'autre ? En particulier, existe-t-il actuellement des processus de démarchandisation qui viennent contrebalancer des processus de marchandisation ? Existe-t-il au contraire – ou en parallèle – de nouvelles marchandisations ? Qu'en est-il de l'usage du terme de consommation dans des domaines autrefois « préservés » (consommation de culture, consommateurs d'école, etc.) ? Quelle est la place de la gratuité dans nos sociétés ?

✓ Le rapport aux objets et à la consommation a-t-il évolué vers plus de **mobilité** (nomadisme) et de mouvement perpétuel (obsolescence programmée, nouveautés incessantes, etc.), voire d'éclatement des identités, ou continue-t-il d'être un facteur d'unité et d'identité sociale **stable** ?

✓ Le logement comme lieu primordial de la consommation (entendue comme usage) se construit-il par le « **stock** » des objets, ou devient-il actuellement un espace de gestion des **flux** (matériels et immatériels) ? Qu'est-ce que la consommation « virtuelle », à distance, modifie dans l'espace urbain et domestique ?

✓ Qu'en est-il de la frontière **public/privé**, dans des sociétés où les politiques publiques tentent de changer les comportements, en particulier les comportements de consommation (consommation durable, économies d'énergie, téléchargements, etc.) ?

✓ La consommation est-elle (ou reste-t-elle) une pratique **individuelle**, individualiste, ou de nouvelles modalités, plus **collectives**, voire politiques, émergent-elles (mouvements consuméristes, pratiques de boycott/buycott, *class actions*, etc.) ? Quelles sont leurs conditions d'émergence et leurs possibilités de développement ?

✓ La consommation reste-t-elle un analyseur des **rappports sociaux** entre groupes, que l'on observait traditionnellement par des mécanismes de différenciation et de consommation ostentatoire, ou la consommation de masse, la consommation ordinaire, participe-t-elle d'une **homogénéisation sociale** ? L'ostentation sociale ne serait-elle pas passée dans la « non-consommation » (zen, sobriété énergétique, mouvements de la Décroissance, etc.) ?

✓ La consommation est-elle **l'acte passif** et subi que souhaiteraient parfois les offreurs, ou est-elle une action, une **production sociale**, avec ses appropriations, ses détournements, ses recompositions, ses résistances ? Comment sont vécus par les consommateurs, usagers, les rapports de force construits par les marchés ? Ceux-ci ont-ils les moyens de modifier ces

rapports de force, voire l'offre, en devenant parties prenantes de la production (économies alternatives, consommateurs producteurs de leur énergie, systèmes d'échanges locaux, etc.) ?

✓ Qu'en est-il aujourd'hui du lien et de la tension entre **global et local** ? Existe-t-il (toujours ou de manière nouvelle) des consommations locales, correspondant à des identités spécifiques ? Ou existe-t-il une homogénéisation culturelle, révélée voire construite par les phénomènes de consommation (*McDonaldisation* du monde) ? En lien avec cette problématique, la notion de « société de consommation » peut-elle être transposée à toutes nos sociétés contemporaines, ou existe-t-il des différences de degrés, de niveaux, voire des sociétés n'entrant pas dans ce phénomène de société de consommation ?

Ces thèmes sont des propositions faites aux auteurs, mais peuvent être déconstruits, dépassés, critiqués, dans les propositions envoyées.

### **Format des propositions d'articles**

Les contributions devront contenir un terrain d'enquête, mais les articles développant à partir de terrains, des modélisations et des analyses théoriques poussées, sont les bienvenus.

Les articles peuvent être individuels ou collectifs, nous promovons la rédaction d'articles communs à plusieurs chercheurs (par exemple, plusieurs jeunes chercheurs d'un même laboratoire), pour une émergence de thèmes transversaux à partir de plusieurs terrains de recherche.

Dans un premier temps, les auteurs doivent envoyer une **intention d'article, d'une à deux pages (maximum)**, précisant la problématique de l'article, les thèmes développés, la méthodologie utilisée et le terrain analysé.

Les intentions doivent être envoyées par voie électronique à :

sp20@sociologies-pratiques.com

avant le **02 mars 2009**.

Une réponse de la revue sera donnée sur l'intention d'articles fin mars 2009.

L'acceptation de l'intention d'article ne présume pas de l'acceptation de l'article final qui est soumis au comité de lecture de la revue.

Pour information, les articles qui auront été sélectionnés devront être remis le 10 juin 2009 pour une publication en avril 2010.

Le format final des articles finaux ne devra pas excéder 27 000 caractères (espaces compris).

Un format plus court peut être proposé pour les praticiens qui souhaiteraient témoigner de leur pratiques.

### **Notes de lecture**

Des propositions de notes de lecture concernant des ouvrages de sociologie, anthropologie, histoire de la consommation, sont également bienvenues.

Dans un premier temps, il est demandé une déclaration d'intention avec la référence de l'ouvrage souhaité. Le comité de lecture, aux vues des propositions, sélectionnera les ouvrages et les auteurs des notes de lecture.

Les intentions de notes de lecture sont à envoyer à la même adresse et dans les mêmes délais que les intentions d'articles.

Plus d'informations sur la revue : [www.sociologies-pratiques.com](http://www.sociologies-pratiques.com)