

Place à la Culture

Making a Place for Culture

Viviana A. Zelizer



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/756>

DOI : [10.4000/interventionseconomiques.756](https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.756)

ISBN : 1710-7377

ISSN : 1710-7377

Éditeur

Association d'Économie Politique

Référence électronique

Viviana A. Zelizer, « Place à la Culture », *Revue Interventions économiques* [En ligne], 33 | 2006, mis en ligne le 01 avril 2006, consulté le 31 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/756> ; DOI : [10.4000/interventionseconomiques.756](https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.756)

Place à la Culture

Making a Place for Culture

Viviana A. Zelizer

NOTE DE L'AUTEUR

Cet article a été rédigé à partir de textes préparés pour la conférence *Toward a Sociology of Culture and Cognition*, tenue à la Rutgers University en novembre 1999 ; le bulletin de la section *Organizations, Occupations, and Work* de l'American Sociological Association, automne 1999 ; et le bulletin *European Economic Sociology Newsletter I*, juin 2000 : 1-16. Mes remerciements à Bernard Barber, Paul DiMaggio, Alexandra Kalev, Richard Swedberg, Charles Tilly et aux directeurs de la publication pour leurs commentaires et suggestions portant sur les versions préliminaires du présent article. Il s'agit ici d'une traduction de l'article paru dans : Guillén Mauro F., Randall Collins, Paula England et Marshall Meyer, dir. *The New Economic Sociology : Developments in an Emerging Field*. New York, Russell Sage Foundation, 2002 : 101-125.

Introduction

- 1 En juillet 1999, Hewlett-Packard étonnait le milieu des affaires en annonçant qu'une femme, Carleton Fiorina, devenait présidente et chef de la direction de l'entreprise. Troisième femme à prendre la tête d'une entreprise du *Fortune 500*, M^{me} Fiorina avait jusqu'alors œuvré chez AT&T et chez Lucent Technologies, la division équipement et recherche du conglomérat Bell. Chez Lucent, M^{me} Fiorina, désignée « la femme d'affaires la plus influente des États-Unis » par *Fortune* (CNN, 1998), s'était faite une renommée en introduisant des technologies innovatrices dans de nouveaux marchés. Commentant sa nomination, Mark Anderson, président de la firme de conseil *Technology Alliance Partners*, expliquait :

Hewlett Packard est fondée sur une culture de l'ingénierie et tend à réagir lentement. Carly a fait l'expérience des aspects néfastes de cette approche chez

AT&T, et chez Lucent elle a connu les avantages de la rapidité. Sa nomination n'a rien à voir avec la technologie ou la stratégie ; c'est essentiellement une question de culture (Lohr, 1999 : 6).

- 2 Le monde des affaires semble avoir découvert la culture. Deux sommités en la matière, Terrence Deal et Allan A. Kennedy, confirment que le terme « culture organisationnelle » est désormais « très largement accepté dans le milieu des affaires ». Ils soulignent que les dirigeants « accordent autant d'importance à la culture qu'à la stratégie dans la formulation d'un plan d'affaires. Certaines fusions sont écartées pour cause d'incompatibilité de cultures ; d'autres vont de l'avant parce que les cultures des partenaires en cause sont harmonisées ». Deal et Kennedy lancent un avertissement à leurs lecteurs du monde des affaires : « Quant aux gestionnaires que l'idée de culture rebute, qu'ils se le tiennent pour dit : au bout du compte, c'est la culture, et non les politiques et règlements officiels, qui dicte ce qu'il est possible ou non de faire » (Deal et Kennedy, 1999 : 1-40. Voir aussi Kotter et Heskett, 1992 ; Schein, 1999). Leur définition de la culture organisationnelle intègre des éléments aussi divers que l'histoire commune, les valeurs et croyances, les rituels de la vie d'entreprise, les anecdotes, les personnages héroïques ainsi qu'un réseau culturel alimenté par, selon leurs propres termes, les analystes du monde des affaires, les potineurs, les prêtres et prêtresses, les rumoristes et les espions.
- 3 Deal et Kennedy s'inscrivent dans une tendance établie depuis vingt ans en analyse des entreprises. Au début des années 1980, les dirigeants d'entreprise et les analystes se sont mis à considérer qu'une solide culture organisationnelle était un ingrédient vital du succès économique. À l'époque, des best-sellers comme *Le Prix de l'Excellence* de Peters et Waterman ont fait de l'élaboration d'une culture efficace une priorité pour les entreprises américaines.¹ Vingt ans plus tard, Amazon.com offrait au moins 75 livres dont le titre comportait les mots « culture d'entreprise » – et au total pas moins de 595 ouvrages sur le sujet. En 2000, de nombreux dirigeants d'entreprise considéraient la culture organisationnelle comme essentielle pour leur stratégie d'affaires.
- 4 La culture retient de plus en plus l'attention des économistes également, qu'on pense au livre *Accounting for Tastes* de Gary Becker, et au prix Nobel remporté par Amartya Sen (voir p. ex. Bowles, 1998 ; Greif, 1994 ; Klamer, 1996). Le thème des valeurs, observent Avner Ben-Ner et Louis Putterman, « s'insinue graduellement dans le discours économique » (1998 : 3). Selon eux, la culture, qu'ils réduisent grosso modo aux valeurs, peut s'intégrer aux modèles économiques de trois façons :

D'abord, nous avançons que l'ensemble des valeurs aide à déterminer le coût de fonctionnement de l'économie, et même les échanges économiques qui auront lieu. Ensuite, nous soulignons le fait que les valeurs sont susceptibles de jouer un rôle déterminant pour résoudre des impasses inhérentes à la théorie des interactions stratégiques – (dans le contexte de la théorie des jeux). Enfin, nous examinons le constat que la société contemporaine traverse une « crise des valeurs » (Ben-Ner et Putterman, 1998 :6).
- 5 Cette définition plutôt restreinte de la culture reflète les efforts déployés par les économistes pour garder au cœur de la théorie le principe d'un choix découlant d'un raisonnement utilitaire.
- 6 Hors du monde des affaires et de l'économie, de nombreux spécialistes des sciences sociales ont pris le « virage de la culture ».² Ce vent de changement a toutefois à peine effleuré la sociologie économique. Les spécialistes du domaine admettent généralement l'existence de la culture, sans pour autant l'intégrer utilement à leur travail d'analyse.

Comme le note Richard Swedberg (1997 : 168) dans son étude très respectée sur la « nouvelle sociologie économique », l'approche culturelle demeure « un point de vue minoritaire ». Nous entendons examiner ici les causes et les conséquences de ce manque d'intérêt.

- 7 Bien que certains sociologues aient intégré directement la culture à leur analyse des processus économiques, généralement, comme l'indique Paul DiMaggio (1994 : 27), les chercheurs sont « habitués à l'idée... que les relations économiques influent sur les idées, la perception du monde et les symboles. Que l'inverse soit vrai, c'est-à-dire que des influences culturelles façonnent les institutions économiques et la réalité des affaires, est moins bien compris » (voir aussi DiMaggio, 1990). Il n'en a pas toujours été ainsi. En effet, dans des classiques tels que *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, le lien entre changement économique et culture semblait représenter un élément important de la sociologie en général. D'ailleurs, si des chercheurs d'envergure comme l'économiste-sociologue Charles Horton Cooley ont fondé le département de sociologie de l'Université du Michigan, c'est avec la conviction que l'étude des interactions sociales était au cœur de problématiques propres à l'analyse économique (Yonay, 1998 : 52). Cooley soutient, par exemple, que :

Le marché [...] est une institution au même titre que l'État ou l'Église... En ce sens qu'il s'agit d'un système social vaste et complexe, enraciné dans le passé [...] et que bien qu'animé par des individus, à l'instar des autres institutions, il ne doit en aucun cas être étudié du seul point de vue de l'individu (Cooley, 1913 : 546).
- 8 Cooley insistait sur le fait que « Les coutumes sont depuis toujours un élément important du marché. Maintenant autant que par le passé, elles constituent la source principale des schèmes de pensée qui déterminent l'offre et la demande, et de ce fait, la valeur » (Cooley, 1913 : 544). Remplaçons le terme « coutumes » par « culture » ; ce que Cooley entend par institutions et coutumes se rapproche du sens que nous attribuons au mot culture dans le présent article : ensemble de conceptions partagées et leur incarnation dans des objets ou des pratiques.
- 9 Plus tard, Talcott Parsons et Neil Smelser (1956) ont tenté d'opérer une synthèse de l'économie et de la sociologie qui tiendrait compte de la culture. Leur modèle d'intégration sociale dépendait en bout de ligne de la prépondérance des valeurs culturelles. Le discours de Parsons et Smelser n'a cependant guère soulevé d'intérêt. Dans le recueil semi-officiel *Sociology Today* (Merton, Broom et Cottrell, 1959) publié trois ans après le traité de Parsons et Smelser, le seul article consacré à ce que l'on appellerait de nos jours un sujet économique est un texte d'Everett Hughes sur les métiers et professions. Il n'y est aucunement question de culture. Dans le reste de l'ouvrage, il est rarement fait mention de la culture, et lorsqu'on emploie le terme c'est presque exclusivement comme synonyme de « valeurs » ou pour décrire les différences entre individus. À cette époque, non seulement en analyse sociologique des processus économiques mais aussi en sociologie en général, l'intérêt explicite envers la culture était rare.
- 10 Il faudra attendre les années 1980 pour que les sociologues commencent à parler explicitement de « sociologie économique ». À ses débuts, désireuse d'entamer un dialogue avec les économistes, cette discipline a mis en sourdine la composante culturelle. Pourtant la culture ne cessait de s'insinuer dans ses analyses sous forme de normes, d'engagements, d'idéologies et de valeurs aux définitions floues.

- 11 Ironiquement, au même moment un autre groupe de sociologues créait la « sociologie culturelle », sous-domaine consacré à l'étude des significations, représentations, symboles, pratiques et croyances. Contrairement à leurs collègues de la sociologie économique, les sociologues culturels se sont délibérément écartés des interprétations rationalistes et économiques. Pourtant, en s'intéressant à des sujets à saveur empirique comme la consommation et les arts, ils ne pouvaient que lorgner dans la cour du voisin.
- 12 Le temps est venu de mettre fin à cette ségrégation teintée d'attirance entre la culture et la sociologie économique. Un rapprochement sera avantageux pour les deux parties : l'étude de la culture y trouvera une analyse plus systématique de la place de la culture au sein des processus organisationnels, tandis que la sociologie économique gagnera à reconnaître la culture comme élément constitutif des échanges économiques. Les spécialistes de ce que Diana Crane (1994 : 2) appelle les nouvelles « sociologies de la culture » pourront raffiner leurs instruments d'analyse en s'engageant sur le terrain apparemment sans relief de la vie économique. Les chercheurs en sociologie économique tireront profit d'un élargissement de leur champ d'étude aux secteurs de l'activité économique qu'ils ont négligés, mais qui ont été abondamment étudiés par les analystes de la culture. L'échange sera mutuellement bénéfique.³
- 13 Dans le présent article, nous prônons l'intégration des aspects culturels au cadre de la sociologie économique, pour les raisons suivantes :
- En tant que science, l'économie fonde ses interprétations principalement sur le mécanisme du choix individuel conditionné par des contraintes. En conséquence, la pensée dominante en économie soit exclut la culture comme cause des comportements économiques, soit la réduit à un aspect ou à un déterminant des préférences individuelles.
 - Désireux d'amorcer un dialogue avec les économistes et de les intéresser à leur approche, les sociologues économiques ont généralement accepté cette démarche explicative, tout en espérant élargir le choix des sujets d'étude et des types d'explications possibles.
 - Cette attitude a donné naissance à trois stratégies interprétatives en sociologie économique : a) l'extension de modèles essentiellement économiques à des sujets jugés non essentiels par les économistes ; b) l'élaboration d'un contexte pour les décisions individuelles conditionnées par des contraintes ; c) la recherche de descriptions et d'explications alternatives des phénomènes économiques, qui remet en cause la prédominance du paradigme de la décision individuelle conditionnée par des contraintes. Cette dernière stratégie occupe une place marginale en sociologie économique conventionnelle.
 - Pour ces raisons et d'autres encore, un important écart s'est creusé entre a) les analyses des sociologues économiques portant sur des phénomènes clairement circonscrits au champ d'étude normal des économistes – celui des entreprises et des marchés, et b) les analyses culturelles de phénomènes relevant également de l'économie (p. ex. le travail domestique, les milieux ethniques et l'économie sexuelle) mais non habituellement abordés par les économistes. En général, les sociologues économiques ne reconnaissent pas ces analyses culturelles comme appartenant à leur discipline.
 - Les études existantes d'activités économiques portant sur la sexospécificité ou sur la consommation sont des exemples frappants de cette ségrégation.
 - Ces mêmes études illustrent la possibilité d'intégrer les analyses culturelles et économiques, à condition que les sociologues économiques adoptent une démarche explicative vraiment originale ou complémentaire plutôt que de s'en tenir au dogme central du choix individuel conditionné par des contraintes.

- Un tel effort pourrait enrichir, plutôt qu'appauvrir, les échanges entre l'économie et la sociologie.

14 Après avoir examiné la nature du malaise de la sociologie économique à l'égard de la culture et en avoir expliqué les causes, nous proposerons des moyens d'intégrer plus directement la culture à l'analyse des phénomènes économiques. Nous entreprendrons en particulier de faire le lien entre deux thèmes de prédilection de l'analyse culturelle – la sexospécificité et la consommation – et les problématiques centrales de la sociologie économique. Rappelons que, pour les besoins du présent article, nous entendons par culture un *ensemble de conceptions partagées et leur incarnation dans des objets ou des pratiques*. Évidemment, une telle définition ne manquera pas de susciter des objections chez les théoriciens qui voient dans la culture une caractéristique de la conscience individuelle ou un univers autonome. Notre définition présente néanmoins deux avantages importants : une relative observabilité et un lien vraisemblable avec les processus économiques.

La place de la culture dans la vie économique

15 Que ce soit en démontrant l'« encastrément » des activités économiques au sein des structures institutionnelles, en retraçant l'enracinement de l'action économique dans les réseaux sociaux ou en analysant l'organisation sociale des marchés, la discipline de la « sociologie économique » a vigoureusement ébranlé quelques-uns des grands principes des modèles économiques traditionnels. C'est ainsi que les sociologues économiques ont soutenu de manière convaincante que les marchés économiques prétendument transparents et efficaces reposent tout autant sur les liens sociaux et sur leurs implications que les bazars ou les économies informelles. Pourtant, peut-être par souci de maintenir le dialogue avec les économistes, les sociologues économiques s'accrochent encore souvent aux préceptes économiques traditionnels (pour une corroboration de l'importance du dialogue avec les économistes, voir l'entrevue de Granovetter dans Swedberg, 1999 : 10). Leur grille explicative repose sur le choix individuel conditionné par des contraintes, et relègue la culture à un rôle marginal en tant qu'élément causal négligeable ou que simple déterminant des préférences.

16 C'est donc avec réticence que les sociologues économiques du courant dominant ont intégré la culture à leurs analyses, sans trop savoir à quoi elle pouvait servir. En 1981, Mark Granovetter différenciait explicitement les préoccupations de structures et de processus, centrales à la sociologie de son temps, par rapport à la place importante faite aux valeurs dans la sociologie de Parsons, d'une génération antérieure. « Les sociologues, affirmait-il, accordent beaucoup plus d'importance à la structure sociale, aux flux d'information, aux courants d'influences, aux réseaux sociaux et à l'exercice du pouvoir. » (Granovetter, 1981 : 37). Dans une entrevue réalisée par Richard Swedberg en 1999, Granovetter évoque le souvenir suivant :

D'autres étudiants des cycles supérieurs et moi-même, qui travaillions avec Harrison White dans les années 1960, étions en rébellion contre le cadre conceptuel dominant de Talcott Parsons, qui à nos yeux relevait plutôt d'une taxinomie minutieuse et n'accordait pas assez d'importance aux relations sociales concrètes et aux réseaux de relations. Je crois que nous avons en quelque sorte surréagi à ce paradigme très abstrait, à cause d'un manque d'intérêt marqué pour la culture ou les mentalités.

- 17 Toutefois, au cours de la même entrevue, Granovetter mentionne un intérêt croissant de sa part pour l'analyse culturelle et sémiotique.⁴
- 18 Généralement, la sociologie économique adopte l'une des trois approches suivantes : l'*extension*, la *mise en contexte* ou l'*analyse alternative*. Elles se démarquent de celle de l'économie sur deux plans : leur distance par rapport à la grille explicative de l'économie traditionnelle et par rapport aux sujets d'étude traditionnels en économie. L'approche par *extension* consiste à appliquer les modèles d'analyse traditionnels en économie à des phénomènes que les économistes n'ont pas étudiés en profondeur ou de manière convaincante, comme le comportement des ménages ou le recrutement au sein des groupes religieux. Dans *Handbook of Economic Sociology*, par exemple, James Coleman (1994) propose un large éventail de sujets d'analyse en matière de choix rationnel à composante économique couvrant une plage considérable de l'expérience sociale (pour des exemples de travaux accomplis dans ce sens, voir Brinton et Nee, 1998).
- 19 L'approche par *mise en contexte* met l'accent sur les caractéristiques de l'organisation sociale qui ont pour effet de faciliter ou de contraindre l'activité économique. S'inspirant de Karl Polanyi, et dans la foulée de Mark Granovetter, les tenants de cette approche parlent souvent de l'« encastrement » des phénomènes économiques dans les processus sociaux, en référant volontiers à la structure organisationnelle et aux réseaux interpersonnels. Les objets d'analyse sont généralement les entreprises et les diverses formes de marchés. Comme l'indique Mark Granovetter :
- Ce que j'entends par « encastrement », c'est que l'activité économique des individus tout autant que les schémas économiques plus globaux, comme l'établissement des prix et les institutions économiques, subissent fortement l'influence des réseaux de relations sociales. Je crois qu'en ce qui concerne l'activité économique individuelle, l'encastrement des individus dans des réseaux de relations sociales est extrêmement important dans la plupart des contextes, et les arguments des économistes en tiennent rarement compte (Granovetter et Swedberg, 1992 :100 ; pour un énoncé plus récent allant dans le même sens, voir Granovetter, 1999 : 161-162 ; voir aussi Callon, 1998 : 10-11 ; Carruthers et Uzzi, 2000).
- 20 Dans la troisième approche, celle de l'*analyse alternative*, les sociologues construisent des modèles tout à fait différents des échanges économiques. Nourries par diverses combinaisons d'analyses culturelle, structurelle ou relationnelle, ces analyses alternatives sont nécessairement plus variées (et se contredisent entre elles plus souvent) que les analyses faites à partir des deux autres approches. Plutôt que d'élargir l'analyse économique ou de compléter ou corriger le champ de l'analyse économique en y ajoutant des éléments jusque-là négligés, le présent article cherche à mettre en lumière le fait que dans tous les secteurs de la vie économique les individus créent, nourrissent, symbolisent et transforment des relations sociales significatives. Il en résulte que le champ d'étude de l'économie, au-delà des entreprises et des marchés, s'étend aussi aux ménages, aux réseaux d'immigrants, aux économies informelles, aux transferts d'assistance sociale et aux dons d'organes.
- 21 Les deux premières approches mentionnées – l'extension et la mise en contexte – occupent une place prédominante dans ce qu'il est convenu d'appeler « la nouvelle sociologie économique ». D'où une coexistence difficile entre les tenants de l'approche alternative et les autres sociologues économiques. C'est ainsi que des chercheurs tels que Harrison White ou Charles Smith apparaissent comme marginaux. Le Britannique Geoffrey Ingham (1996 : 561), observateur prudent, indique même : « Smith et White sont tous deux des acteurs marginaux ; toutefois, peut-être une telle approche pourra-t-elle

- conduire à une refonte de l'orientation intellectuelle en sociologie économique préconisée par la "nouvelle sociologie économique" » (Pour une critique allant dans le même sens, voir Callon, 1998). Du point de vue de la nouvelle sociologie économique, mon propre travail occupe évidemment une position périphérique lui aussi.
- 22 Cette périphérie est du reste le siège de beaucoup de recherches intéressantes. Une étude exhaustive des approches alternatives comprendrait notamment les travaux exceptionnels de Mitchell Abolafia (1996, 1998), Richard Biernacki (1995), Nicole Woolsey Biggart (1989), Bruce Carruthers (1996), Frank Dobbin (1994), Michel Callon (1998), Wendy Espeland (1998) et Calvin Morrill (1995). Toutefois, le but de cet article n'est pas de recenser l'ensemble de la littérature sur le sujet, mais plutôt d'identifier les difficultés que présente l'intégration de l'analyse culturelle à l'étude des phénomènes économiques.
- 23 Bien qu'il soit utile de distinguer les trois approches susmentionnées, il faut se garder d'exagérer l'imperméabilité des frontières qui les séparent. Ainsi, dans l'histoire récente de la sociologie, les tentatives d'élaboration de contextes pour l'analyse économique – par exemple l'étude des économies informelles et des inégalités en fonction des sexes – se sont souvent transformées en approches alternatives par rapport aux analyses économiques traditionnelles.⁵ Il ne faudrait pas croire non plus que les économistes, de leur côté, campent tout bonnement sur leurs positions. Des économistes institutionnels ont engagé un dialogue sérieux avec les sociologues économiques des trois approches.
- 24 Comment la culture est-elle intégrée aux approches de l'*extension*, de la *mise en contexte* et de l'*analyse alternative* ? Fidèles aux explications étroites des économistes, les tenants de l'extension rangent la culture parmi les préférences, ce qui revient à en faire un élément exogène à l'activité économique proprement dite. Les théoriciens de la mise en contexte, quant à eux, considèrent la culture comme une autre composante ou contrainte des processus économiques. Dans les deux cas, les sociologues économiques tiennent la problématique culturelle et ses complexités à distance respectable.
- 25 L'approche alternative s'attaque au difficile défi de situer la culture (ensemble de conceptions communes et leur incarnation dans des objets et des pratiques) dans le tissu des relations sociales que nous qualifions d'économiques, et de l'intégrer ensuite à l'interprétation des phénomènes économiques. En traitant la culture comme une composante dynamique et véritablement constitutive des processus économiques plutôt que comme une simple contrainte, l'approche alternative opère une transition du contexte au contenu. Par exemple, plutôt que de traiter « le marché » comme un objet autonome, les analyses alternatives du marché en dégagent les variantes puis identifient les visions communes présentes dans chaque marché, visions communes à la base de l'existence même de l'activité des marchés.
- 26 Ce faisant, les analystes de la culture s'exposent à verser dans le réductionnisme culturel. Il ne suffit pas d'insister sur le fait que la culture est omniprésente ou de réduire les échanges économiques à de simples expressions de sens, de valeurs ou de règles. Le défi consiste à identifier la place qu'occupent des significations et des relations sociales variables au sein d'échanges économiques présentés comme rationnels.
- 27 Une telle opération s'avère malcommode pour la sociologie économique. La difficulté trouve sa source dans une stratégie intellectuelle dûment observée, c'est-à-dire l'acceptation générale par les sociologues économiques de la démarche explicative des économistes. Cette stratégie a eu deux effets nuisibles à l'intégration de la culture : d'une part, le fort accent mis sur les conditions qui infléchissent les choix en situation de

contraintes ; d'autre part, l'attention excessive accordée aux objets d'analyse économique traditionnels les plus importants tels que les entreprises et les marchés. Cette étroite dépendance envers la façon de voir en économie a mené la sociologie économique dominante à exclure la plupart des champs d'étude où se pratiquait une analyse culturelle en profondeur ces dernières années. L'étude des inégalités, qui occupe étonnamment peu de place dans la sociologie économique actuelle, constitue un exemple frappant de ce genre d'omission. Et à l'intérieur du thème de l'inégalité, l'omission la plus saisissante est sans doute celle de la sexospécificité.

Le thème de la sexospécificité

- 28 Les chercheurs féministes ont dénoncé, non sans raison, le peu de place faite à leurs préoccupations par la sociologie économique traditionnelle. Comme l'observent Ruth Milkman et Eleanor Townsley (1994 : 614) :

La sociologie économique en tant que discipline n'est pas encore vraiment sensibilisée à la dimension sexospécifique de la vie économique. La récente vague d'intérêt pour le concept d'encastrement de Polanyi, qui a pourtant des implications évidentes sur le plan de la sexospécificité, n'a pas encore convaincu les sociologues économiques de consentir un effort sérieux pour intégrer cette dimension à leurs analyses. La recherche centrée sur ce thème, bien qu'abondante, reste essentiellement cantonnée dans un ghetto, à l'écart du courant dominant..

- 29 Il en résulte que les différences en fonction des sexes sont vues comme un attribut supplémentaire des acteurs économiques individuels plutôt que comme un principe structurant de la vie économique. D'ailleurs, des économistes féministes endossent ce point de vue. Depuis la fin des années 1980, un groupe de chercheurs mène une campagne énergique contre les modèles économiques et méthodologies traditionnels empreints de préjugés sexistes. Avec plus de vigueur que leurs collègues sociologues, les économistes féministes, par le truchement d'une organisation et d'un journal (*Feminist Economics*) qui leur sont propres, se livrent à une critique audacieuse des grands dogmes de l'économie. Julie Nelson (1998 : 36), une des figures de proue de ce mouvement, affirme que les économistes « fondent leur analyse exclusivement sur l'individualité, l'autonomie et la capacité d'agir de l'acteur économique, ignorant les composantes sociale et physique ainsi que les antécédents familiaux et les responsabilités des êtres humains en question, ainsi que l'existence possible de relations de contrôle ou de coercition ».⁶

- 30 En sociologie économique, l'exclusion de la sexospécificité comme objet d'analyse a eu un effet marqué sur le recrutement au sein de la discipline. Dans le cadre d'une étude menée à la fin des années 1980, Richard Swedberg (1990) interviewait 17 économistes et sociologues de premier plan sur leurs intérêts communs ; les interviewés étaient tous des hommes. Ce ratio n'a pas tellement évolué pendant la dernière décennie. Par exemple :

- le recueil le plus important dans le domaine, *The Sociology of Economic Life* (1992), qui rassemble 15 articles portant sur ce que les deux directeurs (Mark Granovetter et Richard Swedberg) appellent « les travaux les plus intéressants en sociologie économique contemporaine et dans les disciplines connexes », ne compte que deux auteurs féminins ;
- des 45 auteurs qui figurent dans l'ouvrage de Neil Smelser et Richard Swedberg (1994), *Handbook of Economic Sociology*, neuf seulement sont des femmes ;
- des 34 sociologues économiques identifiés par Swedberg (1997) comme des « personnes-clés » dans le domaine, quatre seulement sont des femmes.

- 31 Même déséquilibre quant à l'enseignement en sociologie économique : seulement deux des 22 programmes de cours publiés par l'American Sociological Association sont l'œuvre de femmes (Green et Myhre, 1996). À l'inverse, les 10 contributions contenues dans la récente édition de *Gender and Work* proviennent toutes de femmes (Winfield, 1999).
- 32 Il ne faudrait pas croire que ce phénomène soit confiné aux États-Unis ; un déséquilibre semblable existe chez les sociologues économiques d'Europe. Le recueil de textes colligés par le sociologue économique français Michel Callon (1998), par exemple, regroupe 12 auteurs, dont une seule femme. Dans les deux premiers numéros du bulletin *European Electronic Newsletter*, tous les articles sur la sociologie économique étaient signés par des hommes. Les sociétés savantes et les conférences nous fournissent d'autres exemples : on constate que la plupart des membres et des conférenciers du groupe de sociologie économique de la European Sociological Association sont des hommes (Richard Swedberg, communication personnelle, août 1999).
- 33 Quelques précisions s'imposent ici. Nous ne voulons en aucune façon prétendre que la sexospécificité soit en elle-même un phénomène de nature plus culturelle que, disons, les marchés ou l'argent ; qu'instinctivement, les femmes s'intéressent plus à l'aspect culturel que les hommes ; ou même que les sociologues économiques masculins tiennent délibérément les femmes à l'écart de leurs discussions. Cette division du travail selon les sexes serait plutôt un sous-produit d'une spécialisation selon les sujets d'étude. Les chercheurs qui s'intéressent à la sexospécificité sont a) majoritairement des femmes, b) plus franchement intéressés à la culture que la majorité des sociologues économiques, et c) plus susceptibles de s'identifier à d'autres spécialités que la sociologie économique. De nombreux chercheurs s'intéressent à la sexospécificité dans les processus économiques. La majorité d'entre eux sont des femmes. Ce qu'il importe de souligner, c'est que la plupart d'entre eux poursuivent leurs recherches hors des frontières de la sociologie économique telles que définies par ceux qui y œuvrent. En conséquence, leurs recherches influent moins sur les modèles dominants de la sociologie économique que si leur participation à une entreprise commune était reconnue.
- 34 Pourquoi ce thème devrait-il nous intéresser ? Que peut apporter la sexospécificité à la sociologie économique ? Premièrement, un élargissement des définitions de l'activité économique. Généralement, la sociologie économique concentre son analyse de l'économie sur la production et les marchés ; un large éventail d'autres processus économiques où les femmes occupent une place dominante, surtout les activités économiques non liées au marché, restent en marge. Deuxièmement, la sexospécificité remet en cause le présupposé d'une fonction d'utilité indifférenciée dans des unités, comme les ménages, qui sont dans les faits soumises à des différences selon le sexe. Troisièmement, le thème de la sexospécificité amène à soulever des questions plus générales sur la différenciation par catégories – non seulement le sexe, mais aussi la race ou l'origine ethnique – dans les processus économiques. Ces facteurs présentent pour les activités organisationnelles des obstacles que ne peuvent expliquer les modèles asexués et axés sur l'efficacité. Quatrièmement, la présence de la sexospécificité dans l'analyse amplifie l'importance des phénomènes sociaux en jeu dans des échanges présentés comme purement économiques. Alors que l'analyse économique postule l'importance exclusive des intérêts et des ressources, l'introduction de la sexospécificité nous permet plutôt de voir comment les gens créent, maintiennent et transforment les relations sociales.

- 35 Évidemment, il existe parmi les tenants de la sexospécificité des différences marquées quant à l'importance qu'ils accordent à la culture. Les spécialistes des inégalités entre les sexes en matière d'embauche et de rémunération, par exemple, ont généralement une vision étroite de la culture ; ils la réduisent à un attribut individuel générateur de discrimination. Par contre, ceux qui s'intéressent aux différences selon le sexe dans la vie au travail et le fonctionnement des organisations se réfèrent généralement à des définitions plus étoffées de la culture ; pour eux, les conceptions partagées constituent le principe directeur des pratiques existantes.⁷
- 36 Christine Williams (1995 : 9), par exemple, propose une théorie des « organisations sexuées » ; elle soutient que « les croyances culturelles sur la masculinité et la féminité font partie intégrante de la structure du monde du travail ». « La hiérarchie au sein de l'organisation, les descriptions de poste et les pratiques informelles en milieu de travail, poursuit-elle, renferment des présupposés profondément ancrés sur le sexe et les caractéristiques déterminées par le sexe chez les travailleurs » (Williams, 1995 :9). Dans ses recherches sur les hommes exerçant des métiers traditionnellement féminins, elle observe régulièrement des attentes quant à des différences selon le sexe ou des résistances face aux propos des hommes qui disent aimer leur métier. À titre d'exemple, les hommes éducateurs en garderie ou bibliothécaires spécialisés dans les livres pour enfants font état de pressions à peine voilées de la part de leur supérieur pour qu'ils accèdent à des fonctions « plus convenables pour un homme ».
- 37 Même l'ouvrage innovateur de Rosabeth Moss Kanter (1977), *Men and Women of the Corporation*, renferme des exemples d'attentes de comportements sexospécifiques d'origine culturelle. Tout en insistant avec force sur la priorité de la position de l'individu dans la structure pour expliquer les modèles organisationnels sexospécifiques, M^{me} Kanter souligne toutefois que les femmes gestionnaires se retrouvent classées en quatre catégories inspirées de stéréotypes culturels traditionnels : mère, séductrice, courtisane et dame de fer (Kanter, 1977 : 233-236).
- 38 L'intégration des variables sexe, culture et processus économique nous amènera beaucoup plus loin dans notre réflexion. Deux défis de taille se présentent à nous. Le premier consiste à examiner comment la catégorisation en fonction du sexe et son évolution influent sur la production, la consommation, la distribution et les activités financières. La ségrégation sexuelle en milieu de travail nous fournit les exemples les mieux documentés, mais on retrouve le même genre de catégorisation dans les ménages, l'économie informelle et les échanges économiques (voir p. ex. Zelizer, 1994). La ségrégation catégorielle dans les activités économiques ainsi que le maintien des frontières entre catégories exigent tous deux des efforts sociaux importants, lesquels deviennent partie intégrante du processus économique. Que se passe-t-il exactement ? Quelles sont les conséquences pour l'organisation de la production, pour l'efficacité ou pour l'innovation technologique ? Des réponses probantes concernant les différences selon le sexe nous aideront à comprendre les mécanismes de catégorisation selon la race, l'origine ethnique, l'âge ou la classe sociale d'origine.⁸
- 39 Le second défi est plus subtil et plus déconcertant. Il s'agit de déterminer quelles différences sur le plan de la culture (ensemble de conceptions communes et leur incarnation dans des objets ou des pratiques) caractérisent les hommes et les femmes dans divers contextes, puis d'examiner les effets de ces différences sur la production, la consommation, la distribution et les échanges financiers. La littérature féministe abonde en affirmations contradictoires sur ce sujet, mais nous ne pourrions identifier les relations

causales valides qu'à la faveur d'une étroite collaboration entre les sociologues économiques, les spécialistes de la sexospécificité et les chercheurs du domaine de la culture.

- 40 Comment pouvons-nous accéder à une connaissance plus approfondie de la culture dans les processus économiques ? Chaque secteur de l'activité économique propose ses propres définitions de la culture. Une intégration complète de la culture nous amènerait donc à examiner de nombreux objets d'étude tels que le marché du travail, la finance, les entreprises, les industries, les économies informelles et les économies du bien-être. Toutefois, par souci de clarté, nous nous concentrerons ici sur la consommation.

La consommation

- 41 Pourquoi s'intéresser à la consommation ? Parce qu'il s'agit d'un secteur crucial de l'activité économique, présentant pour les économistes un intérêt bien établi quoique secondaire, mais en général délaissé par les sociologues économiques.⁹ Dans le cadre de la sociologie économique telle qu'elle se définit elle-même, les recherches explicites sur la consommation sont moins abondantes que celles qui portent sur la production (voir Frenzen, Hirsch et Zerrillo, 1994). Certes, depuis un demi-siècle les sociologues et les économistes collaborent à des études sur les dépenses et les comportements de consommation, une orientation qui a nettement influé sur l'étude des marchés. Mais cette concentration excluait plusieurs aspects comme la dynamique familiale de la consommation et les liens sociaux entre consommateurs. De leur côté, les sociologues lient la consommation à l'inégalité et à la position sociale. Règle générale, ces études sociologiques ont été menées hors des cadres conventionnels de la sociologie économique.
- 42 Les études les mieux documentées décrivent l'acquisition de biens comme autant de marqueurs culturels de la position sociale ; Thorstein Veblen (1953 [1899]) aborde le phénomène sous l'angle de la « consommation ostentatoire » et Pierre Bourdieu (1984) sous celui de la formation du « capital culturel ». ¹⁰ Les recherches sur l'inégalité et la consommation préservent au moins un lien distant avec la sociologie économique en tant que telle ; sans être au centre de ses préoccupations, elles sont du moins reconnues comme un secteur connexe. En dehors de la sociologie économique sous sa forme actuelle, les études sur la consommation sont particulièrement fragmentées et sont reprises par diverses spécialités de la sociologie comme éléments d'autres recherches ; de plus, toute une littérature sur la consommation se développe bien à l'écart des courants dominants de la sociologie en Amérique du Nord.
- 43 À l'intérieur du cadre de la sociologie, d'autres aspects de la consommation sont devenus principalement le domaine de compétence des spécialistes de la famille, des classes sociales, de la sexospécificité, de l'ethnicité, de la race, de la religion, des collectivités, des arts et de la culture populaire. La proposition récente de former au sein de l'American Sociological Association un réseau sur la sociologie des consommateurs, des biens consommés et de la consommation témoigne donc de l'existence d'une collectivité de chercheurs très différente de celle des sociologues économiques établis (Cook, 1999, voir aussi Ritzer, 1999).
- 44 De plus, des efforts importants ont été investis dans des recherches sur la consommation à l'extérieur des cadres de la sociologie nord-américaine. Depuis deux décennies, les

anthropologues, historiens et spécialistes des études culturelles font de la consommation une priorité de recherche. Cette florissante littérature interdisciplinaire met fortement l'accent sur les aspects culturels de la consommation, par des recherches sur les origines et les causes de la culture de consommation, la signification des biens consommés, les habitudes d'achat, la publicité, le crédit et le marketing ; elle porte une attention particulière à la sexospécificité, mais aussi aux différences selon la race, l'origine ethnique et la classe sociale.¹¹ Il se trouve que les sociologues britanniques – contrairement à leurs collègues des États-Unis – se sont intéressés de près à ces recherches.¹² Néanmoins, la sociologie britannique de la consommation n'entretient pas de lien avec la sociologie économique, même telle que pratiquée en Grande-Bretagne.

- 45 Exception partielle à cet isolement entre les études sur la consommation et la sociologie économique : l'analyse des collectivités d'immigrants. Elle n'est que partielle puisque les sociologues économiques qui étudient ces phénomènes ont eux-mêmes mis l'accent sur la production. Toutefois, les sociologues, les anthropologues et les historiens ont remarqué à maintes reprises une interaction dynamique entre les nouveaux groupes de consommateurs, les entrepreneurs d'origine ethnique, l'évolution des goûts, les praticiens du marketing actif et les producteurs qui découvrent que les produits grand public ont peu de succès dans ce qu'on appelle les « créneaux de consommation ».¹³
- 46 Prenons l'exemple de Miami. Alejandro Portes et Alex Stepick (1993) démontrent que les collectivités cubaines et nicaraguayennes y créent leurs propres économies parallèles, vendent des produits de leur pays d'origine et, ce faisant, donnent de nouvelles formes à la culture immigrante. Comme l'indiquent Portes et Stepick (1993 : 145), « les nouveaux réfugiés stimulent la demande de produits à caractère culturel... que seules les entreprises de leur ethnie peuvent leur fournir ». Ils citent le cas des Nicaraguayens qui, dans leur pays d'origine, achetaient des vêtements européens ou américains, mais qui adoptent désormais avec ostentation des produits indigènes vendus dans les boutiques nicaraguayennes de Miami. Les *cotonas*, par exemple, ces chemises de coton portées surtout par les autochtones du Nicaragua, sont récemment devenues à la mode. Loin du pays, expliquent Portes et Stepick, de telles marchandises acquièrent une « nouvelle signification symbolique » et servent à distinguer les Nicaraguayens des Américains autant que des Cubains (Portes et Stepick, 1993 :169).
- 47 Par ailleurs, tous profiteraient grandement d'un pont jeté entre ces deux univers de recherche universitaire. Les sociologues économiques pourraient non seulement commencer à s'intéresser de plus près aux marchés de consommation mais aussi, de manière plus générale, se familiariser avec la place qu'occupent dans la vie économique les significations et les pratiques partagées ; de leur côté, les spécialistes « culturels » de la consommation pourraient intégrer leurs descriptions détaillées des significations à une compréhension plus fine des modes de fonctionnement des marchés en tant que structures sociales. Comme c'est le cas pour les rapports sociaux entre les sexes, une attention systématique à la consommation comme processus économique élargit les définitions de l'activité économique, remet en question l'attribution aux unités sociales de fonctions d'utilité simples liées à des facteurs exogènes, attire l'attention sur la différenciation par catégorie et intègre de façon explicite à l'analyse économique la création, le maintien et la transformation des liens sociaux.
- 48 Nous allons maintenant nous pencher sur deux questions controversées mais potentiellement éclairantes relatives à la consommation. L'une porte sur les variations dans l'organisation et le fonctionnement des différents types de marchés de

consommation, l'autre sur les conséquences de la participation à ces marchés. Comme c'est généralement le cas pour les études de marché, l'éventail des positions existantes concernant les variations dans les marchés va de l'opinion que tous les marchés de consommation sont essentiellement les mêmes, à celle, opposée, selon laquelle chaque combinaison de produit, de consommateurs, de producteurs et d'environnement social engendre une forme de marché distincte.

- 49 Les analystes de la culture peuvent apporter au débat deux éclairages importants : premièrement en comparant la manière dont les conceptions partagées forment, modifient et conditionnent les échanges selon les types de marchés de consommation ; deuxièmement, en analysant comment les producteurs, les distributeurs et les consommateurs interagissent réellement dans le cadre de conceptions partagées. L'étude des collectivités transnationales, par exemple, permet d'atteindre ce double but : il s'agit d'une excellente occasion d'observer comment les membres de différents groupes d'immigrants transnationaux varient et évoluent le long d'un continuum allant de l'importation de marchandises (nourriture, vêtements, etc.) destinées exclusivement à leur propre communauté jusqu'à la commercialisation d'un « look » ethnique susceptible de plaire au consommateur local en général. Par exemple, Guarnizo, Sanchez et Roach (1999) observent les différences entre les commerces exploités par des immigrants colombiens à New York et à Los Angeles. À New York, l'éventail va des commerces visant d'abord les immigrants colombiens (restaurants, boutiques de vêtements, épiceries et boulangeries) aux services tels que les agences de voyage, les transferts d'argent et la téléphonie internationale s'adressant à tous les immigrants hispanophones. À Los Angeles, par contre, sauf pour les services liés à l'alimentation, les commerces des Colombiens n'exploitent généralement pas la filière ethnique et peuvent intéresser d'autres groupes ethniques. Tout à fait à l'opposé commercial de notre continuum des marchés de consommation, on trouve un cas remarquable, celui des marchands d'Otavala au nord de l'Équateur qui, comme le montre David Kyle (1999), ont connu un succès exceptionnel en vendant des objets d'artisanat bon marché de leur région ou d'ailleurs en Amérique latine à des consommateurs non équatoriens en Europe, en Amérique du Nord et en Asie.
- 50 Quant aux conséquences de la consommation, les positions extrêmes vont de l'idée que les consommateurs sont tout à fait passifs, « sans défense » pour employer l'expression de Michael Schudson (1984 : 160 ; voir aussi Schudson, 1991), à celle selon laquelle le consommateur est actif, qu'il crée et modèle les échanges marchands. (Voir Ritzer, 1996 pour un exemple de la première position énoncée ; pour un exemple de la seconde, voir Cohen, 1986, 1990). Relativement à l'une des positions extrêmes précitées, la passivité du consommateur, l'anthropologue Daniel Miller (1995 : 21-28) fait ressortir quatre mythes présents dans les études culturalistes sur la consommation :
- Premier mythe – La consommation de masse entraîne une homogénéisation globale, ou encore une hétérogénéisation globale.
 - Deuxième mythe – La consommation s'oppose à la socialité.
 - Troisième mythe – La consommation s'oppose à l'authenticité.
 - Quatrième mythe – La consommation produit des formes particulières d'êtres sociaux.
- 51 Bon nombre d'analystes de la culture ont accepté un ou plusieurs de ces mythes sans étude suffisante des processus sociaux réels dans lesquels s'insère la consommation (voir Watson, 1997 ; Zelizer, 1999). De vastes perspectives s'ouvrent à la recherche. À long terme, les travaux sur les effets que produisent les différents types de consommation sur

ceux qui les pratiquent, et sur la manière dont ces effets sont produits, exigeront de la part des sociologues économiques une révision de l'approche courante consistant à réduire les consommateurs à des schémas de préférence désincarnés.

- 52 La sexospécificité et la consommation ne sont pas les seuls sujets à être restés en marge. Parmi les autres processus économiques qui ont été étudiés sous l'angle culturel mais qui n'ont pas vraiment retenu l'attention de la sociologie économique, on compte les ménages, l'économie du cadeau et l'économie sexuelle. Ce qui nous amène à un problème plus général. Globalement, les sociologues économiques, dans leur attachement à la vision traditionnelle en économie, ont exclu les processus culturels de leur analyse. De même, les chercheurs qui s'intéressent aux processus culturels n'ont pas engagé le dialogue avec les sociologues économiques, même dans leurs études des organisations et des échanges économiques.
- 53 En guise d'illustration, prenons le cas des cadeaux. Dans cet exemple, on remarque une convergence des traitements généralement associés à la sexospécificité et à la consommation, puisque les analystes excluent non seulement de façon générale les cadeaux de l'univers des véritables échanges économiques, mais relèguent aussi les échanges de cadeaux à un monde de consommation féminisé ou à celui, encore plus distant, des peuples primitifs (voir p. ex. Akerlof, 1982 ; Cheal, 1988 ; Davis, 1992 pour des exceptions).

Conclusion

- 54 Deux des domaines de spécialité les plus influents de la sociologie – la culture et la sociologie économique – sont ainsi à l'aube d'une confrontation constructive. Les sociologues de la culture ont une excellente occasion d'expliquer des processus fondamentaux qui semblaient auparavant étrangers à leurs analyses. Comme nous l'avons constaté dans le cas de la sexospécificité et de la consommation, les sociologues économiques y gagneront un élargissement important de leur champ d'étude empirique. Plutôt que de se cantonner dans l'espace que leur réserve l'analyse économique conventionnelle, les sociologues économiques devraient occuper en toute liberté l'ensemble de l'espace de la vie économique. Le défi ne peut manquer d'être stimulant et profitable pour les théoriciens des deux groupes.
- 55 La ségrégation actuelle entre les analyses économiques et les analyses culturelles résulte en partie des processus usuels de recrutement et de spécialisation au sein d'une discipline. Mais elle reflète également l'idée très répandue qu'il existe une division réelle entre les sphères de la rationalité pragmatique et celle de l'expression culturelle, et la peur qu'un contact étroit ne les corrompe l'une et l'autre. Toute future intégration des analyses économique et culturelle nécessitera non seulement la transformation des pratiques au sein des disciplines, mais aussi la révision des présuppositions bien enracinées concernant l'incompatibilité du rationnel et de l'affectif, du mérite et des droits acquis, de l'individualisme et de la solidarité.
- 56 Quiconque recherche une meilleure intégration de la culture à l'analyse économique doit toutefois résister à tout prix aux tentations suivantes :
- Premièrement, le réductionnisme culturel des phénomènes économiques ; par exemple, faire concorder l'activité économique avec la conscience, ou encore réduire la vie économique au sens, au discours et au symbolisme.

- Deuxièmement, l'idée d'une sphère séparée et autonome pour la culture qui, d'une façon quelconque, produirait des effets en parallèle du processus économique soumis à l'analyse.
 - Troisièmement, l'argument selon lequel certains phénomènes sociaux seraient plus culturels que d'autres, par exemple qu'il n'y ait à peu près pas de place pour la culture dans les marchés véritables.
- 57 En fait, ces trois conceptions fallacieuses renforcent l'idée que l'économie constitue une sphère séparée, et qui mérite donc d'être une science où n'intervient pas la culture, que ce soit pour l'économie ou pour la sociologie économique.
- 58 La façon appropriée d'incorporer la culture à l'analyse économique exige que les conceptions partagées et leur incarnation dans des objets ou des pratiques soient traitées comme des parties intégrantes de l'activité économique.
-

BIBLIOGRAPHIE

- Abolafia, Mitchel Y. (1996). *Making Markets : Opportunism Restraint on Wall Street*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.
- Abolafia, Mitchel Y. (1998). « Markets as Cultures : An Ethnographic Approach », dans Michel Callon (ed.), *The Laws of the Markets*, Oxford, Blackwell, pp. 69-85.
- Akerlof, George A. (1982). « Labor Contracts as Partial Gift Exchange », *Quarterly Journal of Economics*, 97, pp. 543-569.
- Baker, W. (1987). « What is Money ? A Social Structural Interpretation », dans Mark S. Mizruchi et Michael Schwartz (dirs), *Intercorporate Relations*, New York, Cambridge University Press, pp. 109-144.
- Barber, Bernard (1977). « Absolutization of the Market : Some Notes on How We Got From There to Here », dans G. Dworkin, G. Bermant et P. Brown (dirs), *Markets and Morals*, Washington, D.C., Hemisphere, pp. 15-31.
- Barber, Bernard (1995). « All Economies Are « Embedded » : The Career of a Concept, and Beyond », *Social Research*, 62, pp. 387-413.
- Barley, Stephen R. et Gideon Kunda (1992). « Design and Devotion : Surges of Rational and Normative Ideologies of Control in Managerial Discourse », *Administrative Science Quarterly*, 37, pp. 363-399.
- Beckert, J. (1996). « What is Sociological about Economic Sociology ? Uncertainty and the Embeddedness of Economic Action », *Theory and Society*, 25/26, pp. 803-840.
- Ben-Ner, Avner et Louis Putterman (dirs) (1998). *Economics, Values, and Organizations*, New York, Cambridge University Press.
- Biernacki, Richard (1995). *The Fabrication of Labor*, Berkeley, University of California Press.
- Biggart, Nicole Woolsey (1989). *Charismatic Capitalism : Direct Selling Organizations in America*, Chicago, University of Chicago Press.
- Block, Fred (1990). *Postindustrial Possibilities*, Berkeley, University of California Press.

- Bonnell, Victoria E. et Lynn Hunt (dirs) (1999). *Beyond the Cultural Turn*, Berkeley, University of California Press.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction*, Cambridge, Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre (1997). « Le champ économique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 119, pp. 48-66.
- Bowles, Samuel (1998). « Endogenous Preferences : The Cultural Consequences of Markets and other Economic Institutions », *Journal of Economic Literature*, XXXVI, pp. 75-111.
- Brewer, John et Roy Porter (1993). *Consumption and the World of Goods*, London, Routledge.
- Brinton, Mary C. et Victor Nee (dirs) (1998). *The New Institutionalism in Sociology*, New York, Russell Sage Foundation.
- Burt, Ronald S. (1998). « The Gender of Social Capital », *Rationality and Society*, 10, pp. 5-46.
- Calder, Lendol (1999). *Financing the American Dream : A Cultural History of Consumer Credit*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Callon, Michel (1998). « The Embeddedness of Economic Markets in Economics », dans Michel Callon (dir.), *The Laws of the Markets*, Oxford, Blackwell, pp. 1-57.
- Campbell, Colin (1995). « The Sociology of Consumption », dans Daniel Miller (dir.), *Acknowledging Consumption*, London, Routledge, pp. 96-126.
- Carruthers, Bruce (1996). *City of Capital : Politics and Markets in the English Financial Revolution*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Carruthers, Bruce et Brian Uzzi (2000). « Economic Sociology in the New Millenium », *Contemporary Sociology*, 29, pp. 486-494.
- Cheal, David (1988). *The Gift Economy*, London, Routledge.
- Coleman, James (1994). « A Rational Choice Perspective on Economic Sociology », dans Neil Smelser et Richard Swedberg (dirs), *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton, N.J., Princeton University Press and New York, Russell Sage Foundation, pp. 166-180.
- Collins, R. (1997). « Religious Economy and the Emergence of Capitalism in Japan », *American Sociological Review*, 62, pp. 843-865.
- Cook, Daniel Thomas (1999). « No Purchase Necessary », *Consumers, Commodities, and Consumption*, vol. 1 n° 1, [<https://netfiles.uiuc.edu/dtcook/www/CCC/newsletter.html>].
- Cooley, Charles H. (1913). « The Institutional Character of Pecuniary Valuation », *American Journal of Sociology*, 18, pp. 543-555.
- CNN (1998). « Lucent : riding wires high », [http://money.cnn.com/1998/10/23/companies/fiorina_intv/].
- Cohen, Lizabeth (1986). « Embellishing a Life of Labor : An Interpretation of the Material Culture of American Working-Class Homes, 1885-1915 », dans Dell Upton et John Michael Vlach (dirs), *Common Places : Readings in American Vernacular Architecture*, Athens, The University of Georgia Press, pp. 261-278.
- Cohen, Lizabeth (1990). *Making A New Deal : Industrial Workers in Chicago, 1919-1939*, New York, Cambridge University Press.
- Crane, Diana (1994). « Introduction : the Challenge of the Sociology of Culture to Sociology as a Discipline » dans Diana Crane (dir.), *The Sociology of Culture*, Cambridge, Mass., Blackwell, pp. 1-19.

- Davis, John (1992). *Exchange*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Deal, Terrence E. et Allan A. Kennedy (1999). *The New Corporate Cultures*, New York, Perseus Books.
- De Grazia, Victoria et Ellen Forlough (eds) (1996). *The Sex of Things : Gender and Consumption in Historical Perspective*, Berkeley, University of California Press.
- De Grazia, Victoria et Elizabeth Cohen (1999). « Introduction », *International Labor and Working-Class History*, n° 55 : Class and Consumption (avril).
- DiMaggio, Paul (1990). « Cultural Aspects of Economic Action and Organization » dans Roger Friedland et A. F. Robertson (dirs), *Beyond the Marketplace*, New York, Aldine, pp. 113-136.
- DiMaggio, Paul (1994). « Culture and Economy », dans Neil Smelser et Richard Swedberg (dirs), *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton, N.J., Princeton University Press and New York, Russell Sage Foundation, pp. 27-57.
- DiMaggio, Paul et Hugh Louch (1998). « Socially Embedded Consumer Transactions : For What Kinds of Purchases Do People Most Often Use Networks ? », *American Sociological Review*, 63, pp. 619-637.
- Dobbin, Frank (1994). « Cultural Models of Organization : The Social Construction of Rational Organizing Principles », dans Diana Crane (dir.), *The Sociology of Culture*, Cambridge, Mass., Blackwell, pp. 117-141.
- Dobbin, Frank (1995). *Forging Industrial Policy : The United States, Britain and France in the Railway Age*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Dodd, Nigel (1994). *The Sociology of Money : Economics, Reason and Contemporary Society*, New York, Continuum.
- England, Paula (1992). *Comparable Worth : Theories and Evidence*, New York, Aldine.
- England, Paula (1993). « The Separative Self : Androcentric Bias in Neoclassical Assumptions », dans Marianne A. Ferber et Julie A. Nelson (dirs), *Beyond Economic Man : Feminist Theory and Economics*, Chicago, University of Chicago Press, pp. 37-53.
- Espeland, Wendy (1998). *The Struggle For Water*, Chicago, University of Chicago Press.
- Ferber, Marianne A. et Julie A. Nelson (dirs) (1993). *Beyond Economic Man : Feminist Theory and Economics*, Chicago, University of Chicago Press.
- Fernández-Kelly, M. Patricia (1995). « Social and Cultural Capital in the Urban Ghetto : Implications for the Economic Sociology of Immigration », dans Alejandro Portes (dir.), *The Economic Sociology of Immigration*, New York, Russell Sage Foundation, pp. 213-47.
- Fligstein, Neil (1996). « Markets as Politics : A Political-Cultural Approach to Market Politics », *American Sociological Review*, 61, pp. 656-673.
- Folbre, Nancy et Heidi Hartmann (1988). « The Rhetoric of Self-interest : Ideology of Gender in Economic Theory », dans Arjo Klamer, Donald N. McCloskey et Robert M. Solow (dirs), *The Consequences of Economic Rhetoric*, New York, Cambridge University Press, pp. 184-203.
- Frank, Robert H. (1999). *Luxury Fever*, New York, Free Press.
- Frenzen, Jonathan, Paul M. Hirsch et Philip C. Zerrillo (1994). « Consumption, Preferences, and Changing Lifestyles », dans Neil Smelser et Richard Swedberg (dirs), *The Handbook of Economic Sociology*, New York, Russell Sage Foundation and Princeton, Princeton University Press, pp. 403-425.

- Goodwin, Neva R., Frank Ackerman et David Kiron (1997). *The Consumer Society*, Washington, D.C., Island Press.
- Green, Gary P. et David Myhre (dirs) (1996). *Economic Sociology : Syllabi and Instructional Materials*, Washington, D.C., American Sociological Association.
- Granovetter, Mark. (1981). « Toward a Sociological Theory of Income Differences », dans Ivar Berg (dir.), *Sociological Perspectives*, New York :, Academic Press, pp. 11-47.
- Granovetter, Mark et Richard Swedberg (1992). *The Sociology of Economic Life*, Boulder, Westview.
- Granovetter, Mark (1999). « Coase Encounters and Formal Models : Taking Gibbons Seriously », *Administrative Science Quarterly*, 44, pp. 158-162.
- Greif, Avner (1994). « Cultural Beliefs and the Organization of Society : A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies », *Journal of Political Economy*, 102, pp. 912-950.
- Guarnizo, Luis Eduardo, Arturo Ignacio Sanchez et Elizabeth M. Roach (1999). « Mistrust, Fragmented Solidarity and Transnational Migration : Colombians in New York City and Los Angeles », *Ethnic and Racial Studies*, 22, « Transnational Communities » numéro spécial, pp. 367-396.
- Guillén, Mauro F. (2000). « Diversity in Globalization : Organizational Change in Argentina, South Korea and Spain », *Occasional Papers*, School of Social Science, Institute for Advanced Study, Princeton, New Jersey.
- Heinze, Andrew R. (1990). *Adapting to Abundance*, New York, Columbia University Press.
- Holt, Douglas B. (1997). « Poststructuralist Lifestyle Analysis : Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity », *Journal of Consumer Research*, 23 (March), pp. 326-350.
- Horowitz, Roger et Arwen Mohun (dirs) (1998). *His and Hers : Gender, Consumption, and Technology*, Charlottesville, University Press of Virginia.
- Ibarra, Herminia et Lynn Smith-Lovin (1997). « New Directions in Social Network Research on Gender and Organizational Careers », dans C. L. Cooper et S. Jackson (dirs), *Handbook of Organizational Behavior*, Sussex, Wiley, pp. 359-383.
- Ingham, Geoffrey (1996). « The 'New Economic Sociology' », *Work, Employment and Society*, 10 (September), pp. 549-564.
- Jacobs, Meg (1997). « 'How About Some Meat ?' : The Office of Price Administration, Consumption Politics, and State Building from the Bottom Up, 1941-1946 », *The Journal of American History*, 84, pp. 910-941.
- Joselit, Jenna Weissman (1994). *The Wonders of America*, New York, Hill and Wang.
- Kanter, Rosabeth Moss (1977). *Men and Women of the Corporation*, New York :, Basic Books.
- Klamer, Arjo (dir.) (1996). *The Value of Culture*, Amsterdam, Amsterdam University Press.
- Kotter, John P. et James L. Heskett (1992). *Corporate Culture and Performance*, New York , Free Press.
- Kunda Gideon (1992). *Engineering Culture*, Philadelphia, Temple University Press.
- Kuper, Adam (1999). *Culture : The Anthropologists' Account*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.

- Kyle, David (1999). « The Otavalo Trade Diaspora : Social Capital and Transnational Entrepreneurship », *Ethnic and Racial Studies*, 22, pp. 422-446.
- Light, Ivan et Steven J. Gold (2000). *Ethnic Economies*, San Diego, California, Academic Press.
- Lohr, Steve (1999). « Setting Her Own Precedents », *The New York Times*, July 23, pp. C1, C6.
- Mahler, Sarah J. (1995). *American Dreaming*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Merton, Robert K., Leonard Broom et Leonard S. Cottrell, Jr., (dirs) (1959). *Sociology Today*, New York, Basic Books.
- Miller, Daniel (dir.) (1995). *Acknowledging Consumption*, London, Routledge.
- Milkman, Ruth et Eleanor Townsley (1994). « Gender and the Economy », dans Neil Smelser et Richard Swedberg (dirs.), *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton, N.J., Princeton University Press and New York, Russell Sage Foundation, pp. 600-619.
- Morrill, Calvin (1995). *The Executive Way : Conflict Management in Corporations*, Chicago, University of Chicago Press.
- Nelson, Julie A. (1996). *Feminism, Objectivity and Economics*, London, Routledge.
- Nelson, Julie A. (1998). « Labour, Gender and the Economic/Social Divide », *International Labour Review*, 137, pp. 33-46.
- Nightingale, Carl H. (1993). *On The Edge*, New York, Basic Books.
- Nippert-Eng, Christena et Gary Alan Fine (1999). « The Pursuit of Workplace Culture », *Newsletter of the Sociology of Culture Section of the American Sociological Association*, 13 (1), pp. 6-9.
- Pahl, Jan (1999). *Invisible Money : Family Finances in the Electronic Economy*, Bristol, Policy Press.
- Parsons, Talcott et Neil J. Smelser (1956). *Economy and Society*, New York, Free Press.
- Patillo-McCoy, Mary (1999). *Black Picket Fences : Privilege and Peril Among the Black Middle Class*, Chicago, University of Chicago Press.
- Portes, Alejandro et Alex Stepick (1993). *City on the Edge : The Transformation of Miami*, Berkeley, University of California Press.
- Portes, Alejandro (dir.) (1995). *The Economic Sociology of Immigration*, New York, Russell Sage Foundation.
- Powell, Walter W. et Paul J. DiMaggio (dirs) (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago, University of Chicago Press.
- Reskin, Barbara et Patricia Roos (1990). *Job Queues, Gender Queues : Explaining Women's Inroads into Male Occupations*, Philadelphia, Temple University Press.
- Ritzer, George (1996). *The McDonaldization of America*, Thousand Oaks, California, Pine Forge.
- Ritzer, George (1999). « The Sociology of Consumption : A Sub-Field in Search of Discovery », *Consumers, Commodities, and Consumption*, vol. 1, n° 1, [<https://netfiles.uiuc.edu/dtcook/www/CCC/newsletter.html>].
- Roy, William G. (1997). *Socializing Capital : The Rise of the Large Industrial Corporation in America*, Princeton, N. J., Princeton University Press.
- Sanchez, George (1993). *Becoming Mexican American : Ethnicity, Culture and Identity In Chicano Los Angeles, 1900-1945*, New York, Oxford University Press.
- Schein, Edgar H. (1999). *The Corporate Culture Survival Guide*, San Francisco, Jossey-Bass.

- Schein, Edgar H. (1999). *Process Consultation Revisited : Building the Helping Relationship*, Reading, MA, Addison-Wesley-Longman, Ferber et Nelson.
- Schor, Juliet B. (1998). *The Overspent American*, New York :, Basic Books.
- Schudson, Michael (1984). *Advertising, The Uneasy Persuasion*, New York :, Basic Books.
- Schudson, Michael (1991). « Delectable Materialism : Were the Critics of Consumer Culture Wrong All Along ? », *The American Prospect*, vol. 2, n° 5, pp. 26-35.
- Seguino, Stephanie, Thomas Stevens et Mark A. Lutz (1996). « Gender and Cooperative Behavior : Economic Man Rides Alone », *Feminist Economics*, 2, pp. 1-21.
- Singh, Supriya (1997). *Marriage Money : The Social Shaping of Money in Marriage and Banking*, St. Leonards, Australia, Allen & Unwin.
- Slater, Don (1997). *Consumer Culture and Modernity*, Cambridge, Polity Press.
- Smelser, Neil et Richard Swedberg (dirs) (1994). *The Handbook of Economic Sociology*, New York, Russell Sage Foundation and Princeton, Princeton University Press.
- Smith, Charles W. (1989). *Auctions : The Social Construction of Value*, New York, Free Press.
- Spillman, Lyn (1999). « Enriching Exchange : Cultural Dimensions of Markets », *American Journal of Economics and Sociology*, 58, pp. 1047-1071.
- Stark, David (1990). « Work, Worth, and Justice in A Socialist Mixed Economy », *Working Papers on Central and Eastern Europe*, Center for European Studies, Harvard University, n° 5.
- Steinmetz, George (dir.) (1999). *State/Culture : State-Formation after the Cultural Turn*, Ithaca, N.Y., Cornell University Press.
- Stinchcombe, Arthur L. (1983). *Economic Sociology*, New York, Academic Press.
- Strasser, Susan, Charles McGovern et Matthias Judt (1998). *Getting and Spending, American and European Consumer Society in the Twentieth Century*, New York, Cambridge University Press.
- Swedberg, Richard (1990). *Economics and Sociology : On Redefining Their Boundaries*, Princeton, N. J., Princeton University Press.
- Swedberg, Richard (1997). « New Economic Sociology : What Has Been Accomplished, What is Ahead ? », *Acta Sociologica*, 40, pp. 161-182.
- Swedberg, Richard (1999). « Mark Granovetter on Economic Sociology in Europe », *Economic Sociology : European Electronic Newsletter*, vol. 1, n° 1, [<http://econsoc.mpifg.de/archive/esoct99.pdf>].
- Tilly, Charles (1998). *Durable Inequality*, Berkeley, University of California Press.
- Tilly, Chris et Charles Tilly (1998). *Work Under Capitalism*, Boulder, Colorado, Westview.
- Veblen, Thorstein (1953) [1899]. *The Theory of the Leisure Class*, New York, Mentor.
- Warde, Alan (1997). *Consumption, Food and Taste*, London, Sage.
- Watson, James L. (dir.) (1997). *Golden Arches East : McDonald's in East Asia*, Stanford, Stanford University Press.
- Western, Bruce (1997). *Between Class and Market. Postwar Unionization in the Capitalist Democracies*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Williams, Christine L. (1995). *Still A Man's World : Men Who Do Women's Work*, Berkeley, University of California Press.

- Winfield, Idee (dir.) (1999). *Gender and Work : Syllabi and Other Instructional Materials*, Washington, D.C., American Sociological Association.
- Wuthnow, Robert (1996). *Poor Richard's Principle*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Yonay, Yuval P. (1998). *The Struggle over The Soul of Economics*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Zelizer, Viviana A. (1994). *The Social Meaning of Money*, New York, Basic Books.
- Zelizer, Viviana A. (1999). « Multiple Markets, Multiple Cultures », dans Neil Smelser et Jeffrey Alexander (dirs), *Diversity and Its Discontents : Cultural Conflict and Common Ground in Contemporary American Society*, Princeton, New Jersey Princeton University Press, pp. 193-212.
- Zukin, Sharon et Paul J. DiMaggio (1990). « Introduction » dans Sharon Zukin et Paul DiMaggio (eds), *Structures of Capital. The Social Organization of the Economy*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 1-56.
- Zukin, Sharon and Paul J. DiMaggio (eds) (1990). *Structures of Capital : The Social Organization of the Economy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Zunz, Olivier (1998). *Why the American Century ?*, Chicago, University of Chicago Press.

NOTES

1. Pour une analyse de l'intérêt croissant porté à la culture organisationnelle, voir Barley et Kunda, 1992 ; pour un point de vue ethnographique, voir Kunda, 1992. Voir aussi Dobbin, 1994 ainsi que Nippert-Eng et Fine, 1999.
2. Pour en savoir plus sur le courant culturel en sociologie et en histoire, voir Bonnell et Hunt 1999, et sur les analystes culturalistes (études d'État), voir Steinmetz 1999. Pour un exposé récent du point de vue des anthropologues sur la culture, voir Kuper 1999.
3. Pour un argument semblable, voir Spillman 1999.
4. Des réserves sur la façon dont Granovetter a d'abord traité le thème de la culture sont formulées dans Barber, 1995. Pour un aperçu de l'approche pratiquée par Bernard Barber quant à l'intégration des structures culturelles et sociales à l'analyse des marchés, voir Barber, 1977.
5. Parmi les auteurs dont les travaux chevauchent les approches de mise en contexte et d'analyse alternative : Wayne Baker, 1987 ; Jens Beckert, 1996 ; Fred Block, 1990 ; Pierre Bourdieu, 1997 ; Ronald Burt, 1998 ; Randall Collins, 1997 ; Nigel Dodd, 1994 ; Paula England, 1992 ; M. Patricia Fernández-Kelly, 1995 ; Neil Fligstein, 1996 ; Mauro Guillén, 2000 ; Jan Pahl, 1999 ; Alejandro Portes, 1995 ; Powell et DiMaggio, 1991 ; Reskin et Roos, 1990 ; Roy, 1997 ; Supriya Singh, 1997 ; Arthur Stinchcombe, 1983 ; Chris Tilly et Charles Tilly, 1998 ; Bruce Western, 1997 ; Robert Wuthnow, 1996 ; David Stark, 1990 ainsi que Zukin et DiMaggio, 1990.
6. Voir aussi Folbre et Hartmann, 1988 ; Ferber et Nelson, 1993 ; Nelson, 1996 ; Seguino, Stevens et Lutz, 1996. Pour une critique sociologique féministe du modèle économique, voir England, 1993.
7. Évidemment, il existe des exceptions. On trouve dans Burt, 1998 ainsi que dans Ibarra et Smith-Lovin, 1997 un terrain d'entente intéressant entre la sociologie économique traditionnelle et les études axées sur la sexospécificité.
8. Mes arguments trouvent leur source dans l'analyse pénétrante de Charles Tilly, 1998 sur les inégalités catégorielles.
9. Pour des incursions récentes de l'économie dans le monde de la consommation, voir par ex. Robert Frank, 1999 et Juliet Schor, 1998.

10. Plus récemment, DiMaggio et Louch (1998) ont apporté une contribution innovatrice et significative à l'étude de l'influence des relations sociales sur les actes de consommation.

11. Voir par ex. Brewer et Porter, 1993 ; Calder, 1999 ; De Grazia en coll. avec Forlough, 1996 ; Goodwin, Ackerman, et Kiron, 1997 ; Horowitz et Mohun, 1998 ; Jacobs, 1997 ; Strasser, McGovern et Judt, 1998. Parallèlement, les spécialistes de l'histoire sociale et économique ont souvent associé l'évolution des modèles de consommation aux transformations macroéconomiques ou aux changements dans les politiques publiques comme le New Deal ; voir par ex. Zunz, 1998. Pour une tentative récente intéressante de réintégrer les études sur les catégories sociales et la consommation, voir De Grazia et Cohen, 1999.

12. Voir aussi Campbell, 1995 ; Slater, 1997 ; Warde, 1997. Fait significatif, le seul programme d'études sur la culture de la consommation proposé par l'American Sociological Association (Green et Myhre, 1996) est présenté par Don Slater, sociologue de l'Université de Londres.

13. Voir par exemple Cohen, 1986, 1990 ; Heinze, 1990 ; Holt, 1997 ; Joselit, 1994 ; Light et Gold, 2000 ; Mahler, 1995 ; Nightingale, 1993 ; Patillo-McCoy, 1999 ; Sanchez, 1993.

RÉSUMÉS

Hors du monde des affaires et de l'économie, de nombreux spécialistes des sciences sociales ont pris le « virage de la culture ». Ce vent de changement a toutefois à peine effleuré la sociologie économique. Les spécialistes du domaine admettent généralement l'existence de la culture, sans pour autant l'intégrer utilement à leur travail d'analyse. Comme le note Richard Swedberg dans son étude très respectée sur la « nouvelle sociologie économique », l'approche culturelle demeure « un point de vue minoritaire ». Nous entendons examiner ici les causes et les conséquences de ce manque d'intérêts.

Beyond the economic and business world, many specialists of the social sciences have taken the « cultural wave ». This wind of change however barely touched economic sociology. The specialists in the field generally admit the existence of culture, without however usefully integrating it into their work. As Richard Swedberg notes, the cultural approach remains "a minority point of view". We intend to examine here the causes and consequences of this lack of interest.

INDEX

Mots-clés : culture, sociologie économique, approches, extension, mise en contexte, analyse alternative

Keywords : culture, economic sociology, approach, extension, setting in context, alternate analyze

AUTEUR

VIVIANA A. ZELIZER

Université de Princeton, vzelizer@princeton.edu