Jackie ASSAYAG, *La mondialisation vue d'ailleurs. L'Inde désorientée*

Paris, Éd. Le Seuil, coll. La couleur des idées, 2005, 295 p.

Irma Ramos Santana

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2543>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.2543

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2007

Pagination : 412-415

ISBN : 978-2-86480-849-7

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Irma Ramos Santana, « Jackie ASSAYAG, *La mondialisation vue d'ailleurs. L'Inde désorientée* », *Questions de communication* [En ligne], 12 | 2007, mis en ligne le 03 mai 2012, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2543> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2543>

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2021.

Tous droits réservés

Jackie ASSAYAG, *La mondialisation vue d'ailleurs. L'Inde désorientée*

Paris, Éd. Le Seuil, coll. La couleur des idées, 2005, 295 p.

Irma Ramos Santana

RÉFÉRENCE

Jackie ASSAYAG, *La mondialisation vue d'ailleurs. L'Inde désorientée*. Paris, Éd. Le Seuil, coll. La couleur des idées, 2005, 295 p.

- 1 L'ouvrage de Jackie Assayag, *La mondialisation vue d'ailleurs. L'Inde désorientée*, examine les impacts de la mondialisation sur le développement de l'Inde actuelle. Il aborde la question de la mondialisation, de ses origines, ses effets et ses conséquences économiques, sociales et politiques dans une perspective « globale », et vise à démontrer que, malgré les stéréotypes véhiculés par la *globe-talk*, l'idée centrale d'un monde unique ou d'une société humaine unique, dans laquelle tous les éléments régionaux, nationaux et locaux seraient liés entre eux comme dans un tout interdépendant n'est pas légitime. Une telle démarche entend briser certaines idées communes sur la prétendue nouveauté et modernité de la mondialisation et le fait qu'elle n'est pas non plus réductible à l'histoire de l'Occident (p. 9), mais le résultat complexe d'interactions variées et anciennes avec d'autres mondes culturels et sociaux. Jackie Assayag analyse les impacts de la mondialisation « [...] en allant du présent au passé en adoptant un point de vue critique et sceptique sur cette notion qui masque plus qu'elle n'explique » (p. 10). Dès les premières pages, il invoque quatre axes qui exemplifient ce processus d'« universalisation par réinvention de la différence » définissant la mondialisation : la quête des classes moyennes, les mutations de la culture et de l'agriculture, les changements de l'économie politique de la femme et de la vision locale ou nationale sous l'impact de la consommation de masse et des médias. Le premier chapitre (pp. 21 -79) est consacré aux « modernités multiples » hors du monde euro américain, s'arrête sur la géométrie variable des relations entre « centre »

et « périphérie » afin de montrer que cette opposition est à l'origine de nombreuses illusions concernant aussi bien la modernité que la mondialisation.

- 2 Selon l'auteur, l'observation *in situ* de la mondialisation, dite « glocalisation », révèle que ce phénomène complexe n'est pas identifiable à un grand acteur, ni assimilable à une force homogénéisante arasant sur son passage les mouvements sociaux ou culturels et toutes formes d'organisation ou d'institutions. Au contraire : les processus de mondialisation fabriquent du local et construire du local n'importe pas moins qu'ouvrir du global, à partir de lui. En outre, l'usage du terme offre des moyens de connecter des aspects de macro échelles et de micro échelles du monde social, connections souvent obscurcies par l'association de la globalisation seulement avec les macro-processus, tel que le marché mondial, les entreprises multinationales ou encore les conventions des organisations internationales, en opposition aux micro-cosmos particuliers dans lesquels les communautés sont supposées vivre. La glocalisation permet de concilier les dichotomies global/local et macro/micro qui nuisent aux perceptions de la globalisation. De même, l'expérimentation de cette idée dans des contextes locaux divers montre que la mondialisation est le produit de consciences à la fois historiques et localisées (p. 58). Il s'agit donc d'explorer l'impact de la mondialisation économique au niveau local pour mieux comprendre les modalités de la « glocalisation », au croisement entre local et mondial.
- 3 Selon Jackie Assayag, la régionalisation ne saurait constituer par elle-même une réponse ou une protection à l'égard des effets de la mondialisation. Dans cette ordre d'idée, le deuxième chapitre (pp. 82-127) ouvre la perspective à la vision planétaire d'un événement : la tenue de l'élection de Miss Monde en Inde, en 1996. Relayée par la presse et les médias, la compétition qui devait célébrer le « glamour », la beauté et la « culture indienne » a provoqué de vives protestations, nombre de manifestations et plusieurs attentats. Les polémiques provoquées antérieurement par cette compétition dans d'autres pays montrent la constance du débat sur les reconfigurations régionales, nationales et internationales des représentations de la beauté associées à la femme (p. 83). Sujet hautement polémique au Nord comme au Sud, le rôle du corps de la femme - toujours associé aux concepts d'identité, de communauté et de nation - prend un nouvel élan dans le phénomène de mondialisation dont les replis identitaires sont sans précédent. Face aux modèles de beauté uniformisés par les médias, dont le local doit suivre les normes établies par les entreprises multinationales de produits cosmétologiques (p. 103), est relancée la polémique à propos d'un modèle esthétique élitiste cosmopolite que l'acculturation coloniale avait déjà redessiné sur un patron occidental. L'archétype américain de la beauté, la poupée « Barbie » (p. 112), est incarné dans cet événement par chaque Miss modelée à la façon de la culture locale représentée par de vêtements traditionnels (*saris*) et de signes extérieures un point sur le front (*tilaka*), la salutation avec les mains jointes (*namaste*) à destination de la consommation de masse d'un beau standardisé, à prétention cosmopolite, mais fait de stéréotypes fétiches à caractère nationaliste. Ainsi, en véhiculant ces stéréotypes, les médias renforcent-ils un consumérisme fondé sur le souci de soi et du paraître. À partir de contraintes économiques, les nouveaux rôles sociaux se distribuent selon une dichotomie d'être ou de ne pas être. Selon l'auteur, le marché conduirait les consommateurs à s'identifier à des modes de vie ou des habitus divergents : l'appartenance subrégionale, la culture nationale séculière ou national hindouisme, le tropisme international, la tentation de l'occidentalisation. Tout un répertoire

d'hybridations se repère donc en fonction des contextes, des modes, et des conjonctures locales ou globales (p. 126).

- 4 La montée en puissance des classes moyennes et de la consommation de masse suggère des formes de représentation et de pouvoir plus complexes. Dans le troisième chapitre (pp. 129-176), Jackie Assayag critique les effets induits du national hindouisme, en particulier la place privilégiée que les classes moyennes ont acquise par le changement politique résultant d'un volontarisme des élites et des jeux d'alliances pour le pouvoir entre les différentes factions d'une société incapable d'élargir l'espace public moteur nécessaire à un système démocratique. L'auteur rappelle à quel point l'actuelle mondialisation est source d'inégalités dans l'Inde moderne, et comment, à l'époque du colonialisme, les élites se sont formées afin d'intégrer le modèle « occidental », modèle qui d'ailleurs trouve sa prolongation dans la classe moyenne actuelle issue du post-colonialisme et collaboratrice du projet global (p. 130). Pour l'auteur, la classe high-tech serait responsable de la culture mondiale qui trace la formation d'une idéologie cosmopolite à laquelle les groupes des différentes factions de la société essaient d'accéder tout en consolidant la politique néolibérale.
- 5 À l'ère de la mondialisation, l'exclusion n'est pas seulement matérielle, elle est aussi symbolique, les préjugés sont amplifiés, le manque de reconnaissance des cultures minoritaires et la pression pour acquérir les valeurs et les modes de relation et de consommation des cultures occidentales sont plus forts et plus efficaces. Le quatrième chapitre (pp. 177-221) témoigne des conséquences de la mondialisation sur l'agriculture locale, tels que l'amoindrissement des surfaces propres aux cultures vivrières ; le remplacement des semences locales par les semences non traditionnelles (p. 195), tandis que l'usage des semences hybrides sont associées à la condition humaine actuelle, et assimilées aux caractéristiques de faiblesse et débilité. La nostalgie des temps révolus s'installe dans les mentalités, dont la culture strictement locale, organique, forte et autonome fructifiait à une époque (p. 199).
- 6 Selon cette perspective, Jackie Assayag montre que le passage d'un savoir faire hérité du passé, expression d'expériences accumulées par la collectivité d'une cosmologie, incarnée par les liens entre les humains, la terre, les semences et certains divinités à un modèle libéral répandu par l'adoption des méthodes et pratiques de l'agriculture moderne, a eu une influence directe sur la nature des changements sociaux aussi bien que la transmutation substantielle de l'humanité réfléchi dans la cosmologie régionale (p. 206). Les pratiques incorrectes de l'agriculture moderne, les inclemences climatiques, les maladies, les accidents, et certaines pratiques locales (la dot d'une fille, la participation aux cérémonies religieuses), sont à l'origine de la pauvreté des paysans. La fragilité financière, accrue par l'endettement, est considérée par l'auteur comme la cause principale de la vague de suicides des années 1990 ainsi que le recours extrême aux courtiers du commerce d'organes à destination de la classe bourgeoisie. Dans cette affaire, les trafiquants font usage d'un réseau sur l'internet (p. 212) d'un commerce, d'ailleurs généralisé aux pays du tiers monde. L'analyse des réalités sociales et politiques de la société indienne, met l'accent sur le rôle primordial des minorités pour interpréter les effets de la mondialisation dans chaque pays. L'auteur montre à quel point il existe des liens entre les processus sociaux d'exclusion et les souffrances physiques et psychiques personnelles liés aux processus économiques, la stigmatisation qui en découle renforcerait le repli identitaire.

- 7 Pour l'auteur, la mondialisation et le développement des technologies en information et communication, encouragent une certaine uniformisation des modes de consommation, phénomène accru par les classes moyennes des nations contemporaines, tributaires d'un certain « arrivisme imaginaire ». La même mondialisation engendre une nouvelle forme d'exclusion à l'égard des groupes le plus démunis (75 % de la population indienne), provoquée par l'inégalité de la diffusion de l'information, créant ainsi la fracture numérique. Dans ce dernier chapitre (pp.223-269), l'analyse des stratégies communicationnelles est menée afin de démontrer comment le message publicitaire s'articule autour des identités marchandes : « En restructurant l'espace sociotechnique de la communication sur un patriotisme consumériste, les médias n'informent ni n'enchantent pas seulement les individus et les publics : ils leur donnent force politique dans une acception nationaliste » (p.265). Cette fragmentation provoque un changement de méthode du contrôle social et de la gestion publique, une façon de réinventer la politique et rénover le lien social par une politique que tend à délaïsser les macrostructures de l'État pour s'investir dans des unités de pouvoir décentralisé, encourageant ainsi la mobilisation militante dont la gestion de ces micro pouvoirs implantés localement découle d'objectifs régionaux ou nationaux, voire internationaux. De ce fait, la mondialisation dépasse le cadre de l'État nation. Dans un même mouvement, en valorisant le mythe du national hindouisme, les médias font ressortir le national, le régional, le local où c'est le mythe lui-même qui manipule des masses et se réalise en elles. D'où des populations qui oscillent entre régionalismes et internationalismes, dans une situation d'égocentrisme et d'aliénation globale.
- 8 Dans sa conclusion, l'auteur exhorte à revisiter de notions aussi cruciales que celles du retour au local, de civilisation mondiale, de système monde, qui peuvent s'avérer fécondes dans l'analyse de la réalité multidimensionnelle de la mondialisation. Le regard de l'anthropologue se joint à cette problématique mettant davantage l'accent sur le fait de « privilégier la théorie de la réception sous peine de rater la dynamique de l'agir humain » (p.271). Jackie Assayag réitéra son point de vue sur la mondialisation : une universalisation qui « réinvente la différence, [...] une affaire de pouvoir et d'accumulation, donc une source d'inégalité et de violence » (p. 274), dissimulée derrière une dimension « fractale » chevronnée par diverses mondialisations, économique, sociale, culturelle. Les constats sur les décalages et des écarts, des avancées et des retards, des dissonances et des tensions, permettent aux acteurs de lui opposer des stratégies de résistance (p. 276).
- 9 Plus qu'un point de vue sur la mondialisation, l'ouvrage met en relief les principaux problèmes que les chercheurs rencontrent lorsqu'il s'agit de la définir ; et décrit dans toute sa complexité l'évolution du processus mondialisant qui, aujourd'hui, occupe une place importante dans les sciences sociales. En résumé, l'intérêt tient dans les deux lectures qu'on peut en faire : celle d'une mise à jour des travaux plus anciens sur le sujet (voir entre autres références : Ronald Robertson, *Globalization, Social Theory and Global Culture*, London, Sage, 1992 ; Robert Holton, *Globalization and the Nation-State*, London, Macmillan, 2000), et celle d'une des réflexions le plus récentes de l'évolution sociale et culturelle de l'Inde sous l'influence de la mondialisation.

AUTEURS

IRMA RAMOS SANTANA

CREM, université Paul Verlaine-Metz

iramos@tele2.fr