

MARTOR



Title: "Pour une anthropologie de la réussite"

Author: Daniela Moisa

How to cite this article: Moisa, Daniela. 2011. "Pour une anthropologie de la réussite". *Martor* 16: 11-16.

Published by: Editura MARTOR (MARTOR Publishing House), Muzeul Țăranului Român (The Museum of the Romanian Peasant)

URL: <http://martor.muzeultaranuluiroman.ro/archive/martor-16-2011/>

Martor (The Museum of the Romanian Peasant Anthropology Review) is a peer-reviewed academic journal established in 1996, with a focus on cultural and visual anthropology, ethnology, museum studies and the dialogue among these disciplines. *Martor* review is published by the Museum of the Romanian Peasant. Its aim is to provide, as widely as possible, a rich content at the highest academic and editorial standards for scientific, educational and (in)formational goals. Any use aside from these purposes and without mentioning the source of the article(s) is prohibited and will be considered an infringement of copyright.

Martor (Revue d'Anthropologie du Musée du Paysan Roumain) est un journal académique en système *peer-review* fondé en 1996, qui se concentre sur l'anthropologie visuelle et culturelle, l'ethnologie, la muséologie et sur le dialogue entre ces disciplines. La revue *Martor* est publiée par le Musée du Paysan Roumain. Son aspiration est de généraliser l'accès vers un riche contenu au plus haut niveau du point de vue académique et éditorial pour des objectifs scientifiques, éducatifs et informationnels. Toute utilisation au-delà de ces buts et sans mentionner la source des articles est interdite et sera considérée une violation des droits de l'auteur.

Pour une anthropologie de la réussite

Daniela Moisa

La réussite dans sa tour d'ivoire

Le passage du *réussir* à/aux *réussite(s)* est symptomatique, car il annonce la configuration d'un terrain riche pour étudier les pratiques de consommation matérielle associées aux dynamiques des valeurs individuelles et collectives. Une réflexion anthropologique s'avérait nécessaire, en ce qu'elle permet, d'une part, d'aborder de front une question centrale de la recherche récente en culture matérielle : celle de l'objectivisation des valeurs sociales et culturelles (forcément abstraites) dans les objets, voire dans les lieux matériels (Miller 1995, 2001 ; Turgeon 2009). D'autre part, à la lumière des théories de la communication (de Certeau 1980) et de la représentation (Baudrillard 1986, Bourdieu 1994, Goffman 1973), la réussite peut aider à la compréhension des dynamiques identitaires.

Dans sa forme nominale, la réussite a deux sens : le premier renvoie au jeu de cartes, le deuxième au terme de succès (Larousse 2011). Contrairement à son cousin américain *success*, le concept de réussite est rarement employé seul. Il est en effet toujours suivi d'adjectifs : la réussite peut être scolaire, économique, sociale, individuelle, etc. Les premiers à s'intéresser à la réussite sont les biologistes et les psychologues de la fin du XIXe siècle qui, dans la lignée des théories évolutionnistes, ont cherché à comprendre le comportement des « élus » ou des « génies » et les facteurs menant à un comportement de réussite. Poètes, philosophes et, plus tard, politiciens ou industriels, tous passeront par le filtre des explications focalisées sur les traits biologiques et psychopathologiques (Lombroso 1864), sur l'héritage génétique et sur la généalogie (Sorokin 1926), ou sur le milieu familial, social, institutionnel (Odin 1895, Sorokin 1926). Durant le XXe siècle et surtout dans les années 1960, le

concept de réussite est forgé de plus en plus en lien avec le milieu institutionnel de l'école et la tradition familiale (Girard 1998), principaux facteurs soutenant la dynamique sociale et l'accomplissement de l'individu dans la société. Dans toutes ces études, majoritairement quantitatives et indirectes (c'est-à-dire menées à partir des bases de données des bibliothèques ou de l'Église), la réussite se présente sous sa forme processuelle de comportement d'avancement sur l'échelle sociale. L'attention portée aux facteurs d'accomplissement fait de la réussite même un concept périphérique. De plus, la sémantique de la réussite est attachée à un champ de privilégiés et met en avant une connotation intellectuelle, rationnelle, par conséquent inaccessible à tout le monde.

La figure américaine du *self made man* qui marque l'époque de la modernité fait exception à cette sémantique élitiste. Selon les progressistes sociaux du milieu du XIXe siècle, la réussite ne dépend pas des facteurs extérieurs. Elle est fondée « sur la vertu individuelle » qui « couronne » le progrès social (Mills 1966 : 296). L'acteur est alors l'individu lui-même. Dans l'esprit kantien de la volonté si cher aux temps modernes, l'individu possède les ressources menant à la réussite. Selon Douglass, le *self made man* est « une personne qui n'hérite rien ou presque à sa naissance, qui ne bénéficie pas d'un réseau d'amis ou autre, qui n'a pas bénéficié de conditions de vie ou d'éducation particulières » (1992). En répudiant la théorie de la chance (« good luck theory »), le secret de la performance du *self made man* se situe dans un effort physique et mental considérable, traduit par le travail » (Douglass 1992) et surtout par un comportement éthique traduit par l'honnêteté.

Tout en critiquant les deux visions exclusiviste-élitiste et utopiste-progressiste du *self made man*, Mills souligne le carac-

tère fluctuant du concept de réussite (1966 : 300). C'est la raison pour laquelle on ne trouve pas de définition précise ou unique du *success*. Selon Mills, il y a deux discours sur la réussite : l'un, positif, mettant l'accent sur les valeurs individuelles et sur l'action ; l'autre, négatif, défini surtout à l'intérieur du passage de l'ère de la production à l'ère de la consommation. Ici, la volonté de réussite est synonyme d'ambition qui corrompt et pervertit les hommes ; ajoute l'angoisse face au phénomène de consommation centré sur la croissance de l'importance de l'objet, des choses. « La réussite implique l'argent, les vêtements, les voitures, et les femmes appétissantes à la voix ensorceleuse, mais elle signifie aussi la perte de l'intégrité et, finalement, la folie » (Mills 1966 (1951) : 323).

Matérialités de la réussite

« Lutter pour être quelqu'un », disait le même Mills. La réussite fait donc partie d'un processus de définition identitaire, de définition de son propre *statut* dans la société. Dans les années 1980, 1990, Bourdieu élabore toute une théorie sur les dynamiques sociales applicable à tous les niveaux de la société. Les luttes de pouvoir, le besoin de distinction, font partie d'un processus de définition et de positionnement du Soi (1994). Or, ce besoin de (se) classer (d'acquérir et d'avoir un statut) suppose l'activation de tout un capital matériel, social et symbolique. Ainsi, la notion de capital multiple ressoude l'éternelle séparation entre l'économique et le symbolique. La culture matérielle n'est plus l'accessoire de l'identité. Le capital matériel (la maison, les objets, l'argent), le social (c'est-à-dire les relations de sociabilité : famille, amis, milieu d'étude, etc.) et le symbolique travaillent ensemble pour l'existence et l'affirmation de l'individu en tant qu'être social. Aussi, souligne-t-il, ce capital n'est rien s'il n'est pas reconnu, apprécié par les Autres (1979 : 128).

Le passage de l'ordre moderne de la production à celui, postmoderne, de la consommation et de la mobilité spatiale amènera le matériel à se débarrasser de son statut d'instrument ou d'accessoire de la réussite et à

gagner sa place au centre même de l'analyse de la vie sociale. Après la sémiologie de la culture matérielle (Braudel 1992 ; Baudrillard 1986 ; Barthes 1973) et le structuralisme de Lévi-Strauss (1963) qui réévaluent le matériel à l'intérieur des systèmes symboliques (Buchli 2002 : 10), de plus en plus d'études prêtent attention à l'incorporation (*embodiment*) de l'habitus (Bourdieu 1980) dans la structuration de l'environnement matériel. L'architecture par exemple sort de son image de fétiche afin d'être située dans le monde de l'action sociale intégrée à son tour aux études culturelles (Miller 1997). Les théoriciens du *material culture* (Miller en particulier) vont plus loin dans leurs démarches. À partir des années 1980, ils chantent la liturgie formelle de l'objet, pour reprendre les mots de Baudrillard (1986). Par sa théorie de l'*agency*, Daniel Miller va jusqu'à mettre en évidence le pouvoir de l'objet, élément formateur et régulateur des pratiques et des identités sociales (2001).

Il n'est pas nouveau de dire que le matériel et les pratiques qui y sont reliées aident à saisir le statut de l'individu dans la société. Selon Pezeu-Massabuau, l'environnement domestique communique « les nuances de la fortune », tout comme les palais ou les châteaux (1983 : 209). La construction signale aussi le statut et la différenciation de classe (Wilson, 1988 : 3). Dans un tout autre registre, la fabrication de l'objet matériel par l'artisan devient un cadre d'échange et de représentation du soi (Mark 1994 : 66). Le *bricolage* encode des messages politiques profonds qui ne se voient pas, en tout cas pas dans l'apparence matérielle de l'objet ou dans leur communication (Mark 1994 : 93). Selon Kent, la structuration hiérarchique de la société correspond à une hiérarchisation des formes d'habitation (2000 : 268)

Cette valeur de représentation et de communication du statut social et de la réussite devient plus évidente dans les sociétés post-modernes, qui vivent une culture de la mobilité et de la consommation. Les maisons du Portugal bâties par ceux qui ont émigré en France, en Allemagne ou aux États-Unis sont une manière d'« afficher » la réussite (Brettell 2002 ; Bell 1979).



Les formes matérielles de la réussite dépendent également de la (re)connaissance de l'Autre, car la sémantique de la réussite encodée par et dans le matériel n'est pas homogène. « L'identité connotative des objets et des paysages » intégrant aussi les gens est essentielle pour l'identité individuelle et de groupe. En fait c'est une façon de contrôler le groupe tout en le différenciant de l'autre » (Duncan 1973 : 394). La question du consensus est primordiale car chaque groupe, avec son propre *statut* et sa propre identité, doit partager et négocier un ordre local établi historiquement. La communication du sens connotatif d'un espace est facilitée par des signaux flagrants, facilement reconnaissables par un groupe. Pour se faire accepter et reconnaître par un groupe, il importe donc d'adopter ses stratégies d'affirmation identitaire, le même comportement et les formes matérielles transmettant le message de l'honorabilité et de la réussite, qui peut être déchiffré et compris par tous les membres du groupe. Un exemple classique de la difficulté à adopter les stratégies de l'autre groupe est le type social nommé « les nouveaux riches ». Si une personne est ridiculisée par le groupe auquel elle aspire, c'est parce les objets dont elle s'est entourée échouent (Duncan 1973 : 400).

Plusieurs auteurs, intéressés par l'étude des dynamiques identitaires avant et après la chute des régimes totalitaires ont mis en évidence le rôle du matériel dans la communication de la réussite (Sabev 2006) par le haut et par le bas de la société. Par exemple, en Union soviétique comme dans les pays communistes, le béton matérialise l'essence de la nouvelle société socialiste telle que décrite par Hrusciov. De plus, le béton est révolutionnaire parce qu'il est le résultat de l'industrie lourde. Il est aussi gris, couleur des travailleurs (Khmel'nitskii 2007). Contrairement au verre, par exemple, ou au bois, qui renvoient à la tradition fragile et périssable, le béton est « masculin », âpre, viril (Glendenning & Muthesius 1994 : 92), massif et immobile, matérialisation du progrès et du matérialisme socialiste (Ioan 2004 : 147-148). Drazin révélera une connotation contraire du bois utilisé dans les blocs des villes roumaines, symbole de l'authenticité (2001). Selon les dernières études d'anthro-

pologie sur les matérialités domestiques en Europe de sud-est, la maison est analysée de plus en plus comme processus de (re)travail à travers les pratiques (Dazin 2001, Vintila (coord.) 2009). Plus loin encore, cette transformation permanente du milieu domestique n'est que l'extériorisation d'un autre travail, du Soi même, jamais achevé, jamais complet (Moisa 2006, 2010).

Pour conclure ce bref périple théorique, la vie sociale prend différentes formes matérielles qui témoignent de son fonctionnement et de sa structure (Simmel 1971). Cependant, le matériel en tant que signe de réussite n'est rien sans parler de la représentation et de la communication du Soi. Weber attira l'attention sur la nécessité de regarder dans la pensée des individus car les gens interprètent de différentes manières le monde environnant (1978). Le même objet peut être à la fois signe de réussite pour certains et signe d'échec pour d'autres. En réfutant l'idée de paradoxe ou de contradiction, la théorie de Goffman sur l'interaction sort l'identité de son acception classique, statique, afin de « mettre sur scène » le MOI qui, d'une manière ludique et théâtrale, se compose et se recompose en fonction de l'Autre et en fonction de contextes différents (1973). Ce côté « ludique » et séduisant qui joue avec ce qu'on voit, avec ce qu'on ne voit pas et surtout avec ce qu'on donne à voir (Baudrillard 1986) représente une piste à explorer non seulement pour les études sur la consommation et la culture matérielle, mais aussi pour les « nouvelles » ethnologies qui questionnent de plus en plus les dynamiques identitaires et sociales sur le terrain des internautes (Pastinelli 2007, Miller 2011).

Pour une anthropologie de la réussite

La majorité des articles présents dans ce numéro explorent la réussite dans les sociétés de l'ex-bloc socialiste et soviétique qui sont en train de faire le passage d'une économie centralisée à une économie de consommation éclatée. À l'aide d'un panel d'outils méthodologiques et théoriques relevant de l'anthropologie, les auteurs vont au-delà de l'évidence discursive de la réussite pour



mettre en évidence ses formes, ses significations, son rôle et la manière dont elle fonctionne. L'idée centrale qu'on retrouve dans tous les textes et qui rejoint d'ailleurs les dernières théories de la communication insiste sur le lien étroit entre la réussite et les dynamiques identitaires. *Grosso modo*, la réussite est l'ensemble des ressources matérielles et symboliques qui permettent à l'individu de se définir en tant qu'être social et de (re)trouver sa place dans la société.

La réussite représente aussi l'aspiration vers un idéal moral et matériel. À l'intérieur de cette course vers un Soi authentique, l'identité est toujours mise en question. Une autre idée qui revient dans les articles sur les sociétés postsocialistes est que les formes (matérielles) de la réussite témoignent d'un profond processus de redéfinition et surtout de revalorisation du SOI par rapport à un chronotope varié et complexe. À l'intérieur de ce processus, la réussite ne se borne pas aux frontières : elle trouve ses ressources de valorisation et de reconnaissance dans le passé comme dans le présent, dans le local comme dans toute une géographie globale qui, souvent, renvoie à un imaginaire utopique de l'Autre (l'Américain riche ou l'Allemand rigoureux), forgé lors de la rupture géopolitique. Ainsi, avec l'importation de nouveaux matériaux et technologies, la simple fenêtre de type *termopan* présentée par Bogdan Iancu devient « l'indicateur du *status* social » dans la Roumanie des années 2000. L'auteur démontre que, malgré la marque allemande du matériel, la valeur de la fenêtre est également redevable à toute une trajectoire sociale et culturelle qui remonte à la période socialiste, lorsque la fermeture des balcons des appartements représentait plus qu'un geste utilitaire : le balcon fermé devenait alors un lieu d'évaluation du capital symbolique (Bogdan Iancu). Dans le cas de la joute en maisons de Certeze exposé par Daniela Moisa, le phénomène bâtisseur tire ses ressources de l'existence, encore active, des institutions locales anciennes telles que la vendetta ou l'institution « traditionnelle » de la famille et du mariage. Les matérialités globales (autrichienne, française ou américaine) de la maison de la réussite deviennent signifi-

catives et actives uniquement après leur « traduction » (Clifford 1997) par et à l'intérieur des différents réseaux locaux de sociabilité, au sein de toute une sémantique locale du CHEZ SOI et du SOI.

Le village de Certeze revient dans l'essai en images de Petruț Călinescu sur le Pays d'Oaş (Roumanie). Le photographe fixe avec finesse cette texture des contraires spécifique au concept de réussite dans les sociétés postsocialistes. Plus précisément, les photographies mettent en scène les deux visages de la réussite : l'un étincelant, prestigieux et visible, centré sur les nouvelles maisons, les voitures décapotables, les vêtements de mariage (traditionnels et modernes), etc. ; l'autre, moins visible, caché derrière les rideaux ou à l'intérieur des murs de la chambre de l'immigrant roumain à Paris.

À partir du milieu d'affaires de la Moldavie postsoviétique, Răzvan Dumitru identifie les traces de la réussite postsoviétique dans les anciennes structures politiques et économiques qui ont été converties et adaptées à la logique de la société de consommation. Ainsi, le « nouveau héros de la réussite » est le produit de l'homme à succès soviétique, celui qui, en adhérant à la trajectoire sociale prédéfinie par l'État, avait automatiquement accès à toutes les ressources, qu'elles soient économiques, sociales ou symboliques.

Dans son analyse sur la relation entre *solid houses* et *distant homes* d'un village du sud-est de la Roumanie, Răzvan Nicolescu met en évidence les frictions entre les connotations matérielle et morale de la maison. D'une part, le désir d'un idéal de maison qui change en permanence grâce à la dynamique de formes matérielles, et qui assure la reconnaissance sociale induit une « distance frustrante » entre l'individu et l'*house* dans l'usage quotidien et familial de l'espace. D'autre part, la normativité sociale dictant l'idéal de maison « peut être contestée » au moment où intervient l'idée de *home* (de famille) avec ses exigences morales et ses dynamiques intimes.

En plus de son rôle de définition et de communication des dynamiques sociales, la réussite est aussi un élément régulateur du fonctionnement et de la structuration de la société.



Elle a ses normes en fonction desquelles l'individu est évalué, classé ou exclu. D'où la relation intime entre la réussite et son contraire, l'Échec. Pour Șerban Văetiși l'analyse de la matérialité ne devrait pas faire abstraction de la dimension subjective. L'analyse de l'architecture urbaine de la ville de Cluj (Roumanie) révèle la coexistence de discours différents sur les mêmes lieux. Si pour certains (les locataires), le nouveau quartier *Bună Ziua* ou les maisons des nouvelles banlieues de la ville de Cluj sont des signes de réussite, pour d'autres (les architectes ou les urbanistes) elles ne sont que l'expression de l'échec. La sortie du cadre de la normativité, de « l'ordre » d'un group donné (spatial, professionnel, etc.), attire des sanctions et conduit à la mise en cause de l'authenticité (Crăciun 2009 repris par Bogdan Iancu) de l'identité sociale et symbolique communiquée. Autrement dit, la réussite fait place à son opposé, l'échec. Une maison de la réussite trop grande se transforme en une maison *faloasa* (qui humilie les autres par son ostentation et qui, par conséquence, sort de la normativité communautaire) (Dania Moisa), la fenêtre de *termopan* installée dans des bâtiments qualifiés de patrimoniaux devient un objet « infesté, qui pollue le paysage » (Bogdan Iancu).

L'échec à son tour, active la honte. L'analyse de l'avortement en Moldavie menée par Ana Marin démontre que la honte dépasse la première acception de contrôle de la sexualité. Elle se définit à l'intérieur d'un système de normes liant statut social, statut économique, jeux de rôles, etc., et qui, souvent, l'emporte sur les coercitions étatiques.

Dans un autre registre, celui du poker, Jocelyn Gadbois analyse la dimension ludique de la réussite qui met en jeu la face du joueur. À travers une analyse des gestes, des expressions, des échanges verbaux, l'auteur souligne lui aussi « la relativité de la réussite... car elle est constamment négociée dans et par l'interaction entre les joueurs ». À la suite de Mead (2006), Jocelyn Gadbois place l'analyse de la face, principal enjeu de la réussite, à l'intérieur de la double sémantique de l'identité : le « je » défini par l'amour-propre qui cherche à se présenter (et à présenter les siens) « convenablement » et le « moi » qui

est animé par la considération (de soi et des siens), c'est-à-dire par le personnage produit du social. Selon l'auteur, « l'appareillage symbolique derrière la réalisation dramatique du soi se déploie dans ce jeu de cache-cache ».

Une autre facette de la réussite, toujours vive dans les sociétés post-soviétiques, est celle de la victimisation. À partir de l'exemple de l'Ukraine, Olha Ostriitshouk sort du registre du négatif afin d'explorer la manière dont la victime acquiert toute sa légitimité, jusqu'à devenir un support de revendication identitaire. La victimisation se convertit en véritable capital symbolique positif, c'est-à-dire « valorisant », sur la scène publique. Cette mise en scène d'un SOI dramatique s'associe à toute une ritualisation de la mort et du deuil qui conduit à une amplification et à une visibilité du statut victimaire au désavantage d'un autre, héroïque, central dans la société soviétique.

Dans un tout autre registre, celui des nouvelles technologies implantées dans les bibliothèques de Roumanie, Cheryl Klimaszewski, James M. Nyce et Gail E. Bader explorent les enjeux et les défis de l'appropriation du programme informatique de *Biblionet* dans la vie quotidienne des gens d'une petite région rurale de Roumanie.

En guise de conclusion, la réussite entendue comme forme de (re)définition identitaire guidée par une permanente aspiration vers un être complet, touche à toutes les dimensions de la vie quotidienne et à tous les niveaux de la société. Elle se définit en interaction avec l'Autre. D'où le besoin d'être visible ou le jeu séduisant de cache-cache. Sa valeur de communication met en œuvre toute une série de codes qui diffèrent d'un groupe à l'autre, d'un contexte à l'autre et qui régularisent le fonctionnement de la société. Ce numéro sur l'anthropologie de la réussite n'est que le début d'un travail de « décodification » de quelques formes et fonctionnements de la réussite. Nous tenons d'ailleurs ici à remercier la direction du Musée du Paysan Roumanie, les responsables de la revue *Martor* et, notamment, Simina Bădică, pour leurs efforts portés à la *réussite* de la réalisation d'un tel numéro.



Bibliographie

- Baudrillard, Jean, 1986 [1970], *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Paris, Denoël.
- Bell, Daniel, 1979, *Les contradictions culturelles du capitalisme*, [trad. Marie Matignon], Paris, Presses Universitaires de France.
- Bourdieu, Pierre, 1979, *L'institution scolaire*, Paris, Éditions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre, 1966, « *The Sentiment of Honour in Kabyle Society* ». Dans J. G. Peristiany, *Honour and Shame : The Values of Mediterranean Society*, Chicago, University of Chicago Press.
- Bourdieu, Pierre, 1980, *Le sens pratique*, Paris, Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre, 1994, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit.
- Braudel, Fernand, 1992, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe-XVIII siècle*, Paris, A. Colin.
- Buchli, Victor (dir.), 2002, *The material Culture Reader*, New York, Berg.
- de Certeau, Michel, 1980, *I-II, L'invention du quotidien. Arts de faire*, Paris, Gallimard.
- Douglass, Frederick, 1992, « *Self-Made Men* ». Dans John Blassingame et John McKivigan (eds.), *The Frederick Douglass Papers (1/vol. 40)*, New Haven and London, Yale University Press : 545-75.
- Duncan, James, S., 1973, « *Landscape taste as a symbol of group identity : a Westchester country village* », *Geographical Review*, vol. 63, 3 : 334-355.
- Girard, Alain, 1967, *La réussite sociale*, Paris, Presses universitaires de France.
- Goffman, Erwin, 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Éditions de Minuit.
- Ioan, Augustin, 2004, *Arhipretexte. Heterotopii. Despre zidire, violență și înstrăinare*, Cluj-Napoca, Dacia.
- Kent, Susan, 2000, « *Domestic Architecture and the Use of Space* ». Dans Moore, Keith Diaz (dir.), 2000, *Culture – Meaning – Architecture. Critical reflections on the work of Ainos Rapoport, Burlington USA, Aldershot, Singapore, Sydney, Ashgate* : 268.
- Khmel'nitskii, Dmitrii, 2007, *Arkhitektura Stalina : psikhologiya i stil*, Moskva, Progress-Traditsiia.
- Mark, Turner, 1994, « *Conceptual projection and middle spaces* », UCSD Cognitive Science Technical Report.
- Mihăilescu, Vintilă (dir.), 2009, *Etnografii urbane. Cotidianul văzut de aproape*, Iași, Polirom.
- Miller, Daniel (dir.), 1995, *Worlds apart: modernity through the prism of the local*, London, Routledge.
- Miller, Daniel (dir.), 2001, *Home possessions: material culture behind closed doors*, Oxford, UK; New York, Berg, 2001.
- Miller, Daniel (dir.), 1997, *Material Cultures. Why some things matter*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Miller, Daniel, 2011, *Tales from Facebook*, Cambridge, UK; Malden, MA, Polity Press.
- Moisa, Daniela, 2009, « *Amener l'ailleurs chez soi. Pratiques architecturales domestiques au Pays d'Oas* », *Ethnologies*, 31-1 : 77-109.
- Moisa, Daniela, 2010, *Maisons de rêve. (Ré)construction des identités sociales à travers le bâti dans la Roumanie socialiste et postsocialiste*, thèse soutenue à l'université Laval, Québec.
- Mills, C. Wright, 1966 (1951), *Les cols blancs*, Paris, Librairie François Maspero.
- Partinelli, Madeleine, 2007, *Des souris, des hommes et des femmes au village global : parole, pratiques identitaires dans un espace de bavardage électronique*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- Pezeu-Massabuau, Jacques, 1983, *La maison, espace social*, Paris, Presses universitaires de France.
- Sabev, Dessislav, 2000, « *Consommer la mobilité en Bulgarie postsocialiste (1990-2000) : sujets et objets* », *Material History Review*, 55 (Spring 2002), 29.
- Simmel, Georg, 1971, *On individuality and social forms : selected writings*, Chicago, University of Chicago Press.
- Sorokin, Pitirim, A., 1959, *Social and cultural mobility*, Glencoe, III, Free Press.
- Turgeon, Laurier (dir.), 2009a, *L'esprit du lieu : entre le patrimoine matériel et immatériel*, Québec, Presse de l'Université Laval.
- Weber, Max, 1971, *Économie et société*, Paris, Plon.

