

LE DESIR VU PAR LES SCIENCES SOCIALES

I) Champ d'analyse

A) Champ sémantique du désir

Document 1

Définitions

- + Action de désirer; aspiration profonde de l'homme vers un objet qui réponde à une attente.
- + Mouvement instinctif qui traduit chez l'homme la prise de conscience d'un manque, d'une frustration, combler le sentiment d'un manque, d'une incomplétude.
- + Chercher à obtenir

Champ sémantique

appétence, aspiration, attente, attrait, avidité, besoin, but, caprice, convoitise, cupidité, curiosité, envie, espérance, espoir, exigence, inclination, intérêt, libido, objectif, passion, penchant, revendication, souhait, tendance, tentation, visée, vœu

B) Les différentes sciences sociales concernées dans ce cours

Document 2

NOM	CARACTERISTIQUES PRINCIPALES
Sciences Economiques	Analyse des processus de production et de consommation des biens et services ainsi que de la distribution des richesses
Sociologie	Analyse de la vie des hommes en société ; relations entre individus et groupes ou entre groupes
Sciences Politiques	Analyse de la question du Pouvoir institutionnalisé, de la prise du pouvoir, de son fonctionnement,...
Psychologie sociale	Analyse des relations entre individus ou entre individus et groupes selon diverses dimensions (pouvoir, entraide, perceptions mutuelles,...) Généralement fondée sur des expérimentations en laboratoire ou sur le terrain.
Ethnologie	Analyse des sociétés traditionnelles (souvent désignées par le terme très discuté de « primitives »)

II) Désirs et besoins

A) Désir libre et besoin contraint ?

+ Dans l'usage courant, le terme de besoin a un caractère de nécessité, contrairement au désir qui serait lié à la subjectivité et à la liberté de l'individu. Mais, en pratique, cette démarcation n'est pas si simple et pose problème à l'analyse faite par les différentes sciences sociales.

Par exemple, un étudiant veut faire une classe prépa pour entrer dans une école de commerce. Cela semble relever du désir. Mais pour cela, il a besoin de suivre des cours, d'acheter un costume pour les entretiens. Ces différents choix relèvent-ils du désir ou du besoin ? A ce stade la réponse n'est pas encore trop ambiguë.

Mais dans quelle mesure le choix de faire une école de commerce relève-t-il du désir et non du besoin ? Du choix subjectif et non de la contrainte objective ? Le choix de faire une filière scientifique relève-t-il du besoin ou du désir ?

En allant un peu plus loin, les choix vestimentaires relèvent-ils du besoin ou du désir ? Désire-t-on acheter un nouveau pantalon ou a-t-on besoin d'un pantalon ?

+ On voit que la question de la consommation, centrale pour vous, est animée par cette confrontation du désir et du besoin.

Il peut y avoir des contraintes de types physiologiques : dormir, manger, etc...

Les contraintes peuvent aussi être sociales ; s'habiller et s'habiller de telle manière ... l'influence du groupe qui incite à s'habiller plutôt de telle ou telle façon.

Les besoins ne sont pas seulement individuels mais peuvent être aussi collectifs : l'obligation de suivre un cursus scolaire...

La contrainte peut aussi se réaliser dans l'interaction.

B) Hiérarchie des besoins ?

1) Besoins primaires, secondaires, tertiaires

Une typologie simple est souvent utilisée entre besoins primaires, secondaires et tertiaires

Besoins primaires : nécessaire à la survie

Besoins secondaires : nécessaires à une bonne insertion dans la société

Besoins tertiaires : besoins superflus

Là aussi, les distinctions ne sont pas nettes. Manger de la viande de bœuf relève-t-il du besoin primaire, secondaire ou tertiaire ?

Boire relève du besoin primaire quand on est dans un désert. Boire du Coca relève plutôt du besoin tertiaire. Mais boire une coupe de champagne pour fêter un anniversaire ?

2) Maslow et la hiérarchie des besoins

Document 4



Abraham Maslow est un psychologue qui s'est notamment intéressé aux questions psychologiques dans le cadre du management. Il a élaboré ce qu'on appelle la « pyramide des besoins » selon laquelle les hommes satisferaient leurs besoins par ordre croissant et ne s'intéresseraient à la satisfaction d'un

besoin que lorsque les besoins d'ordre inférieurs sont globalement satisfaits. Ainsi on ne s'intéresse au besoin d'appartenance à un groupe que lorsque les besoins physiologiques et de sécurité sont satisfaits. Derrière son apparent bon sens, cette thèse est discutable : le besoin d'appartenance à un groupe n'est pas indépendant du besoin de sécurité

3) L'accession au «stade post-moderne » selon Ronald Inglehart

On peut reprendre cette analyse de la hiérarchie des besoins au niveau de sociétés entières. Le sociologue Ronald Inglehart a développé avec son équipe plusieurs séries d'enquêtes effectuées dans de nombreux pays depuis 1970, la couverture de ces enquêtes s'amplifiant avec le temps. De taille modeste en 1970 (quatre items posés dans six pays), ses travaux s'appuient ensuite sur les sondages "Eurobaromètres" et sur le "World Values Surveys" portant sur 24 pays. *il complète donc ses analyses diachroniques par une comparaison synchronique de 43 sociétés dans lesquelles une centaine de questions correspondant à 47 items seront posés à 56 292 personnes.* Il distingue trois étapes essentielles qui sont caractérisées par des motivations des individus et des systèmes de valeur spécifiques à chaque étape. Son hypothèse est que les valeurs d'une société sont directement liées aux besoins essentiels que la société doit satisfaire au cours de la socialisation primaire des individus

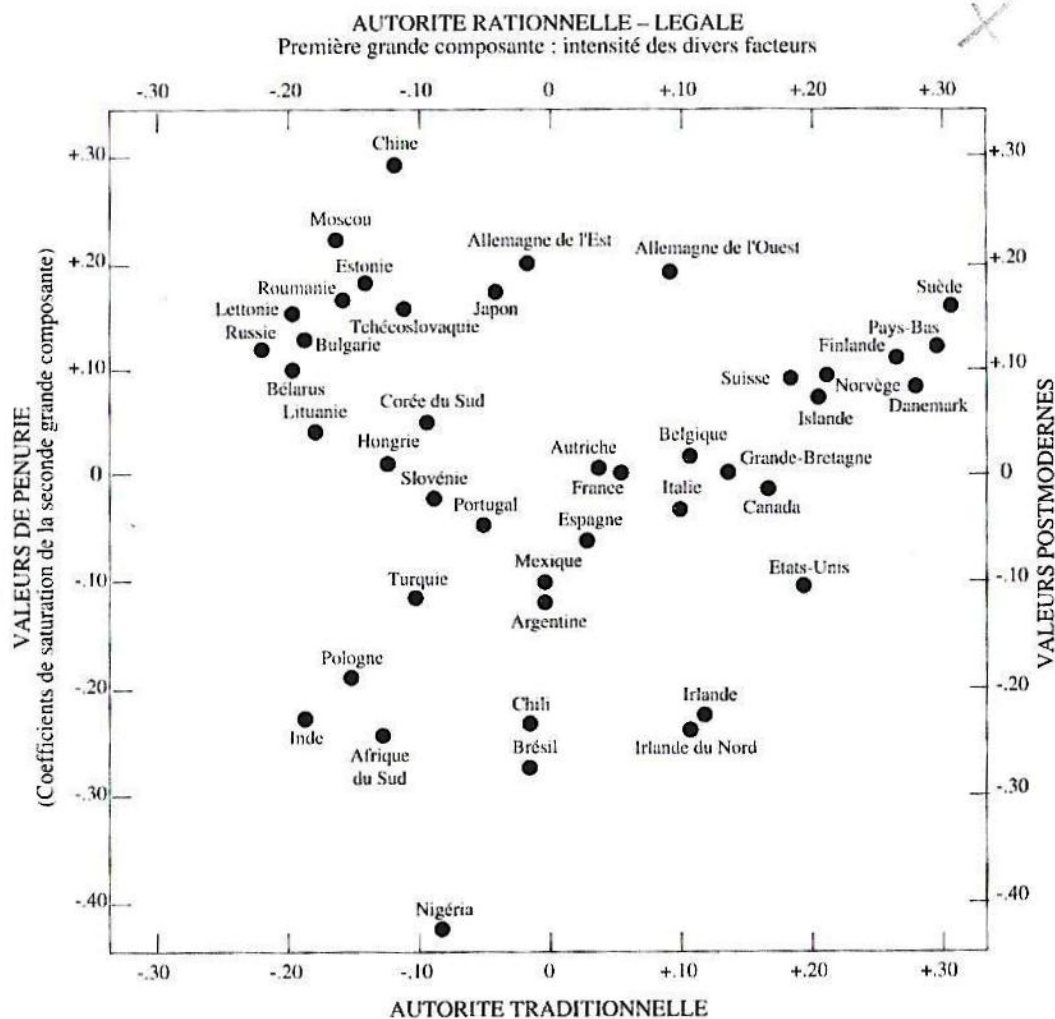
La première étape a été celle de la société traditionnelle marquée par une faible mobilité sociale et la prédominance du statut hérité sur le statut acquis. Dans ce type de société où la production est faible, les « valeurs de pénurie » dominent : on valorise l'effort, le sens de l'épargne, la production,... tout ce qui correspond à des réponses dans la « lutte pour la survie ».

Les sociétés vont ensuite entrer dans l'étape de la « modernisation » marquée notamment par le fait que l'autorité change de forme, l'autorité religieuse laissant place à l'autorité « rationnelle-légale » incarnée par l'Etat. Parallèlement, les valeurs liées à la sécurité de l'individu s'imposeront face aux valeurs de pénurie : on s'inquiète toujours du problème de la survie mais les références à la croissance économique, à l'enrichissement, la recherche de l'ordre, la lutte contre le crime,... vont occuper une place centrale dans le système de valeurs.

La troisième étape est celle de la « Post-Modernisation » qui démarre dans les années 70. L'aspect essentiel de cette étape est l'essor de nouvelles catégories de motivations, les « valeurs post-matérialistes ». Les problèmes de la survie et de la sécurité ayant été globalement réglés, les individus sont animés par de nouvelles motivations : le respect de l'individu et de la différence (notamment en matière de mode de vie), la protection de l'environnement (qui relève maintenant de la survie), l'épanouissement personnel,...

Le passage à cette dernière étape est le fait d'une génération ayant vécu dans une certaine sécurité matérielle, a été la première à accéder aux « valeurs post-matérialistes » et à les diffuser dans la société.

Document 5 Valeurs Post-matérialistes selon Inglehart



Source : Enquête mondiale sur les valeurs de 1990-1991. Les positions ont été déterminées en fonction de la moyenne obtenue pour chaque public national sur chacun des deux axes.

(Inglehart R., "Modification des valeurs, développement économique et évolution politique", Revue internationale des sciences sociales, n° 145, septembre 1995)

III) Du désir à l'intérêt : cheminement historique

A) Smith : théorie des sentiments moraux

Le désir est-il égoïste ou relié aux autres ? On trouve cette dualité dès les travaux d'Adam Smith ou du moins de la manière dont ils ont été interprétés. On tire souvent de la « Richesse des Nations » l'idée de la main invisible et de l'égoïsme altruiste :

Document 6

Dans presque toutes les espèces d'animaux, chaque individu, quand il est parvenu à sa pleine croissance, est tout à fait indépendant, et, tant qu'il reste dans son état naturel, il peut se passer de l'aide de toute autre créature vivante. Mais l'homme a presque continuellement besoin du secours de ses semblables, et c'est en vain qu'il l'attendrait de leur seule bienveillance. Il sera bien plus sûr de réussir, s'il s'adresse à leur intérêt personnel et s'il leur persuade que leur propre avantage leur commande de faire ce qu'il souhaite d'eux. C'est ce que fait celui qui propose à un autre un marché quelconque; le sens de sa proposition est ceci : Donnez-moi ce dont j'ai besoin, et vous aurez de moi

ce dont vous avez besoin vous-même; et la plus grande partie de ces bons offices qui nous sont si nécessaires, s'obtient de cette façon. Ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du marchand de bière ou du boulanger, que nous attendons notre dîner, mais bien du soin qu'ils apportent à leurs intérêts. Nous ne nous adressons pas à leur humanité, mais à leur égoïsme; et ce n'est jamais de nos besoins que nous leur parlons, c'est toujours de leur avantage. Il n'y a qu'un mendiant qui puisse se résoudre à dépendre de la bienveillance d'autrui; encore ce mendiant n'en dépend-il pas en tout: c'est bien la bonne volonté des personnes charitables qui lui fournit le fond entier de sa subsistance; mais quoique ce soit là en dernière analyse le principe d'où il tire de quoi satisfaire aux besoins de sa vie, cependant ce n'est pas celui-là qui peut y pourvoir à mesure qu'ils se font sentir. »
(Adam Smith : « Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations », 1776.)

Dans ce cas on a affaire à deux désirs indépendants l'un de l'autre et dont la cohérence est permise par la main invisible (ou les mécanismes de marché). Mais on a souvent duit Smith à cela
Or, dans son premier ouvrage « La théorie des sentiments moraux » il montre combien le désir de s'enrichir du plus pauvre dépend de l'admiration du plus riche.

Document 7

« (...) c'est surtout par égard aux sentiments d'autrui que nous recherchons la fortune et fuyons l'indigence. Quel est en effet l'objet de tout ce labeur et de tout ce remue-ménage qui se font ici-bas ? Quel est le but de l'avarice, de l'ambition, de la poursuite des richesses, du pouvoir, des distinctions ? (...) D'où naît (...) cette ambition de s'élever qui tourmente toutes les classes de la société et quels sont donc les avantages que nous attendons de cette grande fin assignée à l'homme et que nous appelons l'amélioration de notre condition? Nous n'en espérons d'autres avantages que d'être remarqués et considérés, rien que d'être regardés avec attention, avec sympathie et avec approbation. Il y va de notre vanité, non de nos aises ou de notre plaisir »
(Adam Smith : « Théorie des sentiments moraux » - cité par Hirschman)

C) Bentham et la mathématique des plaisirs

Pour Bentham, père de « l'utilitarisme », le choix se fera en se fondant sur une comparaison entre la satisfaction qu'il tire de l'usage des biens et le coût occasionné par l'obtention du bien.

Document 8

« L'objet des désirs et des efforts de tout homme, depuis le commencement de sa vie jusqu'à la fin, est d'accroître son propre bonheur, en tant que formé de plaisir et dégagé de peine. Mais encore, qu'est-ce que le plaisir ? qu'est-ce que la peine ? Tous les hommes s'en forment-ils la même idée ? Loin de là : le plaisir, c'est ce que le jugement d'un homme, aidé de sa mémoire, lui fait considérer comme tel. Nul homme ne peut reconnaître dans un autre le droit de décider pour lui ce qui est plaisir, et de lui en assigner la quantité requise. De là une conclusion nécessaire, c'est qu'il faut laisser tout homme d'un âge mûr et d'un esprit sain juger et agir en cette matière par lui-même, et qu'il y a folie et impertinence à vouloir diriger sa conduite dans un sens opposé à ce qu'il considère comme son intérêt. Et plus on examinera la chose, plus on se convaincra qu'il en est ainsi. »
(Bentham, Jeremy : « Déontologie, ou Science de la morale » (1834) -Tome I)

D) Les passions et les intérêts Hirschman

Mais comment est-on arrivé à cette valorisation de l'intérêt et/ou du plaisir individuel ? Le socio-économiste Albert Hirschman nous propose dans « les passions et les intérêts » une généalogie possible. Le désir envoyant plutôt à une volonté non rationnelle, on peut la rapprocher de la notion de « passions », l'auteur montre comment à partir du 17^{ème} siècle on a tenté d'orienter les désirs non rationnels et potentiellement destructeurs (comme le désir de puissance,...) donc les passions non raisonnables vers une transformation en passion raisonnable, « l'intérêt ». Cette transformation se fera de manière durable. Dans un premier temps, pour lutter contre les passions destructrices, on renonce aux commandements de la morale ou de la Religion pour développer le contrôle social et la répression (par l'Etat ou par la Société) et surtout à les « mettre en valeur » en les orientant vers des objectifs constructifs.

Document 9

« Dès la Renaissance, on pressent ce qui au XVII^{ème} siècle sera devenu une ferme conviction, à savoir que pour contenir les passions destructrices de l'homme, on ne saurait plus s'en remettre aux préceptes moralisateurs des philosophes ou aux commandements de la religion. De nouveaux moyens sont donc requis, qu'il s'agit de découvrir. (...) en règle générale les recherches entreprises auront pour objet de découvrir des moyens plus efficaces d'orienter les comportements que l'exhortation morale ou la menace des peines de l'enfer. (...) La solution la plus évidente — et qui remonte en réalité bien plus loin que le mouvement d'idées dont il est question dans ces pages - consiste à recourir à la contrainte et à la répression. Pour les tenants de cette thèse, c'est à l'Etat qu'incombe la tâche de contenir échappant par la force, les pires manifestations et les conséquences les plus dangereuses des passions humaines(...) La deuxième solution envisagée s'harmonise mieux avec ces découvertes psychologiques et les préoccupations qu'elles suscitent. Elle consiste non plus à réprimer les passions, mais à les mettre en valeur, à les exploiter. Ici encore, c'est à l'Etat, ou à la « société », qu'on entend confier cette redoutable responsabilité. Toutefois le rôle qu'on lui attribue n'est plus celui de rempart ou de force de répression : il agira comme catalyseur ou comme milieu civilisateur.

(Albert O. Hirschman : « Les passions et les intérêts » - Justifications politiques du capitalisme avant son apogée – PUF Quadrige – 1997)

C'est ce qu'on trouve déjà en partie dans la fable des abeilles de Bernard de Mandeville qui a célébré la « vertu des vices » (d'où on a tiré l'expression « vices privés, vertu publique ») :

Document 10

« Souvent considéré comme un précurseur du laisser faire, Mandeville en appelle bien au contraire, tout au long de sa Fable des abeilles, à « l'habile gestion de l'homme politique avisé [Skilful Management of the Dextrous Politician], laquelle est à ses yeux à la fois la condition nécessaire et l'instrument indispensable de la transformation des « vices privés » en « bien public ». (...). Il est cependant un « vice privé » — et un seul — dont Mandeville décrit en détail les modalités de transformation, en expliquant comment les choses se passent dans la pratique. Ce vice, bien sûr, est la passion des biens matériels en général, et du luxe en particulier — et l'analyse qu'en donne Mandeville est restée célèbre. (...) »

(Albert O. Hirschman : « Les passions et les intérêts » - Justifications politiques du capitalisme avant son apogée – PUF Quadrige – 1997)

D'après Hirschman, Adam Smith, dans « La richesse des Nations », rendra cette distinction entre vices et vertus plus acceptable en remplaçant les termes « passion » et « vice » par des termes inoffensifs comme « avantage » ou « intérêt ».

E) Les raisons de la valorisation de l'intérêt

Toujours d'après Hirschman, la notion d'intérêt va pouvoir s'imposer pour plusieurs raisons.

+ D'abord, ce terme constitue un hybride entre la passion et la raison : « *on reconnaît en lui à la fois la passion de l'amour de soi ennoblie et maîtrisée par la raison, et la raison orientée et animée par l'amour de soi. Ainsi l'hybride nouvellement découvert ne pâtit ni du pouvoir destructeur de la passion ni de l'impuissance de la raison.* » (Albert O. Hirschman : « *Les passions et les intérêts* » - Justifications politiques du capitalisme avant son apogée – PUF Quadrige – 1997)

+ Le deuxième avantage est que, contrairement aux passions, l'intérêt de l'homme rend son comportement prévisible. Hirschman cite à cet égard le pamphlet de Nedham, *Iwerest Will Not Lie* [L'intérêt ne saurait mentir] : « *S'il est en votre pouvoir de comprendre en quoi consiste l'intérêt (l'un homme dans telle ou telle partie où il est engagé, vous êtes assuré (le savoir — à condition qu'il s'agisse d'un homme avisé — par où le tenir, c'est-à-dire comment apprécier ses desseins)* »

+ Cette prévisibilité est particulièrement précieuse sur le plan des activités économiques et on en revient au texte de Smith sur les intérêts du boucher. De cela, provient un nouveau type de lien social, fondé sur les intérêts de chacun, qui n'est pas un fragile *équilibre*, mais un solide *réseau* de rapports interdépendants. L'intérêt de chacun suffit à « faire société » et il n'y a nul besoin de connaissance des autres, de ressemblance, de référence à des valeurs communes (comme la religion) ou d'un organisme supérieur qui impose l'ordre (Dieu, l'Etat,...). On voit là ce qu'on appellera plus tard le « lien sociétaire » et dont l'illustration la plus connue est le lien commercial. On peut alors faire société entre des anonymes libres sans joug de l'Etat, autant dire qu'on retrouve le fondement du libéralisme (économique, politique et des mœurs).

Document 11

« *on reconnaît en lui à la fois la passion de l'amour de soi ennoblie et maîtrisée par la raison, et la raison orientée et animée par l'amour de soi. Ainsi l'hybride nouvellement découvert ne pâtit ni du pouvoir destructeur de la passion ni de l'impuissance de la raison.* » (Albert O. Hirschman : « *Les passions et les intérêts* » - Justifications politiques du capitalisme avant son apogée – PUF Quadrige – 1997)

Document 12

Nedham, *Iwerest Will Not Lie* [L'intérêt ne saurait mentir] : « *S'il est en votre pouvoir de comprendre en quoi consiste l'intérêt (l'un homme dans telle ou telle partie où il est engagé, vous êtes assuré (le savoir — à condition qu'il s'agisse d'un homme avisé — par où le tenir, c'est-à-dire comment apprécier ses desseins)* » (cité par Albert O. Hirschman)

IV) Prise en charge de la question par la science économique

A) La diversité des courants en économie.

Il faut tout d'abord rappeler que le champ de la recherche en économie n'est pas homogène, plusieurs courants théoriques coexistent.

En simplifiant à l'extrême, il existe deux grandes perspectives : pour le courant dominant depuis les années 70, le courant néo classique, l'analyse doit être axiomatique et être fondée sur les modèles idéal-typiques, notamment sur le modèle de l'homo-œconomicus. Il se fonde sur une psychologie de

convention de l'acteur économique et n'intègre pas, ou peu, d'éléments issus d'autres sciences sociales (Histoire, sociologie, anthropologie,...).

Pour d'autres courants d'analyse, très divers, l'analyse doit être comparative et suppose l'utilisation des méthodes et résultats d'autres sciences sociales comme l'Histoire, l'anthropologie, la sociologie,... Il s'agit des courants institutionnalistes, marxistes, etc... et dans une certaine mesure des courants hayekiens (donc très libéraux).

Il faut préciser que le courant dominant durant les trente glorieuses, le courant keynésien, a souvent été présenté sous les habits du courant néo-classique (donc édulcoré) alors que Keynes utilisait facilement des données historiques ou psychanalytiques.

On a de plus en tendance à définir la science économique par une méthode spécifique d'approche. C'est ce qu'on appelle la définition formaliste : « *étude du comportement humain comme relation entre des fins et des moyens rares qui ont des usages alternatifs* » (Lionel Robbins). Adoptant les conceptions de l'économie de marché et de l'homo œconomicus, cette vision invite à penser qu'il n'existe qu'une forme d'approche de l'économie. Mais il est possible de considérer que l'économie concerne « *les formes et les structures sociales de la production, de la répartition et de la circulation des biens qui caractérisent cette société à un moment déterminé de son existence* ». Dans ce cas, on s'intéressera aussi à ce qui ne relève pas du calcul rationnel et du marché. Les échanges fondés sur la routine ou la tradition, sur le don ou le partage y trouveront aussi leur place. Il s'agit de la définition substantiviste de l'économie et elle suppose évidemment qu'on ouvre l'analyse à diverses sciences sociales comme la sociologie ou l'ethnologie. Parmi les adeptes de cette approche on trouve des anthropologues dont le plus célèbre est Karl Polanyi mais aussi des ethnologues, des socio-économistes et des économistes qu'on classe généralement parmi les « hétérodoxes » ou institutionnalistes et ceux-ci considèrent qu'on ne peut pas analyser le comportement des individus en dehors du contexte social et historique dans lequel ils sont plongés et notamment sans tenir compte des institutions qui les ont façonnés (institutions comme la religion, l'Etat, l'école, la famille, etc...). Ce sont les institutionnalistes, les marxistes, certains keynésiens, etc...

Document 13 : les deux définitions de la science économique

définition formaliste : « *étude du comportement humain comme relation entre des fins et des moyens rares qui ont des usages alternatifs* »(Lionel Robbins). Adoptant les conceptions de l'économie de marché et de l'homo œconomicus, cette vision invite à penser qu'il n'existe qu'une forme d'approche de l'économie.

Définition substantive : « *les formes et les structures sociales de la production, de la répartition et de la circulation des biens qui caractérisent cette société à un moment déterminé de son existence* ». Dans ce cas, on s'intéressera aussi à ce qui ne relève pas du calcul rationnel et du marché. Les échanges fondés sur la routine ou la tradition, sur le don ou le partage y trouveront aussi leur place.

B) L'approche des Néo-Classiques

1) Disparition du désir

Les économistes néo-classiques ont résolu le problème à leur manière. Dans l'optique néo classique, l'acteur économique est un être rationnel et désocialisé. Dans cette optique, il n'y a pas lieu de distinguer les désirs des besoins car tous les choix sont fait librement et individuellement sans contraintes autres que les prix et les revenus (ou, du moins, l'économiste n'a pas à les prendre en compte).

Que l'individu soit rationnel ne signifie pas qu'il est raisonnable. Par exemple, un consommateur choisira d'acheter un steak s'il considère que le plaisir qu'il en tire justifie le prix qu'il doit déboursier. Le consommateur est ici rationnel et raisonnable. Mais si un individu choisit de fumer excessivement au risque de mourir prématurément, il sera rationnel dans la mesure où il considère que la satisfaction qu'il tire à fumer justifie le prix du tabac (mais peut être pas raisonnable). On voit à partir de cet exemple caricatural qu'on ne se soucie guère de la question de l'addiction et qu'on considère un individu parfaitement autonome. Cette prise de position peut se justifier d'un point de vue méthodologique mais elle peut aussi sortir du champ purement scientifique pour toucher des considérations morales. Par exemple, l'économiste Milton Friedmann était favorable au commerce libre de la drogue car, selon lui, la consommation de drogue relève d'un choix personnel et éclairé et le drogué ne consomme que parce qu'il en tire une certaine satisfaction.

On comprend dès lors que puisqu'il n'y a plus de considération d'éventuelles contraintes et que l'individu est rationnel, on n'a plus besoin de distinguer des désirs libres, subjectifs et irrationnels des besoins contraints, objectifs et rationnels. Généralement, les économistes néo-classiques ne parent donc que de « besoins ».

2) La satisfaction des désirs

Une fois que ce désir ou ce besoin est assumé, l'acheteur doit en ressentir un certain plaisir. Les économistes néo-classiques parleront alors de satisfaction, d'utilité ou d'ophélimité. Pour les économistes NC, satisfaction et utilité sont synonymes.

Il ne faut pas prendre le terme « utilité » dans son sens courant. Dans ce sens courant, il ya des consommations utiles (qui relèveraient de l'obligation et du besoin) et des consommations inutiles (qui relèveraient du désir et de la satisfaction) ; le problème est que les délimitations ne sont pas toujours aussi claires : posséder une automobile est il utile ou inutile ? Lire des romans ?

Cela permet d'ailleurs de voir que l'utilité d'un produit est variable selon le contexte (le consommateur concerné, la société ou la période historique).

(Pareto a proposé le néologisme « ophélimité » pour éviter de faire des confusions avec les sens courants des termes « satisfaction » et « utilité »).

De plus, comme on l'a vu, les NC ont évacué cette distinction.

Cette satisfaction va évoluer selon un principe de « décroissance marginale », « marginale » désignant la dernière unité consommée. Le principe est simple : si vous êtes assoiffé et que vous buvez un verre d'eau, le premier verre apportera une satisfaction très importante. Le deuxième apportera aussi un plaisir mais moins grand que le première et ainsi de suite. La satisfaction marginale (du dernier verre bu) sera donc décroissante jusqu'à devenir négative (vous êtes ballonné ou malade). En l'absence de pénurie d'eau et si le verre d'eau ne vous coûte rien, il est fort probable que vous boirez jusqu'au point où vous sentirez que vous arrivez dans la zone de « satisfaction négative ». Si vous êtes dans la situation où un commerçant vous vend un verre d'eau (50 centimes le verre, par exemple), vous boirez jusqu'à ce que votre plaisir de boire justifie une dépense de 50 centimes (on remarquera qu'il y a là deux hypothèses cachées : la première c'est qu'il n'y a aucun problème d'offre d'eau et la deuxième c'est qu'il n'y a pas de contrainte budgétaire qui vous empêcherait de boire un verre d'eau alors que vous le désirez encore).

On arrive au résultat essentiel de l'analyse NC, qui est que vous arrêterez de consommer lorsque votre satisfaction marginale sera égale au prix que vous payez (ou au cout marginal que vous devez faire).

Ceci ne concerne qu'un seul produit mais que se passe-t-il quand l'individu doit choisir entre plusieurs consommations comme acheter un paquet de cigarettes, aller au cinéma ou manger un kilo

de poires ? L'hypothèse qui est faite est que l'individu sait attacher un certain niveau de satisfaction à chaque type de consommation ou, à tout le moins, sait les hiérarchiser selon un ordre transitif et stable du type « si je préfère A à B et B à C alors je préfère A à C ». Donc, les désirs sont hiérarchisables.

NB : ce type d'approche s'est développé au cours de la deuxième moitié du 20^{ème} siècle. Ce désir de scientificité via une mathématisation n'est pas sans lien avec l'environnement intellectuel de l'époque.

C) La psychologie expérimentale : le désir manipulable .

La psychologie retenue par les NC est une « psychologie de convention » c'est-à-dire qu'on considère qu'un individu rationnel devrait se comporter ainsi mais on ne dit pas qu'il se comporte ainsi dans tous les cas. En fait on peut trouver des contre exemples : ainsi Hirschman montre dans « Bonheur public, action privée », que certaines consommations comme le chauffage central peuvent relever d'une satisfaction marginale constante. De même il existe un autre bien dont la satisfaction marginale ne semble pas décroissante et dont nous parlerons plus tard, c'est l'argent.

Depuis quelques décennies, on essaie de voir dans quelle mesure l'individu « réel » se rapproche des hypothèses de l'homo-œconomicus. Dans quelle mesure, notamment, est-il rationnel ? C'est le travail de « l'économie expérimentale » et de « l'économie comportementale ».

Le principe consiste à faire passer des tests en laboratoire (en fait sur un terrain donné ou devant des ordinateurs) pour tester la rationalité des agents. Comme on s'en doute, nous ne sommes en général pas totalement rationnels et les émotions ont beaucoup à faire dans nos actes d'achat (et dans les autres actions économiques). Ils montrent que nous ne sommes pas des calculateurs rationnels (même si nous essayons de l'être) mais que nous sommes soumis à de nombreux « biais cognitifs » (les biais cognitifs sont des déviations par rapport à la pensée logique et rationnelle, des erreurs de jugement ou de raisonnement).

Parmi les nombreux résultats obtenus on peut en présenter cinq.

+ Le premier n'a rien de surprenant c'est l'effet paradoxal du prix. Entre deux produits de qualité égale, il se peut qu'on choisisse le plus cher soit parcequ'on suppose qu'il est meilleur (c'est le problème dit de la « sélection adverse ») soit parcequ'on tire une certaine fierté à montrer qu'on peut dépenser plus (« effet Veblen »)

+ Mais à l'inverse, la promesse du « gratuit » peut nous amener à acheter un produit plus cher qu'on n'aurait du.

Document 14

L'autre jour, j'ai voulu commander un livre en ligne. Il valait 24 dollars au prix catalogue. Amazon en demandait 18. J'ai cliqué pour l'ajouter à mon panier et un message a surgi sur l'écran : « Attendez ! Pour seulement 7 dollars de plus, choisissez un envoi GRATUIT- super économique ! » Je recherchais le livre pour mon travail ; j'ai pourtant hésité. Je me suis demandé s'il n'y avait pas d'autres livres dont je pouvais avoir besoin ou envie. N'en voyant aucun, je me suis levée, suis allée dans le salon et ai posé la question à mes jumeaux de 9 ans. Ils voulaient un album de Tintin. Vu qu'ils en ont déjà toute une pile, il ne fut guère aisé d'en trouver un qui leur manquait. Ils firent défiler les offres. Après une longue discussion, leur choix s'arrêta sur un volume qui en contenait trois, dont deux qu'ils avaient déjà lus. D'un clic, je l'ai ajouté au panier et confirmé ma commande. Quand j'eus terminé, j'avais fait faire une économie de 3,99 dollars de frais de port au *New Yorker* qui m'emploie. Mais, dans le même temps, j'en étais de ma poche pour 12,91 dollars.

Elizabeth Kolbert : « Irrationnel, quand tu nous tiens... » - Note sur le livre de Dan Ariely « C'est moi (vraiment ?) qui décide » - « Books » Numero 1 - Vendredi 21 novembre 2008 -

<http://www.books.fr/economie/irrationnel-quand-tu-nous-tiens-24/>

+ Un effet très connu en psychologie sociale est l'effet d'ancrage : qui est un biais cognitif qui se produit lorsqu'une personne considère une **valeur particulière** avant de faire une **estimation**. Le résultat est que la personne reste proche de la valeur considérée, à la manière d'une ancre
On peut par exemple, proposer au consommateur une offre favorable ou défavorable en premier pour servir d'ancrage à l'offre véritable.

Document 15 : deux exemples d'ancrage

Dans une expérience on a proposé deux offres d'abonnement à un journal : une offre d'abonnement web à 59\$ et une offre papier + web à 125\$. Dans un deuxième contexte d'expérimentation on ajoute une 3ème offre « uniquement papier » proposée à 125 \$ et était proposée au dessus de l'offre « web + papier » vendue au même prix. Cette troisième offre sert d'ancrage et a entraîné une augmentation des souscriptions web+papier de 43% !

Dan Ariely rapporte l'histoire de ce commerçant qui n'arrivait pas à vendre des « perles noires » sans grande valeur mais décida de les présenter en vitrine à un prix astronomique à côté de perles blanches connues, chères et cotées. La présence de « perles blanches » a fait un effet d'ancrage » et permis de vendre cher les perles noires

A l'inverse Des psychologues de l'Université de Californie à Los Angeles ont proposé à des étudiants devaient décider s'ils acceptaient ou refusaient diverses propositions impliquant des probabilités de 50 % de gagner de l'argent supplémentaire ou d'en perdre, par exemple en jouant à pile ou face avec un risque de gain de 30 dollar et un risque de perte de 20 dollars. Les étudiants pouvaient accepter ou non de jouer. En moyenne , ils acceptaient de participer si le gain potentiel était de 19 dollars et la perte de 10 dollars

Au fond ces expérimentations vérifient l'adage « on sait ce qu'on perd, on ne sait pas ce qu'on gagne ».

On va retrouver le même problème lors d'un changement d'emploi, le risque de perte de salaire peut freiner la décision de changer d'emploi

On a observé le même type de réaction sur les marchés financiers (effet de disposition ») où, en cas de perte, les acteurs tendent à retarder la revente en « espérant se refaire »

+ Enfin, le biais le plus surprenant, mais facile à vérifier, est le paradoxe de l'abondance où l'abondance de variété d'un même produit (un yaourt par exemple) qui est censé répondre aux désirs les plus divers du consommateur finit par freiner l'acte d'achat. L'explication vient du coût cognitif qu'implique la comparaison d'un trop grand nombre de produits et aboutit chez certains à l'abandon de l'acte d'achat.

On voit immédiatement l'usage que le marketing peut faire de ces données.

C) Le désir est-il libre ? Galbraith et la filière inversée

L'analyse néoclassique suppose une primauté des désirs du consommateur. Celui-ci a des besoins (ou un désir) à satisfaire et il cherchera sur un marché le bien ou service le mieux à même de satisfaire ce besoin. Suivant ses achats certaines entreprises accroîtront leurs ventes et d'autres disparaîtront ou s'adapteront à la nouvelle demande. Ainsi, dans la « filière normale » c'est la satisfaction du consommateur qui guide la production. Cependant cela implique de très nombreuses conditions : que le désir du consommateur soit bien réel, qu'il dispose d'une information parfaite (qu'il soit au courant de tous les biens vendus, de leur qualité et de leur prix), que son choix soit parfaitement rationnel (pas

de biais cognitifs) et que les entreprises soient suffisamment nombreuses pour se faire concurrence. Cela pouvait assez bien coller au système économique du 19^{ème} siècle où les biens étaient généralement simples et faciles à analyser et où le marché atomistique dominait.

Mais depuis, nous sommes entrés dans une autre configuration. La « filière normale » existe toujours, Galbraith le disait en 1967 au moment de la parution du « Nouvel Etat Industriel » et pensait qu'elle était toujours dominante, mais elle perd de son poids face à une nouvelle configuration économique faite d'entreprises de plus en plus grandes et de biens de plus en plus sophistiqués et difficilement analysables. Il en résulte une prolifération de problèmes du type des biais cognitifs ou de la sélection adverse. De plus, il devient de plus en plus difficile de faire jouer la concurrence. Dans ce contexte, c'est la Grande Entreprise qui « a al main », Galbraith parle de « filière inversée ». Pour lui, les besoins sont de moins en moins déterminés par le consommateur et de plus en plus manipulables par le pouvoir de la grande entreprise : présentation du produit, modification de son image, pénuries artificielles, publicité,...

La publicité ne se prive pas de jouer la dessus : on aura bien du mal à trouver des spots publicitaires qui s'adressent à la part rationnelle du consommateur en décrivant l'usage, la qualité et le prix du produit. En général, il est présenté comme permettant d'assouvir ses désirs de liberté, de sexualité, de puissance,...

Cependant, il est discutable de dire, comme on le fait parfois, que la publicité « crée » des besoins. Elle peut les manipuler, les tordre, ...mais difficilement les créer. A la différence de l'Etat, par exemple, qui est en mesure de créer des besoins lorsqu'il impose d'effectuer ses démarches administratives par Internet (mais là on n'est plus dans le cadre des désirs).

Document 16

Le débat avec Hayek et Friedman sur la nature des besoins

Hayek [1961] et Friedman [1977] ont tous deux polémique avec Galbraith sur la hiérarchie des besoins. Leur critique s'est centrée sur l'idée qu'il ne peut y avoir de critère pour hiérarchiser les différents besoins et que toute tentative de le faire est une atteinte à la conception d'une société libre.

Hayek distingue les besoins naturels, qui se résument aux besoins vitaux de l'homme, et les besoins artificiels, créés par la société, qui eux sont infinis, puisque soumis à la comparaison avec autrui, donc à une pulsion d'imitation ou un désir d'acquisition d'un statut social. Les biens qui satisfont ce second type de besoins, une fois produits et possédés par certains, sont en effet désirés par d'autres, ce qui revient à dire simplement que nos désirs sont influencés, façonnés par notre environnement culturel. L'argument de Galbraith, selon lequel certains besoins sont créés par la production elle-même n'est donc pas valable, car c'est le cas de tous les biens, excepté ceux qui satisfont les seuls besoins naturels. (...) Friedman considère en effet que le point fondamental de la vision galbraithienne de l'économie est la remise en cause de la souveraineté du consommateur. C'est elle qui remet en question la liberté de choix des individus. Or considérer que les individus ne choisissent pas librement les biens qu'ils consomment provient, pour Friedman, d'une attitude aristocratique, qui place ses propres goûts au-dessus de ceux des autres.

(Stéphane Laguérodié : « Introduction à John Kenneth Galbraith » - La Découverte – 2011)

Document 17 : LA FILIERE INVERSEE (GALBRAITH)

Je ne soutiens pas que la filière inversée a remplacé la filière normale. Au-dehors du système industriel — c'est-à-dire à l'extérieur des frontières des grandes entreprises — la filière normale est toujours la règle ; mais, à l'intérieur du système industriel, son importance a décliné au profit de la filière inversée. Ici encore, le consommateur a toujours le pouvoir de résister à la persuasion. Par conséquent, au moyen du marché, il peut, lui et ceux qui l'imitent, contraindre le producteur à s'adapter. Mais le consommateur, de même que les prix auxquels il achète, peut

aussi être manœuvré. Et il l'est ! La filière classique et la filière inversée coexistent à la manière d'une réaction chimique réversible. (...) La filière inversée relègue au musée des idées périmées la notion d'un équilibre des dépenses de consommation reflétant chez le consommateur le maximum de satisfaction. D'après cette doctrine, chère à l'économie magistrale et toujours en honneur dans les manuels, l'individu, ou le ménage, organise ses achats de façon à retirer de la dépense affectée à chaque possibilité de consommation ou d'utilisation une satisfaction à peu près constante jusqu'au dernier dollar déboursé¹. S'il en était autrement -- si par exemple un dollar dépensé en produits de beauté procurait plus de satisfaction qu'un dollar dépensé en essence — alors la dépense en produits de beauté croîtrait au détriment de la dépense en essence. La réciproque est vraie, et c'est l'inverse qui pourrait se produire. En d'autres termes, lorsque le plaisir qui résulte d'un petit supplément de dépense consacré à des objets différents est inégalement réparti, il est toujours possible d'obtenir un meilleur résultat en restreignant la dépense là où la satisfaction est moindre, et en l'augmentant là où elle est supérieure. Il s'ensuit que la satisfaction atteint son maximum lorsque le plaisir retiré d'un léger accroissement de la dépense est également réparti pour tous les objets de cette dépense. (...)

Certes, le consommateur pourra encore s'imaginer que ses ados répondent à l'idée qu'il se fait des satisfactions qu'il recherche. Mais c'est une impression toute superficielle, une approximation ; c'est le fruit des illusions dans lesquelles l'entretient le conditionnement de ses besoins. Ceux qui veulent ignorer la réalité seront les seuls à se satisfaire d'une explication aussi simpliste. Tous les autres remarqueront que l'individu retire d'un supplément de dépense consacré à l'automobile moins de satisfaction que s'il l'affectait au logement, cela peut être rectifié tout aussi bien par la décision de la Chrysler Motors de modifier sa stratégie de vente que par la décision de l'intéressé d'affecter un P somme supérieure à son logement I. De même, il se peut qu'un parfait état d'équilibre dans lequel les utilités marginales sont partout à égalité soit détruit non pas en raison de modifications qui se seraient produites dans le revenu de l'individu ou dans la situation des biens disponibles, mais par suite des variations de l'action de persuasion à laquelle il est soumis.

Cette fois encore, l'économie se trouve devant un problème qui n'est pas celui de l'erreur originelle, mais de la désuétude. La conception du consommateur répartissant son revenu de façon à porter au maximum des satisfactions ayant leur cause première dans sa propre personne et dans son environnement n'était pas inexacte dans les premiers temps du développement économique. Quand les biens étaient moins abondants, quand ils servaient à satisfaire des besoins physiques urgents et que leur acquisition faisait l'objet d'une mûre réflexion, l'acheteur était infiniment moins manœuvré. Quant au producteur, il ne connaissait pas, dans ce monde plus simple et moins technique, l'obligation de planifier. Aussi n'éprouvait-il pas la nécessité de persuader, ou, si l'on préfère, de conditionner la demande. Le comportement modèle du consommateur, conçu pour un tel état de choses, n'était pas inexact. L'erreur fut de le transposer, sans le modifier, dans l'ère du système industriel, à laquelle, la chose ne surprendra pas, il n'était pas accordé².

(...) Il est possible que les gens aient besoin de croire qu'ils ne sont pas manœuvrés pour pouvoir l'être effectivement. On nous a appris à faire grand cas de notre liberté de choix économique ; s'il était admis que ce choix est conditionné, nous serions bien en peine d'affirmer notre indépendance, et il serait ainsi moins facile de nous manœuvrer. Si l'enseignement économique, étayé par la sagesse formidable des manuels d'économie, proclamait que les gens sont dans une certaine mesure au service de ceux qui les servent, cela pourrait amener quelques-unes des personnes ainsi renseignées à rendre leur tablier.

(J.K. Galbraith : « Le Nouvel Etat Industriel » - chapitre 19 « La filière inversée » - NRF Gallimard - 1967



Ruée à minuit dans les librairies pour la sortie du dernier Harry Potter en français

Document 18

Environ deux cents librairies seraient restées ouvertes toute la nuit du 13 au 14 octobre 2016 pour la parution en France du dernier livre de Joanne K. Rowling. Une frénésie qui devrait se poursuivre avec diverses animations à travers la plupart des réseaux de vente : entre autres, tours de magie et concours de déguisement.(...) Harry Potter est trentenaire, marié et père d'un enfant, Albus, dont l'éducation lui cause des soucis et il travaille au très sérieux ministère de la Magie. *« L'enthousiasme des retrouvailles est dû au fait qu'il n'y a rien eu depuis près de dix ans. Mais il tient surtout à l'authenticité d'Harry Potter. Un esprit très particulier se dégage de l'univers du roman qui a su transposer le réel dans le monde de la magie. On pourrait même parler d'une frénésie »*, souligne Hedwige Pasquet, directrice de Gallimard jeunesse (qui édite l'auteur britannique en France) pour expliquer le barnum marketing.

La sortie de l'ouvrage en anglais était elle même déjà précédée d'une campagne promotionnelle contrôlée au détail près par les équipes de J.K. Rowling, comme à la grande époque du roman : mille secrets, embargos en tout genre, librairies ne disposant du livre parfois qu'une heure avant le début de la vente. (...) Certes, au début, les premiers succès de vente ont été obtenus par le bouche-à-oreille. Il faut attendre le troisième volet du roman, *La Coupe de feu* », en 2000 et l'adaptation cinématographique de *L'Ecole des sorciers*, en 2001, pour qu'Harry Potter devienne le phénomène marketing que l'on sait : développement de nombreux produits dérivés, sites Internet et événements divers pour cultiver l'intérêt des « Potter addicts ». (...)

Que raconte cette manière de lancer les best-sellers faite de secret et de matraquage publicitaire ? *« Cela répond à un marketing mondialisé. Harry Potter est devenu une marque, au sens strict du terme et ce n'est pas un gros mot. Ce type de marketing emprunte à d'autres univers de création. Et cela paraît nécessaire si l'on veut rendre le livre et la lecture populaires et si l'on veut repenser la culture en terme d'usage »*, explique la sémiologue Mariette Darrigrand, auteur de *Sexy Corpus, voyage dans la chair de mots* (Lemieux éditeur, 2015). Les risques sont cependant grands de faire oublier le talent de l'auteur et de reléguer Harry Potter, qui était au départ *« un vrai geste de créateur »*, au rang de banal produit de grande surface.

(Raoul Mbog : « Harry Potter : le mystère de la saga des sorties » - Télérama -14/10/2016)

Dans la logique de la filière inversée, la question n'est plus de produire pour satisfaire des désirs ou des besoins mais de développer les besoins ou les désirs pour produire plus. Et c'est la logique de notre système depuis le 19^{ème} siècle. Mais la stimulation des désirs suppose qu'il ya eu un manque à combler. Il est donc nécessaire de développer le manque et la frustration

V) Les désirs vus par la sociologie et la sociologie économique

Des propos précédents, on peut dégager deux idées essentielles ;

La première est qu'il n'est pas surtout sur qu'il existe une hiérarchie des besoins supposant qu'il faudrait d'abord satisfaire des besoins primaires ou essentiels (alimentation, sécurité,...) avant de s'attaquer à des besoins plus nobles. On peut supposer que les besoins de conformité et de distinction se développent en même temps que les besoins primaires. Il n'y a là rien de très surprenant dans la mesure où l'être humain et avant tout un être social qui est né et a grandi dans un groupe avant de procéder à son individuation.

Cela nous amène à notre deuxième conclusion essentielle qui est que nos désirs ne sont pas strictement individuels mais sont reliés à nos groupes d'appartenance (famille, classe sociale,...).

C'est ce que les sociologues savent depuis longtemps

A) Les désirs sont sociaux

1) Pierre Bourdieu et l'habitus

Les goûts, par exemple, qui sont à la base des désirs sont souvent déterminés socialement (cf « la distinction » de Bourdieu). Son analyse a été affinée ces dernières années par Lahire (« l'homme pluriel ») ou Peterson (« l'omnivorerie culturelle »)

Mais les désirs ne concernent pas que la consommation. Bourdieu a beaucoup travaillé sur la réussite scolaire et a rappelé le fait incontesté que la réussite scolaire est largement liée au milieu d'origine. Cette réussite différentielle est liée à de nombreux facteurs comme les capitaux économiques, sociaux et culturels (Bourdieu insiste surtout sur le culturel) mais il faut rappeler qu'à la base de la réussite, il ya la motivation et que cette motivation est distribuée socialement. On peut retenir cette phrase de Bourdieu « loin de dire que quand on veut on peut JJJJ ». Le désir de réussite est donc fortement déterminé socialement.

A ce titre, une enquête faite par Raymond Boudon (qu'on présente généralement comme l'opposé de Bourdieu) est parlante

Document : Enquête de 1968 de Raymond Boudon portant sur l'ambition des élèves.

Pourcentage d'élèves ayant choisi un métier en fonction du statut socio-économique :

Statut socio-économique (1 : bas – 5 élevé)	1	2	3	4	5
% de choix	53	58,2	60,7	65,5	61,4
effectifs	492	534	303	203	277

(Boudon-Bourricaud : « Le choix professionnel des lycéens » - convention, D.O.R.S.T. – Juillet 1968)

On voit que plus le milieu d'origine est favorisé, plus les enfants ayant déjà effectué leur choix sont nombreux. Ce choix pourrait évidemment être relié, non à l'origine sociale, mais à la réussite scolaire. Le tableau suivant permet de préciser la question :

Relation entre réussite scolaire et prestige de la profession choisie en fonction du niveau culturel de la famille.

Niveau culturel de la famille									
	Bas			moyen			Elevé		
	Réussite scolaire			Réussite scolaire			Réussite scolaire		
<i>Prestige de la profession choisie</i>	Basse	Moyenne	Bonne	Basse	Moyenne	Bonne	Basse	Moyenne	Bonne
Faible	27,5	16	8	14,5	8,5	9	11	10,5	8,5
Moyen	45	52,5	28	47,5	47,5	24,5	15,5	30,5	20
élevé	27,7	31,5	64	38	44	66,5	74	59	71,5
% selon la réussite	14,5	76,5	9	11	79,5	9	13	70	17

(Boudon-Bourricaud : « Le choix professionnel des lycéens » - convention, D.O.R.S.T. – Juillet 1968)

Les différences de réussite scolaire en fonction du niveau socio culturel de la famille sont faibles sauf pour la réussite élevée qui passe du simple au double entre les deux catégories extrêmes (de 9% à 17%). Le prestige de la profession choisie est corollé à la réussite scolaire. Cependant cette corrélation est particulièrement forte pour les catégories "défavorisées" et presque inexistante pour les catégories "favorisées" : parmi les élèves issus de catégories défavorisées 27,5 % des élèves à réussite faible choisissent une profession à prestige faible, et 27,7 % choisissent une profession à prestige élevé. S'ils ont une bonne réussite scolaire les % passent à 8% et 64 %.

En revanche, parmi les élèves issus des catégories favorisées et à faible réussite scolaire, 74 % d'entre eux choisissent une profession à prestige élevée (ils ne sont que 71,5 % parmi ceux qui ont une bonne réussite scolaire) et seuls 11 % d'entre eux choisissent un profession à faible prestige. Il est clair que, contrairement aux élèves issus des classes populaires, leurs ambitieux ne sont pas déterminées par la réussite scolaire mais par le milieu familial. Ceci aura une influence importante sur la réussite sociale ultérieure. Pour reprendre P. Bourdieu : " *On n'obtient que ce que l'on désire, mais on ne désire jamais que ce qu'on est en mesure d'obtenir*".

2) Veblen et la consommation ostentatoire

Veblen récuse les prétentions des NC (terme dont il est l'inventeur) sur la supposée rationalité des individus. Pour lui le premier désir des hommes est celui de se distinguer des autres et de dominer symboliquement, désir qu'il retrouve à chaque étape de l'évolution de l'humanité. Cette domination se fera d'abord par le gaspillage et la dépense ostentatoire

Il se sert pour cela de l'exemple du potlatch popularisé par Franz Boas et théorisé par Marcel Mauss

Document n°20 : « C'est beau parce que c'est cher » - Entretien imaginaire avec Thorstein Veblen

- *A bien des égards, votre oeuvre présente des similitudes avec celle de Marx...*

Il y a effectivement certaines ressemblances, puisque j'ai notamment repris la notion de lutte des classes. Mais il ne faut pas se fier aux apparences. Le matérialisme dialectique de Karl Marx est en filiation directe des théories de Hegel. Pour ma part, je me suis inspiré des travaux du naturaliste Charles Darwin et j'ai largement appliqué la théorie évolutionniste à la vie économique et sociale.

- *Le darwinisme fait une large part à l'instinct. Celui-ci serait-il le moteur des affaires?*

Oui. En fait, pour être plus précis, je dirai que l'homme est animé par deux forces contradictoires : l'instinct prédateur et l'instinct artisan. Le premier le pousse à adopter un comportement égoïste et à livrer une guerre sans merci à ses semblables. Le second lui donne au contraire le goût du travail bien fait et l'encourage à oeuvrer pour le progrès et le bien-être de la société.

(...)

- *Revenons à votre darwinisme social. Comment avez-vous appliqué les théories évolutionnistes à l'économie ?*

J'ai distingué quatre grandes périodes dans l'histoire de l'humanité. Il y a tout d'abord la période néolithique, qui se caractérise par une vie sauvage où aucune classe n'en domine une autre. Ensuite, vient la période barbare: elle est marquée par la naissance de la propriété privée. Une classe oisive de propriétaires, animée par l'instinct prédateur, impose sa loi au reste de la société. La troisième période, je l'ai appelée « artisanale » ou « préindustrielle » : elle a vu s'affirmer une nouvelle classe industrielle tandis que la classe des propriétaires maintenait son pouvoir sur la société. L'évolution doit enfin mener à une période « machiniste » pendant laquelle les propriétaires oisifs doivent logiquement être éliminés par la classe industrielle.

(...)

- *Qu'appellez-vous exactement classe de loisir ?*

La classe de loisir est apparue avec l'institution de la propriété privée. A l'origine, elle était composée de seigneurs guerriers qui ont imposé leur pouvoir par l'emploi de la force physique et de la violence. Jouissant des revenus de la propriété, cette classe n'a pas besoin de se livrer à une activité productive pour subvenir à son existence. Dès lors, elle considère comme essentiel de montrer au reste de la société qu'elle ne se salit pas les mains et que la vie doit être consacrée aux loisirs. Concrètement, cela se traduit par une véritable compétition pécuniaire. Chacun veille à afficher son niveau de richesse par des dépenses aussi ostentatoires qu'inutiles. Les membres de la classe de loisir ne consomment pas tant pour améliorer leur bien-être que pour surpasser leurs semblables dans l'étalage de biens précieux et luxueux.

- *Pourquoi cette frénésie de dépenses freinerait-elle le progrès?*

Parce que la classe de loisir ne réinvestit pas ses énormes profits. Habitée au luxe, elle en veut toujours plus. Sa position dominante la conduit à maintenir un *statu quo* économique et social, à confiner les autres classes dans la misère. Comme je l'ai écrit, « l'accumulation de richesses à l'extrémité supérieure de l'échelle sociale implique la privation à l'extrémité inférieure ». Fort heureusement, à cet instinct prédateur de la classe de loisir, s'oppose l'instinct artisan de la classe industrielle.

- *Quels sont les traits de cette classe industrielle ?*

Elle se caractérise avant tout par cet instinct du travail bien fait dont j'ai déjà parlé et qui conduit les hommes à exercer un métier productif utile à la société. C'est notamment le cas des ingénieurs, des techniciens et des ouvriers. Ces hommes, qui ne sont pas propriétaires des outils qu'ils utilisent, sont beaucoup moins sensibles à l'instinct d'acquisition que les membres de la classe de loisir.

- *C'est en quelque sorte une variante de la lutte des classes...*

Les choses ne sont pas si simples. Dans la réalité, le même individu peut être animé à la fois par l'instinct prédateur et par l'instinct artisan. Ma version évolutionniste de la lutte des classes peut sans doute prêter à sourire aujourd'hui. Je n'en constate pas moins qu'hommes de finance et hommes de production s'opposent encore aujourd'hui.

- *Comment cela ?*

Les ingénieurs et les scientifiques pensent en termes de progrès technique et d'innovation. Ils ont le plus souvent une vue à long terme sans souci de rentabilité immédiate. Les financiers et les hommes d'affaires cherchent au contraire à maximiser les profits de l'entreprise. Ce qui les conduit à sacrifier les programmes de recherche et développement.(...) Les moeurs capitalistes actuelles sont très semblables

à celles que j'ai connues. A la fin du XIX^{ème} siècle et au début du XX^{ème}, les hommes d'affaires américains cherchaient inlassablement à faire croître les sociétés qu'ils dirigeaient. Et surtout à réaliser de substantiels profits. Aujourd'hui, la logique des OPA est la même. Les *raiders* justifient souvent leur boulimie par l'argument de la « synergie industrielle », mais nombre d'entre eux s'empressent de dépecer leurs conquêtes pour les revendre et réaliser d'importantes plus-values. Le profit reste bien la motivation première et dernière des OPA.(...)

Je me suis contenté de décrire les nouveaux riches et les arrivistes qui proliféraient aux États-Unis à la fin du siècle dernier. J'ai observé cette espèce avec le regard d'un anthropologue et montré comment la consommation revêt chez elle un caractère ostentatoire. Chaque dépense ne visait qu'à surpasser celles des autres par son éclat et son inutilité.

- *D'où le fameux paradoxe de Veblen, qui s'applique aux produits de luxe.*

Pour les biens de consommation courante, le prix est une fonction décroissante de l'offre. Pour un produit de luxe, c'est le contraire. Il ne se vend bien que s'il est cher. Aux yeux de l'acheteur, le prix élevé d'un parfum ou d'un article de maroquinerie constitue la preuve du caractère valorisant de son acquisition. Si quelqu'un vous dit d'un bijou qu'il est « absolument ravissant », vous pouvez traduire par « pécuniairement honorifique ». Et inutile.

- *N'y a-t-il pas, pour certains biens courants, un paradoxe identique ?*

C'est exact. Dans une société d'abondance, la consommation perd son aspect utilitaire. Les agents économiques ne consomment pas seulement pour satisfaire des besoins vitaux. Ils consomment tout autant pour se distinguer de ceux qu'ils côtoient dans leur vie privée ou professionnelle. Un exemple parmi d'autres, celui des constructeurs automobiles. Ils multiplient les séries limitées afin de valoriser leur produit aux yeux du consommateur. Ce type de véhicules n'offre finalement que des différences minimales par rapport au reste de la production. Et ces différences n'ont aucun impact sur l'usage courant que l'on peut faire du véhicule. Pourtant, elles se vendent. C'est tout l'art de rendre un produit de grande consommation aussi attrayant et valorisant qu'un article de luxe. On pourrait en dire de même de la mode qui pousse les gens à délaisser des vêtements qu'ils n'ont pas eu le temps d'user en une saison.

(Bernard Knapp : « Interviews posthumes – L'économie racontée par ses théoriciens et ses acteurs » - La Découverte/Science et Vie Economie – 1989)

Document 21

« L'institution d'une classe oisive s'est fait jour peu à peu [...] « L'émergence d'une classe oisive coïncide avec les débuts de la propriété [...] La richesse est intrinsèquement honorable, et confère l'honneur à son propriétaire. Par un surcroît de raffinement, il y aura désormais plus d'honneurs et de raffinement à posséder une richesse transmise par des ancêtres, qu'à en acquérir par ses propres efforts. »

« Du moment où la propriété fonde l'estime populaire, elle devient non moins indispensable à ce contentement de soi que nous appelons amour-propre. Dans toute société où chacun détient ses propres biens, il est nécessaire à l'individu, pour la paix de son esprit, d'en posséder une certaine quantité, la même que possèdent ceux de la classe où on a coutume de se ranger ; et quelle énorme satisfaction que de posséder quelque chose de plus ! Or, au fur et à mesure qu'une personne fait de nouvelles acquisitions et s'habitue au niveau de richesse qui vient d'en résulter, le dernier niveau cesse tout à coup d'offrir un surcroît sensible de contentement. Dans tous les cas, la tendance est constante : faire du niveau pécuniaire actuel le point de départ d'un nouvel accroissement de la richesse ; lequel met à son tour l'individu à un autre niveau de suffisance, et le place à un nouveau niveau de l'échelle pécuniaire s'il se compare à son prochain. [...]

Tant que la comparaison lui sera nettement défavorable, l'individu normal, l'individu moyen vivra dans l'insatisfaction chronique et se trouvera mal loti ; et quand il aura rejoint ce qui peut s'appeler le niveau pécuniaire normal, cette insatisfaction fera place en lui à une surtension ; il n'aura de cesse que l'intervalle s'élargisse encore et toujours entre sa position et le niveau dit normal. L'individu qui se livre à une comparaison provocante ne la trouvera jamais assez favorable : il ne demanderait pas mieux que de se classer plus haut encore. [...]

Si l'aiguillon de l'accumulation était le besoin de moyens de subsistance ou de confort physique, alors on pourrait concevoir que les progrès de l'industrie satisfassent peu ou prou les besoins

collectifs ; mais du fait que la lutte est en réalité une course à l'estime, il n'est pas d'aboutissement possible. »

« Pour s'attirer et conserver l'estime des hommes, il ne suffit pas de posséder richesse ou pouvoir ; il faut encore les mettre en évidence, car c'est à l'évidence seule que va l'estime. En mettant sa richesse bien en vue, non seulement on fait sentir son importance aux autres, non seulement on aiguise et tient en éveil le sentiment qu'ils ont de cette importance, mais encore, chose à peine moins utile, on affermit et préserve toutes raisons d'être satisfait de soi. » (...) « Cet aperçu de l'origine du loisir et de la consommation ostentatoire fait apparaître un élément qui leur est commun et fonde pareillement leur utilité : le gaspillage. Dans un cas, il gaspille du temps, et de l'effort ; dans l'autre, des biens. Ce sont deux méthodes pour démontrer la possession de la richesse, et l'ont admises couramment qu'elles sont équivalentes. [...] Le gaspillage ostentatoire est un principe directeur. »

« La rivalité joue ici le rôle de moteur : l'esprit de comparaison provocante nous incite à laisser plus bas que nous les gens de notre condition. [...] Toute classe est mue par l'envie et rivalise avec la classe qui lui est immédiatement supérieure dans l'échelle sociale alors qu'elle ne songe guère à se comparer à ses inférieures [...] Le critère du convenable en matière de consommation, et il vaut partout où se joue quelque rivalité, nous est toujours proposé par ceux qui jouissent d'un peu plus de crédit que nous-mêmes.

On en arrive alors [...] à rapporter insensiblement tous les canons d'après lesquels une chose est considérée ou reçue, ainsi que les diverses normes de consommation, aux habitudes de comportement et de pensée en honneur dans la classe la plus haut placée tant par le rang que par l'argent – celle qui possède richesse et loisir. C'est à cette classe qu'il revient de déterminer, d'une façon générale, quel mode de vie la société doit tenir pour recevable ou générateur de considération »

(Thorstein Veblen : « *Théorie de la classe de loisir* » 1899)

Document 22 : Le Potlatch, forme de don.

Dans les économies et dans les droits qui ont précédé les nôtres, on ne constate jamais de simples échanges de biens, de richesses et de produits au cours d'un marché passé entre les individus. D'abord, ce ne sont pas des individus, ce sont des collectivités qui s'obligent mutuellement, échangent et contractent (...) : clans, tribus, familles, qui s'affrontent et s'opposent soit en groupes se faisant face sur le terrain, soit par l'intermédiaire de leurs chefs, soit de ces deux façons à la fois.

De plus, ce qu'ils s'échangent, ce n'est pas exclusivement des biens et des richesses (...) des choses utiles économiquement. Ce sont avant tout des politesses, des festins, des rites, des services militaires, des femmes, des enfants, des danses, des fêtes, des foires dont le marché n'est qu'un des moments et où la circulation des richesses n'est qu'un des termes d'un contrat beaucoup plus général et beaucoup plus permanent. Enfin, ces prestations et contre-prestations s'engagent sous une forme plutôt volontaire, par des présents, des cadeaux, bien qu'elles soient au fond rigoureusement obligatoires. (...) [le potlatch est une forme particulière de don qui était pratiqué par les indiens de la côte Nord-Ouest de l'Amérique ; les chefs de clans s'échangent de la nourriture et des biens précieux dans une sorte de compétition où sera réputé gagnant celui qui aura été le plus généreux]

L'obligation de donner est l'essence du potlatch. Un chef (...) ne conserve son autorité (...) qu'en dépensant sa fortune, en la distribuant, en humiliant les autres (...) **L'obligation de recevoir** ne contraint pas moins. On n'a pas le droit de refuser un don. Agir ainsi, c'est manifester que l'on craint d'avoir à rendre (...)

L'obligation de rendre est tout le potlatch (...) on perd la « face » à jamais si on ne rend pas, ou si on ne détruit pas des valeurs équivalentes (...)

Une partie considérable de notre morale et de notre vie elle-même [se situe] toujours dans cette atmosphère du don, de l'obligation et de la liberté mêlés. Le don non rendu rend encore inférieur celui qui l'a accepté (...) L'invitation doit être rendue (...) Ainsi telle famille villageoise de notre enfance, en Lorraine, qui se restreignait à la vie la plus modeste en temps courant, se ruinait pour ses hôtes à l'occasion de fêtes patronales, de mariage, de communion (...) Il faut être « grand seigneur » dans ces occasions.

(Marcel Mauss, « *Essai sur le don* », 1^{ère} édition 1923).

Il est facile de montrer la domination symbolique qu'exerce aujourd'hui la « jet set » en dépensant excessivement ou en achetant des produits bien au-delà de leur prix.

Ce « désir de démonstration » va alors entraîner une relation prix-achat inverse de ce que les NC supposent. Pour les NC, l'achat est une fonction inverse du prix, ce qui permet d'ailleurs d'équilibrer le marché puisqu'on s'arrêtera d'acheter quand le prix ne pourra plus être justifié par la satisfaction qu'apporte le produit. Pour Veblen, la demande est une fonction croissante du prix : plus le prix est élevé e plus j'achète car ça me permet de montrer que je suis capable de dépenser beaucoup et , par cela, de m'imposer symboliquement aux autres.

Par la suite, il se peut que l'aspect démonstratif s'accroche au produit au point de développer un marché de la contre-façon (cf Lacoste). En tout cas, cela prouve que les catégories « inférieures » développent elles mêmes un désir de démonstration en imitant la consommation des plus riches. On voit 'ailleurs qu'il ya là une contradiction ente désir de démonstration et le désir d'imiter les plus riches.

3) Georg Simmel et la mode

Le sociologue Georg Simmel a mis en évidence ces mécanismes fondamentaux dans l'analyse de la mode. Pour lui, l'homme a deux besoins fondamentaux : celui de se distinguer des autres ce qui permet une forme d'individuation et de domination. Mais il a un autre désir, celui de « sécurité » dans son statut c'est-à-dire qu'il craint d'être rejeté s'il est trop différent des autres, d'où un besoin d'imitation et de conformité. Cette volonté de trouver à la fois une liaison et une séparation est au fondement des analyses de Simmel qui p parlait de « pont » (qui relie ce qui était séparé) et de « porte » (qui sépare ce qui était relié).

La mode, qui est typique des 19^e et 20^e siècle et trouve son apogée dans les années 1960) est le principe même qui permet de relier ces opposés. Être à la mode c'est avoir à la fois la satisfaction du désir de distinction et répondre au besoin de confort de la conformité. A l'image des porteurs de jeans troués si heureux d'afficher leur rébellion er leur con conformisme comme 90% des lycéens.

Document 23

On la nommerait volontiers l'enfant commun de la réflexion et de l'irréflexion. Elle donne à l'individu l'assurance de ne pas rester seul avec ce qu'il fait, et s'appuie sur l'exercice d'une même activité jusque-là établi comme sur un solide fondement, qui décharge son exercice présent d'une difficulté, celle d'avoir à se soutenir soi-même. (...) En imitant, nous renvoyons à autrui l'exigence d'énergie productive, mais en même temps aussi la responsabilité de ce qui se fait ; l'imitation délivre donc l'individu des affres du choix, le signale comme la créature d'un groupe, comme le réceptacle de contenus sociaux. L'instinct mimétique, dans son principe, définit un stade évolutif où est vivant, certes, le désir d'une activité personnelle orientée vers un but, mais où manque la capacité de fournir à celle-ci des contenus individuels ou d'en trouver à partir d'elle. (...)L'imitation répond ainsi, dans tous les phénomènes dont elle est un facteur constitutif, à *l'une* des tendances fondamentales de notre être, celle qui pousse à fonder la singularité dans la généralité, accentuant la stabilité dans le changement. Mais si, à l'inverse, dans la stabilité on recherche le changement, c'est-à-dire la différenciation individuelle, la dissociation d'avec la généralité, alors l'imitation devient le principe négateur et entravant. (...)la vie sociale se révélera comme l'arène où ces deux principes se contestent chaque pouce de terrain, et les institutions de la société comme ces conciliations toujours éphémères où leur antagonisme se prolonge sous la forme extérieure d'une coopération.

Voilà qui cerne les conditions d'existence de la mode en tant que phénomène partout répandu dans l'histoire de notre espèce. Imitation d'un modèle donné, la mode satisfait un besoin d'appui social, elle mène l'individu dans la voie suivie par tous, elle indique une généralité qui réduit le comportement de chacun à un pur et simple exemple. Cela dit, elle satisfait tout autant le besoin de distinction, la tendance à la différenciation, à la variété, à la démarcation Et elle y parvient d'un côté par le changement des contenus qui imprime à la mode d'aujourd'hui sa marque individuelle par rapport à celle d'hier et de demain, mais de l'autre, encore plus énergiquement, grâce au fait que les modes sont toujours des modes de classe, que celles de la couche supérieure se distinguent de celles de la couche inférieure et se voient abandonnées par la première dès que la seconde commence à se

les appropriier. La mode n'est donc jamais qu'une forme de vie parmi beaucoup d'autres, qui permet de conjindre en un même agir unitaire la tendance à l'égalisation sociale et la tendance à la distinction individuelle, à la variation. Interroge-t-on l'histoire des modes — jusqu'ici uniquement examinées dans l'évolution de leurs *contenus* — sous l'angle de la signification qu'elles revêtent pour la forme du processus social, ce ne sera rien d'autre que l'histoire des efforts tentés pour adapter toujours mieux la satisfaction des deux tendances adverses à l'état respectif de la culture individuelle et sociale. (...) Lorsque manque l'une des deux tendances sociales qui doivent se conjuguer pour faire la mode, à savoir d'un côté le besoin de rassemblement et de l'autre le besoin de séparation, la mode ne sera pas au rendez-vous, son règne s'achèvera. C'est pourquoi les classes inférieures n'ont que très peu de modes spécifiques, et à de très rares moments, c'est pourquoi aussi les peuples naturels ont des modes bien plus stables que les nôtres. Les risques d'amalgame et d'effacement, qui poussent les classes des nations civilisées à se différencier par l'habit, le comportement, le goût, etc., n'existent souvent pas dans les structures sociales primitives : plus communistes d'un côté, elles fixent de l'autre les différences établies avec une rigidité plus définitive. Ce sont justement ces différenciations qui maintiennent la cohésion des fractions de groupes intéressées à se séparer du reste : l'allure, la cadence, le rythme des gestes sont essentiellement déterminés, de toute évidence, par le vêtement, les hommes habillés de la même façon se comportent relativement de la même façon. (...) Le changement de mode indique le degré d'usure des excitants nerveux ; plus l'époque est nerveuse, et plus rapides sont les changements de mode, parce que le besoin d'excitants différentiels, un des principaux vecteurs de toute mode, va de pair avec la production des énergies nerveuses. Voilà déjà une des raisons pour lesquelles les classes supérieures sont le véritable siège de la mode. (...)

L'essence de la mode réside en ce que, à chaque fois, une fraction seulement du groupe la pratique, l'ensemble ne faisant que chercher à la rejoindre. Aussitôt qu'elle a pleinement pénétré, que tous pratiquent sans exception ce qui demeurait l'apanage de quelques-uns à l'origine — comme c'est le cas pour certaines pièces d'habillement ou certaines formes de fréquentation — elle n'est plus qualifiée de mode. Toute extension la pousse vers sa fin en abolissant la différence. La mode appartient donc à ce type de phénomènes qui dans l'intention visent une diffusion toujours plus étendue, une réalisation toujours plus complète — mais qui se contredirait et s'anéantirait en parvenant à ce but absolu. (...) Or, la mode ne fait aussi qu'obéir à une formule très générale de ce type. L'instinct d'expansion lui est inhérent a priori, comme si elle devait à chaque fois se soumettre la totalité d'un groupe ; mais à l'instant où elle y parviendrait, elle périrait forcément, comme telle, de la contradiction logique apportée alors à son essence propre, parce que sa diffusion commune abolit en elle le facteur de séparation.

Que dans la civilisation actuelle la mode gagne considérablement — envahissant des provinces jusque-là étrangères, accentuant sa présence, c'est-à-dire la cadence de ses changements, au sein de régions en son pouvoir depuis longtemps — voilà qui condense un trait psychologique de l'époque. Notre rythmique intérieure exige le renouvellement toujours plus rapide de nos impressions ; ou encore, pour dire autrement : l'accent, pour ce qui concerne les excitants, s'éloigne toujours plus de leur centre substantiel afin de souligner leur début et leur fin. Cela commence par les symptômes les plus minimes, par exemple la cigarette qui remplace de plus en plus le cigare, ou se manifeste encore par la soif de voyages qui fait battre l'année le plus possible au rythme de périodes brèves, marquant fortement le départ et l'arrivée. L'« impatience » spécifique de la vie moderne ne signifie pas seulement l'aspiration à un changement rapide des contenus qualitatifs de l'existence, elle indique aussi la force de l'attrait formel inhérent à la frontière, au début et à la fin, au va-et-vient.

(Georg Simmel : « La mode » (1895) dans « La tragédie de la Culture » - Ed Rivages – 1988)

4) La construction de la valeur : Orléan

Cela pose le problème de ce qui fait la valeur des biens (et ce n'est pas sans lien avec le désir). Traditionnellement, on peut considérer qu'il ya deux grande théories de la valeur des biens. Pour les économistes classiques c'est-à-dire ceux du 19^{ème} siècle (Smith, Ricardo, Marx,...) la valeur d'un bien vient du travail qui est incorporé (il ya bien sur des nuances entre Ricardo et Marx). A partir de Say (dates) et surtout des NC à la fin du 19^{ème} siècle, on fait un saut en estimant que la valeur du bien provient de son « utilité », c'est-à-dire de la satisfaction que l'individu en tire. On a donc là une thèse purement subjective et psychologique. Cependant, les NC ne cherchent pas à savoir d'où vient cette « utilité » et ils la prennent comme un donné (on pourrait dire que els goûts ne se discutent pas). Mais avec Veblen, on comprend que le désir du bien provient de la comparaison avec autrui.

André Orléan, économiste français contemporain né en 1951, va systématiser cette intuition en reprenant la thèse du « désir mimétique » (mimesis d'appropriation) de René Girard. L'idée est que loin d'affronter l'autre parcequ'on désire tous deux le même objet, on désire le même objet par imitation de l'autre. Cela a plusieurs conséquences majeures.

La première est que la valeur du produit ne provient pas du produit lui-même ou d'un désir autonome e l'individu mais de sa confrontation sociale avec autrui.

La deuxième conséquence ce est que, contrairement à ce que pensent implicitement les NC, l'abondance de biens ne satisfera pas les individus et ne réduira pas les conflits puisque le conflit est premier et que la possession n'est qu'un moyen d'alimenter ce conflit. Dans ce cas, le désir n'est jamais assouvi.

VI) L'OFFRE ET LES DESIRS

Le désir ne concerne pas seulement le consommateur mais également le producteur. Qu'est ce qui peu bien pousser un individu à sacrifier du temps et des efforts pour produire et vendre des biens ?

A) Le producteur néoclassique : un être sans désir

Pour les NC, le producteur est, à l'instar du consommateur, un agent rationnel qui ajuste ses efforts et ses couts à la recherche d'un seul objectif qui est le profit. Il produira tat que le profit est positif et s'arrêtera dès que le profit s'annulera. Mais peut on parler de désir dans ce cas là ?

B) L'entrepreneur schumpeterien

Pour Schumpeter un tel producteur rationnel n'explique pas le développement du capitalisme qui est fondé sur le risque et l'innovation. Pour lui l'entrepreneur n'a pas intérêt à être rationnel (ce qui inhibe l'action) mais doit être un individu capable de perdre des risques dans un univers foncièrement incertain. Schumpeter le dote d'un « esprit chevaleresque » et indique que ce qui anime généralement cet individu c'est la volonté de créer un Empire. On est alors vraiment dans la thématique du désir. Les illustrations abondent mais on peut en retenir deux flagrantes qui sont celles de Disney qui a véritablement fondé un Empire (avec même Epcot, un projet de ville utopique) et William Randolph Hearst qui servi de modèle pour le film Citizen Kane (dans lequel la question du désir est centrale).

Document 24 : le producteur néo-classique et l'entrepreneur schumpetérien

(...) pour notre auteur, cet objet est de nature historique alors que l'objet de l'économie marginaliste est statique, c'est-à-dire qu'« il ne s'agit pas d'une genèse historique, mais d'une reconstruction conceptuelle » (...) En conformité avec l'analyse statique, selon Schumpeter, la théorie marginaliste appréhende l'agent économique comme un *homo oeconomicus* qui s'adapte rationnellement aux variations quantitatives issues de perturbations extérieures. Les réactions de réajustement des comportements s'opèrent à la marge et continûment (1926, 89 ; 1928, 373). L'adaptation continue est ainsi le fait d'agents économiques de type « réactionnaire », se cantonnant de réagir mécaniquement, certes rationnellement, mais de façon routinière, aux données de leur environnement économique. (...) Pour Schumpeter, cette conception de l'*homo oeconomicus* ne permet pas d'expliquer le processus de l'évolution économique, l'émergence subite et intermittente d'actes de création économique qui propulsent le mouvement économique et déstabilisent l'équilibre. Pour que les comportements économiques de type « créateur » se produisent, il faut que certains acteurs économiques en soient à l'origine. Or cet agent du changement n'existe pas dans la théorie économique statique. L'objet de la théorie économique de l'évolution sera donc de l'identifier, et nous verrons que Schumpeter nous propose de le concevoir en la personne de cet agent économique exceptionnel qu'est l'« entrepreneur ». 1926, 106) (...) pour Schumpeter, l'entrepreneur constitue « le phénomène fondamental de l'évolution » et qu' « une vérité fondamentale de la sociologie de la société industrielle » est que, dans le processus de l'évolution, « les innovations sont toujours associées à la montée du leadership d'Hommes Nouveaux » (1939, 96)

(...)Le comportement du type entrepreneur est défini en totale opposition à celui du type *homo*

oeconomicus d'agents économiques utilitaristes et routiniers. Pour Schumpeter : « choisir de nouvelles méthodes ne va pas de soi et n'est pas sans plus un élément conceptuel de l'activité économique rationnelle » (1926, 115, note 1). Concernant l'entrepreneur, « le tableau d'un égoïsme individualiste, rationnel et hédoniste ne le saisit pas exactement » (1926, 130). Pour ces raisons, Schumpeter considère que « les entrepreneurs sont un type particulier d'agents » (1926, 116) dont le comportement requiert une explication spéciale et la construction d'une nouvelle théorie de l'action économique spécifique à ce type d'agent. En effet, pour notre auteur, « une différence importante en théorie subsiste entre les deux “objets” (l'agent utilitariste et l'entrepreneur) et qu'un seul des objets est décrit par la théorie habituelle » (...) Le type entrepreneur se caractérise, selon Schumpeter, par un ensemble de *motivations* et un genre de *conduite* radicalement différents du type de l'agent économique rationnel-routinier. En raison de ces différences, les entrepreneurs doivent alors posséder des *qualités exceptionnelles*. À la différence des agents économiques ordinaires dont les motifs sont conditionnés par les besoins hédonistes et l'acquisition de biens, l'entrepreneur se donne ses propres fins d'un double point de vue. En premier lieu, en ce qui concerne ses motifs de *satisfaction personnelle*, il échappe au cadre de référence des valeurs sociales¹¹. Dans ces conditions, pour Schumpeter, « Si la satisfaction des besoins est la raison de l'activité économique, la conduite de notre type (entrepreneur) est irrationnelle ou du moins d'un rationalisme d'une autre espèce » (1926, 132). En second lieu, en ce qui a trait à ses motifs de *réussite économique*, l'entrepreneur ne se conforme pas au modèle habituel de l'objectif de la performance optimale. En matière d'activité économique, il se donne pour objectif « *l'accomplissement de quelque chose d'autre* que ce qui est accompli par la conduite habituelle » (1926, 116, note 1). Le but de l'entrepreneur est de créer du nouveau, bien que ce nouveau ne soit pas de l'ordre de l'invention ou de la découverte — l'entrepreneur « n'est pas le créateur spirituel des nouvelles combinaisons » (1926, 126) —, mais réside dans la mise en place, dans la réalité économique, de possibilités techniques et organisationnelles non encore réalisées. De façon plus essentielle, l'entrepreneur « a d'abord en lui le rêve et la volonté de fonder un royaume privé. [...] Un empire, qui donne l'espace et le sentiment de la puissance » (1926, 135). Et si l'objectif apparent de son activité est le profit, il demeure qu'il « aspire à la grandeur du profit comme à l'indice du succès - par absence souvent de tout autre indice - et comme un arc de triomphe » (1926, 135). En fin de compte, ce qui actionne l'entrepreneur c'est « la volonté du vainqueur. D'une part, vouloir lutter, de l'autre vouloir emporter un succès pour le succès même » (1926, 135). Schumpeter souligne bien qu'« il s'agit d'une motivation qui présente une différence caractéristique avec la motivation spécifiquement économique, il s'agit d'une motivation étrangère à la raison économique et à sa loi » (1926, 136).

La *conduite* de l'entrepreneur n'est pas de l'ordre de la rationalité optimisatrice déterminée par un but et des contraintes donnés à l'agent selon ses ressources et un état du monde économique et social défini de façon statique. Toutefois, pour Schumpeter, la rationalité de l'entrepreneur est tout de même une rationalité en finalité, dans la mesure où l'entrepreneur se donne ses propres fins. Seulement, la rationalité de l'entrepreneur n'est pas optimisatrice puisque celui-ci n'économise pas ses efforts pour parvenir à ses buts. D'ailleurs, la rationalité standard lui est interdite, car il se donne comme objectif de créer du nouveau¹². Ce nouveau n'existe pas encore et les moyens pour y parvenir sont encore inconnus. Cette rationalité non optimisatrice se manifeste aussi bien dans l'activité personnelle de l'entrepreneur que dans la façon dont il inaugure une nouvelle combinaison de production. (...) . En somme, pour Schumpeter, l'entrepreneur est « rationnel, au sens de conscient de la conduite à laquelle il vient de donner une forme » (1926, 131).

Les caractéristiques particulières des motivations et de la conduite du type entrepreneur exigent, pour les individus qui composent ce type, de posséder des qualités spécifiques et, dans une certaine mesure, exceptionnelles, notamment en matière de capacité visionnaire et de volonté. (...) Ces qualités exigées de l'entrepreneur ne sont pas de même nature que celles de l'agent économique ordinaire. Puisqu'il s'agit d'« une *autre manière d'agir*, elle exige des qualités *autres* et non pas seulement différentes en degré » (1926, 116, note 1). L'une de ces qualités exigées est d'avoir « du “coup d'oeil”, de la capacité de voir les choses d'une manière que l'expérience confirme ensuite, même si sur le moment on ne peut la justifier » (1926, 122). Pour Schumpeter, l'action créatrice de l'innovation requiert une « intuition » (1939, 5 et 14), plus précisément un « éclair d'intuition » (1942, 187). L'entrepreneur doit

posséder un « horizon » dont la nature est différente de la « prévision ou anticipation » de type rationnel, et dont le domaine relève de « l'habilité à décider en faveur de possibilités inessayées », non tentées dans la pratique des affaires (1939, 99). Pour bien marquer la distinction entre la prise de risque qui a trait à l'incertitude calculable — qui peut donc donner lieu à un traitement rationnel optimal de la décision —, et la prise de risque de l'entrepreneur qui se projette dans un horizon inconnu, dans un incertain radical, Schumpeter précise que « le jeu des affaires ne ressemble pas à la roulette, mais plutôt au poker » (1942, 109).

Cette qualité de visionnaire, de « faire du nouveau » (1926, 122, 1927b, 293), est tout à fait nécessaire, mais elle est insuffisante si elle ne se conjugue pas avec une volonté particulièrement affirmée. Pour Schumpeter, « la stratégie de l'innovation réclame de l'énergie, de la décision et l'aptitude à reconnaître dans une situation donnée les facteurs qui détermineront le succès » (1927a, 177). Le succès lui-même ne sera possible que si l'entrepreneur possède aussi une « volonté nouvelle », « d'une autre espèce », que la simple volonté d'adaptation optimale, car il est toujours plus facile et rationnel d'imiter que d'improviser (1939, 100). Pour bien faire la différence avec la capacité rationnelle de gestion de l'activité économique et la capacité d'innover, Schumpeter souligne que l'innovation réussie « est un haut fait non de l'intellect, mais de la volonté » (1928, 379). (...) La *volition*, la volonté en acte, de l'entrepreneur qui possède un « un esprit froid et inflexible » (1927a, 179) doit donc être particulièrement puissante pour « surmonter les résistances » du milieu social, économique et juridique (1926, 124), « rompre avec les routines » (1927a, 177), et « surmonter les possibles difficultés à changer la pratique » (1928, 380). L'entrepreneur y parvient grâce à « une attitude et une aptitude plus de caractère — “pouvoir”, “leadership” — que d'intellect » (1927b, 293), et cela est d'autant plus nécessaire, pour Schumpeter, que « la fonction de commandement social consiste à décider, à ordonner, à imposer et à montrer la voie » (1927a, 223)

En somme, pour Schumpeter, si l'entrepreneur « est le révolutionnaire de l'économie » (1926, 128), l'acteur essentiel de l'évolution économique, c'est en grande partie parce qu'il est radicalement différent, dans ses motivations, sa conduite et ses qualités de vision et de volonté, de l'agent rationnel routinier. En quelque sorte, l'entrepreneur vit en dehors de l'économie standard, de sa logique gestionnaire et utilitaire. Il appartient, souligne Schumpeter, à la catégorie des « agents économiques “indépendants” de l'économie d'échange » (1926, 106, *souligné par nous*) et il possède une « mentalité particulariste » (1929, 115). Ces deux façons d'énoncer ce qui sépare le type entrepreneur du type d'agent économique ordinaire montrent à quel point Schumpeter a la volonté de rompre la logique identitaire de la théorie économique. En définissant deux types de rationalité économique correspondant respectivement à deux types d'agent économique¹⁵, il introduit une « discontinuité individuelle » (1928, 382) qu'il pense nécessaire à la compréhension de l'évolution économique cyclique. (...). On comprend alors pourquoi Schumpeter est si pessimiste sur l'avenir d'un système capitaliste qui socialise de plus en plus les compétences. Cette angoisse schumpétérienne est d'ailleurs la trame de fond de *Capitalisme, socialisme et démocratie* (1942).

(Jean-Jacques Gislain, « Les origines de l'entrepreneur schumpétérien », *Revue Interventions économiques* 46 | 2012, <http://interventionseconomiques.revues.org/1481>)

C) Les esprits animaux chez Keynes

Le terme « animal spirit » (« esprits animaux ») n'a été utilisé qu'une ou deux fois dans « La théorie Générale » mais est resté célèbre car il met l'accent sur l'aspect non rationnel et non calculeur de l'acte d'investissement. Le terme étant obscur, le traducteur français avait préféré le terme « enthousiasme naturel » qui traduit bien le caractère peu rationnel de l'action

Document 25 : les « esprits animaux » chez Keynes

Outre la cause due à la spéculation, l'instabilité économique trouve une autre cause, inhérente celle-ci à la nature humaine, dans le fait qu'une grande partie de nos initiatives dans l'ordre du bien, de l'agréable ou de l'utile procèdent plus d'un optimisme spontané que d'une prévision mathématique. Lorsqu'il faut un long délai pour qu'elles produisent leur plein effet, nos décisions de faire quelque chose de positif doivent être considérées pour la plupart comme une manifestation de notre enthousiasme naturel (*as the result of animal spirits*) - comme l'effet d'un besoin instinctif d'agir plutôt que de ne rien faire -, et non comme le résultat d'une moyenne pondérée de bénéfices numériques multipliés par des probabilités numériques

(JM Keynes : « Théorie générale de la monnaie, de l'intérêt et de l'emploi » - Payot)

Depuis, la traduction « esprits animaux » s'est imposée en France. En 20, Shiller et Akerlof, tous deux prix « prix Nobel », ont sorti un livre intitulé « Les esprits animaux - *Comment les forces psychologiques mènent la finance et l'économie* » dans lequel ils insistent sur l'importance des croyances et des désirs dans les actions économiques. Par exemple, l'achat immobilier, notamment durant la bulle des années 2000 (précédant la crise des subprimes) a été moins été le produit de calculs rationnels que du désir d'accéder au statut envié de propriétaire, d'imiter ceux qui l'étaient déjà et la croyance dans une protection inaltérable que constitue la pierre.

Document 26

Dans la forme latine en usage au Moyen Âge, *spiritus animalis*, le terme *animalis* signifie « ce qui vient de l'esprit et pousse à l'acte, l'impulsion de l'âme ». Aujourd'hui, l'expression a pris un sens quelque peu différent et exprime la part d'incohérence et d'instabilité de l'économie. Ces esprits animaux qui donnent son titre au livre constituent une référence explicite au grand économiste britannique J.M.Keynes (1883-1946) qui le premier avait évoqué les « *animals spirits* » pour caractériser les facteurs psychologiques qui influencent les décisions économiques. (...) Les auteurs rappellent avec force que le futur économique est par définition incertain, aléatoire et instable. Certaines actions peuvent paraître alors incohérentes et irrationnelles, (...) Avec une série d'exemples piochés dans l'histoire économique, Akerlof et Shiller illustrent le phénomène (...) le chapitre 12, intitulé « Pourquoi les marchés immobiliers procèdent-ils par cycles ? », nous paraît particulièrement savoureux car selon les auteurs « les esprits animaux se sont déchaînés ». Les prix de l'immobilier aux États-Unis ont connu une hausse ininterrompue de la fin des années 1990 à 2006. Ce boom a conduit à la crise immobilière la plus sévère depuis celle des années 1930. Partant de ce constat, Akerlof et Shiller tentent d'en comprendre les raisons. Comment expliquer un tel essor et une faillite de cette ampleur ? Comment la population d'acheteurs s'est-elle laissé influencer de la sorte ? Encore en 2004, un animateur de télévision, Tom Kelly, et un économiste consultant auprès de l'association nationale des agents immobiliers, John Tuccillo, publient un livre au titre racoleur, « Comment une résidence secondaire peut devenir votre meilleur investissement ? ». Celui-ci est rapidement propulsé en tête des ventes. Pourtant, l'ouvrage en question n'apporte aucun argument prouvant que le marché immobilier est bien un investissement exceptionnel. L'irrationalité domine et s'illustre dans la pléthore d'histoires qui entretiennent le mythe d'un marché de l'immobilier toujours porté à la hausse. En se plongeant dans des séries statistiques longues, remontant pour les plus anciennes au début du XX^e siècle, Akerlof et Shiller montrent que l'effet de levier traditionnellement attendu lors de placements immobiliers ne joue pas. La valeur des terrains et maisons a tendance sur le long terme à progresser beaucoup plus faiblement que la richesse créée telle que mesurée par la croissance du

PIB, et que les placements en actions, beaucoup plus rentables. Outre la prégnance de cette croyance, le boom immobilier des années 2000 a bénéficié d'un rejet relatif de Wall Street compte tenu de différents scandales comptables – comme l'affaire Enron – traduisant une crise de confiance des investisseurs. C'est aussi une véritable mode, largement entretenue par les médias, où l'histoire sans cesse renouvelée du placement « aussi solide qu'une maison » (*safe as house*) est répétée à satiété. Enfin, ultime catalyseur, le développement des prêts *subprimes* par les banquiers a largement stimulé la spirale spéculative immobilière. En bout de compte, on assiste à un incroyable festival d'esprits animaux qui se conjuguent sans retenue : confiance, corruption, illusion monétaire, belles histoires, ... Akerlof et Shiller nous démontrent en l'espèce que ce sont les variables explicatives déterminantes. (Thierry Colmard, Note de lecture de : « Georges Akerlof et Robert Shiller, Les esprits animaux », 2013, mis en ligne le 12 mars 2013, <http://journals.openedition.org/lectures/10934>)

VII) Désir d'objet ou désir d'argent ?

A) L'absence de désir d'argent

Au 15^{ème} siècle, les mercantilistes désiraient accumuler le maximum de métaux précieux, considérant que c'était là la source de richesse (ce qui justifiait par exemple des pratiques protectionnistes permettant de retenir l'or et l'argent dans le pays) En 1776, dans « la richesse des nations », Adam Smith s'est opposé à cette vision en montrant que les métaux précieux ne sont pas la richesse en elle-même mais une représentation de la richesse. Ce qui fait la richesse d'une société, c'est la quantité de biens et de services disponibles qui permettent de satisfaire les divers besoins. Smith a fait là-dessus un apologue sur les cuillères à pot (A RETROUVER). Il résulte de cette idée qu'on ne désire pas les métaux précieux pour eux-mêmes mais pour ce qu'ils permettent d'acheter.

Les économistes classiques et néo-classiques ont alors élaboré le concept de monnaie qu'ils différencient du concept d'argent. La monnaie a trois fonctions (transaction, étalon de valeur, réserve de valeur) et la fonction de transaction est la principale. Dans ce cas, la monnaie ne peut pas être désirée pour elle-même et ne sert que de « lubrifiant » pour faciliter les échanges. On fait en général la différence entre la monnaie qui est un instrument d'échange et l'argent qui a des fonctions sociologiques (pouvoir, liberté, ...).

Cette caractéristique de monnaie voile est justifiée par la pseudo explication dite de la « fable du troc » (qui justifie le système existant)

Mais de nombreux économistes ont perçu un paradoxe qui est que si la monnaie ne eut pas être désirée pour elle-même, en revanche elle ne semble pas subir la loi de la satisfaction marginale décroissante.

En effet, on n'observe généralement pas d'effets de saturation quant à la possession de monnaie (ce qu'on devrait observer si elle était uniquement un moyen d'échange).

Cela suppose donc qu'on peut désirer la monnaie (ou l'argent) pour elle-même. Mais cela suppose aussi que la monnaie n'est pas seulement un moyen de transaction ainsi que le supposent les économistes classiques et néo-classiques

B) Le désir d'argent

1) Keynes

L'économiste JM Keynes récuse l'idée de monnaie-voile et montre que la monnaie peut être désirée pour elle-même à travers sa conception de l'épargne. Pour les NC l'épargne ne peut être que de la dépense différée et ne peut donc être durable. Mais cela suppose qu'il n'y a aucune inquiétude vis-à-vis de l'avenir. Or Keynes retient l'idée que l'économie est marquée d'abord par une forte incertitude (on ne sait pas de quoi demain sera fait) et dans ce cas il peut y avoir une « épargne de précaution » qui servira de protection contre l'incertitude et est vouée à se maintenir. De même, la monnaie a une fonction que n'ont pas les autres marchandises, c'est sa liquidité, sa capacité à être transformée en toute autre chose.

Keynes retenait également la fonction de spéculation de la monnaie, c'est à dire qu'on eut désirer de la monnaie non pour la transformer en bien ou en service mais pour la transformer en Monnaie. Et on n'arrive au point où l'accumulation de monnaie peut se perpétuer indéfiniment.

Keynes n'ignore pas ce phénomène qu'il prend pour une pathologie sociale dangereuse. Imaginant ce que sera notre monde vers l'année 2030, il écrit

Document 27

« On verra dans l'amour de l'argent – non pour les joies et les distractions qu'il vous procure mais pour lui-même – un penchant plutôt morbide, une de ces inclinations plus ou moins criminelles, plus ou moins pathologiques, que l'on remet, non sans un frisson, entre les mains du psychiatre. (...) »
(J.M. Keynes : « *Perspectives économiques pour nos petits enfants* »)

2) Les super additum chez Simmel

Dans son ouvrage majeur, « Philosophie e l'argent », Georg Simmel énumère tous les avantages , autres que ceux donnés habituellement, qu'offre la détention d'argent.

C'est évidemment un instrument de pouvoir

+ C'est notamment un instrument de pouvoir dans l'échange car le possesseur d'argent peut beaucoup plus facilement attendre la résolution de l'échange que le possesseur de biens (surtout périssables) d'où la domination de l'intermédiaire et notamment du commerçant dans l'change (le marché n'st donc pas un échange qui confronte deux individus à égalité).

+ C'est aussi un instrument de liberté grâce à son caractère liquide qui permet de passer aisément d'une activité à l'autre mais qui facilite également la mobilité.

+ C'est un instrument de prestige (« on ne prête qu'aux riches,... »)

3) Les chaines téléologiques chez Simmel.

La chaîne téléologique désigne la chaîne allant du désir d'obtention de l'argent à la jouissance de l'objet obtenu. On peut la résumer ainsi :

« Recherche de l'argent → possession d'argent → obtention de l'objet → jouissance de l'objet »

Dans ce cas, l'argent est un pur instrument d'échange sans qualités propres et non recherché pour lui-même. Mais Simmel note que cette chaîne peut s'achever en divers points et aboutir à certains comportements vis à vis de l'argent,

Document 28

Simmel retient six comportements typiques à l'égard de l'argent : le dénuement, la cupidité, l'avarice, la dépense compulsive (démonstration et prodigalité), le blâsement, le cynisme.

La recherche exclusive de l'argent : la cupidité.

« Recherche de l'argent → ... cupidité »

La chaîne peut s'arrêter dès la recherche de l'argent, c'est à dire que la recherche effrénée sera un but en soi. Simmel voyait là l'exemple de la cupidité, la fétichisation de la monnaie et sa recherche pour elle même.

Le refus de la dépense : l'avarice.

« Recherche de l'argent → possession d'argent → ...avarice »

La coupure peut voir également lieu au moment de la dépense. On refuse alors de dépenser l'argent possédé. Cela peut correspondre à un comportement prudent d'épargne et de précaution mais également à un comportement avaricieux, perçu généralement comme anormal.

La dépense pour elle-même : la prodigalité.

« Recherche de l'argent → possession d'argent → obtention de l'objet → ...prodigalité »

La dépense peut également être un but en soi : la jouissance réside alors dans la dépense elle-même et non dans la possession de l'objet. Cette dépense peut être faite pour soi-même (achats compulsifs) ou pour les autres (prodigalité démonstrative). Il est inutile d'insister, pour le moment, sur les soubassements psychologiques de ces comportements : peur de manquer, désir de se valoriser aux yeux des autres ou volonté d'être aimé. Cela peut être rapproché de la « dépense compulsive » et de la comparaison avec les autres.

Le refus de l'argent.

Simmel retient également une coupure qui se fait dès le début de la chaîne. Il s'agit alors d'un refus de l'argent, d'une recherche de dénuement qu'on va retrouver chez les ascètes, par exemple.

Plus récemment, certains psychologues ont mis en évidence des cas « d'anorexie monétaire ou financière », c'est à dire de refus pathologique de l'argent.

L'aplanissement des valeurs.

« Recherche de l'argent → possession d'argent → obtention de l'objet → jouissance de l'objet » → ...
cynisme et blasement

Les deux attitudes qui intéressaient le plus Georg Simmel se situent à la fin de la chaîne téléologique. La première concerne le « blasé » : pour celui-ci, puisque tout peut s'acheter, alors « tout vaut tout » ; le blasé ne perçoit plus de différences entre les choses, les êtres et les valeurs. Et pour combattre ce « blasement », il est possible qu'il se précipite dans les activités frénétiques que seront les festivités, la drogue, le sexe, le jeu et les achats compulsifs (et cela rejoint la « prodigalité »).

Le cynique, à la différence du blasé, c'est que les choses ont des valeurs différentes mais il prend plaisir à tout ramener au même niveau par le seul acte d'achat « tout ne se vaut pas mais tout peut s'acheter ». Pour Simmel, ces deux dernières attitudes seront typiques des sociétés monétarisées du XX^{ème} siècle.

4) L'argent comme symbole de prestige et d'argent : Simiand, Simmel

Cela nous renvoie à d'autres raisons du désir d'argent.

Il faut d'abord renoncer à l'idée selon laquelle la monnaie naitrait des contraintes du troc car c'est supposer que les hommes seraient d'emblée des individus séparés du groupe, calculateurs et commerçants ? Ces dispositions sont certes anciennes mais pas premières. Il y a d'autres hypothèses de naissance de l'argent qui sont plus plausibles. D'abord l'argent est né comme reconnaissance du paiement du tribut aux Dieux ou comme paiement de l'impôt au souverain. Dans les deux cas, l'important est la présence du collectif et de la représentation du pouvoir (Etat ou Dieu) et nous n'avons pas besoin de retenir l'hypothèse d'un commerçant calculateur.

Dans « auri sacra fames » Keynes signale également que la désirabilité de l'or est due à d'anciennes fonctions « magiques »

Document 29 : Freud et Keynes

Le docteur Freud indique qu'il y a des raisons particulières dans notre subconscient qui expliquent que l'or satisfasse spécialement en nous de violents instincts et nous serve de symbole. Les vertus magiques que dans l'antiquité lui conféra la prêtrise égyptienne, le métal jaune ne les a jamais complètement perdues. Pourtant alors que l'or a toujours eu ses fidèles en tant que réserve de valeur, dans le rôle de régulateur unique du pouvoir d'achat il est presque un parvenu. En 1914, en Angleterre, l'or n'avait joué ce rôle *de jure* qu'à peine depuis cent ans (bien qu'il l'occupât en fait depuis plus de deux cents ans) et dans les autres pays qu'à peine depuis soixante. Car en dehors de quelques intervalles très courts, l'or a été trop rare pour répondre aux besoins du monde en tant que

principal moyen d'échange. L'or est et a toujours été une matière excessivement rare. Un paquebot moderne pourrait transporter à travers l'Atlantique en un seul voyage tout l'or qui a été drainé ou extrait au cours de sept mille ans. À des intervalles de cinq cents ou de mille ans, on découvre de nouvelles sources – la seconde moitié du XIX^e siècle fut une de ces époques – et il s'ensuivit une abondance passagère de ce métal. Mais dans l'ensemble il n'y en eut jamais assez.

John Maynard Keynes Auri Sacra Fames Essais de persuasion(1931) Éditions Gallimard, 1933

Une deuxième hypothèse, défendue par François Simiand et par Georg Simmel, est que le premier désir de l'homme est de s'imposer symboliquement aux autres. Pour Simmel, le meilleur moyen de s'imposer est le port des parures (couronnes, diadèmes, bijoux,...) et l'or est le métal le plus utile pour fabriquer ces parures. Peu à peu, le pouvoir social du dominant va passer dans la parure puis dans l'or (et les métaux précieux) qui permettent de faire ces parures. Dans ce cas, ce qui est à la base de la monnaie n'est pas la fonction de transaction entre individus rationnels et séparés mais un rapport extra-économiques (religieux ou politique) qui lie les individus à l'ensemble social.

Du coup, on comprend pourquoi l'argent peut être désiré pour lui-même, comme symbole de puissance (et pourquoi les relations entre religions et argent sont si problématiques)

5) L'hypothèse du désir mimétique (René Girard) et l'argent chez André Orléan

Certains économistes orthodoxes ont donc complètement renversé l'analyse faite par les économistes NC.

Pour les NC, ce qui vient en premier c'est le désir d'objet et la monnaie n'est là que pour faciliter l'échange. Elle n'a donc pas d'importance en elle-même et ses effets sur l'activité économique sont neutres dans le sens où elle n'a d'action directe ni sur la production ni sur la consommation. En revanche elle peut avoir des effets sur les prix : trop de monnaie entraîne de l'inflation et trop peu de monnaie peut entraver les échanges.

Pour les économistes hétérodoxes (notamment Aglietta et Orléan) le désir de monnaie est premier et est largement indépendant du désir des biens. Et ce désir de monnaie peut avoir des effets proprement destructeurs notamment à travers la spéculation.

Ce ne sont pas de simples vues de l'esprit et ça a des répercussions sur la manière dont fonctionne notre système économique. Les économistes NC, considérant que les individus sont des calculateurs rationnels (et qu'ils n'ont pas de désirs au sens courant du terme), vont s'attendre à ce que les marchés, et notamment les marchés financiers, s'équilibrent. On peut donc libéraliser ces marchés, le comportement rationnel pas individus les empêchera de dériver (et de créer des bulles par exemple). Les soucis dans lesquels nous sommes aujourd'hui dérivent directement de l'idée selon laquelle la monnaie n'est pas désirée en soi.

VI) Désirer peu ?

A) Les désirs sont ils dangereux ?

Les économistes NC font reposer leurs travaux sur l'idée que les « besoins » des hommes sont sans limites (ce qui assure une croissance ininterrompue) et ne se posent pas la question du bien fondé ou non de cette infinité des désirs à un niveau individuel. Chez les sociologues, la question de la place des désirs et des aspirations dans la société s'est vite posée.

1) Tocqueville

Tocqueville n'est pas sociologue à proprement parler mais Aron l'a inscrit parmi les fondateurs de la sociologie. On peut retenir son fameux effet Tocqueville

Document 30

« Il arrive le plus souvent qu'un peuple qui avait supporté sans se plaindre (...) les lois les plus accablantes, les rejette violemment dès que le poids s'en allège » (*L'Ancien Régime la Révolution*, tome II).

Ce paradoxe s'explique par le fait qu'un peuple qui subit une situation difficile ne cherche pas à la modifier s'il n'envisage pas d'améliorations (s'il n'a pas de désirs) : on parle de fatalisme. En revanche l'amélioration des conditions peut libérer les perspectives d'amélioration et peut entraîner des réactions violentes si les améliorations ne sont pas à la hauteur des espérances. Aujourd'hui on parle de « frustration relative ».

2) Durkheim

Durkheim reprend une idée semblable en parlant de « l'infinité des désirs » mais il s'agit ici d'une situation permanente. Une société qui s'enrichit et se libère, comme c'est le cas à la fin du 19^e siècle, libère aussi les aspirations et les désirs et accroît les risques de déception. Il explique ainsi l'essor d'une forme de suicide qu'il appelle « suicide anémique ».

Il faut remarquer qu'au moment où Durkheim s'inquiète des risques de la libération des désirs, Freud s'inquiète de leur répression.

Document 31

Par elle-même, abstraction faite de tout pouvoir extérieur qui la règle, notre sensibilité est un abîme sans fond que rien ne peut combler. Mais alors, si rien ne vient la contenir du dehors, elle ne peut être pour elle-même qu'une source de tourments. Car des désirs illimités sont insatiables par définition et ce n'est pas sans raison que l'insatiabilité est regardée comme un signe de morbidité. Puisque rien ne les borne, ils dépassent toujours et infiniment les moyens dont ils disposent ; rien donc ne saurait les calmer. Une soif inextinguible est un supplice perpétuellement renouvelé. On a dit, il est vrai, que c'est le propre de l'activité humaine de se déployer sans terme assignable et de se proposer des fins qu'elle ne peut pas atteindre. Mais il est impossible d'apercevoir comment un tel état d'indétermination se concilie plutôt avec les conditions de la vie mentale qu'avec les exigences de la vie physique. Quelque plaisir que l'homme éprouve à agir, à se mouvoir, à faire effort, encore faut-il qu'il sente que ses efforts ne sont pas vains et qu'en marchant il avance. Or, on n'avance pas quand on ne marche vers aucun but ou, ce qui revient au même, quand le but vers lequel on marche est à l'infini. La distance à laquelle on en reste éloigné étant toujours la même quelque chemin qu'on ait fait, tout se passe comme si l'on s'était stérilement agité sur place. Même les regards jetés derrière soi et le sentiment de fierté que l'on peut éprouver en apercevant l'espace déjà parcouru ne sauraient causer qu'une bien illusoire satisfaction, puisque l'espace à parcourir n'est pas diminué pour autant. Poursuivre une fin inaccessible par hypothèse, c'est donc se condamner à un perpétuel état de mécontentement. Sans doute, il arrive à l'homme d'espérer contre toute raison et, même déraisonnable, l'espérance a ses joies. Il peut donc se faire qu'elle le soutienne quelque temps; mais elle ne saurait survivre indéfiniment aux déceptions répétées de l'expérience.(...) Pour qu'il en soit autrement, il faut donc avant tout que les passions soient limitées. Alors seulement, elles pourront être mises en harmonie avec les facultés et, par suite, satisfaites. Mais puisqu'il n'y a rien dans l'individu qui puisse leur fixer une limite, celle-ci doit nécessairement leur venir de quelque force extérieure à l'individu. Il faut qu'une puissance régulatrice joue pour les besoins moraux le même rôle que l'organisme pour les besoins physiques. C'est dire que cette puissance ne peut être que morale. (...) Sous cette pression, chacun, dans sa sphère, se rend vaguement compte du point extrême jusqu'où peuvent aller ses

ambitions et n'aspire à rien au-delà. Si, du moins, il est respectueux de la règle et docile à l'autorité collective, c'est-à-dire s'il a une saine constitution morale, il sent qu'il n'est pas bien d'exiger davantage. Un but et un terme sont ainsi marqués aux passions. Sans doute, cette détermination n'a rien de rigide ni d'absolu. L'idéal économique assigné à chaque catégorie de citoyens, est compris lui-même entre de certaines limites à l'intérieur desquelles les désirs peuvent se mouvoir avec liberté, Mais il n'est pas illimité. C'est cette limitation relative et la modération qui en résulte qui font les hommes contents de leur sort tout en les stimulant avec mesure à le rendre meilleur ;

Seulement, quand la société est troublée, que ce soit par une crise douloureuse ou par d'heureuses mais trop soudaines transformations, elle est provisoirement incapable d'exercer cette action ; et voilà d'où viennent ces brusques ascensions de la courbe des suicides dont nous avons, plus haut, établi l'existence.(...) En effet, dans les cas de désastres économiques, il se produit comme un déclassement qui rejette brusquement certains individus dans une situation inférieure à celle qu'ils occupaient jusqu'alors. Il faut donc qu'ils abaissent leurs exigences, qu'ils restreignent leurs besoins, qu'ils apprennent à se contenir davantage.(...)

Mais il n'en est pas autrement si la crise a pour origine un brusque accroissement de puissance et de fortune. Alors, en effet, comme les conditions de la vie sont changées, l'échelle d'après laquelle se réglaient les besoins ne peut plus rester la même ; car elle varie avec les ressources sociales, puisqu'elle détermine en gros la part qui doit revenir à chaque catégorie de producteurs. La graduation en est bouleversée ; mais d'autre part, une graduation nouvelle ne saurait être improvisée. Il faut du temps pour qu'hommes et choses soient à nouveau classés par la conscience publique. Tant que les forces sociales, ainsi mises en liberté, n'ont pas retrouvé l'équilibre, leur valeur respective reste indéterminée et, par conséquent, toute réglementation fait défaut pour un temps. On ne sait plus ce qui est possible et ce qui ne l'est pas, ce qui est juste et ce qui est injuste, quelles sont les revendications et les espérances légitimes, quelles sont celles qui passent la mesure. Par suite, il n'est rien à quoi on ne prétende. Pour peu que cet ébranlement soit profond, il atteint même les principes qui président à la répartition des citoyens entre les différents emplois. Car comme les rapports entre les diverses parties de la société sont nécessairement modifiés, les idées qui expriment ces rapports ne peuvent plus rester les mêmes. Telle classe, que la crise a plus spécialement favorisée, n'est plus disposée à la même résignation, et, par contrecoup, le spectacle de sa fortune plus grande éveille autour et au-dessous d'elle toute sorte de convoitises. Ainsi, les appétits, n'étant plus contenus par une opinion désorientée, ne savent plus où sont les bornes devant lesquelles ils doivent s'arrêter. (...) Si, comme dans les cas précédents, l'anomie ne se produisait jamais que par accès intermittents et sous forme de crises aiguës, elle pourrait bien faire de temps en temps varier le taux social des suicides ; elle n'en serait pas un facteur régulier et constant. Mais il y a une sphère de la vie sociale où elle est actuellement à l'état chronique, c'est le monde du commerce et de l'industrie.

(Emile Durkheim : « Le suicide » -)

3) Merton

Dans les années 1940, le sociologue américain Merton reprendra les intuitions de Durkheim et fera une description grinçante des Etats-Unis, une société incapable d'offrir à ses membres les moyens licites d'atteindre les objectifs valorisés (les désirs dominants) et engendrant par cela déviance et comportements déviants et/ou illégaux

Document 32

Deux éléments confondus dans la réalité doivent être distingués par l'analyse. Le premier est constitué par les buts, les intentions et les intérêts définis par la civilisation : ce sont les objectifs légitimes, proposés par la société à ses membres. Ces objectifs sont plus ou moins intégrés dans une hiérarchie de valeurs. Les objectifs les

plus appréciés sont en rapport avec des sentiments et des aspirations. Ils concernent les choses « qui en valent la peine ». (...)

Le second élément de la structure sociale est une définition et un contrôle des moyens « légitimes » pour atteindre ces buts. Ces moyens réglés par la société ne sont pas nécessairement des règles techniques d'efficacité. Car, hors des conduites permises, on trouve de nombreux procédés, comme la violence, la fraude, la puissance, qui, d'un point de vue individuel, peuvent sembler plus efficaces que les autres. (...)L'accent mis par la culture sur certains objectifs varie indépendamment de l'accent mis sur les moyens institutionnalisés. Il peut y avoir une insistance toute particulière, parfois pratiquement exclusive, sur certains objectifs tandis que les moyens prescrits par les institutions pour les atteindre sont relativement moins pressants. Ce genre de cas-limites peut se présenter lorsque la hiérarchie des procédures que l'individu est autorisé à choisir est soumise à des normes techniques plutôt qu'à des normes institutionnelles. Tous les moyens sont bons pour atteindre le but dont l'importance est capitale. Il s'agit, dans ce cas extrême, d'un type de société mal intégrée. Autre cas extrême, des activités considérées à l'origine comme un moyen n'ont plus d'autre but qu'elles-mêmes : le but vers lequel elles tendaient à l'origine est oublié et le respect des conduites prescrites est devenu rituel (4). La pure conformité aux règles devient la valeur essentielle. Pendant un certain temps la stabilité du système social sera donc assuré, mais aux dépens de sa souplesse. En effet, la société limitant d'une façon sévère le choix des comportements permis, il sera difficile pour la société de s'adapter à de nouvelles conditions. On a affaire à une société liée à la tradition, une société « sacrée » et « néophobe ». Entre ces deux extrêmes se situent les sociétés qui, dans l'ensemble, maintiennent l'équilibre entre leur attachement aux objectifs culturels et leur attachement aux pratiques institutionnalisées ; il s'agit de sociétés relativement stables et bien intégrées mais capables de changer.

(...)Afin d'éviter les méprises, il est nécessaire d'apporter sur ce point quelques précisions. Il n'y a pas de société sans normes gouvernant les conduites. Mais les usages et les mœurs et les contrôles institutionnels peuvent être plus ou moins congruents avec les valeurs fondamentales. La société peut amener les individus à concentrer leur force de conviction et d'émotion sur les objectifs qu'elle approuve, sans les inciter à défendre avec la même force les méthodes prescrites pour parvenir à ces fins. (...)

Quelques faits banals permettent de se faire aisément une idée de ce processus qui conduit une société à l'anomie. Dans les compétitions sportives par exemple, lorsqu'il s'agit de « gagner » plus que de « gagner selon les règles du jeu », l'usage de moyens illégitimes, mais efficaces, est implicitement récompensé. Il arrive par exemple que le champion de l'équipe adverse soit mystérieusement frappé à mort, que le lutteur neutralise son adversaire par des moyens ingénieux mais illicites : les élèves d'une université subventionnent de prétendus « étudiants » qui font plus de sport que d'études. De même, un joueur de poker peut satisfaire son désir de gagner en réussissant à se donner quatre as ou, si le culte du succès est vraiment florissant, à mêler habilement les cartes comme dans une réussite. L'impression de léger malaise qu'il ressent dans ce dernier cas et le caractère subreptice des délits publics montrent bien que les règles du jeu sont connues par celui qui les enfreint. Mais l'importance exagérée accordée au succès amène à se désintéresser des règles (7).

Ce qui est visible dans les compétitions sportives ou les jeux à l'échelle d'un microcosme existe aussi dans le macrocosme social. Ce processus d'exaltation des fins entraîne une démoralisation (au sens littéral du mot) (8). C'est le cas en particulier de la civilisation américaine contemporaine. Il serait enfantin d'affirmer que la richesse n'est qu'un symbole de succès, mais il le serait tout autant de nier que les Américains lui assignent un rang élevé dans leur échelle de valeurs. L'argent a, dans une large mesure, été consacré comme une valeur en soi en dehors de son pouvoir d'acquisition ou de l'usage que l'on peut en faire pour rehausser son pouvoir personnel. L'argent a toutes les qualités nécessaires pour devenir un symbole de prestige. (...)Dire que le succès financier fait partie de la civilisation américaine c'est constater simplement que les Américains sont bombardés de tous côtés par des préceptes selon lesquels on a le droit et même le devoir de se proposer ce but, en dépit de toutes les frustrations. De prestigieux représentants de la société viennent renforcer ce sentiment. La famille, l'école et le travail, principaux agents formateurs de la personnalité et de la mentalité américaines, fournissent les stimulants nécessaires pour tendre vers un objectif qui échappe sans cesse.

(...)De divers côtés s'exerce une pression en faveur de l'ambition. La littérature qui nous y exhorte est immense. (...)le mythe de l'homme du commun parvenu à la royauté économique fait partie intégrante de la civilisation américaine et trouve peut-être son expression définitive dans la phrase d'un homme qui savait de quoi il parlait, Andrew Carnegie : « Soyez roi dans vos rêves. Dites-vous : ma place est au sommet » (Ir). Inversement, on insiste aussi sur la faute qui consiste à renoncer à ses ambitions. On met en garde les Américains contre la honte d'être un *quitter* (un lâcheur, qui « laisse tomber »). Dans le dictionnaire de la

jeunesse américaine, le mot échec n'existe pas : on ne doit pas abandonner, on ne doit pas cesser de lutter, on ne doit pas limiter son ambition ; viser trop bas est un crime mais non échouer.

Ainsi la civilisation nous somme d'accepter les trois axiomes suivants : *premièrement*, tous doivent tendre à atteindre les buts les plus élevés, car ceux-ci sont à la portée de tous ; *deuxièmement*, l'échec apparent et momentané n'est qu'un stimulant vers le succès final ; et *troisièmement*, le véritable échec consiste à restreindre ses ambitions. En termes de psychologie, le premier axiome représente un renforcement symbolique et secondaire des stimulants de l'ambition ; le second y ajoute un autre stimulus pour empêcher que l'individu cesse de répondre au stimulant ; et le troisième fournit une force de motivation croissante capable de répondre à une absence perpétuelle de récompense. En termes de sociologie ces axiomes s'expriment ainsi : le premier est une réduction de la capacité critique à l'égard de la structure sociale et de ses effets ; le second, renforce la structure de pouvoir en poussant les individus situés en bas de l'échelle sociale à ne pas s'identifier avec leurs congénères mais avec ceux qui sont en haut de l'échelle ; le troisième est une incitation à se conformer aux injonctions culturelles pour se sentir membre de la société. (...)

La grande importance que la civilisation accorde au succès invite les individus à utiliser des moyens interdits mais souvent efficaces pour arriver ne serait-ce qu'à un simulacre de réussite : richesse et pouvoir. Cette réaction a lieu lorsque l'individu a accepté le but prescrit mais n'a pas fait siennes les normes sociales et les procédures coutumières.

L'individu tendu vers un but est prêt à prendre des risques, quelle que soit sa position dans la société ; mais on peut se demander dans quels cas la structure sociale, par sa nature même, prédispose les individus à adopter un comportement déviant. Chez les individus d'un niveau économique élevé, il n'est pas rare que la pression en faveur de l'innovation rende imprécise la distinction entre les pratiques régulières et irrégulières. Comme Veblen l'a fait remarquer : « Dans certains cas il est difficile, parfois impossible jusqu'au jugement du tribunal, de dire s'il s'agit d'une habileté commerciale digne d'éloges ou d'une malhonnêteté qui mérite la prison. » L'histoire des grandes fortunes américaines est celle d'individus tendus vers des innovations d'une légitimité douteuse. L'admiration que les gens éprouvent malgré eux pour ces hommes malins et habiles (*smart*), et qui réussissent, s'exprime souvent en privé et même en public : c'est le produit d'une civilisation dans laquelle la fin sacro-sainte justifie les moyens. Ce n'est pas nouveau, (...) D'une part on leur demande d'orienter leur conduite vers la richesse (« Tout homme doit être roi ») et d'autre part on leur en refuse les moyens légaux. La conséquence de cette incohérence est une proportion élevée de comportements déviants. (...) Une structure de classes plus rigides, une société organisée suivant des castes limiterait peut-être les possibilités des individus défavorisés beaucoup plus que ne le fait la structure actuelle de la société américaine. Mais dans celle-ci les buts sont censés transcender l'ordre des classes alors que l'organisation sociale actuelle laisse en fait subsister des différences entre les classes dans les possibilités d'atteindre ces buts. Dans cet état de choses, la vertu cardinale, l'ambition est à l'origine du vice cardinal américain, le comportement déviant.

(R.K. Merton : « *Eléments de théorie et de méthode sociologique* » (1957) – armand Colin – 1997)

3) Alain Ehrenberg

A partir des années 1960 et de la « seconde modernité » les conditions de « construction de l'individu » vont se modifier car on assiste à la fois à une montée des « revendications particularistes » et à un mouvement de désinstitutionnalisation¹. L'individu ne va donc plus se définir prioritairement par ses appartenances communautaires ou par le travail des Institutions mais aussi à partir de son parcours et de ses expériences particulières ainsi que des objectifs qu'il s'attribue ou qu'on lui attribue. La multiplication des parcours de vie et le mouvement de désinstitutionnalisation vont donc « brouiller les pistes », et pousser l'individu à rechercher « l'authenticité de son identité »², ce qui implique que l'individu sache au préalable qui il est et qu'il soit en mesure d'atteindre cet objectif. Comme l'a montré Ehrenberg ce désir d'authenticité ne peut être qu'une recherche sans fin, généralement vouée à l'échec et cette recherche du moi devient alors une source de souffrance psychique :

¹ François Dubet : « Le Déclin de l'institution » - Seuil – 2002.

² Ehrenberg, en se référant à Sennet et Lasch, considère qu'un basculement s'est fait au cours des années 1970 quand le narcissisme passa du statut de concept psychologique à celui de concept sociologique.

Document 31a

« *Le moi de chaque individu est devenu son principal fardeau. Se connaître soi-même est devenu un but, une fin en soi, au lieu d'être un moyen de connaître le monde* » (Alain Ehrenberg « La fatigue d'être soi » - Odile Jacob – 1998)

Pour Alain Ehrenberg, cela explique la montée des souffrances psychiques et notamment de la dépression. La souffrance psychique et la maladie mentale deviennent alors des outils pour analyser des configurations sociales. En cherchant à devenir le héros que l'on est, on s'épuise dans une course incessante et on oscille entre les deux figures du super-héros et du déclassé. Comme l'écrit Ehrenberg (interrogé par Stéphanie Nickel : « La dépression, naissance d'une maladie » - L'Histoire n°285 – Mars 2004) :

Document 31b

« *Je crois plutôt qu'on est entré dans une fantasmagorie de l'individu fragile, vulnérable, qui est l'autre face de l'individu performant* »³.

Document 31 c

La dépression est le garde-fou de l'homme sans guide, et pas seulement sa misère, elle est la contrepartie du déploiement de son énergie. Les notions de projet, de motivation, de communication dominent notre culture normative. Elles sont les mots de passe de l'époque. Or la dépression est une pathologie du temps (le déprimé est sans avenir) et une pathologie de la motivation (le déprimé est sans énergie, son mouvement est ralenti, et sa parole lente). Le déprimé formule difficilement des projets, il lui manque l'énergie et la motivation minimale pour le faire. Inhibé, impulsif ou compulsif, il communique mal avec lui-même et avec les autres.

Défaut de projet, défaut de motivation, défaut de communication, le déprimé est l'envers exact de nos normes de socialisation. Ne nous étonnons pas de voir exploser, dans la psychiatrie comme dans le langage commun, l'usage des termes de dépression et d'addiction, car la responsabilité s'assume, alors que les pathologies se soignent. L'homme déficitaire et l'homme compulsif sont les deux faces de ce Janus". (Alain Ehrenberg : « *La fatigue d'être soi* » - Odile Jacob - 1998)

B) Paradoxe entre PIB et satisfaction

Puisque l'acquisition d'objets est censée satisfaire nos besoins et nos désirs, on pourrait s'attendre à ce que la croissance économique accroisse la satisfaction et le Bien Être des individus. La réponse est ambiguë.

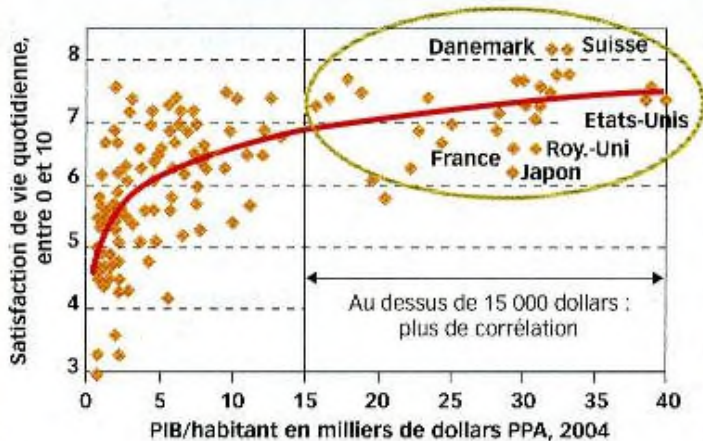
Une comparaison entre pays permet de voir que la relation entre PIB et satisfaction des individus n'est pas linéaire (la satisfaction est obtenue par l'appréciation des individus au cours de l'enquête : « *En réponse à la question unique "êtes-vous globalement satisfait de la vie que vous menez ?"*, un échantillon de population doit se situer sur une échelle de 1 à 4 : très insatisfait (1), plutôt insatisfait (2), plutôt satisfait (3), très satisfait

). Le lien entre PIB et satisfaction est très fort pour des bas niveaux de PIB et très faible pour des hauts niveaux. C'est ce qu'on appelle le paradoxe d'Easterlin. On peut supposer que ce constat synchronique s'applique à une dimension diachronique, c'est-à-dire qu'une augmentation du PIB en France au début du 20^e siècle a entraîné une plus forte augmentation de la satisfaction des individus qu'au début du 21^{ème} siècle.

³ Alain Ehrenberg interrogé par Stéphanie Nickel : « La dépression, naissance d'une maladie » - L'Histoire n°285 – Mars 2004.

DAVANTAGE DE RICHESSE ET UNE VIE PAS FORCÉMENT PLUS SATISFAISANTE

PIB/habitant en parité de pouvoir d'achat 2004
et satisfaction de vie, dans 135 pays*



Source : d'après The Happy Planet Index, New Economic Foundation, 2006

Lecture : on observe une corrélation logarithmique très significative ($R^2 = 0,52$) jusqu'à 15 000 dollars, puis plus aucune corrélation au-dessus.

Cela voudrait donc dire que pour accroître la satisfaction des individus, il faudrait accroître plus que proportionnellement le PIB (ce qui n'est pas raisonnable)

Comment expliquer ce paradoxe ?

- + On peut d'abord l'expliquer par la satisfaction marginale décroissante : acheter son premier téléphone portable simplifie largement la vie. Le deuxième le fait beaucoup moins.
- + Ses aspirations et ses désirs augmentent avec ses possessions (car la norme de possession augmente). Sa frustration se maintient donc. Avoir une automobile était un élément de luxe dans les années 1950 et doit maintenant faire partie de ce qu'on considère comme normal.
- + La satisfaction vient de la comparaison avec les autres. La comparaison sociale implique que pour relever son bien-être, l'individu doit améliorer sa situation matérielle *relativement* à celle des membres de son groupe de référence.
- + Il faut tenir compte des éléments spécifiques liés à la croissance comme la pollution, les conditions de vie (embouteillages,...), les effets sur les relations sociales,...

Se pose donc la question de l'infinité des désirs liés à l'activité économique

C) Sahlins : les sociétés d'abondance

Document 34

Pour le sens commun, une société d'abondance est une société où tous les besoins matériels des gens sont aisément satisfaits. A(...) il y a deux voies possibles qui procurent l'abondance. On peut « aisément satisfaire » des besoins en produisant beaucoup, ou bien en désirant peu. La conception qui nous est familière, celle de Galbraith, est fondée sur des hypothèses plus particulièrement adaptées à l'économie de marché ; les besoins de l'homme sont immenses, voire infinis, alors que ses moyens sont limités quoique perfectibles ; on peut réduire l'écart entre fins et moyens par la productivité industrielle, au moins jusqu'à ce que les « besoins urgents » soient pleinement satisfaits. Mais il y a aussi une voie « Zen » qui mène à l'abondance, à partir de principes quelque peu différents des nôtres : les besoins matériels de l'homme sont finis et peu nombreux, et les moyens techniques invariables, bien que, pour l'essentiel, appropriés à ces besoins. En adoptant une stratégie de type Zen, un peuple peut jouir d'une abondance matérielle sans égale — avec un bas niveau de vie.

Tel est, je crois, le cas des chasseurs ; et ainsi s'expliquent certains aspects paradoxaux de leur comportement économique : leur « prodigalité », par exemple, leur propension à consommer en une seule fois tous leurs stocks... comme si les biens de ce monde leur tombaient du ciel. Ignorant cette obsession de la rareté qui caractérise les économies marché, les économies de chasse et de cueillette peuvent miser systématiquement sur l'abondance. (...)

Nous n'entendons nullement nier que les économies préagricoles sont assujetties à de sévères contraintes ; nous voulons seulement insister sur le fait qu'elles parviennent généralement à trouver une solution d'adaptation, comme en témoigne l'exemple des peuples chasseurs-collecteurs. Après avoir donné une idée des faits, j'en reviendrai aux difficultés véritables des économies de chasse et de cueillette, dont les lieux communs sur le dénuement paléolithique ne rendent nullement un compte réel.

(...) Est-il à ce point paradoxal de soutenir qu'en dépit de leur dénuement absolu, les chasseurs connaissent l'abondance ? Bien que richement dotées, les sociétés capitalistes modernes se vouent elles-mêmes à la rareté. L'insuffisance des moyens économiques est le principe premier des peuples les plus riches du monde ! Le statut matériel apparent d'une économie ne nous renseigne guère sur ses réalisations ; il nous faut aussi considérer son mode d'organisation économique (...)... La consommation est, à double titre, une tragédie : ce qui commence dans l'insuffisance se termine dans la privation. (...). Et pire encore, dans ce jeu du libre choix, toute acquisition est simultanément privation, car dans le même temps qu'il achète un objet donné, le consommateur renonce à un autre qu'il aurait pu se procurer en lieu et place, lequel n'est généralement moins désirable que par certains aspects et l'est plus par d'autres. (Si vous achetez une voiture, une Plymouth par exemple, vous ne pouvez pas avoir aussi une Ford... et il me semble, à en juger par les programmes publicitaires de la télévision américaine, que les frustrations encourues ne sont pas seulement d'ordre matériel⁴.)

C'est nous, et nous seuls, qui avons été condamnés aux travaux forcés à perpétuité. La rareté est la sentence portée par notre économie, et c'est aussi l'axiome de notre économie politique : la mise en oeuvre de moyens rares pour la réalisation de fins sélectives en vue de procurer la plus grande satisfaction possible dans les circonstances données. (...) Ayant attribué au chasseur des motivations bourgeoises et l'ayant muni d'outils paléolithiques, nous décrétons par avance que sa situation est désespérée'.

La rareté n'est pas une propriété intrinsèque des moyens techniques. Elle naît du rapport entre moyens et fins.

(Marshall Sahlins : « Âge de pierre, âge d'abondance » - Gallimard - 1976)

D) Keynes : perspectives économiques

Document 35

Quel niveau de vie économique pouvons-nous espérer atteindre dans 100 ans d'ici ? Quelles sont les perspectives, économiques pour nos petits-enfants ? (...) Si le capital augmente, mettons de 2 % par an, le matériel qui constitue les capitaux du monde aura doublé en 20 ans, et sera 7 fois 1/2 plus important d'ici 100 ans. Réfléchissez à ce que cela représente en objets matériels : maisons, moyens de transports, etc...

(...) Tout ceci signifie, en fin de compte, que l'humanité est en train de résoudre le problème économique. Je prédirais volontiers que le niveau de vie dans les pays qui évoluent sera d'ici 100 ans, de 4 à 8 fois aussi élevé qu'aujourd'hui. Cette hypothèse n'a rien d'in vraisemblable en partant de nos connaissances actuelles. Mais l'on peut envisager un progrès beaucoup plus considérable encore. (...) Et voici donc ma conclusion, que vous trouverez, je pense, de plus en plus stupéfiante, au fur et à mesure que vous y réfléchirez. Ma conclusion est la suivante : en admettant qu'il n'y ait pas d'ici là de grande guerre ou un accroissement considérable de population, le problème économique peut être résolu, ou du moins en bonne voie de solution d'ici cent ans. Cela signifie que le problème économique n'est pas – si l'on considère l'avenir – le problème éternel de l'humanité. Qu'y a-t-il là, vous – demanderez-vous, de stupéfiant ? Mais ceci que – si au lieu de considérer l'avenir, nous considérons le passé, nous nous apercevons que le problème économique, la lutte pour sa subsistance a toujours été jusqu'à présent le problème le plus absorbant de la race humaine, non seulement de la race humaine, mais de toute l'espèce biologique, qu'il s'agisse des formes de vie les plus primitives. Et la nature nous a expressément façonnés de telle sorte que nos impulsions et nos instincts les plus profonds, se trouvent tournés vers la solution des problèmes économiques. Le problème économique résolu, l'humanité sera dépourvue de son but traditionnel.(...) Ainsi pour la première fois depuis ses origines, l'homme se trouvera face à face avec son véritable, son éternel problème – quel usage faire de sa liberté, (...) comment occuper les loisirs que la science et les intérêts composés lui auront assurés, comment vivre sagement et agréablement, vivre bien ? Ce sont les hommes d'affaires, absorbés par leur tâche, actifs et aptes à faire de l'argent, qui nous entraîneront tous avec eux vers la terre promise de l'abondance économique. Mais ce seront les gens qui peuvent continuer à vivre, et à cultiver l'art de vivre pour lui-même jusqu'à ce qu'ils aient atteint une plus haute perfection, qui ne se vendent pas pour exister, qui seront à même de jouir de cette abondance lorsqu'elle sera atteinte. Il n'y a pas de pays et pas de peuple à mon avis, qui puisse envisager un âge de loisirs et d'abondance sans appréhension. Car nous avons été trop longtemps habitués à peiner et à lutter, et non à jouir. C'est un problème effroyable pour un être quelconque, qui n'a pas de talent particulier, que de s'occuper, surtout lorsqu'il n'a plus de racines par lesquelles il communique avec la terre, de liens qui l'attachent aux coutumes et aux conventions chères à une société qui vit de traditions. À en juger par les occupations et l'attitude des classes riches aujourd'hui dans toutes les parties du monde, la perspective est fort déprimante. Car ce sont elles qui constituent, si j'ose dire, nos avant-gardes et qui découvrent pour nous la terre promise, et vont en éclaireurs y planter leurs tentes. La plupart ont échoué lamentablement, de ceux qui ayant des revenus suffisants pour être libérés de tout devoir, de toute tâche et de toute attache, se trouvaient devant ce problème à résoudre. J'ai la conviction, qu'ayant acquis un peu plus d'expérience, nous ferons un usage tout différent des libéralités toutes neuves de la nature, que n'en font les riches d'aujourd'hui et nous tracerons un plan d'existence très différent du leur. Pendant des années, le vieil Adam laissera en nous de telles empreintes que tout le monde aura besoin de travailler pour être satisfait. Nous ferons davantage nous-mêmes que ne font les riches d'aujourd'hui, trop heureux de conserver de légers devoirs, de nous conformer à de petites tâches et de vieilles routines. Mais en dehors de cela, nous nous efforcerons de mettre dans nos tartines, plus de beurre que de pain – de partager le peu de travail qu'il restera à faire, entre autant de personnes qu'il est possible. Trois heures par jour, et une semaine de 15 heures, constitueront une transition utile pour commencer. Car 3 heures de travail par jour suffiront encore amplement à satisfaire en nous le vieil Adam. Il faut nous attendre aussi à des modifications d'un autre ordre : lorsque au point de vue social, l'accumulation des richesses ne jouera plus le même rôle, l'on verra se modifier sensiblement le code de la morale. Nous pourrons

nous débarrasser de nombreux principes pseudo-moraux qui nous hantent depuis deux cents ans, et qui ont contribué à faire passer pour les plus hautes vertus certains des penchants humains les plus méprisables. Le mobile de l'argent sera estimé à sa juste valeur. On verra dans l'amour de l'argent – non pour les joies et les distractions qu'il vous procure mais pour lui-même – un penchant plutôt morbide, une de ces inclinations plus ou moins criminelles, plus ou moins pathologiques, que l'on remet, non sans un frisson, entre les mains du psychiatre. (...)

(J. M. Keynes : « Perspectives économiques pour nos petits-enfants- Essais de persuasion - 1930)