

## Éditorial

### Gary Becker et le réel complexe

Pierre-André Julien

Volume 6, Number 1, 1993

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1008160ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1008160ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (print)

1918-9699 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Julien, P.-A. (1993). Éditorial : gary Becker et le réel complexe. *Revue internationale P.M.E.*, 6(1), 5–10. <https://doi.org/10.7202/1008160ar>

## Éditorial

### *Gary Becker et le réel complexe*

*Ce n'est pas la première fois que le jury du prix Nobel en économie porte ses faveurs sur un économiste « à la mode » ou dont la pensée peut sembler originale au point de marquer pour quelque temps la science économique ; et ce n'est pas la première fois, aussi, qu'il récompense des économistes de l'École néo-classique de Chicago, école renommée pour son ultra-libéralisme et dont les théories ont marqué les politiques économiques des années 1980 de plusieurs pays industrialisés. Ainsi, on a vu le maître de cette école, Milton Friedman, récompensé en 1976, suivi de G.J. Stigler en 1982 et Gérard Debreu l'année suivante, puis de Marton Miller, co-récipiendaire avec H.M. Markowitz et W.F. Sharpe en 1990. Et ce, malgré les critiques grandissantes de leurs théories<sup>1</sup>, ou encore malgré l'échec total de l'application de celles-ci, que ce soit aux États-Unis, avec la montée rapide de la pauvreté dans les dernières années, ou dans les pays en voie de développement, avec la baisse drastique des conditions sociales sans que la croissance apparaisse.*

*On peut donc s'étonner du dernier Nobel donné à un autre tenant de cette École, Gary S. Becker. Il semble que ce prix lui ait été octroyé pour son application de la sociologie à la science économique. Pour lui, la science économique (du moins celle néo-classique), constitue « un cadre valable unifié pour comprendre tous les comportements humains... »<sup>2</sup>, que ceux-ci relèvent de la sociologie, de l'anthropologie ou de la politique.*

- 
1. Comme, par exemple, la théorie de Coase-Williamson à propos des coûts de transaction, qui vient d'être réfuté par M.M. Kays (1992) dans un dernier numéro du *Journal of Economic Behavior and Organization*. Voir aussi S. Bowles et H. Gintis, « the revenge of Homo Economicus : constested exchange and the revival of political economy », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 7, n° 1, 1993, p. 83-102.
  2. Le mot *tous* est souligné par l'auteur lui-même, par exemple aux pages 14 et 205, dans *The Economic Approach to Human Behavior*, Chicago, University of Chicago Press, 1976. À noter que cet ouvrage reprend plusieurs analyses écrites par G. Becker entre 1958 et 1976, et parues en particulier dans *Journal of Law Economics* (1958), *Journal of Political Economy* (1962, 1973 et 1974), *Economic Journal* (1965), *Journal of Economics* (1973), etc.

Pourtant, non seulement Becker semble n'avoir à peu près rien compris à la sociologie, mais avec son approche néo-classique, ses analyses continuent à simplifier à outrance l'objet économique.

Pour Becker, par exemple, la famille, le groupe, le milieu ou autres éléments sociologiques ne sont que des biens « économiques », au même titre que les marchandises ou les entreprises.

Pour illustrer ce parti pris, prenons deux analyses de Becker entre plusieurs, tel celle portant sur le mariage ou celle s'arrêtant sur la mort. Pour lui, le mariage est le résultat d'un simple calcul entre les avantages de rester célibataire comparés à ceux de mettre en commun les ressources de deux partenaires et de profiter ainsi de diverses économies d'échelle. Ainsi, une augmentation du salaire des femmes par rapport à celui des hommes, toutes choses étant égales, devrait diminuer l'intérêt des femmes de se marier. Et Becker d'en tirer différentes conséquences, tel que : le divorce est d'autant plus probable que les revenus de l'épouse tendent à surpasser ceux du mari... ; ainsi, là où les sociologues voient des comportements influencés très fortement par des systèmes de valeurs socio-culturelles, Becker y trouve tout simplement un déplacement où l'écart entre le salaire de l'homme et celui de la femme devient trop large<sup>3</sup>.

De même, pour Becker, « la plupart (sinon toutes) les morts peuvent être assimilées à une sorte de suicide », puisque qu'elles peuvent s'expliquer par le refus de consacrer plus de ressources à se maintenir en vie<sup>4</sup>. Selon cette logique, on peut donc entrevoir un jour proche où les riches des pays industrialisés pourront se payer l'éternité sur terre<sup>5</sup>.

En fait, toute la logique de Becker continue à faire sienne les postulats classiques des économistes libéraux, soit, premièrement, que tout « bien », quel qu'il soit, est rare (ou du moins sa production requiert des ressources rares) et par conséquent son analyse peut ainsi se calculer à l'aune économique. Deuxièmement, les comportements de consommation sont fondamentalement individuels, ou du moins peuvent se résumer à la consommation d'une petite entité (individu, ménage, famille). Cette entité dispose d'un système de préférence complet, relativement stable et qui s'exprime sur le marché des biens et services selon une programmation aussi stable. Ou en d'autres mots, la

3. Où  $MP_f/MP_m$  devient trop large (M étant les avantages du mariage multipliés par les prix P,  $t_m$  ou  $t_f$  étant les extrants du mariage dans le temps pour l'homme et la femme). G.S. Becker, *opus cité*, p. 208-209.

4. *Ibidem*, p. 10. Le soulignement de la plupart est aussi de Becker.

5. Il est vrai que certains riches ont cru pouvoir se payer cela en se faisant congeler !

*rationalité du consommateur est cohérente et s'exprime de manière ordonnée sur le marché: le consommateur sait à peu près toujours ce qu'il veut et l'exprime dans ses achats. Enfin, les besoins, latents ou réels, existent au préalable chez eux. Troisièmement, on peut toujours trouver un sens causal entre deux ou plusieurs variables économiques; cette causalité est le plus souvent linéaire ou peut être appréhendée ainsi. Enfin, quatrièmement, le marché finit toujours par exprimer les préférences des consommateurs par le système des prix.*

*Pourtant, on peut trouver dans la réalité bien des « biens » infinis ou du moins dont on ne connaît pas les limites, comme l'amour ou l'amitié, le plaisir, la tendresse, la solitude, la solidarité, enfin tous ces biens relevant du domaine des valeurs socio-culturelles. On sait que ces « biens socio-culturels » peuvent être difficilement « quantifiés » et leur « usage » n'est le plus souvent pas appréciable ou prévisible, même s'il existe certains marchés pour eux, marchés souvent incapables cependant de bien juger à court ou à long terme. La production et la consommation de ces « biens » ne peut qu'échapper à l'économisme ou à toute analyse avantages/coûts, à moins de croire à l'utopie behavioriste à la Skinner pourtant si critiquée ou impossible à vérifier, surtout si on accepte une certaine liberté de l'homme.*

*Becker croit à la possibilité de quantifier tous les biens. Par exemple, dans le mariage, il considère non seulement que l'on peut évaluer en quelques sorte « la qualité des repas, la qualité et la quantité des enfants, le prestige, le loisir, le fait de vivre ensemble, l'amour, la santé », etc, mais que l'on peut prévoir les gains de mettre ensemble ces « ensembles de bien » produits par deux ou plusieurs personnes; alors que le fait de vivre en commun relève non seulement d'un certain hasard et surtout d'une volonté d'en développer systématiquement les aspects intangibles. De même, il prend pour acquis la mesure d'intelligence du IQ, alors que les critiques pour ce type de mesure sont accablantes<sup>6</sup>.*

*Cette quantification à outrance conduit à des aberrations du genre prônée par Lawrence Summers, économiste à la Banque Mondiale, qui favorise le déversement des masses de déchets toxiques des pays industrialisés dans les pays en voie de développement, soit « là où les salaires sont les plus faibles...[selon]...la logique économique... imparable »<sup>7</sup>.*

---

6. A. Jacquart, *Éloge de la différence*, Paris, Seuil, 1981. Voir aussi de cet auteur la dure critique de toutes ces analyses supposées « scientifiques » qui laissent tomber les éléments principaux à prendre en compte, dans *Au péril de la science ?*, Paris, Seuil, 1982.

7. Déclaration qui a été révélée par *The Economist* le 8 février 1992 (cité par Michel Beaud, dans *Le Monde* du 19 mars 1992).

*On sait aussi que le comportement du consommateur est foncièrement social et non individuel. C'est pourquoi les sociologues ont montré que les valeurs économiques d'usage et d'échange sont le plus souvent conditionnelles à la valeur de signification, c'est-à-dire à la valeur socio-culturelle qu'en donne le groupe, le milieu, la société, la culture. C'est ce qu'avait déjà compris Thorstein Veblen<sup>8</sup> au début du siècle quand il parlait des riches familles américaines de la Nouvelle-Angleterre à la consommation très ostentatoire. Becker cite Veblen, mais finit par écarter toute son approche complexe pour se limiter à de simples calculs quantitatifs.*

*Dans le recours à la sociologie et à la psychologie pour mieux appréhender les phénomènes de consommation, Igor Scitovsky est allé beaucoup plus loin que Becker<sup>9</sup>. En s'appuyant, par exemple, sur Lazarfeld, Berlyne ou Piaget, il explique le caractère éminemment social de la consommation, en particulier quand vient le temps du changement. Pour cela, il part des théories des besoins (fort différemment, toutefois, de l'approche libérale de Maslow) pour montrer que les valeurs sont fondamentales pour juger des biens ; puisque l'utilité (ou la préférence) pour un bien suit une courbe (la courbe de Wundt) dont l'intensité est fonction du stimulus positif de la nouveauté et du stimulus négatif de la peur du ridicule. De cette façon, le changement provient de quelques « innovateurs » acceptés dans un groupe, influencés ou non par le marketing... La consommation, pour un individu, relève ainsi non seulement de sa relation avec les autres biens, mais de la consommation des autres membres de son milieu ou de sa « société », le tout transformé par la recherche de la variété et du plaisir individuel mais surtout social.*

*Si chaque consommation influence celle des autres et réciproquement, la causalité, si elle peut être trouvée, ne peut être que circulaire, comme l'a bien montré Maruyama ou Morin<sup>10</sup>. D'où la difficulté de trouver « un fil conducteur » ou de montrer un sens aux relations. Ce qui entraîne beaucoup d'incertitude dans toute analyse économique.*

*L'incertitude est particulièrement présente sur le marché, du fait que les prix sont un faible indice des préférences des producteurs, qui par définition, ont*

- 
8. Il n'est pas surprenant que les travaux de Veblen soient revendiqués tant par les économistes que par les sociologues. Voir en particulier sa célèbre *Théorie de la classe de loisir*, publié en 1899 en américain chez Macmillan Co. et toujours d'actualité.
  9. Dans *L'économie sans joie*, Paris, Calmann-Levy, 1978.
  10. M. Maruyama, « Paradigmatology and its application to cross-disciplinary, cross-professional and cross-cultural communication », *Cybernetica*, vol. 17, 1974, p. 164-179 et 250-256 ; E. Morin, *La méthode. La nature de la nature*, tome I, Paris, Seuil, 1977.

tout intérêt à tromper le marché<sup>11</sup>. D'autant plus qu'un bon nombre de transactions se font hors marché ou para-marché, avec de l'information contrôlée ou partagée dans des groupes. C'est que ce rappelle W. Ouchi en montrant que le marché est surtout un jeu de coalitions, de « clans, de cliques »...<sup>12</sup>; le marché « libre » des néo-classiques devient ainsi l'exception plutôt que la règle.

Kaldor a bien montré l'erreur fondamentale de l'approche du marché par les classiques ou néo-classiques du fait qu'à partir d'Adam Smith, ils aient toujours considéré le marché à peu près exclusivement sous sa fonction allocative. Selon cette approche, les prix expriment le type et la quantité de biens disponibles dans un temps précis, permettant ainsi de répartir les biens entre les demandeurs pouvant payer le plus et les offreurs les moins chers. Or le marché joue plutôt une fonction « créative » : il est un mécanisme avant tout pour stimuler la création de nouveaux biens et de nouveaux besoins<sup>13</sup>.

Dans cette fonction de création de nouveaux biens (et donc de nouveaux besoins, non pas latents, mais liés au besoin de nouveauté) et, ainsi, de nouveaux interstices<sup>14</sup>, l'entrepreneur schumpétérien joue un rôle fondamental. Il est quelqu'un qui est à l'affût de ces interstices (ou des multiples opportunités offertes sur le marché). Il est aussi un « perturbateur » en répondant à ces opportunités, sinon en les anticipant. En cela, il va à l'encontre de la recherche de l'équilibre des néo-classiques puisque il est avant tout un créateur d'instabilité. Ainsi, dans ce marché avant tout créatif, le changement devient endogène et cumulatif, à l'encontre de toute tendances à l'équilibre<sup>15</sup>.

Becker et l'École de Chicago ne peuvent pas remettre en question cette vieille idée de l'équilibre ou du quasi-équilibre, parce que malgré les prétentions sociologiques comme le fait Becker, ils sont incapables de comprendre que ces agents économiques sont en fait des acteurs qui agissent en fonction de valeurs socio-culturelles qui transcendent souvent les valeurs économiques. Par exemple, l'entrepreneur, avant d'être un innovateur et un gestionnaire de

---

11. P. Lorino, *L'économiste et le manager*, Paris, La découverte, 1989.

12. W. Ouchi, « Markets, bureaucraties and clans », *Administrative Science Quarterly*, n° 25, 1980, p. 129-141.

13. N. Kaldor, « The irrelevance of equilibrium economy », *Economic Journal*, n° 27, 1972.

14. Comme l'explique E. Penrose, *The Theory of the Growth of the Firm*, New York, M.E. Sharpe, 1959.

15. Voir sur ce point mon analyse dans « The entrepreneur and economic theory », *International Small Business Journal*, vol. 7, n° 3, 1989, p. 29-38.

ressources pour développer et produire l'innovation, est un joueur<sup>16</sup>. En ce sens, le profit devient pour lui une contrainte ou une condition pour justifier et maintenir son action et lui prouver ainsi la qualité de ses choix.

D'ailleurs, on peut difficilement parler « d'un entrepreneur », ou l'extraire de son environnement pour en faire un simple « agent économique ». De même qu'on peut parler difficilement d'une entreprise, sans comprendre en même temps qu'elle n'est qu'une des mailles d'un réseau complexe de fournisseurs, de distributeurs, de producteurs d'information, etc., comme le rappelle Bernard Guillon plus bas. Et tous ces éléments évoluent dans ce qu'appellait Alfred Marshall, « une atmosphère industrielle » qui stimule les éléments socio-économiques et est redevable du dynamisme de ceux-ci, « atmosphère industrielle » particulièrement bien étudié dans le cas des districts industriels italiens dont parle Colette Fourcade dans sa note de recherche<sup>17</sup>. Cette prise en compte des interdépendances fortes entre un ensemble d'éléments socio-économiques est la seule façon de comprendre, par exemple, le développement particulièrement rapide d'une région dont nulle ressource spécifique prise individuellement n'est suffisante.

La Revue Internationale PME, par les multiples analyses qu'elle présente sur les entrepreneurs et les PME s'efforce de monter la complexité de la réalité en intégrant les acteurs et leur milieu au comportement des entreprises. Ce numéro n'échappe pas à cette règle en discutant de la responsabilité financière des entrepreneurs dans un contexte d'incertitude avec l'analyse de Hua Yu appliquée au contexte de la Chine, en montrant que la R et D dans les PME repose avant tout sur la qualité des ressources humaines avec l'enquête de Mohammed Bayad dans la région de la Lorraine en France, en rappelant que les obstacles à la mise sur pied d'une veille technologique efficace relèvent avant tout de la psychologie des propriétaires-dirigeants, élément discuté dans l'étude de Hubert Lesca et Louis Raymond sur l'efficacité d'un logiciel de veille technologique en France, en analysant les comportements des entrepreneurs face aux possibilités de l'ouverture des frontières avec l'étude d'André Joyal, P.-A. Julien et L. Deshaies dans trois petites régions du Québec. Toutes ces études démontrent bien cette complexité du réel au delà d'un simplisme à la Becker et qui a autrement plus de chance de faire avancer la Science.

**Pierre-André Julien**  
directeur

16. Dans le sens de *ludus* selon Alain Cotta, ou encore mieux le joueur de Pierre Bourdieu, allant au delà de l'*habitus* pour « inventer » stratégies et tactiques en même temps que le produit (dans *Choses dites*, Paris, Editions de Minuit, 1987, en particulier p. 113).

17. Voir aussi le numéro thématique de la Revue Internationale PME (vol. 2, n° 2-3, 1989) consacré à ce thème.