

# Mais qu'est-ce que la "société de consommation"?

Autor(en): **Schaller, François**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **50 (1992)**

Heft 1

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-140128>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## MAIS QU'EST-CE QUE LA "SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION ?"

François SCHALLER  
professeur honoraire,  
Université de Lausanne

Les orateurs précédents ayant déjà proposé une définition de la société de consommation je prendrai au début quelque liberté à l'égard de mon sujet, avec l'espoir que vous ne m'en tiendrez pas rigueur. En effet, je ne peux résister à l'envie de vous rappeler - si ce n'est d'apprendre à la plupart d'entre vous - qu'en fait c'est la seconde fois que la S.I.A., dans les Journées Mont-Pèlerin, traite cette question. Il y a près de vingt ans, les 29 et 30 avril 1972, le thème était : "*La contestation peut-elle conduire à une éthique nouvelle?*"<sup>1</sup> Entre les six intervenants d'alors, l'accord se réalisa sur un point seulement : la critique de la société de consommation ne peut se dissocier de celle, beaucoup plus générale, de l'ordre établi et de ses structures politiques, juridiques, sociales, morales, culturelles, éducatives et même technologiques. Notre société forme un tout indivisible.

L'unanimité s'est bornée à ce constat. Certains ont insisté sur la puissance diabolique du système qui rend l'homme aliéné, opprimé, exploité, réquisitionné, broyé, immatriculé, châtré, matraqué, etc. Pourtant, aucun des orateurs ne se rattachait au courant de pensée marxiste orthodoxe; tous réclamaient encore des valeurs chrétiennes, y compris l'éminent philosophe et contestataire français Maurice Clavel. L'influence certaine exercée sur les jeunes par l'abondante littérature marxiste publiée au cours des années 60 est soulignée. Mais les jeunes ne sont pas seuls à être contaminés. Dans ces exposés présentés en 1972 on s'est parfois référé à Marx et un conférencier s'est placé, dans sa conclusion générale, sous l'autorité morale de Roger Garaudy. Le langage de certains témoigne de la tyrannie exercée sur les esprits par la doctrine marxiste en ce début des années 70. On évoque l'aliénation, les contradictions du système capitaliste dominant, etc.

A une exception près - votre serviteur - les orateurs ont tous insisté sur la faillite de la société de consommation, l'échec complet du système, l'imminence de la révolution dont Mai 68 ne constituerait que le point de départ. Toutefois, les arguments avancés par les uns diffèrent sensiblement de ceux des autres auxquels ils s'opposent même parfois brutalement. Ainsi, Mlle M. Moyano, professeur à Buenos Aires, tente de justifier le refus des jeunes d'adhérer à une société de consommation où l'homme n'est plus qu'un producteur et un consommateur. La jeunesse, explique-t-elle, aspire à un ordre social capable de lui fournir une réponse au "pourquoi vivre" et "pourquoi mourir". Du coup, Maurice Clavel bondit : "*Une société qui dicte à chacun le pourquoi vivre et le pourquoi mourir porte un nom : c'est une société totalitaire!*"

---

<sup>1</sup> Voir *La contestation peut-elle conduire à une éthique nouvelle ?*, Revue économique et sociale, no. spécial, Vol. 30, nov. 1972.

Si chacune de ces critiques condamne avec beaucoup de véhémence cette méprisable société de consommation, on se montre cependant beaucoup plus discret, hésitant, voire muet sur la question de savoir par quoi la remplacer. Notre société industrielle sombre, conclut un orateur, et les jeunes se soulèvent de crainte d'être écrasés sous les décombres. Après avoir évoqué cette vision apocalyptique, il s'abstient de pousser l'analyse plus avant. Mlle Moyano, très engagée dans des organisations nationales de jeunesse chrétienne nous dit : "*Le temps de l'avoir est passé, mais celui de l'être n'est pas encore arrivé : être autrement et être communautaire, non soi-même.*" Renoncer à être soi-même, n'être plus qu'une molécule du grand corps communautaire, tel fut précisément l'idéal des adeptes de l'Homme nouveau, celui des lendemains qui chantent et de l'avenir radieux. Aujourd'hui cet opium-là ne fait plus recette, même parmi les intellectuels.

Quant à Maurice Clavel, il nous avertit avec quelque emphase que son intervention au Mont-Pèlerin sera pour longtemps la dernière qu'il fera en public sur ce sujet, car dans cette révolution qui s'annonce en faveur de laquelle il est d'ores et déjà engagé, tout est nouveau, tout est en cours d'invention et il y a de gros risques d'erreur. Clavel est saisi par le doute. Il se dit hanté par cette petite question : "*ai-je raison ?*" Aussi, de retour à Paris il est décidé, nous dit-il, à se taire durant six mois "à moins qu'une révolution n'éclate dans l'intervalle". Il a tenu sa promesse. Il s'est tu, puis il est mort, hélas ! dans l'attente d'une révolution qui ne s'est pas produite ... du moins à l'Ouest.

Notons au passage que dans le flot de critiques alors déversées sur la civilisation industrielle et la société de consommation, nos préoccupations actuelles ne tenaient encore que bien peu de place en ce mois d'avril 1972. A chaque époque sa terreur. Un des orateurs a consacré une seule phrase à dénoncer la multiplication des déchets et la pollution, qu'il attribue à la concentration de la population dans des agglomérations urbaines proliférantes. Clavel se borne à dénoncer en quinze mots à la fois la pollution et la crise du logement. Paradoxalement, je fus le seul à consacrer quelques brefs développements à la question, me fondant sur l'idée que "*l'eau et l'air courent le risque d'être pollués au-delà de ce qui peut être considéré comme tolérable*", situation à laquelle l'appareil de production devra fatalement s'adapter. Trois mois plus tard, au début de l'été 1972 paraissait chez Fayard le "*Halte à la croissance*" qui se chargea de sensibiliser les esprits aux problèmes de la protection de l'environnement.

Deux raisons m'ont incité à relire avec beaucoup d'intérêt le numéro de novembre 1972 de la Revue économique et sociale, entièrement consacré au Séminaire du Mont-Pèlerin. D'une part, il est toujours utile de se remémorer les préoccupations dominantes qui furent les nôtres dans le passé. Ce rappel nous incite à davantage de prudence et de réserve dans nos prévisions. D'autre part, mon mobile était à l'origine dicté par la paresse. Je pensais retrouver dans ces textes une ou plusieurs définitions de la société de consommation, ce qui aurait largement simplifié ma tâche aujourd'hui. J'en fus pour ma peine. Manifestement, dans l'esprit des intervenants à ces Journées d'avril 1972, la société de consommation ne peut se dissocier des autres composantes de notre civilisation occidentale. Le P. Alain Birou, m'a paru cependant esquisser une définition lorsqu'il a dit : "*L'intégration au système trouve son appui et sa force dans la réalité-mirage de la consommation de masse qui exalte les désirs suscitant toujours de nouveaux besoins*".

Clavel doute de sa propre analyse : "*Nos choix dans la société de consommation sont déterminés, cernés*" observe-t-il avant de remarquer qu'en somme, se réserver d'autres choix reviendrait finalement au même.

De guerre lasse, j'ai donc consulté le Dictionnaire économique et social de J. Brémond, paru en 1981 : *L'expression société de consommation a symbolisé le caractère essentiel et omniprésent de la consommation. La notion société de consommation peut désigner le moment où une société a diffusé largement les biens d'équipement durables, mais aussi une société qui multiplie les incitations à consommer. Les signes et symboles de réussite se mesurent à la longueur de la voiture, au nombre de jours passés aux sports d'hiver... La consommation devient le but ultime de la vie et de l'activité du système économique. Tous les éléments de la vie quotidienne sont des occasions de consommation : les enfants, la sexualité, l'amitié deviennent dans les images publicitaires de simples accessoires des marchandises.*

*"Notons que la société de consommation ne signifie pas que tous consomment, de façon importante, mais que le domaine des marchandises s'accroît et que leur circulation se généralise. Des clubs de rencontre vendent l'amitié, des organismes font du mariage le produit de leur entreprise... Tous les actes individuels, tous les sentiments deviennent marchandises. La société de consommation n'est évidemment ouverte qu'à ceux qui peuvent payer pour accéder à ses délices."*

Qu'il faille à l'auteur une demi-page entrecoupée de bon nombre de banalités pour définir l'expression prouve à l'évidence, me semble-t-il, que celle-ci manque singulièrement de clarté et de précision. Finalement, chacun trouve dans ces vocables ce qu'il souhaite leur faire dire, condition première du succès de toute formule de combat.

Puisque telle est ma mission aujourd'hui je dois cependant proposer à mon tour une définition. Pour qu'elle puisse servir de base de discussion, elle doit être très générale, ce qui la condamne fatalement à être fort incomplète. L'expression société de consommation, telle qu'elle est couramment utilisée depuis plus de vingt ans, se veut essentiellement critique à l'égard d'une structure économique au sein de laquelle l'individu, tout en réduisant progressivement son temps de travail, parvient à accroître la satisfaction de ses besoins par l'acquisition sur le marché d'un nombre toujours plus grand de biens et de services. Quiconque connaît un peu l'œuvre d'Herbert Marcuse, le père spirituel de Mai 68, s'apercevra que sur ce point je partage son diagnostic lorsqu'il écrit : "*Nous combattons une société qui fonctionne extraordinairement bien, et - qui plus est - nous combattons une société qui a réussi à éliminer la pauvreté et la misère dans une proportion que les stades précédents du capitalisme n'avaient pas atteinte*".

Mais, le défaut majeur de la définition que j'avance est en somme de n'en être pas une, car elle ne précise pas les griefs qui sont formulés à l'encontre de la société de consommation. C'est que la multitude et la diversité de ceux-ci, parfois contradictoires entre eux, découragent toute tentative d'être plus précis. Parmi ces reproches, certains datent de deux ou trois dizaines d'années, d'autres sont plus récents. Ils naissent au fil du temps et puisent leur inspiration dans l'évolution rapide de l'économie. Je me bornerai à rappeler ceux qui sont le plus fréquemment formulés.

## LES PRINCIPALES CRITIQUES

La civilisation industrielle suscite chez l'individu une masse de besoins artificiels, sans espoir de les satisfaire jamais tous car, comme l'a relevé Alfred Sauvy, les désirs naissent sous les pas des hommes au fur et à mesure que ceux-ci avancent. L'erreur de la société de consommation serait donc d'engager les populations dans cette course sans fin vers une production de biens et de services toujours plus abondante, au lieu de se borner à la satisfaction complète des besoins naturels, par définition limités. Ce reproche est-il fondé ? Certes, dans leur immense majorité, les besoins éprouvés par l'homme moderne sont acquis, en ce sens qu'ils puisent leur origine dans notre environnement social. Mais, n'oublions pas que l'une des principales différences entre l'homme et la bête est que le premier, à la différence de la seconde, est capable d'éprouver des besoins artificiels. Les aspirations considérées comme les plus nobles et les plus légitimes présentent toutes ce caractère, que ce soit dans le domaine des sciences, des arts, des lettres, des loisirs ou de la culture en général.

La société de consommation inonde le public de gadgets, c'est-à-dire de biens et de services dont beaucoup sont inutiles, superflus. Voltaire n'a-t-il pas dit déjà : le superflu, chose si nécessaire ! Aussi infondée qu'elle soit, cette critique n'est pas moins inquiétante car elle témoigne d'un singulier mépris à l'égard d'autrui. L'appareil de production ne crée rien qui ne puisse satisfaire le besoin de quelqu'un, sinon l'objet ne pourrait être vendu et l'entreprise aurait déjà fermé ses portes. Qu'est-ce qu'un bien inutile ? Il est aisé d'en fournir une définition aussi claire que précise. Je juge un objet superflu par rapport à ma propre échelle des besoins, alors qu'il figure sur celle de beaucoup d'autres. Vouloir imposer à autrui mon appréciation des utilités en m'opposant à la vente de gadgets est une prétention totalitaire, incompatible avec la structure démocratique d'une société.

Une autre critique repose sur la filière inversée, thèse que développa J.K. Galbraith dans "*Le nouvel Etat industriel*". Selon la théorie classique, la production est au service de la consommation. Chaque offreuse s'efforce de répondre le mieux possible aux désirs de ses clients. On sait que les Japonais excellent dans cet art et sont passés maîtres dans les études de marché et les enseignements qui s'en dégagent. Galbraith, dont le génie littéraire aime à se nourrir de paradoxes, veut ignorer les réalités observables. Il affirme que dans notre société de consommation la filière est inversée. C'est le producteur qui façonne le consommateur à sa guise en faisant naître en lui le désir d'acquiescer ses produits. Il ne s'agit plus ici de révéler un besoin, d'élargir l'éventail des choix, mais d'imposer aux clients l'achat des produits de la firme. A la limite, la faillite d'une entreprise ne pourrait plus avoir qu'une unique raison, qui ne saurait être l'inadéquation du produit au marché, mais les erreurs ou les insuffisances du marketing.

S'il est vrai que la publicité révèle au consommateur un besoin latent, elle ne parviendra cependant jamais à créer le désir de toutes pièces. Beaucoup de personnes ne possèdent pas la télévision et n'en veulent pas, malgré toutes les offensives publicitaires. La réclame en faveur des voitures, que le facteur déverse à longueur de semaine dans ma boîte aux lettres, n'a rien changé au fait que je n'éprouve pas le besoin d'en avoir une. D'ailleurs, notre époque met bien en évidence l'erreur de Galbraith. Qui se risquerait à

affirmer que le souci écologique et le besoin de protection de l'environnement ont été d'abord ressentis pas les responsables des entreprises qui se seraient ingéniés ensuite à répandre cette préoccupation chez leurs clients ? Une fois de plus la filière n'a pas été inversée. C'est lorsque dans la population cette préoccupation est née que les entreprises ont réagi et se sont efforcées de tirer le meilleur parti possible de ce qui est à l'évidence un besoin nouveau éprouvé par chacun.

J'en arrive ainsi au rappel de la critique à présent plus souvent formulée à l'égard de la société de consommation accusée de détruire l'environnement, de menacer la survie de l'espèce humaine et de conduire ainsi le monde à sa perte. Je n'aborderai pas la question quant au fond, car elle est traitée par d'autres orateurs; d'ailleurs, elle s'écarte manifestement de mon sujet. Simplement, je préciserai quelques points sans avoir le temps de les développer comme il conviendrait.

Chez ceux qu'on appelle les Verts, deux démarches différentes peuvent être observées. La première consiste à mettre l'accent sur les mesures qui doivent être prises d'urgence par l'appareil de production et les consommateurs afin de remédier à une situation que chacun juge dangereuse et donc intolérable. Cette attitude est en passe de se généraliser. Aussi de sérieux progrès ont-ils déjà été réalisés, même si nous sommes encore loin d'être au bout de nos peines. On parle souvent d'une récupération de l'écologie par l'économie. En un sens c'est très juste, à condition toutefois de se souvenir que sur la scène sociale chacun doit jouer son rôle. Les mobiles profonds ne seront jamais exactement les mêmes, ce qui n'empêche pas tout acteur de contribuer à l'harmonie générale. Le chef d'entreprise sait que dans un avenir pas très éloigné son industrie sera propre ou ne sera plus. Il prend donc toutes les mesures qui s'imposent pour assurer dans le futur le succès et la prospérité de sa firme. Le citoyen-consommateur entend que notre planète demeure vivable pour ses petits-enfants. Entre ces deux attitudes, il n'y a aucune opposition de principe, ce qui permet de se montrer optimiste.

Force est bien de constater toutefois qu'il existe un courant minoritaire qui entend se servir de l'écologie comme d'un moyen, une arme dans le combat mené contre la société industrielle. Aussi ces adversaires usent-ils de toutes les possibilités offertes par notre système démocratique pour s'opposer à la réalisation de chaque projet, "en vert et contre tout", espérant par là parvenir à la paralysie complète de notre économie nationale. Il s'agit d'une idéologie dès lors que la protection de la nature s'inscrit dans une vision plus vaste, impliquant un changement radical de société. L'extrémisme discrédité par ses excès les efforts tentés d'autre part dans le but d'améliorer rapidement la situation. Il convient cependant de reconnaître au moins un mérite à ces critiques irréductibles. Au moment où, à l'Est, la faillite totale, sans appel du marxisme-léninisme laisse le champ libre à l'économie de marché, il est bon que de nouvelles oppositions se manifestent. Il en va des systèmes socio-économiques comme des entreprises: l'absence de concurrence, d'obstacles à surmonter, d'adversaires décidés avec qui il faut compter, assoupit les énergies et ne favorise guère le dynamisme.

Enfin, je soulignerai que non seulement aucune contradiction n'apparaît entre l'économie de marché et le respect de l'environnement, notamment la protection de l'air et de

l'eau, mais que la théorie économique postule au contraire expressément la prise en compte des coûts d'externalité qu'entraîne la production.

### LE DEBUT DE LA FIN ?

La société de consommation amorce-t-elle son déclin ? Pas davantage aujourd'hui qu'en 1972. Se transformer ne signifie pas décliner. Or, depuis qu'il existe, le système n'a pas cessé un instant d'évoluer, de s'adapter constamment aux conditions nouvelles d'un environnement qu'il contribue lui-même largement à modifier. L'extraordinaire plasticité du capitalisme, sa surprenante aptitude à renouveler ses formes, à s'annexer les changements pour en tirer parti lui ont permis jusqu'ici de résister à tous les assauts. Une telle souplesse se manifeste à la fois dans le temps et dans l'espace. Dans le temps : l'économie qu'encourageait Guizot n'était pas la même que celle des débuts de la III<sup>ème</sup> République, et il eût été scandaleux de parler de société de consommation durant la Grande dépression. Une constatation semblable s'impose quant à l'espace : aujourd'hui le capitalisme en Suisse n'est pas une reproduction réduite du capitalisme américain; l'économie du Japon ou des 4-Dragons n'est pas celle de la France dont le système diffère lui-même sensiblement de celui de l'Allemagne ou du Royaume-Uni.

Si évoluer ne veut pas dire décliner, ce vocable ne signifie pas davantage se renier. Ce qu'on appelle selon ses goûts ou son humeur l'économie libérale, le capitalisme, l'économie de marché ou la société de consommation repose entièrement sur un petit nombre de postulats ou de principes auxquels la construction est toujours demeurée fidèle. Toute l'architecture du système, à géométrie variable comme on vient de le rappeler, se fonde sur la conception de l'homme tel qu'il est, c'est-à-dire égoïste et rationnel. Ce n'est pas l'Homme nouveau, portrait de l'individu tel qu'il serait souhaitable qu'il soit, foncièrement altruiste et dispensé de fournir des efforts grâce à l'abondance absolue des biens et des services. Que l'on abandonne cet attachement à la réalité, et c'en est fait de l'économie de marché aussi bien que de la liberté individuelle et de la démocratie. Car si un régime autoritaire peut parfois s'accommoder durant un certain temps d'une économie de marché, en revanche l'absence de celle-ci est absolument incompatible avec la démocratie. Prenons-nous le chemin d'un tel abandon ? J'en doute beaucoup. Tout témoigne au contraire d'une confiance dans les mécanismes du marché plus vive qu'elle ne fut jamais en ce siècle, que ce soit au sein de la Communauté européenne, dans les pays de l'Est ou dans les nations nouvellement industrialisées d'Asie ou d'Amérique.

Je terminerai en tentant de justifier ce qui peut paraître un excès d'optimisme - ou de pessimisme selon la position de chacun sur la question. La quête d'un surplus de rationalité, propre à la nature humaine, veut que l'individu cherche à maximiser le résultat de ses efforts. L'échange marchand découle de ce comportement inné. Mais, diront certains, comment la société pourrait-elle tolérer longtemps encore cette forme d'échange alors que l'une des parties, le producteur, se livre à une consommation effrénée de biens rares (l'eau et l'air) et pourtant gratuits puisque contrairement aux autres matières premières ils

ne sont pas vendus sur un marché ? Deux solutions peuvent être envisagées, en théorie du moins, au problème qui se pose à l'économie moderne.

La première consiste à renoncer aux mécanismes du marché, à confier à l'Etat le soin de produire ce qu'il juge nécessaire. Cette proposition rassemble à présent moins de suffrages que jamais. La seconde solution, étudiée partout, tend à utiliser à fond le marché en incluant la protection de l'environnement et les biens naturels devenus rares parmi les facteurs de production onéreux, à les soumettre ainsi aux mécanismes du marché sur l'efficacité desquels repose l'économie. En effet, les instruments réglementaires (lois, fixation de normes, spécifications techniques) bien que parfois indispensables ont cependant des limites. Les redevances, la fiscalité (carburants), les droits à polluer concourent à l'application du principe du pollueur-payeur. Il est probable que nous connaîtrons un jour un marché national des droits à polluer, en attendant son extension au marché international. De telles innovations étendent sans l'altérer le champ d'application de l'échange marchand. Cela est évidemment essentiel pour la sauvegarde d'un système qui continuera longtemps encore d'assurer, bien qu'à un rythme probablement réduit, l'amélioration des conditions matérielles d'existence de chacun.



