



La théorie de Tibor Scitovsky sur les consommations induites

Viviana Di Giovinazzo

► To cite this version:

Viviana Di Giovinazzo. La théorie de Tibor Scitovsky sur les consommations induites. Economies et finances. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2009. Français. <NNT : >. <tel-00509930>

HAL Id: tel-00509930

<https://theses.hal.science/tel-00509930v1>

Submitted on 17 Aug 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Università Statale degli Studi di Macerata
Dip. di studi sullo Sviluppo Economico

Université de Paris 1 Pantheon-Sorbonne
Maison des Sciences Économiques

Tesi in cotutela
per il conseguimento del titolo di
de
dottore di ricerca in
La Tradizione Europea del Pensiero Economico

Thèse en cotutelle
pour l'obtention du titre
docteur en
Sciences Economiques

CICLO XX

20 marzo 2009

20 mars 2009

LA THÉORIE DE TIBOR SCITOVSKY SUR LES CONSOMMATIONS INDUITES

résumé de

La teoria di Tibor Scitovsky sui consumi indotti

presentata e sostenuta
pubblicamente da

présenté et soutenue
publiquement par

Viviana Di Giovinazzo

Coordinatori del dottorato

Tutori del dottorando

Ch.mo prof. Vitantonio Gioia
Ch.mo prof. Bernard Paulré

Ch.ma prof.ssa Annalisa Rosselli
Ch.mo prof. Bernard Paulré

*À mon père, Fulvio, et à ma mère, Grazia,
parce qu'ils ont cru en moi.*

REMERCIEMENTS

Je ne peux que remercier pour tous leurs conseils, critiques constructives et suggestions, les professeurs Annalisa Rosselli et Bernard Paulré qui, pendant mon doctorat, n'ont pas uniquement supervisé mon travail scientifique, mais ont également stimulé ma réflexion de recherche.

Je remercie de tout cœur les professeurs Pier Luigi Porta et Luigino Bruni qui m'ont orienté vers l'histoire de la pensée économique, en m'insufflant une passion sincère pour la recherche. J'ai obtenu auprès d'eux des conseils précieux et éclairés.

Je désire remercier le professeur Marina Bianchi, pour nos échanges épistolaires sur Tibor Scitovsky, et les professeurs Roy Weintraub et Neil De Marchi pour le support économique et l'aimable hospitalité qu'ils m'ont offert pendant mon séjour à Duke University, où je me suis rendue pour consulter les manuscrits et les correspondances privées de Scitovsky.

Un dernier remerciement aux professeurs Carlo Vercellone et Patrick Henrard qui, avec patience et dévouement, ont accompagné mon voyage en m'aidant à clarifier progressivement mes pensées.

Sapere aude

SOMMAIRE DE LA THÈSE

Introduction	7
Chapitre 1. Tibor Scitovsky et la psychologie économique	13
§1. Plan de l'œuvre	14
§2. Biographie de Tibor Scitovsky	17
§3. L'héritage de Hayek	24
§4. La philosophie économique de Tibor Scitovsky	25
Chapitre 2. La logique du réseau	33
§1. Pourquoi 'psychanalyser' l'économie ?	35
§2. Pourquoi l'individu est une personne insatisfaite. Comfort vs pleasure ...	38
§2.1 Les raisons neurophysiologiques du confort : la logique du réseau	39
§2.2 La "syndrome de la cacahuète salée"	44
§3. Pourquoi l'individu est un consommateur insatisfait. Defensive goods vs creative goods	49
§3.1 "The Gossen laws of pleasure"	50
§4. L'effet du "spill over" des biens créatifs	53
§5. Certains coûts individuels et sociaux déterminés par la consommation des biens créatifs et des biens défensifs	57
§6. Vers l'acquisition d'une "rationalité supérieure": l'élaboration cognitive des émotions	68
§7. Sophrosyne et temperantia, ou la culture du <i>self-control</i> sur l' <i>emotional arousal</i> ..	72
§8. La Culture de la consommation	76
Conclusion	80
§1. Vox clamantis in deserto. Un précurseur	80
§2. Quelle Economie Comportementale. Un critère pour plus de clarté	82
§3. La contribution de Scitovsky à l'Economie Comportementale: une théorie de la rationalité alternative à la théorie néoclassique	85
Bibliographie principale	91
Bibliographie secondaire	92

***I**ntroduction*

La théorie économique a tendance à lier la rationalité de l'action d'un agent à la maximalisation de sa fonction d'utilité, déduite de ses préférences révélées. Quand il a révélé ses préférences, cet agent peut même “disparaître”,¹ puisqu'il a déjà donné tout ce dont les économistes ont besoin pour comprendre la manière dont il va agir.

Une telle approche, aujourd'hui prédominante, présente une vision *formelle* (tautologique) de la rationalité, en tant que tout ce qui est choisi de façon cohérente par un agent devient rationnel en soi. Si, par exemple, nous observons une personne boire de l'essence au déjeuner, bien qu'elle montre un comportement autodestructeur, dans cette perspective nous devrions, en effet, définir ce comportement comme “parfaitement rationnel”, puisque cohérent avec ses préférences.² Nous devrions, par contre, considérer “irrationnels” tous ces comportements qui, bien que semblant parfaitement logiques, ne sont pas orientés vers la maximisation de l'utilité individuelle.

Les économistes qui appuient une telle vision de la rationalité sont conscients des situations paradoxales qui se créent en affirmant cette thèse de l'*homo aeconomicus*. Comme le rappelait déjà John Stuart Mill (1862[1843]), l'*homo aeconomicus* n'est pas un homme réel (à l'intérieur de l'homme réel intervient une série de facteurs psychologiques et affectifs, qui l'éloignent de la rationalité telle que conçue par la théorie économique), mais une figure abstraite, cherchant à représenter les caractéristiques que les individus prennent *idéalement* (où devraient prendre) quand ils agissent dans la sphère économique.

Dans cette thèse j'affirme que la définition économique traditionnelle (néoclassique) de “comportement rationnel” ne constitue pas une représentation satisfaisante de la rationalité humaine, puisqu'elle va contre l'évidence que les individus adoptent un comportement économiquement irrationnel dans la sphère économique, justement en faisant leurs choix ordinaires de consommation. En particulier, je vais essayer de démontrer l'incohérence fondamentale contenue dans le concept de rationalité

¹ Pareto, (1906), chapitre III, § 57.

² L'exemple est traité par Binmore (2001, p. 128).

économique, idéalement conduite par les questions suivantes : pourquoi l'individu consomme-t-il des biens qui réduisent leur bien-être, que le choix rationnel devrait, au contraire, maximiser ? Pourquoi dépenser des ressources, du temps, de l'énergie dans la production et la consommation d'un revenu plus élevé si cela ne comporte pas une augmentation significative de bien-être ?

Puisque je juge que ce problème ne peut être résolu par le moyen des mêmes attributs (les attributs de la rationalité économique) desquels il est composé, mais demande au contraire leur décomposition, je vais faire appel aux enseignements de la psychologie. La méthodologie de recherche que j'utilise pour répondre aux questions posées n'est pas aussi originale que les réponses que j'obtiens dans ce travail ; en effet, l'histoire de la pensée économique relate plusieurs "incursions" opérées dans la psychologie par d'illustres économistes (Jevons, Edgeworth, Pantaleoni entre autres) qui, pour tracer les lignes d'une théorie alternative à la théorie traditionnelle du choix rationnel, ou simplement plus précise, ont trouvé une aide substantielle dans les approches psychologiques.

Pour démontrer que la théorie de l'*homo aeconomicus* ne perçoit pas efficacement la réalité du consommateur moderne, je suis les lignes des dialogues que les premiers économistes néoclassiques ouvrirent avec la psychologie, poussés par la recherche d'une nouvelle approche économique des choix individuels qui fut plus exacte (plus scientifique). Pour élaborer une théorie alternative, je me sers des recherches conduites en psychologie par l'économiste hongrois Tibor Scitovsky,³ en particulier dans ses essais des années 1950-1960 dans le domaine de la psychologie de la motivation.

Je juge, en effet, que la méthodologie d'enquête et les résultats obtenus par Scitovsky (chapitre 2) méritent une attention particulière, *en tant qu'il a produit des argumentations solides à opposer non seulement à la théorie économique traditionnelle, mais aussi à la méthodologie adoptée par l'économie comportementale actuelle* (dont le représentant le plus illustre est Daniel Kahneman) qui, en restant solidement liée aux critères de mesure objective, n'a pas, selon nous, accompli de progrès substantiels au sujet de la théorie des choix rationnels structurée sur les choix observables (préférences révélées).

Sur la base de l'analyse raisonnée de sa théorie sur les consommations enduites, exposée dans son œuvre la plus célèbre, *The Joyless Economy* (1992[1976]) et dans certains

³ Pour une bibliographie sur Tibor Scitovsky, voir chapitre 1, § 2. Les écrits officiels, les communications à des conférences, les dactylographiés et la correspondance privée de Tibor Scitovsky sont repris dans la *Rare Book, Manuscript, and Special Collections Library* (Scitovsky boxes n. 1 e 2).

écrits collatéraux, je reconstruis donc, et trace les contours, *d'une théorie de la rationalité alternative à la théorie traditionnelle, non reconduite à la simple cohérence avec les préférences révélées des individus, mais à la réalisation de leurs motivations intrinsèques.*

Dans ce but, j'ouvre la critique à la rationalité économique en profitant du paradoxe de l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être (Di Giovinazzo 2008), que Scitovsky explique au moyen des études qu'il a accompli dans le domaine de la psychologie (théorie de l'*arousal*), sur la base desquels il est parmi les premiers (Scitovsky 1974, 1976) à théoriser, en plus et au delà des besoins physiologiques (*appetitive desires*) traditionnellement développés par l'économie, la présence d'une série ultérieure de besoins économiquement également à considérer (innés et urgents) : le besoin d'éprouver des sensations agréablement stimulantes (*the need for stimuli*), comme par exemple l'exercice mental (apprendre une langue étrangère) et physique (pratiquer un sport), et les besoins socio-psychologiques de relations (*social desires*), tels que le désir de vivre avec les autres (*sociality*) et d'entreprendre des rapports interpersonnels (*interpersonal relationships*).

Au cours de cette enquête je saisis certains éléments utiles au but du développement de ma théorie. En particulier, je rappelle l'attention sur la classification des besoins opérée par Scitovsky et la différence ontologique entre *confort* et plaisir sur la base de la théorie de l'*arousal* : *telles évidences comportent des implications différentes sur le plan de la méthodologie économique et sur celui de la philosophie économique qui mènent Scitovsky à soulever des critiques plutôt radicales envers les principes guidant l'économie néoclassique.*

Sur le plan méthodologique, à l'aide de ses études interdisciplinaires, par la théorie psychologique de l'*arousal*, il démontre que :

- à côté des besoins physiologiques et de protection (*appetitive desires*), les besoins que la tradition économique (William S. Jevons) et psychologique (Abraham Maslow) considère comme étant premiers, *il y a d'autres catégories de besoins, relationnels et créatifs* (*social needs and the need for stimuli*) *également premiers et innés, qui demandent satisfaction avec la même insistance* (sur la base d'une telle évidence, Scitovsky juge qu'un modèle économique structuré sur la production et sur la consommation pour la satisfaction d'une seule catégorie de besoins (*appetitive desires*), comme celui de la société moderne, qui abonde et excède dans la production et la consommation des biens de *confort*, est toutefois incomplète (cmp. chapitre 2, § 4);

- étant donné les trois typologies de besoins, tous et chacun doué de la même urgence, la satisfaction n'est pas, et ne peut être donnée par la maximisation de tous les trois, ou bien par l'un seul d'entre eux, en remplacement de l'incomplète satisfaction des autres, mais par la *satisfaction incomplète et intermittente* (le plaisir est dans le changement) de chacun d'eux. La solution avancée comme épreuve par Scitovsky pour résoudre le problème de l'insatisfaction du consommateur (et, plus en général, du malheur de l'être humain), renvoie indirectement à la théorie de Hermann Heinrich Gossen (1854) qui clarifie le rôle de la *fréquence* dans la satisfaction, plutôt que dans la *quantité* des biens qu'il est nécessaire de consommer pour se sentir satisfaits (cmp. chapitre 2, § 5.1).
- *la satisfaction ne provient pas tant du résultat du procès (outcome), que du procès en soi même (process)*. Dans cet optique, des situations que la théorie traditionnelle des choix juge économiquement irrationnelles, justement parce que centrée sur le résultat et non sur le procès, deviennent parfaitement cohérentes, puisque conformes à la logique de la psychophysiologie humaine. Sur la base de cette circonstance Scitovsky propose de remplacer une théorie des choix "*outcome oriented*", avec une théorie des choix qui fait attention au "procès" (l'étude propose une comparaison directe avec la théorie de la rationalité substantielle de Herbert Simon; cmp. chapitre 2, § 4 et 6).

Sur le plan philosophique,

- la typologie tripartite des besoins innés que Scitovsky illustre en *The Joyless Economy* (et les écrits collatéraux), donne l'épreuve scientifique qui manquait encore à la soutenabilité théorique des intuitions philosophiques éclairantes sur la dimension humaine déjà exposées par Platon (qui différencie les plaisirs spontanés des plaisirs illusoires), Aristote ("l'homme est un être naturellement sociable"), Antonio Genovesi ("la nature du bonheur est constitutionnellement relationnelle"), Karl Marx ("l'être humain trouve la signification de sa propre vie en étant actif d'une façon productive") et Alfred Marshall (la satisfaction demeure "dans les activités réalisées pour le seul plaisir de les faire", comme l'art, la musique, les sports et les exercices qui défient sa propre intelligence);
- la démonstration scientifique de la circonstance que la satisfaction est liée au procès et non pas au résultat (théorie motivationnelle de l'*arousal*), induit à revaloriser les positions idéologiques d'une théorie (économique) des choix conduite par

l'utilitarisme benthamien (le bonheur-satisfaction est la conséquence intentionnelle d'un résultat préconçu), en vertu d'une structuration philosophique des mêmes de tradition eudaimonique-aristotélique (le bonheur-satisfaction est la conséquence non intentionnelle de l'action-procès);

- la remarque et la démonstration de l'importance de la dimension relationnelle pour le bonheur et le bien-être des personnes (*social desires*), comporte l'impossibilité de structurer une théorie valable du bien-être si elle est centrée exclusivement sur l'individualisme méthodologique (cmp. chapitre 2 § 5.3).

Mon travail profite de ces résultats et les considère en tant que principes (en ce que scientifiquement démontrés), pour formuler une théorie de la rationalité économique alternative à celle de la théorie néoclassique.

Les points clés de la thèse qui en émerge éclairent les débats en cours soit sous l'aspect de l'histoire de la pensée économique, soit sous l'aspect de l'histoire de la méthodologie économique; ils peuvent être résumés comme suit :

- la thèse rappelle la pensée d'un économiste qui, injustement négligé par la littérature économique, aurait pu au contraire apporter une contribution substantielle pour le progrès de la recherche dans le domaine de l'économie comportementale qui est, actuellement, solidement accrochée à des critères de mesure objective (pour tous, Daniel Kahneman), et qui selon nous n'a pas accompli de progrès substantiels (cmp. Conclusions) au sujet de la théorie rationnelle des choix structurée sur les choix observables (préférences révélées) ;⁴
- elle propose une théorie des choix alternative à celle des néoclassiques, plus efficace à saisir les dynamiques du consommateur moderne ;
- elle réintroduit une méthodologie de recherche de type interdisciplinaire et organisée selon un critère d'évaluation subjective, sans, par conséquent, pencher vers des jugements de valeur.

⁴ Pour une lecture exhaustive sur la nature de la contribution du Tibor Scitovsky sur la relation entre l'économie et le bonheur, voir Bruni et Porta, *Introduzione a L'economia senza gioia* (2007) et les lemmes du dictionnaire *Economia Civile* "Tibor Scitovsky" et "Economia e felicità" (Di Giovino ; Bruni et Di Giovino, sous presse).

1. Tibor Scitovsky et la psychologie économique

«He who is only an economist cannot be a good economist.
There is hardly a single problem which can be adequately
answered on the basis of a single special discipline»
(Hayek 1967a, p. 267)

Toute théorie émergente qui aspire à devenir dominante ne peut naître que comme hétérodoxe. A la fin de la première moitié du XX^e siècle furent écrits deux articles qui représentent la pierre angulaire de deux nouvelles manières de penser l'économie : *Economics and Knowledge* de Friedrich von Hayek et *The Nature of the Firm* de Ronald Coase. Les deux articles furent accueillis par le monde académique avec perplexité : leurs messages étaient tellement révolutionnaires par rapport à la théorie *mainstream*, que ce n'est que trente ans plus tard que les deux économistes ont obtenu le succès mérité. Le même destin a été partagé par un économiste de la génération suivante, Tibor Scitovsky, (1910-2002) incompris et taxé 'd'hérésie' par le courant dominant lors de la publication de son ouvrage pionnier, *The Joyless Economy* (1976), il a fallu attendre la fin du vingtième siècle pour voir sa théorie sur les causes de l'insatisfaction du consommateur dans 'l'économie du bien-être' susciter de plus en plus l'intérêt et l'adhésion d'un nombre croissant d'économistes.

La convergence de la destinée de ces grands auteurs de la pensée économique pourrait suggérer que trente ans sont nécessaires afin que la communauté scientifique reconnaisse et intègre dans le corpus des connaissances le message livré, au sens de J.S. Mill, par quelques '*persons of genius*', et s'en serve pour évoluer vers de nouveaux paradigmes théoriques.

§ 1. Plan de l'œuvre

Tibor Scitovsky a été un personnage éclectique, dans sa vie comme dans sa profession d'économiste. L'abondance de ses écrits atteste de la multiplicité de ses intérêts, qui vont de la macroéconomie (il étudia le phénomène de l'inflation et les asymétries de marché sur la longue période) à la microéconomie en passant par la politique économique (il analysa les valeurs et les défauts d'un aménagement économique socialiste et sur l'économie des pays en voie de développement). C'est de sa dernière période que remonte l'enquête sur les causes de l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être.⁵

Tableau 1
Intérêts académiques de Tibor Scitovsky

<i>période</i>	<i>années</i>	<i>sujet d'étude</i>
Période I	1940-1951	macroéconomie
Période II	1951-1968	politique économique
Période III	1968-2002(†)	microéconomie

Légende: le Tableau propose une schématisation idéale des périodes de production scientifique de Scitovsky. (Scitovsky, *Memoirs*).

Ce travail approfondit les centres d'intérêts de la réflexion de Scitovsky au cours de la dernière période de sa vie (Période III); ce n'est en aucune manière une approche partielle car, comme lui-même l'affirme, ce sont trois «*lifelong preoccupations*» qui motivent ses recherches pendant toute la durée de sa longue existence et constituent le fil rouge les reliant toutes :

1. «*to make economic theory more realistic and thereby more useful*» (Scitovsky 1995, p. vii);
2. «*to understand and explain the nature and the sources of our real-life economy's shortcomings when those cannot be incorporated in a more realistic model*» (*ibidem*, p. viii);
3. «*to [his] unease with the profession's overly simplistic assumption of consumer rationality and attempts to look upper into rather complex psychology of consumer's motivation*» (*ib.*, p. x).

⁵ A titre représentatif, pour chaque zone d'intérêt, citons: de Scitovszky, T. (1940), A Study of Interest and Capital, *Economica*, new series, vol. 7, no. 27, 293-317. Scitovsky, T. (1940), The Benefits of Asymmetric Markets, en *Journal of Economic Perspectives*, vol. 4 no. 11, 135-48; Scitovsky, T. (1951), The State of Welfare Economics, en *The American Economic Review*, vol. 41, no. 3, pp. 303-15. Scitovsky, T. (1976), *The Joyless Economy*, OUP, Oxford. A noter en outre, la lecture 'Growth En the Affluent Society' préparé par Scitovsky à l'occasion de l'Alfred Hirsh Memorial Lecture, Londres, le 7 octobre 1986 et, par la suite, publiée dans *Lloyd Bank Review*, no. 163, janvier 1987.

Scitovsky s'engage à répondre aux questions suivantes: Pourquoi une vie entourée de choses confortables devrait-elle être davantage ou bien moins agréable qu'une vie faite de plaisirs ? Qui pourrait nier que les choses confortables peuvent également être agréables ? Pourquoi les gens n'ont-ils pas su transformer en davantage de loisirs disponibles un niveau de vie plus élevée (que les différentes révolutions industrielles ont rendu largement possible et qui a été si péniblement conquis par les revendications syndicales à partir du XXe siècle) et, par conséquent, sont-ils si insatisfaits du résultat?

L'économiste détermine trois formes possibles de conflit qui évoquent l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être car ils conduisent à un clivage profond entre ses choix et ses préférences :

1. le conflit entre *confort* et plaisir (ou activités stimulantes) ;
2. le conflit entre les biens standardisés et les besoins spécifiques et les désirs individuels;
3. le conflit entre une connaissance finalisée à la production qui est de plus en plus spécialisée et uniforme et une connaissance destinée à la consommation qui, au contraire, devrait être généralisée et partagée.

Le présent chapitre ouvre avec une brève biographie du personnage et fournit un panorama général du contexte économique où vient s'insérer la théorie de Scitovsky. On mentionnera la question épistémologique qu'implique la science économique néoclassique et on approfondira les points de contact entre l'ontologie hayékienne et l'eschatologie scitovskienne pour *la déduction d'une théorie basée sur le rôle moteur de la connaissance* (*i.e.*, comme on le verra, de la Culture).

Le chapitre 2, intitulé 'La logique du réseau' est entièrement consacré à l'analyse critique de la théorie de Scitovsky sur l'insatisfaction du consommateur; l'œuvre de référence est la *Joyless Economy*. Un travail embryonnaire de micro-fondation de la macroéconomie ressort d'une exégèse attentive de ce texte; il révèle notamment que cette étude anticipe une approche qui a été assez récemment baptisé en psychologie 'picoeconomics', (*i.e.* micro-microéconomie).⁶ Scitovsky inaugure donc une série de recherches potentiellement destinées à remporter un succès important : l'économie des émotions.

⁶ Le terme a été forgé par le psychologue George Ainslie, en Ainslie, G. (1992), *Picoeconomics: The Strategic Interaction of Suivants Motivational States Within the Person*, Cambridge Univ. Press, Cambridge. Dans cet essai, Ainslie emploie des modèles économiques pour analyser les mécanismes du choix "neural", cognitif et comportemental. Dans la *Joyless Economy* Scitovsky propose le même parcours, mais dans le sens inverse : construire des modèles économiques qui répondent aux mécanismes du choix individuel à partir du choix neural, cognitif et comportemental.

Les paragraphes 1 à 4 de ce chapitre sont consacrés à l'importance du rôle de la connaissance dans la satisfaction individuelle et la coordination sociale, et de celui de la culture pour le recouvrement de la liberté de choix mise à mal par la massification du produit. L'étude de l'origine du conflit entre *confort* et plaisir constitue l'objet central de la théorie analysée. Le chapitre approfondit aussi le problème de l'ennui qui peut être vu comme étant *La* maladie du bien-être et les causes premières des comportements violents dans la société.

Le paragraphe 5 traite des conséquences sociales de l'insatisfaction individuelle du consommateur dans l'économie du bien-être. L'analyse sort du domaine strictement économique pour aborder les domaines politique et sociétal. Le chapitre analyse aussi le rôle du marché en tant que système neutre de transmission d'informations, dont l'objectif est de faciliter l'échange réciproque en toute liberté et en vue de l'obtention de fins individuelles et collectives. La section approfondit aussi le rôle de l'État, auquel Scitovsky attribue des devoirs de protection et de sauvegarde à travers un système politique qui prévoit l'expulsion du réseau des échanges de ceux qui n'observent pas la condition de respect réciproque. Celle-ci constitue en effet, en établissant par la négociation des règles universelles de conduite, le bien commun d'une association civile.

Les paragraphes 6, 7 et 8 analysent la solution que Scitovsky formule pour remédier aux «maladies» du bien-être. Si le symptôme consiste en l'administration sous forme massifiée de biens de *confort*, leur cause est à rechercher dans la fragmentation excessive de la connaissance (la division du travail n'étant qu'une de ses formes). Chez Scitovsky cette diffusion de la connaissance, dans le monde postmoderne et globalisé, est marquée par la dispersion. Il approfondit le rôle du 'generalist', en opposition au personnage du 'spécialist', suite au problème hayekien des connaissances fragmentaires et réfutables de circonstances spéciales de temps et de lieu : si la concurrence est un modèle qui active le procédé de découverte (Hayek 1968), la coopération dans la division du travail est une méthode qui comporte la sauvegarde de compétences, mais dans l'optique d'un recul de l'intrusion de l'État dans les choix individuels.

Le chapitre se termine sur une analyse critique de la solution offerte par Scitovsky au consommateur postmoderne. L'économiste croit que seule une formation scolaire de type humaniste (*liberal arts*), soutenue par une éducation parentale attentive et extrascolaire, peut former des individus qui auront la force d'endiguer, voire de prévenir un «general nervous breakdowns» (Keynes 1963[1930], p. 327). Pour ce faire il assigne un rôle central au développement individuel, puis social et, en dernière instance, économique. D'où l'exigence

que l'on soutienne avec des subsides la diffusion de la scolarité et le développement des arts et, en général, de toutes les formes d'expression qui développent et alimentent la créativité humaine.

Dans le chapitre final (le chapitre 3) je présente mes déductions personnelles. En ce dernier chapitre *je propose une théorie de la rationalité alternative à celle néoclassique qu'il relie la satisfaction à les procédures (procedures) et à les motivations intrinsèques (aspirations) qui les activent, plutôt que sur le résultat d'une utilité attendue (outcomes)* en me basant sur une élaboration personnelle des indices découverts par Tibor Scitovsky avec sa théorie psychologique de l'«arousal».

§ 2. Biographie de Tibor Scitovsky

Connaître l'histoire de la vie d'une personne nous aide à comprendre le profil du personnage, les pulsions et les circonstances qui ont marquées sa vie, ses amitiés, ses intérêts.

C'est pour cette raison que je crois bon de consacrer un moment à la biographie de l'auteur avant d'introduire la théorie de l'économiste. Cette tâche n'est pas particulièrement simple, car, à ma connaissance, aucune biographie officielle de Tibor de Scitovsky, né en Hongrie, naturalisé Américain et grand voyageur, n'existe pas à ce jour en italien. Pour combler cette lacune, j'entreprendrai un travail de recueil et d'interprétation des éléments qu'il a lui-même choisis de nous offrir dans ses mémoires et dans son œuvre au style particulièrement marqué.

Tibor de Scitovzsky naquit dans l'atmosphère froide et encore semi-féodale de la Hongrie de 1910, au sein d'une famille aristocratique aisée d'origine fort lointaine. Son père fut le gouverneur d'une des banques les plus importantes de l'État (Banque Hongroise de Crédit Général), puis diplomate et membre permanent de la chambre haute du Parlement, une nouvelle position qu'il lui permit d'accéder dans sa grande passion pour l'art et les antiquités.

Parmi ses aïeux on compte de nombreux professeurs, cardinaux et diplomates. C'est son trisaïeul qu'il évoque avec le plus d'enthousiasme. Cet instituteur dans un village slovaque très pauvre du nord de la Hongrie eut un fils très ambitieux qui choisit la seule voie praticable à cette époque pour des personnes de sa condition : il entra au séminaire. Ordonné prêtre après avoir obtenu un doctorat en philosophie et en théologie, le bisaïeul devint professeur et, par la suite, fut nommé évêque. L'Empire le récompensa en lui décernant ainsi qu'à sa famille un titre nobiliaire et en lui assignant une petite ferme, le fief

de Nagykér. Plus tard, le prêtre érudit deviendra archevêque, puis archevêque de la Hongrie et enfin sera élevé à la position de cardinal à Rome.

On croit savoir que son père, l'instituteur du village, était le fils d'un percepteur de la banque polonaise chargée par le roi de percevoir les impôts dans les villes libres de la Hongrie. La population, qui le haïssait particulièrement, décida de l'éliminer, et toute sa famille avec. Seul un jeune garçon échappa au massacre, caché par les parents d'un de ses camarades de jeu. Et ce jeune garçon, qui va par la suite justement devenir l'instituteur du village, sera le premier membre de la famille de Scitovzsky dont on ait une trace biographique presque certaine.

Comme certains *homini novi* qui, dans un temps bref, passa d'une situation d'extrême pauvreté aux charges les plus importantes de l'empire, le garçon du village, une fois nommé archevêque, devint un gaspilleur, de sorte qu'il fut repris par les subordonnés gouvernementaux parce que, avec sa fougue de construire églises, écoles, séminaires et collège pour professeurs, il était en train de dilapider les richesses de l'Église.

Entre autres choses, Scitovsky nous dit que, avec l'argent du culte, son noble ancêtre construisit des maisons pour les sans-abris et il organisa un réseau de distribution de nourriture et de vêtements pour les pauvres, de livres pour les écoles élémentaires situées en ces mêmes villages dans lesquels il avait grandi. Il contribua à fonder l'académie des Sciences de la Hongrie et il prêta support aussi à beaucoup d'initiatives dans le domaine artistique : il commissionna Franz Liszt et différents peintres hongrois et autrichiens. Il subventionna le commerce de la porcelaine de Zsolna et il fit alors refleurir l'aujourd'hui florissante industrie de la porcelaine de Herend.

Il fut également un patriote. Pendant la révolution de la Hongrie contre les Habsbourg et la répression qui en suivit, son nom parut parmi les premiers de la liste des révolutionnaires, et fut considéré par la police autrichienne comme l'un des chefs les plus dangereux des rebelles ; il sauva beaucoup de Hongrois des nœuds coulants des bourreaux autrichiens.

Il apporta des aides financières aussi à sa famille, en soignant l'éducation des petits-enfants qui devinrent tous juges ou dirigeants publics de haut niveau. Et, puisque Esztergom, siège officiel de l'archevêché, se situait très loin du siège de son premier diocèse, où sa ferme était située, il la mit en vente et il acheta Nötincs, un carré de terre qui lui rappelait sa terre natale, qui était beaucoup plus proche de Esztergom. Il assigna à l'administration de Nötincs son petit neveu favori, l'arrière-grand-père de Scitovsky, qui, ensuite en hérita.

Dans ses *Mémoires*, Scitovsky rappelle toujours le père avec grande affection pour ses qualités d'honnêteté et de générosité. Sa mère, femme forte et fascinante, mais exigeante et possessive lui imposa une éducation privée qui accentua sa nature d'enfant timide et studieux (Scitovsky *Memoirs*, p. 14). De ces jeunes années, souvent passés seul ou en compagnie d'adultes, Scitovsky rappelle les longs, lumineux et oisifs étés passés à la campagne dans la maison de la grand-mère. Ces années auront une grande influence sur ses études et sur ses choix futurs, comme sur son intérêt pour ces aspects de la vie qui vont au-delà du travail et du revenu (Scitovsky 1986, p. ix).

Après avoir étudié le droit à Budapest, Scitovsky s'établit au Trinity Collège de Cambridge où il commence à étudier l'économie avec Maurice Dobb et Joan Robinson. En 1935, il est à la London School of Economics. Ici la publication de la *General Theory* de Keynes l'année suivante engendre une anime les débats des jeunes qui, comme Scitovsky, fréquentaient les séminaires de Friedrich von Hayek et de Lionel Robbins (Scitovsky 1991, pp. 225-6).

Quelques années plus tard, Scitovsky gagne une bourse d'étude pour les États-Unis. Il étudie là-bas intensément «dans l'attente agonisante d'une inspiration qu'il ne venait pas», et dans l'espoir qu'une position académique lui octroi une autonomie financière (*ivi*, p. 225). Son premier article est publié en 1940 ; il aborde d'une nouvelle manière le problème du chômage involontaire et du fonctionnement des marchés financiers. Même s'il n'eut pas grand écho, Scitovsky le considéra toujours parmi ses meilleurs articles.

Enfin, la guerre finie, et après avoir servi dans l'artillerie américaine en Europe, Scitovsky obtient une position à la Stanford University. Ses années d'études précédentes se révèlent fécondes. Il écrit en économie internationale, sur les marchés de monopole, et surtout sur des sujets relatifs à l'économie du bien-être. Il anticipe les problèmes qui se révéleront quelques années plus tard comme ceux relatifs aux asymétries d'information ou à la présence des coûts de transaction. Scitovsky fait partie en effet, comme il le dit lui-même, de ces économistes qui aiment se poser des questions leur permettant d'aller au-delà des frontières de leur propre discipline (Scitovsky 1985).

À la fin des années 1960 Scitovsky est à Paris avec sa seconde femme. Ce sont les années de gestation de la *Joyless Economy*. Il étudie les développements en psychologie de la motivation et il découvre un nouveau champ inexploré de l'économie, en particulier, qu'il existe non seulement des formes différentes de satisfaction individuelle, mais également des activités qui semblent être poursuivie pour rien d'autre que pour la joie qu'elles procurent :

faire du sport, jouer, converser, décorer la maison, se bichonner, lire, se promener, rester avec ses amis. Mais si ces activités ne répondent pas à l'incitation traditionnelle du besoin ou de l'argent, à quoi répondent-elles ? Comment les expliquer ? Et réciproquement, comment considérer ces autres activités qui ne procurent pas quelque joie et qui cependant n'en viennent pas à être délaissées ?

Scitovsky décrira cette nouvelle phase de sa recherche comme l'un des devoirs plus difficiles qu'il eût jamais entrepris, mais également comme l'un des plus enthousiasment ; il avait contribué à une meilleure connaissance de soi et des autres (Scitovsky 1991, p. 236). Quand le livre fut publié en 1976, il ne fut pas apprécié par les économistes contemporains soupçonneux des contaminations de la psychologie et des conséquences *des*-équilibrantes de la nouvelle approche.

Trente ans après, et après une seconde édition publiée en 1992, presque tous les sujets abordés dans cet ouvrage sont devenus objets de débat. La psychologie, mais aussi les neurosciences, entretiennent un rapport fécond avec la théorie économique. Grâce aux résultats de l'économie expérimentale se casse le binôme bonheur / revenu; sont introduits de nouveaux déterminants du 'bien-être', des aspirations individuelles, de qualité des relations interpersonnelles, du rôle qu'elles jouent pour une vie stimulante et joyeuse.



Tibor Scitovsky

Légenda. Tibor Scitovsky: Chuck Painter/Stanford News Service.

Curriculum vitae of Tibor Scitovsky

Born: Nov. 3, 1910, Budapest, Hungary

Education: University of Budapest, 1928-32, doctor iuris 1932
Trinity College, Cambridge, 1929-31
London School of Economics, 1935-38, M.Sc. 1938

Career: Bank clerk, Hungarian General Creditbank, Budapest, 1934-35
Economist, London & Cambridge Economic Service, 1938-39
Leon travelling fellow (U. of London) 1939-40
U.S. Army Service, 1943-46
Economist, US Department of Commerce, Washington DC 1946
Associate professor, later professor, Stanford U. 1946-58
Professor, University of California, Berkeley, 1958-68
Visiting professor, Harvard University 1965-66
Fellow, Development Centre, O.E.C.D., Paris, 1966-68
Heinz Professor of Economics, Yale U., 1968-70
Eberle Professor of Development Economics, Stanford U. 1970-76
Professor, London School of Economics, 1976-78
Professor recalled to duty, Stanford U., 1978-81
Professor (part time), U. of California, Santa Cruz, 1978-82

Affiliations: American Economic Association, Distinguished Fellow
Royal Economic Society, Fellow
London School of Economics, Honorary Fellow
American Academy of Arts & Sciences, Member
The British Academy, Corresponding Member
Hungarian Academy of Sciences, Honorary Member

Distinctions: Leon Fellowship, (University of London) 1939
Bronze Star, U.S. Army 1945
Guggenheim Fellowship, 1949
Frank E. Seidman Distinguished Award, 1990
Doctor honoris causa, Budapest, Karl Marx University 1990



American Art Society

810 SOUTH LUCERNE BOULEVARD
LOS ANGELES 5, CALIFORNIA

HARRY MUIR KURTZWORTH, Art Director

THE HISTORICAL BACKGROUND OF TIBOR SCITOVSKY WHO CAME TO AMERICA IN 1947

They were originally members of the aristocracy of the Kingdom of Poland and went to Hungary about 1300 A.D. when for a short time, the Kingdoms of Hungary and Poland were united.

The first Scitovszky in Hungary was Lord Treasurer of the Seven Northern Cities. They received the Grant and Title of Nobility, "De NAGY-KER" and over the centuries many members of the family have held many high military and civil offices in Hungary.

The father of the late Tibor Scitovszky, whose name was John Scitovszky De Nagy-Ker was Lord High Sheriff of the Countship of Mosrad, which means that he was Governor. He lived in his mansions at Malassagvarmat and Nötincs, where Tibor Scitovszky was born in 1875. The late Emperor Franz Joseph would make his headquarters at the Scitovszky residence during the annual military maneuvers and the Emperor would reward him with many gifts, usually art objects which are still a part of the Scitovszky art collection.

The Grand-Uncle of Tibor Scitovszky was His Eminence John Baptiste Scitovszky De Nagy-Ker, Cardinal of Rome, Archbishop of Esztergom, Nuncio of the Holy See, Privy Lord Councillor of Emperor Franz Joseph of Austria-Hungary, Grand Cross Holder of the Order of the Apostolic King Saint Stephen. He officiated when Emperor Franz Joseph of Austria was crowned King of Hungary. He sponsored and ordered the world famous "Coronation Mass" by Franz Liszt, which was presented for the first time at the Emperor's Coronation. He was also a great patron of the arts and had a great collection of art and books, which were distributed among his relatives after his death.

Lady Hanna Scitovszky, was the widow of Tibor Scitovszky. She was with him most of his busy career while he was Lord Privy Councillor to the King of Hungary, Foreign Minister of Hungary, Permanent Member of the Hungarian upper House, the Senate, Magistral Cross Chevalier of the Sovereign Military Order of the Knights of Malta, President of the Hungarian Credit Bank, the largest in the country, which owned most of the important industries in Hungary including Coal mines, Cement plants, glass, steel, lumber, chemical and other industries.

Their French style mansion and estate in the hills of Buda overlooking the Danube River and Budapest, the capital of Hungary, is presently the residence of the British Minister to Hungary who enjoys its collections of art, antiques and books which were acquired, over the centuries by the family.

During the war in 1947 Hanna and Tibor Scitovszky escaped and came to America but were only able to bring a small part of their many collections with them of which these paintings are a most significant part.


H. M. Kurtzworth, A. E. D.
Art Director

hmk-dd

Légende. Le curriculum vitae écrit personnellement par Tibor Scitovsky (page précédente). Le document de l'American Art Society, certifié par le Directeur artistique, H.M. Kurtzworth (cette page), indique la noblesse de son origine (ancienne famille De Scitovszky) et la grande passion de sa famille pour les livres et l'art en général.

Copies originales extraites de "The Rare Book, Manuscript, and Special Collections Library, Duke University", dans *Scitovsky Box* n. 1.

§ 3. L'héritage de Hayek

Dans un article paru en 1945 dans *The American Economic Review*, portant le titre significatif 'The Use of Knowledge in Society', Hayek déclare nourrir de sérieux doutes quant au fait que les économistes aient pleinement compris *The Economic Problem* et que le théorème du comportement humain puisse être démontré en employant les seuls outils mathématiques :

«It seems to me that many of the current disputes with regard to both economic theory and economic policy have their common origin in a misconception about the nature of the economic problem of society» (Hayek 1945, p. 520);

«This character of the fundamental problem [how to secure the best use of resources] has, I am afraid, been rather obscured than illuminated by many of the recent refinements of economic theory, particularly by many of the uses made of mathematics» (*ibidem*).

Hayek possède une vision ontologique du monde ; ceci clarifie son adhésion pour la 'philosophie connexionniste' qui découle de la philosophie aristotélique-kantienne. Il croit que la théorie de l'action humaine est unique et qu'elle ne peut être distinguée qu'à partir du contenu. L'objectif de la philosophie sociale des sciences hayékienne n'est pas tant de fonder sur une science les autres sciences, plutôt que de les étudier dans leurs rapports réciproques. Elle vise à décrire *l'ordre sensoriel* de l'esprit et la façon dont la société humaine se structure et se déploie sur la base de cette approche connexionniste : comment une théorie de la connaissance naît-elle et circule-t-elle à travers le rhizome neural individuel en suivant un procès de transformation perpétuel qui révèle de fortes ressemblances avec celles de la 'destruction créatrice' et de la 'création destructive' typique de l'aliénation chez Marx, déchiffrée à travers le pessimisme de Nietzsche et insérée dans la cyclicité du procès productif de Schumpeter. De même, pour Hayek, l'information naît et se répand à travers le *network* social. Donc, chez Hayek, la connaissance est une et une seule; et la fragmenter en catégories traduit la rupture d'un tableau d'ensemble et fournit une vision déformée du monde. Par conséquent, ne rattacher l'étude de l'économie qu'au pur calcul mathématique ne saurait offrir qu'une représentation partielle des dynamiques économiques.

La méthodologie de la recherche employée par Scitovsky constitue l'application pratique de l'ontologie hayékienne : dans la formulation de la théorie du consommateur insatisfait, pour le hongrois comme pour l'autrichien, la science est unique, parce que la connaissance est unique ; pour ce motif, dans l'élaboration d'une théorie du comportement de l'agent (économique), il recourt indifféremment aux catégories avec lesquelles l'homme a

(artificiellement) subdivisé la science, faisant appel à la neurologie, la physiologie, la psychologie et la sociologie. D'une manière cohérente, dans la *Joyless Economy*, l'économiste procède préalablement à la critique des postulats de la psychologie de la motivation humaine sur laquelle repose la théorie économique néoclassique entre autre, qui persiste à soutenir la figure de l'agent économique complètement rationnel et maximisateur d'utilité, sur la base du fondement des préférences révélées.

§ 4. La philosophie économique de Tibor Scitovsky

L'enquête que Tibor Scitovsky mène sur le comportement du consommateur vise à résoudre un paradoxe curieux : pour quelles raisons, dans une période de forte et rapide croissance économique générale, le consommateur est-il insatisfait, et montre-t-il les signes évidents d'une frustration de plus en plus marquée ?

Convaincu qu'une étude plus approfondie des motivations humaines aurait aidé les économistes à comprendre la logique des émotions, Scitovsky cherche à découvrir les causes desdites 'maladies du bien-être'. Il est convaincu qu'il est au préalable nécessaire abandonner l'analyse des préférences révélées et, par contre, d'entreprendre un itinéraire plus introspectif pour s'enfoncer dans le terrain inexploré des mécanismes *sous-jacents* aux processus du choix. Le consommateur, telle est sa conviction, cherche sa propre satisfaction dans des choses incorrectes, ou de la manière incorrecte, aussi demeure-t-il insatisfait du résultat («*Could it not be that we seek our satisfaction in the wrong things, or in the wrong way, and are then dissatisfied with the outcome?*» Scitovsky 1992a, p. 4).

Mais ce ne sont pour lui que des intuitions premières; il ne peut donc faire autre chose que de s'agréger au groupe particulièrement renommé de philosophes et économistes qui éprouvèrent cette même sensation avant lui. Dans une veine d'humour savant Scitovsky rappelle que «*Plato was a relative latecomer to the subject*» (Scitovsky 1986, p. 167) lorsque, dans le livre IX de *La République*, il résuma les résultats des spéculations de ses prédécesseurs sur la motivation humaine. En effet, les anciens philosophes Grecs faisaient déjà une nette distinction entre le plaisir naturel et persistant, engendré par la réalisation d'un objectif déterminé pour lesquels on a longuement travaillé ou souffert, et les amusements simples et improvisés, qui constituent tout au plus une distraction, tout comme l'inconfort du *discomfort* pour eux représente une simple privation, et ne saurait revêtir la dimension d'une douleur marquée.

Platon s'accordait avec Protagoras pour reconnaître au plaisir et à la douleur une force égale, et une capacité intensive et égale de propension à agir, les considérant au même titre des 'moteurs de l'âme'. Le philosophe d'Athènes, en outre, distinguait les vrais plaisirs,

c'est-à-dire ceux qui ne dépendent pas d'un état précédent de douleur ou *déplaisir*, des plaisirs illusoires, en termes de *temps*, d'*intensité* et d'*indépendance*. Selon les philosophes platoniciens les plaisirs fictifs se reconnaissent par le fait qu'ils sont intenses, mais inopinés et extrêmement volatils; ils sont souvent la conséquence directe d'un événement extérieur, indépendant de la volonté du sujet comme, par exemple, l'euphorie soudaine d'un gain à la loterie. Par contre, les plaisirs naturels sont moins intenses, mais durables et causés par la volonté du sujet qui s'active intentionnellement pour leur réalisation. Par exemple, pensons à la satisfaction d'avoir passé un examen après une période d'étude intensive : la douleur typique que le psychologue Daniel Kahneman a scientifiquement testé, et puis demandé d'exprimer à certains patients pendant les séances chez un dentiste n'a rien à voir avec la souffrance que l'on éprouve à la constatation d'un objectif manqué, et pourtant très attendu.⁷ Le facteur de l'intentionnalité, qui constitue le discriminant entre souffrance psychique et douleur physique, et entre amusement soudain et plaisir durable, déjà claire pour les penseurs de l'antiquité et à Foucault, est d'une extrême importance pour définir le domaine d'enquête de Scitovsky.

Scitovsky admet ne pas être le seul économiste, ni le premier non plus, à remarquer cette différence. A l'époque moderne nous pouvons retrouver une étude sur les causes de l'insatisfaction humaine dans les écrits de certains des économistes parmi les plus célèbres de la première partie du siècle à peine achevé. Marshall trouve le plaisir dans les *activities pursued for their own* (Marshall 1890, III, II, p. 9). Keynes détermine une sensation d'assouvissement chez les personnes qui laissent libre cours à leur *animal spirit* (Keynes 1936, pp. 161-2).⁸ Hawtrey identifie le plaisir chez ceux qui se consacrent à la production et à la consommation desdites *creative goods* que nous approfondirons par la suite. Scitovsky considère les *creative goods* comme un parfait exemple d'*externalité positive*. Pour produire et utiliser les *creative goods* en effet les personnes ont besoin de la collaboration d'autres personnes. Les exemples les plus usuels sont ceux du divertissement, des jeux, des sports, et en général de toutes les activités récréatives comme le jardinage et l'élégance dans l'habillement, qui satisfait en même temps l'orgueil de l'artiste (esthète) et la vue des passants. Dans toutes ces occasions la satisfaction du producteur et du consommateur est contemporain; elle se réalise bien parce qu'elle est utilisée conjointement; ou mieux, il ne peut pas exister sans l'aide des autres.

⁷ Kahneman *et al.* (1993 pp. 401-5).

⁸ «Most, probably, of our decisions to do something positive, the full consequences of which will be drawn out over many days to come, can only be taken as a result of animal spirit – of a spontaneous urge to action rather than inaction, and not as the outcome of a weighted average of quantitative benefits multiplied by quantitative probabilities» (Keynes 1936, p. 161).

«Stimulation is, typically, a non-exclusive or shared source of satisfaction. By contrast, comforts and want satisfaction usually lack these spill-over effects. Since many comforts come from the substitution of mechanical power for man's muscular power, they often have unpleasant side effects, such as noise and air pollution» (Scitovsky 1992a, p. 86).

Marshall défendit son idée de la vie et de l'économie vaillamment, et il critiqua durement la myopie de la vision économique de Jevons qui proclamait la suprématie de la production sur la consommation et considérait le profit comme le 'premier moteur' de toute activité humaine. L'économiste néoclassique éclairé ne montra jamais comment, et pourquoi le 'désir de désirer' se représente constamment également lorsque le progrès technologique de l'économie moderne a offert à l'homme de nombreuses occasions pour vivre de plus en plus confortablement.

En différentes occasions Keynes aussi s'occupa des '*activities engaged for their own sake*'.⁹ Keynes relève «*a spontaneous il presse to action rather than inaction, and not as the outcome of an weighted average of benefits quantitatifs multiplied by probabilities*». Il était donc complètement conscient de la nécessité psychologique d'entreprendre des activités stimulantes privées de toute pondération préventive de nature vénale, provoquée par la préférence spontanée et naturelle à s'activer, plutôt qu'à rester inerte. Dans l'*Economic Possibilities for Our Grandchildren* (1963[1930]) Keynes prédisait que le progrès matériel (*material welfare*) aurait pour effet de changer la darwinienne lutte pour la survie (*struggle for subsistence*), en une épistémique lutte pour l'existence (*struggle for existence*). Une fois libéré des chaînes de sa nature sauvage et sortie de la caverne platonicienne, rien n'aurait plus empêché l'homme et d'affronter le problème aussi urgent et vital de l'exercice de son droit de liberté et la manière de s'occuper de son loisir.¹⁰

Aujourd'hui la proposition: «*to make what work there is still to be done to be as widely shared as possible, three-hour shifts or a fifteen-hour week may put off the problem for quite a while*» (Keynes 1963[1930], p. 369) s'est montrée inefficace. Ce '*quite a while*' ne convainc pas Scitovsky, parce que l'incise ne fait autre chose que confirmer la peur de Schopenhauer qui voit la vie comme un '*empty longing*',¹¹ une errance à la recherche constante du dérivatif de l'amusement,

⁹ «[H]uman decisions affecting the future, whether personal or political or economic, cannot depend on strict mathematical expectation, since the basis for making such calculations does not exist ... it is our innate urge to activity that makes the wheel go around ... » (*ivi*, pp. 161-2).

¹⁰ «The fearful problem for the ordinary person, with no special talents, to occupy himself. To judge from the behavior and achievements of wealthy classes today, the outlook is very depressing. ... For they have most of them failed disastrously ... to solve the problem which has been set them» (Keynes 1963, p. 368).

¹¹ Dans *The World as Will and Representation* Schopenhauer considère que la vie humaine «*swings like a pendulum to and from between pain and boredom*» (Schopenhauer 1960[1844], pp. 312-3). L'ennui arrive quand tous nos désirs pour les objets spécifiques sont satisfaits (*comfort*) et qu'il y n'a pas d'autre désir capable d'attirer notre attention.

du moment que le meilleur loisir offert par l'augmentation de la productivité, en définitive, n'apparaît être rien de plus qu'un expédient consacré à éviter qu'un problème d'insatisfaction ne se représente chaque fois que le progrès technologique a conquis d'autres accroissements de la productivité du travail.

D'après Scitovsky, c'est Hawtrey qui a accompli le progrès le plus significatif dans l'investigation des causes de l'insatisfaction humaine, quand dans son *The Economic Problem* (1925), il distingua deux macro-typologies d'objets de consommation : les biens défensifs (*defensive goods*) dont le but est de prévenir, ou remédier, à une souffrance physique, et les biens créatifs (*creative goods*) dont le but, par contre, est de fournir une récompense¹². L'essai de Hawtrey se poursuit par une longue énumération de produits créateurs, et toutes les activités que Marshall avait déjà énumérées dans ses *Principes*, c'est-à-dire, l'amusement, la lecture, les beaux-arts, l'humour, les sports ; mais Hawtrey inclut également tous ces ingrédients créateurs qui font partie des biens défensifs, comme l'art culinaire pour la nourriture et la mode pour l'habillement.¹³

À ce point Scitovsky intervient, en ajoutant que :

«To the former category [defensive goods] belong all those activities that relieve physical pain or distress, as well as those activities that alleviate fatigue and bother, that save time and effort, or skill» (Scitovsky 1992a, p. 112).

«Pleasure arises instead from all those activities that generate positive satisfaction through the delectation of the senses, and the exercise and enrichment of ones faculties, from taste sensation to intellectual constructs» (*Id.* 1972b, p. 60).

Voilà pourquoi il décrit l'ennui comme un *empty longing*, un état de la volonté particulièrement fastidieux qui se présente véritablement lorsque le sujet humain n'a plus d'objectifs à atteindre.

¹² «It will be convenient to distinguish two broad classes of objects of consumption: on the one hand those products which are intended to prevent or remedy pains, injuries or distresses, and on the other those which are intended to supply some positive gratification or satisfaction. They may be conveniently named defensive products, and creative products» (Hawtrey 1925, p. 189).

¹³ «An obvious example is the skilled selection and preparation of food. A man so well fed that he is practically never hungry gets little pleasure from plain and plainly cooked food. But the different kinds of food supplied to man by nature attract him each by its appropriate pleasant flavour or sensation, and it is possible, by a cunning concentration and blending of the elements from which this attraction is derived, as well as by other artifices, to prepare food which is preternaturally pleasant to the eater. This is done partly by cookery, partly by the skilled culture and grading of animal and vegetable products» (*ivi*, p. 192). «Another class of creative products comprises those that serve the purposes of sport. Sport may be defined as physical activity indulged in not for any ulterior purpose, but for the sake of the pleasure it gives. The activity itself is not a marketable product, and for some sports, such as walking or swimming, practically no marketable products of any consequence are required. But for most sports some equipment is necessary, and for many the requisite expenditure is heavy. Some, such as yachting or horse-racing, are only possible to rich men. The activities of sport are pleasurable, no doubt, on account of an innate propensity to activity planted in human nature. A perfectly rational animal would need no instinctive propensity to activity as such, for it would be active whenever reason showed activity to be desirable. But man is not perfectly rational, and, if he were only active for rational ends definitely foreseen, his activity would be very limited. He shares with the non-rational animals a tendency to be active at random, on the chance of something turning up» (*ivi*, p. 193). «Games which exercise only the mind and not the body appeal partly to the same instincts, though some of them, like chess or some card games, give also an intellectual pleasure, which is distinct from the pleasure of activity as such» (*ibidem*).

Le désir de Platon pour la variété et l'apprentissage, les *activities pursued for their own sake* de Marshall, l'*animal spirit* de Keynes et les *creative goods* de Hawtrey, sont toutes des projections de la même idée, vue par le biais de sciences différentes, mais rapprochée par leur objet d'étude : l'homme. L'absence d'une théorie scientifique qui motive la récurrence de ce désir aussi quand tous les besoins physiologiques sont satisfaits justifie la légitimité de la persistance des questions sur son origine.

Scitovsky aperçoit de plus en plus clairement la réponse pendant son séjour à Paris, à l'occasion d'un poste biennal à l'OCDE.¹⁴ Dans cette période Scitovsky développe un intérêt spécial pour les études et les résultats issus des expériences menées par la neuropsychologie de la motivation qui explique le comportement en termes d' 'arousal' (*id.* 1973, pp. 15-6).¹⁵

Convaincu de l'utilité des progrès de la psychologie du comportement pour la compréhension des choix du consommateur, l'économiste approfondit, une fois revenu à l'Université de Stanford, les études commencées pendant son séjour à Paris.

«[in order] to develop a new theory of consumer behavior ... it will be helpful to look for guidance at the psychologist's work on welfare and motivation» (*ibidem*),

Car il croit que

«the psychologist's approach to human welfare is very much like the economist's, in the sense that he, too, observes behavior, makes inferences from observed behavior, and builds up his theory from these inferences ... the most general such theory [physiological psychologist's theory of the motivation of behavior], and the one that seems most pertinent to economics, is the one that explains behavior in terms of *arousal*» (Scitovsky, 1974, p. 9; mon emphase).

« ... and when I next looked to physiological psychology for a more systematic and analytic treatment of human motivation, I was elated to find, in the work of Hebb, Berlyne and some others, a theory of motivation in terms of the brain's arousal, into which the economists' guesses and observations could be fitted like the pieces of a jigsaw puzzle to make a meaningful, coherent picture» (*id.* 1986, p. 166).

L'économiste apprend ainsi que tous les besoins ont un effet excitant (*arousing*) du moment qu'ils possèdent la caractéristique d'augmenter le niveau d'excitation de l'individu et, par conséquent, la rapidité de sa réponse aux stimulations. Si, par contre, le niveau d'*arousal* devient trop élevé, cette même stimulation, d'agréable, devient tout d'abord

¹⁴ Scitovsky, T. *Memoirs*, p. 65.

¹⁵ Pour un examen plus approfondi du fonctionnement du système nerveux de l'*arousal*, voir *infra*, chapitre 2.

désagréable, puis douloureuse, et en certaines circonstances elle peut même entraîner une dépendance.

Selon cette théorie, la fonction des émotions est précisément de stimuler le système d'excitation de l'organisme à entreprendre une action. En préférant les biens de *confort*, l'homme satisfait les demandes imposées par sa survie biologique pure, le poussant à être biologiquement rassasié, mais intellectuellement insatisfait. Dans sa tentative d'exorciser l'ennui provoqué par la monotonie du *confort* excessif, il finit par tomber dans le soi-disant '*salted-nut syndrome*', qui le mène alternativement aux deux excès de l'extrême plaisir (doux) et de l'extrême douleur (salé), sans trouver jamais la paix et dans un état de nausée perpétuelle. Bien que servant à définir une réaction chimique, ce dilemme représente parfaitement la situation dans laquelle se débat le consommateur moderne : tout en étant formellement libre d'utiliser au mieux les revenus plus importants et le temps libre accru que la spécialisation et les économies d'échelle lui offrent, il n'est jamais réellement maître de ses choix.

Grâce à l'approfondissement de ses études sur la neurologie du cerveau humain, Scitovsky est tout de suite en mesure de produire les preuves que le progrès scientifique avait nié à ses éminents prédécesseurs : ces activités, de par leurs caractéristiques de variété et de complexité interne, sont stimulantes et agréables parce qu'elles sont génératrices de *nouveauté et de changement*. Les neuropsychologues ont en effet prouvé que le comportement humain n'est pas nécessairement orienté vers le profit acquis avec le moindre effort, mais plutôt, à un résultat vraisemblablement '*satisficing*'.¹⁶

La motivation qui l'engendre n'est pas tournée vers la croissance physiologique simple (*growth*), mais vers le développement intellectuel (*self-flourishing*). Du moment qu'une conduite fondée sur l'élimination des stimulations est contraire à la nature humaine, car elle est mue par une 'insatiable' faim de connaissance, une vie vouée à la pure survie empêcherait l'être humain d'éprouver les sensations d'assouvissement et de récompense, et provoquerait aussi douleur et insatisfaction. La théorie de Scitovsky sur le comportement du consommateur est en pratique la transposition économique de la théorie motivationnelle de l'excitation (*arousability theory*). Selon cette théorie le comportement ne se déploie pas sur une échelle monodimensionnelle qui détermine le point d'équilibre à un zéro homéostatique de valeurs aux extrêmes de laquelle viendraient justement se placer le plaisir et la douleur. Par contre, l'économiste détermine deux sources de regret : soit une stimulation trop élevée (correspondant à un excès d'euphorie ou de colère), soit une stimulation trop légère (ennui

¹⁶ Le mot 'satisfaisant' renvoie au sens qui lui a été volontairement attribué par Herbert Simon «*to denote problem solving and decision making that sets an aspiration level, searches until an alternative is found that is satisfactory by the aspiration level criterion, and selects that alternative*» (Simon 1972, p. 168).

ou l'absence d'une certaine stimulation) ou le point zéro de l'escalier des valeurs, qui peut être aussi douloureuse. Parallèlement existent deux sources de plaisir : la réduction d'une stimulation trop élevée, et son accroissement, si celui-ci est insuffisant. Beaucoup des plus récentes analyses psychologiques confirment ces résultats (Apter 2001; Deci et Ryan 2002).

Selon Scitovsky, le problème économique apparaît parce que l'homme de la société moderne a trouvé dans les biens de *confort* (*defensive goods*) un raccourci facile et peu onéreux pour réduire une stimulation trop élevée. En comprimant la production de la deuxième catégorie de biens qui apportent du plaisir, les *creative goods*, qui produisent la stimulation nécessaire pour augmenter suffisamment une stimulation trop faible, l'homme moderne a négligé son exigence pourtant innée d'éprouver des sensations agréablement stimulantes (*enjoyable stimulation*).

Scitovsky aperçoit dans la 'modération en tout' (Scitovsky 1992a, p. 35) une solution praticable pour résoudre un problème dont les causes sont à rechercher dans le comportement humain, mais dont les symptômes apparaissent évidents dans la dimension économique. Une pondération sagement opérée conduira donc à alterner *confort*, pour éliminer les stimulations désagréables, comme, par exemple le froid, et *stimulation*, pour éviter de tomber dans situations trop ennuyeuses.

Scitovsky n'apparaît aucunement paternaliste en conseillant une réduction générale dans l'acquisition des biens de *confort*,¹⁷ sa suggestion est dictée par la circonstance scientifiquement prouvée que, s'ils sont employés avec excès, les biens confortables et standardisés réduisent excessivement le niveau d'excitation, et déclenchent l'ennui. S'ils sont employés souvent ils produisent l'effet collatéral de susciter une dépendance et, en définitive, de comporter l'insatisfaction chronique d'un consommateur qui ne réussit pas se libérer de la tendance à la consommation immodérée une fois qu'il y a été habitué.

Pour Scitovsky donc, comme avant lui pour Marshall, et encore avant pour Platon et Aristote «*[b]eing on the way to [our] goals and struggling to achieve them are satisfying more than is the actual attainment of the goals*» (Scitovsky 1992a, p. 62) : l'engagement et l'effort qui trouvent un emploi pour la réalisation d'un objectif déterminé est plus gratifiant que sa réalisation même, du moment qu'une fois atteinte, la stimulation cesse et on retombe ensuite dans l'ennui. Le bien-être individuel, physique et psychique également, réside dans la *Vita Activa* (*arousal change*) et non dans la contemplation (*confort*). L'homme est un animal social : il aime non

¹⁷ «*The last thing that can be said about The Joyless Economy is that it is paternalistic in spirit*». Ainsi Amartya Sen, à l'occasion de la publication de la première édition du *Joyless Economy*. Sen, A. (1996), *Rationality, Joy and Freedom*, in *Critical Review*, vol. 10, no. 4, p. 485.

seulement la grégarité, mais il a également besoin de rester en compagnie (*social desires*). L'absence de toute stimulation, l'*aponía* stoïcienne ou, au contraire, l'excès de stimulations, l'*edonía* épicurienne sont toutes les deux nuisibles pour sa santé.

Le 'Juste Milieu' (*The Golden Means*) est une idée qui fut déjà chère aux philosophes de la Grèce antique. Les preuves scientifiques alléguées jusqu'ici attestent qu'il n'est pas aussi simple pour l'homme de suivre l'avertissement socratique et de mener une vie faite de pondération, étant donné toutes les alternatives possibles. Trouver, et *maintenir* le juste équilibre entre stimulation et satisfaction demande une capacité peu commune; les anciens l'appelaient *temperantia*; Scitovsky l'a défini *culture*:

«stimulus enjoyment is by definition a cultural activity» (Scitovsky 1992a, p. 226).

Et Hawtrey croit lui aussi que le choix est une question de tempérament:

«The choice is very much a matter of temperament» (Hawtrey 1925, p. 212).

Apparemment orientée vers la recherche d'une solution au problème économique de l'insatisfaction du consommateur, l'enquête que Scitovsky inaugure avec le *Joyless Economy* conduit en réalité à la détermination d'une philosophie de l'existence qui déborde de la dimension circonscrite du consommateur moderne, pour embrasser toute la complexité de l'action humaine.

2. *La logique du réseau*

«Knowledge is our most powerful engine of production» (Alfred Marshall, 1920)

Cicéron définissait les passions *perturbationes animi*.¹⁸ Pour l'historiographe romain les affections sont des 'maladies' de l'âme, causées par des forces étrangères qui mettent en danger le système des procès rationnels¹⁹. En général les théories d'ascendance stoïcienne nient une valeur positive aux énergies libérée du surgissement de la passion et ils craignent l'effet déstructurant que celle-ci peut avoir sur le raisonnement. Pour les stoïciens, par exemple, la colère était à condamner, même si elle s'exerçait contre les actions infamantes

¹⁸ Cicéron, *Tusculanae Disputationes*, § 3, 4, 38, 82. Les anciens Romains conçoivent les affections comme des perturbations météorologiques de l'âme. En utilisant une métaphore nautique, Cicéron les appelle justement *perturbationes*. En effet les latins ne pouvaient pas traduire du grec *pathos* avec du *passio*, en combien, initialement, le mot "passio" voulait dire douleur seule, souffrance, dans le même sens qui nous utilisons pour parler de la "passion de notre Seigneur Jésus Christ". L'idée de passion se place aux côtés de la passion comme douleur seulement plus tard. L'image récurrente est celle du miroir d'eau (l'âme), qui peut se tordre en empêchant à l'esprit de réfléchir à la réalité. La passion est donc entendue comme un aveuglement, une folie temporaire qui nous distrait, qui fait sortir du sentier ("dé-lire" signifie sortir de la lire, c'est-à-dire du sentier). Donc "passion" signifie être privé de la lucidité. "Émotion" est un terme tardif qu'il mesure la passion de moment en moment, considérée seconde leur quantité de mouvement. "Émotion" est par conséquence une passion mesurable selon son intensité, direction et destination.

Par contre, "sentiment" est une passion "éduquée", c'est-à-dire filtrée par la raison. "Désir", de son côté, est une passion déclinée à l'avenir. Étymologiquement, "désir" vient du latin 'de-sidera'; d'où le mot populaire en regardant les étoiles : exprime un désir.

¹⁹ Curieusement, la langue anglaise a maintenu le sens de connotation neutre du terme; pour lequel "affect" on ne doit pas tourner en 'affection', mais en "émotion".

des tyrans, l'*aponía*²⁰ en étant le bien le plus grand. Par contre, Aristote blâmait l'absence d'une juste dose de colère dans des circonstances bien déterminées, c'est-à-dire, dans ces cas qui suscitent dédain et indignation vertueuse. Sénèque distingue lui aussi la passion de l'émotion, quand il affirme nettement dans le *De Ira*: «*Omnes [...] motus qui non voluntate nostra fiunt invicti et inevitabiles sunt*». ²¹ Dans ce cas la distinction entre émotion (lat. *ex-moveo*, mouvoir) et passion, qui pour l'historien est volontaire, est nette.

Dans l'un des mythes les plus célèbres de l'histoire de la philosophie, Platon imagine l'homme originairement en conditions de captivité, emprisonné dans une caverne froide et sombre.²² Celui-ci est ligoté à ses camarades, et ne peut regarder que devant lui. Sur le fond de la caverne sont projetées les ombres de statuettes, qui surgissent au-dessus d'un petit muret situé derrière les prisonniers et symbolisent le monde sensible. Sans être vus, derrière le mur, les porteurs des statuettes les agitent devant un feu. Les prisonniers échangent ces ombres portées pour la seule réalité existante.

Un jour, l'un d'entre d'eux réussit à se libérer et à sortir voir le monde réel, mais, ébloui par la lumière directe du soleil, il ne réussit pas à bien distinguer les objets, raison pour laquelle il choisit de regarder leurs reflets dans l'eau. C'est seulement en deuxième lieu qu'il les observe directement mais, encore incapable de soutenir la lumière directe du soleil, il demande aux constellations pendant la nuit de l'aider. Ce n'est qu'une fois apte à soutenir la lumière du soleil, qu'il réussit à comprendre la nature intime des choses. L'esclave libéré sait qu'au cas où il déciderait de revenir dans la caverne ses yeux seraient voilés par l'obscurité; ne croyant plus dans les ombres, ses vieux camarades de malheur se moqueraient de lui, et irrité par sa tentative de les détourner des ombres, ils le tueraient.

La métaphore est chargée de sens, non seulement parce qu'elle décrit de manière excellente les progrès épistémiques de l'homme, mais également sa nature intrinsèque.

En premier lieu : le mythe confirme que c'est la force intérieure de l'homme, et pas la force brute, qui lui permet de briser les chaînes de son asservissement pour aller voir ce qu'il y a dehors. Cette force intérieure est la curiosité pure (que les psychologues appelleraient aujourd'hui la 'motivation intrinsèque' ou 'comportement explorateur'), qui se révèle indépendamment de toute exigence biologique.

²⁰ "Aponía" signifie absence de douleur. Dans le contexte de la pensée stoïcienne, "aponía" coïncide avec le plaisir du calme en opposition au plaisir "en mouvement", auquel est toujours associé le trouble et ensuite la douleur. Par contre, chez Épicure "aponía" s'identifie avec le comble du plaisir (Reale 1980, V, p. 25).

²¹ Sénèque, *De Ira*, II, 2, 1.

²² Platon, *La République*, VII.

En deuxième lieu : une fois libéré, l'homme court droit vers la lumière et ne pense plus un instant à revenir en arrière et à délivrer ses camarades du malheur. Ensuite, l'homme est non seulement intrinsèquement curieux, mais il est aussi naturellement compétitif.

En troisième lieu : il existe une longue liste d'épisodes mythologiques et philosophiques semblables qui soutiennent, et en même temps contredisent, le *ratio* sous-tendu. En conséquence, assumer à raison de la motivation humaine un dogme de dérivation philosophique sans le support de preuves scientifiques est trompeur et, de plus, manque de déontologie. La nécessité du recours aux autres sciences se fait sentir.

Ce chapitre va présenter la théorie scitovskienne des causes qui mènent à l'insatisfaction du consommateur.

§ 1. Pourquoi 'psychanalyser' l'économie ?

Il s'avère plutôt rare de trouver des économistes qui approfondissent et étudient les motivations du choix afin de déplacer l'attention du problème de la production à celui de la consommation. La consommation est en effet une activité complexe qui implique un style de vie, un usage du temps et de sa propre énergie, un investissement en connaissance et information, une capacité de relation avec les autres et un sens de sa propre identité, toutes dimensions que l'on ne saurait ramener à la seule variable monétaire.

Pour Scitovsky, les capacités productives, celles qui permettent l'efficacité dans le travail, sont différentes des capacités de consommation. Les premières sont des capacités spécifiques et spécialisées, les secondes impliquent des connaissances générales typiques d'une culture humaniste et interdisciplinaire. Ce n'est que s'il possède ces capacités que le consommateur pourra évaluer les bénéfices découlant de l'activité de consommation dont les caractéristiques complexes et les effets s'étendent sur des périodes temporelles qui vont bien au-delà du présent. Où et comment sont-elles apprises? Combien le consommateur est-il conscient de leur importance?

Scitovsky reprend théorie de l'*arousal*: grâce aux recherches qu'il a menées en psychologie de la motivation, il apprend que le désir de consommation chez l'individu est suscité (*aroused*) par un ordre tripartite et non hiérarchique de besoins innés : les besoins physiologiques (*appetitive desires*), le besoin de stimulations (*need for stimuli*), le besoin d'interagir en société (*social needs*) ; il en conclut que l'économie moderne produit un effet déstabilisant sur l'équilibre psychologique du consommateur. Les économies d'échelle et la production de masse gonflent à l'excès l'offre desdits *defensive goods* – réponse aux *appetitive desires* – qui fournissent certes un *confort* mais, en même temps, appauvrissent la société

d'occasions de stimulation. L'économie (post)moderne en effet, en poussant à l'excès la production des *commodités* à travers le travail de l'être humain, déprime sérieusement l'offre de ce que les sciences économiques baptisent les *creative goods* (Hawtrey 1925), fondées, elles, sur la production des rapports entre les individus à travers la consommation des *commodities*. Cette catégorie de biens est naturellement réputée satisfaire la demande individuelle de nouvelles stimulations et les occasions de socialité (*need for stimuli, social needs*). Telle situation déséquilibrante donne lieu au paradoxe de l'économie du bien-être qui voit un consommateur rassasié, mais intrinsèquement insatisfait et constamment à la recherche de biens abondants à l'origine, mais que la massification du produit a paradoxalement rendu rare, en les transformant en des 'biens de position' très onéreux.²³

Chez Scitovsky l'économie ne possède pas intrinsèquement les instruments suffisants pour remédier à ce paradoxe dont les effets sont évidents dans la vie économique des individus mais dont les causes doivent être recherchées dans la psychologie humaine. Et vu que l'économie néoclassique se refuse systématiquement à aller au-delà du comportement apparent (*revealed preferences*) et à approfondir les motivations intrinsèques (*intrinsic motivations*) qui guident les choix du consommateur, Scitovsky propose un revirement radical en remplaçant une méthode de recherche, aujourd'hui considéré comme obsolète, avec la méthode à la fois introspective et efficace employée par la psychologie économique.

Les résultats obtenus indiquent tous que la *culture* apporte le remède à l'insatisfaction du consommateur (*«stimulus enjoyment is by definition a cultural activity»*) (Scitovsky 1992a, p. 226), directement à travers les *creative goods*, et indirectement, comme moyen de régulation de la production et de la consommation des *defensive goods* (*i.e. skilled consumption*).

Se situant idéalement dans la ligne de l'analyse introduite par Hayek, Scitovsky croit qu'approfondir l'étude de la compréhension des dynamiques psychophysiologiques qui motivent le comportement individuel pourra non seulement faciliter la compréhension des choix et la prévision des désirs du consommateur, mais pourra également favoriser la compréhension de la société dans laquelle il a décidé de vivre.

²³ Alors que la dynamique des biens instrumentaux et des services matériels est sujette aux expansions d'échelle, la dynamique des biens de position est pour sa part caractérisée par une relation demande/offre de caractère rigide car l'offre des biens de position ne peut être augmentée indéfiniment. Parmi les exemples principaux de biens de position, Fred Hirsh (1976) énumère les zones résidentielles: lorsqu'elles ne sont plus adaptées, la plupart dépérissent et entrent en décrépitude. Ce phénomène, qui a été analysé pour la première fois par Marx dans ses études sur la rente différentielle, entraîne un déséquilibre dommageable entre le développement de l'économie des biens instrumentaux d'une part, et le développement de l'économie des biens de position, de l'autre. Le premier est en fonction de revenu absolu réel, la seconde du revenu individuel relatif. Ainsi, tandis que la croissance des biens instrumentaux permet l'accroissement du développement économique, l'expansion des biens de position a pour conséquence une contraction de la croissance économique: proportionnellement, plus le rôle et les fonctions des biens de position s'accroissent proportionnellement et plus les facteurs moteurs de l'expansion économique s'amoindrissent.

En procédant à l'examen attentif de la théorie scitovskienne du comportement (économique) de l'individu on a décidé de suivre ce même parcours logique adopté par l'auteur. Pour ce motif le chapitre contiendra un bref passage en revue des théories sur la motivation en psychologie que Scitovsky mentionne et discute dans la Partie I de la *Joyless Economy*. On mentionnera la théorie hullienne-maslowienne du *drive*, à laquelle l'économie néoclassique semble être particulièrement attachée car elle se fonde sur la production et sur la consommation de biens dont la demande est causée par des besoins physiologiques. On s'arrêtera plus longuement sur le développement desdites *arousability theories*, ou mieux, sur les différentes versions de la théorie qui découle du système nerveux de l'excitation (*arousal*), dont Scitovsky s'inspire pour théoriser l'insatisfaction du consommateur.

Comme anticipé dans le chapitre introductif, Scitovsky synthétise magnifiquement ce concept dans le titre même de son œuvre : l'adoption du terme "*joy(less)*" au lieu de "*happiness*", utilisé au contraire par son collègue Richard Easterlin dans son fameux article de 1974, "Does economic growth improve human lot?" concernant le critère de calcul du taux de satisfaction par rapport au revenu, n'est pas anecdotique ; on doit considérer, en effet, que "*happiness*" est le lemme substantivé du verbe anglais "*to happen*", qui signifie "arriver", "se produire" dans une circonstance complètement indépendante de la volonté de l'individu, qui, malgré soi, en est entraîné.²⁴ Le verbe anglais, traduit en italien, a acquis le significat positif et de bon augure de "fortune", tandis que, en latin, il reste neutre et signifie "sort"; donc, finalement, ce dernier est plus proche du verbe anglais comparé à sa traduction en italien. Un événement accidentel se vérifie sans la nécessité d'un comportement actif de la part du bienheureux ; selon la tradition populaire, pourtant, la fortune, qui est aveugle, lui a souris. Au contraire, la satisfaction personnelle, de laquelle, selon Platon aussi, provient le plaisir naturel, est le résultat d'un comportement actif de l'individu, conduite qui demande l'investissement préventif d'une bonne dose de temps et d'énergies, et, en tout cas, pour faire percevoir la différence, elle suppose un changement dans une précédente situation douloureuse.

Par conséquent, avec l'adoption du terme, plus riche, de "*joy*" Scitovsky, déjà dans le titre de son œuvre, anticipe la cause qui détermine l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être ; le consommateur peut justement être "ivre" de bonheur, ou bien même seulement diverti (du lat. "*divertere*" dans le sens de "détourner l'attention de", "entretenir", mais aussi "s'éloigner des soins") grâce aux différentes occasions de distraction que l'économie moderne lui fournit. Ainsi il peut manifester avec complaisance et

²⁴ Voir, online "*Oxford English Dictionary*", lemme "*happy*".

ostentation sa satisfaction, tout en restant intrinsèquement insatisfait parce qu'il vit une vie dépourvue de sens.

§ 2. Pourquoi l'individu est une personne insatisfaite. Confort vs pleasure

Après avoir expliqué la distinction opérée par Scitovsky entre *confort* et plaisir et avoir approfondi les conséquences économiques et philosophiques qui dérivent de cette distinction, considérons maintenant la raison pour laquelle, selon Scitovsky, l'homme moderne est un individu insatisfait.

Par la théorie neuropsychologique de l'*arousal*, dans *The Joyless Economy* l'économiste démontre que le *confort* qui descend de l'apaisement des besoins physiques et matériels est seulement l'un des *moyens* qui nous font éprouver une sensation de satisfaction; les activités agréablement stimulantes sont également importantes (*pleasurable stimulating activities*; 1992a, p. 42):

«[p]leasure arises *instead* from all those activities that generate positive satisfaction through the delectation of the senses, and the exercise and enrichment of ones faculties, from taste sensation to intellectual constructs» (Scitovsky 1972, p. 60; mon emphase).

L'économiste entrevoit ici la situation de conflit : bien qu'ils soient tous les deux causes de satisfaction, *confort* et plaisir s'excluent l'un l'autre. Pour éprouver une sensation agréable, donc, on nous demande de sacrifier une bonne dose de *confort*.

Pourvu que

«comfort is the absence of both pain and pleasure» (*ibidem*, p. 137),

il s'ensuit que

«too much comfort may preclude pleasure» (*ib.*, 62).

Donc, notre insatisfaction descend de la circonstance que

«we overindulge in comfort» (*ib.*, p. 289).

Pourquoi donc ? Selon Scitovsky différentes conjonctures existent, pour lesquelles l'homme, plus ou moins consciemment, est poussé à privilégier des situations ennuyantes, mais *confortables*, à la place de situations agréablement stimulantes, qui demandent, toutefois, l'engagement à soutenir des coûts initiaux d'activation.

Dans les paragraphes qui suivent nous allons analyser les raisons neuropsychologiques et socioéconomiques qui, selon l'économiste, poussent l'individu à privilégier le *confort* en sacrifiant le plaisir.

§ 2.1 Les raisons neurophysiologiques du confort : la logique du réseau

Le terme “consommation ostentatoire” (*conspicuous consumption*) a été forgé par Thorstein Veblen (1899) pour indiquer la fonction sociologique de la consommation considérée comme le facteur distinctif d'appartenance à une classe sociale déterminée. Comme Veblen, Scitovsky juge que les individus sont induits à une consommation considérable par des forces sociologiques ; il dédie un chapitre entier (Chapitre 10) de *The Joyless Economy* à l'influence que l'éthique puritaine exerce sur les décisions prises par les individus en matière de consommation. Il considère, toutefois, que la consommation considérable est déterminée surtout par des causes neurobiologiques.

Bien que la “résistance” à la nouveauté dans certaines circonstances soit déterminée par l'exigence de trouver le pourcentage de redondance qui rend la nouveauté agréablement stimulante, souvent cependant, il arrive que les personnes “résistent à la nouveauté” non pas pour des raisons d'opportunité, mais par inertie qui, si elle est en partie due à l'habitude, est principalement constitutionnelle.

Pour comprendre la raison pour laquelle nous préférons l'habitude au plaisir, bien en étant plus ou moins conscients de son potentiel nuisible sur notre santé (Scitovsky cite l'épisode du naufragé qui n'est pas en mesure de rationner le peu d'eau qui lui reste, tout en sachant que, s'il agit comme cela, il ne va jamais rejoindre le rivage (1992a, 64), on doit se référer au Chapitre 4 de *The Joyless Economy* (titré ‘COMFORT VERSUS PLEASURE’) dans lequel Scitovsky a recours à la théorie sur la modulation adaptative de la réponse synaptique développée par Hebb en 1949.²⁵

Initialement (1949), Hebb suppose que l'apprentissage a lieu au niveau des synapses.²⁶ Ensuite (1955), le psychologue étend sa théorie aux groupes de neurones (la nommée théorie connessioniste) : en s'excitant ensemble, ils forment des groupements

²⁵ La théorie psychologique de l'apprentissage formulée par Hebb est très semblable à celle-là exposée par Hayek dans *The Sensory Order* (1952). La circonstance pour laquelle Scitovsky, déjà élève de Hayek au LSE, en *The Joyless Economy* tu cites Hebb comme source principale pour les découvertes en champ de la neuropsychologie et non son maître, est plutôt curieuse. Très probablement, quand Scitovsky a décidé d'approfondir l'étude des théories de la motivation, il s'est directement adressé à la littérature psychologique et il a trouvé comme source principal Hebb qui, entre temps (ans '50 du XX siècle) était devenu le psychologue le plus nommé en la matière.

²⁶ Cmp. LeDeux (2003, p. 221).

cellulaires associatifs.²⁷ Hebb considère le neurone singulier comme une unité très simple, qui n'est pas en mesure d'accomplir d'opération complexe ; on peut le comparer à la bille d'un abaque : l'abaque peut accomplir des opérations arithmétiques sur la base de la façon dont ses billes sont connectées, mais chaque bille singulièrement considérée, est totalement insignifiante. Analogiquement, les neurones s'organisent en "assembléments cellulaires", structures de neurones qui forment des circuits prédéfinis dans lesquels les informations circulent pour une certaine période de temps, à l'intérieur du système nerveux.

Certains assembléments, qui correspondent à la base neuronale de comportements particulièrement simples, sont déjà présents à la naissance;²⁸ d'autres assembléments, au contraire, se forment au moyen de l'apprentissage et de l'expérience (le "*learning and training*" de Scitovsky). Le tissu neuronal est conséquemment la plate-forme plastique sur laquelle se tracent les cheminements de l'expérience. La circulation des informations acquises précédemment dans les assembléments permet de retarder la réponse par rapport au *stimulus* (d'ici le caractère cognitiviste de la théorie de Hebb).

Selon Hebb, de plus, les connections neuronales ne sont pas fixes, mais variables dans le cours du temps. Le psychologue juge, en effet, que les systèmes cérébraux sont plastiques, c'est-à-dire modifiables par l'expérience, et il suppose que la connexion entre deux neurones est renforcée chaque fois qu'elle est parcourue, c'est-à-dire chaque fois qu'un neurone envoie un signal à l'autre le long de cette connexion.²⁹ Chaque input informatif est "pesé" selon la force de la connexion relative. Même la force des connections n'est pas fixe (théorie de la plasticité) mais dynamique, et change selon l'expérience (loi de Hebb).³⁰ Par conséquent une connexion très utilisée sera plus forte qu'une autre peu utilisée, et cela va influencer les inputs qui la traversent (cf. aussi Scitovsky 1992a, p. 43). Scitovsky juge que le flux et le poids des informations (et par conséquent la modularité neuronale aussi) peuvent être contrôlées, justement avec la théorie que Shannon a exposé en *The Mathematical Theory of Communication* (1949).

²⁷ Cmp. Scaruffi (1991, p. 99).

²⁸ La théorie de Hebb, selon lequel l'esprit n'est pas une *tabula rasa* : déjà, au moment de naissance, le cerveau dispose de certains groupes cellulaires simples sur qui construire l'expérience d'une vie, est confirmé aujourd'hui par les recherches menées dans la biologie. Selon l'anthropologue Charles Laughlin "neurognosis" «*refers to the initial, inherited, organization of natural models from which more developed models grow*» (Laughlin 1996, p. 363). Le chercheur canadienne ajoute: «*initial neurognostic structures that are generally present before, at, or just after birth. The initial organization of neurognostic structures is primarily determined by the genotype. ... It is clear at this point that the brains of fetuses, newborns, and infants are complexly and actively organized to explore and model their physical and social operational environments, and that this is an intrinsically driven, self regulating, adaptational process*» (*ibidem*, pp. 365-6).

²⁹ Le processus selon lequel se forment les connexions selon Hebb est très semblable à celle selon laquelle se forment les "linkages" de Hayek : «*[t]he recognition of a correspondence between the patterns made up of different sensory elements ... presupposes a mechanism of sensory pattern transfer, that is, a mechanism for the transfer of the capacity to discern an abstract order or arrangement from one field to another*» (Hayek 1962, p. 49). Cmp. aussi, Hayek (1952, chap. VIII).

³⁰ Pour l'exposition de cette théorie, on revoie à Hebb (1955).

Deux considérations importantes émergent de cette réalité, concernant le développement (*self-flourishing*) de la personnalité. En premier lieu, l'intelligence de l'individu dépend principalement de l'expérience qu'il a collectionnée au cours de sa vie. En deuxième lieu, afin que la satisfaction de notre désir inné de connaissance reste toujours agréable et jamais excessivement redondant (voir fatigant) il est nécessaire de créer de nouveaux parcours neuronaux pour des obtenir des réseaux toujours plus complexes.

Vraisemblablement tout cela avait déjà été entrevu par Aristote quand, avec une métaphore efficace, il expliqua à ses élèves du *Lycée* que les images sensibles se gravaient dans la mémoire de même que la forme d'un anneau sur une tablette de cire : la matière est enlevée, mais ses contours restent gravés sur la table. Cette théorie est très importante aussi pour projeter le plan éducatif de l'enfant en formation. Hebb, qui avant de choisir la carrière académique fut proviseur de lycée, a en effet démontré que, déjà au moment de la naissance, l'individu dispose de la matière première (assembléments cellulaires simples) pour apprendre et, par là, faire l'expérience nécessaire pour modeler le niveau d'articulation des assembléments initiaux et pour en augmenter la plasticité.³¹

La théorie connexionniste de l'apprentissage de Hebb suppose aussi un processus perceptif du type *path-dependent*. Le cerveau perçoit les données extérieures sur la base d'une structure neuronale préexistante et sédimentée au cours du temps.³² Cette caractéristique permet de collectionner les expériences antérieures sous la forme d'informations précieuses auxquelles l'individu peut puiser chaque fois qu'il se trouve à devoir prendre des décisions. En même temps, toutefois, elle limite l'élasticité réceptive de la structure neuronale et, en se transformant en mécanisme de résistance à la nouveauté, elle perd l'élasticité mentale (plasticité neuronale) nécessaire pour acquérir de la connaissance nouvelle (créer de nouveaux assembléments cellulaires).³³ Au moyen de cette théorie, Hebb explique scientifiquement comment le cerveau peut « apprendre » de nouvelles notions et stratégies d'apprentissage, mais aussi comment un comportement excessivement répété peut devenir une habitude (*habituation*) et aussi dégénérer dans la dépendance et en comportement addictif (*addiction*). La *fonction de la nouveauté* (*need for stimuli*) est donc d'importance fondamentale pour

³¹ Laughlin confirme que «*there always exist neurognostic constraints upon just what and how much material may be learned. The perinatal brain may or may not manifest relative plasticity, depending upon the domain of learning involved; indeed, under certain circumstances, the young brain may be less plastic than the adult brain*» (1996, p. 369). Ceci induit Scitovsky à croire que, dans le programme éducatif de l'enfant, l'instruction doit être préparée à l'expérience.

³² Aujourd'hui cette théorie est amplement confirmée des anthropologues et des biologistes (voir, Laughlin 1996).

³³ La théorie connexionniste de Hebb explique cela parce que, dans certains cas, l'individu s'oppose au nouveau : l'organisme veut éviter l'effort mental et physique demandé par l'activité de '*re-framing*' (cmp. Egidi 2003).

induire l'organisme à dédier des énergies additionnelles pour abandonner des connections neuronales trop parcourues et pour en tracer de nouvelles. En créant un *mismatch*, soit le résultat inattendu d'une comparaison entre ce qui *idéalement* nous avons pensé qu'il arrivât et ce qui, au contraire s'est *vraiment* passé, la nouveauté provoque le changement du niveau de *arousal*. Comme nous l'avons anticipé (voir *supra*), l'événement apparent qui signale la présence d'un *mis match* à l'intérieur de l'organisme c'est l'émotion, dont la fonction est de *motiver l'individu à l'action*.³⁴ L'effet *rewarding* de ce mécanisme est également clair : l'émotion éveillée de cette façon, non seulement satisfait le *stimulus* d'acquérir de la nouvelle connaissance dans le but de niveler le *mismatch* cognitif, mais produit aussi une sensation agréable (*i.e. arousal change*) du *confort* engendré par l'utilisation de schémas mentaux devenus habituels (*habituation*) au plaisir du changement (*mental and physical exercise*), qui conduit au contraire à en tracer de nouveaux.³⁵ Scitovsky juge que l'art est le facteur qui par excellence produit plaisir puisqu'il cause le *mismatch* ; l'économiste, en effet, considère l'art comme le canal d'expression et diffusion le plus direct et immédiat de la nouveauté, qui ne perd jamais sa caractéristique d'"unicité" justement à l'aide de l'interprétation et de l'élaboration personnelle du message contenu en elle, accomplies par chaque individu (ce qui rappelle les "*collative variables*" du psychologue esthétique Berlyne).

Bien que Scitovsky ne cite pas Hayek dans *The Joyless Economy*, on ne peut ne pas remarquer que la théorie présente coïncide d'une façon surprenante avec le procès cognitif que Hayek a élaboré dans *The Sensory Order* : un "procès de réorganisation continue des éléments du monde phénoménique, une réorganisation qui conduit à arranger ces éléments en façon toujours parfaitement correspondante à l'expérience". Hayek appelle "linkages" les traces neuronales dessinées sur le tissu connectif à travers la répétition de l'action (c'est-à-dire l'expérience) ; «*the mental significance of any impulse (and group of impulses) proceeding anywhere in the central nervous system is determined by the following it evokes through linkages created by former occurrences of these impulses*» (Hayek 1982a, p. 290). Le procès cognitif devient donc un procès de réorganisation continue des éléments du monde phénoménique. L'action conséquente à un *stimulus* déterminé constitue, au contraire, le résultat apparent d'un procès intérieur du choix le plus adéquat à la situation parmi les différentes solutions disponibles, sur la base des

³⁴ Selon Higgins, Grant et Shah, «*emotions are the direct experiences of particular types of self-regulatory effectiveness*» (1999, p. 255). Scitovsky croit que l'art est le facteur par excellence qui est produit pour plaire. L'art, en effet est nouveauté, variété et en même temps, unicité.

³⁵ La théorie motivationnelle de Scitovsky est très semblable à celle de la "dissonance cognitive" exposée par Kenneth Boulding dans son article "Some Observations on the Learning of Economics" (1975), selon qui «*[t]he learning process, therefore, depends a great deal on where people start from, that is, what images of the system they have in their minds at the beginning of the process; and it depends also on the creation of certain shocks or inconsistencies, what Leon Festinger has called "cognitive dissonances", which force a reorganization of the structure of these initial images*» (1975, p. 428).

choix faits précédemment (*i.e.* expérience).³⁶ Plus nombreuses sont les occasions de choix, mineur sera le temps nécessaire à la réponse en futur, jusqu'à arriver à un étage que Hayek appelle métacognitif, soit l'étage auquel la réponse ne demande plus d'élaboration consciente du *stimulus* (Hayek donne l'exemple de conduire une voiture ou du son d'un instrument musical, comme la guitare ou bien le piano). Le parcours neuronale d'un accord musical est si bien gravé (*hard-wired*) dans l'esprit du compositeur exercé, qu'il ne demande plus son élaboration au niveau conscient. Analogiquement, pour Scitovsky :

«[t]he fact that a favorable family background enables some people to acquire certain consumption skills effortlessly does not make those people less cultured. The children of bookish parents often acquire a literary taste with no visible effort, just as the children of professional musicians and many American blacks pick up a musical culture at their parents' knee without even noticing» (Scitovsky 1992a, p. 227).

La théorie de la motivation en psychologie exposée par Hebb, Hayek et Scitovsky montre une conception évolutionniste de type épistémologique : plus grand est le nombre des assemblages, plus complexe est leur niveau de connexions, plus important est le contrôle que l'individu peut exercer sur les *stimuli*, par conséquent sur ce qui le pousse à faire des choix efficaces.

Les implications que Scitovsky entrevoit à partir de l'analyse du fonctionnement du système de l'*arousal* comme il a été décrit par Hebb et Berlyne ont des conséquences importantes non seulement sur le plan économique, mais aussi sur le plan philosophique : les dynamiques de la motivation que Scitovsky illustre dans *The Joyless Economy* montrent que la chose la plus importante n'est pas le nombre de neurones au commencement

³⁶ Ce procès, de conscient, devient automatique au moment où «[b]ypass[es] the stage of consciousness and proceed directly to the lower levels of unconsciousness. It appears, though, that at some point a threshold is crossed where rules of conduct and perception become meta-conscious rules of mind» (Fleetwood 1995, p. 114). En effet, bien que nous n'accomplissons aucune action déterminée de manière automatique, comme par exemple la séquence des mouvements des membres nécessaires pour changer la marche, ou la séquence des touches que nous devons presser pour jouer une musique au piano, ne sont pas innés, mais le fruit de tracés neuraux parcourus de manière si immédiate qu'ils n'impliquent pas le temps de la réflexion. Hayek soutient que "des épisodes différents du point de vue physique peuvent stimuler les organes récepteurs et peuvent développer des poussées dans la fibre sensorielle même, pendant que stimulations du même type qui agissent sur récepteurs distincts peuvent être enregistrés sous différentes modalités sensorielles, et que leur enregistrement dépendra... de la structure de l'organisme comme elle a été modelée par le procès d'évolution". La différence entre motivations intrinsèques et préférences révélées est ici particulièrement évidente : les types de stimulations physiques qui agissent sur un organisme déterminé, et la fréquence relative à l'apparition simultanée des différentes stimulations ne correspondront pas aux conditions présentes dans le monde général, mais aux conditions présentes dans le milieu particulier dans lequel l'organisme a vécu". Le circuit neural individuel formera un réseau de 'relations entre types d'événements du monde extérieur' qui sera non seulement unique, mais aussi perfectible, c'est-à-dire "sujette à une modification continue" (traduction personnelle de Cubeddu 1995, pp. 53-4).

(évolutionnisme darwinien),³⁷ mais le nombre des connections différentes que les neurones arrivent à créer au cours de la vie (évolutionnisme épistémologique).

§ 2.2 La “syndrome de la cacahuète salée”³⁸

Dans le paragraphe précédant nous avons souligné la présence d’une situation conflictuelle entre *confort* et plaisir. Dans ce paragraphe nous allons approfondir la raison pour laquelle le consommateur préfère le *confort* au plaisir.

Selon Scitovsky les personnes abusent du *confort* parce-que trop souvent elles le prennent pour du plaisir. Dans *The Joyless Economy* (p. 63) l’économiste explique ce phénomène aux lecteurs qui ne sont pas au courant des études récentes de physiopsychologie avec un exemple qui renvoie à une situation paradoxale, et cependant très commune : *l’appétit vient en mangeant*. L’estomac de l’homme a une certaine capacité, donc l’utilité marginale des aliments ingurgités devrait diminuer progressivement en s’approchant du point de satiété. En général, cette règle est valide pour les animaux, mais l’expérience nous dit que cette règle ne peut s’appliquer à l’être humain, dont le plaisir naturel pour la bonne table le pousse quelquefois à continuer de manger, même quand il n’a plus de faim :

«[i]f no pleasure accompanied eating, that is, if eating merely served to reduce hunger, we would expect the organism to stop eating and start attending to its new, now highest priority need before it has eaten its fill and completely satisfied its hunger» (Scitovsky 1992a, p. 64).

Avec cet exemple, Scitovsky explique que le *confort* nous garantit la seule *subsistance* ; tandis que le plaisir nous donne une raison d’*existence* (beaucoup de personnes tirent un plaisir tellement grand de la bonne table que cette habitude est parfois jugée comme un vice).

Selon Scitovsky, cependant, non seulement l’homme commun, mais aussi les économistes professionnels n’ont pas bien éclairci la différence entre *confort* et plaisir : en ne

³⁷ À ce propos, nous rappelons l’attention du lecteur sur la circonstance que dans la dernière édition de *The Origin of Species* (1872) Darwin lui-même commente : «[b]ut as my conclusions have lately been much misrepresented, and it has been stated that I attribute the modification of species exclusively to natural selection, I may be permitted to remark that in the first edition of this work and subsequently, I placed in a most conspicuous position – namely at the close of the Introduction – the following words: ‘I am convinced that natural selection has been the main but not the exclusive means of modification’. This has been of no avail. Great is the power of steady misrepresentation» (1872, p. 421; mon emphase).

³⁸ Le terme renvoie à une coutume très commune entre les propriétaires des cafés ; il consiste à accompagner les boissons avec des cacahouètes salées, de façon à susciter la soif du client continuellement et l’induire à ordonner un second verre, et il aura besoin de quelque chose à son tour de salé pour faire revivre sa soif.

considérant pas proprement comme une source ultérieure de satisfaction les activités agréablement stimulantes qui, au contraire, sont importantes justement comme les *confortables*, ils établissent le principe de la rationalité sur la mesure du consommateur qui agit exclusivement pour éliminer un *inconfort*.

«His [the consumer's] typical problem, as economists see it, is the balancing of different discomforts, one against the other. To reduce discomfort of hunger, he must put up with other discomforts, either by working or working harder and enduring the fatigue that entails, or by curtailing his spending and with it the relieving of his discomfort in other areas of consumption. ... Economists not only consider this to be a faithful description of rational behavior; they also hold it to be one of the cornerstones of economic theory» (*ivi*, p. 64-5).

L'économiste moderne – continue Scitovsky –,

«ignores the fact that the consumer gains pleasure through the process of eating, and the sheer joy of it is bound to make him go on eating» (*ibidem*).

A ce point l'économiste se demande : si la théorie psychologique de la récompense s'applique à tout le genre humain, pourquoi ne devrait-elle pas s'appliquer aussi au consommateur, maltraité par une théorie économique néoclassique qui lui reconnaît l'utilité des aliments mais lui en niant le plaisir ? Dans ce cas, comment est-il possible d'apprécier la satisfaction qui provient du *confort* en évitant le piège dressé par celle que l'on appelle "syndrome de la cacahouète salée" (ce terme est utilisé par les psychologues pour indiquer l'effet de l'accoutumance par l'habitude) qui, nous précipitant d'une extrémité (du niveau de *arousal*) à l'autre de nos sensations, nous fait perdre le contrôle complet de nos actions et nous induit à assumer un comportement irrationnel ?

Dans *The Joyless Economy* (p. 75) Scitovsky titre : 'FREE CHOICE BETWEEN COMFORT AND PLEASURE', non sans une note de subtil sarcasme. Comme l'économiste nous rappelle, il n'est pas toujours simple de distinguer la satisfaction naturelle qui descend du plaisir, de la satisfaction fictive qui descend, au contraire, du *confort*; l'effet d'accoutumance au confort rend toujours plus difficile de quitter le confort quand on en a fait l'habitude.

La solution que Scitovsky propose pour contourner l'obstacle est simple: pourvu que

«[t]he continuous maintenance of comfort would eliminate pleasure, because, with arousal continuously at its optimum level, there can be no change in arousal toward the optimum. ... Incomplete and intermittent comfort is accompanied by pleasure, while complete and continuous comfort is incompatible with pleasure» (*ivi*, p. 71),

Pour éprouver du plaisir nous devons alterner des situations *confortables* à des occasions agréablement stimulantes.³⁹

«we must choose between pleasure at some sacrifice of comfort» (*ibidem*).

En tenant compte que

«discomfort must precede pleasure» (*ivi*, p. 62).⁴⁰

On peut toutefois comprendre que peu de gens soient disposées à renoncer à une sensation de *confort*, même seulement temporairement satisfaisante, et en alternative engager du temps, de la fatigue et des ressources pour acquérir la connaissance et l'expérience nécessaire pour gagner le plaisir.

Apparemment orientée par la recherche d'une solution au problème de l'insatisfaction de l'homme moderne, l'enquête que Scitovsky ouvre avec *The Joyless Economy*, mène en réalité à l'individuation d'une philosophie de vie qui dépasse la dimension délimitée du consommateur moderne, pour comprendre la complexité de l'action humaine.

³⁹ Le rôle fondamental joué par la '*fréquence*' dans la consommation dans la maximisation de l'utilité fut souligné par Gossen clairement (1854) dans le moment même dans lequel il formula sa théorie sur l'utilité marginale décroissante.

⁴⁰ En pratique, pour la solution d'un problème économique Scitovsky employa ce phénomène qu'en psychologie s'appelle du '*contraste hédonique*'. Kahneman utilisera cette méthode pour ses essais seulement quelque années plus tard.

FIG. 1



Brueghel le Jeune, *Schlaraffenland*, huile sur toile. Vienne, Kunsthistorisches Museum

Légende. Pour Scitovsky, le tableau représente parfaitement la nature humaine, qui selon l'économie néoclassique est déplacé uniquement pour la satisfaction de «*the lowest rank of feelings*» (Jevons 1871), où la «*unstimulated condition*» est le maximum de plaisir. Ci-dessous est reproduite la description particulièrement acre du Scitovsky au tableau :

«A number of full-bellied men sprawling on their backs, too lazy and satiated to move, with roast chickens picking their way among them with easy reach, a knife and fork stuck in their backs for the greater convenience of the men, should a base desire seize them to catch and to eat the chicken» (Scitovsky 1974, p. 10).

FIG. 2

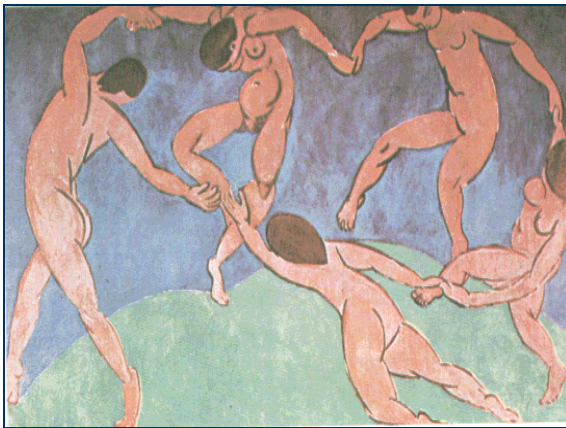
Les trois types de besoin.



APPETITIVE DESIRES

«The economist assumes that the consumer with a limited budget will cut his food consumption short of full satiation; he ignores the fact that the consumer gains pleasure through the process of eating, and that the sheer joy of it is bound to make him go eating» (Scitovsky 1992a, p. 65).

Brueghel le Jeune, *Schlaraffenland*), huile sur toile, 1566. Musée du Kunsthistorisches, Vienne, Austria.



SOCIAL NEEDS

«Companionship is an important source of happiness and an important part of human welfare» (Scitovsky 1974, p. 8).

Henri Matisse, *La Danse* (deuxième version), huile sur toile, 1909. Musée du Hermitage, St. Petersburg, Russie.



THE NEED FOR STIMULI

«The other source of stimulation is mental exercise. By that we mean recreation, entertainment, spectator sports, games, art, philosophy, the satisfaction of scientific and idle curiosity, and any other mental activity taken up not to fill a need, but to avoid boredom» (Scitovsky 1992a, p. 32).

Keith Haring, sans titre (*See No Evil*), presse, 1989.

Légende. Selon la théorie motivationnel de l'arousal existent trois types de besoins innés qui motivent l'être humain à agir : *appetitive desires*, *social needs* et *need for stimuli*. Scitovsky souligne que chacun d'eux est source de plaisir et est également essentiel. Ces trois types de nécessité, même si elles sont de nature différente, demandent satisfaction avec la même urgence : aucune d'entre elles ne peut remplacer totalement l'autre (Scitovsky 1974). Les œuvres reproduites à la page et les citations tirées des divers textes de Scitovsky représentent la subdivision des besoins effectuée par Scitovsky.

§ 3. Pourquoi l'individu est un consommateur insatisfait. Defensive goods vs creative goods

Après avoir analysé les causes neuropsychologiques qui poussent l'individu à privilégier le *confort*, nous allons approfondir les raisons socioéconomiques qui font de lui un consommateur insatisfait.

Scitovsky juge que la conjoncture historique actuelle est particulièrement critique, puisqu'elle s'ajoute à, en même temps qu'elle alimente, la tendance neuropsychologique des individus à se pencher vers le *confort*. Le progrès technologique pousse les personnes à consommer des biens *confortables*, qui sont le produit et le but de la société moderne et à négliger la production et la consommation des biens destinés à la satisfaction de besoins qui, étant également innés et urgents (*i.e. need for stimuli* et *social needs*) demandent satisfaction avec la même insistance. Le système de production de l'économie moderne est, en effet, naturellement poussé à favoriser l'offre de biens standardisés que les économies d'échelle ont rendu plus accessibles. En incrémentant à l'excès la production de biens de *confort* et en réduisant relativement la production de biens soutenant la création, le progrès économique a mis en rapport de conflit deux types de produits qui, à l'origine, coopéraient à la satisfaction du consommateur.

Pour éclaircir la situation dans laquelle le consommateur moderne se trouve, Scitovsky reprend la classification des besoins que Hawtrey avait déjà adoptée dans *The Economic Problem* (1925) :

«[i]t will be convenient to distinguish two broad classes of object of consumption: on the one hand those products which are intended to prevent or remedy pains, injuries or distresses, and on the other those which are intended to supply some positive gratification or satisfaction. They may be conveniently named *defensive products* and *creative products*» (Hawtrey 1925, p. 189; cit. en *The Joyless Economy*, p. 108; mon emphase).

Scitovsky trouve la nature de ces deux types de biens parfaitement cohérente avec la nature des besoins humains, soit le *confort* qui découle de l'élimination d'une situation de malaise, et le plaisir qui provient d'activités agréablement stimulantes, mais il souligne aussi qu'elle n'a jamais été complètement reconnue par le système économique moderne de production. Comme l'économiste le remarque, la catégorie des biens défensifs (parmi lesquels il liste les appareils électroménagers et, en général, tous les biens qui, en tant que fongibles, sont reproductibles en forme standardisée) est tournée essentiellement à éliminer une nuisance (de façon significative, Scitovsky les appelle aussi "biens négatifs", *The Joyless*

Economy, p. 59) ou bien à éliminer un *incomfort*, pour ramener l'organisme à une situation d'équilibre homéostatique. Par conséquent, selon Scitovsky l'échange de ce type de biens représente un "jeu à somme nulle" parce qu'ils préviennent d'une souffrance physique ou bien psychique, mais ils n'apportent aucun plaisir réel (rappelons-nous que «*comfort is the absence of both pain and pleasure*»). Les biens créatifs, par contre, sont des "biens positifs" du moment où ils apportent un plaisir authentique, qui continue même quand la sensation physique d'*incomfort* a disparue quelque temps avant.

Selon Scitovsky, le "problème économique" pour le consommateur émerge au moment où le progrès technologique met l'économie en mesure de répondre de manière massive et surabondante à l'exigence humaine innée de biens qui satisfont tels besoins et garantissent la pure survivance («[a]s with the defensive products, wealth can do no more than bring its possessor to the zero point» Hawtrey 1925, p. 209), en provoquant un excès d'offre de biens défensifs. Puisque l'objectif principal de cette catégorie de biens est de prévenir un *incomfort* ou bien de remédier à une souffrance physique, leur utilité marginale est physiologiquement décroissante ; elle s'évanouit quand l'inconfort est éliminée. Il en est différemment pour les biens créatifs, dont l'offre est fortement réduite par la production standardisée, tandis que leur demande se maintient, considéré leur prédisposition à satisfaire notre besoin naturel de connaissance.

§ 3.1 "The Gossen laws of pleasure"

Confort pour réduire l'*incomfort*, stimulation pour soulager l'ennui, le plaisir qui peut les accompagner et les renforcer tous les deux. Ils semblent être les forces motrices de l'action humaine ; les mêmes auxquelles David Hume pensait quand, au milieu du XVIII^e siècle, le philosophe conclue que la satisfaction était composée par trois éléments : action, plaisir et indolence.⁴¹ La théorie psychologique que Scitovsky présente aux économistes avec *The Joyless Economy* confirme et argumente scientifiquement certaines intuitions présentes dans les œuvres de Marshall et Keynes sur l'utilité croissante de certain types de biens : comme vu avant, la biologie de l'organisme humain n'est pas orientée par la maximisation de l'utilité en sens économique, mais à une conduite plus vraisemblablement "satisficing". Inopinément, la théorie de l'*arousal* de Scitovsky apporte une validité scientifique et redonne son sens original à la théorie économique qui a constitué le rempart de la révolution marginaliste. Le rôle fondamental occupé par la *fréquence* de la consommation dans la maximisation de l'utilité, en effet, avait déjà été souligné en 1854 par Hermann Heinrich Gossen ; toutefois, bien que son

⁴¹ Hume (1955[1777], p. 159).

importance eût été largement reconnue par Léon Walras, elle fut bientôt oubliée ; après Walras, les économistes se concentrèrent sur l'utilité instantanée (*instant utility*) et non sur celle « répétée » (*remembered utility*) de la consommation des biens. Ils oublièrent que la variable déterminante de la satisfaction du consommateur n'est pas principalement la quantité du bien consommé, mais le *temps* de consommation. Puisque pour Gossen la variable indépendante dans la fonction de l'utilité était le temps, et non pas l'unité de consommation instantanée, en cohérence, pour l'économiste allemand l'utilité du bien était déterminée non pas par les unités du bien possédé, mais par la fréquence avec laquelle il était consommé.⁴²

Gossen synthétisa la relation entre temps et consommation en deux lois qui par la suite furent significativement appelées "*the Gossen laws of pleasure*". La première loi affirme que l'intensité du plaisir diminue progressivement, par rapport à la satisfaction non interrompue et répétée de l'un de nos besoins, jusqu'à sa complète "satiation". La deuxième loi stipule que le plaisir diminue aussi quand il s'agit d'un plaisir déjà éprouvé auparavant. Gossen précisa que, dans ce cas-là, non seulement l'intensité du plaisir est moins élevée, mais aussi le sens de satiété est rejoint dans un temps plus bref et la satisfaction qui en découle a une durée moindre.⁴³

Comme Scitovsky, Gossen aussi entrevoit dans ce phénomène des conséquences qui sortent du domaine expressément économique. En exposant sa théorie, l'économiste allemand fut très emphatique en précisant que le plaisir naturel descend de l'action et non pas de la contemplation (voir, *supra*, par. 4) :

«[w]ho does not remember the pleasure he has derived from the discovery, real or fancied, of a new truth! Subsequently, some pleasure is derived from dwelling on the subject for a while; but this diminishes more and more until in the end any further contemplation of the topic results in boredom» (Gossen 1983[1854], p. 7).⁴⁴

Déjà en 1854, donc, Gossen avait deviné que le facteur temps est d'une importance fondamentale pour concilier dans une alternance harmonieuse le rapport conflictuel entre *confort* et plaisir.

L'analogie entre la théorie économique de Gossen et la théorie neurologique de Scitovsky est étroite : la relation individuée par Gossen entre le temps et le plaisir que l'on éprouve

⁴² Cmp. Georgescu-Roegen (1983).

⁴³ Georgescu-Roegen (1983, p. 6).

⁴⁴ Comme Sergio Nisticò l'observe justement : «*Gossen's axioms on consumers' behaviour, in that they emphasise the negative effects of reiterating the same enjoyment through time, express the idea that the main objective of mankind is not so much to enact defensive actions against needs but rather to enforce proactive choices intended to fill up life with pleasures*» (Nisticò 2004, p. 948; mon emphase).

dans la consommation, en réalité, n'est que la transposition sur le plan économique de la théorie de l'*arousal*, selon laquelle, nous le rappelons, le plaisir consiste dans le changement du niveau d'excitation (voir aussi, *supra*, par. 2), c'est-à-dire dans la consommation intermittente de biens défensifs et créatifs :

«[t]o the man who allays his hunger with one single dish, the first mouthful tastes best; the second does not taste quite as good; the third, even less; and so on until, when he has nearly reached satiety, he is almost indifferent as to whether he takes the last bite. Experience confirms beyond doubt that repeated satiation with the same fare causes a decrease of pleasure and a reduction in the quantity of the enjoyable consumption similar to the contraction of the period of the intellectual pleasure» (Gossen 1983[1854], pp. 7-8).

La fonction que Gossen attribue à la *frequency* pour tirer le plus grand plaisir de chaque activité de consommation est totalement analogue à la fonction que Scitovsky attribue à l'alternance consciente entre nouveauté et redondance, entre *confort* et plaisir, qui est nécessaire pour obtenir la plus grande satisfaction de chaque activité de l'individu, y compris celle de la consommation. Par conséquent, cet équilibre dynamique (*optimum frequency of consumption*) qui selon Gossen rend le consommateur satisfait est, en effet, le même équilibre dynamique (*optimum level of stimulation*) qui, selon Scitovsky, provoque une sensation agréablement stimulante.

Après Scitovsky, certains psychologues et économistes ont repris à étudier le concept d'utilité comme fonction de la fréquence de la consommation. Ce concept est à la base de la théorie définie de l' "amélioration" de HERNSTEIN et PRELEC (1992) et de la *remembered utility* de Kahneman.⁴⁵

De toute façon, cette théorie, qui base l'utilité pour la plupart sur le *temps de consommation*, plutôt que sur la quantité des biens de consommation, montre que les stratégies que le consommateur peut utiliser pour profiter des lois de Gossen sur le plaisir sont doubles : 1) réduire la fréquence de consommation, ou bien: 2) augmenter la variété de la consommation.

Dans cette circonstance le problème économique rencontré, selon Scitovsky, par le consommateur de l'Amérique du boom économique d'après le deuxième conflit mondial se présente en toute sa gravité. Du côté de l'offre, en effet, la tendance est celle de réduire (et non d'augmenter) la variété substantielle du produit qui, n'étant pas spécifiques, ne contient qu'une petite quantité de variété et de nouveauté :

⁴⁵ Cmp. Kahneman (1999, p. 4).

«[t]echnical progress, by freeing more and more time from work, increases man's demand for stimulation. The economy has responded by increasing our means of access to sources of stimulation, but it has failed to increase their stimulus content» (Scitovsky 1992a, p. 233).

La production de masse des bien créatifs est empêchée justement par l'originalité qui caractérise leur même nature, puisque leur inclusion dans la fonction de production les transformerait automatiquement en biens défensifs (Scitovsky appelle ce phénomène "the banalization of art"; 1992a, p. 258 et ss.).

«Technical progress and the rise in labor productivity are lopsided in our economy. They mainly add to the provision of comfort and increase the earning of those who provide comfort. Thanks to competition in the labor market, such increases in the ordinary worker's wages enable also those who provide us with novelty and stimulus to demand higher earnings, which in turn raises the cost of stimulation in relation to that of comfort. ... The reason for such lopsided growth is simple enough. Thanks to our technical inventiveness, we have greatly increased the effectiveness of our labour power in producing comfort; but novelty and its stimulus spring largely from imagination, and we have not managed to increase the effectiveness of human imagination in producing novelty» (Scitovsky 1992a, p. 259).

Au contraire de ce que Gossen suggère, du côté de la demande la tendance est pourtant celle d'augmenter (et non de réduire) la fréquence de la consommation. Des sociologues (*e.g.* Bauman 2007) ont remarqué que l'*homo consumens* est en train de voler à l'*homo aconomicus* le rôle de protagoniste dans la représentation d'une société (moderne) qui a canalisé l'énergie motrice de l'éthique du travail pour la meilleure satisfaction de l'esthétique de la consommation.

§ 4. L'effet du "spill over" des biens créatifs.

Scitovsky juge que pour remédier aux dommages créés par l'abus de biens défensifs il est nécessaire d'augmenter la consommation des biens créatifs. En approfondissant les propriétés des biens de Hawtrey, Scitovsky note, justement, que les biens défensifs "déplacent" (*crowd out*) les biens créatifs ; au contraire, puisque dans la majorité des cas les biens créatifs possèdent aussi les caractéristiques propres des biens défensifs, ils répondent soit au besoin de "subsistance" soit à celui d'"existence" de l'individu.⁴⁶ L'économiste prend l'exemple des *fast-food* et des aliments pré confectionnés, notamment un *defensive good*, en

⁴⁶ Scitovsky apporte l'exemple des métiers domestiques tels, par exemple, cuisiner, coudre, le jardinage, etc. (1992a, pp. 86-7).

l'opposant à l'art culinaire, un *creative good* qui satisfait un besoin physiologique (nourriture) mais, en même temps, satisfait aussi le besoin de créativité de la personne qui cuisine.⁴⁷

Scitovsky note, de plus, que les activités stimulantes, sont rarement «*one-sided, because active participants usually get added satisfaction from their activities or the products of their activities*» (Scitovsky 1986[1985], p. 175). Selon l'économiste, il est en effet intuitif que toute activité humaine destinée à satisfaire *need for stimuli* et *social needs* exige la coparticipation nécessaire d'autres personnes (en rappelant la liste de Hawtrey, mais substantiellement en retournant à celle de Marshall, Scitovsky cite les sports, les jeux en équipe, la musique,⁴⁸ l'art et les représentations théâtrales⁴⁹).

L'économiste remarque encore que les activités créatives sont «*mutually offsetting*» : au moment où un candidat décide de prendre part à l'activité agréablement stimulante, il satisfait non seulement sa demande mais, en même temps, satisfait la demande et augmente la satisfaction des autres participants (un jeu avec davantage de participants est plus intéressant qu'un jeu à deux) :

« ... active participants usually get added satisfaction from their awareness of other people's appreciation and enjoyment of their activities or the products of their activities » (Scitovsky 1986[1985], p. 175).

L'analyse originale que Scitovsky fait sur les qualités des biens créatifs fournit aussi de nouveaux arguments sur des questions qui ont fait naître des débats enflammés dans l'histoire de la pensée économique. La fonction que Scitovsky attribue aux biens créatifs enrichit un précédent débat ouvert en 1759 par Adam Smith en *The Theory of Moral Sentiments*, dans le but de concilier deux sentiments humains à première vue en conflit : *self-interest* et *sympathy*. En incluant la satisfaction contemporaine des *appetitive desires*, des *needs for stimuli* et des *social needs*, les biens créatifs arrivent à satisfaire l'intérêt personnel (éprouver des sensations agréablement apaisantes pour satisfaire le besoin de stimulation et de relationalité) justement, et parce-que, à l'instant même où on les consomme, on contribue à satisfaire l'intérêt d'autrui. Scitovsky prend l'exemple de la gratification que l'on éprouve en

⁴⁷ «*The nutritive values of food are given by nature, but the pleasure and the interest are added by the cook, who provides variety, novelty, and subtlety by the way he selects and prepares the ingredients, blends the flavors, harmonizes the dishes, and controls their consistency, temperature, color schemes, and so on*» (ivi, p. 183).

⁴⁸ «*Music, for example, can be enjoyed by composing it, by playing other people's compositions, by analyzing and criticizing other people's playing and compositions, by reading or listening to such criticism, or by just sitting back and listening to music, live, canned, or electronically transmitted. That last distinction is especially important, because while passive enjoyment generates demand, active enjoyment usually creates supply for others to enjoy as well*» (id. 1986[1985], p. 174).

⁴⁹ «*What is true of music is also true of the other arts and crafts (e.g. pottery, embroidery, jewelry making), as well as of literature, sports, learning, research, exploration, scientific activity, and many others*» (id. 1986[1985], p. 174).

participant à une conversation docte, ou bien à une activité impliquant un nombre déterminé de personnes (c'est le cas des jeux d'équipe), ou bien encore impliquant la collectivité toute entière. Dans ce dernier cas Scitovsky cite les exemples des amateurs de mode et de jardinage : leur soin particulier pour le jumelage des couleurs et le dévouement pour l'élégance consentent de partager leur plaisir avec les voisins et les passants (Scitovsky 1992a, p. 85 et p. 111) et cela ne diminue pas, au contraire, augmente l'amplitude de leur satisfaction.⁵⁰ Scitovsky juge qu'un facteur gênant ces externalités positives est représenté par un élément culturel, c'est-à-dire l'éthique puritaine qui impose la sobriété dans l'habillement (1973, p. 236; voir aussi 1992a, chap. 10). Selon Scitovsky, en effet, ce n'est pas tant le choix d'un modèle déterminé de marché qui produit l'insatisfaction de l'individu, la défaite du système économique ou bien l'insatisfaction de la collectivité, mais c'est le choix partagé d'un système donné de valeurs de l'éthique puritaine.

L'analyse que Scitovsky accomplit sur les implications économiques que l'adoption d'une éthique puritaine comporte, enrichit d'éléments nouveaux la dissertation philosophique (encore ouverte) sur les valeurs qui, selon Bernard De Mandeville (1714) et Adam Smith (1759), produisent la société du bien-être. Pour Mandeville, les vices privés font les vertus publiques, tandis que les vertus privées (*hard work and frugality*, Scitovsky, 1973, p. 228) représentent un dommage pour la collectivité parce-que, en ne stimulant pas la demande, elles alimentent le chômage, la dépression et enfin portent à la crise économique.

Pour Smith, au contraire, ce sont les valeurs morales qui produisent le bien-être de la société. Ces deux visions de la société, bien qu'elles semblent inconciliables, à bien voir portent à conclusions différentes seulement parce qu'elles supportent un système différent de valeurs : Mandeville juge vice tout ce qui est contraire aux valeurs d'une éthique (puritaine) propre d'une collectivité déterminée, i.e. la consommation des biens créatifs et de loisir. Smith, au contraire, pose à la base de son raisonnement non pas un système de valeurs, mais la "sympaty".⁵¹ Puisque la "sympathie" est une caractéristique innée, qui réunit *tous* les êtres humains, pas seulement une collectivité déterminée comme cela se produit pour un système de valeurs donné, la motivation du philosophe écossais semble avoir un plus grand fondement comparé à celle du médecin français. L'importance que Scitovsky attribue aux biens créatifs pour le bien-être individuel et social, est tellement remarquable qu'elle implique également les théories de politique économique. Si, en effet,

⁵⁰ L'économiste accomplit un raisonnement analogue en ce qui concerne les ss.dd. "*sumptuary laws*" (Scitovsky 1995; cmp. aussi Bianchi 1999). Dans cette circonstance le rappel à Veblen et sa *Theory of Leisure Class* (1899) est particulièrement évident.

⁵¹ Ici le terme "sympathie" est utilisé suite à l'idée de "*sympathy*" comme décrit par Adam Smith dans *The Theory of Moral Sentiments* (1759).

comme le croit Scitovsky, le bien-être individuel émerge comme un effet collatéral des relations interpersonnelles, la fonction de Bentham du bien-être qui définit le bonheur public comme une somme des bonheurs individuels devient une contradiction puisque les termes de la “somme” de Bentham (les bonheurs de chaque individu) sont en réalité le résultat de l’opération. L’approfondissement que Scitovsky fait dans *The Joyless Economy* sur les qualités et les fonctions des biens créatifs ajoute, de plus, de nouveaux sujets qui enrichissent le débat actuellement en cours parmi les économistes sur la nature des “biens de relation” (Sugden 1986; Guy 1987; Ulhaner 1989; Pugno 2003; Bruni et Zamagni 2004).⁵² L’économiste remarque en effet que les biens créatifs sont des activités agréablement stimulantes qui possèdent une propriété particulière : les sujets en consomment le bénéfice au moment même où ils accomplissent l’activité. Cette propriété particulière fait d’eux une catégorie particulière de biens de relation.⁵³

Si, donc, certains biens créatifs peuvent être considérés comme des biens de relation, ils en partagent certaines caractéristiques : la consommation passée d’un bien créatif et de relation, par exemple une amitié, comporte un incrément et *non* une diminution de l’utilité marginale apportée par les relations amicales (plus nombreuses sont les occasions de rencontre, plus l’amitié en est renforcée). De plus, comme les biens de relation, les biens créatifs offrent peu de convenance économique : puisque la satisfaction réciproque est instantanée et (presque) parfaitement équivalente, la plupart de ces activités ne nécessite pas de passer à travers les canaux de marché. En ces occasions le marché déploie seulement une activité de support, en diffusant les informations qui favorisent la rencontre :

«[w]hile mutual stimulation is outside the realm of economics as a rule, economic resources are often required to provide opportunity, the necessary tools, the premises, and the environment. One function of the market is that of transmitting information and helping the

⁵² Scitovsky appelle ces biens “externalité” (positive) en tout ce qu’ils constituent une source de satisfaction partagée, ou de toute façon, pas exclusive: «[i]n short, stimulation is, typically, a non-exclusive or shared source of satisfaction. By contrast, comforts and want satisfaction usually lack these spill-over effects» (Scitovsky 1992a, p. 86).

⁵³ Le mot “biens relationnels” est un néologisme envisageant la rencontre comme un “procès productif” (Guy 1987; Uhlaner 1989). A titre d’illustration, Luigino Bruni produit une liste des biens relationnels, énumérant, entre autres : *involvement in individual volunteering activities (church-religious, sport-recreation, art-educational, labor union, political party, environmental, professional, charity), thus focusing more directly on the genuineness component of relational goods»* (Bruni et Stanca 2007, p. 5). La liste est très semblable à celles présentées par Marshall en référence aux “activities pursued for their own sake” et par Hawtrey en référence aux biens créatifs. La motivation de Bruni et Stanca sur le choix entre un bien défensif, dans ce cas rester à la maison à regarder la télévision, et un bien de créativité, par exemple, sortir avec des amis, est très semblable à cette exposé de Scitovsky en *The Joyless Economy*: «[f]irst, the mentally undemanding and physically passive nature of television viewing contributes to making it a very attractive and relaxing activity. Second, television is extremely inexpensive and available at any time of the day. Third, television tends to produce a viewing habit and, in many cases, can become highly addictive. But the most important reason for the crowding-out effect on relational goods lies in television’s own nature: television provides, at virtually no costs and without any effort, not only a relaxing and convenient entertainment, but also a virtual network of relationships and interactions that, despite being completely artificial and illusory, tend to become a substitute for actual social relationships» (*ivi*, p. 8).

partners to any transaction – economic or non-economic – to sort themselves out and find each other» (Scitovsky 1992a, p. 84; cmp. aussi 1986, p. 175).

§ 5. Certains coûts individuels et sociaux déterminés par la consommation des biens créatifs et des biens défensifs.

Comme nous l'avons plusieurs fois rappelé, les causes sociologiques et les causes économiques qui poussent les individus à pencher vers le *confort*, s'ajoutent, et s'alimentent réciproquement, avec des résultats parfois imprédictibles pour la collectivité. Scitovsky observe que, en des cas déterminés, les biens créatifs aussi, s'ils sont consommés non pas dans le but de satisfaire l'exigence de nouveauté et de créativité, mais à des fins spéculatives, peut comporter des coûts considérables soit pour l'individu, soit pour la collectivité ; dans ces cas-là leur consommation "forcée dans la destination d'utilisation" les transforme ainsi en "biens positionnels" de coût.⁵⁴

La standardisation des biens créatifs, en effet, en bouleverse la nature même et les transforme en biens défensifs. Selon Scitovsky il y a, toutefois, certains biens créatifs tels que, par exemple, les œuvres d'art ou les lieux de villégiature immergés dans une nature encore vierge qui sont uniques et par conséquent non reproductibles; cela empêche leur production en masse, mais l'économiste observe que quand l'argent devient un moyen d'échange des biens créatifs, il les transforme en "biens positionnels" que les personnes désireront acheter non pas pour éprouver la sensation typiquement stimulante que leur consommation dégage, mais simplement pour exhiber leur position dans la société :

«[f]or there are many goods even in our mass-production economy that are unique, cannot be duplicated and are limited in supply or at least sufficiently outstanding from similar goods that they can be ranked against them in terms of quality, rarity, beauty or excellence of design, just as people can be ranked according to their status. The public instinctively recognizes that such goods lend distinction to their owners and so are ideally suited for serving as status symbols» (Scitovsky 1995, p. 99).

Dans ce cas-là, les biens créatifs, devenus positionnels, procurent à l'économie et à la société des dommages plus graves aussi de ceux que les biens défensifs produisent. Tandis que la production de biens défensifs est subordonnée aux expansions d'échelle (on pense

⁵⁴ Les biens de position sont une catégorie spéciale de *luxury goods*. Comme Scitovsky précise lui même, Robert Frank «called these positional goods and services, perhaps because so many of them are used to symbolize their owners' position and rank in society» (Scitovsky 1995, p. 100).

aux appareils électroménagers qui préviennent l'inconfort des fatigues domestiques), la production des biens positionnels est caractérisée par une relation demande/offre de caractère rigide, puisque l'offre des biens positionnels ne peut être augmentée sans limites (pensons aux productions artistiques de peintres décédés ou bien aux antiquités). Etant donné que leur demande est "*unfillable*",⁵⁵ il juge qu'ils produisent des effets spéculatifs : puisque leur qualité "unique" empêche qu'un accroissement de leur demande soit suivi par un accroissement de leur offre, seul leur prix va augmenter.⁵⁶

Ne pas comportant d'augmentation d'output économique, l'accroissement de dépense pour acheter des biens et des services positionnels étant poussé par le désir individuel de gagner des degrés dans l'échelle du statut social, l'activité n'augmente pas. Cela pourrait se vérifier seulement si l'argent obtenu par l'échange de ces biens venait se reverser dans la sphère de la production sous forme de dépense pour l'achat de nouveaux biens de confort; mais, comme Scitovsky souligne, l'échange d'objets d'art se produit généralement entre les personnes riches, qui possèdent déjà tous les biens de confort que l'économie moderne peut leur offrir.⁵⁷

«I am not saying that affluence *is* the cause of *all* unemployment and inflation, but I argue that, as affluence continues to grow, these causes of unemployment and inflationary pressures are getting more important and make stagflation chronic and long lasting» (Scitovsky, *Ill. State Lecture*, dactylographie, p. 12).⁵⁸

Les biens positionnels, en rendant possible la stagflation chronique, selon l'économiste, pourraient aussi freiner la croissance économique :

⁵⁵ Scitovsky considère comme "*unfillable*" cette demande de biens offerte qui ne peut être augmentée de manière telle à satisfaire sa demande (1995, p. 98). Pour expliquer comment les biens de position engendrent le coût social du chômage, Scitovsky cite Keynes: «[to] use Keynes's own words: 'Unemployment develops ... because people want the moon ...'» (*ivi*, p. 102).

⁵⁶ Selon Scitovsky, l'achat et vente des biens de position à but spéculatif produit les effets économiques analogues à ceux que Keynes (1936) avait attribué à la thésaurisation (*hoarding*): «[i]n short, additional demand for positional goods and services has almost the same economic impact (or lack of impact) as the hoarding of money, except that it also raises the prices of positional goods and shifts the distribution of wealth in favour of the affluent former holders of those goods» (Scitovsky 1995, p. 102). Si, en effet, les biens de position sont employés comme biens défensifs, et pas comme un moyen pour enrichir la culture personnelle et stimuler ainsi la créativité des gens, leur achat et vente ne comportent pas de croissance économique en termes réels et, par conséquence, ils ne créent pas d'emplois, mais seulement une augmentation du niveau des prix sur leurs marchés.

⁵⁷ «For the sellers of positional goods are typically the old rich. If they still are rich, their need for material comforts is well taken care of; and they will reinvest the proceeds of their sales in financial assets or other positional goods rather than spend valuable possessions for that reason, are likely either to repay debt out of the proceeds, which is a form of saving, or to use them as a fund of which to continue maintaining their accustomed level of living into the future, which at least partly constitutes saving» (Scitovsky 1995, pp. 101-2).

⁵⁸ Cmp. aussi, Scitovsky 1995, p. 105.

«[t]he steady, secular and fairly predictable rise in the relative prices of positional goods makes them good investments, which renders them all the more attractive as status symbols but also adds to their tendency to lower employment and impede growth. For not only does spending on positional goods divert income from spending on material goods, the use of some of them as repositories of accumulated wealth also diverts funds from financial assets, thereby raising the cost of productive investments and slowing capital formation» (Scitovsky 1995, p. 104).

Comme nous avons affirmé dans les paragraphes précédents, selon Scitovsky les pays avec une industrialisation avancée produisent et consomment trop de biens de *confort* et peu de biens de créativité parce-que les exigences de ces économies poussent dans la direction de rendre peu accessibles, ou bien extrêmement chers, les biens de créativité. En alimentant les procès de remplacement des biens de *confort* avec les biens créatifs, l'industrie moderne rend toujours plus difficile et dispendieux de satisfaire une exigence primaire de l'être humain ; cela fait de lui, en premier lieu une personne malheureuse, et, en second lieu, un consommateur insatisfait.

Scitovsky entrevoit la solution du paradoxe du consommateur dans l'économie du bien-être dans la consommation créative des biens défensifs (*creative consumption of defensive goods*; Bianchi 2002). La voie que Scitovsky propose demande toutefois que le consommateur possède des capacités (*skills*) déterminées, de l'expérience en termes de connaissance et d'expérience (« ... *most rewarding activities require a skill for their exercise and enjoyments*» (Scitovsky 1995, p. 236), qu'il est possible d'acquérir seulement avec le temps, dans une société dans laquelle les sociologues reconnaissent que les personnes “*n'ont plus le temps pour acquérir de l'expérience*” (“*la circonstance faisant que chaque forme de consommation demande du temps est le grand souci des marchands et le malheur de notre société*” (Bauman 2004[1998], p. 45).⁵⁹

Récemment, des économistes (Sacco et Viviani 2003; Sacco et Zarri 2004) ont reconnu que l'acquisition de ces capacités demande de soutenir de considérables “coûts

⁵⁹ Les sociologues appellent ce phénomène “*social acceleration*”. Ainsi Hartmut Rosa décrit le “chronophagie” qui “dévore” le temps de vivre de l'homme moderne : «[a]nd indeed, as many have observed and empirical evidence clearly suggests, the history of modernity seems to be characterized by a wide-ranging speed-up of all kinds of technological, economic, social, and cultural process and by a picking up of the general pace of life» (2003, p. 3). Dans *The Joyless Economy* Scitovsky décrit ironiquement les contradictions de la routine quotidienne du consommateur puritain : «*in our society of The Harried Leisure Class, whose high hourly earnings make their time so precious that they cannot afford the time it takes to enjoy life and are forced to eat their meals on the run, cut short the foreplay in lovemaking, attend abbreviated religious services, buy books to glance at, not to read, and have no time to look at the beauty spots of the world to which their conferences take them*» (Scitovsky 1992a, p. 163).

d'activation",⁶⁰ en termes de temps et d'énergie, à cause desquels les personnes seraient induites à préférer les biens de *confort*, justement parce qu'elles ne demandent pas à soutenir ces coûts initiaux. Si le «*[L]earning consists in changes*» (Cyert et March 1992, p. 174) et les routines représentent «*the development of a fixed response to defined stimuli*» (March et Simon 1993, p. 142), la conséquence en est que préférer la consommation usuelle des biens de *confort* à celle, innovatrice, des biens créatifs signifie s'abandonner à des comportements routiniers déterminés qui font épargner du temps (pour la recherche de solutions innovantes) et de l'énergie (demandée pour résoudre le problème).

En termes économiques, choisir la routine (*comfort*) au changement (*change*), suppose d'éviter de devoir soutenir de lourds coûts d'activation mais, comme James March et Herbert Simon l'ont observé dans *Organizations* (1958), le comportement routinier (*habituation*), implique aussi que «*search has been eliminated*» (1993[1958], p. 142) et, par conséquent, l'arrêt du processus d'apprentissage.

Le procès évolutif est resté inaccompli : aucune "spécialisation de la consommation" n'a suivi la spécialisation de la production (cf. Witt 2001). La raison est facilement compréhensible : la spécialisation de la production baisse les coûts et augmente les profits du producteur; la spécialisation dans la consommation, au contraire, est très onéreuse pour le consommateur en termes d'éducation, de temps et d'énergies. Celle-ci, en effet, est une activité agréablement stimulante qui demande le sacrifice d'une quantité considérable de *confort* auquel, comme les psychologues et les sociologues l'ont observé (Rosa 2003; Bauman 1998; 2007), le consommateur moderne est toujours réticent à renoncer.

Comme Scitovsky commente avec un voile d'ironie et un faux consentement :

«[w]hen a person spends his day surrounded by power-driven equipment and vehicles to help him save effort on his every move, at work, at home and at play, and he then proceeds on doctor's orders to squander the energy he has so carefully saved on jogging around the block or riding his exercycle in the bathroom, he gives clear evidence that he realizes the irrationality, if not of his personal behavior, at least of the pattern of behavior society imposes, the pressure of which he is not strong enough to resist» (Scitovsky 1992a, pp. 159-60).

Les relevés statistiques (voir Bruni et Stanca 2007) confirment que le consommateur préfère s'abandonner à cette sensation agréable mais (comme déjà remarquait Gossen dans ses lois) toujours plus fugitive, qui découle du *confort* de l'utilisation des biens défensifs. Selon Scitovsky ce choix ne reste pas confiné à la seule sphère privée, il entraîne d'importants contrecoups négatifs du point de vue social.

⁶⁰ Le "coût d'activation" est définissable comme 'le coût d'ordre (a) cognitif et (b) motivationnel qu'il faut soutenir afin d'acquérir la capacité d'assigner une valeur aux biens dotés de contenu symbolique élevé' (Sacco et Zarri 2004, p. 503).

En plus et au-delà du fait que le progrès technologique peut favoriser la production et la diffusion des biens défensifs en lieu des biens créatifs, Scitovsky remarque que, dans l'économie moderne, soit les consommateurs soit les producteurs manifestent une forte préférence pour les biens défensifs. Pour le consommateur, comme nous l'avons vu, cela arrive puisqu'il est neurobiologiquement poussé à choisir des biens qui donnent du *confort* ; pour le producteur cela arrive puisque les coûts de production sont contenus et les économies d'échelle les tiennent encore plus contenus.

Scitovsky remarque toutefois que

«[i]n the mass-production economy, such preference is satisfied at a cost» (Scitovsky 1992a, p. 257).

Le coût social des choix individuels des producteurs et des consommateurs est représenté par une perte de nouveauté. Comme déjà vu, cela est dommageable ; des recherches en neuropsychologie de la motivation nous ont en fait appris que la nouveauté est un élément essentiel pour éprouver de la satisfaction ; en poussant le changement du niveau de *arousal*, elle produit une sensation agréablement satisfaisante ; la standardisation du produit accélère les temps d'épuisement de son contenu novateur et original. Les questionnaires d'auto-évaluation et les données des agences statistiques sur le comportement de l'individu américain collectionnés par Scitovsky dans *The Joyless Economy* indiquent que la société moderne est en train de tomber malade de "chronophagie".⁶¹

Scitovsky est tout autre que paternaliste en conseillant une réduction générale de l'achat des biens de *confort*,⁶² sa suggestion est dictée par la simple circonstance, maintenant éprouvée scientifiquement, que les biens *confortables* et standardisés, lorsqu'ils employés en excès, réduisent drastiquement le niveau d'excitation.

«not because mass-produced objects are expected to be inherently inferior to handmade ones but because they accumulate the inferiority of boring sameness only gradually, as more and more people acquire the same or similar items and so increase the frequency with which an individual possessor of an item encounters its identical twins» (Scitovsky 1992a, p. 252).

⁶¹ Rosa (2003).

⁶² «*The last thing that can be said about The Joyless Economy is that it is paternalistic in spirit*». Ainsi Amartya Sen s'est exprimé dans son article: "Rationality, Joy and Freedom", à l'occasion de la commémoration de la première édition de *The Joyless Economy* publié par *Critical Review* (Special Issue on Tibor Scitovsky's *The Joyless Economy* after twenty years, 1996, vol. 10, no. 4, p. 485).

L'un des effets non désirables de l'économie du bien-être est justement la standardisation du produit :

«[t]hose problems are especially great in our affluent, mass-production economy, in which identical consumers' durable goods are churned out by the millions and occupy a prominent place in our lives» (*ivi*, p. 58).

Scitovsky procède à un examen des dommages et remarque que la consommation excessive de biens défensifs, ajoutée au penchant excessif pour le *confort* d'une vie sédentaire, produit de graves dommages à la santé. Obligés à l'inactivité créés par nous-mêmes, nous grossissons comme des poulets d'élevage intensif – «*this, after all, is the way we fatten chickens*» (*ivi*, p. 163) – et nous tombons malades de ces maladies du bien-être qui alarment tellement aujourd'hui les finances des pays industrialisés. (Oswald *et al.* 2007; Vercelli 2007). Obésité, complications aux coronaires, infarctus du myocarde représentent, pour Scitovsky, la cause principale des décès dans la société occidentale. Le problème de l'obésité va atteindre des niveaux si alarmants, soit pour l'individu (en termes de santé), soit pour la collectivité (en termes de taxes nécessaires pour financer les dépenses pour la santé publique et les campagnes de prévention) que certains économistes proposent d'adopter pour cette maladie des remèdes pareils à ceux imposés pour le tabagisme (Stutzer 2007).

Au travail sédentaire de l'économie moderne s'ajoute le gaspillage déclaré du temps libre de la culture moderne : les deux tiers des personnes interrogées affirment qu'ils regardent la télévision par habitude et non pas par plaisir, puisqu'ils ne savent pas comment «*utiliser leur temps différemment*» (1992a, p. 164).

Les conclusions de Scitovsky sont aujourd'hui confirmées par la littérature scientifique (voir Bruni et Stanca 2007). Dans un travail récent sur le rapport entre *self-control*, bien-être et satisfaction, Alois Stutzer (2007) attribue les causes du choix des consommations sub-optimales à l'insuffisance d'autocontrôle de l'individu qui, trop souvent, préfère le plaisir dérivant de la consommation immédiate à son report.

La production de masse des biens défensifs, donc, ne comporte pas seulement des dommages pour la santé individuelle, mais implique des coûts aussi pour la santé de la société entière :

«[s]ince many comforts come from the substitution of mechanical power for man's muscular power, they often have unpleasant side effects, such as noise and air pollution» (Scitovsky 1992a, p. 86).

Scitovsky a été l'un des premiers économistes à enregistrer les graves dommages produits sur le milieu par la consommation excessive des biens défensifs :

«I also mentioned a parallel point which reinforces Hawtrey's, the tendency of many defensive products to contribute to pollution and so inflict a burden on the general public» (Scitovsky 1992a, p. 111).

Ces coûts sont destinés à devenir toujours plus importants : Scitovsky observe encore que ces choix individuels provoquent des effets qui se répercutent sur les dynamiques de groupe dont le rôle moteur est représenté par un procès continu d'imitation et de distinction.⁶³ Du moment que la classe dominante (pour Scitovsky, l'*Establishment*, 1992a, p. 211) manifeste une claire préférence pour la production et la consommation des biens défensifs, les individus des autres classes sociales montreront la même préférence, pour se distinguer de la masse et imiter le groupe au pouvoir, dans l'espoir que ce dernier les accepte comme ses pairs.

Ces dynamiques sociologiques s'ajoutent aux dynamiques économiques exposées au commencement du paragraphe et créent ensemble un cercle vicieux possédant une force centripète telle à empêcher dès le début l'émergence d'une réelle culture de "contre-courant" dont le devoir est justement celui de contenir la portée de phénomènes d'imitation.

En approfondissant certaines caractéristiques des biens défensifs et des biens créatifs de Hawtrey, en essayant de résoudre les problèmes qui frappent le consommateur moderne, Scitovsky est arrivé à donner une explication plausible de certains problèmes encore ouverts dans l'histoire de la pensée économique. A cause de l'effet de "crowd out", la consommation privée de biens défensifs n'endommage pas seulement la santé des individus singuliers, mais corrompt aussi le milieu et les relations sociales, et par conséquent engendre des externalités négatives.⁶⁴ A l'aide de l'effet de "spill-over", la consommation des biens créatifs engendre au contraire des externalités positives :

⁶³ Dans ce cas, la pensée de Scitovsky idéalement est très proche de celle de Thorstein Veblen (1899) et de Georg Simmel (1900).

⁶⁴ Bruni et Stanca localisent les causes de l'effet du *crowding out* descreative goods dans les effets du *treadmill* (tapis roulant), des positions et des aspirations (*positional treadmill* et *aspiration treadmill*). Les économistes concluent : «[u]sing individual data from the World Values Survey, we find a positive effect of indicators of relational goods on life satisfaction, and a negative impact of television viewing on relational activities, controlling for individual demographic and socio-economic factors, personality characteristics and environmental differences. ... We interpret these findings as an indication that lower consumption of relational goods may contribute to offset the impact of higher income levels, thus providing an additional explanation for the income-happiness paradox. The crowding-out effect of television viewing is indicated as an explanation of individual underconsumption of relational goods» (Bruni et Stanca 2007).

«[s]timulation is, typically, a non-exclusive or shared source of satisfaction. By contrast, comforts and want satisfaction usually lack these spill-over effects» (Scitovsky 1992a, p. 86).

Pour cette raison, selon Scitovsky le choix entre *confort* et plaisir ne peut être considéré que comme une question privée ; en dépassant le bien-être personnel, il implique des conséquences importantes qui entraînent aussi la dimension sociétale :

«[w]e have seen that an important difference between comfort and stimulus is that many stimuli carry with them external benefits. ... By contrast, comforts not only fails, typically, to carry external benefits, many of them generate external nuisances as well. This is certainly true of many of those that substitute mechanical power for human effort, because they often generate noise, chemical air pollution, or both. ... *the individual consumer's choice, therefore, between comfort and stimulus has social significance that transcends his personal welfare*» (Scitovsky 1992a, pp. 143-4; mon emphase).

Les importantes conséquences sur la vie relationnelle des personnes, mais aussi sur le bilan économique des Etats que Scitovsky montre dans *The Joyless Economy* sont au contraire négligées par la théorie économique traditionnelle.

Toutefois, selon Scitovsky la cause principale de l'insatisfaction du consommateur n'est pas de nature économique, mais psychologique. L'économiste juge que l'expédient de la réduction de la semaine de travail,⁶⁵ déjà proposée par Keynes, est bien peu utile si les personnes ne consacrent pas leur temps plus long de loisir que le progrès économique met à leur disposition à des activités récréatives et stimulantes :

«[a] potentially serious problem connected with shorter working week is a psychological one. Our civilization trains everybody in the skills and discipline of work, but teaches only to a tiny privileged elite a taste for the constructive use of leisure and the skills and initiative needed to cater to that taste. That is why most people in the United States and the United Kingdom are at a loss and get seriously disturbed when they find themselves with more leisure on their hands than they are used to, and so know what to do with» (*ivi*, p. 196).

⁶⁵ Scitovsky remarque que cet effet psychologique se vérifie surtout dans les cultures où l'éthique protestante (*work ethic*) est très forte. Dans *The Joyless Economy*, Scitovsky reporte différents cas (Tableau 12) qui témoignent du dévouement excessif des Américains au travail. Par exemple, l'économiste remarque qu'entre les travailleurs des pays industrialisés, les Etats-Unis sont ceux qui sont ceux qui prennent le moins de vacances en absolu. Les recherches plus récentes en matière de travail montrent que la réduction de la semaine de travail a comporté la croissance du pourcentage de gens qu'ils ont un double emploi, soit pour insuffisance de revenu soit parce que, comme susdit, potentiellement, le travail est une activité stimulante et, par conséquence, une source de satisfaction.

Scitovsky partage les craintes de Keynes : même si le problème économique de l'approvisionnement en biens de subsistance peut se définir désormais résolu à l'aide des progrès des technologies de production, persiste l'urgent problème existentiel d'éprouver des sensations agréablement stimulantes.

En 1931 Keynes prophétisa que le manque de satisfaction de cette exigence urgente et naturelle nous aurait conduit à un «*general nervous breakdown*» (Keynes 1963[1931], p. 366).⁶⁶ Harrod fut encore plus pessimiste à cet égard ; en effet, il jugeait qu'une augmentation de la richesse produite par l'économie du bien-être aurait causé non pas de sporadiques épisodes d'hystérisme de masse, mais au contraire un bien plus sombre «*return to the Middle Ages' warmongering, violence and bloodsports*». ⁶⁷

Après presque cinquante ans, Scitovsky confirme ce que Keynes et Harrod avaient prédit : le manque d'autocontrôle, indispensable pour canaliser proprement les énergies restées inexprimées et l'incapacité d'utiliser pour des activités récréatives les loisirs que le progrès économique nous laisse à disposition ont favorisé l'accroissement des actes de violence individuelle et collective.⁶⁸

Selon Scitovsky, donc, les causes de l'insatisfaction du consommateur ne sont pas à rechercher dans la qualité du produit de l'économie moderne, mais plutôt dans l'utilisation que l'homme en fait. Scitovsky est aristotélicien en affirmant que l'économie est un moyen utile ; par son aide l'homme peut s'émanciper des nécessités physiologiques et se dédier intensément au développement de ces facultés intellectuelles qui le différencient des animaux. Pour cette raison il est critique en observant la catégorie du consommateur (américain) qui, en considérant les biens matériels comme le but de son existence et non, comme le moyen pour faciliter son existence, s'oriente avec une excessive nonchalance vers un comportement autolésionniste :

«[t]he American consumer was on top of the world, freely spending the world's highest income on the world's most copied and coveted life-style. The glory, alas, was short-lived. We started losing our self-confidence while still on the ascendant. ... Why such a great and sudden change in the way in which we see ourselves? Part of the reason, no doubt, is our growing realization that technical progress also has a dark side to it. We are gaining increasing scientific

⁶⁶ Dans *Economic Possibilities for Our Grandchildren* l'économiste anglais prédit que le progrès matériel (*material welfare*) aurait comporté l'effet de transformer la darwinienne lutte pour la survie (*struggle for subsistence*) en une épistémique lutte par l'existence (*struggle for existence*).

⁶⁷ Harrod (1958, pp. 207-8).

⁶⁸ Scitovsky remarque que dans l'économie du bien-être les crimes ont augmentés à un niveau alarmant contre la personne, ainsi que les crimes « sans victime ».

evidence of the cumulative harm to health, environment, and future generations created by our reckless brandishing of weapons, extermination of pests, squandering of resources, popping of pills, ingesting of food additives, and use or overuse of every mechanical aid to our comfort and safety. ... But is there not another reason for our increasing frustration with our freely chosen lives? Could it not be that we seek our satisfaction in the wrong things, or in the wrong way, and are then dissatisfied with the outcome? ... It is a difficult question to deal with because we are accustomed to blaming the system or the economy and have gotten out the habit of seeking the cause of our troubles in ourselves» (Scitovsky 1992a, pp. 3-4).

Pour cette raison, au-delà de tout paternalisme, Scitovsky critique très durement le relâchement toujours plus alarmant du consommateur maladroit qui, en préférant les biens de *confort* (parce-que prêt à l'usage dans un marché où les économies d'échelle en réduisent le prix) aux activités stimulantes (qui, au contraire, demandent des coûts élevés d'activation), est poussé à satisfaire toujours plus simplement les demandes imposées par la pure survivance biologique, en risquant de rester biologiquement repu, mais intellectuellement insatisfait (rappelons le syndrome de la cacahuète salée).⁶⁹

Si donc le consommateur moderne va continuer à prendre le *confort* pour du plaisir et à confondre la satisfaction des besoins physiologiques avec le but de son existence, selon l'économiste il va inévitablement régresser jusqu'à la condition sauvage, il va devenir esclave de ses passions et son besoin, également naturel d'éprouver des sensations stimulantes va trouver une satisfaction immédiate dans des comportements violents également stimulants. Comme Scitovsky remarque avec une nuance de découragement :

«unfortunately, however, the most stimulating benign activities are usually also the ones whose enjoyment requires the most skill and perseverance, whereas the people most avid for strong stimulus are seldom the most able and willing to acquire the skills and discipline necessary for their enjoyment» (Scitovsky 1992a, p. *viii*).

L'analyse que Scitovsky conduit sur les causes de l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être déborde l'aspect purement économique puisque l'auteur donne une raison épistémologique-existentielle à l'insatisfaction humaine de l'époque postindustrielle.

Le «problème économique» du consommateur moderne n'est pas résolu simplement par l'abondance du produit ; au contraire il se révèle dans toute sa gravité justement quand l'homme, évacué le problème de l'approvisionnement des biens de subsistance, se trouve faire face à la question existentielle de *quoi faire* de sa liberté.

⁶⁹ Selon Hawtrey aussi «[i]t is possible for a rich man to incur heavy expenditure without any assignable purpose beyond securing the minimum of discomfort and the maximum of leisure. Those two aims between them will account for a stock of furniture and clothes, a staff of servants, a large house, and many other possessions. But the whole yields no positive good; it merely brings him to the zero point, at which he is suffering from no avoidable harm. He has weeded his garden, and still has to choose what he will plant in it, before he can't be said to have made anything at all of his life» (Hawtrey 1925, p. 191).

Dear Tibor,
This letter was returned.
I hope it will now
reach you. P.

P.O.Box 92
Spencertown N.Y. 12165
Tel: (518) 392 4257
Fax: (518) 392 6437
e-mail: ppstreeten@taconic.net

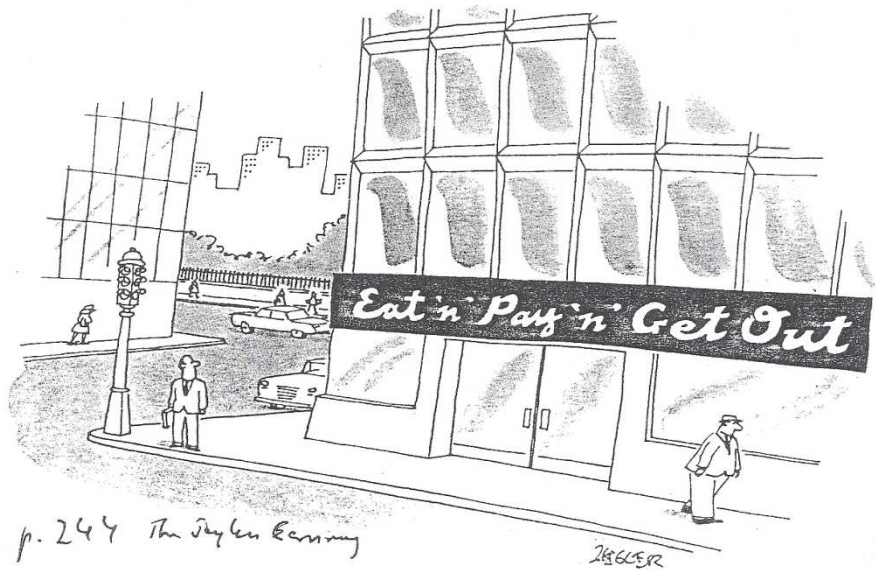
28 August, 1999

Dear Tibor,

I have just been rereading, after 23 years, your wonderful book The Joyless Economy. It was a great joy. It has lost nothing of its freshness. Often I could hear your voice.

With much love,

Paul
Paul Streeten



Légende. Lettre personnelle envoyée par Paul Streeten à Scitovsky (28 août 1999). L'illustration que Paul Streeten envoie à son ami Scitovsky, représente la condition du consommateur moderne qui paraît malade de "chronophagie". A noter, dans le bas à gauche, la référence aux pages de *The Joyless Economy* qui se referent à ce phénomène psychologique.

Copie originale consultable dans "The Rare Book, Manuscript, and Special Collections Library", Duke University, in *Scitovsky Box* n. 2.

§ 6. Vers l'acquisition d'une "rationalité supérieure": l'élaboration cognitive des émotions

La recherche interdisciplinaire que Scitovsky accomplit dans *The Joyless Economy* a démontré que la neuropsychologie de l'organisme humain est établie selon un schéma qui opère un balancement continu entre les biens de *confort* et la consommation de biens créatifs, pour rejoindre un tel équilibre dynamique entre opposés : le *confort* d'employer des connexions neuronales déjà parcourus et la stimulation nécessaire à tracer des connexions nouvelles, pour prévenir la manifestation des problèmes liés au phénomène psychologique de l'accoutumance.⁷⁰ Pour réussir à tenir un "comportement équilibré", selon Scitovsky il est nécessaire d'acquérir une bonne dose de connaissance et d'expérience (*learning and training*).

La stratégie que Scitovsky propose pour réaliser un tel équilibre est très proche de la théorie de l'apprentissage de Piaget. Dans *Equilibration of Cognitive Structures* (1985) le psychologue suisse adopte significativement le terme "*equilibration*" au lieu de "*equilibrium*", pour signifier précisément le même équilibre dynamique qui, pour Scitovsky, nous conduit à tirer de la satisfaction soit du *confort* soit du plaisir, sans toutefois se laisser prendre au piège de leur deux excès (trop de *confort*, nouveauté excessive). Comme pour Piaget, pour Scitovsky aussi le but n'est pas de résoudre l'équilibre à travers la recombinaison des opposés, comme le jugeait la psychologie comportementaliste et, en général, la partie de la pensée économique qui remontait à une telle théorie ; au contraire, le but est de maintenir vivante la tension qui court entre eux au moyen de l'emploi d'un *canon de mesure*, que l'économiste identifie dans *l'élaboration cognitive des émotions*:

«[i]n any case, it seems clear that prediction of overt response to a given set of stimulating conditions can be increased in accuracy when *there is knowledge of the degree of internal arousal*» (Duffy 1957, p. 268, cit. en *The Joyless Economy*, p. 16; mon emphase).

Scitovsky souhaite que l'individu arrive à une sorte de «*higher rationality*» (1992a, p. 66), c'est-à-dire de rationalité qui récemment a été définie comme "*intelligence émotive*"⁷¹ qui, en introduisant les émotions dans le processus décisionnel, lui permet d'employer les informations contenues en lui-même pour organiser le choix le plus approprié au problème en question. En supportant les raisons de la fonctionnalité des émotions dans le procédé du choix, Scitovsky, anticipe effectivement les premiers éléments de *l'économie des émotions*.

⁷⁰ Comme déjà rappelé, Sacco et Zarri (2004) identifient les "coûts d'activation" aux coûts d'acquisition nouveaux renseignements et à ceux nécessaires pour la restructuration des catégories mentales.

⁷¹ Le mot "intelligence émotive" est dû à Daniel Goleman, en 1996.

Scitovsky semble donc anticiper les conclusions du neuropsychologue Antonio Damasio (souvent cité aujourd'hui par les économistes qui s'occupent de la théorie des choix) qui, dans son fameux livre *Descartes' Error* (1994), démontre que les émotions jouent un rôle fondamental non seulement en *pro*-voquant la pensée rationnelle, mais aussi en contenant celle-ci dans des limites déterminées, au-delà desquelles elle pourrait porter à des échecs décisionnels. Dans *Descartes' Error*, Damasio explique que des individus de capacité d'entendement normal (vérifiée par les tests neuropsychologiques conventionnels) mais incapables d'élaborer proprement des sensations et d'exprimer des émotions à cause de certaines lésions subies au lobe frontal (donc cognitivement actifs mais émotionnellement plats) montraient des anomalies dans la conduite telles à influencer sur le procès décisionnel. Le cas devenu fameux est celui de monsieur Phineas Gage.⁷²

Des recherches successives ont confirmé que les individus qui expérimentent des difficultés relationnelles, comme par exemple les sujets autistiques, sont en mesure de résoudre des problèmes de logique avec solutions finies (*finite logic problems*), mais deviennent confus quand ils doivent s'attaquer à des problèmes à plusieurs solutions (*open-ended*). L'exemple est celui de deux personnes avec des lésions au lobe frontal qui s'étaient attardées plus que 15 minutes sur l'opportunité de choisir entre deux marques de céréales jamais goûtées (ou bien deux dates pour leur rendez-vous suivant). Damasio reporte que seule l'intervention de l'un des chercheurs termina une telle "agonie dissertative", en choisissant pour eux l'une des deux options, au hasard.

Comme pour Damasio, selon Scitovsky les émotions recouvrent le rôle important de reconduire la logique abstraite au cas particulier concret en alimentant et en même temps en recomposant tout excès dans un jeu d'équilibres dynamiques, parce qu'ils intensifient les facultés cognitives qui sont nécessaires soit pour activer le procès de la motivation, soit pour activer le procès du choix, non seulement du consommateur, mais aussi du producteur.

«The level of arousal or activation is interesting in two contexts. First of all, the *efficient performance* of every task require an appropriate degree of alertness and attention to assure a prompt and proper response to sensory stimuli, their collocation with information stored up

⁷² Dans *Descartes' Error*, Damasio reporte le cas clinique du monsieur Phineas Gage (1848). Ce monsieur fut frappé par une barre de fer qu'il lui défonça la mâchoire gauche, en traversant le lobe frontal et en détruisant le siège prefrontal du cerveau. Gage survécut à l'accident mais les dommages cérébraux furent tels qu'ils modifièrent complètement sa personnalité. Les savants qui étudièrent son cas reportèrent que le patient avait maintenu intact ses capacités motrices et rationnelles, mais il avait perdu l'équilibre entre les capacités intellectuelles et les tendances instinctives, et il était devenu intolérant, irrespectueux, il projetait différents plans qu'il ne menait jamais à terme. Son cas est un exemple emblématique de la manière dont les freins inhibiteurs dépendent des émotions. Selon Damasio, il "faute de Descartes" aurait été de ne pas avoir compris que la rationalité n'est pas indépendante de l'émotion.

in the organism's memory, and the making and executing of the requisite decisions. Laboratory experiments have established a functional relationship between behavioral efficiency and arousal level. ... Efficiency increases with the level of arousal at first, but it declines beyond a certain point. ... *Man, being aware of the need to attain and maintain the proper activation level for efficient action, will often try to deliberately raise or lower it.* ... The second and, for my point of view, even more important fact about arousal is that its level has much to do with our general feeling of well- or ill-being, and thus with *motivating behavior*» (*ibidem*, pp. 20-1; mon emphase).

Bien que l'histoire de la pensée économique attribue peu de considération à la contribution de Scitovsky à la théorie des choix,⁷³ (à la date de la première édition de *The Joyless Economy*, en 1976, la théorie de Scitovsky rencontra beaucoup de difficultés à être acceptée par les économistes, ses collègues), l'économiste hongrois est considéré aujourd'hui, à juste titre, parmi les précurseurs de l'économie comportementale avec Gorge Katona, Harvey Leibenstein et Herbert Simon (Camerer et Loewenstein 2004). Si, d'un côté certains économistes (non à tort) considèrent que «*extremes in emotional arousal also contribute to bounded rationality*» (Kaufman 1999, p. 135), de l'autre côté d'autres psychologues ont démontré qu'une excessive réduction des émotions peut représenter une source importante de comportement irrationnel (pour Damasio «*[r]eduction in emotion may constitute an ... important source of irrational behavior*» (1994, p. 53). Les sociologues aussi confirment : Oatley (1992) considère les émotions comme des "moyens" à employer pour faire face à des "contingences" qui se vérifient pendant la poursuite de buts préfixés. Pour Arlie Russell Hochschild (2003) «*"emotion management" of oneself as well as of others is the task of controlling inappropriate affect*», est une condition fondamentale pour administrer des changements potentiels dans le niveau de *arousal* déterminés par des *stimuli* extérieurs imprévisibles. Selon Mayer et Salovey (1993) l'intelligence émotive fait de l'individu un être particulièrement sensible, donc plus attentif et, en définitive, habile à profiter d'opportunités inattendues quand celles-ci se présentent.

Antonio Damasio (*et al.*) utilise les résultats de la neurologie pour affirmer que *les émotions sont non seulement compatibles avec la rationalité, mais elles sont même nécessaires pour que le procès rationnel du choix ait lieu* :

⁷³ La nécessité d'inclure les émotions dans le calcul des investissements de l'entrepreneur et des choix du consommateur était déjà claire chez beaucoup d'économistes illustres, qui ont marqué l'histoire de la pensée économique : selon Marshall, l'entrepreneur à succès est «*an able man, assisted perhaps by some strokes of good fortune*» (1890, IV, XIII, p. 3) qui possède «*alertness, inventiveness, ready versatility*» (*ibidem*, XII, p. 36), «*broad faculties of judgement, promptness, resource, carefulness and steadfastness of purpose*» (*ib.*, p. 50). Selon Keynes, les décisions des agents économiques dépendent seulement en petite partie du calcul rationnel ; elles se basent plutôt sur «*other 'not rational' motives, 'habit, instinct, preference, desire, will, etc.*» (1979, p. 294) e «*passions*» (1938), en laissant «*thin rationalism skipping on the crust of lava*» (1972, p. 447).

«(1) knowledge and reasoning alone are usually not sufficient for making advantageous decisions, and that the role of emotion in decision-making has been underestimated; (2) that emotion is beneficial to decision-making when it is integral to the task, but can be disruptive when it is unrelated to the task; and (3) that the implementation of decisions under certainty or uncertainty engage different neural circuitry» (Damasio 2005, p. 337).

Le neuropsychologue conclut donc:

«Thus knowledge without emotional signaling leads to the dissociation between what one knows or says and how one decides to act» (*ibidem*, p. 348).

Parmi les économistes, Itzhak Gilboa (*et al.*) est convaincu que «*emotional reactions might complement rational decision making by foregoing short run profit for long-run benefit*» (Gilboa 2001, p. 3). Aussi l'économiste Bruce Kaufman, bien que, comme nous l'avons vu, très sceptique à attribuer un rôle positif à l'*emotional arousal*, concorde enfin avec ses collègues en considérant que les émotions, si opportunément utilisées, peuvent jouer un rôle important pour améliorer les performances :

«[p]eople who are better able to exercise self-control over their emotions, due either to innate ability or experience gained through training, such as pilots acquire by practicing crash landings on a flight simulator, will ... thus suffer less impairment to their decision making at low or high emotional arousal» (Kaufman 1999, p. 139).

Toutefois, la pensée la plus proche de la fonction que Scitovsky attribua aux émotions comme guide du comportement, semble être celle de Jon Elster : «*[e]motions provide a meaning and sense of direction to life, but they also prevent us from going steadily in that direction*» (Elster 1989, p. 70).

De cet exemple il est clair que *la théorie de la motivation en psychologie que Scitovsky expose dans The Joyless Economy, est clairement contrastante avec le principe de la rationalité complète qui, au contraire, est encore à présent supportée par l'économie néoclassique*. A l'aide de la théorie psychologique de l'*arousal*, Scitovsky montre que, loin d'être un facteur de perturbation, l'émotion représente un moyen de contrôle des mécanismes de changement de l'organisme, en augmentant les probabilités de survivance. L'erreur de Simon fut donc celle d'avoir pris l'exception pour la règle : en négligeant le rôle des émotions dans le procès cognitif, il choisissait comme paradigme la personne avec lésions cérébrales à la place de la personne en bonne santé.

A la date de la première édition de *The Joyless Economy* (1976), la théorie de Scitovsky n'a pas obtenu beaucoup d'approbations et a été jugée excessivement hétérodoxe par un courant de *mainstream* encore trop étroitement lié aux principes des préférences révélées pour une utilité marginale décroissante basée sur le prémisses de la rationalité complète des agents économiques. Aujourd'hui les intuitions de cet économiste particulièrement clairvoyant sont donc confirmées et largement reconnues : acquérir une "intelligence émotionnelle" au-delà d'une "intelligence rationnelle" est essentiel pour activer un comportement efficace en présence d'incertitude et de risque, puisqu'elle comporte la capacité d'administrer ses propres émotions (et, par conséquent, les niveaux de *arousal*), en les affaiblissant quand elles semblent désavantageuses (c'est-à-dire excessivement fortes, comme la colère), ou bien en les éveillant quand l'habitude menace de devenir accoutumance.

§ 7. *Sophrosyne et temperantia*, or la culture du *self-control* sur l'*emotional arousal*

Les neuropsychologues ont montré que l'émotion agit de façon complémentaire et synergique avec la raison dans le mécanisme de sélection et de choix ; la science économique devrait lui attribuer une importance égale à celle de la raison. Mais comment est-il possible d'apprivoiser un phénomène qui, par sa nature même, n'admet pas l'emploi de la raison ?

Pour Scitovsky

«[t]he remedy is culture» (1992a, p. 235).

«I shall define culture as knowledge» (*ivi* p. 226),

«that part of knowledge which provides the redundancy needed to render stimulation enjoyable, ... as the training and skill necessary to enjoy those stimulus satisfactions whose enjoyment requires skill and training» (*ibidem*).⁷⁴

Le caractère essentiellement épistémique de l'évolutionnisme économique prodigué par Scitovsky est évident : grâce à cette série d'affirmations, l'économiste non seulement confirme son adhésion à la théorie connexionniste de l'apprentissage de Hebb (validant ainsi substantiellement la théorie de la connaissance de Hayek⁷⁵ et de Piaget⁷⁶) mais il anticipe

⁷⁴ La *Culture*, par conséquence, est un instrument fondamental, que nous devons posséder de manière telle à pouvoir inclure l'élément innovant à l'expérience précédente.

⁷⁵ La fonction que Scitovsky assigne à la culture est très semblable à celle-là que Hayek (1952) assigne à la connaissance, ici résumée par Salvatore Rizzello: «[a]s Hayek knew by intuition, and as contemporary neurobiology is confirming, in order to act, an individual forms his/her knowledge according to his/her genetic characteristic and his/her specific and personal experience. These two factors work simultaneously and, with the passing of years, they continuously re-create the neurobiological state by means of learning» (1999, p. 90).

aussi les éléments de ces propriétés des êtres que seulement ensuite la biologie va définir par les concepts de “*neurognosis*” et “*exaptation*” :⁷⁷

«[e]ach of us, through the accumulation of personal experience, develops a view of the world, starting from day one. And that view of the basis of the strategy we use for living – for surviving. Which would be fine if it were not for the fact that the world changes all the time and also threatens to render our strategy obsolete. For that reason we must *update* our world view by perceiving new information, processing it, and relating it to our previously accumulated fund of knowledge, which it will complete or modify. By doing this we update our strategy of survival» (Scitovsky 1992a, 42; mon emphase).

Pour Scitovsky, “culture” est *autopoiesi* de l’individu, considérée comme mélange unique et jamais répété de qualités natives (*neurognosis*) et de capacités acquises (*exaptation*) par le biais de connaissance et d’expérience ; sa fonction est celle de procéder à la continuelle réorganisation des événements intentionnellement appelés avec ceux qui arrivent accidentellement de façon à ouvrir à l’expérience la possibilité d’acquérir de la connaissance nouvelle. Pour cette raison, selon Scitovsky, il est important que de “*se connaître soi même*” (ici la référence à l’avertissement socratique *gnôthi s’autòn*, connais-toi toi-même!, est particulièrement évidente).

Si l’on imagine nager sur une table au milieu de la mer au calme plat (état de calme) la courbe en “U” renversée de l’*arousal* peut être considérée comme une vague qui soudain apparaît à l’horizon (l’émotion produite du *mismatch*, à son tour causée par la nouveauté). Etant donné que nous ne pouvons éviter l’onde, c’est à nous et à notre expérience de bon nageurs que de se positionner au mieux notre table, de trouver l’équilibre correct et d’exploiter la force du courant pour rejoindre vite la terre, en prenant garde à ne pas faire de manœuvres maladroites et à éviter que la masse d’eau déferle contre nous, ou pire de rester inertes et attendre qu’elle nous écrase sous son propre poids.

Scitovsky attribue à la Culture une tâche qui est très semblable à celle de l’aurige de Platon : celui-ci doit connaître ses propres émotions, soit désagréables soit agréables (les chevaux ailés), les aménager et les conduire pour canaliser leur énergie pour que, avec leur aide, il puisse procéder à la réorganisation continuelle des éléments de façon à comprendre

⁷⁶ Piaget, *The Equilibration of Cognitive Structures* (1985).

⁷⁷ Le mot “*neurognosis*” «*literally means knowledge inherent in the initial organization of the neural networks mediating perception, cognition, imagination, feeling, intuition, etc. In a word, I mean all learning is mediated by neurognosis*» (Laughlin 1996, p. 368). Le mot “*exaptation*” a été introduit par les biologistes Stephen J. Gould et Elizabeth S. Vrba (1986).

l'élément novateur dans l'expérience précédente ; pour cela il a besoin de pratique et d'exercice.

Dans cette optique on comprend immédiatement le rationnel de Scitovsky, selon lequel les émotions ne doivent pas être considérées simplement des *perturbationes animi*,⁷⁸ comme, par contre, le laisserait comprendre la théorie psychologique comportementale et la théorie économique néoclassique ; au contraire, après avoir vérifié le rôle critique qu'elles occupent dans la réalisation de la meilleure performance, reconnaître l'importance de leur fonction en traduisant un choix théoriquement efficace dans une stratégie concrètement efficace est obligatoire pour le développement intellectuel personnel, en particulier et pour la réalisation du progrès économique en général.

Culture est donc *sophrosyne* (maîtrise de soi). Le produit harmonieux d'une passion intense sous un parfait contrôle, dans son caractère dynamique, est bien représenté par l'image de l'aurige qui, avec force, conduit et refrène ses chevaux hardis.⁷⁹

Pour Scitovsky, en effet, la Culture ne représente pas simplement la connaissance, considérée, comme une collection d'informations, mais elle a un sens plus large, à comprenant la connaissance tacite et la connaissance exprimée, ou le "knowing how", le "knowing that" de Ryle (1949), le "tacit knowledge" de Polanyi (1967), l'expérience (la théorie de la connaissance et de l'apprentissage de Hayek (1952), en acquérant un rôle proche à celui que Damasio (1994; 2005) attribue au "*somatic marker*". Dans cette optique, la Culture est la capacité de maîtrise de soi que l'on acquerrait avec un travail absorbant et constant de "*training and learning*", orienté vers l'autodétermination et la domination de soi dans les différentes occasions concrètes dans un balancement de forces opposées (raison et sentiment) en *équilibre dynamique*.

Toutes ces facultés sont accessibles seulement à ceux qui montrent une "maîtrise de soi", ou *self-control* qui rend possible la libération des passions et, en même temps, en rend possible le contrôle. Curieusement (la *Weltanschauung* du philosophe est très loin de celle de l'économiste), cette conception de la Culture comme *critère de contrôle* du conflit est analogue à celle que Nietzsche attribue à la mesure dans l'*Aurore*. Elle est rappelée par van Tongeren, selon lequel "*la caractéristique la plus importante de ce que Nietzsche affirme sur la mesure est ... la suivante : chaque mesure devrait être ouverte à la croissance (growth) et au surpassement de soi (self-overcoming). Les forces qui sont contrôlées et mesurées par certains critères ne doivent être réduites et affaiblies, mais plutôt rendues plus fortes. ... L'idéal n'est pas le contrôle mais la plus grande multiplicité et*

⁷⁸ Cicéron, *Tusculanae disputationes*, § 3, 4, 38, 82.

⁷⁹ Platon, *Fedro*.

énergie des forces qui sont encore sous contrôle. Dit en d'autres mots : l'idéal est d'être en mesure de supporter une pluralité riche de tensions sans la réduire selon les lignes de l'idéal ascétique et sans l'affaiblissant "laissez faire" de la démesure moderne" (2001, p. 146). Dans cette acception la mesure prend donc une valeur d'équilibre instable, mais non pas précaire, qui pose l'accent sur le rapport dynamique des éléments, adressés selon un flux incessant mais gouverné par l'individu qui, dans son procès de surpassement ininterrompu, exige l'expérimentation constante. Selon Scitovsky, justement, la discipline imposée par les règles de l'éducation (*schooling and parenting*), qu'il propose comme méthode pour acquérir la Culture, ne représente pas la renonce ascétique qui libère des passions, mais l'exercice à l'apprentissage d'une habileté particulière que l'on obtient surtout à travers l'expérimentation pratique, dont le but est la réalisation d'un surpassement progressif et conscient de ses limites.

A l'aide de l'élaboration raisonnée de la théorie neuropsychologique de l'*arousal* de Berlyne et de la théorie connexionniste de Hebb que, bien que synthétiquement, nous avons exposées dans les paragraphes précédents, Scitovsky offre aux économistes un instrument de recherche pour la prédiction du comportement, plus scientifique comparé à celui des préférences révélées qui est encore utilisé par la théorie néoclassique. Des observations faites par l'économiste (récemment accréditées par les recherches de LeDoux et Frjida et par les épreuves de laboratoire de Kahneman) un profil évolutif de caractère épistémologique se révèle : tandis que les gènes sont responsables du procès de synthèse des protéines qui déterminent le modèle de connexion des neurones, la Culture intervient de manière décisive sur la plasticité synaptique, soit sur la formulation et la modification des systèmes synaptiques, soit sur la disposition et la sélection des parcours neuronaux. *La fonction de la Culture est donc double : non seulement elle adoucit les instincts, mais, en éveillant des passions, elle ouvre à la possibilité d'une production incessante de connaissances nouvelles, pratiques et théoriques.* Au-delà d'être économiquement utile, sa pratique est aussi agréable pourvu qu'elle produise le *stimulus* du changement. Selon Scitovsky, à l'aide de la Culture les personnes obtiennent les *skills* nécessaires pour individuer et maintenir cet *optimal stimulation level*, cette fragile situation d'équilibre dynamique qui résulte de la coparticipation active de forces opposées et qui consent aux individus de dominer et gérer ses propres émotions et d'en canaliser l'énergie d'une façon efficace, pour acquérir de la connaissance nouvelle (Hebb 1955) et l'adoption de stratégies optimales (Damasio 1994), en addition à la survivance dans la longue période (Gilboa 2001).

La Culture est un instrument précieux à cultiver et à pratiquer continuellement, puisqu'elle pose l'individu dans les conditions de *savoir choisir* le *stimulus* qui fournit le

changement dans le niveau de *arousal* plus approprié aux circonstances contingentes. Savoir éveiller les émotions est justement une stratégie particulièrement efficace dans le cas où, par exemple, le milieu extérieur est pauvre de *stimulus* intéressants, c'est-à-dire qu'il est monotone, ou bien, au contraire, la pluralité et l'intensité des *stimulus* est telle qu'elle comporte la désorganisation du comportement.

Il semblerait donc que Scitovsky devienne le défenseur d'une théorie de l'évolution de nature épistémologique, en contraste avec le principe évolutionniste-darwinien qui appuie la survivance du plus approprié essentiellement sur la dotation génétique de départ. Comme il apparaît dans des études faites par Hebb, les capacités d'apprentissage et, en définitive, la mesure de l'intelligence d'une personne est représentée par la mesure du "trafic" de signaux que les neurones échangent, et donc non pas par leur nombre, qui est déterminé génétiquement, mais plutôt par leurs qualités et capacités associatives.

Le modèle psychoneurobiologique que Scitovsky propose dans *The Joyless Economy* est par conséquent celui d'un "cerveau évolutif" : les gènes déterminent quels neurones sont connectés initialement et avec quels poids ; mais c'est l'expérience, et non pas les gènes, qui détermine le développement des synapses, en privilégiant celles qui seront utilisées le plus souvent. Les connections les plus sollicitées par l'expérience se fortifient, les autres s'affaiblissent. Selon les expériences vécues par l'individu on aura des configurations neuronales différentes, c'est-à-dire des cerveaux différents, à parité de nombre de cellules dont il a été doté. Les neurones s'organisent à leur tour en zones qui marquent les parties spécialisées du cerveau dans une sorte d'autorégulation fonctionnelle (*i.e. exaptation*, adaptation aux circonstances nouvelles) qui se réorganisent sur la base des informations dérivant soit du milieu, soit de la base génétique-organique de départ.

§ 8. La Culture de la consommation

Scitovsky identifie les causes et entrevoit les remèdes potentiels à l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être, en utilisant la même logique procédurale qu'il a utilisé pour découvrir les causes de l'insatisfaction de l'homme moderne.

Par la théorie de l'*arousal*, l'économiste montre que le plaisir naturel descend du changement et que celui-ci, à son tour, descend principalement de la nouveauté (*«novelty is the essential element in all stimulation»* (1992a, p. 122)). De plus, les neuropsychologues ont montré que, pour éveiller une stimulation agréablement satisfaisante, la nouveauté ne doit pas être excessive, mais doit être combinée avec les informations qui sont déjà en notre possession

(i.e. redundancy)⁸⁰ («it is his education and previous knowledge that determine what is familiar to him [the consumer]» *ivi* p. 225). Ce sont en effet les informations collectées précédemment qui nous permettent de “processer” la nouveauté et de satisfaire notre insatiable besoin de connaissance («culture is the preliminary information we must have to enjoy the processing of further information» (*ivi*, p. 226). Retenue sous forme d’expérience, la connaissance que l’on vient d’acquérir compose à son tour la première condition nécessaire pour acquérir de la connaissance nouvelle («culture is the preliminary knowledge necessary to provide enough redundancy for the enjoyment of new knowledge» (*ivi*, p. 228). Ce procès de “destruction créatrice” conserve inaltéré le mouvement perpétuel du circuit vertueux («culture ... [i]s the training and skill necessary to enjoy those stimulus satisfactions whose enjoyment requires skill and training» (*ivi*, p. 226).

«since only the enjoyment of stimulatino is skilled consumption» (*ibidem*),

par conséquent le consommateur aussi, comme individu, doit reconnaître

«[h]is need for novelty and variety, his need of *consumption skills* to enjoy certain forms of consumption» (*ivi*, p. 225; mon emphase).

L’analogie contenue dans le raisonnement de Scitovsky est évidente : comme, pour être heureux, l’individu doit posséder cette culture nécessaire qui lui consent d’alterner consciemment des activités *confortables* à des activités stimulantes, analoguement, pour être satisfait le consommateur doit posséder ces capacités nécessaires (*consumption skills*) qui lui permettent d’alterner sans aucun excès la consommation de biens défensifs avec la consommation de biens créatifs, en recherchant dans ceux-ci l’élément de nouveauté subjective qui le rende plus satisfait. Pour cette raison, selon Scitovsky

«consumption of novelty is skilled consumption» (*ivi*, p. 58).

⁸⁰ «I have argued at lenght that for stimulus to be enjoyed, it must combine redundancy with novelty, and that the degree of enjoyable redundancy depends on a person’s knowledge and previous experience» (Scitovsky 1992a, p. 275). «Redundancy can just as well be looked upon as something the recipient’s mind must contain if he is to enjoy the stimulus» (Scitovsky 1992a, p. 225).

Scitovsky juge donc que pour être satisfait, le consommateur doit être un consommateur compétent (*skilled consumer*).⁸¹ En synthétisant le concept en un mot, selon Scitovsky, pour maintenir vivant le rapport compétitif avec le producteur spécialisé, le consommateur doit être un “généraliste” (*generalist*), c’est-à-dire, qu’il doit posséder une culture de consommation de grande envergure, pour pouvoir opérer une “consommation critique”, de façon à savoir reconnaître et employer profitablement non seulement cette *connaissance* nécessaire pour *processer* la nouveauté objective contenue dans l’énorme (parfois excessive) quantité d’informations avec lesquelles le producteur le recouvre de façon toujours plus pressante, mais aussi cette *expérience* nécessaire pour individualiser la nouveauté subjective contenue dans le produit standardisé et massifié (rappelons-nous la consommation créative des biens défensifs). L’économiste précise que le fait de devenir des consommateurs compétents nous permet non seulement d’étendre nos possibilités de consommation (Bianchi 2002), mais nous permet aussi de conserver intacte notre liberté de choix. Une liberté qui, toujours plus souvent est menacée par les campagnes publicitaires agressives des producteurs qui s’efforcent de créer non seulement un produit pour le consommateur, mais aussi et surtout un consommateur pour le produit. A cet égard, Scitovsky s’attarde à plusieurs reprises sur les distorsions que la publicité induit dans la perception du consommateur.

«[d]ifferent skills of consumption open up different stores of source of stimulation, and each gives us greatly enhanced freedom to choose what we personally find the most enjoyable and stimulating, holding out the prospect of a large reservoir of novelty and years of enjoyment» (*ivi*, p. 235).

Etant donné que l’expérience qui nous fait gagner de la nouvelle connaissance suppose l’apprentissage, Scitovsky indique les lieux idéaux pour *apprendre* à consommer.⁸²

«Schools, along with homes, ought to teach all of us not only work skills with which to earn our living, but also the *liberal arts*, which impart the skills that render socially desirable leisure

⁸¹ Il est particulièrement significatif que pour Scitovsky ‘*skilled*’ (expert), a un sens complètement opposé à celui-là assumé par *The Wealth of Nations*. Pour le monde industrialisé “*skilled*” signifie ouvrier spécialisé à une fonction précise et déterminée à l’intérieur de l’usine manufacturière. Pour Scitovsky, “*skilled*” signifie par contre, personne de la culture ample (*generalist*) qui a acquis une expérience telle à être apte à s’insérer, s’appliquer et accomplir de manière autonome une pluralité de devoirs.

⁸² Avec son théorie sur le “*learning to consume*”, Ulrich Witt semble continuer idéalement le discours que Scitovsky ouvre dans *The Joyless Economy* (p. 235): «[t]he general improvement in education over the past hundred years has been an important prerequisite for making more sophisticated consumption technologies intelligible, for disseminating information on the growing number of consumption opportunities, and thus for a growing consumption expenditure. More recently, the booming advertisement industry has been instrumental in enhancing consumer knowledge about available tools and the wants they are supposed to serve» (2001, p. 34).

activities enjoyable, make life and people more interesting, and are necessary for making the *informed choice* essential for securing that balance between comfort and stimulation that best suits our temperament in different phases of our life and career» (Scitovsky 1992a, p. 300; mon emphase).

Pourvu que

«[o]ur lack of interest in culture does express our bias in favor of comfort and against stimulation» (*ibid.*, p. 232),

«the solution of that [consumer dissatisfaction] problem awaits a reform of our educational philosophy and lifestyle» (Scitovsky 1991, p. 269).

En approfondissant l'analyse neuropsychologique de la motivation humaine, Scitovsky a montré que le responsable principal de l'insatisfaction du consommateur n'est pas tant le progrès technologique, que le défaut de Culture d'une "société d'individus" qui, trop facilement, s'est laissée séduire par le *confort* des biens défensifs, et de consommateurs qui, aussi facilement, ont renoncé à leur "souveraineté" de marché (*"On dit souvent que le marché séduit les consommateurs. Mais cela présuppose que ceux-ci soient déjà prêts et bien disposés à se laisser enchanter"* Bauman 2004[1998], p. 46).

Les éléments recueillis au cours de la recherche interdisciplinaire ouverte par Scitovsky montrent que la solution à l'insatisfaction du consommateur est la Culture («*stimulus enjoyment is by definition a cultural activity*» (Scitovsky 1992, p. 226), directement, comme moyen d'approvisionnement des *creative goods* et indirectement, comme moyen de régulation de la production et de la consommation des *defensive goods*.

C *onclusion*

«You cannot solve a problem with the same level of thinking that created it»
(Albert Einstein)

A travers l'analyse de la théorie de Scitovsky sur les consommations induites, on a approfondi dans le chapitre 2 la manière dont l'économiste utilise les instruments de la psychologie pour expliquer des phénomènes économiquement considérables, tels que l'insatisfaction du consommateur. Dans ce dernier chapitre on va essayer de comprendre comment sa contribution se relie au dialogue entre l'économie et la psychologie.

§ 1. *Vox clamantis in deserto*. Un précurseur

Dans *The structure of scientific revolutions* (1962), Thomas S. Kuhn observe que '*quand un problème normal (c'est-à-dire un problème qui devrait être résoluble par le moyen de règles et de déroulements connus), résiste à l'attaque renouvelé des membres les plus habiles du groupe dans la compétence desquels il tombe ... et quand la profession ne peut plus se passer des anomalies qui bouleversent la tradition existante dans la pratique scientifique, c'est bien alors que l'on engendre ces études extraordinaires qui arrivent à conduire la profession à accueillir un ensemble nouveau d'engagements, qui vont établir la nouvelle base de la pratique scientifique*'.

Kuhn observe aussi que la science normale supprime souvent des nouveautés fondamentales, puisque celles-ci bouleversent nécessairement ses fondements. Puisque la décision d'abandonner la théorie scientifique dépassée demande la destruction à grande échelle des paradigmes existants et des modifications fondamentales dans les problèmes et dans les techniques adoptés par la science, l'émergence de théories nouvelles est généralement précédée par une période de profonde incertitude dans la discipline

concernée. L'assimilation de la nouvelle théorie demande donc la reconstruction de la théorie préexistante et une nouvelle évaluation des faits précédemment observés, procès intrinsèquement révolutionnaire qui est rarement terminée par un seul homme et qui ne peut se réaliser du jour au lendemain.

La contribution de Tibor Scitovsky se place dans une période de transition pour la science économique analogue à celle décrite par Kuhn : tandis que, d'un côté, la théorie économique néoclassique se retranche derrière ses piliers dont on doutait de la solidité, de l'autre l'avancée de nouvelles théories alternatives allait en éroder les fondations, lentement mais progressivement.

Comme nous avons essayé d'expliquer dans le chapitre précédant, pour Scitovsky comprendre la "logique des émotions" est parmi les devoirs principaux de l'économiste. A cause de son ouverture interdisciplinaire à la psychologie, qui avait attaqué certains principes fondamentaux de l'économie traditionnelle, tels que le principe des préférences révélées, *The Joyless Economy* reçut bien de critiques à l'époque de sa première édition. Cela n'aurait pas pu être autrement :

«*The Joyless Economy* was a revolutionary book, but that was the problem with it» (Friedman e McCabe, 1996, p. 471);

«It was the middle of 1970s. Growing conservatism in social thought (following the radical 1960s) was being accompanied by some hardening of methodological inertia in economics» (Sen, 1996, p. 481).

«When the first edition of Tibor Scitovsky's *The Joyless Economy* articulated this message in 1976, most economists simply were not ready for it» (Frank, Foreword to *The Joyless Economy*, revised edition, 1992, p. iii).

Selon l'économiste Shlomo Maital (1988), la première édition de *The Joyless Economy* fut l'objet de plusieurs critiques négatives justement parce que

«winning the race requires skill at both leaps and steps. In science, as in horse race, it is the leaps that arouse the crowd. In economics, attempted leaps are overly scarce. Tibor Scitovsky's book, *The Joyless Economy*, is one of the most interesting, significant, and original of such attempts» (Maital, 1988, p. 1).

Comme démonstration pratique de ce que Kuhn théorise, la force de la théorie de Scitovsky se heurta contre une fermeture mentale envers la nouveauté de la part de la communauté scientifique.

Scitovsky a donc été un précurseur; pour que ses mérites fussent ouvertement reconnus par la communauté scientifique, il fut nécessaire d'attendre le saut générationnel prophétisé par Kuhn : vingt ans après sa première publication, le *Times Literary Supplement* du 1995 place *The Joyless Economy* parmi les cent livres les plus importants de la deuxième moitié du XX^e siècle. En parcourant les interventions du Symposium commémoratif organisé à l'occasion du vingtième anniversaire de sa première édition (publiés sur le périodique *Critical Review*), parmi les mérites divers attribués à Scitovsky, on lui reconnaît celui d'avoir rouvert le dialogue entre économie et psychologie, en l'enrichissant de sujets nouveaux :

«this incautious view has the merit of making the “marriage” of economics and psychology desired by Scitovsky and many others the return to consideration of the concept of value seem no strange quest, no fringe pursuit, no attempt at “imperialism” from one field or the other, but an entirely natural enterprise, one that invites discovery and testing» (Benedikt, 1996, p. 554-5).

Le nom de Scitovsky, toutefois, est souvent rapproché de celui des économistes qui ont utilisé les instruments de la psychologie justement pour essayer de doter les postulats de l'économie néoclassique d'un support scientifique. Cela dénote que son message n'a pas encore été totalement compris. Le paragraphe qui suit essaie d'éclaircir davantage ce sujet.

§ 2. Quelle Economie Comportementale. Un critère pour plus de clarté

Les spécialistes (Camerer et Loewenstein 2004, Frey et Stutzer 2007, Loewenstein et Angner, sous presse) qui ont approfondi les origines de l'économie comportementale, comptent aujourd'hui Scitovsky parmi ses précurseurs. En effet, la recherche faite par Scitovsky sur les causes de l'insatisfaction du consommateur semble réaliser ce que l'économiste Kenneth Boulding avait prophétisé quand, en prédisant la naissance d'un mouvement qu'il appela “behavioral economics” (économie comportementale), il en définit le domaine de recherche dans ces termes: «*[behavioral economics] involves study of those aspects of men's images, or cognitive and affective structures, which are more relevant to economic decisions*» (Boulding 1961[1958], p. 21; mon emphase).

Ensuite, toutefois, le terme “économie comportementale” a pris des significations de nature différente. Aujourd'hui, plusieurs économistes posent les bases de l'économie

comportementale dans le mouvement qui se développe en économie à la suite de la révolution cognitive qui eut lieu au cours des années 1950 en relation au positivisme philosophique et au comportementisme psychologique. Justement sur la base de cette considération, Eric Wanner, par exemple, juge que le terme “économie comportementale” est trompeur et incline, plutôt, pour la terminologie “économie cognitive”, puisqu’il conçoit cette discipline comme une application des sciences cognitives au procès décisionnel en économie (mentionné dans Lambert 2006, p. 52). Matteo Motterlini et Francesco Guala (2005), traduisent l’anglais “behavioral economics” avec le terme italien “economia cognitiva”, économie cognitive (p. *vi*).

Cette interprétation, si elle explique la raison pour laquelle le nom de Scitovsky est souvent nommé avec celui de Simon et Kahneman (Camerer et Loewenstein 2004, Frey et Stutzer 2007), respectivement économiste et psychologue cognitif, semble de toute façon être la plus éloignée de ce que les économistes comportementaux font effectivement. Les spécialistes cognitifs, différemment des économistes comportementaux, ont en effet dédié relativement peu d’attention au rôle des émotions, des états d’âme dans le procès décisionnel. Cette circonstance est éclaircie par l’économiste Peter Earl qui justifie le faible succès de l’économie cognitive justement «*on the ground that ‘the cognitive approach is essentially cognitive’ – in other words, because they see it as a more concerned with what people know than what they do*» (Earl 1990, p. 725).

La confusion augmente lorsque Daniel Kahneman (*et al.*), dans ‘*Back to Bentham?*’ (1997) ramène les principes de l’économie à ceux soutenus par les premiers économistes néoclassiques.⁸³ Dans sa *Nobel Lecture* du 8 décembre 2002, il affirme qu’il a travaillé pendant toutes ces années avec le but de démontrer scientifiquement ce que l’économiste cognitif Herbert Simon avait précédemment théorisé.

Même le désaccord entre Simon et les économistes néoclassiques s’adoucit, dès que l’on considère le but pour lequel l’économie comportementale a débuté : Simon (1992[1978] et 1987a, p. 221), comme les premiers économistes néoclassiques, Jevons, Edgeworth et Pantaleoni (et comme Scitovsky aussi, 1992a, p. *xiii* et 1992b, p. 251) fait appel à la psychologie pour enrichir le modèle néoclassique avec un caractère scientifique et un réalisme plus profonds.

Cette dernière considération peut surprendre puisque, traditionnellement, la littérature scientifique a toujours placé la psychologie cognitive en position antithétique à la psychologie comportementaliste. Cependant, comme James Baars (1986) souligne

⁸³ Cmp. Bruni et Porta (2006).

clairement, il y a une certaine convergence de perspective entre comportementistes et cognitivistes:

«behaviorists were clearly physicalists. And most cognitive psychologists are probably “dual-aspect physicalists,” at least implicitly, tending to believe that reality is ultimately physical, and that subjective experience is merely a different perspective on the physical world» (Baars 1986, p. 9).

A cause de l'amplitude et de la différenciation des contributions que la pensée économique reconnaît à l'économie comportementale et en raison des contradictions qui inévitablement s'élèvent d'une taxonomie de telle amplitude, définir Scitovsky comme un économiste comportemental nous paraît un élément résolument faible pour distinguer la nature de l'intervention de Scitovsky dans le dialogue entre économie et psychologie. Nous souhaitons pourtant nous adresser à de la littérature supplémentaire et d'approfondir la théorie psychologique que les différents économistes ont utilisé pour édifier leurs théories économiques. En avançant de cette façon, nous sommes immédiatement en mesure de faire une importante distinction préliminaire ; d'un côté, nous distinguons une branche d'économistes qui juge le comportement des individus comme le résultat d'une série de régularités et automatismes que l'on peut reconduire essentiellement à la psychophysique de Fechner et au comportementisme des pionniers (Watson) et de leurs successeurs (Skinner, Hull). Les différentes recherches et activités de ces économistes sont reliées par le but commun de découvrir et expliquer ces régularités dans le comportement concret des agents économiques. De cette branche, comme on l'a vu dans le chapitre 1, font partie les économistes néoclassiques, non seulement de première génération, mais aussi tous les économistes qui, bien en reconnaissant l'insuffisante capacité prédictive du principe néoclassique des préférences révélées, penchent de toute façon vers une théorie du choix non attribué exclusivement ou principalement à l'évaluation subjective des individus.⁸⁴ Dans le cercle nous intégrons les neuroéconomistes, comme par exemple Aldo Rustichini (2005), qui appuient la théorie des choix sur la base de l'observation de l'activité du cerveau (au moyen d'une simple mais ponctuelle définition du plan des zones cérébrales).⁸⁵ A ce même cercle nous pouvons inclure les économistes cognitifs comme Herbert et Simon qui, engagés

⁸⁴ Kahneman (1999).

⁸⁵ Cmp. Kahneman (1999).

personnellement dans la révolution cognitive des années 1950, ont fondé la théorie des choix sur la base de l'observation de l'activité de l'esprit.⁸⁶ Les économistes cognitifs, en effet, en s'inspirant de la cybernétique, conçoivent l'esprit comme une machine imparfaite (ce qu'on appelle le principe de la rationalité limitée), induite en erreur par la reproduction de déterminants heuristiques (mécanismes psychologiques responsables de telles imperfections) qui ont été l'objet principal de l'étude de Kahneman à partir des années 1970 jusqu'à aujourd'hui.⁸⁷

De l'autre côté nous distinguons le cercle des économistes qui, sur la base de l'introspectionnisme de Wundt,⁸⁸ jugent le comportement (et par conséquent les choix) des individus comme le résultat de l'action jointe du physiologique et du psychologique.

Scitovsky, qui dans *The Joyless Economy* fait référence explicitement au psychologue allemand (Scitovsky 1992a, pp. 7 et 34), fait partie, sans aucun doute de cette deuxième tradition, comme en font partie aujourd'hui tous ces économistes qui, jugeant la motivation intrinsèque comme une composante effective et essentielle du processus décisionnel, attribuent un plus grand crédit aux facultés prédictives d'une théorie du choix basée sur un critère d'évaluation subjective du bien-être, plutôt que sur les préférences révélées.

§ 3. La contribution de Scitovsky à l'Economie Comportementale: une théorie de la rationalité alternative à la théorie néoclassique

L'opération faite dans le paragraphe précédant nous a permis de distinguer les auteurs, parmi les nombreux représentants de l'économie comportementale, qui ont contribué, même indirectement, à valider les principes de la théorie économique néoclassique, tout en refusant celui des préférences observables, de ceux qui, en soulignant l'importance des motivations intrinsèques dans le processus décisionnel, ont au contraire démontré l'incohérence fondamentale d'une théorie des choix basée sur le principe utilitariste (*outcome oriented*) et sur le principe des préférences révélées (*observable preferences*).

Parmi les auteurs du premier groupe, nous avons situé les premiers économistes néoclassiques, les partisans de la neuroéconomie et tous les économistes qui, à titre divers,

⁸⁶ Cmp. Rappard *et al.* (1980).

⁸⁷ Cmp. Frey et Stutzer (2007).

⁸⁸ Cmp. aussi, Baar (1986).

accréditent la justesse théorique d'un critère d'évaluation du bien-être de type objectif, comme Daniel Kahneman (Kahneman 1999).⁸⁹

Parmi les représentants du deuxième groupe nous distinguons, par exemple, les chercheurs qui ont introduit le concept d'«utilité procédurale» (Tjyer 1997, 2003; Frey 2000; Frey et Stutzer 2002, 2005; Tyran et Englemann 2002, 2005 Frey, Benz et Stutzer 2004; Benz 2007), un principe qui se pose en contraste partiel avec le modèle de l'économie traditionnelle, pourvu qu'elle affirme que les individus ne font pas leurs choix uniquement d'une façon instrumentale, sur la base du résultat, mais aussi et principalement sur la base d'une série de principes qu'ils considèrent personnellement dignes d'être observés, leurs motivations intrinsèques. Parmi les travaux les plus significatifs dans ce domaine nous rappelons ceux de Clark et Oswald (1994), Benz et Stutzer (2003) et Benz et Frey (2008) en ce qui concerne la satisfaction tirée du travail (*job satisfaction*), ceux de Tyran et Englemann (2002) en ce qui concerne les décisions de consommation,⁹⁰ Lind et Tyler (1988) et Taggart (1997) en matière d'analyse économique des systèmes juridiques,⁹¹ Bruno Frey et Alois Stutzer (2002 et 2004) et Mathias Benz (2007) sur les motivations intrinsèques et les décisions politiques. En particulier, ces économistes ont démontré empiriquement que la reconnaissance des droits à la participation politique, comme par exemple la liberté de prise de parole, le droit de vote, etc., et les instruments qui en facilitent l'exercice, tels que l'institution démocratique du referendum, de l'initiative populaire et des pétitions populaires, ont un effet causal sur le bien-être des citoyens, indépendamment de leur exercice effectif, ou bien du résultat du vote. Les économistes font descendre tous ces phénomènes d'une explication commune, qui s'appuie sur le présupposé de l'existence et de la nécessité de satisfaire «*innate needs of autonomy, competence and relatedness*» qu'ils considèrent comme le propre des êtres humains et leur transmettent «*a sense of inclusion, identity, and self-determination*» (Benz 2007, p. 3). Les besoins décrits par Benz correspondent parfaitement à la typologie des besoins que

⁸⁹ Comme remarque aussi Colin Camerer: «*this sort of psychology [the contribution of Kahneman and Tversky] provided a way to model bounded rationality which is more like standard economics than the more radical departure that Simon had in mind. Much of behavioral economics consists of trying to incorporate this kind of psychology into economics*» (Camerer 1999).

⁹⁰ Tyran et Englemann (2002) ont montré que les motivations d'un tel boycottage «*serve to punish sellers for apparently 'unfair' price increases*» (p. 3). Des résultats analogues ont été collectionnés en différents pays : Konow (2001) aux Etats-Unis, Frey et Pommerehne (1993) en Suisse et Allemagne, Shiller, Boycko et Korobov (1991) en Russie.

⁹¹ Les économistes Lind et Tyler (1988) et Taggart (1997) ont montré que les gens réagissent négativement si les procédures juridiques sont perçues comme iniques, indépendamment du résultat du procès. En plus, les gens sont disposés à accepter un verdict négatif, s'il est émis par un tribunal ordonné avec des procédures «équitables».

Scitovsky avait déjà éclairci en *The Joyless Economy* pour expliquer les causes de l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être.

On peut attacher au même groupe les économistes qui, en utilisant la théorie des jeux, ont démontré l'existence de certains facteurs déterminants des motivations du comportement nettement en antithèse avec le principe néoclassique du *self-interest*, tels que l'altruisme et la 'équitabilité' (*fairness*) dans les échanges économiques.⁹²

De ce cercle Scitovsky aussi fait surement partie grâce à sa théorie sur les consommations induites, qui explique le choix des individus sur la base des motivations intrinsèques, soulevant des critiques plus radicales à l'égard des principes de l'économie néoclassique :

a) *Utilitarisme hédonique*. Scitovsky insiste sur trois circonstances d'importance fondamentale : en premier lieu, par la théorie motivationnelle de l'*arousal* élaborée par les psychologues comportementaux des années 1950-1960, il fournit la preuve scientifique que le procès décisionnel des individus est organisé dans une perspective procédurale (on n'agit pas pour éprouver un plaisir, mais on éprouve plaisir parce que l'on agit).

En deuxième lieu, Scitovsky observe que le plaisir hédonique est seulement l'un des composants du plaisir humain. Sur la base des études faits dans le domaine de la motivation, il montre la coexistence du même nombre de composants de nature psychogène qui, s'ils ne sont pas satisfaits, font éprouver une douleur, malgré la satisfaction complète du composant hédonique (ex. : je gagne bien, donc j'ai abondance d'aliments et d'argent à dépenser en divertissements, mais je souffre malgré tout puisque je n'aime pas mon travail, bien que rentable).

En troisième lieu, par la théorie de l'*arousal*, l'économiste montre que la logique de la satisfaction n'est pas liée à la maximisation du plaisir, de nature hédonique où bien psychogène ; au contraire, la logique de l'organisme humain est liée à un comportement du type "*satisficing*", c'est-à-dire orienté vers la satisfaction intermittente et non complète de deux typologies de besoin.

b) *Utilité marginale décroissante*. Toujours sur la base des recherches dans le domaine de la psychologie de la motivation, Scitovsky souligne que, différemment des besoins physiologiques (qu'il appelle *appetitive desires*), les besoins psychologiques (qu'il distingue en *need for stimuli* et *social needs*) sont par leur nature même insatiables (*unsatiable*) et

⁹² Pour une présentation exhaustive du sujet, nous renvoyons à Kolm et Ythier (2006).

incomblables (*unfillable*): à cause d'un instinct inné de curiosité (que, toujours en se reliant à la terminologie psychologique, Scitovsky appelle "*psychological growth*"), le désir d'acquérir de la connaissance nouvelle, en effet, ne cesse pas.

c) *Self-interest*. En opposition ouverte avec un autre principe qui est à la base de la pensée économique, pas uniquement néoclassique, soit le principe du *self-interest*, Scitovsky met en évidence que le développement des relations interpersonnelles (*interpersonal relationships*) est une exigence si primordiale pour l'être humain que, dans certaines circonstances, il est disponible à sacrifier son intérêt propre à condition de satisfaire ce besoin. Ce comportement, que l'économie traditionnelle considère irrationnel est pour Scitovsky au contraire complètement cohérent, parce qu'il est relié intimement à la nature humaine. Pour cette raison, l'économiste juge que «*to condemn such behavior [self-interest] by the standard of the affluent consumer's rationality is presumptuous and wrong-headed*» (1992a, p. 66).

d) *Préférences révélées*. Scitovsky considère qu'élaborer une théorie des choix sur la base du principe des préférences révélées représente une explication trop superficielle et approximative du comportement humain. En approfondissant le sujet des motivations intrinsèques qui poussent l'individu à faire des choix déterminés, la psychologie motivationnelle offre au contraire une vision plus scientifique et précise des dynamiques impliquées dans le procès décisionnel. Cela trace la voie à l'opportunité d'adopter des critères d'évaluation subjectifs du bien-être.⁹³

En analysant les dynamiques sur la base desquelles les personnes apprennent, raisonnent, décident, nous tirons la conclusion, enfin, que *Scitovsky a proposé une vision de la rationalité alternative à celle des néoclassiques, puisque il relie la satisfaction non vraiment à la poursuite*

⁹³ Selon Friedman et McCabe (1996), ce dernier point constitue le sujet clé qui représente le point le plus innovant de la théorie Scitovkyenne. L'observation de Friedman et McCabe va au-delà: les deux économistes déduisent que mettre en problème les préférences révélées de fait implique ouvrir la voie à des problèmes philosophiques qui ont trait à l'utilité du bien-être matériel – «*the chief question [of The Joyless Economy] was whether consumer capitalism makes people happy*» (Friedman et McCabe 1996, p. 471) –, mais également à des points à portée plus ample liés à la formation des préférences et à la liberté individuelle : «*in challenging as "unscientific" the economist's assumption that individual choice reflects the pursuit of rational self-interest (ibidem, p. viii), Scitovsky also challenged the central tenet of modern liberalism—of both the left- and right-wing varieties*» (Friedman et McCabe 1996, p. 472). Le sujet, à peine mentionné par Friedman et McCabe, par contre, est affronté ouvertement par Sugden (2006) dans lequel l'économiste anglais avance des critiques radicales contre l'approche "felicifico" de Kahneman et de l'approche "capacitationale" de Sen et Kahneman, sur la base du fait qu'étant basées sur un critère d'évaluation objective du bien-être, les deux leurs théories sont marquées par un "paternalisme" de fond qui gâte la liberté décisionnelle des individus. Le sujet, bien que dans la continuation logique de la pensée de Scitovsky, dépasse les frontières délimitées par la recherche présente ; pour un approfondissement, on renvoie à Di Giovinazzo (2008; sous presse).

d'un but déterminé, mais aux procédures au moyen desquelles il est rejoint. Cette vision, de toute façon, ne coïncide pas exactement avec celle de Simon (i.e. procedural rationality), puisque la rationalité de Scitovsky se base, comme celle de Simon, sur les procédures (procedures) et sur les motivations intrinsèques (aspirations) que les activent, plutôt que sur le résultat d'une utilité expérimentée (outcomes) (Simon 1972b, 1978 et 1987b) mais, à différence de celle de Simon, la rationalité de Scitovsky place les expériences émotives parmi les aspects essentiels des procès cognitifs en raison du fait qu'elles ne limitent pas, mais au contraire élèvent le niveau de rationalité.

Nous savons, en effet, que Scitovsky ne conçoit pas le comportement comme le simple reflet d'un stimulus interne ou bien externe mais, (justement comme Simon) il croit au rôle fondamental joué par l'esprit dans sa sélection et son élaboration. Cependant, pour Scitovsky (différemment de Simon) le comportement est le fruit de l'action partagée de raison et d'émotion. C'est pour cela, selon Scitovsky (à nouveau différemment de Simon), que *les émotions ne limitent pas les facultés intellectuelles, mais bien au contraire, elles peuvent jouer un rôle fondamental en corrigeant les erreurs du raisonnement abstrait.*

Pour Scitovsky, en effet, les individus qui sont en mesure d' "élaborer cognitivement les émotions", possèdent une sorte de *higher rationality* (Scitovsky 1992a, p. 66), puisque cela leur permet d'obtenir de meilleures performances par comparaison à celles obtenues par moyen de la *full rationality*, soit le raisonnement abstrait engendré par l'esprit (humain ou bien artificiel). Par conséquent, bien que beaucoup d'économistes considèrent les émotions comme un facteur de nuisance qui corrompt la pureté et la linéarité du raisonnement, selon Scitovsky un modèle économique qui est en mesure de "comprendre la logique des émotions" a plus de probabilités de succès car plus il possède d'expérience, plus exactes sont ses facultés de prédire le comportement des agents économiques.

Sur la base de ces résultats, en réponse à la question qu'on s'est posé au début de cette enquête, dans le chapitre introductif, nous pouvons donc affirmer que la psychologie utilisée par Scitovsky pour expliquer les causes de l'insatisfaction du consommateur dans l'économie du bien-être fait de lui sans doute et pleinement un représentant du cercle d'économistes comportementaux engagés dans l'élaboration d'une théorie du choix plus réaliste de celle des néoclassique. L'originalité de sa contribution, comparée au travail purement descriptif de ses collègues, réside dans le fait qu'il a été le premier économiste qui a compris la dimension de l'expérience subjective parmi les facteurs déterminants du bien-être individuel, sujet qui avait été auparavant un domaine réservé de la psychologie. L'analyse critique de la théorie de Scitovsky sur les

consommations induites a démontré la validité théorique et l'utilité pratique d'une théorie du bien-être basé sur un critère subjectif d'évaluation.

Bibliographie principale

- Scitovsky, T. (1959), What Price Economic Progress? *Yale Law Review*, vol. 49, pp. 95–110.
- Scitovsky, T. (*et al.*) (1960), 'Report of the San Francisco Curriculum Survey Committee', Prepared for the Board of Education, San Francisco Unified School District, 1 april 1960, in *Scitovsky papers*, Rare Book, Manuscript, and Special Collections Library. Duke University, Durham, NC.
- Scitovsky, T. (1972), What's Wrong With the Arts Is Wrong for the Society, *American Economic Review*, Supplement, vol. 63, pp. 62–69.
- Scitovsky, T. (1973), Notes On the Producers Society, *De Economist*, vol. 121, no. 3, pp. 225–250.
- Scitovsky, T. (1974), 'Are Men Rational or Economists Wrong?', in M. Abramovitz, P.A. David and M.W. Reder (eds), *Nations and Households in Economic*, pp. 224–235, Academic Press, New York.
- Scitovsky, T. (1974), The Place of Economic Welfare in Human Welfare, *Quarterly Review of Economics and Business*, vol. 117, no. 2, pp. 7–19.
- Scitovsky, T. (1981), The Desire for Excitement in Modern Society, *Kyklos*, vol. 34, pp. 3–13.
- Scitovsky, T. (1986), *Human Desires and Economic Satisfaction. Essays on the Frontiers of Economics*, New York University Press, New York.
- Scitovsky, T. (1986[1985]), 'Psychologizing by Economists', in *Economic Psychology: Intersections in Theory and Application*, Alan J. and Heather W MacFadyen (eds), Elsevier Science Publishers B.V., North-Holland, pp. 165–180.
- Scitovsky, T. (1991) *Insight Economics*, in Scitovsky 1995, pp. 223–238.
- Scitovsky, T. (1992a[1976]), *The Joyless Economy: The Psychology of Human Satisfaction*, revised edition. Oxford University Press, Oxford.
- Scitovsky, T. (1992b), 'My Search for Welfare', in Szenberg, M. (ed.), *Eminent Economists: Their Life Philosophies*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 248–260.
- Scitovsky, T. (1995), *Economic Theory and Reality. Selected Essays on their Disparities and Reconciliation*, Elgar, Aldershot.
- Scitovsky, T. (1996), 'My Own Criticism of *The Joyless Economy*', *Critical Review*, vol. 10, no. 4, pp. 595–606.
- Scitovsky, T. (1999), A Proud Hungarian. *The Hungarian Quarterly*, vol. 155, pp. 33–53 and vol. 156, pp. 24–43.

Scitovsky, T. (1999), Boredom—An Overlooked Disease?, *Challenge*, vol. 42, no. 5, pp. 5–12.

Scitovsky, T. (2000), The Wages of Boredom, *New Perspectives Quarterly*, vol. 17, no. 2, pp. 45–51.

Scitovsky, T. *Illinois State Lecture*, dattiloscritto non datato, in *Scitovsky papers no. 2*, Rare Book, Manuscript, and Special Collections Library, Duke University, Durham, NC.

Scitovsky, T. *Memoirs*, dattiloscritto non datato, in *Scitovsky papers no. 2*, Rare Book, Manuscript, and Special Collections Library, Duke University, Durham, NC.

Bibliographie secondaire

Agho, A.O., Mueller, C.W., and Price J. L. (1993), Determinants of employee satisfaction: An empirical test of a causal model, *Human Relations*, vol. 46, no. 8, pp. 1007–1027.

Angner, E. e Loewenstein, G. (2008), 'Behavioral Economics', in Uskali Mäki (ed.) *Philosophy of Economics*, vol. 13, D. Gabbay, P. Thagard, e J. Woods (eds), *Handbook of the Philosophy of Science*, Elsevier, Amsterdam, in corso di stampa.

Bain, A. (2004[1879]), *The Emotions and the Will*, Kessinger Publishing.

Arendt, H. (2000[1958]), *Vita Activa. La condizione umana*, Bompiani.

Aristotele, *Poetica*, BUR, Milano, 1996.

Aristotele, *Etica Nicomachea*, Laterza, Bari, 1999.

Baars, B.J. (1986), *The Cognitive Revolution in Psychology*, Guilford Press, New York.

Bauman, Z. (2004[1998]), *Lavoro, consumismo e nuove povertà*, trad. it. Mario Baccianini, Città Aperta Edizioni, Troina.

Bauman, Z. (2007), *Homo consumens. Lo sciame inquieto e la miseria degli esclusi*, trad. it. M. de Carneri e P. Boccagni, Erickson, Lavis, Trento.

Bechara A. and Damasio, A. (2005), The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision, *Games and Economic Behavior*, no. 52, pp. 336–372.

Bell, W.J. (1991), *Searching behaviour: The behavioural ecology of finding resources*, Chapman and Hall, London.

- Bellanca, N. e Giocoli, N. (1998), Maffeo Pantaleoni. Il principe degli economisti italiani, Polistampa,
- Benedickt, M. (1996), Complexity, Value, and the Psychological Postulates of Economics, *Critical Review*, vol. 10, no. 4, pp. 551–594.
- Bentham, J. ([1996]1789), *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, J.H. Burns and H.L.A. Hart, (eds) Oxford, Clarendon Press.
- Bentham, J. (1834), *Deontology, or the Science of Morality*, John Bowring (ed.), Longman, Rees, Orme, Browne, Grren, and Longman, London; William Taft, Edinburgh www.archive.org/details/deontologyorthes01bentuoft
- Berezein, M. (2003), Emotions and the Economy, CSES Working Paper Series, no. 12, October, Cornell University, Department of Sociology, Ithaca, New York.
- Berlyne, D. (1960), *Conflict, Arousal, and Curiosity*, McGraw-Hill, New York.
- Berlyne, D. (1963[1962]), ‘Motivational Problems Raised by Exploratory and Epistemic Behavior’, in *Psychology: A Study of Science*, vol. 5, S. Koch (ed.), McGraw-Hill, New York, pp. 284–364.
- Berlyne, D.E. (1971), *Aesthetics and Psychobiology*, Appleton Century Crofts, New York.
- Berlyne, D.E. and Madsen K.B. (eds), (1973), *Pleasure, Reward, Preference*, Academic Press, New York.
- Bianchi, M. (1998), *The Active Consumer, Novelty and Surprise in Consumer Choice*, Routledge, London and New York.
- Bianchi, M. (2002), ‘Novelty, Preferences, and Fshion: When Goods Are Unsettling’, *Journal of Economic Behaviour&Organization*, vol. 47, pp. 1–18.
- Bianchi, M. (2003), A questioning Economists: Tibor Scitovsky’s attempt to bring joy into economics, *Journal of Economic Psychology*, no. 24, pp. 391–407.
- Bianchi, M. (2004), Se la felicità è così importante come mai ne sappiamo così poco?, in Bruni, L. e Porta P. (a cura di), *Felicità ed Economia*, pp. 170–191, Guerini e associati, Milano.
- Bianchi, M. (2007), Prefazione, in *L’economia senza gioia*, Città Nuova, Roma.
- Binmore, K. (2001), Recensione di Broome (1999), *Utilitas*, XIII, pp. 127–129.
- Blaug, M. (1978), *Economic Theory in Retrospect*, 3rd edn. Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Blumenthal, A.L. (1975), A Riappraisal of Wilhelm Wunt, *American Psychologist*, pp. 1081–1088.

- Boskin, M.J. (1979), *Economics and Human Welfare. Essays in Honor of Tibor Scitovsky*, Academic Press, New York.
- Bovey W.H., and Hede, A. (2001), Resistance to organizational change: the role of cognitive and affective processes, *Leadership & Organization Development Journal*, vol. 22, no. 8, pp. 372–382.
- Boulding, K.E. 1961([1958]), ‘Contemporary economic research’, in D.P. Ray (ed.), *Trends in social science*, pp. 9-26, Philosophical Library, New York.
- Boulding, K. (1975[1956]), Some Observations on the Learning of Economics, *The American Economic Review*, vol. 65, no. 2, Papers and Proceedings of the Eighty-seventh Annual Meeting of the American Economic Association, pp. 428–430.
- Boring, E.G. (1950 [1942]), *A History of Experimental Psychology*, 2nd ed Appleton-Century-Crofts, New York.
- Bradley, M.M., Greenwald, M.K., and Hamm, A.O. (1993), ‘Affective picture processing’, in N. Birbaumer and A. Öhman (Eds.), *The structure of emotion. Psychological, cognitive and clinical aspects*, pp. 48–68, Hogrefe and Huber Seattle, WA.
- Brickman and Campbell, D.T. (1971), Hedonic Relativism and Planning the Good Society, in M.H. Apley (ed.), *Adaptation-level Theory: A Symposium*, pp. 287–302, Academic Press, New York.
- Bruni, L. and Guala, F. (2001), Pareto and the Epistemological Foundations of Rational Choice, *History of Political Economy*, vol. 33, no. 1, pp. 21–49.
- Bruni, L. (2002a), *Vilfredo Pareto and the Birth of the Modern Microeconomics*, Elgar, Cheltenham, U.K.
- Bruni, L. (2002b), *Complessità relazionale e comportamento economico, verso un nuovo paradigma di razionalità*, P. Sacco e S. Zamagni (a cura di), Il Mulino, Bologna.
- Bruni, L. (2004a), *L’economia, la felicità e gli altri, un’indagine su beni e benessere*, Roma, Città Nuova.
- Bruni, L. (2004b), ‘The “Technology of Happiness” and the Tradition of Economic Science’, *Journal of the History of Economic Thought*, vol. 26, no. 1, pp. 19–43.
- Bruni, L. e Porta P. (ed.) (2006), *Felicità e libertà. Economia e benessere in prospettiva relazionale*, Guerini e associati, Milano.
- Bruni, L. and Zamagni, S. (2007), *Civil Economy. Efficiency. Equity, Public Happiness*, Peter Lang (eds), Bern.

- Bruni, L. and Sugden, R. (2007), The Road Not Taken: How Psychology was Removed From Economics, and How It Might Be Brought Back, *The Economic Journal*, vol. 117, pp. 146–173.
- Bruni, L. and Stanca, L. (2007), Watching Alone: Relational goods, television and happiness, *Journal of Economic Behavior & Organization*, article in press.
- Cacioppo, J.T. and Petty, R. (1982), The Need for Cognition, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 42, no. 1, pp. 116–131.
- Camerer, C.F. (1988), gifts as economic signals and social symbols, *American Journal of Sociology*, vol. 94, pp. 5180–5214.
- Camerer, C.F. (1999), Behavioral Economics, *CSWEP Newsletter*, winter 1999, www.cswep.org/camerer.html.
- Camerer, C.F. and Loewenstein, G. (2004), Behavioral Economics: Past, Present, and Future, in C. Camerer, G. Loewenstein, and M. Rabin, *Advances in Behavioral Economics*, Princeton University Press.
- Camerer, C.F., Bhatt, M., and Hsu, M. (2007), ‘Neuroeconomics: Illustrated by the Study of Ambiguity Aversion’, in B.S. Frey and A. Stutzer (eds), *Economics and Psychology, A Promising New Cross-disciplinary Field*, MIT Press, Cambridge, MA, pp. 113–151.
- Campion, M.A. e McClelland, C.L. (1993), Follow-up and extension of the interdisciplinary costs and benefits of enlarged jobs, *Journal of applied psychology*, vol. 78, pp. 339–351.
- Cannon, W. (1927), The James Lange theory of emotion: a critical examination and alternative theory, *American Journal of Psychology*, vol. 39, pp. 106–124.
- Carabelli, A. e De Vecchi, N. (1999), “Where to draw the line?” Keynes versus Hayek on knowledge, ethics and economics, *The Journal of the History of Economic Thought*, vol. 6, no. 2, pp. 271–296.
- Chigneau, N. (2002), Jevons, Edgeworth et les «sensations subtiles du coeur humain»: l’influence de la psychophysiologie sur l’économie marginaliste, *Revue d’histoire des sciences humaines*, nos. 2/7, pp. 13–39.
- Cicerone, *Tusculanae disputationes*, BUR, 2004.
- Clark, A.E. and Oswald, A.J. (1994), Unhappiness and unemployment, *Economic Journal*, vol. 104, pp. 648–659.
- Colander, D. (2007), Edgeworth’s Hedonimeter and the Quest to Measure Utility, *Journal of Economic Perspectives*, vol. 21, no. 2, pp. 215–225.
- Commons, J.R. (1934), *Institutional Economics: Its Place in Political Economy*, MacMillan, New York.

- Csikszentmihalyi, M. (1990), *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, HarperCollins, New York.
- Cyert, R. and March, J. (1992[1963]), *A behavioral theory of the firm*, Blackwell, Oxford, 2nd ed. published in 1992.
- Damasio, A.R. (1995[1994]), *Descartes' error: Emotion, Reason, and the Human Brain*, Putnam, New York, trad. it. *L'errore di Cartesio. Emozione, ragione e cervello umano*, Adelphi, Milano.
- Damasio, A.R. and Bechara, A. (2005), The somatic marker hypothesis: a neural theory of economic decision making, *Games Econ. Behavior* no. 25, pp. 336–372.
- Dashiell, J.F. (1925), A quantitative demonstration of animal drive, *Journal of Comparative Psychology*, vol. 5, pp. 205–208.
- Darwin, C. (1872[1859]), *On the Origin of the Species*, 3rd ed., John Murray, London.
- De Sousa, (1987), *The Rationality of Emotion*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Di Giovinazzo, V. (2008), From individual well-being to economic welfare. The Scitovsky contribution to the explanation of a Joyless Economy, in *European Journal of Economic and Social Systems*, n. 1 (in corso di pubblicazione).
- Di Giovinazzo, V. (in corso di stampa), voce “Reddito e felicità”, *Dizionario di Economia Civile*, Città Nuova, Roma.
- Di Giovinazzo, V. (in corso di stampa), voce “Tibor Scitovsky”, *Dizionario di Economia Civile*, Città Nuova, Roma.
- Di Maggio, P. (2002), ‘Endogenizing ‘Animal Spirits’: Toward a Sociology of Collective Response to Uncertainty and Risk’, in P. England, and M. Meyer (eds), *The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field*, pp. 79–100, New York, Russell Sage Foundation.
- Di Tella, R., MacCulloch, R., and Oswald, A. (2001), Preferences over Inflation and Unemployment: Evidence from Surveys of Happiness, *American Economic Review*, vol. 91, no. 1, pp. 335–341.
- Duffy, E. (1957), The Psychological Significance of the Concept of “Arousal” or “Activation”, *The Psychological Review*, vol. 64 no. 5, pp. 255–267.
- Earl, P.E. (1990), Economics and Psychology: A Survey, *The Economic Journal*, vol. 100, no. 402, pp. 718–755.
- Easterlin, R. (1974), ‘Does economic growth improve human lot? Some empirical evidence’, in P.A. Davis and M.W. Reder (eds), *Nation and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramowitz*, Academic Press, London.

- Easterlin, R. (1995), Will raising the incomes of all increase the happiness of all, *Journal of Economic Behaviour and Organization*, vol. 27, pp. 35–48.
- Edelman, G. (1987), *Neural Darwinism. The Theory of Neuronal Group Selection*, Basic Books, New York.
- Edgeworth, F.Y. (1967[1881]). *Mathematical Psychics*, Kelley, New York.
- Edgeworth, F.Y. (1926) *ad vocem* “Pareto”, *Palgrave Dictionary of Political Economy*, vol. 3, p. 711–712.
- Egidi, M. (2003), ‘Discrepancies: Competing theories and ideologies as cognitive traps. The scientific discovery as puzzle-solving’, in S. Rizzello (ed.), *Cognitive Developments in Economics*, Routledge, New York.
- Elster, J. (1989), *Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Eysenck, M., (1982), *Attention and Arousal: Cognition and Performance*, Springer, New York.
- Fasiani, M. (1980[1932]), *La Teoria della Finanza Pubblica in Italia*, in Finoia (1980), pp. 117–202.
- Fauci, R. (1982), *La scienza economica in Italia (1850-1943)*, Guida, Napoli.
- Fauci, R. (1986), Note su positivismo e pensiero economico in Italia tra otto e novecento, *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, vol. 33, no. 1, pp. 75–94.
- Finoia, M. (1980), *Il pensiero economico italiano (1850-1950)*, Cappelli, Bologna.
- Fleetwood, S. (1995), Hayek’s *political economy: the socio-economics of order*, Routledge, London.
- Frank, R. (1985), *Choosing the Right Pond*, Oxford Univ. Press, New York.
- Frank, R. (1988), *Passion Within Reason. The Strategic Role of Emotions*, Norton, New York.
- Frey, B.S. (1997), *Not Just for the money. An economic theory of personl motivation*, Elgar, Cheltenham, U.K.
- Frey, B.S. and Stutzer, A. (2000), Happiness, Economy, and Institutions, *Economic Journal*, 110(466), pp. 918–938.
- Frey, B.S. and Stutzer, A. (2001), Beyond Bentham – Measuring procedural utility, CESifo Working Paper Series no. 492.
- Frey, B.S. and Stutzer, A. (2002), *Happiness&Economics*, Princeton Univ. Press, Princeton.

- Frey, B.S. and Stutzer, A. (2007), *Economics and Psychology, A Promising New Cross-disciplinary Field*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Friedman, J. and McCabe, A. (1996), Special Issue on Tibor Scitovsky's The Joyless Economy after Twenty Years, *Critical Review*, vol. 10, no. 4, pp. 471–481.
- Frijda, N.H. (1986), *The emotions*, Cambridge Univ. Press, New York.
- Frijda, N.H. (1999), 'Emotions and hedonic experience', in D. Kahneman, E. Diener and N. Schwarz (eds.), *Well-being: the foundations of hedonic psychology*, pp. 134–154, Russel Sage Foundation, New York.
- Fuster, J. (1995), *Memory in the cerebral cortex: An empirical approach to neural networks in the human and nonhuman primate*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Galbraith, J.K. (1988), *Storia dell'economia. Il passato come presente*, Rizzoli, Milano.
- Georgescu-Roegen, N. (1983), *Herman Heinrich Gossen: his life and works in historical perspective, introductory essay to The Laws of Human Relations*, by H.H. Gossen, Cambridge MA, MIT Press.
- Genovesi, A. (2005[1765–1767]), *Lezioni di commercio o sia di economia civile*, Critical Edition, M.L. Perna (eds), Istituto Italiano per gli studi filosofici, Napoli.
- Georgescu-Roegen, N. (1983), 'H.H. Gossen: His Life and Work in Historical Perspective', in H.H. Gossen, *The Laws of Human Relations*, Cambridge, Mass.
- Gilad, B., Kaish, S., and Loeb P.D. (1984), From Economic Behavior to Behavioral Economics: The Behavioral Uprising in Economics, *Journal of Behavioral Economics* vol. 13, no. 2, pp. 3–24.
- Gilboa, I., Gilboa-Schechtman, E., Halperson, U., and Ortony, A. (2001), *The Cost of Comfort: Affective Packages in Consumer Decisions*, Working Paper 2001-16, University of Tel Aviv.
- Gould, S.J. and Vrba, E.S. (1982), Exaptation; a missing term in the science of form, *Paleobiology*, vol. 8, no. 1, pp. 4–15.
- Guy, B. (1987), Éléments pour une définition d' «économie communautaire», *Notes et Documents*, 19–20, pp. 32–42.
- Hanoch, Y. (2002), The effects of emotions on bounded rationality: a comment on Kaufman, *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 49, pp. 131–135.
- Harrod, R.F. (1958), The Possibility of Economic Satiety, in vol. I of *Problems of United States Economic Development*, CED, New York.
- Hawtrey, R.G. (1925), *The Economic Problem*, Longmans, London.

- Hayek, F.A. 'Beiträge zur Theorie der Entwicklung des Bewusstseins', Unpublished manuscript, in Friedrich von Hayek *Papers*, box 111: Speeches and Writings, Hoover Institution Archives, Stanford Univ., California.
- Hayek, F.A. (1944), *The Road to Serfdom*, Routledge, London.
- Hayek, F.A. (1990[1952]), *L'ordine sensoriale*, tit. or. *The Sensory Order. An Inquiry into the foundations of Theoretical Psychology*, trad. it. Lina Gallina. Rusconi, Milano.
- Hayek, F. (1962), Rules, Perception, and Intelligibility, *Proceedings of the British Academy*, vol. 48, pp. 321–344, in Hayek [1967] 1969.
- Hayek, F.A. (1982), *The sensory order* after 25 years, in W.B. Weimer & D.S. Palermo (eds), *Cognition and the symbolic processes, Vol. 2*, pp. 287–293, Erlbaum Hillsdale, New Jersey.
- Hebb, D.O. (1949), *The Organization of Behavior*, John Wiley, New York.
- Hebb, D.O. (1955), Drives and the C.N.S. (Conceptual Nervous System), *Psychological Review*, vol. 62, pp. 243–254.
- Herrnstein, R.J., and Prelec, D. (1992), 'A theory of addiction', in G. Loewenstein and J. Elster (eds), *Choice over time*, pp. 331–360, Russell Sage Foundation, New York.
- Heron, W. (1957), The Pathology of Boredom, *Scientific American*, p. 52–56.
- Hertwig, R. (2007), 'Efficient Social Engineering and Realistic Cognitive Modeling', in Frey, B.S. and Stutzer, A. (eds), *Economics and Psychology, A Promising New Cross-disciplinary Field*, pp. 243–269, MIT Press, Cambridge.
- Hicks, J.R. (1934), A Reconsideration of the Theory of Value, *Economica*, vol. 1, no. 1, pp. 52–76.
- Higgins, E.T., Grant, H., and Shah, J. (1999), 'Self-regulation and quality of life: Emotional and non-emotional life experiences', in D. Kahneman, E. Diener, and N. Schwarz (eds), *Well-being: The foundations of hedonic psychology*, pp. 244–266, Russell Sage Foundation, New York.
- Hillyard, S.A., Mangnn, G. R., Woldorff, M. G., and Luck, S. J. (1995), 'Neural systems mediating selective attention', in M. S. Gazzaniga (ed.), *The cognitive neurosciences*, pp. 665–681, MIT Press, Cambridge, MA.
- Hirschman, A.O. (1996), Melding the public and private spheres: taking commensality seriously, *Critical Review*, vol. 10, pp. 533–550.
- Hochschild, A.R. (2003), *The managed heart: Commercialization of human feeling*, Univ. of California Press, Berkley.
- Howey, R.S. (1960), *The Rise of the Marginal Utility School*. Lawrence, Univ. of Kansas Press.

- Jennings, R. (1969[1855]), *Natural Elements of Political Economy*, Augustus, Kelley, New York.
- Jacyna (1981), The Physiology of Mind, the Unity of Nature, and the Moral Order in Victorian Thought, *British Journal for the History of Science*, vol. 14, no. 2, pp. 109–132.
- Jevons, W.S. (1865), *The Coal Question: An Inquiry Concerning the Progress of the Nation, and the Problem of Exhaustion of Our Coal-mines*, London, Macmillan.
- Jevons, W.S. (1870), On the Natural Laws of Muscular Exertion, *Nature*, no. 2, pp. 158–160.
- Jevons, W.S. (1947[1871]), *Teoria della economia politica*. Torino, Unione Tipografico – editrice torinese.
- Jevons, W.S. (1972–81), *The Papers and Correspondence of W.S. Jevons 1889-1872*, 7 vols., R. Black, (ed), MacMillan, London.
- Jevons, W.S. (1877), Cram, *Nature*, no. 12, pp. 491–492.
- Jevons, W.S. (1905[1874]), *Principles of Science. A Treatise on Logic and Scientific Method*, 2nd edn. MacMillan, London.
- Kahneman, D. (1981[1973]), *Psicologia dell'attenzione*, (tit. or), *Attention and Effort*, Giunti, Firenze.
- Kahneman, D. and Tversky, A. (1979), Prospect theory: An analysis of decision under risk, *Econometrica*, vol. 47, pp. 263–291.
- Kahneman, D., Slovic, P. and Tversky, A. (1982), *Judgment under Uncertainty: Heuristics and biases*, Cambridge Univ. Press New York.
- Kahneman, D., Ketsch, J.L., and Thaler, R.D. (1991), Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion. and Status Quo Bias, *Journal of Economic Perspectives*, vol. 5, pp. 193-206.
- Kahneman, D., Fredrickson, B.L., Schreiber, C., and Redeleier, D.A. (1993), When More Pain Is Preferred to Less: Adding a Better End, *Psychological Science*, vol. 4, no. 6, pp. 401–405.
- Kahneman, D. and Redelmeier, D.A. (1996), Patients' memories of painful medical treatments: Real-time and retrospective evaluations of two minimally invasive procedures, *Pain*, no. 66, pp. 3–8.
- Kahneman, D., Wakker, P. and Sarin, R. (1997), Back to Bentham? Explorations of experienced utility, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 112, pp. 375–406.

- Kahneman, D. (1999), 'Objective happiness', in *Well-being: the foundations of hedonic psychology*, D. Kahneman, E. Diener and N. Schwarz (eds), pp. 3–25, Russel Sage Foundation, New York.
- Kahneman, D. and Tversky, A. (2000), *Choices, Values and Frames*, New York, Russell sage Foundation and Cambridge, Cambridge Univ. Press, UK.
- Kahneman, D. (2002), Maps Of Bounded rationality: A Perspective On Intuitive Judgment and Choice, Prize Lecture, December 8, 2002;
http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2002/kahneman-lecture.html
- Kaufman, B.E. (1999), Emotional Arousal As a Source of Bounded Rationality, *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 38, pp. 135–144.
- Kazdin, A.E. (ed.), (2000), *Encyclopedia of Psychology*, Oxford Univ. Press, Oxford, American psychological association, Washington.
- Keynes, J.M, (1904), *Beauty*, Unpublished Writings of John Maynard Keynes, The Provost and Scholars of King's College, Cambridge, UA/19/3; letto il 30 aprile 1904 alla Società degli Apostoli.
- Keynes, J.M. (1979), *The Collected Writings of John Maynard Keynes*, vol. XXIX, *The General Theory and after: A Supplement*, D. Moggridge (ed), Macmillan for the Royal Economic Society, London.
- Keynes, J.M. (1963[1931]), Economic Possibilities for Our Grandchildren, in *Essays in Persuasion*, Norton, New York.
- Kolm, S.C. and Mercier Ythier, J. (eds) (2006), *Handbook, of Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, vol. IV, Elsevier.
- Kubovy, M. (1999), 'On the pleasures of the mind', in D. Kahneman, E. Diener and N. Schwarz (eds), *Well-being: the foundations of hedonic psychology*, pp. 134–154, Russel Sage Foundation, New York.
- Lambert, C.A. (2006), The marketplace of perceptions, *Harvard Magazine*, Marzo-Aprile, pp. 50–95.
- Laughlin, C.D. (1996), The properties of Neurognosis, *Journal of Social and Evolutionary Systems*, vol. 19, no. 4, pp. 363–380.
- LeDoux, J. (2003[1996]), *Il cervello emotivo*, trad. it. a cura di Sylvie Coyaud, Balsini Castoldi Dalai, Milano.
- Legrenzi, P. (1980), (a cura di), *Storia della psicologia*, Il Mulino, Bologna.
- Lewin, K. (1947), Frontiers in group dynamics: I. concept, method and reality in social sciences; social equilibria and social change, *Human Relations*, vol. 1, pp. 5–41.

- Lewin, S.B. (1996), Economics and Psychology: Lessons for Our Own Day from the Early Twentieth Century, *Journal of Economic Literature*, American Economic Association, vol. 34, no. 3, pp. 1293–1323.
- Locke, J. (1971[1690]), *Saggio sull'intelletto umano*, Utet, Torino.
- Loewenstein, G. (1994), The Psychology of Curiosity: A Review and Reinterpretation, *Psychological Bulletin*, vol. 116, no. 1, pp. 75–98.
- Loewenstein, G. (1996), Out of Control: Visceral Influences on Behavior, *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, vol. 65, no. 3, pp. 272–329.
- Looms and Sugden, R. (1982), Regret Theory: An Alternative Theory of Rational Choice Under Uncertainty, *Economic Journal*, vol. 92, pp. 805–824.
- Lucas, R.E. (1981), *Studies in Business Cycle Theory*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Lutz, C. (1988), *Unnatural Emotions; Everyday Sentiments on a Micronesian toll and Their Challenge to Western Theory*, Univ. of Chicago Press, Chicago.
- Maas, H. (1999), 'Ruskin and Jevons on Labor and Popular Culture', in *Economic engagements with art*, Neil De Marchi and Craufurd D.W. Goodwin (edited by), pp. 85–120, Duke Univ. Press, Durham, NC.
- Maas, H. (2005), *William Stanley Jevons and the Making of Modern Economics*, Cambridge Univ. Press, New York.
- March, J.C. and H.A. Simon (1958), *Organizations*, John Wiley, New York.
- Marchionatti, R. (1999), On Keynes' Animal Spirit, *Kyklos*, vol. 52, no. 3, pp. 415–439.
- Martindale, C., Moore, K., and Borkum, J. (1990), Aesthetic preference: Anomalous findings for Berlyne's psychobiological theory, *The American Journal of Psychology*, vol. 103, no. 1, pp. 53–80.
- Marshall, A. (1947[1890]), *Principles of Economics*, Macmillan, London.
- Maslow, A. (1943), A Theory of Human Motivation, *Psychological Review*, vol. 50, no. 4, pp. 370–396.
- Mayer, J.D. and Salovey, P. (1993), The intelligence of emotional intelligence, *Intelligence*, no. 17, pp. 433–442.
- McFadden, D. (1999), Rationality for economics, *Journal of Risk and Uncertainty*, vol. 19, nos. 1–3, pp. 73–105.
- Meazzini P. e Corao A. (1978), *Apprendimento ed emozioni*, Giunti Barbera, Firenze.
- Menger, C. (2001[1871]), *Principi fondamentali di economia*, Rubbettino, Sovaria Mannelli (CT).

- Mill, J.S. (1862[1843]), *System of Logic, Ratiocinative and Inductive*, Parker, Son, and Bourn, London.
- Mill, J.S. *The Collected Works of John Stuart Mill*, in 33 vols, John M. Robson (ed), University of Toronto Press, Toronto; Routledge and Kegan Paul (1963-1991), London;
http://oll.libertyfund.org/index.php?option=com_staticxt&staticfile=show.php%3Ftitle=165&Itemid=28
- Miller, G.A. (2003), The Cognitive revolution: a Historical Perspective, *Trends in Cognitive Sciences*, vol. 7, no. 3, pp. 141–144.
- Mirowski, P. (1984), Physics and the ‘marginalist revolution’, *Cambridge Journal of Economics*, vol. 8, pp. 361–379.
- Mirowski, P. (1989), *More Heat than Light: Economics as Social Physics, Physics as Nature’s Economic*, Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Mirowski, P. (1991), The When, the How and the Why of Mathematical Expression in the History of Economics Analysis, *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 5, no. 1, pp. 147–157.
- Mirowski, P. (2002), *Machine Dreams*, Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Mischel, T. (1970), Wundt and the conceptual foundations of psychology, *Philosophical and Phenomenological Research*, no. 31, pp. 1–26.
- Moos, R., and Billings, A. (1982), ‘Conceptualizing and measuring coping resources and processes’, in L. Goldberger and S. Breznitz (eds), *Handbook of stress: Theoretical and clinical aspects*, pp. 212–230, Macmillan New York.
- Motterlini, M. e Guala, F. (eds.) (2005), *Economia cognitiva e sperimentale*, Univ. Bocconi Press, Milano.
- Nisticò, S. (2005), Consumption and time in economics: prices and quantities in a temporary equilibrium perspective, *Cambridge Journal of Economics*, vol. 29, pp. 943–957.
- Novarese, M. e Rizzello, S. (2004), *Economia sperimentale*, Bruno Mondadori Editori, Milano.
- Nussbaum, M. (1986), *The fragility of goodness: Luck and Ethics in Greek Tragedy Philosophy*, Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Oatley, K. (1992), *The Psychology of Emotions*, Cambridge Univ. Press, New York.
- Oswald, A.J. (1997), Happiness and Economic Performance, *Economic Journal*, vol. 107, no. 445, pp. 1815–1831.

- Oswald, A.J. and Powdthavee, N. (2007), Obesity, unhappiness, and the Challenge of Affluence: Theory and Evidence, IZA Discussion Paper, marc, no. 2717.
- Pantaleoni, M. (1894[1889]), *Principii di Economia Pura*, seconda ed., G. Barbera editore, Firenze.
- Pantaleoni, M. (1938[1924]), In occasione della morte di Pareto. Riflessioni, *Giornale degli Economisti*, vol. 64, pp. 1–19. Ristampa in Pantaleoni (1938).
- Pareto, V. (1966[1898]), *Comment se Pose le Problème de l'Économie Pure*, Mémoire présenté en décembre 1898 à la Société 'Stella' par le professeur V.P. Lausanne (chez l'auteur), *Oeuvres Complètes*, 9, Droz, Geneva.
- Pareto, V. (1953[1900]), Sul fenomeno economico. Lettera a Benedetto Croce, *Giornale degli Economisti*, vol. 21, pp. 139–162.
- Pareto, V. (1982[1900]), Sunto di alcuni capitoli di un nuovo trattato di economia politica del Prof. Pareto, *Giornale degli Economisti*, 10 vol. 216, pp. 511–549.
- Pareto, V. (1906), *Manuale di economia Politica: con una introduzione alla scienza sociale*, Società editrice libraria, Milano.
- Pareto, V. (1916), *Trattato di sociologia generale*, Firenze, Barbera
- Pareto, V. (1980[1918]), Economia sperimentale, *Giornale degli Economisti*, *Ouvres Complètes*, 22, Droz, Geneva.
- Pascal, B. (1998[1670]), *Pensieri*, Fabbri, Milano.
- Pewzner, E. e Braunstein, J.F. (2001), *Storia della psicologia*, Einaudi, Torino.
- Piaget, J. (1936[1968]), *La nascita dell'intelligenza nel fanciullo*, tit. or. la *Naissance de l'intelligence chez l'enfant*, Delachaux et Niestlé, ed. Univ. di Firenze.
- Platone, *Tutte le opere*, G. Pugliese Caratelli, (a cura di), Sansoni, Firenze, 1988.
- Plutarco, *Vite parallele. Vita di Pericle*. BUR, 1997.
- Poggi, S. (1977), *I sistemi dell'esperienza. Psicologia, logica e teoria della scienza da Kant a Wundt*, Il Mulino, Bologna.
- Polanyi, M. (1967), *The tacit dimension*, Routledge and Kegan Paul, London.
- Pugno, M. (2004), 'Più ricchi di beni, più poveri di rapporti interpersonali', in L. Bruni e P.L. Porta (a cura di), *Felicità ed Economia. Quando il benessere è benvivere*, pp. 192–216, Guerini e Associati, Milano.
- Pugno, M. (2007), 'A Scitovskyian model of happiness and unhappiness', Department of Economic Sciences and CreaM, Università di Cassino, presentato al Convegno "Policies for Happiness", Certosa di Pontignano, 14-16 giugno 2007).

- Rabin, M. (1993), Incorporating fairness into game theory and economics, *American Economic Review*, vol. 83, pp. 1281–1302.
- Raju, P.S. (1980), Optimum Stimulation Level: Its Relationship to Personality, Demographics, and Expiratory Behavior, *The Journal of Consumer Research*, vol. 7, no. 3, pp. 272–282.
- Rappard, H.V., Sanders, C. and de Swart, J.H. (1980), Wilhelm Wundt and the Cognitive Shift, *Acta Psychologica*, vol. 46, pp. 235–255.
- Reale, G. (1980), *Storia della filosofia antica*, Vita e Pensiero, vol. V, Milano.
- Ricci U. (1932), The Psychological Foundation of the Law of Demand, *The Journal of Political Economy*, vol. 40, no. 2, pp. 145–185.
- Rizzello, S. (1999), *The economics of the mind*, Edward Elgar Publishing, Aldershot.
- Ryle, G. (1949), *The concept of Mind*, Hutchinsons University Library, London.
- Robbins, L. (1935), *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, MacMillam, London.
- Rolls, E.T. (2001), Emotions, neural basis of, in N.J. Smelser and P.B. Baltes (eds), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, pp. 4444–4449
<http://www.sciencedirect.com/science/referenceworks/0080430767>, Elsevier Science Ltd.
- Rosa, H. (2003), Social Acceleration: Ethical and Political Consequences of a Desynchronized High-Speed Society, *Constellations*, vol. 10, no. 1, pp. 3–33.
- Routtemberg, A. (1968), The two arousal hypotheses: Reticular formation and limbic system, *Psychological Review*, vol. 35, pp. 51–80.
- Rustichini, A. (2005), Neuroeconomics: Present and Future, *Games and Economic Behavior*, vol. 52, pp. 201–212.
- Sacco, P. e Viviani (2003), Scarsità, Benessere, Libertà nel contesto dell'Economia dell'Identità, *Istituzioni e Sviluppo Economico*, vol. 1, no. 3, pp. 5–42.
- Sacco P. e Zamagni S. (2002), *Complessità relazionale e comportamento economico. Materiali per un nuovo paradigma di razionalità*, Il Mulino, Bologna.
- Sacco, P. e Zarri, L. (2004), Cultura, Promozione della Libertà Positiva e Integrazione Sociale, *Economia della Cultura*, vol. 4, pp. 499–505.
- Samek Lodovici, G. (2004), *L'utilità del bene. Jeremy Bentham, l'utilitarismo e il consequenzialismo*, Vita e Pensiero, Milano.
- Scaruffi, P. (1991), *La mente artificiale*, Franco Angeli, Firenze.

- Schumpeter, J.A. (1961[1934]), *The Theory of Economic Development*, Oxford Univ. Press, New York.
- Screpanti, E. e Zamagni, S. (2004), *Profilo di storia del pensiero economico*, Carocci, Milano.
- Sen, A. (1996), Rationality, Joy and Freedom, *Critical Review*, vol. 10, no. 4, pp. 481–493.
- Sent, E.M. (2001), Herbert A. Simon as a Cyborg Scientist, *Perspectives on Science*, vol. 8, no. 4, pp. 401–427.
- Sent, E.M. (2004), Behavioral economics: How psychology made its (limited) way back into economics, *History of Political Economy*, vol. 36, pp. 735–760.
- Shannon, C.E. (1949), *Mathematical Theory of Communication*, Univ. of Illinois Press, Urbana.
- Simmel, G. (1984[1900]), *La filosofia del denaro*, Utet, Torino.
- Simon, H.A. (1957[1947]), *Administrative behavior: A study of decision-making process in administrative organization*, 2nd ed., Macmillan, New York.
- Simon, H.A. and Newell, A. (1972a), *Human Problem Solving*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, New Jersey.
- Simon, H.A. (1972b), ‘Theories of Bounded Rationality’, in Radner and Radner (eds), *Decision and Organisation*, pp. 161–176, North Holland Publishing, Amsterdam.
- Simon, H.A. (1976), From Substantive to Procedural Rationality, in S. J. Latsis (ed.), *Methods and Appraisal in Economics*, Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Simon, H.A. (1978), Rationality as Process and as Product of Thought, *The American Economic Review*, vol. 68, no. 2, Papers and Proceedings of the Ninetieth Annual Meeting of the American Economic Association, p. 1–16.
- Simon, H.A. (1992[1978]), ‘Autobiography’, in Assar Lindbeck (ed.), *Economic sciences, 1969-1980: The Sveriges Riksbank (Bank of Sweden) prize in economic sciences in memory of Alfred Nobel*, World Scientific, Singapore.
- Simon, H.A. (1982), *Models of Bounded Rationality*, vol. 2, MIT Press, Cambridge, MA.
- Simon, H.A. (1987a), ‘Behavioural economics’, in J. Eatwell, M. Milgate, and P. Newman (eds), *The New Palgrave: A dictionary of economics*, vol. I (pp. 221–225), Stockton Press, New York.
- Simon, H.A. (1987b), ‘Rationality in psychology and economics’, in Hogarth R.M. and Reder R.W. (eds), *Rational choice*, Univ. of Chicago Press, Chicago.
- Smith, R.G. (1982), ‘A Natural Science and Objectivity’, in *Norton History of the Human Sciences*, R. Smith (ed.), pp. 636–72, W.W. Norton and Company, Oxford University Press, New York.

- Solomon, R. (1993), *The passions: Emotions and the meaning of life*, Hackett, Indianapolis, IN.
- Spencer, H. (1867), *First Principles*, www.libertyfund.org, edition used: 2nd ed., Williams and Norgate, London.
- Sraffa, P. (1924), Maffeo Pantaleoni Obituary, *Economic Journal*, vol. 34, pp. 648–653.
- Stearns, C.Z. and Stearns, P.N. (1986), *Anger: The Struggle for Emotional Control in America's History*, Chicago Univ. Press, Chicago.
- Stigler, G.J. (1950), The Development of Utility Theory. In *The Journal of Political Economy*, vol. 58, no. 4. Aug., pp. 307–327.
- Stutzer, A. (2007), Limited Self-Control, Obesity and the Loss of Happiness, IZA Discussion Paper no. 2925.
- Sugden, R. (1984), Reciprocity: the supply of public goods through voluntary contributions, *The Economic Journal*, vol. 94, pp. 772–787.
- Sugden, R. (1986), *The Economics of Rights, Co-operation and Welfare*, Blackwell, Basil.
- Sugden, R. (2006), ‘Capacitazioni, felicità, e opportunità’, in Bruni, L. e Porta P. (eds) (2006), *Felicità e libertà. Economia e benessere in prospettiva relazionale*, pp. 95–132, Guerini e associati, Milano.
- Sully, J. (1876), Physiological Psychology in Germany, *Mind*, vol. 1, no. 1, pp. 20–43.
- Thaler, R. (1992), *The Winner's Curse*, Princeton Univ. Press, Princeton.
- Thayer, R. (1989), *The Biopsychology of Mood and Arousal*, Oxford Univ. Press, Oxford.
- Thorndike, E.L. (1898), Animal intelligence: An experimental study of the associative processes in animals, *Psychological Review*, Monographs Supplement, vol. 2 no. 8, Macmillan, New York.
- Titchener, E.B. (1908), *The psychology of feeling and attention*, Macmillan, New York.
- Tyler, T.R. (1997), Procedural Fairness and Compliance with the Law, *Swiss Journal of Economics and Statistics* vol. 133, no. 2, pp. 219–240.
- Tyler, T.R. (2003), Procedural Justice, Legitimacy, and the Effective Rule of Law, in Tonry, M. (ed.), *Crime and Justice – A Review of Research*, vol. 30, Univ. of Chicago Press, pp. 431–505.
- Tyran, J.R. and Engelmann, D. (2005), To Buy or Not to Buy? An Experimental Study of Consumer Boycotts in Retail Markets, *Economica*, vol. 72, no. 285, pp. 1–16.
- Uhlener, C. (1989), Relational Goods and Participation: Incorporating Sociality into a Theory of Rational Action, *Public Choice*, vol. 62, pp. 253–285.

- Vanberg V.J. (2006), Rationality, Rule-Following and Emotions: On the Economics of Moral Preferences, Working paper, Max Planck Institute of Economics Evolutionary Economics Group.
- van Hoor W. and Verhave T. (1980), *Wundt's changing conceptions of a general and theoretical psychology*, in G. Bringmann e R.D. Tweney (eds), Hogrefe, Toronto.
- van Tongeren, P. (2001), Nietzsche's Revaluation of the Cardinal Virtues, the Case of Sophrosyne, *Phronimon*, vol. 3, pp. 128–149.
- Veblen, T. (1988[1899]), *The Theory of Leisure Class*, Prometheus Book, Amherst, New York.
- Vercelli, A. (2007), *Happiness and Health: two Paradoxes*, provisional, Working papers, Università di Siena, Dipartimento di Economia.
- Walker, D.E. (ed.) (1983), *William Jaffe's Essays on Walras*, in Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Walras, L. (1896), *Etudes d'économie sociale*, Pichon/Rouge, Paris/Lousanne, 1st edition.
- Walras, L. (1969[1874]) *Elements of Pure Economics*, Jaffee, W. (trad.), Kelley, New York.
- Walras, L. (1960[1909]), Economique et Mécanique, *Metroeconomica*, vol. 12, no. 1, pp 1–13.
- Warr, P. (1990), Decision Latitude, Job Demands, and Employee Well-being, *Work and Stress*, vol. 4, pp. 285–289.
- Warr, P. (1999), 'Well-being and the workplace', in D. Kahneman, E. Diener and N. Schwarz (eds), *Well-being: the foundations of hedonic psychology*, pp. 392–412, Russel Sage Foundation, New York.
- Watson J.B. (1913), Psychology as a Behaviorist Views It, *Psychological Review*, vol. 20, pp. 158–177.
- Weber, M. (2001[1908]), *Saggi sul metodo delle scienze storico-sociali*, Pietro Rossi (a cura di), Edizioni di Comunità, Torino.
- Wiener, N. (1964), *God and Golem*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Winiarsky, L. (1900), L'Energie Sociale et Ses Mensurations, *Revue Philosophique*, vol. 113, no. 34, pp. 256–284.
- Witt, U. (1993), 'Emergence and dissemination of innovations: some principles of evolutionary economics' in *Nonlinear Dynamics and Evolutionary Economics*, R.H. Day, P. Chen (eds), Oxford Univ. Press, Oxford, pp. 91–100.
- Witt, U. (2001), Learning to consume. A Theory of wants and the growth of demand, *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 11, no. 1, pp. 23–36.

Zajonc, R.B. (1980), Feeling and thinking: Preferences need no inferences, *American Psychologist*, vol. 35, no. 2, pp. 151–175.

Zuckerman, M. (1979), *Sensation seeking: Beyond the optimal level of arousal*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New York.