

# Argent et hyper modernité

Colloque de l'Institut International de Sociologie Clinique

1-3 juin 2005

Communication de Jean Beaujouan

## Résumé

*Partant de questions suscitées par quelques faits épars (les contenus d'un relevé de compte bancaire, un slogan publicitaire pour des produits de beauté, les statistiques du surendettement en France, le déficit de la balance des paiements des Etats-Unis, certaines mentions inscrites sur le dollar américain), ce texte explore comment l'énergie motrice de l'argent produit des effets caractéristiques de l'hyper modernité, à travers des phénomènes tels que l'impératif de rentabilité à court terme dans les entreprises, ou encore la logique de distribution du crédit par les banques et les grandes enseignes commerciales.*

*Il analyse en quoi, au-delà de ses multiples fonctions (économique, sociale, psychologique), l'argent semble posséder certains attributs curieusement proches des attributs divins et comment il semble se substituer progressivement aux religions monothéistes pour fonder, dans les sociétés économiquement évoluées, un nouvel ordre symbolique tout aussi paradoxal que celui qu'il tend à remplacer.*

## **1. Hyper modernité (bref rappel)**

La première modernité commence à la Renaissance et se développe jusque vers 1960. Elle se construit autour de trois idées : 1/ Le progrès scientifique et économique de l'humanité est porteur d'un progrès humain. 2/ La raison doit se substituer progressivement à tous les obscurantismes. 3/ L'individu émerge comme sujet (sujet de droit, sujet réflexif, sujet collectif socio-historique)<sup>1</sup>.

La seconde modernité s'inscrit dans l'idée qu'il existe une rupture, un changement de société. Le progrès et la raison ne sont plus perçus comme source d'émancipation de l'humanité. Les structures institutionnelles d'encadrement social et spirituel de l'individu s'effritent ou disparaissent (abandon des grandes idéologies explicatives du monde, affaiblissement des repères du type famille, partis politiques, Eglises, école). Sous l'influence, notamment, de la consommation de masse, l'individu se veut libéré de toute entrave et soucieux avant tout de sa jouissance et de son épanouissement personnel. C'est ce que l'on a appelé la post modernité.

L'hyper modernité, qui en prend la suite, met l'accent sur la radicalisation et l'exacerbation de la modernité, pour désigner le trop, l'excès, l'au-delà d'une norme et d'un cadre. L'hyper modernité implique l'idée de dépassement constant, de recherche de situation limite : plus de plaisir immédiat et à tout moment, plus de performances, de quête d'absolu, d'intensité, de vitesse, d'argent, culte de l'urgence face à une surabondance d'évènements et de

---

<sup>1</sup> V. de Gaulejac, communication particulière

sollicitations, volonté exacerbée de se construire comme individu, de sculpter narcissiquement son propre corps, d'éloigner la mort etc.<sup>2</sup>

## 2. Quelques faits révélateurs de l'hyper modernité, et questionnement à leur sujet

- Regardons le relevé de compte mensuel envoyé par une banque à l'un de ses clients. La première page fait la synthèse de sa situation financière.

Un premier chapitre est intitulé « Situation de vos comptes au .... », et indique le solde de chacun des comptes : compte de chèque, compte sur livret, CODEVI, plan d'épargne en actions, avec la date de la dernière opération.

Vient ensuite un second chapitre intitulé « Votre<sup>3</sup> réserve d'argent (Montant disponible) », comportant le solde de deux comptes ayant chacun un intitulé maison, d'un montant relativement important.

Vient enfin un troisième chapitre intitulé « Pour vos projets, vous disposez rapidement de : ... ». Suit la mention « Projet auto », suivi d'une autre somme rondelette<sup>4</sup>.

Le client ne peut que se sentir riche... ! Jusqu'à ce que... un regard plus attentif l'oblige à constater que les deux derniers chapitres et leurs trois lignes font référence à un argent qui ne lui appartient pas, mais constituent un plafond de crédit à la consommation que la banque lui accorde.

Questions :

- Pourquoi la banque présente-t-elle comme si elles étaient de même nature des sommes d'argent qui appartiennent en propre à son client, et d'autres qui ne lui appartiennent pas, qui ne sont que virtuelles ?
  - Cet argent potentiel que la banque est disposée à lui prêter, quelle est sa vraie nature ?
    - Est-ce du « vrai » argent ? (Qu'est-ce que du « vrai » argent ? L'argent virtuel est-il du vrai argent ?)
    - Peut-on dire, à quel titre, et jusqu'où, il appartient au client ?
  - Quelle influence cette information, présentée de cette manière, peut-elle avoir sur son comportement de consommateur et d'emprunteur ?
- Le slogan publicitaire de référence de L'Oréal est : « Parce que vous le valez bien ». En 2005, l'Oréal est une entreprise phare, dont le chiffre d'affaires et les résultats financiers croissent de plus de 10 % par an depuis plus de dix ans, pour le plus grand bonheur financier de ses actionnaires, petits et grands. Elle vend des produits de beauté à ses clientes avec cette phrase magique, que l'on peut décrypter ainsi : « Donne moi ton argent, je te donne en échange la beauté. Et si tu t'interroges sur le prix à payer pour être belle, je te fournis la réponse qui emportera ta décision d'acheter : parce que tu le vauds bien... ! »

Questions :

---

<sup>2</sup> N.Aubert, Revue Sciences Humaines N° 154 de novembre 2004. Voir aussi le livre collectif qu'elle a dirigé, *L'individu hypermoderne*, Eres, Paris, 2004

<sup>3</sup> Souligné par moi

<sup>4</sup> Cet exemple correspond bien entendu à un relevé de compte réel

- Certains objets ou services que l'on achète ont-ils pour effet de renforcer notre identité en tant que sujet singulier, et notre confiance en notre propre valeur ?
- Combien valent-ils, c'est-à-dire :
  - quelle intensité de désir ces acheteurs ont-ils pour ces produits ?
  - combien sont-ils prêts à payer pour les acquérir ?
- La valeur (ajoutée) de la personne est-elle évaluée à cette occasion, en fonction de la valeur du produit ?
- Par quel tour de passe-passe une parole, émise par une entité aussi lointaine (l'entreprise L'Oréal) à un aussi grand nombre de personnes (les millions de consommatrices), transmise par l'intermédiaire de médias aussi publics, pourrait-elle produire l'effet intime recherché : renforcer chez les millions de destinataires le sentiment d'être uniques, d'avoir de la valeur et donc une identité singulière ? Par quel paradoxe peut-on produire du singulier et de l'intime avec des moyens de masse ?
- Comment analyser la dynamique de l'argent en parallèle de la dynamique du désir ?
  - l'argent est investi par l'entreprise L'Oréal pour inventer et fabriquer ces produits de beauté, les vendre en masse avec profit ; l'argent est parallèlement déboursé par la cliente pour acheter les produits, il servira à payer les investissements de L'Oréal et ses frais de fonctionnement, notamment les salaires de ses employés, cadres et dirigeants (ces derniers étant eux-mêmes rémunérés « au mérite » pour optimiser la capacité de l'entreprise à faire des bénéfices, et à rémunérer les actionnaires afin qu'ils continuent à confier leurs capitaux à l'entreprise pour son développement futur)
  - le désir de la cliente est d'être belle et désirable, et/ou de mieux réussir professionnellement, et/ou tout simplement pour « se sentir bien dans sa peau » ; le désir des actionnaires, des dirigeants, des cadres et des employés est, entre autres, d'être bien rémunérés. Tout cela... « parce que vous le valez bien » ... !
- Le nombre des personnes surendettées en France est évalué à un million à fin 2004, soit environ 4 % des ménages français<sup>5</sup>. 190 000 nouveaux dossiers de surendettement ont été déposés à la Banque de France en 2004, en progression d'environ 15 % / an. Ces dossiers ne représentent pas la totalité des nouvelles personnes surendettées.

#### Questions :

- Quels sont les liens entre cette situation et le développement du crédit à la consommation, encouragé notamment par les politiques gouvernementales ?
- Le surendettement est-il en lien avec la dématérialisation de l'argent, elle-même liée à la progression des moyens de paiement électroniques (carte bancaire), qui

---

<sup>5</sup> G. Gloukoviezoff, *Peut-on chiffrer l'exclusion bancaire ?* in *Rapport moral sur l'argent dans le monde 2005*, Association d'Economie Financière, Paris, 2005, p. 395

entraîne une invisibilité et une insensibilisation croissante de l'acte de paiement<sup>6</sup> ?

- Quelles sortes d'individus, de ménages, sont surendettés ? Combien le sont par excès de consommation ? Par irresponsabilité ou par incompétence dans la gestion de leur budget familial ? Par suite d'un accident de la vie ? Combien par manque permanent de ressources ?
  - Comment les personnes surendettées vivent-elles cette situation ? Avec quel niveau de conscience de leur propre responsabilité ? Avec quels sentiments, quelles émotions, quelles angoisses ? Quels enjeux de survie économique et sociale face aux dangers de l'exclusion ? Quels moyens ont-ils de se sortir d'affaire ?
- Regardons un billet de 100 US \$, le fameux billet vert, fanion de l'Amérique impériale, monnaie de réserve et de paiement de l'économie mondiale. Il porte la mention : « In God we trust ». Il se réfère à une foi, à une croyance, à une confiance en un dieu présenté comme le Dieu unique.

Questions :

- Que vient faire ce dieu sur le billet vert ?
  - Et cet acte de foi ? Est-ce en Dieu, ou en la valeur du dollar, que les Américains affirment leur confiance ?
  - Quels liens bizarres existent entre Dieu et l'argent ?
- Le déficit du Trésor américain, cumulé avec celui de la balance des paiements des USA, atteint des sommes colossales : actuellement 210 % du PIB alors qu'il représentait « seulement » 140 % du PIB en 1929, à la veille de la grande crise économique inaugurée par le krach boursier<sup>7</sup>. Ces déficits manifestent que les USA en tant qu'Etat, et que les Américains en tant que communauté d'agents économiques, dépensent plus qu'ils ne produisent de ressources. Ils illustrent ce qu'est une société hyper moderne vivant dans l'excès de consommation et jouant en permanence avec les limites au-delà desquelles la sécurité et la pérennité d'un système sont mises en danger.

Les américains vivent à crédit. Ce sont les autres Etats du monde, les banques centrales, les entreprises et les épargnants des autres pays, et en particulier du Japon et de la Chine, qui financent les déficits américains. L'importance de ces déficits peut déclencher demain une crise financière mondiale dont les conséquences négatives pourraient être extrêmement graves pour la plupart des pays de la planète.

Questions :

- En quoi, comment cette monnaie de référence mondiale permet-elle à des millions d'Américains de consommer durablement plus qu'ils ne produisent ?
- Le fait d'être citoyen d'un pays dont la monnaie est le dollar donne-t-il à cet individu une meilleure image de lui-même et une identité plus riche, plus forte que s'il était citoyen d'un pays dont la monnaie est la roupie ou le franc CFA ?

---

<sup>6</sup> A. Haessler, *Sociologie de l'argent et postmodernité, Recherche sur les conséquences sociales et culturelles de l'électronisation des flux monétaires* Librairie Droz, Genève-Paris, 1995

<sup>7</sup> En 2005, le taux d'épargne des ménages américains est de seulement 0,90 %, le déficit commercial annuel attendu est d'environ 650 milliards de dollars, soit 6,5 % du PIB. Ce à quoi il convient d'ajouter le déficit du budget de l'Etat Fédéral, de l'ordre de 450 milliards de dollars.

- Les USA en tant qu'Etat, les citoyens américains en tant que groupe d'agents économiques, sont-ils comparables à un ménage français surendetté ?
- En cas de crise financière mondiale, qui en supportera les dégâts ? Sous quelle forme ?

### 3. L'argent, moyen et moteur de l'hyper modernité

L'argent est présent partout et à tout moment dans la vie des entreprises, et de plus en plus dans notre vie sociale, familiale, individuelle. Son importance s'accroît au fil des siècles (vers l'an 1000 en France, 90 % de la population vivait à la campagne, où l'argent ne circulait pas<sup>8</sup>), et augmente à mesure que la vie devient plus urbaine et plus marquée par le phénomène d'individuation.

Par ailleurs, sa nature évolue de manière spectaculaire : à l'origine, l'argent est constitué d'objets (type bracelets, coquillages etc.), puis prend successivement les formes suivantes : pièces de métal précieux (or/argent), engagement écrit (type lettre de change, billet à ordre), papier monnaie gagé sur l'or, papier monnaie gagé sur la confiance, monnaie scripturale (un solde de compte chèque inscrit dans les fichiers informatiques de la banque), monnaie électronique virtuelle. Il est donc légitime de s'interroger sur le lien que l'argent, notamment dans ses formes historiquement les plus récentes, entretient avec l'hyper modernité

Dans un texte intitulé *L'argent, fétiche sacré*<sup>9</sup>, E. Enriquez fait remarquer que l'argent n'est pas seulement un opérateur de transformation en tant qu'équivalent universel de valeur (je vends dix moutons contre de l'argent, j'achète un cheval avec cet argent), mais également un *embrayeur*, c'est-à-dire un objet vivant qui produit des effets, qui est chargé d'une énergie propre<sup>10</sup>.

Les quelques exemples qui suivent illustrent comment l'argent, ou plus précisément un événement directement lié à l'argent, peut entraîner toute une série de phénomènes qui portent la marque de l'hyper modernité, au croisement du social et du vécu singulier des individus.

#### 3.1. La « dictature » boursière du profit à court terme

Vers les années 1995, les actionnaires des entreprises cotées en Bourse (notamment sous l'impulsion des fonds de pension américains) commencent à exiger des rentabilités de l'ordre de 15 %, taux élevé que peu d'entreprises sont capables de tenir en allure de croisière. Les entreprises et leurs dirigeants entrent alors dans des stratégies d'OPA, de fusion-acquisition, de course à la valeur de l'action, de recherche de rentabilité à court terme, de délocalisation des centres de production, de licenciement et de chômage. Et lorsque les PDG sont jugés insuffisamment performants du point de vue financier, ils sont eux-mêmes éjectés de manière parfois très expéditive<sup>11</sup>.

Cette course à la rentabilité à court terme, cette volonté de « produire » toujours plus d'argent sont en elles-mêmes une manifestation de l'hyper modernité, et vont engendrer toute une

<sup>8</sup> H. Mendras, *Les sociétés paysannes*, Paris, Gallimard Folio Histoire, 1995, p. 46

<sup>9</sup> In *Questions d'argent*, J.-Ph. Bouilloud et V. Guienne (dir.), Desclée de Brouwer, 1999, p. 55

<sup>10</sup> Il cite à ce sujet Weber : « Rappelle-toi que la puissance génitale et la fécondité appartiennent à l'argent. L'argent engendre l'argent et les rejets peuvent en engendrer davantage à tour de rôle et ainsi de suite » in « L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme », Paris, Plon, 1967

<sup>11</sup> V. de Gaulejac, *La société malade de la gestion*, Paris, Seuil, 2005, p. 26 et suiv

série de phénomènes « hyper modernes » ayant des effets importants sur la vie des entreprises et celle de leurs salariés, mais aussi sur l'ensemble de la vie sociale :

- Les logiques financières prennent souvent le pas sur les logiques de production : les salariés, considérés jusqu'alors comme facteurs de production, deviennent un coût, qu'il convient de réduire, et une « variable d'ajustement » qu'il faut adapter aux « exigences du marché ».
- L'adaptabilité, la flexibilité, la réactivité deviennent les maîtres mots du management des ressources humaines. Ces « impératifs » du temps réel obligent les salariés et leurs structures à produire plus, mieux, plus vite (ces impératifs ont été amplifiés en France par la loi de réduction à 35 heures du temps de travail légal)
- Cette « dictature » du profit à court terme met donc l'ensemble de l'entreprise dans une situation de tension, et l'oblige à participer de cette dimension de l'hyper modernité qui est de se confronter soi-même (comme individu, ou comme collectivité) aux limites du possible, pour devenir plus grand, plus fort, plus performant
- Cette nouvelle « règle du jeu » accentue au sein et en marge de l'entreprise le clivage entre ceux que Robert Castel appelle les « individus par excès » et les « individus par défaut »
  - Les premiers, dirigeants d'entreprise, cadres dirigeants et supérieurs et ceux qui jouent le jeu pour le devenir, ont trop de tout : trop de travail, trop de responsabilités et de pouvoir, trop de stress, trop de projets qui s'entrechoquent et se concurrencent, trop (d'illusion) de toute puissance lorsqu'ils s'identifient à la puissance de l'entreprise, et parfois trop de salaire, de *stocks options*, de *golden hello* et/ou de *golden parachutes*.

Producteurs « hyper », ils sont en même temps des consommateurs « avant-gardistes » de l'hyper modernité : ils achètent les objets ou les services nouveaux, souvent chers, porteurs à leurs yeux de qualité, de grand prix, de visibilité par le regard d'autrui (maison ou appartement de standing, automobile et vêtements de luxe, objets à haute technologie ou services permettant de « gagner du temps » etc.), toutes choses dont ils n'ont souvent pas vraiment le loisir de jouir vraiment, faute de temps
  - Les seconds, salariés précaires, à temps partiel, à emplois de durée limitée, chômeurs en puissance ou chômeurs réels, exclus ou intermittents du système de production et de récompenses, sont de plus en plus dépourvus de supports et de ressources, de capital symbolique, économique, social et de protection collective, et risquent de devenir « désaffiliés »<sup>12</sup> : ils s'inscrivent en creux dans la logique de la réussite individuelle qui caractérise l'hyper modernité : quel sens peuvent-ils donner à leur vie, quels projets peuvent-ils construire si ce n'est de d'abord subsister ?
- La généralisation du salaire au mérite et des primes personnalisées, fixés en principe en fonction de la productivité voire de la « rentabilité » propre de chaque salarié tend à affaiblir les solidarités existantes au sein des collectifs de travail, et donc à rendre l'individu plus seul face aux impératifs de l'entreprise, et renforce la nécessité de produire toujours plus

---

<sup>12</sup> R. Castel, C. Haroche, *Propriété privée, propriété sociale, propriété de soi*, Paris, Fayard, 2001, p. 117 et 129

- L'apparition de décisions défavorables au développement de l'entreprise à moyen terme, qui s'expliquent par la recherche de profit immédiat.
- L'obligation pour l'entreprise de :
  - « sortir » des produits ou des services nouveaux
  - les mettre en marché avec des techniques publicitaires faisant appel aux nouvelles valeurs de l'hyper modernité : satisfaire son désir immédiat, réaliser ses projets (de vie) (cf. la publicité pour le crédit *revolving*), renforcer son identité personnelle (cf. L'Oréal : « Parce que vous le valez bien »)
  - les vendre en masse, en utilisant parfois des méthodes de marketing discutables (cf. certains fournisseurs d'accès à Internet)

Cet exemple de la « dictature boursière » du profit à court terme n'est bien sûr possible que parce que la majorité des personnes concernées (notamment les salariés, mais également et d'abord les consommateurs) sont pour l'essentiel d'accord avec la logique qu'elle véhicule et dans laquelle elle s'inscrit.

Il illustre quelques uns des impacts qu'un événement historiquement daté lié à l'argent (la mutation boursière des années 1995) peut avoir sur les individus, sur leur histoire et sur leur mode de vie, sur leur psychisme, sur leur relation au temps immédiat, à l'avenir, sur leur niveau et leur mode de socialisation etc., et ceci dans le sens des nouvelles « valeurs » de l'hyper modernité.

### 3.2. Douceurs et dangers du crédit

Que se passe-t-il lorsque une entreprise, bancaire ou non<sup>13</sup>, accorde un crédit à son client ?

- Elle lui fait confiance, elle parie sur le fait qu'il pourra rembourser, donc qu'il est capable de gagner de l'argent : en cela, elle renforce son narcissisme
- Elle fournit à son client le moyen de réaliser son projet, ou son rêve, et donc de s'accomplir, de se construire en tant qu'individu social. Elle lui fournit un instrument de pouvoir, de puissance, une capacité supplémentaire d'agir, qu'il peut utiliser avec sagesse, mais également avec excès...
- L'obligation de résultat à court terme incite certaines entreprises à « vendre » des crédits nombreux à un taux élevé . Pour cela, elles sont poussées à prendre le risque d'accorder du crédit à leurs clients à la limite de leurs capacités de remboursement. Cette approche rencontre la propension de nombreux clients à rechercher le maximum de crédit pour se procurer toutes les satisfactions immédiates que celui-ci peut leur procurer. Cette rencontre est évidemment grosse des dangers du surendettement, caractéristique des sociétés hyper modernes
  - Concernant l'attribution des crédits à la consommation ou des crédits *revolving*, et afin de faire des économies de gestion, certains organismes de crédit évaluent le montant qu'ils peuvent attribuer à chaque client à travers un

---

<sup>13</sup> Au-delà des banques traditionnelles, les crédits, et en particulier les crédits à la consommation, sont largement distribués par les grandes enseignes commerciales, et par les établissements financiers spécialisés.

*scoring*, c'est-à-dire la prise en compte automatique de critères tels que l'âge, les revenus mensuels, le montant de l'épargne accumulée etc.<sup>14</sup>

Ils considèrent en effet que les coûts liés au non remboursement de la frange de leurs clients qui ne pourront finalement pas rembourser sont inférieurs aux coûts qui résulteraient d'une attribution réellement personnalisée de ces « droits à crédit ». Cette pratique est au cœur des processus de consommation, entre personnalisation et approche globale de masse. Elle conduit certains clients à une surconsommation de crédit et au surendettement. C'est notamment le cas pour les individus psychologiquement fragiles, qui vivent l'argent comme une drogue, comme un excitant censé les sortir d'une situation de solitude, de souffrance, de manque à être.

- Si le client ne peut rembourser l'argent qu'il a emprunté, l'organisme prêteur met alors en œuvre une série de dispositifs de plus en plus contraignants pour récupérer sa créance : lettres de rappel, injonctions de payer, intérêts de retard, interdiction bancaire auprès de la banque de France, transmission à un service de contentieux, et parfois exécution des garanties pouvant aller jusqu'à l'envoi d'huissiers et la liquidation d'une partie du patrimoine du créancier etc.

Le cycle du crédit a commencé dans la satisfaction d'un individu gratifié par la confiance d'un « fournisseur d'argent », et par l'autorisation qu'il reçoit de « jouir sans délai » de son crédit.

Il se poursuit dans l'excitation de la consommation en dépenses de toutes sortes (pour acquérir un logement, pour financer des études, pour se construire comme sujet, pour être beau, pour afficher son rang et sa réussite sociale aux yeux de la société, parfois, comme chez les acheteurs compulsifs, pour acheter des choses inutilisables etc.).

Il se termine pour quelques uns dans un univers de coercition, de souffrance et parfois d'exclusion synonyme de destruction.

### **3.3. Les paradoxes de l'argent au cœur des paradoxes de l'hyper modernité**

Dans un article intitulé *L'hyper modernité ou la société paradoxale*, V. de Gaulejac met en lumière les contradictions dont est tissée la société hyper moderne<sup>15</sup>.

L'argent, symbole de l'hyper modernité, est lui-même un objet chargé de multiples paradoxes, souvent en lien avec ceux de l'hyper modernité :

- L'argent est instrument de mesure et d'objectivation de la valeur des choses
  - Il est également la cristallisation du désir, la « réalisation du désir »<sup>16</sup> de l'homme. Mais ce désir étant démesuré (désir de reconnaissance, de jouissance, de sécurité, de toute puissance etc.), les comportements des humains envers l'argent sont parfois eux-mêmes marqués par la démesure (volonté d'accumuler, de dépenser, de consommer, d'afficher ses richesses, de mener grand train...)

---

<sup>14</sup> Dans ce domaine, les banques ont souvent une attitude nettement plus responsables que certaines grandes enseignes commerciales et plus encore que certaines sociétés de crédit spécialisées, qui prennent peu de précautions et accordent un plafond de crédit sans un contrôle préalable suffisant.

<sup>15</sup> Revue *Sciences de l'Homme et Sociétés* N° 75 de mars 2005.

<sup>16</sup> Cf. E. Enriquez, *Questions d'argent*, p. 53



- L'argent est instrument de paiement, d'extinction de la dette. A ce titre, il favorise l'autonomisation des individus, qu'il libère des paquets de dettes infinis contractés par les uns envers les autres. Il rend indépendant et libre. Il facilite l'appropriation qui permet à chacun de construire son identité<sup>17</sup>.
  - Il est également un instrument d'aliénation<sup>18</sup> : pour « gagner sa vie », chacun doit consacrer une part importante de son temps disponible, de son énergie, de son intelligence et de sa santé à produire des biens ou des services qu'il met à la disposition d'autrui. Le salariat n'est rien d'autre qu'un contrat de louage de soi (ou au moins de son temps et de sa force de travail) à temps partiel, dans lequel on abandonne une partie de sa liberté d'agir et parfois de penser contre une rémunération.

L'argent sert également à dominer, à acheter les collaborations, à corrompre pour permettre aux puissants d'établir ou de conforter leur pouvoir<sup>19</sup>, et de renforcer l'aliénation de ceux qui leur sont soumis.

L'argent aliène également et d'abord celui qui croit en lui, qui cherche à l'accumuler pour lui-même, celui qui se trompe d'objet en faisant la confusion entre les plaisirs de la vie réelle (manger, boire, rencontrer des amis, aimer d'amour ou d'amitié, échanger, voyager, bâtir, etc.) et leur équivalent vide qu'est l'argent.
- L'argent est un instrument du lien social, en ce sens qu'il permet la spécialisation des métiers et les échanges de biens entre les individus (le « commerce », dans les deux sens du mot). Il est manifestation du lien social, puisque la monnaie n'est possible que s'il existe une foi commune en un avenir meilleur, en un destin commun dans lequel chacun honorera la monnaie commune en l'acceptant pour paiement des prestations ou des objets qu'il produit et vend à la communauté<sup>20</sup>.
  - L'argent est également un instrument de « déliaison » sociale :
    - Il permet de séparer les riches des pauvres : pas les mêmes quartiers, ni les mêmes vêtements, ni les mêmes loisirs etc.

---

<sup>17</sup> Selon J. Locke, (cité par R. Castel, op. cité, p. 15), l'homme est quelqu'un qui s'approprie une partie de la nature grâce à son travail et devient propriétaire. Avant l'ère de la modernité et de l'individualisme, être propriétaire de biens permet d'abord de devenir propriétaire de soi-même, c'est-à-dire de sortir de la dépendance dans laquelle on était au sein d'une communauté de voisinage ou d'une famille d'appartenance. L'argent et la propriété de biens permettent d'exister en tant qu'individu, en tant que personne ayant la libre disposition de soi, capable de nouer des relations avec autrui dans un contexte d'indépendance ou, au moins, d'autonomie. G. Simmel oppose pour sa part la relation féodale, marquée par des dettes inextinguibles du paysan envers son seigneur et par des dépendances et des affects omniprésents, à la relation monétaire, qui objective les relations de dettes et permet de s'en libérer (cité par Ph. Simonnot dans *A propos de la « Philosophie de l'argent » de Georg Simmel*, Paris, L'harmattan, 1993, p. 96)

<sup>18</sup> Cf. Marx : « Est-ce le paysan qui possède la terre ou la terre qui possède le paysan ? » et V. de Gaulejac : L'argent possède le sujet autant que le sujet le possède » in *Questions d'argent* p. 95

<sup>19</sup> Ceci peut être vrai pour des individus. Mais peut l'être également dans la conduite des peuples : dans son livre *Comment Hitler a acheté les Allemands*, Paris, Flammarion, 2005, le sociologue et historien allemand G. Aly, montre comment le régime nazi a mis à profit le pillage de l'Europe, à commencer par celui des biens juifs, pour assurer aux Allemands un niveau de vie élevé et contribuer à « acheter » leur adhésion à une politique innommable.

<sup>20</sup> Ceci a été remarquablement illustré par la baisse de la valeur de l'euro dans les jours qui ont suivi le rejet du projet de traité constitutionnel européen par les électeurs français lors du référendum du 29 mai 2005 et par les électeurs hollandais quelques jours plus tard, double rejet qui a entraîné une remise en cause de la pérennité de l'euro par certains hommes politiques, notamment allemands et italiens.

- C'est au nom des impératifs d'efficacité économique, ou du manque de ressources financières que sont remis à plat certains systèmes de sécurité collectifs
- C'est à cause de l'insuffisance persistante de ressources financières ou à la suite d'un recours excessif au crédit ou d'une mauvaise gestion de leur budget familial que certains individus ou certaines familles entrent dans le processus d'exclusion.
- « L'argent détermine des parcelles d'identité, et donc la valeur des hommes sur le marché des rapports économiques et des rapports sociaux », il permet : « de s'affirmer comme sujet, développer sa liberté, étayer l'estime de soi <sup>21</sup> »
  - Mais l'argent n'achète pas tout : la valeur des êtres, leur liberté, l'estime qu'ils se portent, leur dignité etc. Les vrais constituants de ces richesses sont ailleurs que dans l'argent. Lequel manifeste ici ses limites d'objet vide nécessairement décevant pour qui confond le symbole avec la chose, la carte avec le territoire.

#### 4. L'argent, fondement d'une religion de l'hyper modernité ?

Certaines expressions de langage telles que « l'argent-roi », « Wall Street, temple du capitalisme », ou encore « l'argent est le nouveau dieu » ou « ...la nouvelle religion » peuvent conduire à poser cette question à première vue étrange. Il y aurait par ailleurs une étude beaucoup plus complète à faire sur les mots qu'on utilise pour désigner l'argent, et notamment leurs connotations religieuses : la fortune (*fortuna*, la chance accordée par les dieux), les biens, les valeurs (référents moraux quasi religieux), le patrimoine (ce qui est reçu du père) etc.

La mise en parallèle, voire en concurrence, entre Dieu et l'argent est d'ailleurs très ancienne, et très présente dans les textes bibliques et évangéliques eux-mêmes :

- L'histoire du veau d'or, montrant l'incompatibilité entre Dieu et Mammon
- La recommandation faite par Jésus de « rendre à César ce qui appartient à César et à Dieu ce qui appartient à Dieu »
- Sa rage qui l'amène à chasser les marchands du Temple
- Ses aphorismes moraux contre l'argent, et notamment : « Vous ne pouvez pas servir deux maîtres, Dieu et l'argent » et : « Il est plus facile à un chameau de passer par le chas d'une aiguille qu'à un riche d'entrer dans le royaume de Dieu » etc.

L'étonnement se renforce lorsque l'on confronte l'étymologie de *Dieu*, et celle de *argent* : la racine indo-européenne de *argent* est *arg* qui signifie « briller », « éclat », « blancheur » (*arguere* = démontrer, convaincre). Celle de *dieu* est *dei*, qui signifie également « briller » et *deiwo* : « le ciel lumineux considéré comme divinité » ! Les racines sont bien entendu différentes, mais le hasard fait que les deux racines réfèrent à des signifiés assez proches. Interprétation très libre : comme si l'argent qui brille sur la terre était le reflet, l'instrument de réflexion de la lumière (divine) qui brille dans le ciel... !

Une autre façon d'approfondir le rapprochement entre Dieu et l'argent est de comparer les principales définitions de Dieu à travers ses attributs, et ce que l'on peut dire, en parallèle, de l'argent.

---

<sup>21</sup> V. de Gaulejac, *Questions d'argent*, op. cité, p. 95

<b>Dieu</b>	<b>Argent</b>
Créateur	Instrument de création
Tout puissant <sup>22</sup>	Très puissant
Souverain maître de toutes les créatures	Maître de nombreux humains, instrument de la maîtrise de certains humains par d'autres humains
Pur esprit, immatériel	De plus en plus immatériel
Invisible	De plus en plus invisible
Eternel	N'a pas toujours existé, risque d'exister longtemps !
Parfait	Possède la perfection d'un objet « vide », immatériel et symbolique
Vérité	Analyseur social, scalpel qui fait souvent apparaître la vérité des situations et des sentiments
Infiniment bon	Bon à posséder
Source de toute joie	Origine de grandes satisfactions
Néanmoins créateur de l'enfer, qui est la privation de « Lui »	Idem... !
Au jugement dernier, <u>sépare</u> les élus des damnés	Grand séparateur entre les riches et les pauvres
Amour	Substitut de l'amour
Omniprésent	De plus en plus omniprésent dans le vécu des personnes
Unique (mais des dieux provinciaux subsistent... !)	Une monnaie mondiale unique dans quelques décennies ? Mais des monnaies locales subsisteront.

<sup>22</sup> L'étymologie de *riche* réfère d'ailleurs à *puissant*

Fait l'objet d'un acte de foi	Résulte d'une foi, d'une confiance commune, d'un crédit, d'une croyance de tous en un souverain commun (Prince, République, Union Européenne)
Insaisissable, « éternellement présent, éternellement absent »	Idem
Se mange	On dit aussi : « Manger de l'argent »
Une hostie circulaire...	Pièce de métal circulaire de même diamètre environ
Les « saintes espèces » sont le corps et le sang de J.-C. sous les apparences du pain et du vin	Les « espèces » désignent un moyen de paiement, des pièces d'or ou d'argent <sup>23</sup>
Dieu est vivant dans son fidèle. Sa grâce le transforme	L'argent « habite » certains humains et leur donne la grâce, i.e. leur donne confiance en eux-mêmes
Jésus a été trahi pour 30 pièces d'argent	Trahir, traduire, transmettre, vendre : un dieu peut-il être vendu contre de l'argent ???? Cela manifeste-t-il une équivalence entre Dieu et l'argent ?
Jésus et sa mort sont le <u>prix</u> du sacrifice pour <u>racheter</u> le péché des hommes	Un dieu peut-il servir de monnaie de paiement ?
Gage d'un bonheur dans l'au-delà	Procure la satisfaction d'un désir ici bas
Le prêtre confesse les fidèles	Le banquier confesse ses clients
Le prêtre veut leur salut dans l'au-delà	Le banquier veut leur réussite financière, équivalent de leur salut sur terre
Le prêtre a été historiquement un acteur du contrôle social	Le banquier l'est aujourd'hui

Historiquement, il semble par ailleurs que Dieu et l'argent aient connu des évolutions à certains égards comparables :

<sup>23</sup> L'apparition du mot *espèces* est d'ailleurs curieusement presque concomitante en théologie (1545 au singulier, 1656 au pluriel au sens de « saintes espèces ») et en économie (1496 au singulier, 1577 au pluriel). Cf. *Dictionnaire historique de la langue française* Robert.

- A l'origine, les dieux sont multiples (chaque peuplade en a de nombreux, et possède les siens en propre), ils sont des dieux locaux, ils sont extérieurs aux humains (cf. les dieux grecs et romains), et font l'objet d'un culte « vertical » (les dieux sont dans le ciel, ou dans les profondeurs de la terre).

Au fil des siècles, les monothéismes remplacent progressivement le polythéisme, le Dieu unique est intériorisé (il est réputé être en nous), la relation à Dieu devient plus « horizontale » (Jésus, fils de Dieu et donc Dieu à part entière, est notre frère, notre semblable)

- Les monnaies des peuplades primitives sont multiples (coquillages, bracelets, têtes de bétail – *pecus*, qui donnera le mot « pécule »), et locales. Au Moyen Age, les monnaies sont extérieures aux individus (on portait les pièces d'or ou d'argent dans sa bourse), elles circulent principalement de manière verticale, entre le paysan et son seigneur<sup>24</sup>, ou entre le fidèle et son Eglise pour faire des dons à Dieu.

Dans la société hyper moderne, l'argent devient invisible, il est en chacun de nous, lié à l'individu que nous sommes (notre droit à crédit nous est affecté à titre personnel, nos cartes de crédit ou de paiement portent notre signature, et ne fonctionnent que grâce à des numéros secrets inscrits dans notre seul cerveau ; demain, on retirera peut-être de l'argent dans un distributeur de billets après s'être fait identifier par la reconnaissance de l'empreinte digitale ou de l'iris de l'oeil).

Enfin, l'argent circule de moins en moins verticalement (entre soi, les Eglises et Dieu, ou soi et le seigneur du lieu), il circule principalement horizontalement (l'Etat collecte des impôts qu'il redistribue en grande partie pour assurer le bon fonctionnement de la collectivité, et les agents économiques échangent de l'argent « entre égaux » et horizontalement pour équilibrer leurs transactions).

Face à ce qu'on appelle la crise du symbolique, l'effritement des grands récits fondateurs, l'abandon des grandes idéologies explicatives du monde et productrices de croyances, il est naturel d'explorer l'hypothèse selon laquelle l'argent prendrait progressivement et au moins partiellement la place de Dieu.

Comme Dieu, l'argent a ses lois, ses temples (les banques, les bourses des valeurs - on appréciera le mot ! -), ses grands prêtres (les banquiers), ses théologiens et ses frères prêcheurs (les économistes), ses saints (les hommes d'affaires ayant réussi à devenir milliardaires), ses indulgences (les lots, gros ou petits, qu'on gagne à la Loterie Nationale) etc. L'argent constituerait donc une nouvelle référence planétaire canalisant l'énergie des humains et les faisant vivre ensemble dans le respect de quelques règles communes.

Depuis son apparition dans les civilisations les plus anciennes, l'argent a toujours été associé au règne des dieux, à l'univers des « puissances », au monde d'en haut. Pour l'historien de la finance J.-M. Thiveaud, « le domaine de la finance est régi par la confiance et la croyance. Confiance et croyance sont des processus de type spirituel bien plus que psychologique, ils renvoient aux limites du sacré, aux rapports de souveraineté, à la relation de sujet. L'histoire de la finance, du crédit, de la monnaie, de ce règne étrange de l'argent, est avant tout l'histoire de ce processus spirituel, d'un mouvement dialectique de l'esprit et de la matière, de l'idéal et du réel, de la raison et de l'imaginaire<sup>25</sup> »

<sup>24</sup> F. Rachline, *Que l'argent soit*, Paris, Calmann-Lévy, 1993, p. 101 sq.

<sup>25</sup> J. -M. Thiveaud, *Histoire de la finance en France*, Tome 1 : *des origines jusqu'en 1775*, Paris, Editions P.A.U., 1995, p. 11

Dans son article cité supra, E. Enriquez souligne que l'argent « peut devenir un fétiche, c'est-à-dire se transformer en un dieu dans lequel les individus sont susceptibles de s'investir » (p. 53). Comment ? Parce que, écrit-il, « l'argent rassure l'individu sur son identité, et lui procure un sentiment de toute puissance en lui fournissant un moyen d'emprise sur les autres. L'argent peut alors devenir un fétiche et un dieu incarné et, à ce titre, être aimé avec passion et démesure comme symbole de la puissance qui procure d'immenses satisfactions » (p55).

Par ailleurs, et par de multiples leviers, l'argent possède cette capacité de structurer les individus dans le temps et dans l'espace. Ce faisant, il « crée un monde ordonné, où chacun trouve une place (qui ne lui sied pas toujours naturellement), une manière d'être qui satisfait le besoin de classement et de prévision des êtres humains » (p. 59).

Citant J.P. Vernant, l'auteur rappelle que le mythe est un « système conceptuel permettant aux individus d'une société de penser de manière ordonnée les relations de la nature et de la société et d'assurer la fonction symbolique » et « de développer un même paradigme pratique, de mettre en œuvre un imaginaire social commun ».

Dans la société contemporaine, l'argent semble remplir cette fonction de structurer les pensées et les actes de chacun des individus autour de quelques « fantasmes individuels et collectifs les plus primitifs concernant la possibilité même de l'existence » (p. 56), mais aussi autour de quelques lois élémentaires telles que « tu dois travailler pour les autres si tu veux que les autres travaillent pour toi » ou encore « tu ne dois pas dépenser durablement plus que tu ne gagnes ».

N'est-ce pas là occuper cette place de nouvelle idéologie explicative et organisatrice du monde, dont la vogue conquérante semble se substituer aux croyances, déclinantes en Europe, de la religion ?