

PEUT-ON REFUSER UN CADEAU ?



ARNAUD CAPITAN - 2024

S O M M A I R E

• Introduction.....	4
• Mise en contexte.....	6
• Les cadeaux matériels.....	12
• Les cadeaux matériels : première situation.....	13
• Les cadeaux matériels : deuxième situation.....	16
• L'anonymat dans les cadeaux.....	20
• Le cadeau commun.....	22
• Le cas du cadeau immatériel.....	24
• L'argent : un cadeau simple et généreux.....	31
• Bibliographie.....	39



I. INTRODUCTION

Nous sommes en décembre 1914, pendant la Première Guerre mondiale. La guerre fait rage depuis bientôt cinq mois. Le paysage est dévasté par les obus. Les soldats n'osent pas sortir des tranchées, par peur d'être fusillés sur le No Man's Land. Le froid, la fatigue, les maladies sèment le chaos. Pourtant, cet hiver, quelque chose de miraculeux s'est produit. Malgré les interdictions de sympathiser avec l'ennemi, les soldats sortent de leurs tranchées, se retrouvent sur le No Man's Land, et échangent des cadeaux tels que du tabac, de la nourriture ou des souvenirs : c'est la trêve de Noël.

Nous voilà maintenant en 2024. La France est en paix depuis des décennies, pourtant la méfiance règne. Des individus exploitent la bonté de personnes généreuses mais naïves, notamment à des fins économiques ou sociales.

Pour certains, le cadeau reste une manifestation de bonté, une manière d'exprimer une amicalité, un remerciement, ou même de l'amour. Pour d'autres, c'est un outil psychologique qui permet de s'acheter implicitement les faveurs de quelqu'un, en lui imposant un semblant de générosité.

I. INTRODUCTION

Pendant la trêve de Noël, à l'occasion de cette célébration culturelle et religieuse, l'altruisme inspirait cet échange de cadeaux entre soldats. Il est difficile de trouver un intérêt personnel dans ce partage, en sachant que le conflit ne s'est arrêté dans la plupart des témoignages qu'au vingt-cinq décembre.

Aujourd'hui, notre société de consommation pousse à l'achat. La multiplication des soldes, des fêtes en tout genre, poussent les individus à s'échanger des présents plus que nécessaires, ce qui en incite à le faire par intérêt personnel.

Il est toutefois de coutume de toujours accepter un tel don. « Un cadeau, ça ne se refuse pas. »

Mais voudriez-vous d'un cadeau si vous saviez que celui-ci vise à acheter vos faveurs ?



II. MISE EN CONTEXTE

Mais en fait, qu'est-ce qu'un cadeau ?



Je vais surtout me concentrer ici sur la vision contemporaine française du cadeau, même si l'extension à différentes cultures du cadeau pourrait prolonger mon écrit.

Tout d'abord, qu'est-ce qu'un cadeau ?

On peut définir un cadeau comme un don désintéressé qui a pour but de faire plaisir.

Étant généralement associés à des fêtes, on voit souvent les cadeaux comme des objets physiques donnés gratuitement d'une personne à une autre, parfois dans la surprise, dans le cadre d'occasions particulières.

Pour autant, il existe des cadeaux qui ne sont pas physiques, tels que des voyages, des services rendus, des activités à sensations fortes, tout ce qui tient de l'expérience personnelle.

II. MISE EN CONTEXTE

Si deux amis partent en vacances et que l'un offre le voyage à l'autre, le cadeau paraît évident. Mais qu'en est-il lorsque nous passons du temps avec une personne ? Qu'en est-il lorsque l'on offre son affection, son temps, son amitié, voire son amour à quelqu'un ?

Il est difficile, si les intentions ne sont pas réciproques, de voir un cadeau dans une déclaration d'amour pour celui ou celle qui la reçoit. On y retrouve pourtant toutes les caractéristiques du cadeau nécessaires ; et les conséquences d'un refus dans ces cas-là sont claires, avec une déception bien plus grande qu'un cadeau physique.

En effet, la psychologie liée à l'échange du cadeau dépend de beaucoup de facteurs :

- L'occasion pour le cadeau



Un anniversaire



Fête de Noël

III. MISE EN CONTEXTE

- La relation entre celui qui offre et celui qui reçoit



Cadeaux échangés d'un couple

- La qualité du cadeau



Cadeau de grande valeur



- Ce que représente le cadeau pour celui qui offre et pour celui qui reçoit



Collier de pâtes

*Rien ne vaut
l'amour d'une
mère pour sa fille*

II. MISE EN CONTEXTE

Commençons avec un aspect de base qui prime pour beaucoup de personnes : la valeur économique du cadeau.

La valeur des cadeaux importe tout autant que ce que représente le cadeau pour une personne ; ou du moins quand la valeur sentimentale du cadeau reste limitée.

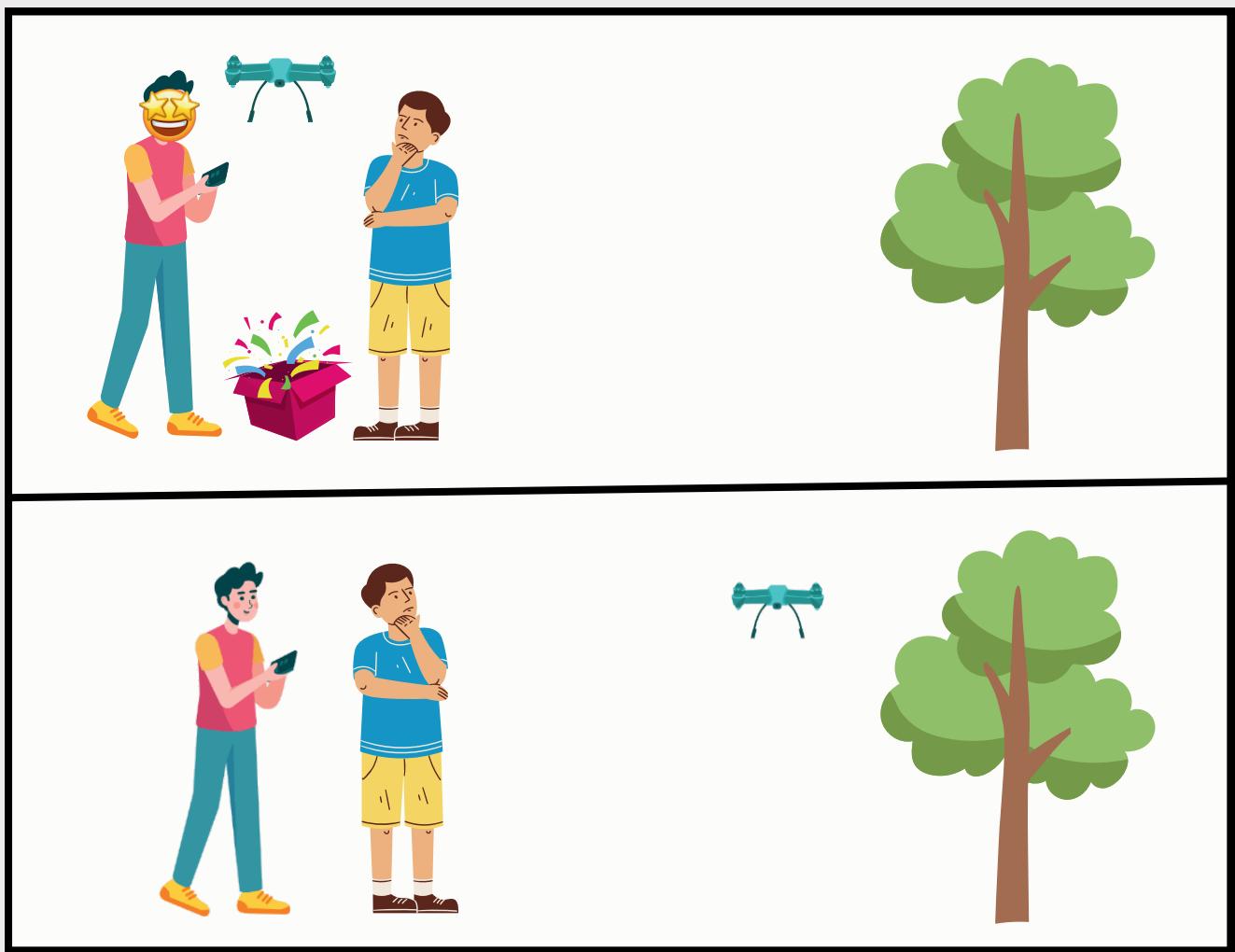
Il est difficile de concevoir qu'un collier de pâtes fait par un enfant pour ses parents ait d'autre valeur que celle sentimentale, pourtant le temps passé et l'intention du cadeau représentent une part de satisfaction suffisante pour les parents. Par contre, je ne pense pas obtenir autant de succès si j'offre à vingt ans un dessin de ma main ou un collier de pâtes à mes parents.



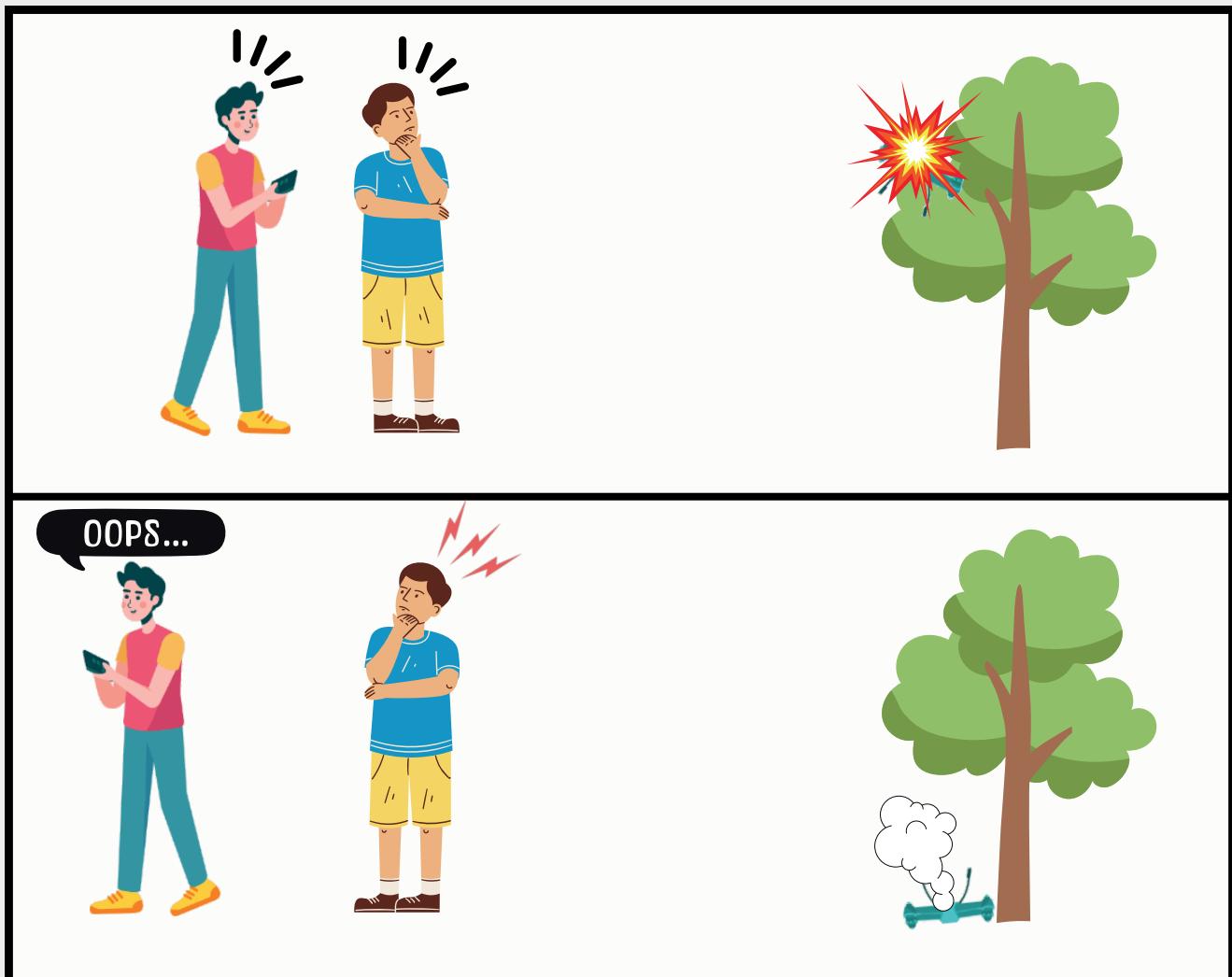
II. MISE EN CONTEXTE

On a de plus une valeur ajoutée par l'effort investi dans la sélection du cadeau. Le temps consacré à la réflexion des goûts et besoins de la personne, à la personnalisation de son cadeau l'enrichit d'une valeur qui ne peut être quantifiée, mais qui est bien présente.

La valeur d'un cadeau est une arme à double tranchant. Si une haute valeur inspire une haute estime chez celui qui apprécie le cadeau et connaît sa valeur, l'ignorant sera pris pour un ingrat s'il utilise mal ou abîme le cadeau.



II. MISE EN CONTEXTE



Celui qui offre souhaite aussi se mettre en valeur en offrant un cadeau d'une grosse valeur, ce qui peut être utile quand on souhaite gagner l'appréciation de quelqu'un, mais est dénué de sens lorsqu'on l'offre à un proche. Il sera alors plutôt gêné par la valeur excessive du cadeau, et risque de le refuser.

Mais a-t-on vraiment le choix de refuser un cadeau ?

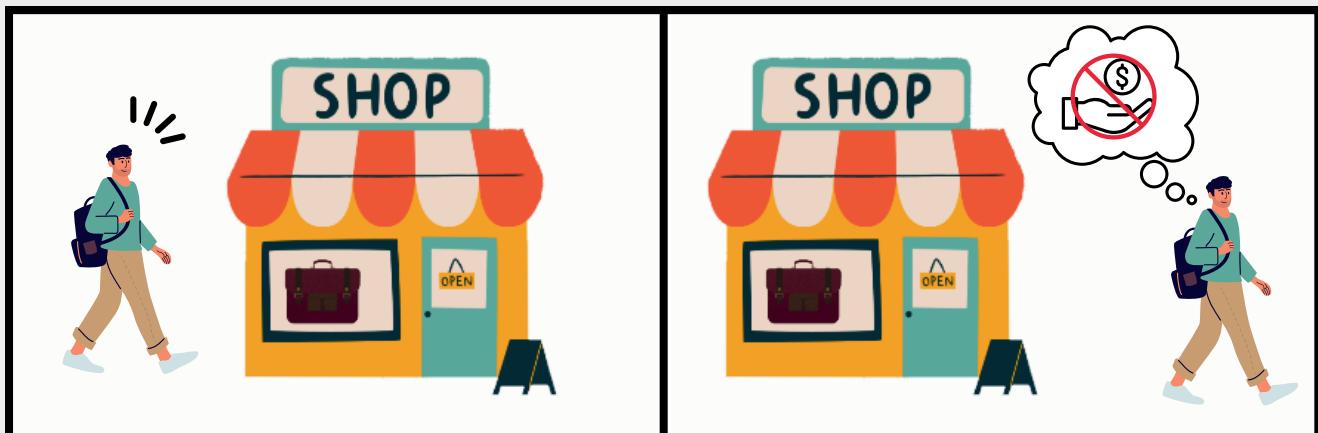
Qu'est-ce que ça signifie de rejeter un cadeau ?

III. LES CADEAUX MATÉRIELS



Première situation : l'exemple du cadeau de luxe

Vous avez sûrement déjà vu dans un magasin un article de luxe qui ne vous plaisait pas. On se dit souvent à ce moment là, en regardant le produit, que même si le prix est démesuré et que cela n'est pas à votre goût, ce doit bien être apprécié par quelqu'un d'autre.



Supposons maintenant qu'un ami trouve cet article sublime, et décide de vous l'offrir, en pensant que c'est le cadeau parfait pour vous. Vous n'appréciez toujours pas le produit, mais vous savez quelle valeur il a, et donc le prix, toujours aussi important, que votre ami a déboursé pour vous prendre ce cadeau.



III. LES CADEAUX MATÉRIELS

Première situation : l'exemple du cadeau de luxe

Si vous l'acceptez, vous vous sentirez très redevable envers cet ami connaissant le prix du cadeau, même si vous risquez de ne jamais l'utiliser. Vous aurez toujours la possibilité de le revendre, au risque de décevoir très fortement l'ami (parce que rappelons-le, cet ami pense que c'est le cadeau idéal pour vous).

Même si les statistiques* indiquent que 23 % des Français prévoient de revendre leurs cadeaux de Noël, la déception engendrée est rarement souhaitable. En général, la revente des cadeaux reste secrète ; par honte peut-être, celle de trahir la bienveillance de celui qui offre en réduisant l'effort du cadeau à sa simple valeur économique.

A quoi bon offrir un cadeau à quelqu'un si vous savez qu'il sera vendu ? L'intention d'offrir disparaît, étouffée par l'avarice du criminel. En exagérant un peu, c'est le lien amical qui se brise. Je serais très mécontent à l'idée de prendre le temps de chercher et d'offrir un cadeau qui me semble convenir, pour qu'il soit revendu derrière (pour éviter cette déception, on a toujours le choix d'offrir directement de l'argent, mais cela implique certaines concessions que nous développerons par la suite).

• Voir la section *Bibliographie* pour la source de la statistique

III. LES CADEAUX MATÉRIELS

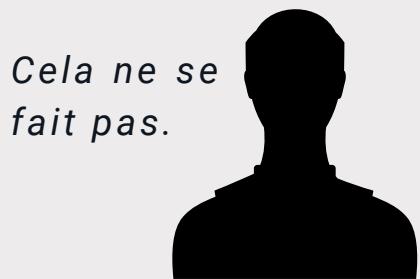


Première situation : l'exemple du cadeau de luxe

Alors vous avez la possibilité de le refuser. On y verrait certes une rupture des normes sociales, une transgression du célèbre dicton « Un cadeau ça ne se refuse pas. » mais toute redevabilité disparaît.



C'est impoli.



Cela ne se fait pas.

En effet, si l'on sort du simple cadeau banal, offert « pour la forme », on suppose un minimum de réflexion pour déduire des goûts et de la personnalité d'une personne un cadeau qui lui conviendrait. Le refuser, c'est refuser d'établir cette connexion recherchée à travers le cadeau, ce que l'on peut faire lorsque l'on ne souhaite établir cette connexion par exemple.

Il faut être très minutieux dans sa formulation du refus : il est facile pour celui qui offre de ressentir de l'ingratitude dans le refus, peu importe la raison. Rejeter le présent, c'est notamment repousser la bonne intention d'offrir d'une personne. En renonçant au cadeau, on se risque à blesser celui qui offre, peut-être plus qu'en le revendant.

On échappe toutefois au contrat social, qui selon Marcel Mauss dans son *Essai sur le don*, imposerait un contre-cadeau.

III. LES CADEAUX MATÉRIELS



Première situation : l'exemple du cadeau de luxe

« *On doit être un ami pour son ami,
et rendre cadeau pour cadeau. [...]*
Un cadeau donné attend toujours un cadeau en retour.
Il ne vaut mieux pas donner, que de donner trop. »

Extrait de “L’Havamál, vieux poèmes scandinaves”,
rapporté dans *Essai sur le don* de Marcel Mauss.

Marcel Mauss affirme que le cadeau est une forme d'échange social, qui attend toujours quelque chose en retour, si ce n'est pas déjà un cadeau en guise de remerciement, ou un contre-cadeau en lui-même.

Il y aurait, derrière un élan de générosité, toujours un aspect économique, un mensonge social, une obligation qui dicte le cadeau. La redevabilité serait aussi un principe qui imposerait le cadeau en retour. On peut toutefois dire que la politesse est un devoir acceptable.

Ici, il était déraisonnable de donner un cadeau d'une trop grande valeur, ce qui a de grandes chances de déplaire à quelqu'un par gêne devant le prix plutôt que parce que le cadeau déplaît en lui-même.

III. LES CADEAUX MATÉRIELS

Deuxième situation : l'exemple du petit cadeau

Parlons maintenant d'un cadeau à faible valeur économique ; on ne peut pas dire qu'un cadeau est de faible valeur, l'intention primera toujours sur la qualité du cadeau. Un cadeau exceptionnel peut devenir insignifiant dans les mauvaises circonstances, et inversement.



Il est toutefois plus facile pour celui qui reçoit le cadeau de le refuser, en se disant que cela ne représentera pas une grande perte pour celui qui l'offre. Pourtant le bonheur de la personne vaut plus qu'un refus qui n'apporterait rien de plus que du ressentiment à cet instant ; ressentiment de faible intensité certes, mais présent tout de même.

III. LES CADEAUX MATÉRIELS

Deuxième situation : l'exemple du petit cadeau

Dans cette catégorie, on peut retrouver les cadeaux de façade, ces cadeaux qui nous sont offerts par de la famille ou des collègues à des occasions bien spécifiques.

Guidées par les conventions sociales, ces personnes souhaitent simplement choisir un cadeau qui va faire plaisir, sans faire d'effort supplémentaire.

Si l'on souhaite refuser un tel cadeau, on a tout à y perdre : le cadeau n'a pas de valeur ni aux yeux de celui qui l'offre, ni aux yeux de celui qui le reçoit. L'accepter, c'est cultiver la relation entre les deux individus, et le refuser c'est la détériorer.



III. LES CADEAUX MATÉRIELS

Deuxième situation : l'exemple du petit cadeau

Prenons l'exemple de la tante qui, d'une année à l'autre, offre toujours le même type de cadeau à son neveu ou à sa nièce, sans tenir compte de leurs véritables préférences ou intérêts personnels.

Ce geste, bien que fait avec de bonnes intentions, peut parfois se révéler inutile, car il n'est pas sincère : il ne témoigne pas d'une réelle considération pour la personne qui reçoit le cadeau.

On y voit alors uniquement un remerciement formel, une politesse qui dissimule un rejet, mais qui est imposée par la pression sociale de l'acceptation du cadeau.

Le cadeau en lui-même peut également être perçu comme une conséquence de la pression sociale.

Les apparences jouent un rôle important aujourd'hui, et se conformer socialement semble parfois la meilleure solution.

Prenons une fête d'anniversaire, où vous ne connaissez pas le fêté, mais vos amis le connaissent et sont en bon terme avec lui, d'où l'invitation qui vous est parvenue. Vous ne le connaissez pas beaucoup, lui non plus, alors vous décidez de ne rien lui prendre.

III. LES CADEAUX MATÉRIELS

Deuxième situation : l'exemple du petit cadeau

Même si le fêté ne s'attend initialement pas à un cadeau de votre part, si tout le monde décide d'en offrir un sauf vous, aussi minable que le cadeau aurait pu être vous passerez pour un radin aux yeux de tous si vous n'en offrez pas. Le choix s'oriente alors vers le fait d'offrir un cadeau par politesse, le fameux « cadeau de façade ». Le fond reste le même : le fêté risque de ne pas se souvenir du cadeau une semaine après la fête. Par contre, pour ce qui est de la forme, vous serez le seul à vous rendre compte de la supercherie, car aux yeux de tous les autres, vous lui offrez fait un cadeau, et c'est déjà bien.

On y voit aussi un moyen d'acheter l'approbation sociale, en se conformant aux normes établies. On pourrait presque le remercier d'avoir accepté le cadeau...

IV. L'ANONYMAT DANS LES CADEAUX

Pour échapper aux conventions sociales, à cette pression du conformisme, aux regards de la société, une solution semble être attrayante. L'anonymat assure en effet l'absence de regard d'autrui ; un cadeau surprise sans pouvoir connaître la personne derrière.



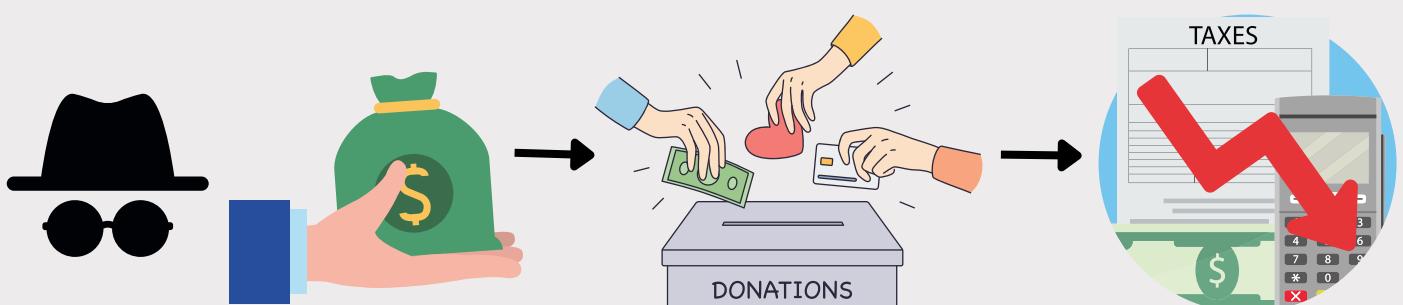
Celui qui reçoit le cadeau ne peut se référer qu'à la valeur concrète du cadeau, sans pouvoir faire preuve d'aucun jugement vis-à-vis de la personne qui l'offre.

Mais si l'influence sociale disparaît, l'intention du cadeau n'est pas toujours honnête. Si la notion de don anonyme est souvent perçue comme un geste altruiste, dénué de toute attente, de toute reconnaissance, de toute contrepartie, il peut être utilisé à des fins d'évasion fiscale ou pour entretenir une image publique positive.

IV. L'ANONYMAT DANS LES CADEAUX

En prenant des exemples à plus grande échelle, certains donateurs préfèrent rester dans l'ombre par pure générosité, souhaitant contribuer à des causes qui leur tiennent à cœur sans chercher à attirer l'attention sur eux-mêmes.

Cependant, d'autres utilisent l'anonymat comme un moyen de dissimuler leurs revenus ou de réduire leur charge fiscale. L'anonymat soulève alors des questions sur l'intégrité morale des donateurs.



Est-ce vraiment de la générosité ? Contribuent-ils vraiment à une cause honnête et louable, ou plutôt à des fins d'optimisation fiscale par pur intérêt économique ? De plus, les entreprises, et notamment les supermarchés, proposent également d'arrondir sous forme de dons anonymes les factures pour ainsi minimiser leurs obligations fiscales, tout en cultivant une image généreuse et sociale. Cette stratégie leur permet non seulement de bénéficier d'avantages fiscaux, mais aussi de renforcer leur réputation auprès d'un public non informé. Le don anonyme doit préserver sa véritable essence de générosité désintéressée et de solidarité.

V. LE CADEAU COMMUN

Si l'on revient dans le cas de cadeaux offerts d'un individu à l'autre, on peut voir le cas du cadeau commun, où un groupe d'amis peut offrir un cadeau d'une plus grande valeur, plutôt que plusieurs petits cadeaux, mais la répartition de l'argent pour l'achat de ce plus gros cadeau n'est généralement pas uniforme dans un groupe d'amis.

Là où certains mettront plus que d'autres, et ceux qui ont moins les moyens mettent « ce qu'ils peuvent » (c'est généralement l'expression que l'on emploie dans mon groupe d'amis), celui qui reçoit le cadeau connaît les personnes qui ont offert le cadeau ensemble, mais ne connaîtra pas la valeur ni l'effort que chaque personne a mis dans le cadeau.



V. LE CADEAU COMMUN

Revenons maintenant à la question initiale. On sait que le cadeau commun a une plus grande valeur que chaque petit cadeau individuel, et généralement quand on fête l'anniversaire d'une personne, on ne lui offre qu'un seul gros cadeau commun plutôt que plusieurs. Il est donc plus probable de se tromper.

Qu'en est-il dans ces cas-là, si le cadeau ne plaît pas ?

Un moyen pour désamorcer rapidement la situation serait de repartager l'argent du cadeau à une occasion collective, sous prétexte qu'il n'aurait pas été apprécié à sa juste valeur.

Rappelons que le véritable objectif d'un cadeau est d'exprimer une attention, pas de créer un sentiment d'obligation et de pression sociale, donc cette solution semble être la plus convenable, étant donné que tout le monde pourra profiter du cadeau, ou plutôt de l'argent du cadeau qui sera utilisé à une autre fin.

Il serait en effet égoïste de récupérer l'argent pour soi, du moins selon les conventions sociales actuelles. On remarque là une autre faille de l'anonymat. Un individu qui participe au cadeau commun sans grand intérêt se voit récompenser d'une activité d'une plus grande valeur que celle initiale : au lieu d'offrir, il reçoit le cadeau.

Mais c'est là toute la beauté du principe du cadeau, tout réside dans le bonheur éprouvé autour de ce cadeau, qui lui est inestimable.

VI. LE CAS DU CADEAU IMMATÉRIEL

On peut se demander si un cadeau se résume à des objets physiques ou à un échange concret d'éléments. Lors des fêtes d'anniversaire, les fêtés mentionnent souvent qu'ils se contentent de la présence des convives en tant que cadeau. Mais faire acte de présence, est-ce véritablement un cadeau ?

Si on reprend la définition du cadeau présentée dans la mise en contexte, « Un don désintéressé qui a pour but de faire plaisir. », alors un don de soi peut aussi être comptabilisé comme un cadeau. Ainsi, le réconfort, le soutien, les compliments sont des formes de cadeau.

On ne retrouve pas dans ces cadeaux d'échanges concrets, mais plutôt un échange en terme de mentalité. Les paroles plaisantes et les flatteries sont quelque part aussi des cadeaux, qui peuvent être soit prononcées de manière désintéressée, soit avec une intention de plaire, c'est-à-dire de la flatterie.

Il est toutefois trop peu commun dans notre société de parler de cadeaux immatériels en ce sens. En effet, ceux qui s'échangent ce genre de cadeau sont moins aptes à se rendre compte de ces cadeaux.

VI. LE CAS DU CADEAU IMMATÉRIEL

Prenons deux amis, Alex et Noa. Supposons qu'Alex apprécie complimenter mais n'y met pas de grande pensée derrière, il sait que cela fait plaisir aux autres mais sans plus. A l'inverse, Noa, plus réservé, ne complimente que très peu ses amis, mais lorsqu'il le fait, c'est une grande preuve de sincérité de sa part. Si Noa complimente Alex, sa perception du compliment aura une grande importance, par rapport à Alex qui n'y verra qu'un simple geste anodin.

Dans ce cas, la valeur ajoutée de ce cadeau immatériel est beaucoup plus importante pour Noa que pour Alex. Il est alors aisément dans ce genre de cadeaux de décevoir celui qui en offre en n'ayant pas la réaction appropriée.

On retrouve ici le devoir du "recevoir" mentionné par Marcel Mauss : celui qui reçoit le cadeau doit aller au-delà de la formule de politesse.

Parfois, un simple "merci" ne suffit pas pour satisfaire celui qui offre un cadeau auquel il est lui-même très attaché.

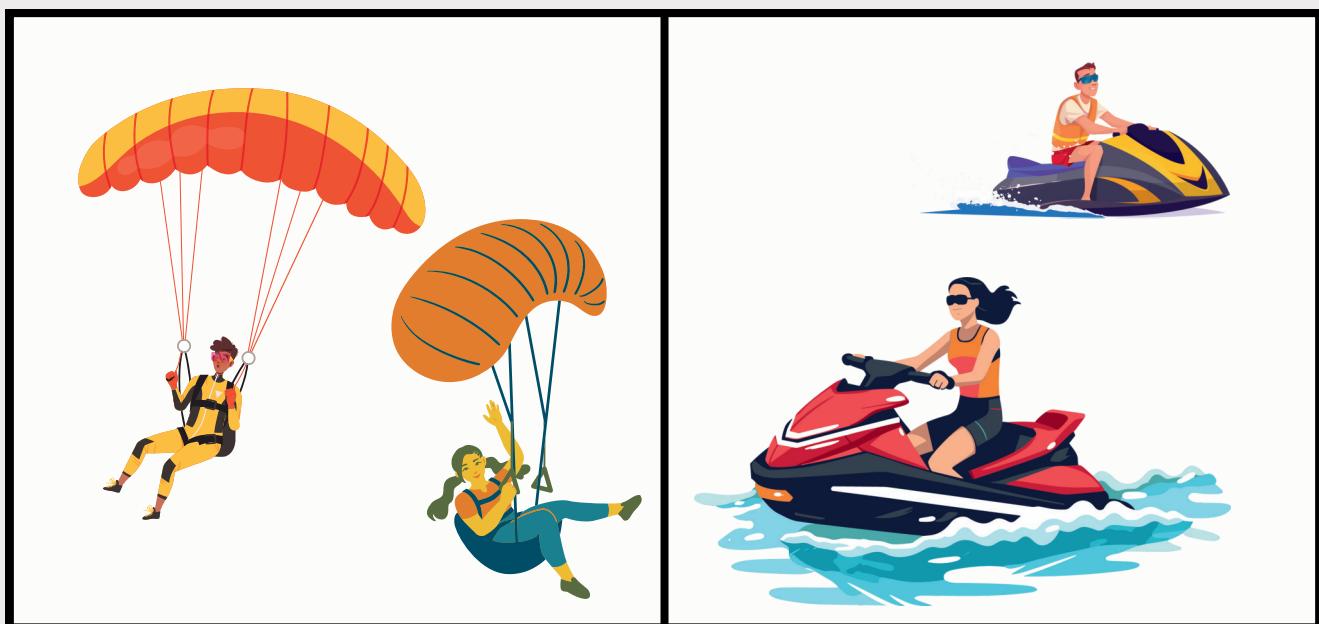


VI. LE CAS DU CADEAU IMMATÉRIEL

De manière générale, les cadeaux immatériels correspondent davantage à ce qui relève de l'expérience personnelle. Ce type de cadeau représente une évolution significative dans notre manière de donner et de recevoir par rapport à l'aspect matériel.

En mettant l'accent sur les expériences et les émotions, les souvenirs créés et partagés auront un impact beaucoup plus marquant qu'un cadeau physique.

Là où un cadeau physique peut rappeler un souvenir, c'est l'expérience de ce souvenir qui fait toute la différence, et qui change un simple cadeau en une expérience inoubliable.



VI. LE CAS DU CADEAU IMMATÉRIEL

Cependant, un voyage ou une expérience à sensation forte ne provoquent pas forcément du plaisir chez celui qui reçoit le cadeau. Il suffit que l'expérience se déroule avec des imprévus qui viennent ruiner le ressenti et le souvenir n'a pas l'impact souhaité.



Il est primordial pour celui qui offre le cadeau de se renseigner au préalable pour s'assurer de l'impact de l'expérience sur la personne qui va la vivre. On y retrouve une nouvelle fois la valeur ajoutée de l'effort de recherche pour satisfaire celui qui va recevoir le cadeau.

Un exemple simple serait pour un concert, de se renseigner sur les goûts musicaux de l'individu, et de ne pas simplement prendre le billet pour le dernier artiste tendance.

VI. LE CAS DU CADEAU IMMATÉRIEL



On retrouve d'autres avantages dans les cadeaux immatériels, qui viennent se placer dans la dynamique de la société actuelle. Si aujourd'hui la société de consommation incite aux cadeaux physiques , un cadeau immatériel sera davantage perçu comme plus respectueux de l'environnement, ce qui fait partie aujourd'hui des enjeux majeurs.

En favorisant les expériences plutôt que les possessions matérielles, celui qui offre incite celui qui vit l'expérience à un style de vie plus minimaliste, axé sur les valeurs et les émotions plutôt que sur la consommation matérielle.

Qu'en est-il du refus du cadeau ?

Il est généralement plus simple de trouver des excuses valables pour ce genre de cadeau. On a par exemple la peur de l'inconnu, le vertige pour les expériences à sensations fortes, l'indisponibilité, etc.

Pour les mêmes raisons que les cadeaux matériels, il faut s'assurer des intentions de celui qui propose l'expérience, qui pourrait causer une expérience traumatisante dans le cas de sensations fortes (comme on l'a vu avec le saut en parachute, qu'il vaut mieux ne pas offrir à quelqu'un qui a le vertige).

VI. LE CAS DU CADEAU IMMATÉRIEL

Les cadeaux immatériels ont le potentiel de créer des souvenirs durables et de renforcer les relations entre celui qui offre et celui qui reçoit. Ils témoignent d'une réflexion approfondie sur ce que peut apporter l'expérience, et peuvent être un moyen de montrer son affection au travers d'une expérience partagée.

Le cadeau immatériel offrirait une approche moderne du don, centrée sur les moments partagés et les expériences significatives plutôt que sur les possessions matérielles.

L'argent en tant que cadeau immatériel peut être vu comme un moyen d'échange universel, mais aussi comme un symbole de pouvoir, de statut. Alors que les cadeaux immatériels renforcent les liens émotionnels et sociaux entre les individus, l'argent peut perturber ces liens en introduisant des tensions, de la manipulation.



VI. LE CAS DU CADEAU IMMATÉRIEL

Par exemple, une famille qui donne plus d'argent à l'un des deux frères qu'à l'autre. Le sentiment d'injustice se portera à la fois sur la famille, responsable de l'injustice, mais parfois aussi sur le frère, qui ne se rend parfois pas compte de la situation. Pour ce dernier, le fait d'accepter le cadeau et remercier la famille signifie pour son frère d'accepter l'inégalité, et d'en remercier ceux à l'origine.

Mais il est aisé de redistribuer l'argent pour rééquilibrer la situation, contrairement à deux cadeaux matériels de valeur différente.

Offrir de l'argent serait-il alors une solution facile à l'échange de cadeau ?



VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?

Quelle que soit l'occasion, que ce soit à un anniversaire, à Noël, à une fête en général, pour une récompense, ou même pour le plaisir d'offrir, rien de plus simple qu'un peu d'argent liquide, ou dans notre société moderne un peu d'argent sous forme de virement.

On pourrait se dire que cette solution simple évite le problème du cadeau qui déplaît. Il est en effet difficile de déplaire lorsque l'on offre de l'argent à quelqu'un. Sauf que la valeur du cadeau ne se résume plus qu'au montant donné.



En effet, d'un côté offrir de l'argent comme cadeau peut être perçu comme une solution pratique et efficace, permettant à celui qui reçoit l'argent le libre choix de ce qu'il souhaite acheter.

Cela peut être particulièrement apprécié si les préférences individuelles de celui qui reçoit le cadeau ne font que changer, avec par exemple quelqu'un qui suit les effets de mode (ce qui est fréquent aujourd'hui en considérant notre société de consommation en France).

VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?

Il est parfois difficile voire impossible de trouver le cadeau parfait pour quelqu'un, surtout si cette personne change tout le temps d'avis sur ses goûts, ou sa personnalité (la mode est aussi celle des influenceurs sur les réseaux sociaux).

Lui donner l'argent et laisser libre cours à son imagination est d'apparence la meilleure solution...

Cependant, malgré ces avantages, l'argent comme cadeau comporte aussi des problèmes. Il y a par exemple la question de l'impersonnalité.

Contrairement à un cadeau physique qui nécessite une certaine réflexion et un engagement personnel, la valeur ajoutée par l'effort de réflexion disparaît, ainsi que la potentielle signification du cadeau physique auprès de la personne qui reçoit le cadeau.

L'argent est notamment dénué de tout sentiment et dépourvu de toute connexion émotionnelle. Il est difficile de transmettre des sentiments au travers de l'argent, et il est communément associé à une rémunération d'un travail, donc davantage à une récompense plutôt qu'à un cadeau.

Cela peut donner l'impression que le donneur n'a pas pris la peine de penser à la personne ou de choisir un cadeau lié à leur lien émotionnel.

VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?



En reprenant l'exemple du cadeau de luxe, mais cette fois-ci en ne conservant que l'argent et non l'objet physique, offrir de l'argent peut appuyer des inégalités financières entre le donneur et le receveur, qui résulte alors en un malaise entre les personnes.

L'argent comme cadeau a aussi son impact sur des personnes proches, notamment à cause des attentes sociales et des normes actuelles.

Par exemple, offrir de l'argent à un enfant pour son anniversaire serait pris comme une marque de soutien financier, pour lui apprendre à gérer ses premières pièces d'argent ou ses finances en général (ce que je trouvais très amusant petit).

Le même geste envers un ami peut être perçu comme insensible car cela risque d'être pris pour de la pitié.

L'argent en tant que cadeau propose un contraste entre une solution économique facile (pas de frais de transport, de livraison, pas de temps perdu sur la réflexion) et un respect pour l'autonomie du destinataire, là où d'autres peuvent le voir comme une preuve d'hypocrisie économique et de manque d'effort.

VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?



Mais peut-on refuser un cadeau sous forme d'argent ?

Il est difficile de concevoir un tel refus. On a généralement un projet, une idée, un caprice sur lequel on se dit que l'on pourrait utiliser cet argent, et dans le cas contraire, l'argent finira bien par nous servir à un moment donné.

Toutefois on peut voir la corruption comme un don d'argent, dont le contre-don n'est pas le simple sentiment de redevabilité, mais un échange illégal de procédé.

Le refus d'argent dans ce cadre prend alors tout son sens, lorsque l'on se rend compte que l'intention derrière le cadeau n'est pas l'intention classique du plaisir d'offrir, mais une intention orientée à des fins malhonnêtes.

Lorsqu'un individu reçoit un pot-de-vin, il est toujours attendu qu'il fournisse en retour des faveurs, des priviléges ou des services illégaux à la personne qui a offert le paiement.

Pourtant, pouvons-nous faire la différence entre un échange de procédé malhonnête et de la corruption ?

VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?

En effet, acheter quelqu'un avec des cadeaux va bien au-delà du simple acte de présence ou des cadeaux matériels.

Cela révèle souvent un désir plus profond de contrôler ou d'influencer les relations, transformant la générosité en un outil de manipulation.

Refuser le cadeau revient à se libérer de ces tentatives manipulatrices. Lorsque les cadeaux deviennent des moyens de pression ou de contrôle, on ne peut plus vraiment parler de cadeau, mais plutôt de pièges.

Prenons l'exemple d'un enfant dont les parents sont divorcés, et dont l'un des deux parents ne rend que très peu visite à l'enfant mais lui offre un grand nombre de cadeaux qui lui font très plaisir.

Ici, l'enfant peut préférer cette figure parentale qui n'est alors associée qu'au bonheur des cadeaux, malgré son absence évidente dans la vie de l'enfant.



VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?

On ne parle alors plus d'échange de cadeaux, mais de véritables transactions où la valeur des cadeaux est mesurée par ce qu'ils peuvent permettre d'obtenir en retour. Cela crée certes des liens fragiles et superficiels, mais cela peut être suffisant pour permettre la manipulation.

Pour lutter contre cette forme de manipulation, il est essentiel de renforcer la transparence dans les intentions des personnes. On distinguera alors le cadeau désintéressé d'une relation qui se veut honnête et saine, d'un cadeau qui fait office de transaction, qui témoignerait d'une manipulation (ou du moins une tentative).

Cette solution paraît certes utopique, mais elle représente l'objectif à atteindre.

VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?

Prenons un autre exemple qui risque d'être plus marquant.

Imaginons le cas d'un de vos amis qui a trahi votre confiance, ce qui a terni sa réputation à vos yeux et aux yeux de vos autres amis, et a causé des souffrances à votre entourage.

Conscient de la gravité de ses actions, et des conséquences qu'elles ont eu sur son cercle amical (et donc sa propre vie personnelle), cet individu décide de faire des cadeaux dans l'espoir d'acheter leur pardon, mais sans montrer explicitement sa véritable intention.

On remarquera deux types de profils selon leur réaction face à ces cadeaux soudains :

- Ceux qui resteront sceptiques à l'égard de ses intentions et refuseront ses cadeaux pour ne pas rentrer dans son stratagème, sachant que la confiance est rompue
- Ceux qui se laisseront manipuler en acceptant les cadeaux

On peut considérer un troisième type de profil, plus rare, qui correspond à ceux qui profitent des cadeaux sans pour autant pardonner, et exploitent les remords de l'individu pour récupérer les cadeaux, une sorte de transaction dans leur intérêt personnel.

VII. L'ARGENT : UN CADEAU SIMPLE ET GÉNÉREUX ?



On ne parle plus d'échange, puisqu'il n'y a plus aucune intention de contre-don à la suite de ces cadeaux. Il est légitime de refuser de se sentir redevable quand l'intention n'est ni honnête ni bienveillante.

Les cadeaux et les gestes de générosité peuvent-ils vraiment effacer les erreurs passées et restaurer la confiance et la réputation d'une personne?

Le pardon authentique exigerait une réflexion profonde, un repentir sincère, un peu comme la démarche d'une personne qui souhaite satisfaire son prochain dans le choix essentiel d'un cadeau.

Le pardon ne peut pas être acheté, mais doit être gagné par des actions significatives.

De même, le bonheur à l'issue d'un échange de cadeaux ne peut être acheté, mais doit provenir d'intentions bienveillantes qui n'ont pas pour but d'affecter financièrement l'individu, mais simplement d'offrir un plaisir désintéressé.

BIBLIOGRAPHIE



Livre :

Essai sur le don, Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques, Marcel Mauss
Editions Flammarion, 2021

Article :

Statistique, source : TF1

<https://www.tf1info.fr/economie/fete-de-noel-de-plus-en-plus-de-francais-revendent-leurs-cadeaux-pourpayer-leurs-factures-selon-une-etude-2280485.html>

Images et illustrations :

Toutes les images et illustrations ont été montées par moi-même à l'aide des outils préexistants de Canva.

PEUT-ON REFUSER UN CADEAU ?



RÉFLEXIONS SUR LA THÉORIE DU CADEAU, DU DON, DU CONTRE-DON

Que ça soit à une fête de famille, à Noël, à un anniversaire entre amis, ou pour une occasion qui vous tenait à cœur, vous avez sûrement déjà échangé des cadeaux.

Aujourd’hui, l’appropriation de la culture internationale multiplie le nombre de fêtes, qui sont des occasions d’offrir aussi bien que de recevoir des cadeaux.

“Un cadeau ça ne se refuse pas.” Certains diraient.

Pourtant le cadeau parfait n’existe pas. Un cadeau qui ne plaît pas, c’est commun. Par politesse, par coutume, ou par gentillesse, beaucoup accepterait n’importe quel cadeau. Mais l’accepter, c’est se soumettre à ce contrat social du cadeau, qui comporte les obligations de donner, recevoir, et rendre (ou plutôt donner à son tour).

Cet écrit a pour but de faire méditer sur ce contre-don des cadeaux : ce sentiment d’être redevable, ce contrat auquel on adhère implicitement lors de l’échange.

