

Sociologie économique

Cours magistral

Licence 3 - Semestre 2 - Sociologie

adresse mail

P. Steiner

1 - Introduction à la sociologie économique

Séance 1 - date

Présentation du cours. Le cours vise à maîtriser les principes de **base** de la sociologie économique, autour de divers auteurs **classiques** : Émile Durkheim, Marcel Mauss, Karl Polanyi, Max Weber, mais également d'auteurs et d'autrices **contemporaines** : Pierre Bourdieu, Michel Callon, Mark Granovetter, Lucien Karpik, Viviana Zelizer... Il existe plusieurs ouvrages de référence : La sociologie économique, de P. Steiner, *La sociologie économique*, Pierre-Marie Chauvin et Antoine Bernard de Raymond. Pour approfondir le cours, on pourra se tourner vers le *Handbook of economic sociology*, Smelser et Swedberg, et le *Traité de sociologie économique* de Steiner et Vatin.

La sociologie économique. La sociologie économique repose sur l'idée que les faits économiques peuvent être **mieux appréhendés** en utilisant les **apports de l'économie et de la sociologie**. Les économistes considèrent généralement/classiquement l'analyse du social et du collectif comme secondaire. Ils envisagent l'**économie** comme un domaine à part, **hors société** — ce qui importe, c'est le marché (concurrentiel, d'appariement etc...). C'est l'idée, canoniquement incarnée par Gary Becker, du postulat de la **rationalité** chez les acteurs (calcul, stabilité des préférences...). La sociologie économique rappelle que **le social ne peut pas être laissé de côté** — il a des effets lourds sur l'économie. Ainsi, Weber, prend en compte les valeurs sociales qui poussent à économiser/mettre de côté... Il s'agit d'utiliser les outils des sociologues pour approcher l'économie (Viviana Zelizer n'a pas de formation d'économiste). La **dualité** des disciplines n'est **pas insurmontable**. Illustration : pour les économistes, le prix véhicule des informations sur la rareté, et s'aligne sur les évolutions de l'offre et de la demande. Mais les sociologues considèrent que les informations circulent également par des réseaux d'interconnaissance, par des cadres institutionnels, par une inscription matérielle de la connaissance.

Trois approches fondatrices en sociologie économique. (a) **Sociologie économique vs. économie.** Pierre Bourdieu et Émile Durkheim envisagent les rapports entre économie et sociologie économique sur le mode du **conflit** : à terme, la sociologie économique devrait **remplacer**

l'économie politique. Cette démarche continue à exister.

(b) La sociologie économie comme « lien » entre disciplines. Max Weber ne partage par la réticence que Durkheim montre vis-à-vis de la théorie économique (il y est formé, avec l'école historique allemande, connaît Von Schöller mais également les marginalistes, et ne devient sociologue que sur le tard). Pour Weber, la sociologie économique doit être un **lien entre la théorie économique et l'histoire**, doit expliquer pourquoi les concepts économiques fonctionnent. Cette démarche est une **des plus communes** en sociologie économique contemporaine.

(c) L'approche de Pareto. Pour Vilfred Pareto, qui premièrement mathématicien appliqué, puis directeur d'entreprise, puis qui s'oriente vers le monde académique, de l'économie mathématique à la sociologie, l'économie est une des **sciences les plus achevées** des sciences sociales. Mais elle n'explique qu'une **infime partie de la réalité** : comme les physiciens, il faut partir de choses simples, de situations simplifiées (acteurs économiques désencastrés, maximisateurs, rationnels). De cet *homo oeconomicus*, on complexifie l'analyse : les individus ne participent qu'à des activités économiques, mais ne sont pas toujours rationnels. Finalement, on considère que les acteurs sont limités dans leur rationalité et qu'ils ne participent pas exclusivement à des activités économiques. La sociologie économique résulte donc de l'**addition successive des apport de la théorie économique, de l'économie appliquée, et de la sociologie**. Cette démarche est aujourd'hui **plutôt abandonnée**.

Quelques démarches typiques en sociologie économique. **(a) Une démarche par opposition.** Une démarche classique est une démarche d'**opposition aux économistes**, qui ne parviennent pas à donner une explication correcte des faits économiques. Le marché décrit par les économistes ne rend compte que d'une fraction des marchés — il est incapable de saisir le fonctionnement du marché des **biens symboliques** (exemple des biens culturels chez Bourdieu). L'un fonctionne au **volume de vente**, tandis que l'autre fonctionne au **crédit et à la réputation**, de qualité intrinsèque. L'économiste n'est pas capable d'appréhender les règles singulières du marché de l'art, tandis que le sociologue est capable d'appréhender les deux marchés, selon Bourdieu. Cette opposition rejoint celle entre le **marché standard et le marché des singularités**, chez Lucien Karpik.

(b) Une démarche par construction. Il s'agit de montrer comment le phénomène socio-

économique s'est **historiquement développé**, expliciter le **fonctionnement** du phénomène, et examiner les **conséquences morales et politiques** du phénomène. Prenons l'exemple de la montée des inégalités de revenus : elles se développent dans les années 1970, à partir de la crise économique et de la sortie de la période des 30 Glorieuses. Il est possible d'expliquer la formation des revenus très élevés (la répartition des revenus et leur évolution est étudiées à l'aide de certains outils comme le premier millime ou le centile de la distribution des revenus). Finalement, ses conséquences : l'indignation et les mouvements sociaux tels que « We are the 99% » « Occupy Wall Street », « Los indignados ») et accroissement des inégalités économiques.

Séance 2 - 09/02

L'approche durkheimienne des institutions économiques. L'approche durkheimienne de la sociologie économique se fonde sur **les institutions**. Ces institutions **induisent les comportements** des individus (les normes et contraintes sont imposées par les institutions sur les individus). Cette démarche générale s'applique en particulier aux institutions dites « économiques », qui permettent les échanges. **L'échange marchand** est abordé chez Durkheim par l'intermédiaire du « **contrat** » (l'expression libre de la volonté). C'est ce contrat qui permet **l'affrontement des intérêts** et le marché. Ce contrat n'est toutefois **pas suffisant** (« il ne se suffit pas à lui-même »), puisqu'il existe une **dimension non-contractuelle du contrat** (par exemple, le contrat et les résultats du fonctionnement marchands doivent être considérés comme justes).

Maurice Halbwachs : représentations sociales et consommation. L'idée est pour lui de comprendre le **comportement des classes populaires** vis-à-vis de la consommation. Cette dernière est distinguée en **trois grands postes** de dépense (**alimentation, vêtements, logement**). Les consommations sont distinguées selon leur **fréquence (basse ou élevée)** et leur **montant (faible ou fort)**. Le poste vestimentaire est marqué par une fréquence basse et un montant faible. Le poste alimentaire est caractérisé par un montant faible et une fréquence élevée. Le poste du logement est caractérisé par une fréquence faible et un montant fort. Ces différents postes sont associés à **différents comportements/représentations sociales**. Pour le vêtement, « ne pas être dupe », incertitude sur la qualité ; pour l'alimentation, « naturalité du prix » et qualité connue ; pour le logement, « rente indue, qu'il est toujours légitime de ne pas payer ».

L'approche weberienne : l'action économique. Dans la théorie weberienne, l'action est

conçue comme **ayant du sens pour l'acteur**, et elle dépend de l'action des autres acteurs. L'action typique peut être **rationnelle en finalité**, **rationnelle en valeur**, **affectuelle** ou **traditionnelle**. Weber s'appuie sur l'exemple de l'action rationnelle en valeur, guidée par le **protestantisme ascétique**. Les individus fondent leurs actions sur des fins religieuses. L'ignorance de la décision divine leur fait adopter un comportement rigoureux, sous la pression sociale. Ils cherchent dans l'ascèse une « confirmation » de leur statut religieux (de prédestiné/élu) dans leur fortune. Le comportement rationnel en valeur aboutit donc à un comportement économique similaire à celui d'un « capitaliste accumulateur » (par l'épargne).

Paradoxe de la rationalité : le cas de l'entrepreneur. Une limite des théories économistes tiennent à leur absence de prise en compte des paradoxes de la rationalité (le comportement rationnel n'a pas toujours les meilleures issues). L'**entrepreneur** fait généralement face à un certain nombre d'**incertitudes**, sur le marché ou sur l'organisation (Frank Knight, 1921). Une décision rationnelle, qu'il est possible d'expliquer en raison, ne permet pas d'y faire face : on se sait pas calculer les coûts/avantages dans une situation d'incertitude (à l'inverse d'une situation modélisable/probabilisable). L'entrepreneur est donc celui qui, par son jugement, fondé sur le jugement d'autrui, adopte un comportement intuitif vis-à-vis de la solution recherchée (que produire ? sous quelle forme ? à quel prix ? etc.). **S'il réussit**, il obtient une **rémunération supérieure à la rémunération normale : le profit**. Lorsqu'on sait expliquer **rationnellement** la décision prise, elle peut être adoptée par tout industriel, et il n'y a **plus de profit**. Mais aussi le cas du « cavalier seul », mais aussi celui du « jeux de l'ultimatum », ...

Des approches résolument plus contemporaines. *Society and Economy, Framework and principles*, de Mark Granovetter : l'auteur y résume son approche « de fracture », résolument webérienne. Dans *L'emprise des marchés. Comprendre leur fonctionnement pour pouvoir les changer*, Michel Callon propose une démarche originale, fondée sur une sociologie pragmatique, orientée autour du concept de « processus ». Passiva(c)tion des biens, agence de calcul, plateforme : organisation des rencontres marchandes : affectio mercatus : attachement/détachement, les prix comme qualité des biens, dynamique des agencements marchands, politique des marchés. *Anthropologie économique. Cours au Collège de France (1992-1993)* de Pierre Bourdieu. Théorie des champs et habitus, avec comme particularité une accentuation forte sur le thème du don explicité à la lumière de la logique de l'honneur, ccd une logique de statut social et de rapport dominant-dominé.

Au-delà des approches diverses, on peut souligner **deux grandes convergences** : les trois auteurs font une **critique de la théorie économique**, qu'ils jugent insatisfaisante pour comprendre le fonctionnement réel de l'économie (marchande pour Granovetter, marchande et non marchande pour Bourdieu et Callon). Ils formulent également un **critique de la sociologie**, qui n'a jusqu'alors **pas su** développer une approche à même d'**intégrer et de dépasser ce que l'économiste** pouvait offrir. Par ailleurs, les trois auteurs adoptent une approche **relationnelle** de la vie économique : c'est à partir des relations (et non des acteurs ou des structures) que l'on peut théoriser le fonctionnement de l'économie. Néanmoins, chacun bâtit son oeuvre sur une **conception distincte de la relation** : la relation comme **mesure**, dans l'analyse de réseau de Granovetter ; la relation comme **opposition** dans la théorie des champs de Bourdieu ; la relation comme **flux** dans la sociologie pragmatique de Callon.

Notes sur Enrichissement. Dans cet ouvrage, L. Boltanski et A. Esquerre se concentrent sur la notion de **marchandise (chose + prix)** et proposent une nouvelle interprétation de l'évolution du capitalisme, lequel s'orienterait non **pas seulement** vers la **production de masse** (les biens sont aux consommateurs) mais vers les **biens de luxe**, pour lesquels un **discours sert à donner de la valeur** à des biens que les consommateurs ne peuvent consommer qu'en allant les cueillir sur place. L'ouvrage est séduisant, mais **peu convainquant**. Surtout, il ne présente pas une approche spécifique de la sociologie économique pour laquelle, par ailleurs, il semble ne pas avoir un grand intérêt.

2 - Polanyi, la Grande Transformation et l'encastrement de l'économie

Séance 3 - 16/02

La nouvelle sociologie économique. On parle désormais de « **nouvelle sociologie économique** » pour désigner les travaux réalisés à la **suite de ceux de M. Granovetter** et de quelques autres sociologues américains (Neil Fligstein, Viviana Zelizer, Harrison White) ou européens (Richard Swedberg, Carlo Trigilia) qui souhaitent relancer l'étude sociologique de l'économie. On peut également considérer Pierre Bourdieu comme un sociologue économique (avec les études sur le marché des biens symboliques dès 1971). Le phénomène prend place à partir du **milieu des années 1980**, et se développe depuis de manière continue. La sociologie économique est aujourd'hui un domaine **très actif** de la sociologie contemporaine.

La sociologie économique contre l'impérialisme économique. L'**impérialisme de l'économie** s'affirme avec la **théorie du choix rationnel** portée, notamment, par **Gary Becker** ou par l'**économie des coûts de transaction** (Olivier **Williamson**). C'est **en réaction** à ces modes d'explication des phénomènes socio-économiques que réagissent les sociologues américains, et tout particulièrement M. Granovetter. La réaction repose à la fois sur une **étude empirique sur le marché** du travail et sur la définition d'un programme de travail. On trouve également l'équivalent dans les travaux de Pierre Bourdieu sur le marché des biens symboliques (1971) ou sur le « marché de la maison » (2000).

*« Mon approche de la sociologie économique repose sur deux propositions sociologiques fondamentales : premièrement, **l'action est toujours socialement située** et ne peut pas être expliquée en faisant seulement référence aux **motifs individuels** ; deuxièmement, les **institutions sociales** ne jaillissent pas automatiquement en prenant une forme incontournable, mais elles sont '**socialement construites**' ».*

*« Je distingue **trois niveaux de phénomènes économiques**. Le premier est "**l'action économique individuelle**" pour laquelle je retiens la définition weberienne : action orientée vers la satisfaction des besoins, tels que définis par les individus, en situation de rareté ... Je souhaite également expliquer des phénomènes qui se situent au-delà de l'action individuelle — ce que j'appelle les "**résultats économiques**" et les "**institutions économiques**" ... Ces dernières diffèrent des premiers*

(formation de prix stables pour un bien, formation des différences de salaires entre les secteurs, etc.) car elles désignent de plus larges ensembles d'actions et comportent une **dimension normative** (comment les choses doivent être faites). » (Granovetter).

Sociologie économique et thèse de l'encastrement. L'idée centrale de l'approche en termes d'**encastrement** est qu'il existe des **sphères sociales séparées** (l'économie, la société, le politique, etc...) et qu'il s'agirait de rapporter l'une d'entre elle (l'économie) aux autres afin de la contrôler, car elle tend à s'**autonomiser** d'une manière que l'on considère comme **dangereuse** pour les autres sphères (la société et la politique). Cette thèse est développée par Karl Polanyi dans son influent ouvrage *La Grande Transformation : aux origines politiques et économiques de notre temps*, publié en 1944 et traduit en 1983 en français. Le **marché**, en tant que lieu d'échanges, ne pose **pas de difficultés** sociologiques particulières pour Polanyi. Ce qui pose question, c'est le **système de marchés**, ou le *marché auto-régulateur*. Le système de marchés est auto-régulateur lorsque les **prix sont déterminés uniquement** par les forces qui s'expriment sur le marché, c'est-à-dire l'**offre et la demande**.

Lorsqu'un tel système de marchés existe, alors, Polanyi considère l'économie socialement désencastrée. Historiquement, Polanyi en dégage la **première manifestation en Grande-Bretagne**, à la suite du **Speenhamland Act de 1834**, qui signe l'abandon des lois protectrices du marché du travail. L'encastrement désigne une **relation entre « le social », d'un côté, l'« économique »** de l'autre (pour autant que l'on accepte cette distinction, qui ne va pas de soi). L'encastrement de l'économie dans le social signifie que les phénomènes marchands restent sous la dépendance de règles religieuses, politique ou morales : l'économie est alors une « sous-partie » de l'ordre social. Le **désencastrement** signifie que les phénomènes marchands évoluent selon **leurs propres règles**, et que ces dernières s'**imposent au monde social**, lequel en devient en partie subordonnée.

Désencastrement, travail et marchandise. La thèse du désencastrement est ensuite développée en avançant l'idée selon laquelle les **trois facteurs de production (le travail, la terre et la monnaie)** sont considérés comme des **marchandises** (que Polanyi qualifie de *marchandises fictives*, car elles ne sont pas produites en tant que marchandises). Pour expliciter cette « fiction », Polanyi établit le système d'équivalent suivant : le travail (marchandise) = humain (non-marchandise), terre (marchandise) = nature (non-marchandise), monnaie (marchandise) = politique (non-marchandise). Le désencastrement désigne donc une forme d'**inversion des valeurs**, une

dénaturation du statut des éléments fondamentaux de la vie humaine et sociale. Il suggère donc d'en **revenir à une économie encastrée dans le social**, c'est-à-dire dans laquelle les grandeurs économiques (prix, quantités produites) sont régulées par des principes politiques, moraux, religieux, etc... (à l'instar des revenus de transferts dans le cadre du *welfare state* étudié par G. Esping-Andersen).

Quelle société, quel désencastrement. Polanyi suggère donc de concevoir une société organisée autour d'une pluralité de modes d'échanges, avec l'échange marchand, la réciprocité, la redistribution, l'autarcie... Chacune de ces sphères d'échange étant appuyée sur une institution spécifique : le marché, la famille/la communauté de voisinage, l'État, le domaine, mais également sur des formes relationnelles qui leur sont propres. (*Voir graphique*).

Une approche négligée, mais productive. Polanyi la met en oeuvre dans son étude sur **l'économie du Dahomey au XVIIIe siècle**. L'*oikos* correspond au domaine royal : la réciprocité est locale, fondée sur la base d'entraide pour les gros travaux. La **redistribution** se fait pas l'administration royale, et la distribution des *cauris*. Le **marché** correspond à des marchés locaux à prix administrés par l'alimentation, et à un commerce international (les esclaves vendus aux Européens). P. Steiner s'y intéresse dans son étude de **sociologie économique sur les fêtes de rue**, en appliquant l'outillage de Polanyi. La réciprocité correspond aux associations qui animent la ville pendant les fêtes (et le reste de l'année). Le marché correspond aux bars et aux restaurants ; la redistribution correspond au financement par la mairie. P. Steiner distingue une approche statique des trois formes économiques et une approche dynamique, en raison des tensions qui existent entre elles trois (jeu d'échange social qui les équilibre).

Critiques et dépassement de l'encastrement de Polanyi. Polanyi attache une grande importance à son idée, car il estime que la société **ne peut survivre au désencastrement social** de l'économie. S'en affranchir est extrêmement coûteux, puisque l'arrivée au pouvoir de **gouvernements autoritaires** (le fascisme italien en 1921 et le national-socialisme en Allemagne en 1933) s'expliquent par des conséquences économiques et politiques désastreuses du désencastrement. La thèse de Polanyi est critiquée, car il avance à la fois l'idée d'**un désencastrement historique à partir de 1834** et **l'impossibilité de la société à survivre au désencastrement**. On peut remédier à cette difficulté en prenant en compte une nouvelle thèse avancée par Polanyi (la thèse du « **double mouvement** », selon laquelle les forces sociales

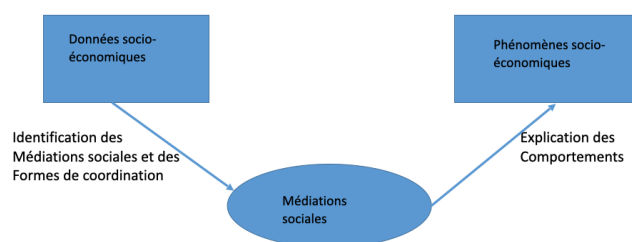
s'affrontent, l'une poussant vers plus d'autonomie du système de marchés, l'autre vers une moindre autonomie). Mais la difficulté reste cependant de définir concrètement ce que sont les **liens entre le social et l'économique**. Granovetter apporte une réponse très structurée à cette question centrale, en mobilisant la théorie des réseaux sociaux (*network analysis*).

Granovetter et la thèse de l'encastrement. Granovetter **reproche** à la démarche de Polanyi d'aboutir à une **opposition : encastrement-désencastrement**. Il lui semble que le désencastrement est plutôt une affaire de **degré** (plus ou moins d'encastrement) que d'une affaire binaire (encastrement-désencastrement). Il faut donc se donner les moyens de définir un encastrement plus ou moins fort, une **régulation plus ou moins forte** de l'activité marchande. Granovetter propose alors de définir ce que l'on appelle un **encastrement structural**. Sur la base de son travail empirique sur le marché du travail, il affirme que des **relations sociales** (amicales ou familiales) interviennent d'une manière cruciale dans la **recherche d'emploi**, un phénomène que l'on considère **pourtant comme de typiquement économique** (par exemple la théorie de l'*optimal job search* qui explique que l'on cherche un emploi parmi les différentes possibilités offertes, jusqu'au point où le coût marginal de la recherche égale le gain marginal potentiel). Dans cette perspective, l'encastrement est étudié selon la **forme et la nature des relations sociales dans lesquelles sont inscrites les relations marchandes**, (les considérations historiques, ou normatives (régulation par l'Etat ou la religion), passent au deuxième plan).

Les encastrements du marché

	Origine historique	fonctionnement	Signification culturelle
Structural	Secteur de l'électricité	Marché du travail Marché financier	
culturel	Assurance-vie, enfants, legs		Assurance-vie
Politique	Stratégies industrielles	Tiers secteur	Don d'organes
cognitif	Formes de rationalisation	Dispositifs de calcul	

Démarche de la Sociologie économique



Il existe donc un **rôle important des médiations sociales**, lorsque les marchés commercialisent des biens dont la qualité est incertaine, ou dans le cas d'un avenir incertain. Parmi ces médiations, on peut relever les suivantes : les **procédures de certification** ; les « investissements de forme » ; les « **prescripteurs** » ; les **réseaux relationnels** (amicaux, ou familiaux), coordination autour de l'espace ou des objets.

	Origine historique	Fonctionnement	Signification culturelle
Structural	Secteur de l'électricité	Marché du L, marché financier	
Culturel	Assurance-vie, enfants, legs		Assurance-vie
Politique	Stratégies industrielles	Tiers secteur	Don d'organes
Cognitif	Formes de rationalisation	Dispositifs de calcul	

Une limite de la thèse de l'encastrement. En focalisant l'attention sur l'encastrement social de l'économie, et sur une résistance devant l'impérialisme économique, la sociologie économique de l'époque **néglige l'économie de l'information**, qui a profondément renouvelé la théorie économique depuis la deuxième moitié du 20^e siècle. Même lorsque Granovetter ou Ronald Burt prenaient en compte les flux d'information dans leur sociologie économique appliquée, la sociologie économique de l'information a été délaissée. Elle devient pourtant de première importance avec l'économie des plateformes, ou encore, dans l'économie de l'appariement (*matching markets*) algorithmique telle qu'on la trouve à l'oeuvre dans APB/Parcoursup, les sites de rencontre, la transplantation d'organes, etc...

Annexe : aborder sociologiquement l'économie. Au-delà des dimensions critiques et dialogiques évoquées jusqu'ici, il est possible d'aborder sociologiquement l'économie : deux ouvrages peuvent y aider : *Si l'économie m'était contée*, de Franck Cochoy. À partir de contes (Perrault, Grimm) il aborde des problèmes de la sociologie économique (la captation, les traces marchandes, l'imbrication de la qualité et de la quantité, etc...), et *De l'économie*, de François Vatin. L'auteur propose une réflexion historique sur les différents sens du terme économie (militaire, artistique, littéraire, etc...) suivie d'une discussion de la question économie formelle/matérielle.

3 - Granovetter et l'encastrement structural sur le marché du travail

Marché du travail (ou de l'emploi) et sociologie économique. Ce marché est un de ceux qui a le plus retenu l'attention des sociologues de l'économie. Karl Marx en avait fait une pièce de choix de sa théorie du capitalisme, en décrivant les deux systèmes de relations sociales qui correspondent à ce marché (« liberté, égalité, propriété, Bentham ») : ou encore, les acteurs sur le marché sont libres, égaux, propriétaires et maximisateurs de leur utilité) et la réalité du contrat de travail, qui est un « contrat de subordination », d'où la domination subie par le travailleur dans l'entreprise. Polanyi, on vient de le voir, considère ce marché sous le registre des « **marchandises fictives** ». La sociologie économique contemporaine met l'accent sur les **formes structurales de l'encastrement**, c'est-à-dire les relations sociales par lesquelles les acteurs passent pour trouver leur emploi.

Comment trouve-t-on un emploi ? Enquête de Michel Forsé : **35,6%** des emplois sont trouvés par l'intermédiaire de **relations sociales**. C'est conforme aux résultats obtenus par Granovetter dans son enquête sur les « cols blancs » de la région de Boston. L'enquête de Granovetter est plus ancienne (1970) et plus limitée (n = 256) mais elle est fondatrice de la nouvelle sociologie économique. A la question « avez-vous cherché pour trouver votre emploi ? » 30 % des personnes enquêtées ont répondu : Non. Par ailleurs, **le taux de réponse négative croît avec le niveau de salaire** (24 % si W < 10 000 \$; 43 % si W > à 25 000 \$). De plus, Granovetter fait état d'un nombre significatif d'emplois qui n'étaient pas à pourvoir, puisqu'ils ont été créés parce qu'une personne apte s'est présentée pour le remplir. La logique du *Job Search* est doublement prise en défaut. Quelles sont les relations sociales autre que les prix de marché qui permettent d'apparier les emplois et les individus ? Granovetter, considère alors les moyens utilisés pour atteindre l'emploi. Dans son enquête, les personnes interrogées se répartissent de la manière suivante (en %).

Démarche directe ou candidature spontanée	19
Médiations formelles (annonces, organismes de placement)	19
Contact personnels	56

En outre, les personnes qui sont passées par ces **relations personnelles** ont un emploi **mieux rémunéré** et un **indice de satisfaction plus élevé** que celles qui sont passées par des médiations

formelles (annonces, organismes de placement, etc.). Aussi, peut-on renverser la question et demander : Pourquoi tout le monde ne passe-t-il pas par de telles relations pour obtenir un emploi ? Parce qu'il **faut avoir un tel réseau relationnel** ! Soit familial, soit amical, soit professionnel. Et un **réseau efficace**, c'est à dire de **longueur de chaîne faible** ($l = 0$ ou 1), et, de préférence, avec un **lien faible et non un lien fort**.

Réseaux et emplois : la confiance. Sauf à être privé de tout contact, un individu est toujours associé à un réseau social, c'est-à-dire un ensemble de contacts actuels ou potentiels, grâce auquel il peut accéder à certaines ressources (on parle alors de son « capital social »). Mais tous les réseaux ne sont **pas également efficaces** pour la recherche d'un emploi (**le capital social** n'a pas le même **rendement** selon la **nature** et la **structure du réseau relationnel**). le réseau familial est moins efficace qu'un réseau amical ou professionnel ; Le chaîne relationnelle courte ($l = 0$ ou 1) est plus efficace qu'une chaîne relationnelle longue (l). Cette caractéristique se comprend en relation avec le phénomène de la confiance. Lorsque l'**employeur et l'employé se connaissent directement** ($l = 0$), ils peuvent se faire confiance mutuellement et savoir jusqu'où cette confiance peut s'étendre ; lorsqu'il n'y a qu'**un intermédiaire entre eux** ($l = 1$), la confiance peut s'établir dans la mesure où l'employeur et l'employé font **confiance** à une même personne, intermédiaire entre elles deux. Par contre, les bases intersubjectives de la confiance font **défaut dans une chaîne de longueur 2**, puisque l'employeur doit faire confiance à un intermédiaire qui fait confiance à un second intermédiaire qui fait confiance à l'employé (et il en va de même pour l'employé).

Réseaux et emplois : l'information redondante et pertinente. Le réseau social a d'autres caractéristiques que celle de support de la relation de confiance. Il fait **circuler de l'information**, car c'est elle qui permet de faire savoir qu'un **poste est disponible ou qu'un futur employé est prêt à occuper un emploi**. La longueur de chaîne est cruciale : si on suppose qu'un nombre n d'individus sont mis au courant de l'information à chaque pas (un intermédiaire dans la chaîne), la **diffusion** de l'information devient **exponentielle** : (avec $n=3$ et $l = 4$, le nombre de personnes ayant la même information est égal à 364, ce qui fait perdre à cette dernière beaucoup de son intérêt quand on en a connaissance en bout d'une telle chaîne). Mais la structure du réseau est également importante. Si le réseau est **dense et peu ouvert**, les informations qui y circulent sont **redondantes**, si le réseau est **dispersé et ouvert**, il est plus probable que des **informations nouvelles** y fassent leur entrée. C'est la raison pour laquelle, Granovetter a suggéré de faire valoir la « force des liens faibles »

Force des liens faibles. L'argumentation de M. Granovetter part des relations possibles à l'intérieur d'une **triade**. Compte tenu de la nature des liens forts (fréquents, longs et intenses), il est peu probable que si A et B d'un côté, A et C de l'autre, sont rattachés par des liens forts, alors il n'existe pas au moins un lien faible entre B et C. Cette structure déséquilibrée (absence de liens entre B et C, alors que les liens A-B et A-C sont forts) est ce qu'il appelle la « **triade interdite** » ; en lieu et place de cette dernière, on peut avoir l'une ou l'autre des deux triades, soit avec un lien fort (trait plein) soit avec un lien faible (trait pointillé) entre B et C. L'existence d'un « **pont local** » dans un réseau permet de mettre en œuvre l'idée de triade interdite et de **force des liens faibles**. Le lien faible **D-E introduit des informations nouvelles** dans les deux groupes fortement connectés ; et il est le seul à le faire. Si on le remplace par un lien fort et que l'on applique le principe de la triade interdite, il ne joue plus son rôle comme on le voit en ajoutant les liens (en rouge) qui correspondent. Pour qu'un réseau soit efficace, il faut un **mélange de liens forts (support social) et de liens faibles qui apportent des informations nouvelles** dans un réseau fortement interconnecté par ailleurs.

Evolution dans la carrière. Dans une étude sur un ensemble de 3 000 directeurs de rangs inférieurs à celui de vice-président dans une entreprise de plus de 100 000 employés, Ronald Burt examine la manière dont les personnes progressent dans leur carrière. Il utilise alors la notion de **capital social**, ou encore le **réseau relationnel** de l'individu dans la firme. Pour mesurer l'effet du capital humain R. Burt calcule un âge théorique au moment de la promotion au rang de directeur (39,3 ans ; âge maximum, 56 ans ; âge minimum 26 ans). Il distingue selon le **genre** (Hommes : 40 ans ; Femmes : 36,6 ans), la **race** (Blancs : 39,4 ; non-Blancs : 38,5 ans) et l'**ancienneté** (faible : 38,5 ans ; forte : 40,5 ans) et les services dans lesquels se déroule l'activité (les deux cas extrêmes sont : Vente : 37 ans ; Marketing : 41,3 ans). Ces calculs faits, R. Burt mesure le résidu (les différences entre l'âge attendu à la promotion et l'âge observé). Ces résidus ne sont pas distribués au hasard si on les rapporte à la contrainte de réseau. Il calcule qu'un point de moins dans le volume de capital social se traduit par un délai de quatre mois dans la promotion. En d'autres termes, les **directeurs ont une promotion d'autant plus rapide que leur réseau leur donne un plus grand capital social**. Burt valorise donc ce qu'il appelle les « **trous structuraux** » (existence de sous-groupes non connectés entre eux), composantes essentielles du capital social, puisque **celui qui est seul à connecter** ces sous-groupes non connectés par ailleurs, peut **instrumentaliser les informations** qu'il leur distribue (la formule de Burt est alors : « *divide et impera* »). Néanmoins,

Burt note une **limite** de son approche qui ne permet pas de rendre compte d'une manière satisfaisante des **nouveaux entrants et des femmes**. Dans ces cas, des réseaux de type « **clique** », dans lesquels les personnes sont étroitement reliées les unes aux autres sont plus avantageux à leur carrière. Moins dotés de capital social, ces directeurs sont promus « **par délégation** » grâce au capital social d'**un directeur plus ancien** dans le sillage duquel ils se sont placés. Ce modèle de base peut être affiné en tenant compte de l'**existence de réseaux hiérarchisés** (présence d'un acteur qui concentre les relations, et de la position dans la firme (la valeur absolue du coefficient est plus élevée pour ceux qui sont situés à la frontière — la vente, le service, les établissements éloignés — que ceux qui sont au cœur de la firme).

Le paradoxe de l'encastrement. Il faut être attentif aux **paradoxes de l'encastrement** que les travaux ont fait apparaître. Qu'il s'agisse de l'encastrement **macro-social** (ou **politique**) de Polanyi (le Dahomey, exemple de société dans laquelle marché est encasté est une société esclavagiste) ou de l'**encastrement structurel** (les **réseaux de relations fortes** sont peu efficaces pour trouver un bon emploi), l'encastrement n'est **pas nécessairement une bonne chose**. Brian Uzzi le montre à propos des entreprises new yorkaises du secteur de la confection. Si l'encastrement permet de **passer des caps difficiles** (maintien de commande de la part des entreprises « amies »), **trop d'encastrement empêche de réagir face aux transformations du marché**. Aussi, les firmes peu et trop encastées ont elles une durée de vie moindre que celles qui combinent encastrement et désencastrement vis-à-vis de leurs concurrentes.

4 - La construction sociale du marché

Définition formelle : qu'est-ce qu'une construction sociale ? On suit ici les travaux d'Ian Hacking, qui caractérise la construction sociale par une série de **trois hypothèses**. La première : tel phénomène social **aurait pu être différent** de ce qu'il est, la deuxième : **on peut le modifier, car ses performances ne sont pas satisfaisantes**, et la troisième : il est **souhaitable de le modifier** pour obtenir un meilleur état social. Cette approche signifie que les institutions économiques ne sont pas des « faits naturels » qui s'imposeraient à la vie sociale sans que les individus et les collectifs ne puissent rien y faire. Au contraire, les phénomènes sont devenus ce qu'ils sont par l'intermédiaire de **processus** que l'on peut **repérer et étudier**. Ce que la société a fait peut donc être défait et refait : cela s'applique également au monde marchand. Cela ne veut pas dire que les constructions sociales sont tout à fait fluides, ou faciles à faire évoluer ; elles ont une prise, et le **social « résiste »**, quand bien même il s'agit de « fictions » (juridiques ou sociales), quand bien même il s'agit de « délires bien fondés ».

La construction sociale du marché de l'assurance-vie. Dans son ouvrage *Morals and Markets*, Zelizer a montré comment s'est développé le **marché de l'assurance-vie aux États-Unis au 19^e siècle**. L'assurance-vie **a du mal à se commercialiser** aux États-Unis dans la deuxième moitié du 19^e siècle, alors que c'est un **produit adapté à la situation** : les classes moyennes sont de moins en moins propriétaires; les aides locales deviennent moins aisées à fournir. Un des arguments est d'**ordre religieux** : s'assurer sur la vie (i.e. contre une « mort prématurée » revient à **se défier de Dieu**). Cela ressemble à du « Gambling » (par opposition à de la spéculation marchande). Le marché va finir par se développer, notamment en raison des décisions de certaines sectes religieuses : lorsqu'elles envoient des **pasteurs sur la « frontière »** (les nouveaux États), le risque de décès y est plus élevé, et pour ne pas avoir à secourir les femmes et enfants des pasteurs décédés ... on les assure sur la vie. Par ailleurs, Zelizer étudie la manière de commercialiser les assurances-vie, et fait apparaître l'idée selon laquelle la **définition du bon comportement change** : désormais le « **bon père de famille** » n'est pas celui qu'y s'en remet au Créateur, mais celui qui a la **prudence d'assurer** la subsistance de sa famille dans le cas où le Créateur le rappelle à lui.

La construction d'un macro-marché d'assurance. On peut développer ce thème en examinant les propositions d'un économiste de renom — **Robert Schiller** — qui a défendu, en

1990, dans son ouvrage *Macro-Markets* l'idée de la **création de marchés d'assurance** pour les événements majeurs qui peuvent advenir dans la vie d'un individu (perte de l'emploi, perte de la valeur d'un logement, maladie invalidante, etc.). Comment peut donc se créer un tel marché d'assurance ? On va voir qu'à cette occasion, les propositions d'un **économiste** (depuis consacré par un prix Nobel) sont **très proches** de celles des **sociologues de l'économie**.

(a) Une implication directe et indirecte de l'Etat. L'implication est **directe** dans la mesure où, comme dans les autres secteurs de l'assurance, l'Etat interviendrait pour **encourager ou obliger** les organisations à s'assurer contre les nouveaux risques. L'implication est **indirecte** lorsqu'il s'agit de **financer les chercheurs capables de développer** les séries et les indices statistiques nécessaires au fonctionnement de tels marchés. Finalement, compte tenu de la dimension politique de ce projet, Shiller considère que l'implication indirecte de l'Etat passe par une large **discussion publique** des problèmes soulevés par la création de tels marchés. À ce titre, la proposition de création des « Macro Markets » se situe au niveau d'une modification de la **relation entre** la «**vie bonne**» (i.e. s'assurer contre des risques nouveaux) et la **richesse** sous forme monétaire.

(b) La formation d'un consensus entre les experts et l'action concertée des institutions. Conscient du fait que les marchés ne découlent pas simplement des arguments fournis par la théorie économique, Shiller estime que les « **faiseurs d'opinion** » que sont les commentateurs dans les médias, les conseillers financiers et fiscaux, les avocats et les juristes, bref : tous ceux que la sociologie de la connaissance économique dénomme **les experts** ou les **prescripteurs**, et qui **orientent les agents** économique lorsque les **choix sont complexes**, ont un rôle essentiel à jouer. Shiller évoque aussi le rôle **d'intermédiaire** que pourraient ou devraient prendre des organisations comme les compagnies d'assurance, les gestionnaires de fonds de pension, les syndicats professionnels, les organisations susceptibles de lancer le marché avant que les particuliers n'y interviennent directement.

(c) L'éducation du public. C'est certainement le point le plus lourd de cette affaire : lourd d'un point de vue du travail que la société doit opérer sur elle-même, puisqu'il s'agit d'engendrer des individus dont les **attentes et les aspirations** seront sensiblement **différentes**. Bien sûr, il ne s'agit pas de croire que les individus seront tous capables de comprendre et d'apprécier techniquement le fonctionnement d'un marché financier adapté à la couverture du risque encouru par la possession d'une maison d'habitation. Mais ce qui est attendu des individus n'est pas plus

simple pour autant. Shiller remarque qu'il faut que ces individus soient amenés à raisonner en termes **d'indices nouveaux** qu'il se propose de créer (nombreux sont maintenant les individus capables de raisonner et de tenir pour évident des indices comme l'indice de prix ou l'indice des valeurs boursières – c'est-à-dire de tenir pour allant de soi des formes nouvelles de mesures abstraites et d'y rapporter des éléments essentiels de sa vie). En conclusion : lorsqu'il s'agit de la création des « Macro-marchés », Shiller retrouve les éléments centraux mis en avant par les sociologues économistes qui se sont intéressés au thème de la construction sociale des marchés : le rôle des **experts et des « entrepreneurs d'économicité »**, l'importance des **valeurs** et les **relations de mutuelle influence** existant entre les **valeurs** et l'**usage** de la monnaie (Zelizer), le **rôle de l'État** dans la **création** et la **structuration** des marchés (Fligstein).

La construction du marché de l'électricité aux Etats-Unis. L'approche en termes de **construction sociale** des marchés peut également s'intéresser à des phénomènes qui semblent, en première apparence, devoir lui échapper, puisqu'il s'agit de choix « **techniques** » supportés par des technologies complexes et coûteuses. Mais un travail de **P. McGuire et M. Granovetter** montre l'intérêt de cette approche dans ces cas. La question est de savoir **pourquoi** la distribution d'énergie est passée de **l'éclairage au gaz** (qui fonctionnait bien) à **l'éclairage électrique** avec centrales électriques plutôt qu'avec des générateurs locaux, proches des consommateurs ? La première solution était celle de **Thomas Edison**, inventeur de l'ampoule à incandescence; la seconde était celle de ses **financeurs**, lesquels avaient d'importants **intérêts industriels** dans la production des **générateurs**. Pour un économiste, la solution qui s'impose est la plus efficace (i.e. celle qui demande le moins de ressources pour un résultat donné). Conformément, au schéma qui **oppose** la démarche de la **sociologie économique** à celle la **théorie économique**, Granovetter et McGuire considèrent eux les **relations sociales concrètes** qui furent **activées** lors de la mise en place de la distribution du courant électrique. Edison n'était pas un inventeur isolé ; il employait un grand nombre de chercheurs et ingénieurs. Par ailleurs, il avait une fortune personnelle immense, grâce à ses découvertes dans le domaine des télécommunications. Enfin, il avait de très nombreuses relations avec les milieux industriels et financiers. Les ingénieurs et chercheurs de l'équipe de Th. Edison étaient très actifs à la tête des industries du secteur électrique ; ils ont déployé une intense activité auprès des associations professionnelles ; de même, ils ont eu à jouer un rôle d'experts auprès des grandes villes qui voulaient s'équiper en distribution du courant électrique. Bien sûr, ils valorisaient les options Edison (grande centrales). Le secrétaire personnel de Th. Edison était très lié aux financiers allemands et lui permit de se dégager de l'emprise de ceux qui avaient assuré le

financement de ses recherches. Une fois que les premiers choix techniques ont été effectués, le secteur commença à se structurer autour de la production des générateurs pour les centrales centrales et de tous les équipements qui leur étaient nécessaires. Il était dès lors **impossible de sortir du sentier technologique, organisationnel et relationnel** qui avait commencé à être tracé. (note: cela peut être utilisé comme un exemple de ce que l'on appelle « **la dépendance de sentier** », illustrée par le blocage sur le clavier QWERTY)

La construction du marché aux fraises (un exemple d'encastrement). Dans un article désormais devenu classique en sociologie économique contemporaine, Marie-France Garcia-Parpet a étudié la formation d'un **marché au cadran** dans une petite agglomération de la **Sologne**. La **situation initiale** est caractérisée par la production de fraises de **qualité moyenne** (destinée à l'industrie et pas à la consommation directe « fraises de bouche »). La **vente** s'effectue en direct aux **négociants** venus de Paris (les Halles de Rungis) ou en vente à une **coopérative**. Les **prix sont bas**, et on note une **domination financière par les négociants**. À partir d'un **acteur de la transformation**, le marché évolue. Un **jeune conseiller** de la chambre régionale d'agriculture défend l'idée d'une nouvelle forme de commercialisation, avec l'instauration d'un « marché au cadran ». Il se lance alors dans une **campagne d'information** (avec des voyages dans différentes régions où une telle commercialisation a lieu : en Haute-Garonne, au Pays-Bas). Il s'active pour que les agriculteurs délaissent la vente directe aux courtiers ou la vente à la coopérative, qu'il estime sous-optimale (ce qui est une affaire délicate, puisque toucher à la coopérative implique de toucher aux relations personnelles et politiques des personnes). Il convainc les courtiers de venir se présenter sur ce marché : viennent en premier lieu ceux qui ne pouvaient accéder à ce marché, et ceux qui élargissent leur gamme de produits (asperges et fraises).

Marché aux cadrans et situation finale. Un marché aux cadrants est un marché d'**enchères**. Les acheteurs sont d'un côté (parfois dans une pièce séparée), les vendeurs de l'autre. Les lots de produits ont été exposés et examinés à l'extérieur. Ils sont ensuite proposés à la vente, généralement par enchères descendantes (dites « hollandaises »). Les prix s'affichent sur un cadran, et descendent tant qu'un acteur (acheteur ou vendeur) n'arrête pas la vente). Une fois le marché installé (en **situation finale**) et les comportements marchands apprivoisés, la situation marchande des agriculteurs s'est améliorée : la **qualité des fraises s'est élevée** et les **prix sont plus rémunérateurs**.