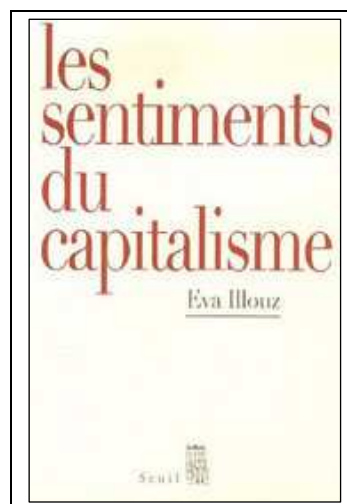


Observatoire du Management Alternatif
Alternative Management Observatory

Fiche de lecture

Les sentiments du capitalisme

Eva Illouz
2006



Céline Peudenier – Avril 2008
Majeure Alternative Management – HEC Paris – 2007-2008

Genèse du présent document

Cette fiche de lecture a été réalisée dans le cadre du cours « Histoire de la critique » donné par Eve Chiapello et Ludovic François dans le cadre de la Majeure Alternative Management, spécialité de troisième année du programme Grande Ecole du groupe HEC.

Origin of this review

This review was presented in the « Histoire de la Critique » course of Eve Chiapello and Ludovic François. This course is part of the “Alternative Management” specialization of the third-year HEC Paris business school program.

Charte Ethique de l'Observatoire du Management Alternatif

Les documents de l'Observatoire du Management Alternatif sont publiés sous licence Creative Commons <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/fr/> pour promouvoir l'égalité de partage des ressources intellectuelles et le libre accès aux connaissances.

L'exactitude, la fiabilité et la validité des renseignements ou opinions diffusés par l'Observatoire du Management Alternatif relèvent de la responsabilité exclusive de leurs auteurs.

Les sentiments du capitalisme

Date de parution : 2006 (première date de parution)

Editions du Seuil, Paris (traduit de l'anglais par Jean-Pierre Ricard)

Titre original: *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus*; Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main

Résumé : Dans cet ouvrage, Eva Illouz analyse l'avènement du « **capitalisme émotionnel** ». Le capitalisme est traditionnellement pensé comme un système froid où opèrent des agents aux comportements réfléchis et aux décisions rationnelles. A cette sphère économique, capitaliste, « masculine », s'oppose dans l'imaginaire collectif la sphère privée, plus « féminine », celle des sentiments, des ressentis, des émotions, règne de l'irrationnel et du spontané. L'auteur réfute cette vision. Au contraire, elle montre que la diffusion du discours psychologique, notamment, a conduit à l'interpénétration de ces deux mondes, engendrant ainsi ce « capitalisme émotionnel ».

En effet, l'exigence de compétences émotionnelles et l'utilisation de tests psychologiques ont progressivement envahi le monde de l'entreprise tandis que l'« idéologie » psychologique nous enjoignait d'analyser nos ressentis, de maîtriser nos émotions, de « rationaliser » nos comportements, nous conduisant à adopter dans la sphère privée des comportements « économique » : analyses coûts/profits, négociation des sentiments, marketing de soi...

Mots-clés : émotions, sentiments, capitalisme, critique, psychologie, sociologie

Cold Intimacies. Emotions and Late Capitalism

Date of publication : 2006 (first publication)

Editions du Seuil, Paris (translated from English by Jean-Pierre Ricard)

Original title: *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus* ; Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main

Abstract : In this book, Eva Illouz analyses the making of “emotional capitalism”. Capitalism is traditionally considered as a cold system, with rational agents taking carefully thought-out decisions. This economic, capitalist and rather “masculine” sphere is opposed to a private sphere, more “feminine”, a world of feelings, emotions, irrationality and spontaneity. The author disagrees with this vision. On the contrary, she shows that the diffusion of psychological discourse, in particular, has blurred the line between these two worlds, thus creating the so-called “emotional capitalism”. In facts, the requirement of emotional intelligence and the introduction of psychological tests have entered the firm whereas psychological “ideology” was asking us to analyse our feelings, master our emotions, rationalize our behaviours, leading us to adopt in the private sphere “economic” behaviour such as profit and loss analysis, bargaining about feelings, self-marketing...

Key words : emotions, feelings, capitalism, psychology, critical sociology

Table des matières

1. L'auteur et son oeuvre	5
2. Résumé de l'ouvrage	6
3. Commentaires critiques	15
4. Bibliographie de l'auteur	18
5. Références	19

1. L'auteur et son oeuvre

1.1. Brève biographie

Eva Illouz est une sociologue israélienne qui s'est intéressée au phénomène des talk shows à la télévision, écrivant notamment un essai biographique sur Oprah Winfrey. Pour elle, la tendance n'est pas au repli de l'individu sur la sphère privée, mais au contraire l'extraordinaire « publicisation » de la vie privée, qu'il s'agisse de celle des personnes célèbres ou du citoyen lambda.

Eva Illouz, également professeur de sociologie à l'université hébraïque de Jérusalem, est considérée proche de l'École de Francfort, dont le projet initial était d'accomplir une analyse critique des sciences sociales.

1.2. Place de l'ouvrage dans la vie de l'auteur

En 2004, Axel Honneth¹, actuel dirigeant de l'École de Francfort, invite Eva Illouz à prononcer les « conférences Adorno² » à l'université Goethe de Francfort où il enseigne. Comme l'auteure l'explique elle-même dans les premières pages de l'ouvrage, ce livre doit son existence cette initiative. A l'époque, elle s'intéresse *au rôle joué par la psychologie dans la vie émotionnelle des hommes et femmes des classes moyennes, aux Etats-Unis, mais aussi dans une grande partie du monde contemporain en général (p. 9)*. L'écriture de ces conférences l'amène alors à réexaminer ce sujet à la lumière de la théorie critique, chère à l'école de Francfort, notamment à Jürgen Habermas, prédécesseur d'Axel Honneth.

De ce travail est né cet ouvrage de 218 pages, qui comprend trois chapitres, correspondant peu ou prou aux trois conférences données à Francfort.

¹ **Axel Honneth**, né en 1949, est philosophe et sociologue, professeur à l'université Goethe de Francfort, où il a succédé à Jürgen Habermas, et directeur de l'Institut de recherche sociale. Il est l'auteur de nombreux ouvrages de philosophie sociale dont *La Lutte pour la reconnaissance* (source : Payot).

² **Theodor Ludwig Wiesengrund-Adorno** (1903-1969), communément appelé Theodor Adorno, est un philosophe, sociologue, compositeur et musicologue allemand. Il a été membre de l'école de Francfort, au sein de laquelle a été élaborée une théorie critique. Célèbre élève de l'Université Johann Wolfgang Goethe de Francfort, il a donné son nom au cycle de conférence qui s'y déroulait à l'hiver 2004.

2. Résumé de l'ouvrage

2.1 Plan de l'ouvrage

Chapitre 1. La Génèse d'Homo Sentimentalis

Freud et les conférences à la Clark University
La transformation de l'imaginaire de l'entreprise
Un nouveau style émotionnel
L'éthique communicationnelle comme esprit
Les roses et les épines de la famille moderne
Conclusion

Chapitre 2. Souffrance, champs émotionnels et capital émotionnel

Le récit de la réalisation de soi
Champs émotionnels, habitus émotionnel
La pragmatique de la psychologie
Conclusion

Chapitre 3. Réseaux amoureux

Internet sentimental
Rencontres virtuelles
La présentation de soi ontologique
Standardisation et déception
Conclusion

2.2 Principales étapes du raisonnement et principales conclusions

Les trois chapitres de cet ouvrage abordent des thématiques qui, bien qu'organiquement liées, restent bien distinctes. Pour cette raison, le choix a été fait de présenter les idées et analyses de l'auteure en conservant la structure initiale des chapitres. Néanmoins, ce qui suit ne prétend pas être un résumé fidèle de l'ouvrage tant les pistes de réflexions lancées sont nombreuses. Il s'agit plutôt d'en exposer les grandes lignes, et de développer certaines analyses, particulièrement éclairantes ou originales.

Introduction

L'objectif principal de cet ouvrage est de tracer les contours du « **capitalisme émotionnel** », défini comme *une culture dans laquelle les discours émotionnels et économiques s'influencent mutuellement : [...] les affects deviennent une composante essentielle du comportement économique et la vie émotionnelle [...] obéit à la logique des relations et des échanges économiques.*

Les sociologues rattachent traditionnellement la modernité à un certain nombre de phénomènes : l'apparition du capitalisme, des institutions démocratiques, et de l'idée d'individualisme... Pourtant, un autre fait historique accompagne indéniablement cette modernité : la transformation du rôle et de la place des sentiments dans la société. Souvent négligée, cette dimension figure pourtant à l'arrière plan de toutes les analyses de la modernité : chez Weber avec le rôle des sentiments dans l'action économique, chez Marx à travers le côté insensibilisant de l'« aliénation », ou encore chez Durkheim lorsqu'il analyse les ressorts de la « solidarité sociale ». Le but de cet ouvrage est donc d'analyser plus précisément cette dimension et de montrer qu'elle « *modifie sensiblement les analyses qu'on fait habituellement de l'individu et de l'identité modernes, de la division entre le privé et le public, et de son articulation avec la division en genre* » tout en contribuant à créer « *de nouvelles formes de socialibilité* » ce qui explique son intérêt sociologique.

Chapitre 1. La Génèse d’Homo Sentimentalis

Comment ce phénomène qui marque la modernité est-il apparu, quelles en sont les causes, les explications et pourquoi a-t-il perduré ?

Freud et les conférences à la Clark University

En 1911, Freud présente au public américain les grandes idées de la psychanalyse qui resteront dans la culture populaire américaine. Son discours introduit une modification du rapport aux émotions, un nouveau style émotionnel : le style thérapeutique. On développe des techniques nouvelles pour appréhender et gérer ses émotions, dont la plupart passent par le langage. Parallèlement, il développe également une nouvelle conception des relations entre le « moi » et le monde qui l’entoure (famille, lapsus et actes manqués, sexualité)

Or, ce discours a très bien « pris » dans la culture américaine parce qu’il représentait un pont entre les différentes disciplines médicales et un pont de la science vers la culture populaire, via les guides pratiques et le cinéma, dont la consommation de masse a permis une diffusion du vocabulaire psychologique, permettant de penser le moi et les relations aux autres dans un vocabulaire nouveau.

La transformation de l’imaginaire de l’entreprise

Ce discours psychologique, thérapeutique, a progressivement pénétré le monde de l’entreprise. Parallèlement à la rhétorique des ingénieurs (« rationalisation », « standardisation », « prévisibilité ») qui marque l’âge d’or d’un capitalisme très impersonnel, s’est en effet développé un autre discours : celui des psychologues, qui s’intéressent à toute la partie irrationnelle des travailleurs. Comme leurs techniques semblent permettre d’augmenter les performances, leur influence grandit au sein des entreprises. L’exemple le plus célèbre est celui des expériences d’Elton Mayo à Hawthorne³ : ses techniques ont fait rentrer les considérations personnelles (famille, conflits interpersonnels) au cœur de l’action de l’entreprise, uniformisant le vocabulaire employé dans l’entreprise et à la maison.

Puis, progressivement, on se met à considérer que le bon manager est celui qui sait être bon psychologue, et on exige des hommes qu’ils soient plus « féminins » dans l’entreprise.

³ Elton Mayo, psychologue et sociologue australien à l’origine du mouvement des relations humaines, est considéré comme l’un des pères fondateurs de la sociologie du travail. Il est notamment célèbre pour les expériences de sociologie du travail qu’il a conduit de 1927 à 1932 à l’usine Western Electric « Hawthorne works », près de Chicago, qui ont mis en valeur l’importance des phénomènes affectifs dans la productivité.

Un nouveau style émotionnel

Ce nouveau langage proposé par la psychologie s'est imposé dans l'entreprise parce qu'il était adapté : il permettait de parler des problèmes humains qu'on rencontrait de plus en plus en évoluant vers une économie de services, il était supposé permettre une meilleure efficacité, il supposait qu'un manager devait être plus humain, ce qui plaisait aux ouvriers car la coopération et l'égalité étaient mieux vécues.

L'éthique communicationnelle comme esprit

Cette nouvelle forme de management met en avant l'importance de la « communication » et des « compétences communicationnelles », dont le langage et la gestion des émotions sont les principaux outils. Or, cela nécessite pour le manager de faire un gros travail d'introspection : il doit travailler sur son « moi » public, savoir agir en fonction de ce que les autres attendent, bien les écouter, et créer de la reconnaissance. Ces techniques, essentielles au manager, peuvent toutefois être appliquées partout. Peu à peu, « gérer son moi » devient une attitude culturelle destinée à permettre aux individus de mieux vivre ensemble : un nouveau type de socialité. On le fait pour les autres mais avant tout pour soi, pour sa progression dans l'entreprise, dans les relations interpersonnelles. On brouille aussi les genres : hommes et femmes doivent tout deux être à la fois « sensible, attentifs aux autres » et « efficace, capable de s'affirmer, de diriger ». La tendance est à l'androgénisation.

Les roses et les épines de la famille moderne

La famille moderne est évidemment le lieu idéal pour ce nouveau langage « thérapeutique » puisque, selon Freud, tout part d'elle. Mais d'autres institutions concourent à généraliser cette approche. En 1946 est voté le Mental Health Act : la psychologie concerne désormais les citoyens ordinaires aux névroses « normales », et plus seulement les cas extrêmement pathologiques. Dans les années 60, on assiste à une institutionnalisation totale de la psychologie qui rentre désormais dans la vie ordinaire des américains, parallèlement à l'institutionnalisation du féminisme dans les années 70. Ces deux mouvements se sont alliés car ils travaillaient sur des thèmes communs : la famille, la sexualité, avec une technique similaire consistant à publiciser des considérations auparavant personnelles, privées.

Ce mouvement a eu des conséquences paradoxales. D'un côté, il a diffusé une nouvelle conception de l'intimité, où la communication verbale devient très importante au sein du couple, il faut parler, verbaliser une intimité qui devient plus égalitaire. D'un autre côté, ce

mouvement a engendré une forme de rationalisation de la vie intime. On incite la femme à réfléchir à ce qui lui convient « vraiment », à faire son choix de manière rationnelle, et à intellectualiser la vie quotidienne. On se met à « mesurer » sa propre jalousie, son propre désir...pour pouvoir faire un choix rationnel. Ce processus de « commensuration » transforme le qualitatif en quantitatif.

Tout ce travail implique un but commun : résoudre les problèmes, comme en entreprise. En faisant cela, on transforme les émotions (du moins les émotions négatives) en objets qu'il s'agit de contrôler. Ainsi, les relations intimes sont devenues des objets comparables entre eux, et analysables en terme de coûts et profits, permettant ainsi de potentiellement les échanger pour un meilleur rapport qualité-prix.

Paradoxe de ce nouveau phénomène : en s'intéressant de près aux émotions, en voulant les prendre en compte, ces trois discours (psychologie, management, féminisme) ont détruit également leur rôle d'indices et d'impulsion permettant une relation spontanée aux autres. En forçant à communiquer on a paradoxalement réduit l'investissement émotionnel dans les relations, on a rendu les gens plus « extérieurs » à leurs propres émotions. Et si tout cela reposait sur l'idéologie du langage, l'idée que verbaliser et intellectualiser peut nous permettre de mieux comprendre et de mieux réagir ?

Chapitre 2. Souffrance, champs émotionnels et capital émotionnel

Quel rôle cette idéologie du langage a-t-elle joué dans la transformation de notre identité ?

Le XIX^{ème} siècle américain est le règne du « self help » : ces histoires héroïques d'hommes partis de rien, et qui, à la force de leur caractère et de leur vertu se sont hissés au sommet. Au départ, la psychanalyse s'oppose à cette idéologie : réservée à une élite sociale, elle n'est pas une question de volonté ni de vertu, presque au contraire. Pourtant, avec les années, cet écart se réduit au point que le self help et la psychologie se rejoignent. La psychologie et la reconnaissance de la souffrance psychique de chacun se démocratisent et l'industrie de la guérison, florissante, s'imprègne de l'esprit du self help. Chacun, quelle que soit sa classe sociale, peut utiliser sa volonté pour se battre contre ses névroses.

Le récit de la réalisation de soi

En s'éloignant du déterminisme freudien, la psychologie se rapproche de l'idéal moral américain selon lequel chacun peut et doit forger son destin. Le récit thérapeutique récupère alors cette idée du self help, et devient un récit du « moi », finalement très peu éloigné des récits héroïques à la différence que c'est la souffrance, et le dépassement de cette souffrance, qui sont mis en avant.

Les écrits de Maslow marquent un pas important dans cette évolution: la réalisation de soi devient un besoin fondamental et une tendance naturelle de l'être humain. Conséquence : celui qui ne s'y conforme pas, qui ne s'épanouit pas, est donc malade, il doit être soigné. Cette vision change complètement la conception de l'identité. D'un caractère donné, on passe à un individu qui peut et doit travailler sur lui. Santé et réalisation de soi deviennent synonymes, les psychologues ne traitent plus seulement les cas des troubles psychiques graves, mais les petits soucis relationnels ou personnels du citoyen ordinaire, via notamment les manuels de « self developpement ». Paradoxalement, alors qu'on cherche le meilleur pour l'être humain, on augmente le champs de ses « problèmes ». Tous les « non pleinement réalisés » deviennent des malades, et qui plus est des malades responsables de leur état s'ils ne se prennent pas en main. La paradoxe de l'héritage freudien contemporain est que nous sommes *maitres dans notre propre maison, même quand, et surtout quand, notre maison est en feu.*

Pourtant, ce mouvement rencontre un franc succès : guides, talk shows, groupes de coaching... Ceci s'explique pour de multiples raisons. D'abord, le discours psychologique explique des choses contradictoires (l'excès ou le manque), il construit de la cohérence (entre le passé, le présent et le futur), il soutient que nous sommes responsables, donc nous avons le pouvoir de faire changer les choses, mais pas moralement fautifs, il reconstruit le passé en même temps qu'il le raconte. Ensuite, il constitue une marchandise idéale : pas ou peu d'investissement pour le psychologue, on vend aux gens leur propre histoire. Enfin, il répond au fameux « droit à la reconnaissance » que chacun exige dans la société.

Phénomène paradoxal, alors que l'image de l'individualisme triomphant se fait de plus en plus envahissant, l'exigence d'exprimer et de représenter sa souffrance atteint son paroxysme. Ce récit de la souffrance est devenu une manière d'exister, d'avoir un moi, une identité. Tout cela a été rendu possible parce que l'on a reconnu ce « moi » souffrant, on lui a donné une place dans la société : l'Etat, les féministes, les anciens combattants du Vietnam et surtout les

laboratoires pharmaceutiques et les assurances qui remboursent les médicaments destinés à soigner le moi, ont contribué à cette situation.

Tout cela a permis de transformer l'amélioration du moi en marchandise, échangeable, remboursable. Paradoxalement, en l'institutionnalisant, on a contribué à créer une partie de la souffrance qu'on voulait soigner.

La pragmatique de la psychologie

Si ce mode de pensée s'est imposé, c'est qu'il sert à quelque chose dans la vie des individus, sinon ça ne marcherait pas. Or, effectivement, il sert à mieux vivre en société, plus harmonieusement en résolvant posément les conflits, il permet de structurer le récit de la vie dans un monde économique pas toujours facile à appréhender. A côté de la manière dont nos institutions utilisent ce discours psychologique, il ne faut pas oublier le rôle positif que ce même discours joue dans l'intimité, dans l'économie domestique.

Il est important de remarquer que ce changement de discours a un impact sur les trajectoires sociales : aujourd'hui ceux qui disposent de cette compétence émotionnelle sont mieux lotis. Lutter contre les injustices sociales peut donc passer par promouvoir l'accès et la manipulation de cette compétence, de ce discours.

Chapitre 3. Les réseaux amoureux

Illustration de ce processus de transformation du moi en entité publique : Internet

Un fait marquant de la modernité tardive, lié à cet place qu'ont pris les émotions et leur verbalisation, c'est l'apparition des rencontres amoureuses sur internet. Or, il y a un problème : les gens préfèrent internet car ils sont persuadés que les émotions y sont exprimées de manière plus authentique, plus sincères car séparées du corps. Pourtant, les émotions sont totalement indissociables du corps. Il est donc intéressant d'étudier comment la technologie réarticule les émotions et la réalité corporelle⁴.

Rencontres virtuelles

Le discours psychologique est omniprésent sur internet : on définit son profil selon des catégories psychologiques. Ainsi pour rencontrer quelqu'un, on doit bien se connaître (soi

⁴ Pour cette raison, on ne s'intéresse ici qu'aux sites destinés aux personnes recherchant des relations de long terme, par opposition aux sites de rencontres sexuelles.

même et son idéal), et cette connaissance précède l'attrance. La rencontre amoureuse n'est plus un hasard du tout, on rationalise. Parallèlement, le « moi » devient une marchandise proposée sur un marché : il faut clairement « se vendre ».

La présentation de soi ontologique

Dans la version internet/psychologie de la rencontre amoureuse, il existe un moi profond, authentique, vrai, qu'il s'agit de définir afin de trouver le meilleur correspondant amoureux. Le moi d'internet est un moi complètement cartésien, il est la vision qu'on a de soi-même à l'intérieur de son esprit. Mais paradoxalement, on met souvent une photo, voire une vidéo, on donne ici une plus forte importance à un corps figé, indépendant de soi-même, de ses mouvements, de ses expressions... auxquels les internautes attacheront la plus grande importance. Conclusion : pour augmenter ses chances de séduire sur internet, il faut un moi intérieur original et un moi extérieur (le corps, le visage) très conventionnel, correspondant aux canons de la beauté.

Standardisation et répétition

Face à l'abondance de profils « correspondants » on met en place des stratégies de gestion efficaces pour trouver l'âme sœur. En raison du volume, même les rencontres prennent un caractère répétitif et prévisible. La rencontre amoureuse qui était appréciée car de l'ordre du rare, de l'imprévisible, devient une routine. La magie venait de la rareté et là, on est dans une économie de l'abondance, qui conduit à un certain consumérisme en matière amoureuse.

Le moi est un produit qu'il faut marketer sur le net, l'autre un produit qu'on analyse en terme de coût et profits. On sort complètement de l'amour romantique pour plusieurs raisons : spontanéité vs rationalisation, attrance physique vs attrance « rationnelle », désintéressement vs instrumentalisation de l'autre, unicité vs multité.

Fantasme et déception

Il s'agit maintenant de faire la critique de ce mouvement, pas une critique morale, mais une critique en terme de ce qui aide l'humain et de ce qui ne l'aide pas.

Côté négatif : la déception. On imagine, on fantasme de manière trop éloignée de la réalité, alors on est inévitablement déçu. Pourquoi ? Les gens ne connaissent pas si bien que ça ce qui les attirent chez les autres, ils sous-estiment le physique et toutes les petites choses superficielles qui font « craquer » pour quelqu'un. Le corps et ses mouvements renferment plein de signaux, et permettent de connaître quelqu'un. Les mots ne permettent pas de décrire

le « tout » que forme l'autre. Un peu comme le portrait robot ne correspond jamais à l'image qu'on obtient.

Alors pourquoi ces sites explosent-ils ? La raison tient à ce que ça « marche » sur les individus extrêmement « psychologisés », ceux qui maîtrisent cette compétence émotionnelle et y attachent de l'importance. Ceux-là peuvent véritablement se rencontrer et construire une relation durable à partir d'Internet, ce qui fait d'Internet sentimental une technologie tout à fait psychologique.

Conclusion

L'univers psychologique est devenu omniprésent dans la société. Cette « confusion croissante des ressources du marché et du langage psychologique » (p. 193) a fait du moi une marchandise « verbale » mise en scène publiquement dans les talks shows, les entreprises, les groupes de soutien.

Si cette vision de l'homme marchandise semble très noire, certaines conséquences de cette tendance sont également positives: dans la famille, le couple, l'entreprise, ce processus a rendu les relations plus démocratiques, plus égalitaires, plus transparentes ; on parvient à régler certains conflits plus posément, minimisant ainsi les souffrances.

Finalement, cette tendance est très ambivalente, car c'est la même logique qui a conduit à la rationalisation/transformation du « moi » en marchandise d'une part, et à la capacité de l'individu à s'épanouir et s'aider lui-même d'autre part. La question demeure pourtant : cette évolution nous a-t-elle rendu plus intelligents, plus heureux, plus adaptés à la vie moderne ? Rien n'est moins sûr, parce que dans ce processus, la logique de marché tend à l'emporter sur la logique émotionnelle, multipliant comme jamais les possibilités de relations interpersonnelles mais en les privant de leur contenu émotionnel, en les standardisant, en créant des individus « hyperrationnels », de plus en plus incapables d'aimer pleinement et spontanément.

3. Commentaires critiques

3.1 Avis d'autres auteurs sur l'ouvrage

L'ouvrage étant très récent, les critiques en sont peu nombreuses. Citons-en néanmoins quelques unes, toutes très élogieuses quant à la justesse de l'analyse, même si elles n'en pas forcément retenu les mêmes points.

- Emmanuel Renault, sur le site Cairn, portail de revue en sciences humaines et sociales, comprend l'ouvrage comme une critique profonde du capitalisme : « *La conclusion souligne ainsi que l'analyse du lien ambivalent des émotions et du capital permet de décrire une forme d'aliénation caractéristique du monde actuel, ainsi qu'une aporie de l'idéologie contemporaine : « Si l'idéologie est ce qui nous fait vivre à l'intérieur de contradictions avec plaisir, je ne suis pas certaine que l'idéologie du capitalisme soit encore capable de jouer ce rôle » »*
- De même, Evelyne Pieillier, dans un article paru dans l'Humanité le 24 Novembre 2006 sous le titre « Et moi, et moi, et moi », y voit un tableau sinistre mais fidèle de la modernité capitaliste : « *c'est ainsi qu'on est en risque de ne plus être des sujets, mais bien de devenir des clients, de tout, y compris...de soi. C'est effrayant. C'est regrettablement éclairant.* »
- L'analyse est juste : c'est aussi l'avis de Fabien Robertson, dans la Revue du Mauss, qui apprécie le style critique de l'auteure: « *Point de cynisme dans le travail d'E. Illouz, pas de jugements hautains et méprisants, mais la volonté farouche de comprendre, tout en gardant un esprit lucide et critique. A ses yeux, c'est la seule manière de comprendre le capitalisme contemporain, conçu comme un capitalisme généralisé qui atteint jusqu'à l'intimité de notre affectivité. Nous ne pouvons que la suivre sur ce chemin, aussi difficile et tortueux soit-il.* »

3.2 Avis de l'auteur de la fiche

Les analyses d'Eva Illouz, très riches, partagent malheureusement sur un point le penchant tautologique qu'elle dénonce dans le discours psychologique. En effet, sous l'influence de ce dernier, l'« analyse des sentiments » et la « gestion des des émotions » ont indéniablement pris une importance croissante dans nos sociétés, introduisant le côté sentiments/émotions dans la sphère publique (dans l'entreprise) et l'aspect analyse/gestion dans la sphère privée (notamment dans les relations amoureuses), conduisant à une certaine hybridation ou androgénisation. Mais en proposant une analyse selon laquelle cette tendance sociétale est le fruit ... de l'adhésion de l'ensemble de la société à ce discours, parce qu'il correspond et répond aux préoccupations sociétales et économiques du moment (féminisme, égalitarisme, démocratie, économie de service), l'auteure ne prend finalement pas beaucoup de risques. La société et le capitalisme ont évolué ... dans le sens de la société et du capitalisme.

Cependant, si l'analyse des causes profondes de ce processus semble parfois manquer d'arguments, la description de cette tendance et l'examen des conséquences sur les individus et la société sont, eux, extrêmement intéressants.

Les réflexions sur le management actuel, où l'émotionnel joue un rôle croissant, ne sont pas sans soulever des questions importantes. En effet, ces compétences émotionnelles sont un facteur de succès incontesté dans l'entreprise ; tests psychologiques lors du recrutement, évaluations annuelles en entreprise, importance ouvertement accordée à la « capacité à gérer le stress » : cet intérêt pour les « soft skills » n'a rien de dissimulé. Pourtant, cette dimension est loin d'être celle sur laquelle les écoles de management françaises insistent. Enseignement déconnecté des réalités ? Pas nécessairement. Pour preuve, cette « carence » n'empêche pas la majorité de leurs étudiants de réussir très convenablement dans le monde professionnel. Rien de très étonnant à cela : comme l'explique Eva Illouz, ces « compétences émotionnelles » sont très souvent affaire de codes sociaux, tout particulièrement maîtrisés par les classes supérieures, principal vivier de recrutement des dites écoles. Mais à l'heure où ces écoles disent s'engager pour la promotion l'égalité des chances dans l'éducation, cette insuffisance d'enseignements visant à maîtriser ce discours psychologique et ses pratiques n'est-elle pas coupable ? Une anecdote en ce sens est éloquente : dans le cadre d'une coopération pour l'égalité des chances entre l'école HEC et la classe préparatoire technologique Michelet de Vanves, il a rapidement été jugé nécessaire d'ajouter au dispositif de soutien « scolaire » une aide d'ordre psychologique. En effet, ce

n'était pas les résultats scolaires qui posaient problème, mais les difficultés d'adaptation des élèves, parvenant très mal à gérer une forme d'écartèlement entre leur univers d'origine, duquel ils se sentaient de plus en plus éloignés et l'univers de la prépa, des grandes écoles, auxquels ils ne se sentaient pas encore appartenir. Finalement, l'analyse de l'auteure semble juste : non seulement la maîtrise du discours psychologique et de ses pratiques est d'une grande aide pour affirmer son identité dans une société où ce processus est devenu plus complexe, mais il est aussi une condition sine qua none de l'ascension sociale, la maîtrise de ce discours étant devenue un code des classes dirigeantes.

Enfin, les pistes lancées par Eva Illouz sont très éclairantes concernant la question tant débattue actuellement du « stress au travail ». En effet, si l'interpénétration des mondes « capitaliste » et « émotionnel » a créé une continuité du discours entre ces deux mondes, cette continuité a élevé le challenge pour les individus. La nécessité de contrôler ses émotions, de savoir les verbaliser, de « se réaliser » est devenue omniprésente : dans le couple, la famille, le travail, les activités extra-professionnelles. Dans ce contexte, le « stress au travail » ne serait-il pas que la partie émergée de l'iceberg, la « goutte faisant déborder le vase » ? Et si, comme le soutient Eva Illouz, l'avènement de ce « capitalisme émotionnel » avait effectivement, tout en contribuant indéniablement à améliorer certains aspects des relations interpersonnelles, mis le « moi » dans une situation de *tension économique-psychologique* permanente ? Soumis à la concurrence, à un diktat de « self-control », de maîtrise de son image, et de performance, le « moi » ne trouve désormais pas plus de refuge dans l'entreprise que dans la sphère privée. Si l'on accorde quelque crédit à cette thèse, le problème du « stress au travail » ne doit-il pas être élargi à une question de société, plus profonde et probablement plus grave, celle de la difficulté d'être soi dans un monde où ce « capitalisme émotionnel » a augmenté les exigences qui pèsent sur les individus, autant au travail que dans le reste de la société ?

4. Bibliographie de l'auteur

- 2008 – *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help*, University of California Press, (304 p.)
- 2007 – *Der Konsum der Romantik*, Suhrkamp Verlag KG, (343 p.)
- 2006 – *Les Sentiments du Capitalisme*, Paris, Seuil, (218 p. ; trad. : Jean-Pierre Ricard)
- 2003 – *Oprah Winfrey and the Glamour of Misery: An Essay on Popular Culture*, Columbia University Press, (352 p.)
- 1997 – *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*, University of California Press, (371 p.)

5. Références

Articles

- Emmanuel Renault, Livres, Théorie critique/ Sociologie critique, « Eva ILLOUZ, Les Sentiments du capitalisme », Presses Universitaires de France, Actuel Marx, 2007/1 - n° 41, pages 182 à 205
- Evelyne Pieillier, La chronique littéraire d'Evelyne Pieillier, rubrique culture, « Et moi, et moi, et moi », Journal L'Humanité, 26/11/2006.

Données consultées sur Internet

- Alapage : http://www.alapage.com/-/Fiche/Livres/9782020862554/LIV/emotions-a-l-ere-du-capitalisme-eva-illouz.htm?donnee_appel=GOOGL
- Cairn : <http://www.cairn.info/revue-actuel-marx-2007-1-page-182.htm>
- L'Humanité : http://www.humanite.fr/popup_imprimer.html?id_article=840931
- Ornithorynque : <http://www.ornithorynque.fr/?p=16>
- Revue du Mauss : <http://www.journaldumauss.net/spip.php?article192>
- Revue nouvelle: http://www.revenouvelle.be/rvn_abstract.php3?id_article=694
- Wikipedia, article sur Elton Mayo et les expériences de Hawthorne
http://fr.wikipedia.org/wiki/Exp%C3%A9riences_de_Hawthorne